



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

აგრარულ მეცნიერებათა და ბიზნესის ადმინისტრირების ფაკულტეტი

მარიკა წულუკიძე

ბიზნესის გარემო და მისი სოციალური

პასუხისმგებლობის თავისებურებები საქართველოში

ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: **ლია ბერიძე**

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი,

ასოცირებული პროფესორი

ბიჭაური

2019

ანოტაცია

ბიზნესის სისტემური ინოვაციური და რისკიანი საქმიანობის შედეგად ახალი იდეის, ახალი სახის პროდუქციის და მომსახურების შექმნას, რეალიზაციის, ახალი ბაზრების ძიების, მომხმარებლისთვის ახალი ფასეულობების შეთავაზებასთან ერთად ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლებას გულისხმობს. ამიტომ ბიზნესი ეკონომიკის განვითარებისა და განახლების შინაგანი წყარო და მამოძრავებელი იმპულსია.

ბიზნესის განვითარების მაჩვენებლები ადასტურებს ეკონომიკის ამ სექტორის სერიოზულ პოტენციალსა და სიცოცხლისუნარიანობას ქვეყნის მაშტაბით, რაც ხელს შეუწყობს სოციალური პრობლემების გადაწყვეტას. საერთოდ, ბიზნესი გარკვეულ სოციალურ და პოლიტიკურ გარემოში წარმართება და მას არ შეუძლია საზოგადოების ინტერესების უგულებელყოფა. სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების გამოყენება ამაღლებს სამენარმეო გარემოს სიცოცხლისუნარიანობასა და ეფექტიანობას.

თანამედროვე პირობებში ბიზნესსუბიექტები წარმოადგენენ განსაკუთრებულ სოციალურ ჯგუფს, რომელთაც აქვთ საკუთარი სტრუქტურა და სწორედ ეკონომიკის ერთ-ერთ აქტუალურ პრობლემას წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების პრობლემები.

ნაშრომი წარმოადგენს საქართველოში ბიზნესურთიერთობების სრულყოფის, სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების პრობლემების და მათი გადაწყვეტის გზებთან დაკავშირებულ აქტუალური საკითხების განხილვას.

Annotation

Business means innovative and risky activity, creating new ideas, new types of products and services, realization, new markets, offering new values for consumers. Thus, the business is an internal source of economic development and renewal and driving momentum.

Business development indicators confirm the serious potential and sustainability of this segment of the economy across the country, which will help to solve social problems. In general, business in a certain social and political environment is impossible and it can not ignore public interests. The use of social responsibility principles increases the viability and effectiveness of the entrepreneurial environment.

In modern conditions business circles are a special social group with their own structure and one of the topical problems of the economy is the risks of raising the social responsibility of the business.

The work is to discuss current issues related to the improvement of business relations in Georgia, the risks of social responsibility and the ways of their solution.

ს ა რ ჩ ე ვ ი

შესავალი-----	5
თავი I ბიზნესგარემოს ფორმირების თავისებურებები	
1.1 - ბიზნესის გავითარებისთვის აუცილებელი გარემო და მათი თავისებურებები---	9
1.2 - მომხმარებლების მიერ გარემოს დაცვის აუცილებლობა -----	17
1.3 - ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების გზები-----	21
თავი II ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები	
2.1 ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი და ფორმები-----	34
2.2 თანამედროვე ეტაპზე ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამალღების ლონიძიებები-----	45
თავი III – ბიზნესი და საბანკო სექტორის სოციალური პასუხისმგებლობა	
3.1 - სოციალური პასუხისმგებლობა - ქართული ბანკების პრიორიტეტული მიმართულება-----	65
დასკვნა-----	81
გამოყენებული ლიტერატურა-----	85

შესავალი

თემის აქტუალობა. ბიზნესი სისტემური ინოვაციური და რისკიანი საქმიანობის შედეგად ახალი იდეის, ახალი სახის პროდუქციის და მომსახურების შექმნას, რეალიზაციის, ახალი ბაზრების ძიების, მომხმარებლისთვის ახალი თვისებების შეთავაზებასთან ერთად ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლებას გულისხმობს. ამიტომ ბიზნესი ეკონომიკის განვითარებისა და განახლების შინაგანი წყარო და მამოძრავებელი იმპულსია.

ბიზნესი გარკვეულ სოციალურ და პოლიტიკურ გარემოში წარმართება და მას არ შეუძლია საზოგადოების ინტერესების უგულებელყოფა. სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების გამოყენება ამაღლებს სამენარმეო გარემოს სიცოცხლისუნარიანობასა და ეფექტიანობას. ბიზნესის განვითარების მაჩვენებლები ადასტურებს ეკონომიკის ამ სექტორის სერიოზულ პოტენციალსა და სიცოცხლისუნარიანობას ქვეყნის მასშტაბით, რაც ხელს შეუწყობს სოციალური პრობლემების გადაწყვეტას.

თანამედროვე პირობებში ბიზნესსუბიექტები წარმოადგენენ განსაკუთრებულ სოციალურ ჯგუფს, რომელთაც აქვთ საკუთარი სტრუქტურა და სწორედ ეკონომიკის ერთ-ერთ აქტუალურ პრობლემას წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების პრობლემები.

ბოლო წლებში ბიზნესის მხარდაჭერის სახელმწიფო პოლიტიკის განხორციელების მიმდინარეობის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ სამენარმეო საქმიანობას უფრო მიზანმიმართული მხარდაჭერა აქვს, რაც აისახა შესაბამის საკანონმდებლო და ნორმატიულ აქტებში, საპროგრამო დოკუმენტში. ცვლილება მოხდა მენარმეობის მხარდაჭერის საფინანსო-ეკონომიკურ, ინფორმაციულ და ინფრასტრუქტურის ფორმირების სფეროში.

კვლევის მიზანი და ამოცანები. წინამდებარე გამოკვლევის მთავარი მიზანია ბიზნესის ურთიერთობების, სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემების შესწავლა, მათი ფორმირებისა და განვითარების პროგრესული მიმართულებების შემუშავება და

პრაქტიკული მეთოდების სისტემური განვითარება. ამ მიზნიდან გამომდინარე სამაგისტრო ნაშრომის ძირითადი ამოცანებია:

განვსაზღვროთ ეკონომიკური კატეგორიის - “ბიზნესურთიერთობების სრულყოფის, სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების პრობლემები და მათი გადაწყვეტის გზები საქართველოში” - არსი და შინაარსი, შევისწავლოთ მისი თეორიული ასპექტები, მოვახდინოთ ბიზნეს საქმიანობის მექანიზმის ორგანიზაციის მონიტორინგი;

საყურადღებოა ეკონომიკური სისტემის ბუნება და ბიზნესზე მოქმედი ფაქტორები; განვიხილოთ ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმის ძირითადი მიმართულებები;

ამასთან ბიზნეს სფეროს პოლიტიკური, ეკონომიკური და სამართლებრივი უზრუნველყოფა;

ყურადსაღებია ბიზნესის საინვესტიციო და ბუნებრივი გარემოს გაუმჯობესების ღონისძიებები და მათი რეალიზაციის გზები; ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი, ფორმები და თანამედროვე გაგება.

თემაში აღწერილია სახელმწიფოს როლი ბიზნესის პასუხისმგებლობის ხარისხის ამაღლებაში; ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების ღონისძიებები და რეალიზაციის გზები თანამედროვე ეტაპზე.

პრობლემის შესწავლის მდგომარეობა. ბიზნესურთიერთობების, სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემებმა სხვადასხვა ფორმით ასახვა ჰპოვეს მეცნიერულ გამოკვლევებში, აღნიშნულ საკითხებზე გამოკვლევები აქვთ როგორც ქართველ, ისე უცხოელ ცნობილ მეცნიერ - ეკონომისტებს, პრაქტიკოსებს, წარმატებულ ბიზნესმენებს. მათ შორის აღსანიშნავია: თ.შენგელია რ. გველესიანი, რ.ბასარია, გ. ერქომაიშვილი, რ.გოგოხია, ვ.ზურაბიშვილი, რ.კაკულია, ვ.მელქაძე, ე.მექვაბიშვილი, ი.მესხია, ვ.პაპავა, ა.სილაგაძე, გ.ხელაია, ლ.ჩიქავა, ა.ჯიბუტი ბ.ზარნაძე, ნ.თურნავა, ე.ბუხვალდი, ლ.აბალკინი, ა.ორლოვი, ნ.კ. სიროპოლისი და სხვათა ნაშრომები. მათ შექნეს სათანადო თეორიული და მეთოდოლოგიური ბაზა ქვეყნის განვითარების ზოგადი პრობლემატიკის, მათ შორის ბიზნეს გარემოს და ბიზნესის სოციალურ

პრობლემებთან დაკავშირებული მრავალი ასპექტის მეცნიერული და პრაქტიკული შეფასების თვალსაზრისით.

თეორიული და მეთოდოლოგიური საკითხი, რომელიც ეხება ეკონომიკურ სისტემებში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემების ანალიზის მეთოდოლოგიას, შეფასების მეთოდებს, მოდელირებასა და პროგნოზირებას, არაა ბოლომდე შესწავლილი, ხოლო რიგ დებულებებს აქვს საკამათო ხასიათი. სწორედ, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემატური საკითხების გააზრებისა და მისი განვითარების სტრატეგიის ოპტიმალური ვარიანტების შემუშავებისადმი მისწრაფებამ განსაზღვრა სამაგისტრო თემის მიზნები და ამოცანები. არსებული მიდგომები, ტენდენციები და შეფასებები, საფუძვლად დაედება ჩემს კვლევას.

კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძვლები. კვლევის თეორიულ საფუძველს წარმოადგენს ეკონომიკური კატეგორიები, საბაზრო ეკონომიკის, ბიზნესგარემოს, ბიზნესის სოციალური და ეთიკური პასუხისმგებლობის, ამ მიმართულებით არსებული კონცეფციების და სხვა აქტუალური საკითხების შესახებ სხვადასხვა ავტორთა სამეცნიერო გამოკვლევები და გამოყენებითი ხასიათის ნაშრომები.

სამაგისტრო ნაშრომის ინფორმაციული წყაროა საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს მონაცემები, სხვადასხვა სამეცნიერო ლიტერატურა, აგრეთვე ინტერნეტ მასალები და ენციკლოპედიები, ბიზნეს სფეროში მომუშავე სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტების სამეცნიერო შრომები. თემის ცალკეული საკითხების დამუშავების პროცესში გამოყენებულ იქნა გამოცდილი ექსპერტების, მეწარმეთა და მომხმარებელთა გამოკითხვის მასალები.

კვლევის მეცნიერული სიახლე. ნაშრომში წარმოდგენილია ბიზნესის ურთიერთობების სრულყოფის, სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების პრობლემები საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. სიახლეთა შორის აღსანიშნავია შემდეგი: ბიზნესის განვითარებისთვის აუცილებელი გარემო და მათი თავისებურებები, რაც ჩაშლილია

თავებად , მომხმარებლების მიერ გარემოს დაცვის აუცილებლობა; ინვესტიციის როლი ბიზნესის განვითარების საქმეში; ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების გზები

მნიშვნელობანია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განმსაზღვრელი ფაქტორები - რაც თავის მხრივ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსით და ფორმებით გამოიხატება, თანამედროვე ეტაპზე ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამალღების ღონისძიებები დაედო საფუძვლად სოციალური პასუხისმგებლობის კიდე უფრო წინ წამოწევას, ვინაიდან სხვადასხვა ღონისძიებების მოწყობით საზოგადოებისთვის დღითიდღე უფრო მისაღები ხდება ის ორგანიზაცია, რომელიც საკუთარ თავზე იღებს ამ კამპანიის განხორციელებას.

სამაგისტრო ნაშრომის დასკვნითი ნაწილი დათმობილი აქვს საბანკო სექტორის მიერ სოციალური პასუხისმგებლობის პოპულარიზაციას. თემაში განხილულია საქართველოში მოქმედი 3 წარმატებული კომერციული ბანკის მიერ განხორციელებული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ.

თავი I ბიზნესგარემოს ფორმირების თავისებურებები

1.1 ბიზნესის განვითარებისთვის აუცილებელი გარემო და მათი თავისებურებები

ბიზნესის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ხელსაყრელი გარემო, რომელიც წარმოადგენს სოციალურ, ტექნოლოგიურ, ეკონომიკურ, პოლიტიკურ, გეოგრაფიულ ფაქტორთა ერთობლიობას და ზემოქმედებს ბიზნესის სტრატეგიებზე, პროცესებსა და განვითარების შესაძლებლობებზე.

ძირითად ფაქტორებს, რომლებიც უდიდეს გავლენას ახდენენ ბიზნესის განვითარებაზე, წარმოადგენს პოლიტიკური, ეკონომიკური და სამართლებრივი სისტემები. პოლიტიკური გარემოს დანიშნულებაა საზოგადოების ინტეგრირება ერთიან სასიცოცხლო ორგანიზმად; ეკონომიკური გარემოს დანიშნულებაა შეზღუდული რესურსების განაწილება კონკურენტებს შორის და დაკავშირებულია ამ რესურსების რეგულირებასა და კოორდინაციასთან; აგრეთვე, ქონების მესაკუთრის განსაზღვრასთან. სამართლებრივი სისტემა არის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რომელიც გავლენას ახდენს ბიზნესის საქმიანობაზე.

პოლიტიკური გარემო. თანამედროვე საზოგადოებების უმრავლესობა პრულარისტულია, რაც ნიშნავს, რამოდენიმე იდეოლოგიის თანაარსებობას. იდეოლოგია ეს არის კონცეფციების, თეორიებისა და მიზნების ერთობლიობა, რომელიც ქმნის სოციალურ-პოლიტიკურ პროგრამას.

ნებისმიერი პოლიტიკური სისტემის მთავარ პარამეტრს წარმოადგენს მისი უნარი, შეინარჩუნოს საზოგადოება მთლიანობაში მონინალმდევე იდეოლოგიის ზეგავლენის მიუხედავად.

პოლიტიკური იდეოლოგიები იმდენად მრავალგვარია, რომ მათი ადგილის ზუსტი განსაზღვრა მართვის სისტემაში ძნელია. აქ განმსაზღვრელი არის მმართველობაში და გადაწყვეტილების მიღებაში მოსახლეობის მონაწილეობის დონე. თეორიული მოსაზრებით მმართველობის ორ რადიკალურად ურთიერთსაწინააღმდეგო სისტემებს ტოტალიტარიზმი და დემოკრატია წარმოადგენს. ამ ორი პოლუსიდან გამოდიან სხვა მმართველობის სისტემები და ისინი ერთმანეთისგან განსხვავდებიან ქვეყნის მართვაში ადამიანური რესურსის მონაწილეობის ხარისხით.

აღსანიშნავია, რომ ბიზნესგარემოს ერთ-ერთ ძირითადი და მნიშვნელოვანი ნაწილი სწორედ პოლიტიკა, რომლის ზეგავლენა სამეწარმეო გარემოზე მნიშვნელოვანია. ერთის მხრივ, ბიზნესი მოქმედებს პოლიტიკაზე, განსაკუთრებით, ეკონომიკურ პოლიტიკაზე, ხოლო მეორეს მხრივ - პოლიტიკა განსაზღვრავს ბიზნესის ქცევის წესებს.

ეკონომიკური რეფორმების წარმატება დიდად არის დამოკიდებული იმ მოდელებზე, რომლებიც ქვეყანამ სისტემური გარდაქმნის, ეკონომიკის რეფორმირების საწყის ეტაპზე უნდა აირჩიოს. მსოფლიო პრაქტიკამ ამ თვალსაზრისითაც წინა პლანზე “შოკური თერაპია” და გრანუალისტური ანუ ევოლუციური გზის მოდელები წამოსწია.

ჩვენის აზრით, “შოკური თერაპია” უპირველეს ყოვლისა ტრასფორმაციული პროცესების დაჩქარებული ტემპით წარმართვას გულისხმობს, რაც შემდეგ პრინციპებს ემყარება: ფასების განთავისუფლებას, საგარეო ვაჭრობის სწრაფ ლიბერალიზაციას, სახელმწიფო ქონების პრივატიზაციას და სახელმწიფოს ეკონომიკური როლის მინიმიზაციას. მისთვის დამახასიათებელია მაღალი დონის რადიკალიზმი, რაც არსებული ეკონომიკის დემონტაჟში და ნგრევაში გამოიხატება.

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის აღნიშნული ორი მოდელიდან საქართველომ არჩევანი “შოკურ თერაპიაზე” გააკეთა.

საქართველოში ეკონომიკის ტრანსფორმაციული პროცესები მიღებული შედეგებიდან გამომდინარე, გარდამავალი პერიოდის ეტაპებად დაყოფის შესაძლებლობას იძლევა და შეიძლება სამ ეტაპად დაიყოს: I-ეტაპი მოიცავს 1991-1995 წლებს, II-ეტაპი - 1996-2003 წლებს, ხოლო III-ეტაპი იწყება 2004 წლიდან და გრძელდება დღემდე.

I-ეტაპი როგორც ეკონომიკური რეფორმების საწყისი, ხასიათდება შემდეგი ძირითადი ნიშნებით: პოლიტიკური დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ სახელმწიფოებრივი ატრიბუტების არქონის გამო ქვეყანა დადგა ორი ურთულესი ამოცანის წინაშე. “შოკური თერაპიის” განხორციელებასთან ერთად, პარალელურად უნდა ჩამოყალიბებულიყო სახელმწიფო ინსტიტუტები. საქართველოში ამ უკანასკნელის ფაქტობრივი არარსებობა “შოკური თერაპიის” წარუმატებლობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიზეზი გახდა. და მეორე, საკუთარი ფულად-საკრედიტო სისტემის სახელმწიფო ინსტიტუტებისა და ეროვნული ვალუტის არსებობა. საქართველო ჯერ კიდევ სამანეთო ზონაში იყო მოქცეული, რაც ხელს უშლიდა რეფორმის სრულყოფილ განხორციელებას.

1993 წელს საქართველოში შემოღებული იქნა ფულადი ერთეულის სუროგატი-კუპონი. ეს იყო იძულებითი ნაბიჯი, ვინაიდან რუსეთმა შეწყვიტა რუსული მანეთის ბანკნოტების მოწოდება. წარმოების ტემპების სწრაფი დაცემა, საქონლის დეფიციტის მკვეთრი გამწვავება, სახელმწიფო რეგულირების სისუსტე, ფულის მიმოქცევის უკონტროლობა, ყოველივე ამის შედეგი იყო ჰიპერინფლაცია, სამომხმარებლო ფასების ინდექსის ცვლილება. ეს იყო სამომხმარებლო ფასების ზრდის პიკი. 1995 წლის შემოდგომაზე შემოღებული იქნა ეროვნული ვალუტა ლარი, რომელიც გამოცხადდა ერთადერთ საგადასხდელო საშუალებად. იმავე წელს, აღინიშნა წარმოების ზრდა - 0.4%-ით.

1996 წლიდან დაიწყო ეკონომიკური რეფორმების II-ეტაპი. მიკროეკონომიკური სტაბილიზაციის ლიბერალურ-მონეტარული მოდელი დაედო ქვეყნის ეკონომიკურ პოლიტიკას, რის შედეგადაც დაიწყო სახელმწიფო ბიუჯეტის დეფიციტის შემცირება მკაცრი ფისკალური პოლიტიკის გატარებით, რაც გადასახადების გადიდებაში, საგადასახადო შეღავათების, სახელმწიფო სოციალური ხარჯების და ა.შ შემცირებაში

გამოიხატა. ასევე, გამკაცრდა ფულად-საკრედიტო პოლიტიკაც, რაც “ქვირი ფულის” პოლიტიკაში აიხსნა. გატარებული ორგანიზაციული და ეკონომიკური ზომების შედეგად დარეგულირდა ინფლაციური პროცესები და 1996-1997 წლებში ეკონომიკის ზრდის მაღალი ტემპი (11%) და ინფლაციის ზომიერი დონე დაფიქსირდა. “ქვირი ფულის” პოლიტიკამ წარმოქმნა ისეთი მნიშვნელოვანი პრობლემები, როგორცაა დაბალი საინვესტიციო და საქმიანი აქტიურობა, გადაუხდელობის კრიზისის გაღრმავება, საგადასახადო ბაზის შემცირება და ა.შ. რაც სახელმწიფო ბიუჯეტის შემცირებაში გამოიხატა. ამ პერიოდში უმოქმედო საწარმოთა რიცხვმა 80%-მიაღწია.

2004 წელს დაიწყო რადიკალური რეფორმების III-ეტაპი, სადაც განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილდა ინსტიტუციურ გარდაქმნებზე ადმინისტრაციული და საჯარო სამსახურების რეფორმირებაზე, საგადასახადო კოდექსის დახვეწა-გამარტივებაზე, სასამართლო სისტემის გაუმჯობესებაზე, ფარული ეკონომიკის და კორუფციის ფართო მაშტაბების ლიკვიდაციის ღონისძიებებზე და ა.შ. დაძლეული იქნა ბიუჯეტის დეფიციტი, გამარტივდა ბიზნესუბიექტების რეგისტრაციის პროცედურა და სხვა.

აღნიშნული პოზიტიური ძვრებისა, საქართველო ჯერ კიდევ სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური პრობლემების წინაშე დგას. საქართველომ ვერ შეძლო ექსპორტზე ორიენტირებული ქვეყანა გამხდარიყო.

ეკონომიკური გარემო. ეკონომიკური სისტემები როგორც წესი კლასიფიცირდება როგორც კაპიტალისტური, სოციალისტური და შერეული. ისინი შეიძლება დავეყოს აგრეთვე შემდეგნაირად: რესურსების განაწილებისა და კონტროლის მეთოდის მიხედვით; საბაზრო ეკონომიკა; საკუთრების ტიპის მიხედვით - კერძო საკუთრება ან საზოგადოებრივი საკუთრება; ამ კონცეფციის გათვართობა საკუთრების შერეული ფორმასა და კონტროლის შემოღებაზე საშუალებას იძლევა შეიქმნას ტაქსონომური სისტემა.

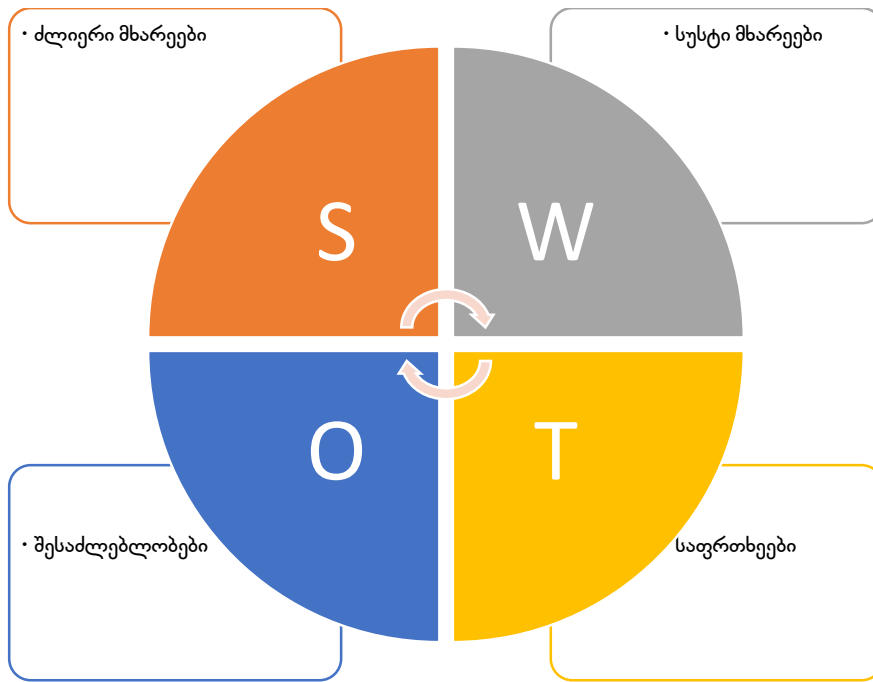
ქვეყნების უმეტესობას აქვს ეკონომიკის შერეული კატეგორია, რაშიც იგულისხმება სხვადასხვა სახით საზოგადოებრივი და კერძო საკუთრება წარმოების საშუალებებზე. ანალოგიურად ეკონომიკური საქმიანობის კონტროლიც არის შერეული საბაზრო ეკონომიკიდან დაწყებული ერთიანით დამთავრებული. ფუნქციურად კი

რეალობა სადღაც მათ შორის არის მოქცეული. თანამედროვე პერიოდში მიმდინარეობს უზარმაზარი ეკონომიკური ცვლილებები.

აღსანიშნავია, რომ ის ეკონომიკური ბიზნესგარემო სადაც ფუნქციონირებს ბიზნესსუბიექტი პირობითად იყოფა ორ ნაწილად: გარე გარემო და შიდა გარემო. ეკონომიკური გარემოს გარე და შიდა სფეროების ანალიზისათვის განსაკუთრებით ეფექტურია ე.წ. SWOT-სისტემის გამოყენება. ასეთი ანალიზის სისტემაში პირველ რიგში ცალკ-ცალკე განიხილება ბიზნესსუბიექტის ეკონომიკური საქმიანობის შიდა და გარე გარემო. იხ. ნახ. #1.1.1.

შიდა გარემოს შეფასების დროს დეტალიზებული ანალიზი უკეთდება ბიზნესსუბიექტის საქმიანობის ძლიერ და სუსტ მხარეებს, ხოლო გარე გარემოს შეფასების დროს – პერსპექტივაში წარმოქმნილ პოტენციურ შესაძლებლობებს და საფრთხეებს. შიდა გარემოს ანალიზის დროს ვლინდება ბიზნესსუბიექტის არსებული ეკონომიკური პოტენციალი და თანამდევი ეკონომიკური რისკები, გარე გარემოს ანალიზის დროს კი – სამომავლო ეკონომიკური პოტენციალი და შესაბამისი ეკონომიკური რისკები. მთლიანობაში SWOT - ანალიზის ჩარჩოებში უნდა მოხდეს როგორც შიდა, ასევე გარე ეკონომიკური გარემოს კომპონენტების ერთმანეთთან შესაბამისობაში მოყვანა. შიდა ეკონომიკური გარემოს ანალიზის დროს ბიზნეს სუბიექტმა უნდა განსაზღვროს თავისი საქმიანობის ძლიერი და სუსტი მხარეები, კონკურენტებთან შედარებით თავისი უპირატესობა და ნაკლოვანებები სხვადასხვა მიმართულებით. (ბოლქვაძე 2007:19)

ნახ. #1.1.1
ბიზნეს გარემოს ანალიზის SWOT - სისტემა



შიდა ეკონომიკური გარემოს ანალიზის პარალელურად პოტენციური შესაძლებლობებისა და საფრთხეების გამოსავლენად და შესაფასებლად აუცილებელია ბიზნესსუბიექტმა მოახდინოს თავისი გარე ეკონომიკური გარემოს ანალიზი. ფიზიკური სუბიექტის საქმიანობის გარე გარემო თავის მხრივ მოიცავს კონკრეტულ გარემოს და გლობალურ გარემოს (ცხრილი #1.1.1) გარე კონკრეტული გარემო მოიცავს ისეთ ფაქტორებს, რომლებიც პირდაპირ ზემოქმედებენ ფირმის ეკონომიკურ ქცევაზე. გარე გლობალური გარემოს ელემენტები უშუალოდ არ განსაზღვრავენ ბიზნესსუბიექტის ეკონომიკური ქცევის ძირითად მოტივაციას. გლობალური გარემოს ანალიზის დროს გამოიყენება PEST სისტემა. (P – პოლიტიკურ-სამართლებრივი სფერო; E – ეკონომიკური სფერო; S – სოციალურ-კულტურული სფერო; T- ტექნოლოგიური სფერო;)

ცხრილი.# 1.1.1

ბიზნეს სუბიექტის საქმიანობის ეკონომიკური გარემოს ელემენტები

	ეკონომიკური გარემო	
შიდა გარემო	გარე-კონკრეტული გარემო	გარე გლობალური გარემო
1.ბაზარზე საქმიანობის გამოცდილება	1. რესურსთა მიმწოდებლები ა) მატერ. რესურსების მიმწოდებელი	პოლიტიკურ –სამართლებრივი სფერო
2. წარმოება	ბ) შრომითი რესურსების მიმწოდებლები	ეკონომიკური სფერო
3.მმართველი ბაზეა	გ) კაპიტალის მიმწოდებლები	სოციალურ-კულტურული სფერო
4. სამუშაო ძალა	2. მმყიდველები	ტექნოლოგიური სფერო

5. ფინანსური რესურსები	ა) პროდუქციის დისტრიბუტორები	
6. მარკეტინგი	ბ) საბოლოო მომხმარებლები	
7. მენეჯმენტი	3. კონკურენტები	
	ა) რესურსების მიხედვით	
	ბ) საქონლის მიხედვით	
	4. ტექნოლოგიები - ძველი ტექნოლოგიების მოდერნიზაცია და ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა	

სამართლებრივი სისტემა. ერთ-ერთი ფაქტორი, რომელიც გეგავლენას ახედებს ბიზნეს სუბიექტების საქმიანობაზე არის ქვეყნის სამართლებრივი სისტემა. ბიზნეს სუბიექტის ხელმძღვანელობას წარმოდგენა უნდა ჰქონდეთ იმ ქვეყნის სამართლებრივ სისტემაზე, სადაც უხდებათ მოქმედება, რადგან ცალკეულ სახელმწიფოთა სამართლებრივი ორგანიზაცია განიცდის პოლიტიკური წყობის გემოქმედებას და არსებითად განსხვავდება ამა თუ იმ სახელმწიფოში მოქმედი სამართლებრივი სისტემებისა, მსოფლიოს ქვეყნებს შორის სამართლებრივ ურთიერთდამოკიდებულების მიხედვით.

სამეწარმეო სამართალი და ზოგადად, სამართალის სხვა ნორმები, ბევრად არის დამოკიდებული საზოგადოების განვითარებისა და შესაბამისად, ბიზნესის ცივილურობის დონეზე. ამდენად, ბიზნესსა და სამართალს შორის მყარდება ორმხრივი ურთიერთობა ერთმხრივ, სამართალი აწესრიგებს, არეგულირებს ბიზნესს, მეორეს მხრივ კი ბიზნესი ახდენს სამართლებრივი ნორმების სრულყოფასა და განვითარებას. (შენგელია 2008:61)

ბიზნეს სუბიექტებს შორის დამყარებული ურთიერთობანი უნდა გამომდინარეობდნენ მისი სამართლებრივი რეგულირების ძირითადი პრინციპებიდან. ურთიერთობანი შეიძლება დამყარდეს იმ ჩარჩოებში და საფუძვლებზე, რომლებსაც ადგენენ კანონები. ამდენად, ბიზნესის საკანონმდებლო ბაზა ქმნის მის სამართლებრივ სივრცეს, რომელშიც ერთიანდება ბიზნესთან დაკავშირებული კანონები.

სხვადასხვა სახელმწიფოს ეროვნული კანონმდებლობა განსხვავებულია ერთმანეთისაგან. საერთაშორისო სამართალი კი არეგულირებს სუვერენულ სახელმწიფო-

ოთა ურთიერთობებს საქონლის, წარმოების ფაქტორებისა და კაპიტალის მოძრაობის საკითხებს.

საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის უნიფიკაციასა და ჰარმონიზაციაში განსაკუთრებულ როლს თამაშობენ საერთაშორისო სავაჭრო პალატა, გაერო-ს საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის კომისია და ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია. საერთაშორისო სავაჭრო პალატის მიერ შემუშავებული კოდექსები ხელს უწყობენ საერთაშორისო ბიზნესში ერთიანი წესების, აგრეთვე საქმიანი ურთიერთობების გარკვეული სტანდარტებისა და ნორმების დამკვიდრებას. ბიზნესში საერთაშორისო კოდექსების გამოყენებით იზრდება მენარმეთა პასუხისმგებლობა მომხმარებელთა და მთლიანად საზოგადოების წინაშე, გამოირიცხება კონკურენციის არაკეთილსინდისიერი მეთოდები, კანონიერ ფარგლებში რეგულირდება სამენარმეო საქმიანობა. საერთაშორისო სავაჭრო პალატის მიერ შემუშავებული კოდექსი საქმიანი აქტივობის თვითრეგულირების მნიშვნელოვანი ელემენტია.

როგორც აღვნიშნეთ, ბიზნესგარემოს ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორია სამართლებრივი უზრუნველყოფა. მნიშვნელოვანი კანონები, რომლებიც საქართველოში უშუალოდ ბიზნესგარემოს და საინვესტიციო საქმიანობას არეგულირებს თანდათანობით იხვეწება და სრულყოფილი ხდება. შესაბამისად, უმჯობესდება ბიზნესის სამართლებრივი გარემო. ასეთი კანონების რიცხვს მიეკუთვნება საქართველოს კანონი მენარმეთა შესახებ; საქართველოს კანონი კონკურენციის სააგენტოს შესახებ; საქართველოს კანონი რეკლამის შესახებ; საქართველოს კანონი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ; საქართველოს კანონი სასაქონლო ნიშნების შესახებ; საქართველოს კანონი სალიცენზიო მოსაკრებლების და ლიცენზიების შესახებ და ა.შ. (ბიზნესის...2005)

ბიზნესის მარეგულირებელ იურიდიულ სფეროში შედის კონსტიტუციური ნორმები, სამართლებრივი სისტემა, სხვადასხვა სამთავრობო ქვედანაყოფის იურიდიქცია, სპეციფიკური კანონები, რომლებიც ეხება ორგანიზაციების ფორმირებას, დაბეგვრასა და კონტროლს.

ბიზნესის მარეგულირებელი ყველა სამართლებრივი აქტი ქვეყნის კონსტიტუციაზეა დამყარებული, თუმცა ცალკეულ შემთხვევებში სახელმწიფოს უზენაესი კანონის მოთხოვნა დარღვეულია. ქვეყნის კონსტიტუციის შესაბამისად არის შექმნილი საქართველოს სამართლებრივი სისტემა. ქვეყანაში მოქმედებს სამოქალაქო სამართლის სისტემა, რომელიც ემყარება სამოქალაქო სამართლის კოდექსში თავმოყრილი, დეტალურად დამუშავებული სამართლის ნორმებს.

როგორც მოგვეხსენება ბიზნესგარემოს ფორმირების ერთ-ერთი მამოძრავებელი ძალა ინვესტიციებია და საქართველოს ტერიტორიაზე როგორც უცხოური, ასევე ადგილობრივი ინვესტიციების განხორციელების სამართლებრივი საფუძვლებსა და მათი დაცვის გარანტიებს განსაზღვრავს საქართველოს კანონი საინვესტიციო საქმიანობის ხელშეწყობისა და გარანტიების შესახებ, რომლის მიხედვითაც უცხოელი და ადგილობრივი ინვესტორები ერთნაირი უფლებებით სარგებლობენ. კერძოდ სამენარმეო საქმიანობის განხორციელებისას უცხოელი ინვესტორის უფლებები და გარანტიები არ შეიძლება იყოს იმ უფლებებსა და გარანტიებზე ნაკლები, რომლითაც სარგებლობს საქართველოს ფიზიკური და იურიდიული პირი. (მანველიძე 2009:136)

ჩვენის აზრით, საქართველო კვლავ აგრძელებს ლიბერალური ეკონომიკისათვის საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფის ღონისძიებების გატარებას, რომელიც ხელს შეუწყობს ხელსაყრელი ბიზნესგარემოს შექმნას. მათ შორის მნიშვნელოვანია ლიბერალური საგადასახადო რეჟიმის სრულყოფის ღონისძიებები.

საქართველოში დაინერგა მნიშვნელოვანი პროცედურული და ინსტიტუციური სიახლენი, საგადასახადო დავების განხილვის გამარტივებული სისტემა, რაც კიდევ უფრო მიმზიდველს გახდის ქვეყანას მენარმეებისა და უცხოელი ინვესტორებისათვის. დაგეგმილია საგადასახადო სისტემის შემდგომი ლიბერალიზაცია. ბოლო წლებში საქართველოს ხელისუფლება მნიშვნელოვან ნაბიჯებს დგამს ქვეყანაში ბიზნესგარემოს გასაუმჯობესებლად. (მანველიძე 2009:136)

მნიშვნელოვნად გამარტივდა საბაჟო პროცედურები. საბაჟო ტარიფების რეფორმის შედეგად გამარტივდა და შემცირდა საგარეო ვაჭრობასთან დაკავშირებული ხარჯები. საბაჟო გადასახადები დაწესებულია მხოლოდ ზოგიერთი სახის სასოფლო-

სამეურნეო პროდუქციაზე და სამშენებლო მასალებზე. გარდა ამისა, ქვეყანაში არ მოქმედებს რაოდენობრივი შეზღუდვები (ქვოტები) იმპორტსა და ექსპორტზე

ჩვენის აზრით, ბიზნესის მარეგულირებელი, საკანონმდებლო ბაზის შექმნა არ არის საკმარისი მომხმარებლების, მთელი საზოგადოების და ბიზნესსუბიექტების ინტერესების განხორციელებისათვის. ბიზნეს საქმიანობაში მნიშვნელოვანია სოციალური პასუხისმგებლობა, მისი რეალიზაციის შესაძლებლობა.

1.2 მომხმარებლების მიერ გარემოს დაცვის აუცილებლობა

ბუნებრივი გარემოს დაცვა დაბინძურებისა და დაზიანებისაგან ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სოციალური პასუხისმგებლობაა. გარემოზე ზემოქმედებს როგორც ნებისმიერი ადამიანის ასევე ბიზნეს სუბიექტების საქმიანობაც. ყველაზე მნიშვნელოვანი გლობალური ზემოქმედებაა - კლიმატის ცვლილება. ასევე ყველაზე ხშირად - საერთაშორისო კორპორატიული საქმიანობის ზემოქმედება არის საგულისხმო. თუმცა, რეალობა ოდნავ განსხვავებულია, სითბური გაზების გამოშვების მზარდი რაოდენობის მხრივ მრეწველობის, ტრანსპორტირების დარგებისა და შინამეურნეობების წილი თითქმის თანაბარია. ადამიანის მიერ შექმნილი ნარჩენების შთანთქმა და ასიმილირება შეუძლიათ ეკოსისტემებს გარკვეული ზღვარის ფარგლებში. თუმცა, მეცნიერული ფაქტები მკაფიოდ გვიჩვენებს, რომ ამჟამად ნარჩენების მოცულობა ამ ზღვარს აჭარბებს. ააქედან გამომდინარე, შედეგები შეიძლება იყოს ძალიან მძიმე, შესაძლოა - კატასტროფულიც კი, თუ ყველა ბიზნეს სუბიექტი არ გააგრძელებს პასუხისმგებლობის გრძნობით მოქმედებას. (ინვესტიციები... 2010:1)

დღეისათვის პრიორიტეტული მიმართულება არის არა მხოლოდ ეკოლოგიური დაბინძურების შედეგებზე რეაგირება, არამედ დაბინძურების მიზეზების გამოვლენა, რომელსაც ბიზნესსუბიექტები იყენებენ, რაც ალტერნატიული, ეკოლოგიურად სუფთა ტექნოლოგიების დანერგვით მიიღწევა.

როდესაც ბუნებრივ გარემოზე ვსაუბრობთ, მიზანშეწონილად მიგვაჩნია ყურადღება გავამახვილოთ მწვანე ეკონომიკაზე, რომელიც გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის

ფარგლებში არსებული გარემოს პროგრამის თანახმად, ადამიანის კეთილდღეობისა და სოციალური თანასწორობის მთავარი შედეგია, როდესაც მნიშვნელოვნად მცირდება გარემო რისკები და ეკოლოგიური დანაკლისები.

მწვანე ეკონომიკა არის ეკონომიკური განვითარების ის მოდელი, რომელიც დამყარებულია მდგრად განვითარებასა და ეკოლოგიური ეკონომიკის ცოდნაზე. ის ეკონომიკის სხვ დარგებისაგან იმით განსხვავდება, რომ პირდაპირ აფასებს ქვეყნის ბუნებრივ კაპიტალს, რომელსაც აქვს ეკონომიკური ღირებულება. მწვანე ეკონომიკა ქმნის მწვანე სამუშაო ადგილებს, უზრუნველყოფს რეალურ, მდგრად ეკონომიკურ განვითარებას და ამცირებს გარემოს დაბინძურებას, გლობალურ დათბობას, გარემოს დეგრადაციას და აფერხებს რესურსების გამოლევის საშიშროებას. ბიზნეს სტიმულს აძლევს და მოტივაციას უქმნის, აწარმოოს მწვანე პროდუქტი და მომსახურება.

მწვანე ეკონომიკა შემდეგ ძირითად სექტორებს მოიცავს: განახლებად ენერჯიას (მზის, ქარის საზღვაო, მათ შორის ტალღების, ბიოგაზის და სითბური უჯრედების ენერჯია); მწვანე შენობებს (ენერჯიეს მწვანე მოდიფიკატორები, მწვანე პროდუქტები და მასალები); სუფთა ტრანსპორტი (ალტერნატიული საწვავი, საზოგადოებრივი ტრანსპორტი და სხვა); წყლის მენეჯმენტს (წყლის და წვიმის გამწმენდი სისტემები, შიდა წყლის ლანდაშაფტი); ნარჩენების მენეჯმენტს (უტილიზაცია, მუნიციპალური ნარჩენი მასალების გამოყენება, ნიადაგის ნაყოფიერების გაუმჯობესება); მიწის მენეჯმენტი (ორგანული სოფლის მეურნეობა, ურბანული ტყეები და პარკები, ტყეების განაშენიანება);

მწვანე ეკონომიკის ინიციატივა შეიქმნა, გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გარემოს პროგრამის ფარგლებში 2008 წელს. რომლის მიზანია მწვანე სექტორში მიმდინარე საინვესტიციო და რეფორმების პოლიტიკის მაკროეკონომიკური ანალიზი. (მწვანე....2010:4)

შეიძლება განვითარებად ქვეყნებში მწვანე ეკონომიკის წარმატებით განხორციელების რამოდენიმე მაგალითი მოვიყვანოთ. კერძოდ: ჩინეთში წარმატებულად ხორციელდება განახლებადი ენერჯიის წყაროების მოძიება. ამ სფეროში მნიშვნელოვანი მოცულობის ინვესტიციები იქნა მიმართული. (მწვანე....2010:5) გეგმის

თანახმად, ჩინეთის მთავრობა იმედოვნებს, რომ 2020 წელს ძირითადი ენერჯის დაახლოებით 16 პროცენტს სწორედ რომ განახლებადი წყაროებიდან აწარმოებს.

უნდა აღინიშნოს რომ მწვანე ეკონომიკა აქტიურად ვრცელდება მთელ მსოფლიოში, აუცილებელია ყველა ქვეყანა აქტიურად ჩაებას ამ უწყვეტ პროცესში. აშშ-სთან ერთად, ევროკავშირი და ჩინეთი სისტემატიურად ახორციელებენ ამ პროცესს. ჩინეთში 2010 წელს 34 მილიარდი აშშ დოლარი ჩაიდო სუფთა ენერჯის დასაფინანსებლად. შესაბამისად, ჩინეთმა წინ გაუსწრო აშშ-ს განახლებად ენერჯოტექნოლოგიურებში ჩადებული ინვესტიციების მოცულობით და მსოფლიოში პირველი ადგილი დაიკავა. (მწვანე...2010:5)

საქართველოს კონსტიტუციის 37-ე მუხლში მითითებულია “ყველას აქვს უფლება ცხოვრობდეს ჯამრთელობისთვის უვნებელ გარემოში სარგებლობდეს ბუნებრივი და კულტურული გარემოთი. ყველა ვალდებულია გაუფრთხილდეს ბუნებრივ და კულტურულ გარემოს”. ამ მოთხოვნის ძირითადი პრინციპი აისახა კანონში “გარემოს დაცვის შესახებ”, რომელიც წარმოადგენს საქართველოს გარემოსდაცვითი კანონმდებლობის ერთიანი სისტემის ფორმირების სამართლებრივ საფუძველს და მოითხოვს, რომ ნებისმიერი საქმიანობის განხორციელების დროს საქმიანობის სუბიექტმა იხელმძღვანელოს შემდეგი პრინციპებით:

- რისკის შემცირების პრინციპი: საქმიანობის სუბიექტი ვალდებულია თავის საქმიანობის განხორციელებისას მიიღოს სათანადო ზომები გარემოსა და ადამიანის ჯამრთელობაზე მავნე ზემოქმედების რისკის თავიდან ასაცილებლად.

- პრიორიტეტულობის პრინციპი: ქმედება, რომელმაც შეიძლება უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინოს გარემოსა და ადამიანის ჯამრთელობაზე, უნდა შეიცვალოს სხვა ნაკლებრისკიანი, თუმცა უფრო ძვირადღირებული ქმედებით.

- ნარჩენების მინიმიზაციის პრინციპი: საქმიანობის განხორციელებისას უპიურატესობა ენიჭება ისეთ ტექნოლოგიას, რომელიც უზრუნველყოფს ნარჩენების მინიმიზაციას.

- ბიოლოგიური მრავალფეროვნების შენარჩუნების პრინციპი: საქმიანობა არ უნდა იწვევდეს ბიომრავალფეროვნების შეუქცევად დეგრადაციას.

- რესტიტუციის (აღდგენის) პრინციპი: საქმიანობის განხორციელების შემდეგ დევრადირებული გარემო აღდგენილი უნდა იქნეს პირვენდელ მდგომარეობასთან მიახლოებული სახით.

- ფასიანი ბუნებათსარგებლობის პრინციპი: საქმიანობის სუბიექტისათვის მიწის, წყლის, ტყის, ფლორის, ფაუნის, წიაღისა და წიაღისეული რესურსებით სარგებლობა ფასიანია.

- პრინციპი “დამბინძურებელი იხდის”: საქმიანობის სუბიექტი ვალდებულია აანაზღუროს გარემოსათვის მიყენებული ზიანი.

მომხმარებელთა უფლებების დაცვისა და ცივილური სამომხმარებლო ბაზრის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით 2010 წელს საქართველოში შეიქმნა არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი `საქართველოს მომხმარებელთა მეგზური`. არსებული ორგანიზაცია ხელს უწყობს მომხმარებლის და მწარმის უფლებების დაცვას, რაც თავის მხრივს იქნება ჯანსაღი კონკურენციის ხელშეწყობი ფაქტორია, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესაძლებლობების გაფართოებისა და მიღწევის საფუძველია.

ორგანიზაცია ხელმძღვანელობს საქართველოს კანონით „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ და სხვა საკანონმდებლო აქტებით, რომლითაც დადგენილი მოთხოვნები უზრუნველყოფენ მომხმარებელთა და მწარმეთა კანონიერი უფლებების დაცვას. (მომხმარებლის...2010)

მსოფლიოს ქვეყნებში ცნობილია ისეთი ორგანიზაციები, რომლებიც თავიანთ ყოველდღიურ საქმიანობაში ეწევიან მომხმარებელთა არა მარტო უფლებების დაცვას, არამედ იმ ფაქტების გამოვლენას, რომლებიც დაკავშირებულია მომხმარებელთა უფლებების დარღვევასთან. აასევე ბიზნესსუბიექტებს რომლებსაც გრძელვადიანი ხედვა აქვთ, უკვე მიიღეს ზომები გარემოზე ზემოქმედების შესამცირებლად, ამით მოახდინეს სოციალური პასუხისმგებლობის დემონსტრირება და წვლილი შეიტანეს სამომავლო განვითარებასა და მდგრადობაში.

1.3 ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების გზები

დღევანდელ სწრაფად ცვალებად გარემოში ბიზნესის მოქნილობა და ცვლილებების განხორციელების უნარი უფრო მეტად მნიშვნელოვანი გახდა, ვიდრე თვითონ ამ ცვლილებების შინაარსი. გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენს ბიზნესის სუბიექტების მიერ ერთბაშად მიღებული და აღსრულებული საკითხები (რაოდენობა, ხარისხი და ურთიერთკორდინირებულობა). ის ბიზნეს სუბიექტები, რომლებიც უფრო მეტად გადანწყვეტილებას იღებენ და აღასრულებენ, ახერხებენ ფეხდაფეხ გაყვინდნ და გაასწრონ კონკურენტებს, გახდნენ უფრო საინტერესო მომხმარებლებისათვის და უფრო საჭირო საზოგადოებისათვის. ასეთ პირობებში, ბიზნესისათვის მნიშვნელოვანია სოციალური, ტექნოლოგიური, ეკონომიკური და პოლიტიკური გარემო, რომელიც ზემოქმედებს ბიზნეს სუბიექტის გადანწყვეტილებებზე, სტრატეგიებზე, პროცესებსა და საბოლოო ჯამში განსაზღვრავს ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობებს.

საერთაშორისო ორგანიზაციების, ადგილობრივი ექსპერტებისა და ქართველი მენეჯერების პოზიცია საერთოა იმასთან დაკავშირებით, რომ უკანასკნელი წლების განმავლობაში საქართველოში ბიზნესგარემო მნიშვნელოვნად უმჯობესდება. ზოგადად, ბიზნესის კეთება საქართველოში შედარებით გამარტივებულია. ბიზნესგარემოს შეფასებისას აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ მიმზიდველობა უცხოელი ინვესტორებისათვის. მსხვილი ფინანსური რესურსების მოზიდვისათვის, პირველ რიგში, აუცილებელია სტაბილურობის უზრუნველყოფა.

რამდენად დაბალიც არ უნდა იყოს გადასახადების განაკვეთი, თუ ქვეყანაში არ იქნება სტაბილური საკანონმდებლო და პოლიტიკური გარემო, შეუძლებელი იქნება ვისაუბროთ განვითარებულ და მიმზიდველ გარემოზე.

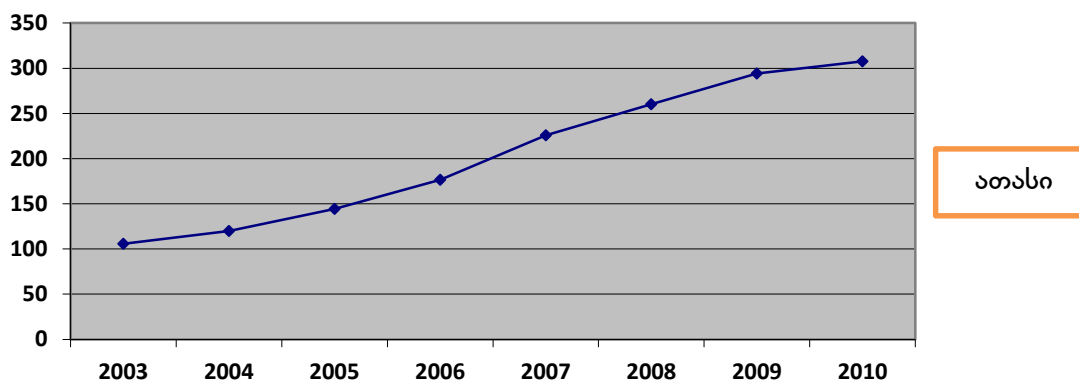
საქართველოს ბიზნესგარემოს განვითარება დადებითი ტენდენციით ხასიათდება, რაც ძირითადად გამოწვეულია საკანონმდებლო რეფორმებით (საგადასახადო,

საბაჟო, ლიცენზიები და ნებართვები და სხვა). აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ აუცილებელია საკანონმდებლო სფეროს პროცედურული ნაწილების მეტი დახვეწა/გამარტივება და შესაბამისი ინფორმირებულობის დონის გაზრდა. (ბიზნესგარემო...2008:102) ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების საფუძველი საქართველოში კანონმდებლობის რადიკალური სრულყოფაა. ცვლილებები განხორციელდა მას შემდეგ, რაც მიღებული იქნა ახალი საგადასახადო კოდექსი (2005 წლის იანვარში). საგადასახადო კოდექსმა მნიშვნელოვნად გაამარტივა გადასახადების გადახდა. კოდექსმა გააუქმა 12 გადასახადი 21-დან გადასახადების აკრეფის პრაქტიკა პარალელურად გაუმჯობესდა, ხოლო 2011 წლის 1 იანვარიდან ახალი საგადასახადო კოდექსი იქნა მიღებული. რომლის მთავარი პრიორიტეტები არის უკეთესი ბიზნეს გარემოს ფორმირება, მენარმეების უკეთესად დაცვა და ბიზნესს სფეროში არსებული დაბრკოლებების აღმოფხვრა. (თოქმაზიშვილი...2011:16)

ძირითადი საგადასახადო რეფორმები შეიძლება შეჯამდეს შემდეგნაირად:

- დაწესდა დღგ-ის გადამხდელთა სავალდებულო რეგისტრაცია იმ მენარმეთათვის, რომელთა ბრუნვა აღემატება 100 ათასს ლარს;
- გაუქმდა მინიმალური საგადასახადო ბრუნვის აუცილებლობა ნებაყოფილობითი რეგისტრაციისათვის.
- სამართლიანი კონკურენციის სტიმულირებისათვის საქონლისა და მომსახურების გარკვეულ ნაწილზე დღგ შემცირდა. შედგა დღგ-ის გადახდის გრაფიკი. საგადასახადო კოდექსით საექსპორტო სამომხმარებლო საქონელზე ნულოვანი დღგ დაწესდა. ნულოვანი ტარიფი გავრცელდა ტრანსპორტირებასა და სხვა სერვისებზე, რომლებიც დაკავშირებული იყო საერთაშორისო ტვირთისა და მგზავრების გადაყვანასთან, იმ ტურისტულ ცენტრებზე, რომლებიც ემსახურებოდნენ უცხოელ ტურისტებს, უცხოელი მენარმეების მიერ საქართველოს ტერიტორიაზე ფიქსირებული კაპიტალის რეაბილიტაციაზე. კვლევის პროცესში საინტერესო იყო ის თუ როგორ აფასებენ ბიზნეს სუბიექტების წარმომადგენლები საქართველოში დღეისათვის არსებულ ბიზნეს გარემოს და მისი განვითარების დინამიკას.

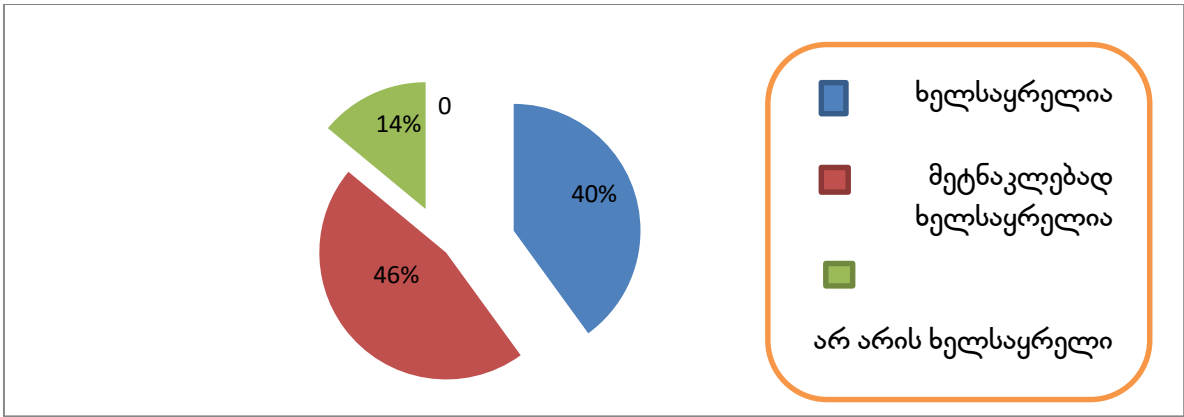
რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტები, 2003-2010წწ



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულსამსახური, „საქსტატი“.

ჩემს მიერ აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში ჩატარებული კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ დღეს ბიზნესსუბიექტების დამოკიდებულება არსებული ბიზნესგარემოს მიმართ საკმაოდ დადებითია. გამოკითხულთა თითქმის 40% მიიჩნევს, რომ ბიზნესის განვითარებისათვის ხელსაყრელი გარემოა, 46% მიიჩნევს, რომ მეტნაკლებად ხელსაყრელი გარემო, 14% უარყოფითად აფასებს არსებულ ბიზნეს გარემოს. (დიაგრამა #1.4.2)

საქართველოში დღეისათვის არსებულ ბიზნესგარემო

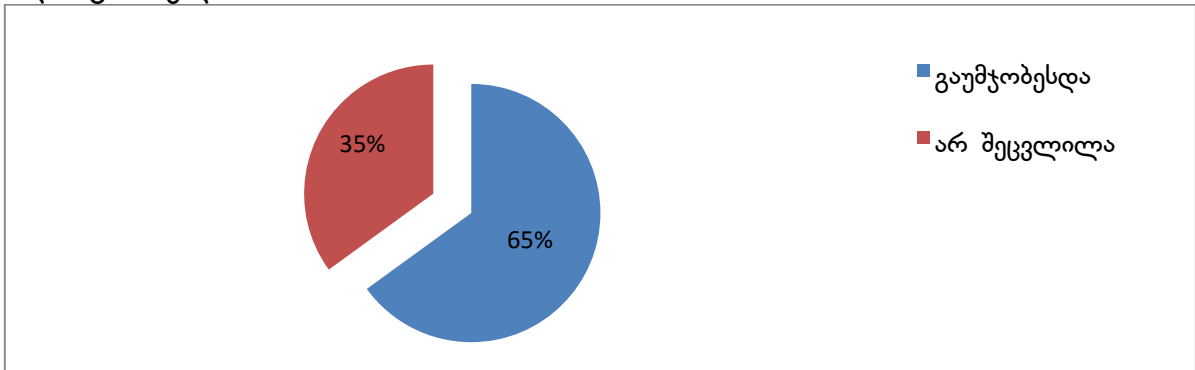


წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები.

რესპოდენტთა უმრავლესობის აზრით (65%) ბოლო 5 წლის განმავლობაში ბიზნეს გარემო საქართველოში გაუმჯობესდა, ხოლო 35%-ის აზრით არ შეცვლილა, (დიაგრამა #1.4.3).

დიაგრამა #1.4.3

ბიზნესგარემოს მიმზიდველობის ხარისხის დინამიკა საქართველოში უკანასკნელი 5 წლის განმავლობაში



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები.

მიუხედავად საგადასახადო განაკვეთის შემცირებისა, სახელმწიფო ბიუჯეტი მკვეთრად გაიზარდა. ამან საშუალება მისცა ხელისუფლებას სერიოზული რეფორმები გაეტარებინა სოციალურ სექტორში, განეხილათ ინფრასტრუქტურა, გაუმჯობესებინა ადამიანური განვითარების მაჩვენებლები და საბიუჯეტო ღონისძიებები მდგრად და გამჭვირვალედ წარემართა ისეთი სფეროებისაკენ, როგორცაა ჯანდაცვა, განათლება და სოციალური დაცვა. ეს ღონისძიებები გრძელვადიანი მდგრადი განვითარების პირობებს ქმნიდა. უნდა აღინიშნოს, რომ მიუხედავად მიღწევებისა

ბიზნესის კეთებაში, ეროვნული ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა კვლავ დაბალი იყო მსოფლიო ეკონომიკის ფორუმის მიხედვით, საქართველო არის მხოლოდ 90-ე ადგილზე მსოფლიოს 133 ქვეყანას შორის.

სწრაფად ცვალებად გარემოში დიდი მნიშვნელობა აქვს ინვესტიციას. სპეციალი- სტთა უმრავლესობა ეთანხმება იმ მოსაზრებას, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკის რესტრუქტურისა და მათი ნაკადების ზრდა ეკონომიკური პოლიტიკის მნიშვნელოვან ამოცანას წარმოადგენს. ამდენად, განვითარებადი და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნების რეფორმირების უმნიშვნელოვანესი პრობლემა ინვესტიციების მოზიდვაა, რამდენადაც ამ ქვეყნების ეკონომიკის უმეტესი დარგებისათვის დამახასიათებელია მნიშვნელოვანი ტექნოლოგიური ჩამორჩენა, შრომის ნაყოფიერების და შრომის ანაზღაურების დაბალი დონე, შემოსავლების სიმცირე, რაც განაპირობებს დანაზოგების და ინვესტიციების სიმცირეს. ამიტომ, ამ ქვეყნებისათვის აუცილებელია უცხოური კაპიტალი, რომელიც შეძლებდა ახალი ტექნოლოგიების და მართვის თანამედროვე მეთოდების დანერგვას და შიდა ინვესტიციების წახალისებას.

თანამედროვე პირობებში უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის პოლიტიკა მოიცავს ორ მხარეს: შიდა – ინვესტიციებთან უშუალოდ დაკავშირებულ პოლიტიკას და ვაჭრობის ლიბერალიზაციას და გარე – მაკროეკონომიკურ პოლიტიკას, უპირ- ველესად კი ფულად, სავალუტო და საგადასახადო პოლიტიკას. ამდენად, აუცილე- ბელია განვასხვავოთ მაკრო და მიკრო ეკონომიკური ასპექტები. კერძოდ, მაკროე- კონომიკური ასპექტები სახელმწიფო ეკონომიკური პოლიტიკის პრობლემებსა და ობიექტურ ეკონომიკურ პროექტებს განიხილავს, როგორც თავის საბოლოო მიზნის, მაშინ, როდესაც მიკროეკონომიკური ასპექტები აანალიზებს კერძო ინვესტიციების საქმიანობას და მასზე სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ზემოქმედებას.

სახელმწიფოს მიერ განხორციელებულ საინვესტიციო პოლიტიკას უდიდესი როლი ენიჭება საინვესტიციო გარემოს ფორმირებაში. სახელმწიფოს საინვესტიციო პოლიტიკა უნდა ითვალისწინებდეს შემდეგ მიმართულებებს:

- ინვესტიციებისათვის ხელსაყრელ გარემოს შექმნას, რომელიც ხელს შეუწყობს კერძო სექტორის საინვესტიციო აქტივობის ზრდას;

- უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების მოზიდვას საწარმოთა რეკონსტრუქციის მიზნით;

- სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი საწარმოების და სოციალური სფეროს სახელმწიფო მხარდაჭერას.

ინვესტიციური გარემოს შემადგენელი ფაქტორები შეიძლება შემდეგნაირად დავაჯგუფოთ:

პოლიტიკური – რაც ინვესტიციების პოლიტიკის რისკებთან არის დაკავშირებული;

სამართლებრივი- რომელშიც ასახულია საკუთრებითი ურთიერთობა;

ეკონომიკური – რომელიც მოიცავს ეროვნული ეკონომიკის მდგომარეობის მაკროეკონომიკურ მაჩვენებლებს.

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა ქვეყნის ინვესტიციური ბაზრის ფორმირების აუცილებელი პირობაა. მხოლოდ ეს უზრუნველყოფს ეროვნული ეკონომიკის რეალურ ჩართვას მსოფლიო მეურნეობაში. ამასთან გასათვალისწინებელია საზღვარგარეთულ ინვესტიციებთან დაკავშირებული ძირითადი წინააღმდეგობა. კერძოდ, ერთის მხრივ საზღვარგარეთულ ინვესტიციებზე მწვავე მოთხოვნა და მეორეს მხრივ კი საბაზრო ძალების მოქმედებით შეიძლება ჩვენი ქვეყანა დასავლეთის სანედლეულო დანამატად იქცეს. ამ წინააღმდეგობის დაძლევისათვის უნდა შემუშავდეს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის დასაბუთებული სტრატეგია, რომელშიც გათვალისწინებული იქნება მსხვილი სტრატეგიული მნიშვნელობის მქონე ინვესტიციების მოზიდვის მოტივაციური მექანიზმი, რომლის შემადგენელი ნაწილებია: უცხოური ინვესტიციებისათვის მისაღები ეკონომიკური პირობები, სამართლებრივი და ადმინისტრაციული რეჟიმი.

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა მჭიდროდ უნდა დაუკავშირდეს, როგორც ეროვნულ ინტერესებს, ისე უცხოელი ინვესტორების დისკრიმინაციის დაუშვებლობას. სტრატეგიული ინვესტორების ინტერესებთან შეხამებით ეროვნული ეკონომიკის

უსაფრთხოების უზრუნველყოფა უნდა მოხდეს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის სტრატეგიის ყველა კომპონენტში: მიზნებში, პრინციპებში, სამეურნეო მექანიზმში, პრიორიტეტულ მიმართულებებში, რეალიზაციის ეტაპებზე და ა.შ.

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის ძირითადი მიზნებია:

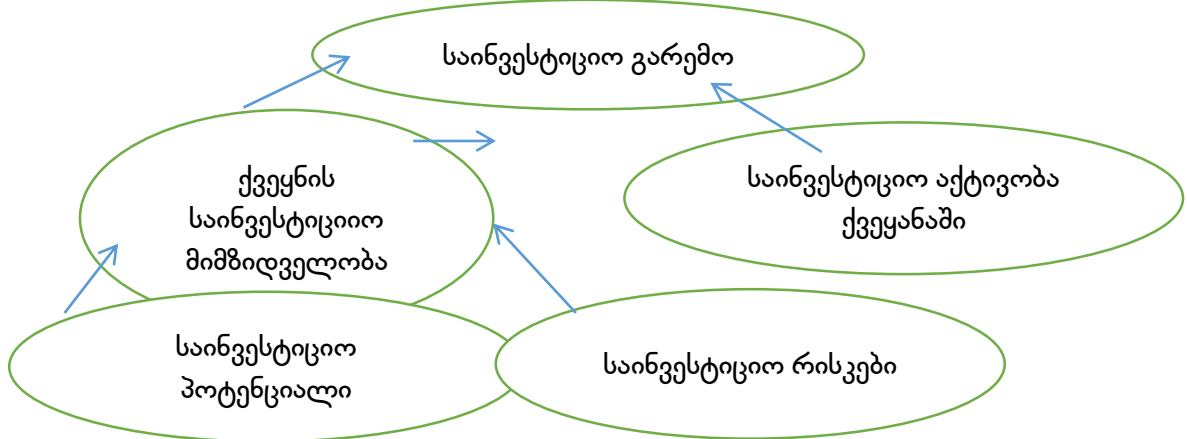
- გარკვეული სახეობის საქონელზე არსებული მოთხოვნილების უფრო სრული დაკმაყოფილება;
- ეროვნულ მეურნეობაში მოწინავე ტექნოლოგიის, ტექნიკის და მმართველობითი გამოცდილების შემოტანა;
- დამატებითი მატერიალური და ფინანსური რესურსების მიღება საკუთარი ეკონომიკური პოტენციალის გასაუმჯობესებლად;
- საექსპორტო პოტენციალის გადიდება;
- არარაციონალური იმპორტის შემცირება;
- საშინაო ბაზრის, საბაზრო ინფრასტრუქტურის და კომუნიკაციის განვითარება;
- მოსახლეობის დასაქმების ამაღლება და შემოსავლების ზრდა;

ყველაზე გავრცელებული მიდგომით საინვესტიციო აქტივობა გულისხმობს ქვეყნის ეკონომიკაში გრძელვადიანი, სარისკო დაბანდების განხორციელების დინამიკურ პროცესს, რომელიც აქტიურად ზემოქმედებს, როგორც ეკონომიკურ, ასევე სოციალურ სფეროებზე და ამ პროცესის წარმატებულობა განსაზღვრავს საზოგადოებრივი პროგრესის ყველა სასიცოცხლო ასპექტს, სახელმწიფოს ეკონომიკური განვითარების დინამიკას. (გელაშვილი 2001:176)

აღსანიშნავია, რომ არსებითი ხასიათის ურთიერთდამოკიდებულება შეიმჩნევა ქვეყნის საინვესტიციო აქტივობასა და საინვესტიციო მიმზიდველობის ფორმირებას შორის. გვანზოგადოებულ ფაქტორულ მახასიათებელს წარმოადგენს საინვესტიციო მიმზიდველობა, ხოლო საინვესტიციო აქტივობა კი მისგან გამომდინარე შედეგობრივი მახასიათებელია. ჩვენ მიგვაჩნია, რომ საინვესტიციო გარემოს ქმნიან საინვესტიციო აქტივობა და საინვესტიციო მიმზიდველობა. აღნიშნული ერთობლიობა შეიძლება წარმოვადგინოთ შემდეგი სქემით (ნახ.#1.3.1), (ლალიძე 2008:33)

ნახ. #1.3.1.

ქვეყნის საინვესტიციო გარემოს ფორმირების პროცესი



საინვესტიციო გარემო არა მარტო წარმოადგენს სოციალური – ეკონომიკური, ორგანიზაციული, სამართლებრივი, პოლიტიკური, სოციალურ – კულტურული, ეკოლოგიური წანამძღვრების ერთობლიობას, არამედ განსაზღვრავს ინვესტიციების მიზანშეწონილობას. გამოყოფენ საინვესტიციო გარემოზე მოქმედ ობიექტურ ფაქტორებს, რომლებსაც განეკუთვნება: მაკროეკონომიკური ფაქტორები; ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალი; საინვესტიციო პოტენციალი; საფინანსო-საკრედიტო პოტენციალი; ინფრასტრუქტურული პოტენციალი; სამეცნიერო-ტექნოლოგიური და ინოვაციური პოტენციალი; საკადრო პოტენციალი; საბაზრო გარემოს ფაქტორები; სოციალური და სოციალურ-კულტურული ფაქტორები. (დანართი #1) (რაევსკი 2006:158)

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის სუსტი ეროვნული სტრატეგია ახდენს ზეგავლენას ზემოაღნიშნულ პრობლემებზე. პირველ რიგში ეს არის ნათლად ჩამოუყალიბებელი კონკრეტული საინვესტიციო ბაზრები; ქვეყნის, როგორც ინვესტიციების ადგილის ცუდი იმიჯი; სუსტი ფისკალური სტიმულები და უცხოური ინვესტიციების მხარდაჭერის ზედმეტად რთული და ჩახლართული პროცესი.

მსოფლიო ენერგეტიკული ბაზრების დიდ ინტერესს იწვევს საქართველოს სტრატეგიული მდებარეობა, რომელიც უზრუნველყოფს ნავთობის მილსადენებით ტრანსპორტირებისათვის მეტად ეფექტიან და უმოკლესს გზას კასპიის, ცენტრალური აზიის ქვეყნებისა და აზერბაიჯანიდან შავ ზღვამდე. საქართველო ესაზღვრება იმ

ქვეყნებს, რომლებიც ფლობენ ნავთობისა და გაზის უდიდეს მარაგებს. კერძოდ რუსეთსა და კასპიის ქვეყნებს; მეორე მხრივ იგი ესაზღვრება თურქეთს, რომელიც ენერჯო რესურსების მნიშვნელოვანი მომხმარებელია. ააქედან გამომდინარე, საქართვეკლო განსაკუთრებულ ინტერეს ინვევს როგორც ნავთობისა და გაზის მომპოვებელი, ისე აღნიშნული პროექტის შემსყიდველი ქვეყნების მხრიდან. აღმოსავლეთ-დასავლეთის მიმართულებით სატრანსპორტო კავშირების განვითარებისათვის რეგიონს გააჩნია სატრანსპორტო გადაზიდვების განვითარების ისეთი მნიშვნელოვანი პოტენციალი, როგორცაა სარკინიგზო და საავტომობილო ინფრასტრუქტურა, რომლებიც დაკავშირებულია შავი ზღვის პორტებთან. (მანველიძე 2009:136)

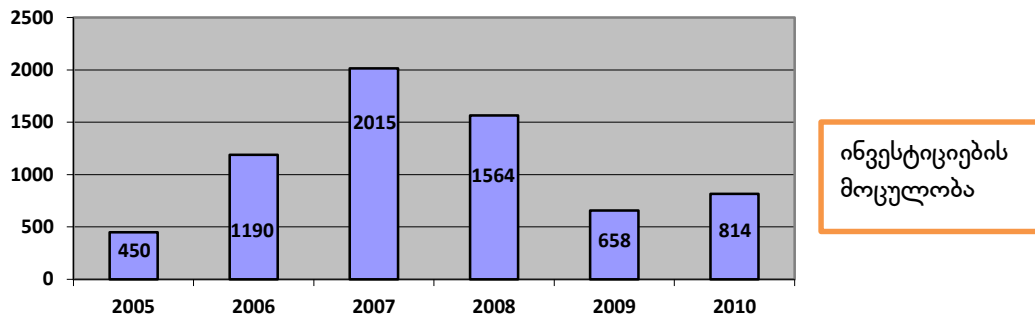
საქართველოში საინვესტიციო საქმიანობას არეგულირებს 1996 წელს მიღებული კანონი „საინვესტიციო საქმიანობის ხელშეწყობისა და გარანტიების შესახებ“, 2006 წლის კანონი „ინვესტიციების სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ“ და 2002 წლის კანონი „საქართველოს ეროვნულ საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“, გარდა აღნიშნულისა არსებობს კანონები პრივატიზაციის, მიწების შესყიდვის, ნებართვის და ლიცენზირების შესახებ, რომლებიც ეხება ინვესტირებას. 1996 წლის კანონი ინვესტიციების შესახებ აწესებს ერთნაირ რეჟიმს, როგორც ადგილობრივი, ისე უცხოელი ინვესტორებისათვის. კერძოდ, მოგების რეპატრიციის უფლებას, უარყოფითად მოქმედი საკანონმდებლო ცვლილებებისაგან დაცვის 10 წლიან გარანტიას, დავების მოგვარების საერთაშორისო პრაქტიკის გამოყენების შესაძლებლობას.

სპეციალისტთა უმრავლესობა ეთანხმება იმ მოსაზრებას, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკის რესტრუქტურირებაში და მათი ნაკადების ზრდა ეკონომიკური პოლიტიკის მნიშვნელოვან ამოცანას წარმოადგენს.

ამის ნათელ მაგალითს წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ 2010 წელს საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობამ 814 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 24 პროცენტით აღემატება 2009 წლის მონაცემებს.

(დიაგრამა#1.3.1)

დიაგრამა #1.3.1



პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები საქართველოში 2005-2010 წწ.

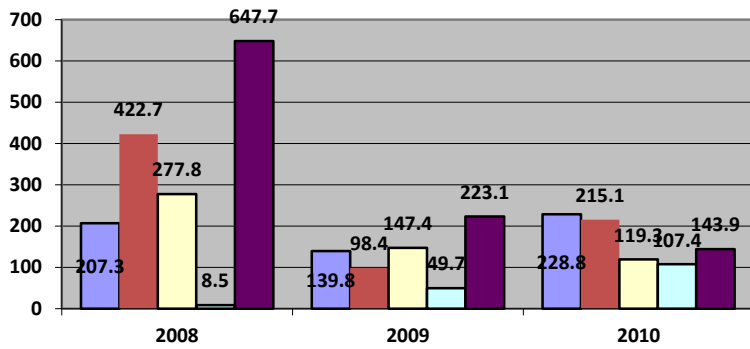
(მლნ. აშშ დოლარი)

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულსამსახური, „საქსტატი“.

ანალიზი გვიჩვენებს, რომ 2008-2010 წლებში უცხოელ ინვესტორებისათვის ქვეყნის ეკონომიკის დარგებს შორის ყველაზე მიმზიდველი იყო სამთომომპოვებითი და დამამუშავებელი მრეწველობა, ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა სატელეკომუნიკაციო სექტორი, უძრავი ქონება და ენერჯეტიკა. (დიაგრამა #1.3.2)

დიაგრამა #1.3.2

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობა ეკონომიკის სექტორების მიხედვით 2008-2010 წწ (მლნ. აშშ დოლარი)



სამთომოპოვებითი და დამამუშავებელი მრეწველობა

ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა

უძრავი ქონება

საფინანსო სექტორი დანარჩენი

2010 წელს განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიხედვით აპირველ ადგილზე აშშ იმყოფება 17 პროცენტით, მეორეზე - თურქეთი 11 პროცენტით, მესამეზე - ნიდერლანდები 9 პროცენტით, ხოლო მომდევნო პოზიციებს გაერთიანებული სამეფო, ააზერბაიჯანი და არაბეთის გაერთიანებული ემირატები იკავებენ დაახლოებით 7-7 პროცენტით.

მსოფლიო ბანკის კვლევის მიხედვით, რაც უფრო თავისუფალია ქვეყნის ეკონომიკა, მით უფრო მეტია პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია შემოვა. ლოგიკურია, რომ მკაცრი კანონები და ხისტი რეგულირება ინვესტიციების შემოსვლას აფერხებს. ამასთანავე, აუცილებელია ქვეყანაში გამართულად ფუნქციონირებდნენ ისეთი ინსტიტუტები, როგორცაა სასამართლო და საარბიტრაჟო ორგანოები.

საქართველომ ეკონომიკური სირთულეები წარმატებით დაძლია ქვეყანაში შექმნილი სირთულეებისა და მსოფლიო ფინანსური კრიზისის მიუხედავად, მთავრობის ლიბერალური ეკონომიკური პოლიტიკის შედეგად.

ამის დასტურია ის, რომ საქართველოში განხორციელებული უცხოური ინვესტიციები ტურიზმის ენერჯეტიკის მშენებლობის უძრავი ქონების ტრანსპორტის კავშირგაბმულობის და საფინანსო სექტორში თითქმის თანაბრად იყო გადანაწილებული, სულ 553 მილიონი ინვესტიცია შემოვიდა. აღნიშნული რეიტინგებით ქვეყნის ცნობადობა საკმაოდ ამაღლდა, საერთაშორისო არენაზე ქვეყნის ამაღლებული იმიჯი საშუალებას მოგვცემს 2010 წელთან შედარებით, მეტი ინვესტიცია მოიზიდოს საქართველომ. ა

აქვე აღინიშნოს უნდა, რომ დღესდღეობით ქვეყნის საინვესტიციო გარემო მეტად მიმზიდველია, რაც დაასტურდება ავტორიტეტული საერთაშორისო კვლევების

ანგარიშებიდან გამომდინარე, ამის დასტურია ისიც, რომ 2011 წლის 3 კვარტალში (წინასწარი მონაცემებით) საქართველოში 174 მილ აშს დოლარის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია განხორციელდა, რაც 2.3-ჯერ აღემატება 2010 წლის შესაბამისი პერიოდის მონაცემებს და 45%-ით მეტია 2010 წლის მე-4 კვარტლის მონაცემებთან შედარებით. (ბოჭორიშვილი 2011:1)

მთლიანი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების 90 პროცენტი ეკონომიკის 4 უმსხვილეს სექტორზე გადანაწილდა. ააქედან 48 პროცენტი - მრეწველობაზე, 2 პროცენტი-საფინანსო სექტორზე, 12 პროცენტი-ენერჯეტიკასა და 8 პროცენტი მშენებლობის სექტორზე მოდის. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 67 პროცენტი ევროკავშირის ქვეყნებიდან განხორციელდა.

როგორც ავლნიშნეთ, გაზრდილია ინვესტორთა დაინტერესება საქართველოს მიმართ, ეს მრავალი ფაქტორითაა გამოწვეული ასევე მნიშვნელოვანია ისიც, რომ საინვესტიციო სააგენტოს ეფექტური და შედეგიანი მუშაობისათვის უპირველესი ნაბიჯი პრიორიტეტული სექტორების დაფიქსირებაა. ინვესტიციების მოსაზიდად ინვესტორთა დაინტერესება სწორედ პრიორიტეტული სექტორების ხარჯზე ხდება. სააგენტოს სტრატეგიის თანახმად, რესურსები ძირითადად მხოლოდ ამ სექტორებში ინვესტიციის მოზიდვაზე უნდა იყოს მიმართული.

ამასთანავე, უახლოეს პერიოდში საქართველოში საინვესტიციო სტრატეგია მიმართული უნდა იყოს ახალი ტექნოლოგიური დონის მიღწევისკენ. ამასთან ტექნოლოგიური დონის მიღწევის შესაძლებლობები სხვადასხვა დარგისთვის განსხვავებულია. მნიშვნელოვანია სტრატეგიული ინვესტიციების მიმართვა საექსპორტო უნარის მქონე დარგებისკენ, რისთვისაც აუცილებელია გრძელვადიან პერსპექტივაზე გათვლით მსგავს დარგებში ინვესტირების მყარი სამართლებრივი და საგადასახადო რეჟიმის ჩამოყალიბება, რომელიც დადგენილი ხელსაყრელი პირობების ხანგრძლივადიანი პერიოდის განმავლობაში სტაბილურობაზე იქნება დაფუძნებული.

მეორე მნიშვნელოვანი მიმართულება ისეთ დარგებზე აქცენტირებაა, რომლებსაც მაღალი სამეცნიერო-ტექნოლოგიური პოტენციალი გააჩნიათ და აქვთ უნარი მოკლევადიან პერიოდში უზრუნველყონ კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოება.

აღნიშნულ დარგებში დასახული პოლიტიკის მიღწევის მექანიზმებს შეადგენს: სა-
ექსპორტო საქონლის პატენტირებისა და სერთიფიცირების ფინანსირება;

შელავათიანი კრედიტების მიღების გარანტია საექსპორტო საქონელზე
კონტრაქტების სანაცვლოდ; ტექნოლოგიური სიახლეების სახელმწიფოებრივი
წახალისების უზრუნველყოფა. აღნიშნული დარგების გვერდით საინვესტიციო
აქტივობისა და ეკონომიკურ განვითარების უზრუნველყოფის თვალსაზრისით
მნიშვნელოვანია სოციალურად მნიშვნელოვანი მოთხოვნილებების დამაკმაყოფ-
ილებელი დარგები. ასევე ის დარგებიც რომლებიც ტექნოლოგიური ჩამოჩრენი-
ლობით ხასიათდებიან. აღნიშნული დარგების მიმართ საინვესტიციო პოლიტიკამ უნდა
უზრუნველყოს საერთაშორისო ნორმების შესაბამისად დამცავ იმპორტზე ტარიფების
შემოღება და სერთიფიცირება. ასევე, ღონისძიებების განხორციელება, რომლებიც
უზრუნველყოფენ დანახარჯების შემცირებას და პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის
ამაღლებას. მოცემულ დარგებში საინვესტიციო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულება
უნდა გახდეს ისეთი უცხოური ინვესტიციების სტიმულირება, რომლებიც ახალ
მენეჯმენტურ გამოცდილებასა და ტექნოლოგიების შემოტანაზეა ორიენტირებული.

საქართველოს მისწრაფება ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციისაკენ დღის წესრიგში
აყენებს ეკონომიკური ზრდის ისეთი მოდელის ფორმირებას, რომელიც ხელს
შეუწყობს ერთის მხრივ, პუი-ს მოზიდვას, ხოლო, მეორეს მხრივ, ექსპორტზე
ორიენტირებული წარმოების განვითარებას. ბიზნეს გარემოს ლიბერალიზაცია
წარმოადგენს ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალის უკეთ გამოყენების აუცილებელ,
მაგრამ არასაკმარის პირობას. საქართველოს მთავრობამ წარმოადგინა
დაჩქარებული ეკონომიკური განვითარების საკმაოდ ამბიციური პროგრამა. ამ
პროგრამით ხაზგასმულია პუი-ს მნიშვნელობა და, შესაბამისად, მთავრობამ
წარმოადგინა ულტრალიბერალური ეკონომიკური რეჟიმი. ეკონომიკური პოლიტიკა
კონცენტრირებულია ბიზნესის კეთების ყველა ადმინისტრაციული ბარიერის მოხსნასა
და ამდენად, პუი-ს მოზიდვაზე.

აღსანიშნავია, ამ მიმართულებით არსებობს გარკვეული მიღწევები, კერძოდ,
მსოფლიო ბანკმა დაასახელა საქართველო, როგორც პირველი რეფორმატორი

ქვეყანა, ხოლო საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციამ საქართველოს მიანიჭა მე-18 ადგილი მსოფლიო ბიზნესის კეთების თავისუფლების მხრივ. ამავდროულად, საქართველოს მთავრობამ განახორციელა სპეციალური ღონისძიებები ევროპის სახელმწიფოებსა და აშშ-ში, რათა მოეზიდა მეტი ინვესტორი. მიუხედავად ამისა, მიღწეული შედეგები საკამათოა.

თავი II. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები

2.1 ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი და ფორმები

განვითარებული ქვეყნების მიერ საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში მიღწეულმა წარმატებებმა დაგვანახა, რომ საბაზრო მეურნეობა თავისი ბუნებით „სოციალურია“. იგი ემსახურება ადამიანთა ინტერესებსა და მოთხოვნილებებს.

საბაზრო ეკონომიკის სოციალური არსი არის ის, რომ ეკონომიკის ყოველი წარმატება, შრომის ნაყოფიერების ყოველი ზრდა ხალხის საკეთილდღეოდ გამოიყენება. დემსახურება მომხმარებელთა საჭიროების დაკმაყოფილებას. თავისუფალი ეკონომიკისა და საზოგადოებრივი წყობილების ჩამოყალიბებისათვის აუცილებელია, რომ არცერთ ჯგუფს არ მიეცეს უფლება თავისუფლება გაიგოს თავისი შეხედულებით და შემდეგ ის კიდევაც შეზღუდოს. თავისუფალი მეურნეობა შეესაბამება თავისუფალ მენარმეობას.

საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში სახელმწიფო, თავისი არსით, ერთგვარი რეგულატორის როლს ასრულებს, რადგან სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს მოსახლეობა ყველა უმნიშვნელოვანესი სოციალური და მატერიალური პირობები მისი უკეთესი განვითარებისათვის.

სახელმწიფო ქმნის ბაზრის მართვის მექანიზმებს. ბიუჯეტი, რომელიც ფორმირდება გადასახადებიდან, ბაჟიდან, საბაჟო მოსაკრებლიდან და შემოსავლის სხვა წყაროებიდან, რიგი პრობლემების მოგვარებას ხმარდება. სახელმწიფოს განვითარებისათვის აუცილებელია სოციალური ასპექტების გათვალისწინება. და სწორედ, ამ საკითხებთან დაკავშირებით სახელმწიფო შეიმუშავებს მაკონტროლებელ მექანიზმებს, რასაც შეიძლება სოციალური პოლიტიკა ვუწოდოთ. სოციალური პოლიტიკა ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი მართვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანეს მიმართულებას წარმოადგენს. იგი სახელმწიფოს შიდა პოლიტიკის ორგანული ნაწილია, რომელიც მისი მოქალაქეებისა და მთლიანად საზოგადოების კეთილდღეობის უზრუნველყოფისა და ყოველმხრივი განვითარებისაკენაა მიმართული.

სოციალური პასუხისმგებლობის ძირითად სუბიექტად ითვლება ბიზნესი, სახელმწიფო, საზოგადოება და ადამიანი. უნდა აღინიშნოს, აგრეთვე, ის გარემოება,

რომ სოციალური პასუხისმგებლობის აღნიშნული სუბიექტები, მათი ურთიერთ-დამოკიდებულების გათვალისწინებით, შეიძლება გამოვიდნენ სოციალური პასუხისმგებლობის ობიექტის როლში. გვარდა ამისა სოციალური პასუხისმგებლობის ქმედებები შეიძლება გავრცელდეს ბუნებრივ გარემოზე და კულტურულ სფეროზე, რომელთა უშუალო მომხმარებლებს წარმოადგენენ ზემოხსენებული სუბიექტები.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა შედარებით რთული მოვლენაა, ვიდრე ეს ერთი შეხედვით ჩანს. ის განიხილება, კონკრეტული ბიზნესის თავისებურებების გათვალისწინებით. თუ ადამიანი განიხილება როგორც სოციალური პასუხისმგებლობის ობიექტი, მაშინ მის მიმართ პასუხისმგებლობა შეიძლება ჩამოყალიბებული იქნას შემდეგი მიმართულებით: (ლვოვა..2001: 318)

I - პასუხისმგებლობა წარმოიშობა ადამიანის, როგორც პოტენციური მომხმარებლის ან რეალური თანამშრომლის მიმართ, როცა ის შრომითი საქმიანობითაა დაკავებული. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა აღნიშნულ შემთხვევაში გამოიხატება შრომითი კანონმდებლობის დაცვაში, უფასო დაზღვევაში, ნორმალური შრომის ანაზღაურებაში, კარგი შრომითი გარემოს შექმნაში, იმ ადგილმდებარეობის ეკოლოგიაზე ზრუნვაში, სადაც მოქმედებს საწარმო და ა. შ. ხოლო, როცა ადამიანი არ არის შრომითი საქმიანობით დაკავებული, მისგან დამოუკიდებელი მიზეზებით (შემლუდული ფიზიკური შესაძლებლობები და სხვა,) ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება შემლუდული ფიზიკური შესაძლებლობების მქონე მოსახლეობისადმი დახმარებით, სახელმწიფოს მხრიდან მინიმალური სახელმწიფო შეღავათების გამოყოფაში (დახმარებები, პენსიები და სხვა). საზოგადოების მხრიდან აღნიშნულ მოსახლეობაზე მხარდაჭერაში. სოციალური პასუხისმგებლობა არ წარმოიშობა იმ შემთხვევაში, თუ ადამიანი არ არის შრომით საქმიანობით დაკავებული მასზე დამოკიდებული მიზეზებით (შრომის სურვილის არარსებობა).

II – პასუხისმგებლობა ადამიანთან როგორც მომხმარებელთან, პირველ რიგში განისაზღვრება თუ რას მოიხმარს. მმოცემულ საწარმოში დამზადებული პროდუქციის მომხმარებლისადმი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება ხარისხიანი პროდუქციის წარმოებასა და მის რეკლამირებაში. პასუხისმგებლობა

სახელმწიფოს მხრიდან განისაზღვრება პროდუქციის ხარისხსა და მომსახურების სახელმწიფო კონტროლში, მედიის საშუალებებით არასწორი რეკლამირების აღკვეთაში.

ბუნებრივი რესურსების მომხმარებლების შემთხვევაში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება ბუნებრივი რესურსების რაციონალურად გამოყენებაში. ეკოლოგიურად სუფთა სანარმოოს შექმნაში, თანამედროვე განზმენდითი ტექნოლოგიების გამოყენებაში, გარემოსდაცვითი ღონისძიებების გატარებაში. სახელმწიფოს მხრიდან პასუხისმგებლობა გამოიხატება კანონების შექმნასა და მისი შესრულების კონტროლის გატარებაში, ბუნებრივი რესურსების დაცვისადმი ზრუნვაში.

ხოლო, კულტურის სფეროს მომხმარებლებისადმი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება კულტურული ფასეულობების დაცვის, ღონისძიებების ჩატარების და ა.შ ხელშეწყობაში. საზოგადოების მხრიდან პასუხისმგებლობა გამოიხატება ცალკეული ადამიანის კულტურული ფასეულობების დაცვაში, განათლების უზრუნველყოფაში, კულტურის განვითარებაში. პასუხისმგებლობა სახელმწიფოს მხრიდან გამოიხატება კულტურული ფასეულობების შენარჩუნებასა და განვითარებისათვის აუცილებელი პირობების შექმნაში.

იმისდა მიხედვით, თუ რა ფორმებში ვლინდება სოციალური პასუხისმგებლობა, შეიძლება გამოიყოს მისი სხვადასხვაგვარი ფორმები კონკრეტულ სუბიექტებთან მიმართებით: (შადილოვა 2010:92)

ეკონომიკური პასუხისმგებლობა – ბიზნესისათვის აღნიშნული ვლინდება მაქსიმალური მოგების მიღებაში, წარმოების მდგრად განვითარებაში; სახელმწიფოსათვის ფინანსური რესურსების ეფექტიან გადანაწილებაში, გააზრებულ ეკონომიკურ პოლიტიკაში; ადამიანისათვის, როგორც რაციონალურად მოაზროვნე სუბიექტისათვის, სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება მის მოქმედებაში განსაზღვრული სარგებლის მიღებაში.

სამართლებრივი პასუხისმგებლობა კანონმდებლობის მკაცრი დაცვით გამოიხატება ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაში, სახელმწიფოსათვის პასუხისმგებლობა

გამოიხატება გააზრებული კანონების მიღებასა და კანონმდებლობის დაცვაში, ხოლო საზოგადოებისათვის კანონმორჩილებაში.

ზნეობრივ პასუხისმგებლობად შეიძლება ჩაითვალოს ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაში სოციალურ პრობლემებზე ნებაყოფლობითი გამოხმაურება, რაც მოდის არა კანონმორჩილებიდან, არამედ გულუხვობისაგან (სპონსორობა, მეცენატობა, მონყალების გაღება). ადამიანის პასუხისმგებლობა გამოიხატება გარშემომყოფებისათვის ზრუნვის გამოხატვაში და ა.შ. ზემოთ აღნიშნულის უარყოფა იწვევს საზოგადოების რღვევას, შედეგად სუსტდება საზოგადოება. როგორც ცნობილია სუსტ საზოგადოებაში სახელმწიფოც სუსტია.

ეკოლოგიური პასუხისმგებლობა, გამოიხატება პროდუქციის გავრცელებისა და გარემოს დაბინძურების სხვადასხვა (რეგიონალურ, ადგილობრივ) დონეზე. სახელმწიფოს სოციალური პასუხისმგებლობა უპირველეს ყოვლისა, ეს არის, შესაბამისი კანონმდებლობის შემუშავება და მისი შესრულების კონტროლი, გარემოს დაცვის ღონისძიებების დატენანსება. საზოგადოების სოციალური პასუხისმგებლობა არის ბუნებაში ქცევის შესაბამისი კულტურა, თითოეული ადამიანის ბრძოლა იმ გარემოს დაცვისათვის, სადაც ცხოვრობს.

სახელმწიფოს მაქსიმალური სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება მისი ყველა ობიექტისადმი ზრუნვაში, ადამიანისათვის მაქსიმალურ სოციალურ პასუხისმგებლობად ჩაითვლება გარემოს, კულტურის, სახელმწიფოს და ადამიანის წინაშე არსებული პასუხისმგებლობა, ხოლო მინიმალურად – პასუხისმგებლობა ადამიანისა და სახელმწიფოს წინაშე. აადამიანისათვის პასუხისმგებლობა დასაშვებ დონეზე ჩაითვლება თავისი თავისა და სხვა პირის მიმართ. ბიზნესისათვის მაქსიმალური სოციალური პასუხისმგებლობა იქნება ყველა ობიექტის წინაშე პასუხისმგებლობა. მინიმალური - საზოგადოების, სახელმწიფოსა და გარემოს წინაშე. რაც შეეხება პასუხისმგებლობის დასაშვებ დონეს, იგი შეიძლება იყოს მინიმალურზე დაბალი, მაგრამ მიიჩნეოდეს მიზამშენონილად და არ ვრცელდებოდეს მთელს ბიზნესზე. პასუხისმგებლობა კი გამოიხატებოდეს სახელმწიფოსა და საზოგადოების წინაშე.

დღეისათვის არსებულ ბიზნეს სუბიექტთა უამრავ მოდელს შორის შედარებით აღსანიშნავია შემდეგი: (შადილოვ 2010:94)

1. ნეოკლასიკური მოდელის ბიზნესსუბიექტები არსებული ტექნოლოგიების გამოყენებით, თავისი საწყისი მატერიალური, შრომითი და ფინანსური რესურსებით აწარმოებს იმ ოდენობის და სახეობის პროდუქციას, რის საშუალებასაც აძლევს საკუთარი შესაძლებლობები, ადგენს ისეთ ფასს, რითაც მიიღებს მაქსიმალურ მოგებას, ან თავის საქმიანობის სხვა მნიშვნელოვან მაჩვენებელს. იმ ბიზნესსუბიექტის სოციალური პასუხისმგებლობა რომლებიც ღებულობენ მაქსიმალურ მოგებას ქმნიან სამუშაო ადგილებს, აწარმოებენ ხარისხიან პროდუქციას და საზოგადოებრივ მომსახურებებს, ამრავლებენ საზოგადოებრივ სიმდიდრეს და უზრუნველყოფენ დასაქმებას.

2. ინსტიტუციონალური მოდელის ბიზნესსუბიექტის კონცეფცია ემყარება ბიზნესსუბიექტის ინდივიდუალურ და ჯგუფურ მონაწილეთა შესაძლებლობებს, რეალურ და საეჭვო კონტრაქტებს წარმოების თანამონაწილეებს შორის, იმ ტრადიციებსა და წესებს, რომლებიც განსაზღვრავს მათი მოქმედების ჩარჩოებსა და თავისებურებებს. ბიზნესსუბიექტის ამ მოდელისათვის დამახასიათებელია პასუხისმგებლობის ისეთი ფორმები რომლებიც წარმოიშობა წარმოების შიდა და გარე გარემოს შორის. საქმე ეხება კარგი საქმიანი რეპუტაციის შექმნას. აქ საფუძველს წარმოადგენს ხელშეკრულებები შრომით კოლექტივთან და კონტრაქტები, რომელთა თავისდროული შესრულებაც წარმოადგენს სოციალურ პასუხისმგებლობას.

3. ევოლუციური მოდელის საწარმოს მოქმედება განისაზღვრება სხვა ბიზნესსუბიექტებთან ურთიერთობით მისი შინაგანი მახასიათებლებით. კერძოდ, იმ დადგენილი წესებით, რომელთა მიხედვითაც ხდება შინაგანი და გარეგანი ზემოქმედებების წინააღმდეგ ღონისძიებების დასახვა. საწარმოს ხელმძღვანელობა ცდილობს რა შეეგუოს სახელმწიფო მენტალიტეტს, იყოს სამეურნეო საქმიანობის კონკურენტუნარიანი მონაწილე. შეიმუშავებს და ნერგავს თავის წესებს დღა ნორმატივებს თანამშრომლებსა და კონტრაგენტებთან ურთიერთობის სფეროში. ამასთან, ძირითადი ყურადღება ექცევა სხვა საწარმოებთან ურთიერთობებს.

4. მენარმეობითი ფირმის მოდელი ეყრდნობა ბიზნეს სუბიექტის შესახებ კონცეპტუალურ წარმოდგენას, როგორც მენარმეობითი ინიციატივის თანმდევ სფეროს და მენარმის კუთვნილი რესურსების გამოყენებას. მთავარი არის მენარმის დამოკიდებულება ბიზნესთან. ბიზნესსუბიექტის ამ მოდელისათვის დამახასიათებელია სოციალური პასუხისმგებლური მოქმედება რომელიც გამომდინარეობს შრომითი ურთიერთობიდან. მენარმისათვის, როგორც ბიზნესსუბიექტის ხელმძღვანელისათვის მთავარია, რომ შრომითი კოლექტივი იყოს მტკიცე (შეკრული), მის წევრებსა და ხელმძღვანელობას შორის იყოს ნდობის მაღალი ხარისხი. გვამომდინარე აქედან, მენარმე მუდმივად უნდა იმუშაოს თავისი თანამშრომლების სოციალური პოლიტიკის შექმნისა და სრულყოფისათვის.

5. „გადარჩენის თეორიის“ მოდელის ბიზნეს სუბიექტი გარდამავალ პერიოდში მუდმივად ცვალებად გარემოს პირობებს ვერ ეგუება. სამეურნეო სისტემის ელემენტებს შორის კავშირი ვერ უზრუნველყოფს მათ სტაბილურ არსებობას, რის გამოც ბიზნესსუბიექტის ძირითადი ამოცანა გადარჩენაა. ასეთ პირობებში წარმოების ხელმძღვანელი ღებულობს გადაწყვეტილებას მიიღოს მოკლევადიანი სარგებელი. აამიტომ რაიმე სოციალურ საპასუხისმგებლო საქმიანობაზე საუბარი შეუძლებელია.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხობრივ და ეთიკურ მაჩვენებლებს განვიხილავთ ქვეყანაში არსებული სოციალური და ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტის მექანიზმების თავისებურებების გათვალისწინებით.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის სამუშაო ადგილების, ქველმოქმედებისა და საზოგადოების სხვადასხვა ფენის დახმარების სხვადასხვა ფონდის შექმნა, საკუთარი წარმოების გარემოს დაცვის უზრუნველყოფა და სხვა მრავალი, რომლებიც ქვეყანაში სოციალურ სტატუსს იცავს.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიდგომის დანერგვა ბიზნესსუბიექტების პოლიტიკაში, მენეჯმენტში და პრაქტიკაში, საქართველოსათვის სიახლეა. არ არსებობს სოციალურად პასუხისმგებელი ბიზნესის პრაქტიკის სტანდარტული რეცეპტი - ეს პრაქტიკა სხვადასხვა ბიზნესსუბიექტებისა და ქვეყნების შესაბამისად. ამიტომაც არ არსებობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ერთადერთი,

ამომწურავი და უნივერსალური განსაზღვრებაც. ევროკავშირი ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას ამგვარად განსაზღვრავს: „კონცეფცია, რომლის თანახმადაც კომპანიები ნებაყოფილობით ითვალისწინებენ სოციალურ და გარემოსდაცვით საკითხებს მათ ბიზნეს საქმიანობაში და მათ ურთიერთობაში მათი საქმიანობის შედეგებში დაინტერესებულ ყველა მხარესთან“ (საქართველოში...2007:7)

„ბიზნესლიდერების საერთაშორისო ფორუმი“-ს აზრით, ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაში იგულისხმება ბიზნესის ისეთი წარმართვა, რომელსაც საზოგადოებისათვის სარგებლობა მოაქვს და ხელს უწყობს სოციალურად, ეკონომიკურად და ეკოლოგიურად მდგრად განვითარებას ბიზნესის საზოგადოებაზე პოზიტიური გავლენის მაქსიმიზაციისა და ნეგატიური გავლენის მინიმიზაციის გზით. (ჭითანავა...2008:481)

ქვეყანაში ბიზნესმა უნდა განსაზღვროს თავისი სოციალური როლი. ამ პროცესის საფუძველს წარმოადგენს ის, რომ ბიზნესმა უნდა გააცნობიეროს თუ როგორ პირობებში იქნება ის მაქსიმალურად დაინტერესებული ადგილზე სოციალური ვალდებულებების შესრულებაში, მისი როგორი მოქმედება შეიძლება მიჩნეული იქნას სოციალურ პასუხისმგებლობად. ეს კონტექსტი განისაზღვრება ქვეყნის ბიზნესის საერთაშორისო ინტეგრაციით და მსოფლიო პრაქტიკაში შემოსული ტერმინით „სოციალური პასუხისმგებლობა“.

„სოციალური პასუხისმგებლობა“ ეს არის კონცეფცია რომელიც აფუძნებს რომ ბიზნესი პასუხისმგებელია დაიცვას არა მხოლოდ კანონები, აწარმოოს ხარისხიანი პროდუქტი ან მომსახურება არამედ ნებაყოფილობით ღებულობს თავის თავზე ვალდებულებებს საზოგადოების წინაშე იმუშავოს ხალხის ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის, ღებულობს რა ამ სტრატეგიას ბიზნესი აცხადებს იმის შესახებ, რომ მან თავის განვითარებაში მიღწია მომწიფების განსაზღვრულ დონეს.

არსებობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სამი ძირითადი თეორიული დასაბუთება. პირველი გულისხმობს კორპორაციული ეგოიზმის თეორიის ამოქმედებას ე.ი. ბიზნესის ერთადერთი პასუხისმგებლობაა თავისი აქციონერების შემოსავლების გაზრდა. მეორე მოსაზრებაა – კორპორაციული ალტრუიზმის თეორია

რომელიც ადგენს, რომ კორპორაციები ვალდებული არიან მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანონ ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაში. მესამე პოზიცია წარმოგვიდგება, როგორც ერთ-ერთი ძლიერი „ცენტრალური“ თეორია - „გონივრული ეკოიზმისა“, რომლის თანახმადაც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა - ეს უბრალოდ არის „კარგი ბიზნესი“, რადგანაც ამცირებს მოგების გრძელვადიან დანაკარგებს. ბიზნესსუბიექტი ხარჯავს რა ფულს სოციალურ და ფილანთროფიულ პროგრამებზე, ამცირებს თავის მიმდინარე მოგებას, მაგრამ გრძელვადიანი პერსპექტივით ქმნის სასურველ სოციალურ გარემოს და შესაბამისად, მყარი მოგების საფუძველს. (ტურკინი 2004:47)

განასხვავებენ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შიდა და გარე მიმართულებებს. ბიზნესის სოციალურ შიდა პასუხისმგებლობას მიეკუთვნება: შრომის უსაფრთხოება, შრომის ანაზღაურების სტიმულირება, თანამშრომელთა დამატებითი სამედიცინო და სოციალური დაზღვევა, ადამიანური რესურსების განვითარება სასწავლო და კვალიფიკაციის ამაღლების პროგრამათა მიხედვით, კრიტიკულ სიტუაციებში მუშაკთათვის დახმარების განწევა.

ბიზნესის სოციალურ გარე პასუხისმგებლობას მიეკუთვნება: სპონსორობა და ქველმოქმედება, ზრუნვა გარემოს დაცვაზე, ურთიერთქმედება ადგილობრივ საზოგადოებრივ დაჯგუფებებთან და ხელისუფლებასთან, მზადყოფნა კრიზისულ სიტუაციებში მონაწილეობის მისაღებად, საქონლისა და მომსახურების მომხმარებლებს შორის პასუხისმგებლობა.

შეიძლება ყურადღება გავამახვილოთ სოციალური პასუხისმგებლობის ორი მოდელზე: ამერიკული (სოციალური ფუნქციების უმეტესობას კორპორაციები საკუთარ თავზე იღებენ) და ევროპული (სახელმწიფოს დომინირებული როლით). ამერიკულ მოდელში დომინირებს ფილანთროპია, როდესაც კომპანია მოგების ნაწილს დებს საზოგადოებისათვის სასარგებლო ინიციატივებში. ინვესტორის თვალსაზრისით ქველმოქმედებითი საქმიანობა ადასტურებს ბიზნესსუბიექტის სოციალური მდგრადობის ფაქტს რაც სხვა თანაბარი პირობების შემთხვევაში ინვესტორისათვის უფრო მეტად მიზმიდველია კაპიტალდაბანებისათვის, ამასთან ერთად ეს მოდელი

უფრო მეტ მხარდაჭერას პოულობს მოსახლეობაში, საზოგადოებრივ ორგანიზაციებსა და პერსონალში.

სოციალური პასუხისმგებლობის ევროპული მოდელი ეს არის სოციალური საქმიანობის კომპანიის დამატებითი ღირებულებების წარმოქმნის საერთო სტრატეგიაში ჩართვა. ასეთი მოდელისას ყველა დაფინანსებული ღონისძიებები მუშაობენ მაქსიმალურ მოგებაზე. ინვესტიციის უფრო მეტად გავრცელებულ ობიექტებს წარმოადგენენ: კომპანიის პერსონალის განვითარება, განათლების საქმეში თანხების ჩადება, სადაც განლაგებულია კომპანიის სამრეწველო სიმძლავრეები, გარემოს დაცვითი საქმიანობა, მეცნიერების და ტექნოლოგიების განვითარება, ქველმოქმედებითი ფინანსირება ბიზნესსუბიექტის თანამშრომელთა მონაწილეობით. (ლიტაუჩენკო...2002:148)

ანალიტიკოსების შეფასებით მსოფლიოში სოციალურად ორიენტირებული ბიზნესსუბიექტების რაოდენობა კიდევ უფრო გაიზრდება, რადგან გამოცდილებაც აჩვენებს, რომ წარმატებულთა რიცხვში ხვდებიან ის ბიზნესსუბიექტები, რომლებიც არა მხოლოდ საკუთარი ბიზნესით ინტერესდებიან, არამედ უფრო გლობალურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და გარემოსდაცვით პრობლემებზე ახდენენ ზეგავლენას.

ევროპულმა სისტემამ განვითარების ყველაზე მძლავრი იმპულსი უკანასკნელი 20-25 წლის მანძილზე მიიღო. ევროპული კორპორაციების პასუხისმგებლობა საზოგადოების წინაშე გაცილებით შეზღუდულია. ის კორპორაციული ქმედება, რომელიც აშშ-ში ტრადიციულად განიხილება, როგორც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, ევროპაში როგორც წესი, შესაბამისი სახელმწიფოებრივი ნორმებით, სტანდარტებითა და კანონებით რეგულირდება. და სწორედ ბსპ-ს ევროპული მოდელისფერთ-ერთ ძირითად თავისებურებას მისი სახელმწიფოებრივი რეგულირება წარმოადგენს. ასე მაგალითად, ევროპის მრავალ ქვეყანაში სავალდებულო სამედიცინო დაზღვევა, მუშაკთა ჯანდაცვა, საპენსიო რეგულირება და მთელი რიგი სოციალურად მნიშვნელოვანი საკითხი კანონმდებლობითაა განმტკიცებული. მთლიანობაში ბსპ-ს მრავალი ასპექტის სახელმწიფოებრივი რეგულირება მნიშვნელოვნად აღემატება ჩრდილოამერიკულ სისტემას. (ჭითანავა...2008:509)

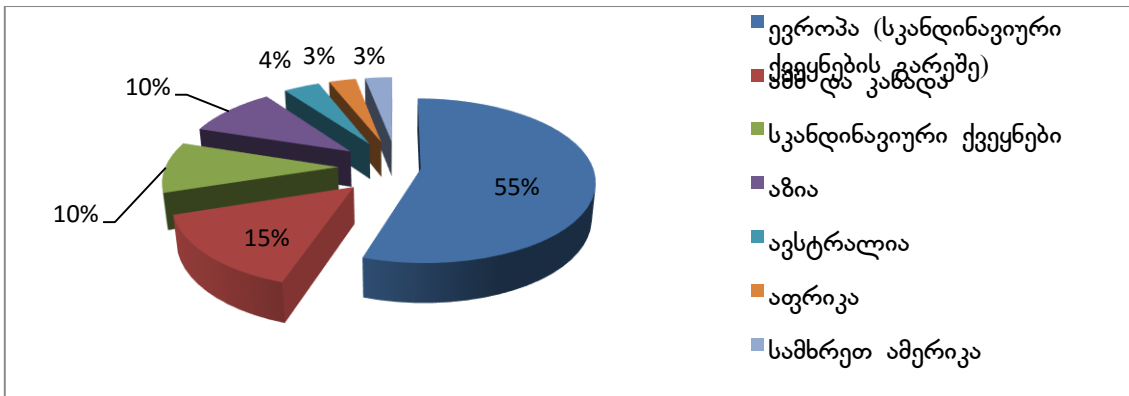
ინვესტორის თვალსაზრისით ევროპული მოდელი უფრო მიმზიდველია კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლური საქმიანობის შეფასებისას. აქვს შედარებით ხელშესახები შედეგები, რადგანაც ბიზნესსუბიექტის ხარჯები სოციალურ სფეროში იძლევა ხანგრძლივ ეფექტს ადგილობრივ საზოგადოებაზე. ეს მოდელი ხელმისაწვდომია იმ ბიზნესსუბიექტებისათვის, რომლებმაც მიაღწიეს სტაბილური ბიზნესის ხანგრძლივ განსაზღვრულ დონეს. (ტურკინი...2004:47)

1970-1980-იან წლებში სოციალური პასუხისმგებლობის სუბიექტად ტრანსეროვნული კორპორაციები მოისაზრებოდა. აღნიშნულ წლებში გაეროს დონეზე განიხილეს ტრანსეროვნული კორპორაციების ქცევის კოდექსის შემუშავების საკითხები. 2002 წელს 36 უმსხვილესმა ტრანსეროვნულმა კორპორაციებმა ხელი მოაწერა განაცხადს „კორპორაციულ მოქალაქეობაზე“, რომელშიც აღიარებული იქნა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის აუცილებლობა. 2003 წელს კი გაეროს ადამიანის უფლებათა კომისიამ მოიწონა „ტეკ-ების პასუხისმგებლობის ნორმების“ კონვენციის პროექტს, რომელის მიხედვითაც მსხვილ ბიზნესი ვალდებულია განახორციელოს სოციალური პასუხისმგებლობა.

მაგალითად, აშშ-ში კოლუმბიის უნივერსიტეტმა დააწესა პრემია ბიზნესსუბიექტების საუკეთესო სოციალურად პასუხისმგებელი ქმედების გამოვლენაზე. 1984 წელს ამ პრემიით მსოფლიოში ტანსაცმელის უმსხვილესი მწარმოებელი ფირმა "Levy Strauss" დაჯილდოვდა. 140 სანარმოო დაახლოებით 44 ათასი ადამიანი საქმიანობს ბიზნესსუბიექტმა თავისი შემოსავლის 2.4 პროცენტი საქველმოქმედო საქმიანობაზე გამოყო. აღნიშნული თანხის ნაწილი დაიხარჯა სოციალურ პროგრამებზე, მაგალითად ობოლთა თავშესაფარის შექმნა არგენტინაში, სასმელი წყლის მიწოდება ფილიპინების მეთევზეთა სოფლებში, სამედიცინო დახმარების ნებაყოფილობითი ბრიგადების შექმნა და სხვა. სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნესსუბიექტების განაწილება გეოგრაფიულ ჭრილში შემდეგნაირად გამოიყურება (დიაგრამ #2.1.1)

დიაგრამ #2.1.1

მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნესსუბიექტების განაწილება გეოგრაფიულ ჭრილში



წყარო: საკონსულტაციო კვლევითი ცენტრის Nexts Consulting-ის მასალები

ბიზნესის წარმომადგენლების მხრიდან სოციალური პროგრამების რეალიზაციის შესახებ გადანყვეტილების მიღების წინ, ხშირად ისმება კითხვა თუ რას აძლევს ეს საკუთრივ ბიზნესს? ფაქტი ერთია – ბიზნესსუბიექტების სოციალურ პროგრამებში სახსრების დაბანდების უშუალო და პირდაპირი შედეგი – ხარჯების ზრდაა.

სოციალური პროექტების განხორციელება აფართოებს ბიზნესგარემოში პარტნიორულ კავშირებს სახელმწიფო მართვის ორგანოებთან, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, რომლებიც ახორციელებენ ანალოგიურ სოციალურ პროექტებს და ასრულებენ ბიზნესსუბიექტის პროგრამებს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებთან. სწორედ ეს კავშირები და მუდმივად განხორციელებადი სოციალური პოლიტიკა კომპანიის ბიზნესს გაქრდაქმნის სოციალურად პასუხისმგებელურში. აქვე, ამ გარემოში, ბიზნესი პოულობს პარტნიორებს თავიანთი ინტერესების გავლენის მექანიზმის უზრუნველსაყოფად მათ შორის, საკანონმდებლო ინიციატივების კვალობაზე ქმნის პირობებს მუდმივი დიალოგისათვის შესაძლო პარტნიორებთან და გავლენის სფეროს გაფართოებისათვის, ქმნის ახალ ელემენტებს სახელმწიფო მართვის სისტემაში. ჩვენის აზრით, სოციალური პროგრამების განხორციელება იწვევს პოზიტიურ ცვლილებებს ბიზნესსაქმიანობაში.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფციის კონტექსტში გამოჩნდა ტერმინი „სამშავი თამაში“, რომელიც განსაზღვრავს კომპანიის ბალანსირებულ სისტემას სამი ურთიერთდაკავშირებული ასპექტის მაჩვენებლებში – ბიზნესის შემოსავლიანობის უზრუნველყოფა, გარემო პირობებზე ზრუნვა და სოციალური

პროგრამები. ამ სისტემაში აშკარად გამოიჩინა მდგრადი განვითარების ეკონომიკური, ეკოლოგიური და სოციალური კომპონენტები.

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

ძლიერი ბიზნესსუბიექტებისათვის მაქსიმალური მოგების მიღების საფუძველი არ არის მართო არსებული ხელსაყრელი ბუნებრივი რესურსების გამოყენება და ბიზნესის მოქმედების არეალში მომგებიან მდგომარეობაში ყოფნა, არამედ ხელისუფლების სერიოზული მხარდაჭერაც საჭიროა.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განმსაზღვრელი ფაქტორები შეიძლება ჩამოყალიბებული იქნას შემდეგნაირად:

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

დღევანდელ გლობალიზებულ მსოფლიოში ბიზნესსუბიექტები სულ უფრო და უფრო დიდ გავლენას ახდენენ ეკონომიკურ, ეკოლოგიურ და სოციალურ პროცესებზე. შესაბამისად, სულ უფრო მეტ ყურადღებას იმსახურებს ბიზნესის პასუხისმგებლობა საზოგადოების წინაშე, ანუ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა.

ჩვენის აზრით, თანამედროვე მსოფლიოში საზოგადოებას აინტერესებს არა მხოლოდ ბიზნესსუბიექტის საქმიანობის საბოლოო შედეგები, არამედ ისიც, თუ როგორ ახორციელებს ბიზნესსუბიექტი თავის საქმიანობას: როგორ იხარჯება ბუნებრივი რესურსები, როგორია დამოკიდებულება დაქირავებული თანამშრომლების მიმართ, როგორ ზეგავლენას ახდენს კომპანიის საქმიანობა რეგიონისა და ადგილობრივი საზოგადოების განვითარებაზე და ა. შ. რომლის გათვალისწინებით, საზოგადოება

სულ უფრო მაღალ მოთხოვნებს უყენებს ბიზნესსუბიექტებს, რათა მათ თავიანთი, საქმიანობა აწარმოონ ეთიკურად, საზოგადოების სოციალური ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი ინტერესების გათვალისწინებით.

2.2 თანამედროვე ეტაპზე ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების ღონიძირებები

ეკონომიკის პირობების თვალსაზრისით უფრო საკეთილდღეო ეტაპზე ბიზნესსუბიექტს უჩნდება სოციალური პასუხისმგებლობის გაზრდის შესაძლებლობა, რათა მოგების ნაწილი მოახმაროს ისეთ სოციალურ პროგრამებს, რომლებიც ითვალისწინებენ სხვადასხვა საზოგადოებრივი ჯგუფების მოთხოვნილებებსა და მოლოდინებს. ამდენად, საზოგადოება უფლებამოსილია ელოდოს ბიზნესისაგან სოციალური პასუხისმგებლობის ამა თუ იმ დონეს ისეთ საკითხებში, როგორცაა გარემოს დაცვა, ტრანსპორტის უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, მოსახლეობის სოციალურად დაუცველი ფენების მატერიალური უზრუნველყოფა, ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება და ა.შ.

აბრამ მასლოუს მოტივაციის თეორიის თანახმად, ფასეულობათა პირამიდის საძირკველში არის შედარებით უბრალო ფასეულობები, მაგალითად: მატერიალური. მატერიალური ფასეულობათა დაკმაყოფილების კვალდაკვალ ჩნდება სულიერი. ისეთი, როგორცაა საკუთარი საქმიანობის შედეგებით კმაყოფილება, თვითრეალიზაცია, გარშემომყოფთა მხრივ აღიარების აუცილებლობა. უპირველესად, ჩვეულებრივ, ბიზნეს ორგანიზაციები იწყებენ ყურადღების გამოჩენას საკუთარი თანამშრომლობისადმი, შემდეგ საკუთარი გარემოცვისადმი, მოსახლეობის სხვადასხვა ფენისადმი, ეკოლოგიისადმი მაგალითები შეიძლება იყოს სხვადასხვაგვარი, სკოლებისა და საბავშვო სახლების, შემოქმედებითი კოლექტივების სპონსორული დახმარებით დაწყებული და ხანგრძლივმოქმედი სოციალური პროგრამებით დამთავრებული.

საზოგადოებისა და ბიზნესის ურთიერთდამოკიდებულება განაპირობებს ბიზნეს სუბიექტების ობიექტურ არჩევანს სოციალურ პროექტებზე ორიენტირებული

ეკონომიკური სტრატეგიის სასარგებლოდ. დღეს საყოველთაოდ მიღებულია აზრი, რომ ყოველი ბიზნესსუბიექტი, რომელიც აღწევს მაღალ ეკონომიკურ შედეგებს, ვალდებულია შეიტანოს პოზიტიური წვლილი სოციალური პრობლემების გადაჭრაში. ბიზნეს სუბიექტების მიზნებში უნდა აისახოს საზოგადოებრივი მოლოდინი. (ფაჩულია...2009:179)

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია მსოფლიოს წამყვანი ორგანიზაციების კორპორაციული კულტურის რელევანტურ ნაწილს წარმოადგენს. აასე მაგალითად, თუკი კომპანია Economist Intelligence Unit –ის მიერ 2005 წელს გამოკითხულ 1192 ტოპ მენეჯერიდან მხოლოდ 30% დაასახელა თავიანთი პრიორიტეტების ნუსხაში კორპორაციული პასუხისმგებლობა, 2008 წელს ანალოგიური მაჩვენებელი 60% მიუახლოვდა. გასულ სამ წელიწადშიც შეინიშნება აღნიშნული მაჩვენებლის ზრდა. ჭკოველი ცხრა დოლარიდან, რომელიც ინვესტირდება კორპორაციულ მენეჯმენტში, ერთი დოლარი ხმარდება პუნქტს –” სოციალური პასუხისმგებლობა”. კომპანია McKinsey-მ 2007 წელს წამყვან კორპორაციებში ჩაატარა გამოკითხვები. გამოკითხულ ხელმძღვანელთა 95%-მა აღნიშნა რომ ბიზნესისაგან მოლოდინები საგრძნობლად გაიზარდა წინა წელთან შედარებითაც კი. (ფაჩულია...2009:179)

ქვეყანაში სოციალური პოლიტიკის (სრულყოფილი სოციალური დაცვის მექანიზმის ფორმირების და ფუნქციონირების) გატარების უზრუნველყოფას უნდა ემსახურებოდეს ეკონომიკის სამი ინსტიტუტი: სახელმწიფო, საზოგადოება, ბიზნესი. ააქ სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს ბიზნესის რეგულირება და სტიმულირება. სახელმწიფო თავის მხრივ აკვალიანებს სახელმწიფოს მარეგულირებელი სტრატეგიის, ხოლო ბიზნესს კი – განვითარების მიზნებისა და ამოცანების შემუშავებაში. ბიზნესი არის ინდივიდების ორგანიზებული მცდელობა, უზრუნველყოს საზოგადოება საქონლითა და მომსახურებით მისი მოთხოვნილების შესაბამისად. (ზარნაძე 2008:466)

სოციალური დაცვის სისტემის ფორმირებაში სახელმწიფოს, საზოგადოების და კერძო სექტორის თანაბარი მონაწილეობის რეგულირება შესაძლებელია რაციონალური საგადასახადო პოლიტიკის შემუშავებით. მაგალითად, აშშ-ში მთავრობის

შემოსავლის და ხარჯვის მუხლები ისეა აგებული, რომ თითოეული ინდივიდუალური ადამიანიდან დანეციებული, ბიზნესსუბიექტებით დამთავრებული, გადასახადის საშუალებით ავსებს ფედერალური მთავრობის შემოსავალს.

აშშ-ში გადასახადის პროგრესული ფორმა გამოიყენება. ფედერალური მთავრობის შემოსავლები ეს არის, ინდივიდუალური საშემოსავლო გადასახადი, სოციალური დაზრვევის გადასახადი, კორპორაციული საშემოსავლო გადასახადი, აღნიშნული სახით გადასახადების აკრეფა და შესაბამისად, მიზნობრივად მათი ხარჯვა ხელს შეუწყობს მენარმის, მთავრობის და საზოგადოების თანაბარზომიერ დამოკიდებულებას სოციალური დაცვის სისტემის ფუნქციონირების საქმეში. უფრო მეტიც, ასეთი საგადასახადო სისტემის დროს როგორც მთავრობა, ისე მენარმე და საზოგადოება თანაბრად მონაწილეობს სოციალური დაცვის სისტემის ფორმირებასა და ფუნქციონირებაში.

ბოლო წლებში საქმიანმა სამყარომ გააცნობიერა, რომ შეუძლებელია ბიზნესმა თავი აარიდოს სოციალურ პასუხისმგებლობას. თანამედროვე ეტაპზე საქართველოს ეკონომიკისათვის საზოგადოების სიცოცხლისუნარიანობის სხვადასხვა სფეროში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ექსპენსიის პრობლემა მეტად აქტუალურია.

სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია შემდეგ საკითხებს მოიცავს: სამუშაო გარემო და ადამიანის უფლებები – რამდენად შეესაბამება სამუშაო გარემო შრომის კანონმდებლობას, როგორია საკონტრაქტო სისტემა, რამდენადაა დაცული ადამიანის უფლებები; როგორია დასაქმებულთა სოციალური დაცულობა – სიცოცხლის, ჯანმრთელობის დაცვა, საპენსიო უზრუნველყოფა, არსებული ადამიანური რესურსების შესწავლა და განვითარება; გარემოსდაცვითი საკითხები – რამდენად ხორციელდება არსებული გარემოს კვლევა, გარემოსდაცვითი პროექტების დაფინანსება; მოსახლეობასთან მიმართება და სოციალური პროექტები – კერძო, სათემო, მუნიციპალური ან სამთავრობო. აქ იგულისხმება ფინანსური, პროდუქტებით, მომსახურებით, ტექნიკით, მატერიალური და ადამიანური რესურსებით დახმარება განათლების, კულტურის, სპორტის, ჯანმრთელობისა და გარემოს დაცვის სფეროებში;

ტექნიკური ტრენინგები მოსახლეობისათვის, საცხოვრებელი გარემოს უზრუნველყოფა, ანტიკორუფციული და სიღარიბისაგან თავის დაღწევის პოლიტიკის გატარება.

საზოგადოებაზე ზრუნვის გავრცელებულ ფორმად ბიზნესსუბიექტების მხრიდან ითვლება ქველმოქმედება და ფილანთროპია, რაც ბიზნესსუბიექტების მხრიდან სოციალური სოლიდარობის გამოხატულებაა. დღეისათვის ალბათ ქველმოქმედების ყველაზე პრიორიტეტულ სფეროდ პირველ ადგილზე მდგომი “ეკონომიკურად დაუცველი ჯგუფების საჭიროებაზე ზრუნვა” მიიჩნევა, რაც რამდენიმე ფაქტორის კომბინაციის შედეგია: პირველ ადგილზეა სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, დაბალია სოციალური ინვესტიციების, როგორც ქველმოქმედების ალტერნატივის შესახებ ცნობიერება, და აშკარა სოციალური ინვესტიციის პრაქტიკა შედარებით იშვიათია.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა საქართველოსთვის და გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ნებისმიერი ქვეყნისთვის შედარებით ახალი თემაა. თავდაპირველად იყო ქველმოქმედება, შემდეგ ეტაპზე, კორპორაციების ზრდასთან ერთად, მათი მოთხოვნებიც გაიზარდა და ქველმოქმედებიდან კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის კომპონენტი გაჩნდა. თუმცა ეს არ ნიშნავს, რომ ქველმოქმედება გაქრა. სოციალური კორპორაციული პასუხისმგებლობა გულისხმობს საკუთარი საქმიანობის ისე წარმართვას, რომ ამ საქმიანობაშივე შეიტანო პასუხისმგებლობა, გარკვეული პასუხისმგებლობა დაუნესო საკუთარ თავს. ქველმოქმედება არის კეთილი საქმე, რომლისგანაც უკუკავშირს არ ელოდები. სოციალური კორპორაციული პასუხისმგებლობისგან კი შედეგი უნდა მიიღო. შენ ზრუნავ სფეროს განვითარებაზე, რომ მერე უკეთ აწარმოო საქმიანობა განვითარებულ ბიზნეს გარემოში.

ქველმოქმედების გაგებას ცნობიერების ასპექტში ძალზე ფართო მოქმედების არეალი აქვს. ეს არის ზნეობრივი ქმედებაც, ქველმოქმედის მორალური თვისებებიც, ადამიანთა შორის ზნეობრივი ურთიერთობებიც და საზოგადოებრივი ჯგუფების სოციალურად სამართლიანი საქმიანობა. თუკი თეორიულად გავაანალიზებთ ქველმოქმედებას, როგორც სიკეთის ერთ-ერთ ფორმას, რომელიც საზოგადოებაში გვხვდება, უკავშირდება სიცოცხლესა და უკვდავების აზრის გაგებას. ამის მტკიცებ-

ულეზაა ის, რომ ჩვენ დღემდე გვახსოვს მეცენატები, რომელთა საქველმოქმედო საქმიანობამაც ისინი გახადა გარკვეულწილად უკვდავები.

როგორია მიზეზები, მოტივები, რომლებიც უბიძგებენ მენარმეებს თავიანთი ქონების ნაწილი შესწირონ ქველმოქმედებას. ჩვენის აზრით, ერთ-ერთი მოტივი არის ის რომ საქველმოქმედო საქმიანობას შეუძლია ხელი შეუწყოს რეკლამას, კეთილსასურველი იმიჯის შექმნას, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მასობრივ მომხმარებელთან მომუშავე ბიზნესსუბიექტებისათვის. საქმე ისაა, რომ საქველმოქმედო აქცია გაიგება, როგორც დადებითი ზნეობრივი მნიშვნელობის მატარებელი ქმედება, რომელსაც მორალური ცნობიერება აფასებს როგორც სიკეთეს. ამიტომ მწარმოებელი, რომელიც ქველმოქმედებას ეწევა ფასდება, როგორც სიკეთის მკეთებელი. ნდობას რომ იმსახურებს, ეს კი, თავის მხრივ, ქმნის დადებით რეპუტაციას, რაც ნიშნავს, რომ ზრდის მოთხოვნილებას წარმოებულ პროდუქციაზე, ეს კი ხელს უწყობს მოგების ზრდას. ქველმოქმედებამ შეიძლება ხელი შეუწყოს აგრეთვე რეპუტაციის განმტკიცებას პარტნიორების თვალში. პარტნიორებს, რომლებიც ხედავენ, რომ კორპორაცია ეწევა ქველმოქმედებას, დარწმუნებული არიან რომ მისი ფინანსური მდგომარეობა საკმაოდ მყარია, რომ იქ შეკრებილი ადამიანები, რომლებსაც სურთ მაქსიმალური მოგების მიღება, ასევე ფიქრობენ საზოგადოებაზე.

საქართველოში ბიზნესსუბიექტების საქველმოქმედო პრაქტიკის ანალიზი გამოკვეთავს სამ განსხვავებულ მიდგომას, თუ როგორ განსაზღვრავს ბიზნესსუბიექტი საქველმოქმედო საქმიანობის მასშტაბებს და მიმართულებებს.

ბიზნესსუბიექტები ქველმოქმედებას ეწევიან სპონტანურად, შემოსული თხოვნის საფუძველზე, მათ არ გააჩნიათ რაიმე წინასწარ განსაზღვრული პრიორიტეტები, სტრატეგია ან განერილი ბიუჯეტი ბიზნესსუბიექტის საქველმოქმედო საქმიანობისათვის. ეს მიდგომა შეიძლება კომპანიის ფულადი რესურსების სიმცირით აიხსნას, ეს ქველმოქმედების უფრო სტიქიურ ფორმად მოიაზრება.

ზოგიერთ შემთხვევაში ბიზნესსუბიექტს გადანყვეტილი აქვს, რომ წლის განმავლობაში გარკვეულ საქველმოქმედო საქმიანობას გასწევს, წინასწარ განერილი აქვს საქველმოქმედო საქმიანობისათვის განკუთვნილი თანხაც, მაგრამ არ აქვს

განსაზღვრული პრიორიტეტული მიმართულებები, სფეროები, ანუ არ იყის წინასწარ თუ სად დახარჯავს აღნიშნულ თანხას.

არის შემდგომი მიდგომა, როდესაც ბიზნესი ცდილობს საქველმოქმედო საქმიანობა გასწიოს ბიზნესსუბიექტის წინასწარ განსაზღვრული პრიორიტეტების და სტრატეგიის საფუძველზე. ასეთ ბიზნესსუბიექტებზე შეიძლება ითქვას, რომ მათ მიერ განეული საქველმოქმედო საქმიანობა სცილდება სტიქიური, ერთჯერადი ინიციატივების ფარგლებს და სტრატეგიულ ფილანთროპიას უახლოვდება. რაც შეეხება ქველმოქმედების ფორმებს, საქველმოქმედო საქმიანობას, უმეტესწილად ფულადი დახმარების ხასიათი აქვს. თუმცა ცალკეულ შემთხვევაში ბიზნესსუბიექტები ქველმოქმედების სახით არაფინანსურ დახმარებასაც გაიღებენ ხოლმე.

ასეთ შემთხვევაში ბიზნესსუბიექტი ცდილობს საკუთარი საქმიანობის სპეციფიკიდან გამომდინარე გასწიოს ქველმოქმედება მომსახურებით ან პროდუქციით, რომელსაც თავად აწარმოებს. აქვე შეიძლება ავლნიშნოთ, რომ ბოლო პერიოდში საქართველოში კომპანიებს სოციალური პასუხისმგებლობის ერთ-ერთი მიმართულებით მაინც განუხორციელებიათ რაიმე საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობა, თუმცა, ეს აქტივობები... ხშირად არ ეფუძნება ბიზნესსუბიექტის ერთიან, მიზანმიმართულ სოციალურ პოლიტიკას. ხშირად საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობას ქველმოქმედების ფორმა უფრო აქვთ, ვიდრე მდგრად შედეგსა და განვითარებაზე ორიენტირებული პროგრამებისა.... (ბერიძე 2009:87)

საქველმოქმედო საქმიანობა ასრულებს დიდ და დადებით როლს საზოგადოებრივ ურთიერთობაში. ქველმოქმედება - განხილული, როგორც სოციალური მთლიანობა, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს სოციალურ დაძაბულობასა და მის ზნეობრივსა და ფსიქოლოგიურ კლიმატზე. ის თუნდაც ნაწილობრივ ხსნის წინააღმდეგობრივ სიმწვავეს მდიდრებსა და ღარიბებს შორის. ამ წინააღმდეგობის გადაწყვეტა კი ქველმოქმედების მეშვეობით, განსაკუთრებით დელიკატური ფორმით ხდება. მაგრამ ერთ-ერთი მოსაზრების თანახმად ქველმოქმედება, რომელიც რეალურად პრობლემის აღმოფხვრას კი არა ისახავს მიზნად, არამედ მის სიმპტომურ მკურნალობას, საზიანოა, რადგან უბიძგებს საზოგადოებას უსაქმურობისკენ, ხოლო სოც-

იალური პასუხისმგებლობა საზოგადოების განვითარებას და პრობლემების აღმოფხვრას ემსახურება.

ჩემი აზრით, ბიზნესსუბიექტების მიერ საქველმოქმედო შეწირულობის თანამედროვე გამოცდილება არის მიზანმიმართული. მათ სურთ დაინახონ თავიანთი საქმიანობის შედეგები და ამიტომაც ამჯობინებენ დახმარების განწევას უშუალოდ მათთვის, ვისაც მათი აზრით, დახმარება რეალურად სჭირდებათ. ყველაზე ხშირად ქველმოქმედების ობიექტებს წარმოადგენენ ობოლი, უნარშემლუდული ბავშვები და მარტოხელა მოხუცები. ბევრი მენარმე ამჯობინებს უანგაროდ, ანაზღაურების გარეშე ან ძალიან დიდი ფასდაკლებით წარმოუდგინოს საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს საკუთარი მომსახურება და მატერიალური ფასეულობები. (გაჩიჩილაძე 2002:1)

საქველმოქმედო აქციებში მცირე მონაწილეობა აისახება ეკონომიკური სიტუაციის საერთო არამდგრადობით, რაც ითხოვს სარეზერვო საშუალებებს. მიუხედავად ყველაფრისა, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ბიზნესსუბიექტების წარმომადგენლები მზად არიან მხარი დაუჭირონ პროგრამებს, რომლებიც გათვლილია მოსახლეობის სოციალურად დაუცველ ფენებზე. საზოგადოებრივი ორგანიზაციები შეიძლება იყვნენ შუამავლები ბიზნესსა და ხელისუფლებას შორის. ასევე, მათ შეუძლიათ ლობიერება გაუწიონ ბიზნესის საქველმოქმედო საქმიანობის ხელშეწყობას. თავად საზოგადოებრივი ორგანიზაციების საქმიანობა ქველმოქმედებით უნდა იყოს განმსჭვალული.

ასევე, გასათვალისწინებელია რომ საქველმოქმედო პროექტების დაგეგმვაში მნიშვნელოვანია ქვეყნაში მოქმედი საგადასახადო სისტემა. დასავლურ ქვეყნებში ქველმოქმედებაზე გადასახადები საერთოდ გაუქმებულია, ხოლო საქართველოში ბიზნესსუბიექტორს საგადასახადო შეღავათით სარგებლობა მხოლოდ გარკვეულ შემთხვევაში შეუძლია და სწორედ აქ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა უპირატესად ქველმოქმედების სახით გვევლინება. (გაჩიჩილაძე 2002:1)

ბოლო წლებში დანყებულ ეკონომიკურ წინსვლას, მოსახლეობის ცხოვრების დონის ზრდას, პერსპექტივაში მივყავართ ქველმოქმედების ხელშეწყობის პირობების შექმნამდე.

საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის გაცნობიერების და არსებული მდგომარეობის შესწავლის მიზნით უკანასკნელი ოთხი წლის განმავლობაში სხვადასხვა ორგანიზაციების მიერ სხვადასხვა კვლევა ჩატარდა, რომელთა მიზანი იყო სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ ცოდნის გაღმავება საქართველოს ბიზნესმენებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და საზოგადოების წევრებს შორის; რამდენად ღიაა ბიზნესსექტორი საზოგადოების ინტერესების მიმართ; როგორია საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართ საზოგადოების დამოკიდებულება და მოლოდინი; აღნიშნული კვლევების მონაცემები შეიძლება საკმაოდ მნიშვნელოვანი აღმოჩნდეს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის ამაღლებაში. ასევე, კერძო სექტორის განვითარების დაგეგმვისა და სოციალური პასუხისმგებლობის პროექტების კვლევის მონაცემები მენეჯერებისათვის შეიძლება ერთგვარ გზამკვლევად გამოდგეს.

აქვე აღსანიშნავია ისიც, რომ ევროკავშირისა და ამერიკის შეერთებულ შტატებში კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა ბიზნესკულტურის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს. მისი დანერგვა განვითარებად ქვეყნებშიც მიმდინარეობს. სოციალურად პასუხისმგებელი ბიზნესსუბიექტები ცდილობენ თავის საქმიანობაში სოციალური, გარემოსდაცვითი და ადამიანის უფლებებთან დაკავშირებული საკითხები გაითვალისწინონ და საზოგადოების გავითარებაში თავისი წვლილი შეიტანონ.

აღსანიშნავია, რომ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის გატარების საკითხებთან დაკავშირებით გამოიცა სახელმძღვანელო "სამართლიანად გამარჯვება." აღნიშნული სახელმძღვანელო საქართველოში არსებულ და საერთაშორისო პრაქტიკას ეყრდნობა. მისი მიზანია ხელი შეუწყოს ქართული ბიზნესსუბიექტების კონკურენტუნარიანობის გაზრდას და ქვეყანაში სოციალური კაპიტალის დაგროვებას.

ჩემი აზრით, აღნიშნული სახელმძღვანელო საქართველოში მოქმედ ბიზნეს-სუბიექტებს დაეხმარება შეძლონ მაღალი კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის, ბიზნესის მომგებიანობისა და ეფექტურობის შერწყმა.

საქართველოში მოქმედი საფინანსო სექტორი განსაკუთრებით დიდ ყურადღებას აქცევს ქვეყანაში სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლებას. მიმოვიხილავ და ვეცდები დაგანახოთ ბანკების დამოკიდებულება და მიდგომა გამოვსახოთ ამ კუთხით.

1) თიბისი ბანკი, რომელიც დაფუძვნების დღიდან არა მარტო აქტიურად მონაწილეობს სხვადასხვა საქველმოქმედო, კულტურული და სოციალური პროექტების დაფინანსებაში, არამედ თავადაც იყო არაერთი პროექტის ინიციატორი.

თიბისი ბანკის სტრატეგია სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში მიმართული არის გრძელვადიანი პროექტების მხარსაჭერაზე, რომლებიც ორიენტირებულია გრძელვადიან პერსპექტივაში კონკრეტული შედეგების მიღწევაზე, საზოგადოებრივი, კულტურული და ეროვნული ფასეულობების შენარჩუნებასა და დაცვაზე. აღნიშნულ სტრატეგიას ახორციელებდნენ ძირითადი პრიორიტეტების მიხედვით. კერძოდ, სოციალური პროგრამები; ისტორიული ძეგლების რესტავრაცია; კულტურა და ხელოვნება; საქველმოქმედო ორგანიზაცია თიბისი ფონდი. 2010 წელს თიბისი ბანკმა ქველმოქმედებაზე 800 ათასი ლარი დახარჯა. 2003 წელს დაარსა ყოველწლიური ლიტერატურული კონკურსი “საბა”, საქართველოში “საბას” დაჯილდოება – წლის ყველაზე მთავარი ლიტერატურული მოვლენაა.

თიბისი ბანკი აგრძელებს ისტორიული და არქიტექტორული ძეგლების დაცვასა და რესტავრაციას. კერძოდ, 2010 წელს დიდი ბრიტანეთისა და ირლანდიის ეპარქიისათვის საკათედრო ტაძარი შეიძინა. განახორციელა ფოკას დედათა მონასტრის რეკონსტრუქცია - კეთილმოწყობა. შეიძინა უდრეხის მონასტრის, რუის-ურბნისის მამათა მონასტრისათვის ზარები, დააფინანსა ბოლნისის ეპარქიაში ღვთისმშობლის ხარების მონასტრის სამშენებლო სამუშაოები, წმ. ბარბარეს მონასტრის კეთილმოწყობა, თიანეთის და ფშავ-ხევსურეთის ეპარქიაში ტაძრის მშენებლობა; ფოთის ღვთისმშობლის სახელობის საკათედრო ტაძრის მშენებლობა, ლაგოდეხის წმ. ნნიკოლოზის სახელობის ეკლესიის მშენებლობა. ხოლო თიბისი ფონდის მიერ 2010 წლის განმავლობაში განხორციელებული პროექტების ჯამურმა ბიუჯეტმა 213 ათასი ლარი შეადგინა. ასევე, ფონდი წლის განმავლობაში აქტიურად აგრძელებდა 2008 წლის აგვისტოს მოვლენების შედეგად დაზარალებულთა

დახმარებას. 2010 წელს ფონდის მიერ განხორციელდა შემდეგი პროექტები: - დევნილი ბავშვების მუსიკალური განათლების ხელშეწყობა წეროვანში; პროექტი “ჯანმრთელი თაობა წეროვანში” - სპორტული სექციის დაფინანსება; ახალგორის კულტურის სახლის მხარდაჭერა; დევნილი ახალგაზრდობის ფსიქო –საოციალური მხარდაჭერა წეროვანში და სხვა მრავალი.

ნებისმიერმა ბიზნეს ორგანიზაციამ უნდა გაატაროს სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებები და მოახდინოს საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზაცია თანამედროვე ეტაპზე.

მიზანშეწონილია სოციალური პასუხისმგებლობის ამალღების მიზნით ბიზნეს-აქმიანობაში შემდეგი ძირითადი მიმართულებების გამოყოფა: ბიზნეს საქმიანობაში მონაწილე ყველა მხარის ინტერესების დაცვა, ბიზნესის სწრაფვა სამართლიანობისკენ, პროგრესისკენ და მსოფლიო თანამშრომლობისკენ. მომხმარებელთა კულტურული ტრადიციების გათვალისწინება, მომსახურების მაღალი ხარისხი, შეთავაზებული საქონლისა თუ მომსახურების უსაფრთხოება და ეკოლოგიური სისუფთავე. მასობრივ საინფორმაციო საშუალებებთან ურთიერთობები, რაც შესაძლებლობას მისცემს ბიზნესსუბიექტებს მოახდინონ სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების რეალიზაციის პოპულარიზაცია, ან პირიქით, მათი გაკრიტიკება, ვინც მოქმედებს აღნიშნული პრინციპების დარღვევით. ასევე, აუცილებელია სახელმწიფო სტრუქტურებთან გამჭვირვალე ურთიერთობა და თანამშრომლობა ისეთ სფეროებში, როგორცაა: დასაქმება, სოციალური დაცვა, გარემოს დაცვა, საგანმანათლებლო და საკვლევო პროგრამების სპონსორობა, ჯანდაცვა და სხვა;

სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების განხორციელება ბიზნესსუბიექტების სტრატეგიაში, მენეჯმენტში და პრაქტიკაში საქართველოსათვის სიახლეა. არ არსებობს სოციალურად პასუხისმგებელი ბიზნესის პრაქტიკის სტანდარტული რეცეპტი - ეს პრაქტიკა სხვადასხვაა ცალკეულ ბიზნესსუბიექტებსა და ქვეყანაში. მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში წლების მანძილზე მიმდინარეობდა დისკუსია თუ როგორი უნდა იყოს ბიზნესის როლი საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ამალღების საქმეში, ბიზნესის ეთიკური ფუნქცია არ არის მხოლოდ კაპიტალის დაგროვება, გადასახადების

გადახდა, სამუშაო ადგილების შექმნა და კანონის ფარგლებში საკუთარი საქმიანობის განვითარება, მათ თავიანთ თავზე მეტი პასუხისმგებლობა უნდა აიღონ იმ საზოგადოების კეთილდღეობაზე, რომელ გარემოშიც ფუნქციონირებენ და მეტად ჩაერიონ საზოგადოების სოციალური პრობლემების გადაჭრაში. აღნიშნულს სტიმულს უნდა აძლევდეს ბიზნესგარემო, რომელიც ეფექტურია სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლის ამალღებით.

ამიტომ მნიშვნელოვანია გამოვიკვლიოთ თუ როგორ აფასებენ ბიზნესექტორის წარმომადგენლები საქართველოში დღეისათვის არსებულ ბიზნესგარემოსა და მისი განვითარების დინამიკას, უკანასკნელი 5 წლის განმავლობაში, საზოგადოებრივად რა სასიკეთო ღონისძიებები განუხორციელებიათ, რა მაშტაბით და რა ფორმით.

აღსანიშნავია, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელება მოიაზრებს ორი მხარის, ერთის მხრივ განმახორციელებელი მხარის – ბიზნეს კომპანიების და მეორე მხრივ მიმღები მხარის საზოგადოების ცალკეული ფენების, ჩართულობას. ჩვენი კვლევა მიმართული იყო ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმწოდებელი მხარის ბიზნესსუბიექტის ქცევაზე.

სწორედ, კვლევის ძირითადი მიზანი იყო ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართ აჭარის რეგიონში მოქმედი ბიზნესსუბიექტების დამოკიდებულების შესწავლა და ბიზნესსუბიექტების სოციალური პასუხისმგებლობის ელემენტების განხორციელების არსებული გამოცდილების შესწავლა.

ამდენად, კვლევის შედეგად აჭარის რეგიონში მოქმედ ბიზნესსუბიექტების მაგალითზე შევეცადეთ პასუხი გაგვეცა და წარმოგვეჩინა შემდეგი საკითხები:

დღეისათვის არსებული ბიზნესგარემოს ზოგიერთი ფაქტორილდა მისი განვითარების დინამიკა უკანასკნელი 5 წლის განმავლობაში;

ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას როლი საზოგადოების კეთილდღეობაში; ბიზნესსუბიექტებს აქვთ თუ არა მისია და ეთიკური ფასეულობები განსაზღვრული;

ბიზნესსუბიექტები რამდენად არიან ჩართულები საზოგადოების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებაში, გარემოსდაცვით საკითხებში და რამდენად მოქმედებს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა კომპანიის დადებით იმიჯზე;

ბიზნესსექტორის კონკრეტული აქტივობა და ფორმა გარემოსდაცვითი, სოციალურ და ეკონომიკური მიმართულებით.

ახორციელებენ თუ არა სოციალურ პასუხისმგებლობას წინასწარ ჩამოყალიბებული პრიორიტეტის საფუძველზე და ანარმოებენ თუ არა განხორციელებული სოციალური პასუხისმგებლობის მენეჯმენტს, და თუ არიან მზად წვლილი შეიტანონ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებაში.

ბიზნესსექტორში დასაქმების დინამიკა.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებაში რა როლი უჭირავს ლობიზმს და სხვა მნიშვნელოვანი საკითხები.

კვლევა ჩატარდა აჭარის რეგიონში მოქმედ ბიზნესსუბიექტის წარმომადგენელთან. გამოიკვეთა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში არსებული ძირითადი ტენდენციები.

კვლევისას გამოყენებული იყო ინტერვიუს მეთოდი. ინტერვიუ მიმდინარეობდა სპეციალური კითხვარების მეშვეობით. გვამოყენებული იყო ბიზნესსუბიექტთა მონაცემთა ბაზა. ჩატარდა ინტერვიუ 350 სხვადასხვა საქმიანობის სფეროების ბიზნესსუბიექტის წარმომადგენლებთან.

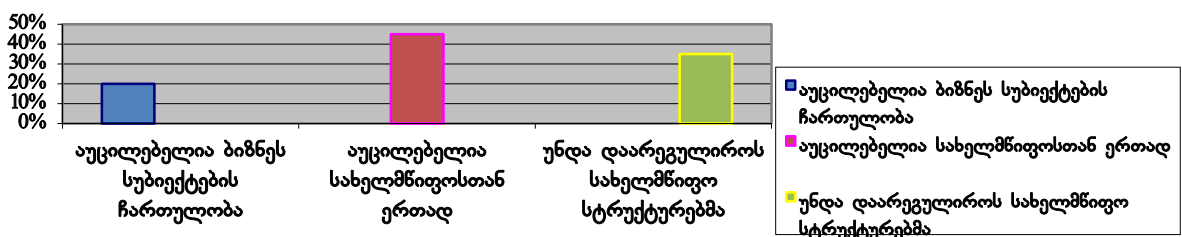
აღსანიშნავია, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის დონეს და ქვეყანაში ბიზნესის ცალკეულ სფეროში ეკონომიკის განვითარების დონეს შორის არსებობს გარკვეული კავშირი. ცხადია, წარმატებულ ბიზნესსუბიექტებს შესაძლებლობა აქვთ, რომ მეტი დახარჯონ პიარზე, ქველმოქმედებასა და საზოგადოებისათვის სასიკეთო საქმიანობაზე. აასევე, განვითარებადი, წარმატებული ბიზნესსუბიექტი უფრო მეტად ზრუნავს საკუთარ საზოგადოებრივ იმიჯზე, სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფებთან ურთიერთობაზე.

რაც შეეხება ბიზნესსუბიექტების სოციალურ პასუხისმგებლობის როლს საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაში, რესპოდენტთა 45% თვლის რომ ეს პირველ

რიგში სახელმწიფომ უნდა დაარეგულიროს, ხოლო რესპოდენტთა 20%-ის აზრით ბიზნესსექტორმა სახელმწიფოსთან ერთად უნდა დაარეგულიროს, ხოლო 35% აზრით ბიზნესსექტორია პასუხისმგებელი აღნიშნული საკითხის მოგვარებაში. აღსანიშნავია, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის არა მხოლოდ საზოგადოების წინაშე მორალური ვალდებულებების შესრულება, არამედ ის კეთილმოყოფელ გავლენას ახდენს უშუალოდ ბიზნესსუბიექტის საქმიანობაზეც. შეიძლება ითქვას, ბიზნესის სოციალური პოლიტიკის შემუშავება, დანერგვა არის ნაბიჯი ბიზნესსუბიექტის აღიარებისაკენ არა მარტო საერთაშორისო ბაზარზე, არამედ საკუთარ ქვეყანაშიც. ის აძლიერებს აქციონერთათვის ბიზნესის მიმზიდველობას, იწვევს ბიზნესსუბიექტის პროდუქციაზე მოთხოვნილების ზრდას, ხელს უწყობს მომხმარებლის შენარჩუნებას, შრომითი რესურსების მოზიდვასა და პერსონალის მეტ ლოიალობას აგრეთვე, ხელისუფლებასთან ურთიერთობის გაუმჯობესებას. რაც უფრო ხელშემწყობი ბიზნესგარემოს შექმნაში აისახება. სწორედ კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ ბიზნესსუბიექტის დადებითი იმიჯის ჩამოყალიბებაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობის განხორციელებას.

(გრაფიკი #3.4.1)

ბიზნეს სუბიექტების სოციალური პასუხისმგებლობის როლი საზოგადოებრივ კეთილდღეობაში



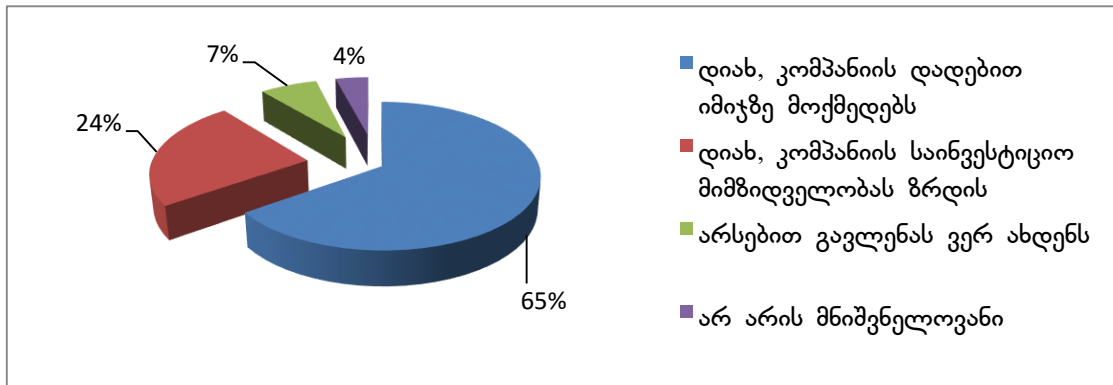
წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

გამოკითხულთა უმრავლესობა (65%) ეთანხმება იმ გარემოებას, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელება მნიშვნელოვანია კომპანიის დადებითი იმიჯის

ჩამოყალიბებისათვის. 24 % აზრით კომპანიის საინვესტიციო მიმზიდველობას ზრდის, 7% აზრით არსებით გავლენას ვერ ახდენს, ხოლო 4% აზრით სოციალური პასუხისმგებლობა არანაირ გავლენას არ ახდენს კომპანიის იმიჯზე. (დიაგრამა #3.4.1)

დიაგრამა #3.4.1

კომპანიის დადებით იმიჯს ჩამოყალიბებაში სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობა

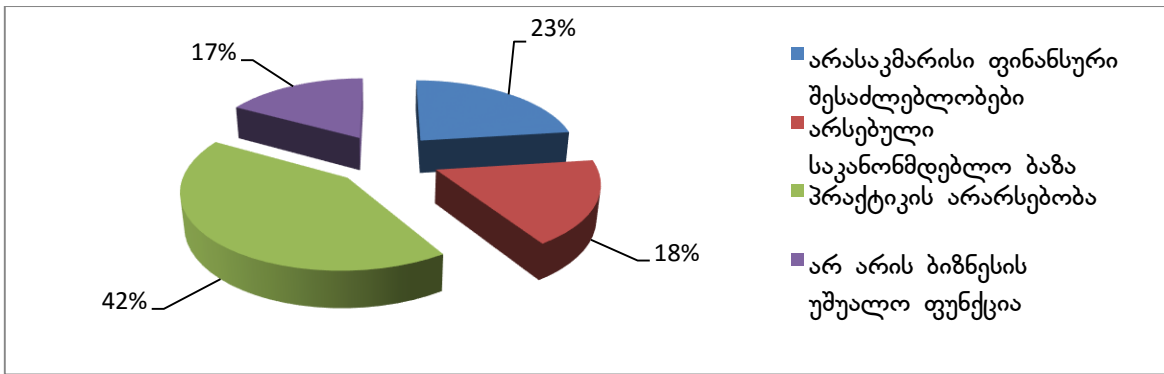


წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

მართალია, ბიზნესსუბიექტების მენეჯერები აცნობიერებენ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის დადებით ზეგავლენას მათ საქმიანობაზე, მის მნიშვნელობას ბიზნესსუბიექტის დადებით იმიჯზე. ამასთან, მათი აზრით აღნიშნულის განსახორციელებლად გარკვეული ხელისშემშლელი ფაქტორებიც არსებობს. კერძოდ, ხელისშემშლელ ფაქტორთა შორის დასახელდა მსგავსი პრაქტიკის არასებობა/ნაკლებობა (42%), კანონმდებლობის არარსებობა (18%), არასაკმარისი თვინანსები (23%), არაა ბიზნესის უშუალო ფუნქცია (17%). (დიაგრამა #3.4.2)

დიაგრამა #3.4.2

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების რეალიზაციის ხელისშემშლელი ფაქტორები



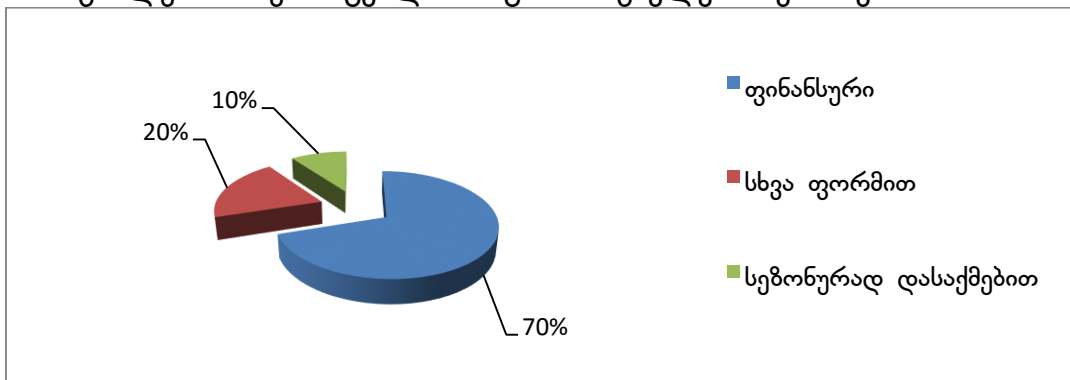
წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

როგორც კვლევამ აჩვენა, საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმიანობის განხორციელებისას ბიზნესსუბიექტების უმრავლესობა სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ფორმად ძირითადად მხოლოდ ფინანსურ ნაკადებს მოიაზრებს და ნაკლებად ინფორმირებულია, ან სხვა ფორმით (მაგალითად, საკუთარი პროდუქციის, ტრანსპორტის, შენობა-ნაგებობის დათმობა, სწავლების დაფინანსება, სეზონური დასაქმება და სხვა) განახორციელებს. (დიაგრამა #3.4.3)

მმიუხედავად იმისა, რომ ბიზნეს სუბიექტებს მეტ-ნაკლებად განსაზღვრული აქვთ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების პრიორიტეტული სფეროები და მიმართულებები, ამ საქმიანობის განხორციელების მენეჯმენტი და მონიტორინგი იშვიათად ან საერთოდ არ ხორციელდება. 60% საერთოდ არ ანხორციელებს სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებული აქტივობის მენეჯმენტს, ხოლო 40%-ის აზრით აქტივობის მენეჯმენტი იშვიათად მაგრამ მაინც ხორციელდება.

დიაგრამა #3.4.3

სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ფორმები

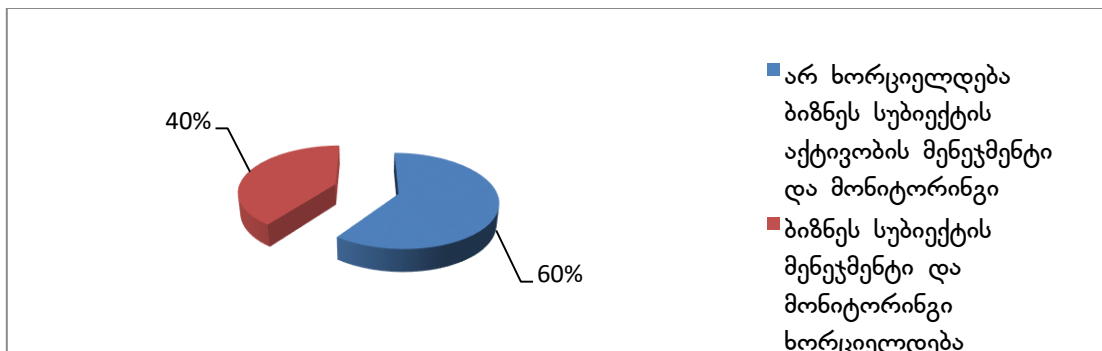


წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

მაგალითად, ზოგიერთი ბიზნესსუბიექტის აქტივობის მენეჯმენტს და მონიტორინგს ახორციელებს ბიზნესსუბიექტის ერთ-ერთი განყოფილება, რომელიც დამატებით ფუნქციად ითვისებს. (დიაგრამა #3.4.4)

დიაგრამა #3.4.4

სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებული აქტივობის მენეჯმენტი და მონიტორინგი

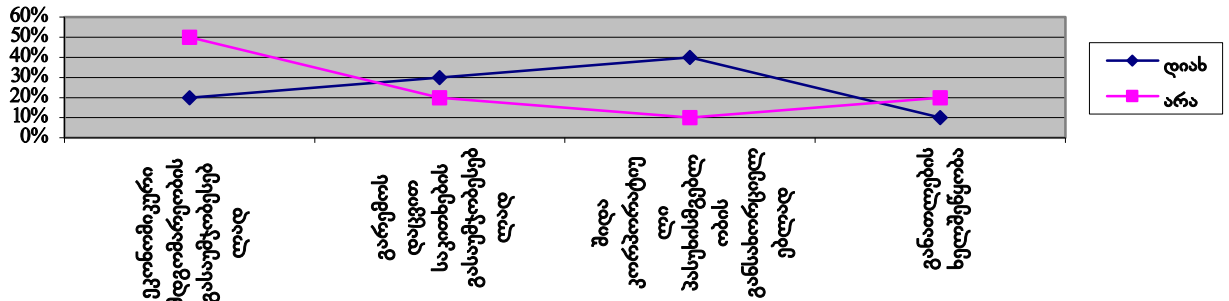


წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

ამასთან, გაჩვენებთ რამდენად არის მზად ბიზნესსუბიექტი მზად წვლილი შეიტანოს სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებაში და კონკრეტულად რომელი მიმართულებით

გამოკითხულ რესპოდენტთა მცირე ნაწილი ფიქრობს, რომ ბიზნეს სექტორი არ არის მზად სამომავლოდ წვლილი შეიტანოს სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა მიმართულებით განსახორციელებლად. ხოლო რესპოდენტთა უმრავლესობა თვლის რომ ბიზნეს სექტორი მზად არის წვლილი შეიტანოს სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებაში. თუ რომელი მიმართულებით ეკონომიკური მდგომარეობის

გაუმჯობესების, გარემოსდაცვითი საკითხების გაუმჯობესების, შიდაკორპორატიული პასუხისმგებლობის, განათლების ხელშეწყობით აპირებენ პასუხისმგებლობის განხორციელებას გვიჩვენებს გრაფიკი #3.4.5



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

მაგალითად საქართველოში კომპანია ჯეოსელის მუშაობის მნიშვნელოვანი ნაწილი დაფუძნებულია საერთაშორისო სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპებზე. კომპანიის მიერ იქნა ინიცირებული მრავალი პროექტი რომელიც გულისხმობს კულტურული მემკვიდრეობის გადარჩენა-შენარჩუნებას, განათლების სფეროს და სპორტის მხარდაჭერას, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ადამიანების საზოგადოებაში ინტეგრირების ხელშეწყობას, გარემოს დაცვას.

2011 წელს კომპანია ჯეოსელის მხარდაჭერით აღდგენილი იქნა საქართველოს თეატრის, მუსიკის, კინოს და ქორეოგრაფიის სახელმწიფო მუზეუმში აღმოჩენილი იოჰანე შტრაუსის, გრიგოლ ორბელიანის და გრიგოლ რობაქიძის სამი უნიკალური ხელნაწერი.

ასევე 2011 წელს განხორციელდა სოციალური ფოტო-პროექტი 10 შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ბავშვი და 10 ცნობილი ადამიანი ერთი იდეის ირგვლივ გაერთიანდა. იდეის მიზანი იყო – გავხადოთ ჩვენი ქვეყანა ადაპტირებული მათთვის ვისაც შესაძლებლობები შეზღუდული აქვს. 2009 წელს ჯეოსელის საუკუნის პროექტი იყო იყალთოს აღდგენა. (სოციალური..2011..)

ბიზნესგარემოს ფორმირებაში მნიშვნელოვანი ადგილს იკავებს ლობირების ინსტიტუტი. ბიზნესსუბიექტები მიიჩნევენ რომ ლობიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლებაში და უმრავლესობა თვლის

(65%) რომ ლობისტის როლი უნდა შეასრულოს სახელმწიფო სტრუქტურებმა, წარმატებულმა პოლიტიკოსებმა, სხვადასხვა დარგის სპეციალისტებმა, ცნობილმა ადამიანებმა.

საბოლოოდ აღნიშნულმა კვლევამ გვიჩვენა, რომ:

ბიზნესსექტორის წარმომადგენლები ძირითადად პოზიტიურად აფასებენ დღეისათვის ქვეყანაში არსებულ ბიზნეს გარემოს და მისი განვითარების დინამიკას. გამოკითხულთა უმრავლესობა თვლის, რომ გასული 5 წლის მანძილზე ამ თვალსაზრისით მდგომარეობა უკეთესობისაკენ შეიცვალა.

ბიზნესსუბიექტები დღეს თავიანთი უშუალო საქმიანობის გარდა, თავის ფუნქციად აგრეთვე მოიაზრებენ საზოგადოების ცხოვრების გაუმჯობესებაში, სოციალური და ეკოლოგიური პრობლემების მოგვარებაში აქტიურ მონაწილეობას.

მცირეა იმ ბიზნესსუბიექტების რიცხვი, რომლებიც საკუთარი მისიის განაცხადში მიუთითებენ კომპანიის მიზნებზე, საქმიანობებსა და სამიზნე ჯგუფებზე. კვლევამ აჩვენა, რომ ბიზნესსუბიექტებს არ აქვთ მკაფიოდ განსაზღვრული კონკრეტულად რა საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევას ცდილობს, ბიზნესსუბიექტი თავისი საქმიანობით რა ეთიკურ პრინციპებს ეყრდნობა პარტნიორებთან, მომწოდებლებთან, თანამშრომლებთან თუ ზოგადად საზოგადოებასთან ურთიერთობაში.

ბიზნესსუბიექტების წარმომადგენელთა საკმარისი ინფორმირებულობის ხარისხი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ არც თუ ისე მაღალია. რაზეც მეტყველებს ის ფაქტიც, რომ დღესდღეობით ბიზნეს სექტორის წარმომადგენლები თანაბრად მოიაზრებენ როგორც კანონით დაკისრებული ვალდებულებების შესრულებას და ბიზნესსაქმიანობის ხარისხიანად წარმოებას მაგალითად გადასახადების გადახდა, გამჭვირვალე ბიზნეს საქმიანობა, მომხმარებელთათვის ხარისხიანი პროდუქციის და სერვისის მიწოდება, ინვესტიციების მოზიდვა, ბიზნესის გაფართოება და ა.შ. ასევე, კანონით გათვალისწინებული მოთხოვნების მიღმა სხვადასხვა სახის საზოგადოებრივად სასიკეთო პროექტების და საქმიანობის განხორციელება.

აღნიშნულთან დაკავშირებით ინფორმირებულობის არასაკმარის დონეზე მიუთითებს ისიც, რომ გამოკითხულ ბიზნესსუბიექტის წარმომადგენელთა უმრავ-

ლესობა სოციალურ პასუხისმგებლობასა და ქველმოქმედებას შორის ძირითად განმასხვავებელ ნიშნად ასახელებს, რომ სოციალური პასუხისმგებლობა სავალდებულოა, ხოლო ქველმოქმედება – ნებაყოფილობითი.

ბიზნესსექტორის წარმომადგენლები ადეკვატურად აფასებენ სოციალური პასუხისმგებლობის დადებით ზეგავლენას კომპანიის უშუალო საქმიანობაზე. სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მოტივად კომპანიის დადებითი იმიჯის ჩამოყალიბება გამოიკვეთა, რაც, თავის მხრივ, განაპირობებს ისეთ ფაქტორებს, როგორცაა მომხმარებელთა და თანამშრომელთა ლოიალურობა, კომპანიის საინვესტიციო მიმზიდველობა და სხვა.

მიღებული მონაცემების თანახმად, კვლევაში მონაწილე ბიზნეს სუბიექტების უმრავლესობას გასული ხუთი წლის მანძილზე ამა თუ იმ სფეროში განუხორციელებია რიგი საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობა. თუმცა ეს აქტივობა, უმეტესწილად, არ ეფუძნება ბიზნეს სუბიექტის ერთიან, გააზრებულ სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკას. ხშირად საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობას ქველმოქმედების ფორმა უფრო აქვს, ვიდრე მდგრად შედეგსა და განვითარებაზე ორიენტირებული პროგრამისა. მეორეს მხრივ, რესპოდენტები სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებულ აქტივობად ხშირად მოიაზრებენ საკუთარი ბიზნეს სუბიექტის უშუალო ბიზნეს საქმიანობას, პრემიებს და სხვა.

აღსანიშნავია, რომ ბიზნესსექტორისაგან საზოგადოება (მომხმარებელი) უფრო მეტს ელის მაგალითად, კონკრეტული ადამიანების დახმარებას, საქველმოქმედო აქციებს და არა მდგრად შედეგსა და განვითარებაზე მიმართულ პროექტების განხორციელებას. აამდენად, ჩვენ ვფიქრობთ საჭიროა საზოგადოებაში ცნობიერების ამაღლებაზე მიმართული ღონისძიებების განხორციელება ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის და ბიზნესის საზოგადოებაზე ზრუნვის შესახებ.

სოციალური პასუხისმგებლობის უდიდეს საერთაშორისო ინიციატივას წარმოადგენს გაეროს გლობალური შეთანხმება, რომელიც მსოფლიოს 90 სახელმწიფოში აერთიანებს 3 ათასზე მეტ ბიზნესსუბიექტს. აღნიშნულ შეთანხმებას მხარს უჭერს გაეროს ყველა წევრი სახელმწიფოს მთავრობები.

რაც შეეხება სოციალური პასუხისმგებელი ბიზნესსუბიექტების საქართველოს ქსელს 2006 წელს გაეროს ინიციატივის `გლობალური შეთანხმება` მხარდაჭერით შეიქმნა და მოქმედებს როგორც ბიზნესის პასუხისმგებლობის პოპულარიზაციის პლატფორმა. რომელიც 36 კომპანიას, (სახალხო ბანკი, ბანკი რესპუბლიკა/სოსიეტ უენერალი, ნიკორა, ჯეოსელი და სხვა.) არასამთავრობო და სამეცნიერო ორგანიზაციასა და აკადემიურ ინსტიტუტებს აერთიანებს. ქსელის საქმიანობას კოორდინირებას უწევს ამერიკის სავაჭრო პალატა გაეროს განვითარების პროგრამის მხარდაჭერით.

ევროატლანტიკურ სივრცეში ინტეგრაციის მიზნით ასევე მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია ევროპის სოციალური ქარტიის რატიფიცირება, რომელსაც ხელი ჯერ კიდევ 2000 წლის 30 ივნისს მოეწერა. მაგრამ მისი რატიფიცირება, გარკვეული მიზეზების გამო ვერ მოხერხდა. სოციალური ქარტიის ძირითადი პრინციპებია: დასაქმება და შრომის ანაზღაურება; ცხოვრებისა და სამუშაო პირობების გაუმჯობესება; სოციალური დაცვა; პროფესიული განათლება; ჯანმრთელობის დაცვა; ბავშვებისა და ახალგაზდობის დაცვა; მოხუცებსა და ინვალიდებზე ზრუნვა და ა.შ. დღეისათვის ევროპის სოციალური ქარტია ხელმოწერილია ევროსაბჭოს წევრი 46 ქვეყნიდან 45-ის მიერ, ხოლო რატიფიცირებულია მხოლოდ 36 ქვეყანაში. საქართველო აღიარებს სოციალური ქარტიის პრინციპებს და უნდა დაიწყოს მისი აქტიური დანერგვა, რაც პირველ რიგში მოტივატორებით, შემდეგ კი სხვა უმნიშვნელოვანესი საკანონმდებლო აქტების ჰარმონიზაციით უნდა გამოიხატოს.

თავი III – საბანკო სექტორი და სოციალური პასუხისმგებლობა

3.1 - სოციალური პასუხისმგებლობა - ქართული ბანკების პრიორიტეტული მიმართულება

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა საზოგადოებისთვის აქტუალურ და საინტერესო სფეროებზე პოზიტიურ ზეგავლენას ითვალისწინებს.

ამ მიმართულებით შემოქმედა დღევანდელ მიმოხილვაში აქცენტი გავაკეთე საქართველოში მოქმედი წარმატებული ბანკების მაგალითზე. აღსანიშნავია, რომ საბანკო სექტორი აქტიურად არის ჩართული სოციალური პასუხისმგებლობის წინა პლანზე წამოწევაში. მნიშვნელოვანია, თანმიმდევრულად სწორად იყოს გაგებული სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობა, რადგან ეს ქველმოქმედება არ არის და მხოლოდ სიკეთის გაკეთებას არ მოიცავს, სოციალური პასუხისმგებლობა არის ერთგვარი ნაბიჯი მომავალი წარმატებისკენ.

საქართველოში 1992 წლის შემდეგ განხორციელებული დიდი და მიზან-მიმართული დეინდუსტრიალიზაციის შემდეგ რთულია ილაპარაკო სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ, მაგრამ ევროპის კავშირთან ჩვენი სახელმწიფოს ასოცირების ნების მანიფესტირების პირობებში ჩნდება იმედი, რომ სოციალური პასუხისმგებლობა თეორიული მსჯელობებიდან, დროის გარკვეული მონაკვეთის გავლის შემდეგ, საზოგადოებისა და ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური ცხოვრების პრაქტიკულ რეალობად იქცევა.

სოციალური პასუხისმგებლობა სახელმწიფოს, თვითმმართველობის, კერძო და საჯარო სექტორის სოციალური პოლიტიკის საიმედო შეფასების კრიტერიუმი და ეფექტურობის მამტკიცებელი ნიშანია. მასზეა დამოკიდებული საზოგადოების სულა-გეზი, როგორც პროგრესისკენ, ასევე რეგრესისკენ.

საქართველოში დღეს მოქმედი საკუთრების, წარმოებისა და გაცვლის სისტემის პირობებში ნათელია რომ სოციალურ-შრომითი ურთიერთობების სუბიექტებს არა თანასწორი სოციალური პასუხისმგებლობა გააჩნიათ. ეს პასუხისმგებლობა იდეალურ სიტუაციაში ყველა სუბიექტზე თანაბრად უნდა ნაწილდებოდეს, მაგრამ საქართველოს რეალობა ამ იდეალისაგან ძალიან შორს დგას.

ქვეყანაში მიმდინარე ეკონომიკური პროცესების შეფასებისას განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა აქვს რომ საზოგადოების ყველა შემადგენელი სოციალურ-პროფესიული ნაწილის სოციალურ-ეკონომიკური ნორმატივები პროგრესისკენ მიემართებოდეს. თუ ეს ფაქტი სახეზეა, თუნდაც ეს ხდებოდეს სახელმწიფო ბიუჯეტის დეფიციტის პირობებში, შეიძლება თამამად ითქვას რომ ქვეყანაში სოციალური პასუხისმგებლობა მოქმედებს. დიახ სახელმწიფო ინსტიტუტებს სოციალური უპასუხისმგებლობის შემთხვევაში შეუძლიათ არად ჩააგდონ სოციალური ფასი, მაგრამ ეს უკვე თავად ამ ინსტიტუტების არაეფექტურობისა და დემორალიზაციის მაჩვენებელი იქნება და მასზე განსაკუთრებული პასუხისმგებლობა დგება მძაფრი სოციალური წინააღმდეგობისა და სოციალური ცვლილებების სახით.

საზოგადოებაში სოციალური პასუხისმგებლობის ძირითადი პარამეტრების გამოვლენა იოლი საქმე არაა, რადგან ეს პარამეტრები თავისი ხასიათიდან გამომდინარე არაერთგვაროვანნი და მრავალ რიცხოვანნი არიან.

საზოგადოებაში სოციალური პასუხისმგებლობა პირველ რიგში კონკრეტულ-ისტორიულ გარემოებებზეა დამოკიდებული. როგორია საკუთრების, წარმოებისა და გაცვლის სისტემა, ვინ არიან საზოგადოების ფორმალური და არაფორმალური ლიდერები, რა ხასიათს ატარებს საზოგადოების სოციალურ-პროფესიული ჯგუფების სოციალური ორგანიზებულობა, განსაკუთრებით კი მშრომელთა პროფკავშირული დარაზმულობა, რამდენად ადეკვატურად აღიქვამს საზოგადოების სოციალური სტრუქტურა მის გარშემო არსებულ ობიექტურ რეალობას, როგორ იაზრებს ახალ იდეებს, რამდენად ეწევა სოციალურ შემოქმედებას და იღებს კონსტრუქციულ გადაწყვეტილებებს.

საზოგადოებაში წარმოქმნილი პრობლემების კომპლექსის ანალიზისას მათი განხილვა სოციალურობის პოზიციიდან უნდა მოხდეს. ეს კი ნიშნავს კეთილდღეობას ყველასთვის, გამონაკლისის გარეშე. კაცობრიობის ცხოვრებაში მომხდარმა ცვლილებებმა ამ მიდგომის მართებულობა მრავალგზის დაამტკიცა.

დღეს სოციალური პასუხისმგებლობის ცნების საზღვრები გაფართოვდა. მასში შედის ადამიანის არა მხოლოდ ძირითადი მატერიალური ინტერესები, როგორც

არის გარანტირებული დასაქმება, ბინა, განათლება, ჯანდაცვა, სოციალური უზრუნველყოფა, შრომის სამართლებრივი და ტექნიკური, ასევე ეკოლოგიური უსაფრთხოება, არამედ მისი თავისუფალი ღრო და წარმოების მართვაში თანამონაწილეობაც.

სახელმწიფოს პირველი რიგის სოციალური პასუხისმგებლობა მისი მოქალაქეების სოციალური უფლებების ეფექტურ დაცვაში გამოიხატება. ამ დებულებიდან გამომდინარე ნათელია რომ საქართველოში 2006 წელს სოციალურ-შრომითი ურთიერთობების ნორმატიული რეგულირების ტოტალურად მომსპობი შრომითი კოდექსის მიღებით, ვითომ თანასწორ სუბიექტთა შორის ხელშეკრულებითი ურთიერთობები კი არა, დისკრიმინაციული ურთიერთობები დამკვიდრდა. 2013 წელს განხორციელებულმა ცვლილებებმა შრომის კოდექსიდან უკიდურესად ოდიოზური ფორმულირებები გააქრო, მაგრამ ყველაზე დიდი ოპტიმისტიც კი ვერ იტყვის რომ კოდექსი ევროპული შრომითი სტანდარტების შესატყვისი გახდა. ეს არაა გასაკვირი, რადგან 2012 წლის სახელისუფლებო ცვლილების მიუხედავად საქართველოს მიერ გაეროს შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის რატიფიცირებული კონვენციების რიცხვი კვლავ 16-ს არ აღემატება. სრულად რატიფიკაცია არ ეღირსა არც ევროპის სოციალურ ქარტიას (შესწორებული). მიმდინარე პროცესები არ გვარწმუნებს რომ ამ მიმართულებით ხელისუფლების ინიციატივით რატიფიკაციის პროცესი აღდგება.

სახელმწიფოს სოციალური პარტნიორობის პრინციპის სამართლებრივი ხელშეწყობით შეუძლია ეფექტურად განავითაროს სოციალური სფერო. სახელმწიფოს მონოპოლია არაა სოციალური პასუხისმგებლობა, მაგრამ მისი მონოპოლიაა შრომასა და კაპიტალს შორის ურთიერთობების ჰუმანიზაციის სამართლებრივი უზრუნველყოფა. სახელმწიფოს პრიორიტეტი უნდა გახდეს წარმოებისა და გაცვლის პროცესის ჰუმანიზაცია. ეს გზას გაუხსნის მატერიალური ინტერესების ცივილიზებულ შეთანხმებებს, სოციალურ-შრომით ურთიერთობებში მყოფ სუბიექტებს შორის სოციალური პასუხისმგებლობის გადანაწილებას.

სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპი სახელმწიფოს ავალდებულებს იყოს ეკონომიკაში სოციალური პარტნიორობის რეალურად განხორციელების გარანტი,

შრომასა და კაპიტალს შორის პერიოდულად წამოჭრილი პრობლემების, სოციალური სამართლიანობის პრინციპის შესაბამისად განმახორციელებელი არბიტრი. სახელმწიფო უნდა იჩენდეს ინიციატივას რომ გენერალური, დარგობრივი ტერიტორიული სამმხრივი შეთანხმებები – სოციალური პარტნიორობის განვითარების ყველაზე თვალსაჩინო დოკუმენტები იყოს სოციალური პასუხისმგებლობისა და სოციალური სამართლიანობის შინაარსით დატვირთული. ამ ფუნქციის განხორციელებით სახელმწიფო არა მხოლოდ მატერიალურ საკითხებს გადანყვეტს, არამედ ხელს შეუწყობს მშრომელში პიროვნული თვისებების განვითარებას.

დროთა განმავლობაში საზოგადოებაში სოციალური პარტნიორობის განვითარებასთან ერთად ბიზნესის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობაც განიცდის ტრანსფორმაციას. მისი საქმიანობის ეკონომიკურ შემადგენელს სოციალურიც ემატება და ბიზნესის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა მისი ტრადიციული ჩარჩოებიდან გამოდის, იგი ბიზნესის ორგანული ნაწილი ხდება.

პროფკავშირების სოციალურ პასუხისმგებლობაზე ბევრად არის დამოკიდებული ქვეყნის ეკონომიკის სტაბილურობა, მისი მდგრადი განვითარება. ეს ფაქტორი თვალნათლივ უნდა გაიაზროს სახელმწიფომ, ბიზნესმა და მთელმა სამოქალაქო საზოგადოებამაც.

დღეს საქართველოს სოციალური კანონმდებლობა შორსა დგას ევროპული სოციალური სტანდარტებისგან. ეს ფაქტი ხელს უშლის საქართველოს პროფკავშირულ მოძრაობას მის საქმიანობაში. სახელმწიფოს სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელოვანი საკითხია პროფკავშირებთან თანამშრომლობით შეიმუშავოს სოციალური კანონების ბლოკი. კონტრაგენტთა შორის სოციალურ-შრომითი მოლაპარაკებები ეფექტური იქნება მხოლოდ პროგრესული სოციალური კანონების ბლოკის ამოქმედებით. სხვა შემთხვევაში ეკონომიკური პროცესები სილატაკის აღმოფხვრისკენ კი არა სილატაკის გამრავლებისკენ წარიმართება. კანონთა ამ ბლოკის გარეშე ლატაკთა რიგებს კვალიფიციური მშრომელებიც შეავსებენ, ახალგაზრდობა კი კონვეირული წესით წავა ემიგრაციაში, რადგან სოციალურად უპასუ-

ხისმგებლო სახელმწიფო არ იზრუნებს სამართლებრივ ცვლილებებზე, სოციალურად უპასუხისმგებლო ეკონომიკა კი გაზრდის ფასებს და დასცემს ხელფასს.

სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემის მნიშვნელოვან ელემენტს ფსიქოლოგიური ფაქტორიც წარმოადგენს. როდესაც ქვეყანაში არც ისტორიული ოპტიმიზმია და არც ოპტიმისტური რეალობა, ხოლო სოციალურად უპასუხისმგებლო ლიბერტარიანიზმი მორიგე ანარქო-კაპიტალისტური ქაოსით იმუქრება, აუცილებელი ხდება საზოგადოებრივი ცხოვრების არეალზე მშრომელთა დარაზმულობის და მათი სოციალური პასუხისმგებლობის მანიფესტირება. სოციალური პროგრესი, როგორც მიზანი, მისკენ სავალი გზის ეტაპები, მექანიზმები, შეფასების ინდიკატორები – ეს მშრომელთა ზრუნვის საგანი და მათი სოციალური პასუხისმგებლობის საუკეთესო გამოვლინებაა.

მსოფლიოსა და განსაკუთრებით ევროპის გამოცდილება გვაჩვენებს რომ მხოლოდ დეკლარაციებით საქმე არ კეთდება. საჭიროა პროგრესული სოციალური კანონების ბლოკი და ბიზნესის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ტრადიციული ჩარჩოების გაფართოვება. ეკონომიკური ეფექტურობა სოციალური პასუხისმგებლობით უნდა გაჯერდეს. ამ ვითარებას კი კი სოციალური პარტნიორობის პრინციპის სრული ამუშავება ესაჭიროება. სოციალურ-შრომითი კონფლიქტები სოციალური პასუხისმგებლობის სისტემის ამოქმედებით არ გაქრება, მაგრამ გაჩნდება სამოქალაქო საზოგადოების სრულფასოვანი თანამონაწილეობით მათი ცივილიზებული მოგვარების სწრაფი და ეფექტური მექანიზმი.

საქართველოს სოციუმის მდგომარეობა მის ეკონომიკაში სოციალური პასუხისმგებლობის ფორსირებული ტემპით გავრცელებას მოითხოვს. სახელმწიფოსაც და ბიზნესსაც პროფკავშირები აქტური მოქმედებით აჩვენებენ სოციალური პასუხისმგებლობის მაგალითებს და დროა ამ მხრივ კუთვნილი სიტყვა საჯარო და კერძო სექტორმაც თქვას. სოციალური პასუხისმგებლობა საზოგადოებაში სამმხრივია და ის სრული სერიოზულობით ითხოვს ისტორიულად და რეალურად ოპტიმისტურ პასუხს. (არაბიძე. 2015)

დღესდღეობით საქართველოში მოქმედი წარმატებული ბანკები არაერთი მსგავსი პროექტით იწონებენ თავს, განვიხილოთ რამოდენიმე მათგანი:

თიბისი ბანკის მიერ მხარდაჭერილი პროექტები მრავალფეროვანია, მათ შორისაა ბიზნესის განვითარება და ხელშეწყობა, ნიჭიერი ახალგაზრდების განათლება და პროფესიული განვითარება, კულტურა, ხელოვნება, სოციალურად აქტუალური თემები, რაგბის პოპულარიზაცია და სხვა.

დაარსების დღიდან თიბისი ბანკმა მიზნად დაისახა საკუთარი წვლილის შეტანა ხალხის საყოველთაო კეთილდღეობაში მთელი საქართველოს მასშტაბით. თიბისი ბანკი არის მრავალი კულტურული და სოციალური პროექტის ინიციატორი და დამფინანსებელი.

ბანკის სოციალური პასუხისმგებლობის პროექტების ფარგლებში, თიბისი ბანკის მიერ დაფუძნებული იქნა თიბისი ფონდი, რომელიც მიზნად ისახავდა საქართველოში 2008 წელს მომხდარი რუსეთ საქართველოს კონფლიქტის შედეგად დაზარალებულთა დახმარებას. ბანკმა თიბისი ფონდი დააფუძნა 5 მლნ ლარით და, მალევე, დამატებით კიდევ 3 მლნ ლარი მოიზიდა მისი პროგრამებისთვის. ამჟამად, თიბისი ფონდი ყველაზე ფართო მასშტაბიანი სოციალური პროექტია, რომელიც ქართული კერძო სექტორის მიერაა განხორციელებული. მისი ძირითადი მიზანია ლტოლვილი მოსახლეობისათვის ჯანდაცვის მომსახურების გაუმჯობესება და შესაძლებლობების შექმნა ქვეყნის შიგნით იძულებით გადაადგილებული ახალგაზრდა თაობებისთვის.

სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით, ბანკის მიზნებს შორისაა საქართველოს ისტორიის, ეროვნული ფასეულობების დაცვა, ხელოვნებასა და კულტურაში მოღვაწეთათვის შესაძლებლობების შექმნა და ნათელი მომავლის უზრუნველყოფის ხელშეწყობა ქართველი ლტოლვილებისთვის. ბანკი მიზნად ისახავს ისეთი ცვლილებების განხორციელებას, რომლებიც საზოგადოებას სარგებელს მოუტანს როგორც გრძელვადიან, ისე მოკლევადიან პერსპექტივაში.

2011 წლის განმავლობაში, თიბისი ბანკმა სულ 1.0 მლნ ლარი დახარჯა შემდეგ პროექტებზე:

ისტორიული და არქიტექტურული ძეგლების აღდგენა;

საქართველოს მაღალმთიან რეგიონებში ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა;

ხელოვნებისა და კულტურის განვითარების ხელშეწყობა;

ლტოლვილების მხარდაჭერა (თიბისი ფონდი).

თიბისი ბანკი, 2003 წლიდან, არის ყოველწლიური ლიტერატურული კონსურსის – საბას - თანა-დამფუძნებელი, რომლის მიზანია საუკეთესო ლიტერატურული ნამუშევრის დაჯილდოება. ყოველწლიური დაჯილდოების ცერემონიალი წარმოადგენს ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ლიტერატურულ ღონისძიებას საქართველოში.

2012 წლის დეკემბერში, ბანკი მისი 20 წლის იუბილეს იზეიმა. ამ ზეიმისათვის თიბისი ბანკმა წამოიწყო ხელოვნებასთან დაკავშირებული პროექტის 20/12 განხორციელება. ეს არის საქართველოში განხორციელებულ პროექტებს შორის ყველაზე ინოვაციური, რომლის ფარგლებშიც სპეციალური ინტერნეტ-ტელევიზია იქნა გაშვებული. პროექტის მიზანია ხელოვნების განვითარება ქვეყანაში, ახალგაზრდა მხატვრებისათვის დახმარების განევა საკუთარი თავის გამოხატვაში მათი ვიდეობისა და სტატიების გამოქვეყნების მეშვეობით, რომლებიც მათ საკუთარ შემოქმედებით ნამუშევრებს ეხება. გარდა ამისა, 20/12 პროექტი შესაძლებლობას უქმნის ახალგაზრდა პროდიუსერებს საკუთარი სცენარების დანერგვა და გამოჩენილ ქართველ პროდიუსერებთან ერთად კინოფილმების გადაღებაში, საიტის TBC ARTAREA მხარდაჭერით

თიბისი თანამშრომლებზე ორიენტირებული სოციალური პროექტებითაც გამოირჩევა. ესენია პროფესიული განვითარების პროგრამები, რომლებიც უცხოეთში სწავლას გულისხმობს, "თიბისი აკადემია", ფონდი "თიბისელები თიბისელებისთვის", მრავალშვილიანების ფინანსური წახალისება და სხვა.

2015-2016 წლებში, თიბისი ბანკის მხარდაჭერით განხორციელებული პროექტების არასრული ჩამონათვალი კი ასეთია: ბიზნესის მხარდაჭერის პროგრამა – უფასო ტრენინგები და კონსულტაციები ბიზნესში მოღვაწე ადამიანებისთვის; "ბიზნესდაჯილდოება 2016" – ყველაზე მასშტაბური დაჯილდოება ბიზნესის სფეროში, რომელიც შარშან პირველად ჩატარდა და 500-ზე მეტი კომპანია მონაწილეობდა; წერექართულად – ინიციატივა, რომელმაც მრავალი პროექტი გააერთიანა, მათ შორის, შრიფტების

კონკურსი "ქართული ა", ფონტების ინჟინერიის კურსები, აი კუბი – ინოვაციური სათამაშო-თავსატეხი ბავშვებისთვის ბრაილის შრიფტით, მაიკროსოფტის სათარგმნი პლატფორმა; ონის მხარეთმცოდნეობის მუზეუმის რეაბილიტაცია; თიბისი ბანკი – სახელმწიფო ბალეტის მეგობარი; ნიკო ფიროსმანის ორი ნამუშევრის "შოთა რუსთაველისა" და "თამარ მეფის" სრული რესტავრაცია; თიბისი ბანი – რაგბის კავშირის გენერალური სპონსორი და ყველა ასაკობრივი ნაკრების მთავარი პარტნიორი; ონლაინ-პლატფორმა statusdonates.ge, რომლითაც ნებისმიერ მსურველს შეუძლია ქველმოქმედებაში ჩართვა; ფონდი "მზიურის" გადასარჩენად და "სოციალური კაფე" ახალი მზიურისთვის; 12 ახალგაზრდა არტისტის ორიგინალური ნამუშევრები, რომლებიც უკონტაქტო სტიკერების სახით, ყველასთვის ხელმისაწვდომია; მთის კურორტების მხარდაჭერა; სან-დიეგოს უნივერსიტეტის წარმატებული სტუდენტებისთვის დაწესებული სტიპენდია; 100-ზე მეტი გამოფენა თიბისი გალერეასა და არტ-გალერეაში; ისტორიული სოფლის ჭაჭკარის რეაბილიტაციის ვაზის მესხური ტერასების აღდგენის პროექტი სამცხე-ჯავახეთში; მოსწავლე-გამომგონებელთა კონკურსის "ლეონალო და ვინჩის" მხარდაჭერა და ერთწლიანი სტიპენდია გამარჯვებული მოსწავლეებისთვის.

სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში, თიბისი ბანკი პროექტებს მომავალშიც განახორციელებს. 2017 წელს, აქცენტი კვლავ ბიზნესის მხარდაჭერაზე, ახალი თაობის წახალისებაზე, კულტურასა და რაგბზე გაკეთდება. 30 იანვარს, თიბისი გალერეაში გამართული პრეზენტაცია მუსიკალურად თიბისის ბენეფიციარმა, 13 წლის ნიჭიერმა პიანისტმა, ირაკლი ფხაკაძემ გააფორმა.

თიბისი ბანკსა და საქართველოს სახელმწიფო ოპერის თეატრს შორის ურთიერთთანამშრომლობა მიზნად ისახავს საბალეტო ხელოვნების პოპულარიზაციას, ერთობლივი კულტურული და სოციალური პროექტების განხორციელებას. საბალეტო დასის წარმატებები, როგორც ქართულ ისე საერთაშორისო სცენაზე გულგრილს არ ტოვებს ხელოვნების მოყვარულებს. ქართული კულტურის მხარდაჭერა თიბისი ბანკის სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელოვანი მიმართულებაა. თიბისი ბანკი მოხარულია, რომ საქართველოს სახელმწიფო ბალეტის პარტნიორი ხდება, რითაც

ხელს შეუწყობს საბალეტო ხელოვნების განვითარებას და კიდევ უფრო მეტ პოპულარიზაციას.

გასულ წლებში პოპულარობით სარგებლობდა თიბისი ბანკისა და „ელიტ ელექტრონიქსის“ ერთობლივი აქცია, რომელიც გულისხმობდა სწრაფ განვადებებზე სპეციალური შეთავაზების გაკეთებას საჯარო სკოლის მასწავლებლებისათვის.

პროექტი სამინისტროს მხარდაჭერით ხორციელდებოდა და იგი პედაგოგებს და განათლების სფეროში მომუშავე სხვა პირებს საშუალებას აძლევდა „ელიტ ელექტრონიქსის“ ქსელში თიბისი ბანკის სპეციალური შეთავაზებით ესარგებლათ. გარდა ამისა „ელიტ ელექტრონიქსი“ აქციის წევრებს სთავაზობდა დამატებით სარგებელს ფასდაკლებების სახით. ფასდათმობა ნებისმიერი ტექნიკის შეძენისას ხორციელდებოდა.

აქციის ფარგლებში საჯარო სკოლისა და სისტემის თანამშრომლებმა ისარგებლეს მნიშვნელოვანი შეღავათებით სწრაფ განვადებაზე. სესხის გაცემა მოხდა გამარტივებული პირობებით. კერძოდ, სესხი დაუმტკიცდება ყველას, ვისაც, „კრედიტინფოს“ საინფომაციო ბაზაში უარყოფითი საკრედიტო ისტორია არ აღენიშნებოდა, ან მიმდინარე ვადაგადაცილება არ გააჩნდა.

„თიბისი ბანკმა“ მრავალშვილიანი თანამშრომლების წასახალისებლად 600 000 ლარის ფულადი პრემია გასცა. როგორც „ინტერპრესნიუსს“ „თიბისი ბანკიდან“ აცნობეს, 600 000 ლარის ფინანსური მხარდაჭერა 48 მრავალშვილიან თანამშრომელზე - ეს „თიბისი ბანკის“ შიდა სოციალური პროგრამის, „მრავალშვილიანი თიბისელების კლუბის“ 5 წლის შედეგებია.

მათივე ინფორმაციით, მრავალშვილიანი თიბისელების კლუბი“ მამუკა ხაზარაძის ინიციატივით 2013 წელს ჩამოყალიბდა, „თიბისი ბანკის“ სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში.

„პროგრამის მიხედვით, „თიბისი ბანკის“ ყველა თანამშრომელს, რომელსაც მეოთხე ან მომდევნო შვილი შეეძინება, „თიბისი ბანკისგან“ პრემიის სახით 10 000

ლარი გადაეცემა. ხოლო მეექვსე შვილის შეძენის შემთხვევაში, ბანკი თანამშრომელს 50 000 ლარით აჯილდოებს.

გარდა ერთჯერადი ფულადი პრემიებისა, "თიბისი ბანკი" 3 და მეტშვილიან თანამშრომლებს საჩუქრად გადასცემს სპეციალურად მათთვის დამზადებულ ორდენებს, რაც მრავალშვილიანი თიბისელებისა და მათი შვილებისთვის წამახალისებელ შეთავაზებებსა და ღონისძიებებს მოიცავს.

მრავალშვილიანი თიბისელების დაჯილდოების საზეიმო ღონისძიება ყოველ წელს იმართება. პროგრამის მიზანია ქვეყანაში დემოგრაფიული მონაცემების გაუმჯობესება და თანამშრომლებზე ზრუნვა, რომ ოჯახის ახალ წევრს ფინანსურად უზრუნველყოფილები შეხვდნენ.

საქართველოს ბანკის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ფუნდამენტური პრინციპებია: ცოდნა, ზრუნვა და ინოვაცია.

კომპანიის დაარსებიდან დღემდე საქართველოს ბანკი აქცენტს აკეთებს განათლებასა და ცოდნაზე, როგორც გრძელვადიან წარმატებულ სტრატეგიაზე, რადგან განათლებისა და ცოდნის მხარდაჭერა და მათი საქვეყნოდ გაზიარება ჩვენი საზოგადოების კეთილდღეობაზე აისახება.

საქართველოს ბანკი არაერთი საქველმოქმედო და სოციალური პროექტის ინიციატორი და მხარდამჭერია.

ბანკი კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას, ძირითადად, ფონდ „სიცოცხლის ხის“ მეშვეობით ახორციელებს.

ფონდი სოციალური საკითხების მოგვარებაზე ზრუნავს და სხვადასხვა კომპანიისა თუ მომხმარებლების აქტიური ჩართულობით მიზნად ისახავს საქართველოს უკეთესი მომავლის შექმნას.

სოციალური აქტივობის ძირითადი მისიაა:

შემზადებული შესაძლებლობების მქონე პირების განათლების და საზოგადოებაში ინტეგრაციის ხელშეწყობის და გარემოს ადაპტირების გზით, მათი ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაზე ზრუნვა.

ფონდი შშმ ბავშვების მხარდასაჭერად პარტნიორ ორგანიზაციებთან ერთად მდგრად პროექტებს ახორციელებს; ამ დროისთვის უკვე განხორციელდა 60-ზე მეტი პროექტი, რომელთა საერთო დაფინანსებამ 3 მილიონ ლარს გადააჭარბა. ასევე, პერიოდულად ცხადდება საგრანტო კონკურსებიც, სადაც შშმ პირების დასახმარებლად აქტიურად ერთვებიან არასამთავრობო ორგანიზაციები, საინიციატივო ჯგუფები თუ სხვა შესაბამისი დაწესებულებები.

სიცოცხლის ხე საქართველოში სოციალური მენარმეობის აქტიური მხარდამჭერია და მიზნად ისახავს წარმატებული სოციალური სანარმოების დაფუძნებისა და სოციალური მენარმეობის განვითარების ხელშეწყობის გზით სოციალური საკითხების მოგვარებას.

„2008 წლის კონფლიქტით დაზარალებულთა მხარდაჭერის ფონდი“ 2008 წელს დაფუძნდა. ფონდის დაფუძნების მთავარი მიზანი გახლდათ 2008 წლის აგვისტოს მოვლენების შედეგად დაზარალებულთა დახმარება. ფონდის დახმარებით კონფლიქტის ზონაში დაინყო საგანმანათლებლო დაწესებულებების აღდგენა, განხორციელდა სარეაბილიტაციო პროექტები ახალგაზრდა დედებისა და ბავშვებისათვის, დაფინანსდა სპეციალური კურსები ბიზნესის დამწყებთათვის, ასევე ხორციელდებოდა აქტივობები აგვისტოს კონფლიქტის დროს ხანძრების შედეგად გადამწვარი ტყის აღდგენის მიზნით. ფონდის მხარდაჭერით გაიხსნა ოჯახური ტიპის ბავშვთა სახლი ქალაქ რუსთავში. 2014 წლიდან ფონდმა განახლებული მიმართულებები გამოაცხადა. ესენია: შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვების, განათლებისა და გარემოს დაცვის მხარდაჭერა.

ფონდ „სიცოცხლის ხის“ მისიაა მივცეთ შესაძლებლობა კომპანიებსა და მომხმარებლებს ეფექტურად და გამჭვირვალედ იზრუნონ საქართველოს უკეთესი მომავალის შექმნისათვის.

„სიცოცხლის ხის“ ერთი-ერთი მთავარი ფასეულობა გულისხმობს უანგაროდ სიკეთის კეთება და სხვებზე ზრუნვა ადამიანური ბუნების ნაწილია. მუდმივი ხასიათი აქვს დიალოგს საზოგადოებასა და პარტნიორებს შორის, ითვალისწინებენ მათ მოსაზრებებს და გულისხმობით ეკიდებიან ყოველივეს, რადგან მხოლოდ სხვებზე

ზრუნვის ერთობლივი წადილი და მეტი გულისხმიერება მოგვცემს შესაძლებლობას შევექმნათ უკეთესი მომავალი.

სს "ლიბერთი ბანკი" სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით დიდი ხანია ჩაბმულია სხვადასხვა პროექტებში, მათ შორის აღსანიშნავია:

ლიბერთი ბანკისა და "ნიკორა სუპერმარკეტის" ერთობლივი აქცია, რის საშუალებითაც ლიბერთის სოციალური ბარათის მფლობელები, მათ შორის პენსიონერები და სოციალური დახმარების მიმღები პირები, მთელი ქვეყნის მასშტაბით, "ნიკორა სუპერმარკეტის" ნებისმიერ ობიექტზე ყველაზე მოთხოვნად 350-მდე დასახელების პროდუქტზე საუკეთესო ფასით ისარგებლებენ.

"ნიკორა სუპერმარკეტის" ყველა ობიექტზე ლიბერთის სწრაფი გადახდის ტერმინალია განთავსებული და სოციალური ბარათის ნებისმიერი მფლობელი, ბარათით გადახდისას, შეძლებს ისარგებლოს სპეციალური ფასებით.

„ლიბერთისა“ და „ნიუ ჰოსპიტალს“ შორის ურთიერთთანამშრომლობის მემორანდუმი გაფორმდა, რომლის თანახმადაც პენსიის მიმღები მომხმარებლები სამედიცინო სერვისებს სპეციალურად მათთვის შემუშავებული პირობებით მიიღებენ.

განსაკუთრებული პირობებით ლიბერთის სოციალური ბარათის მფლობელები ისარგებლებენ და 30%-იანი ფასდაკლებით შეძლებენ ჩაიტარონ კვლევები გულის დაავადებების, შინაგანი ორგანოების, სახსრების და სხვა მიმართულებებით.

უკვე მესამე წელია რაც ლიბერთი საკუთარ თავზე იღებს სოციალური მომსახურების სააგენტოში დარეგისტრირებულ ყველა მოხუცებულთა პანსიონატისა და ბავშვთა სახლის კომუნალურ გადასახადებს.

ქვეყნის მასშტაბით მოხუცებულთა პანსიონატებში მცხოვრებ 290-მდე ადამიანისათვის რეგულარულად ეწყობა სიურპრიზები და შეძლებისდაგვარად ხდება დღესასწაულის შეტანა მათ ყოველდღიურ ცხოვრებაში.

ლიბერთი ბანკის სახელით, მოხდა საახალწლო საჩუქრების გაკეთება იმ ადამიანებისათვის, ვისაც სითბო და ყურადღება ყველაზე მეტად სჭირდებოდა. ახალ წლამდე რამდენიმე კვირით ადრე, მთელი საქართველოს მასშტაბით, სახელმწიფოში რეგისტრირებულ მოხუცებულთა ყველა პანსიონატს სტუმრობდა ბანკის

წარმომავლები, მათ მოისმინეს მათი სურვილები. რა თქმა უნდა, მოხუცებულებმა არ იცოდნენ რომ ბანკის თანამშრომლები იყვნენ და მათ საახალწლოდ ეს სურვილები აუსრულდათ.

ამ ადამიანების ახალი წელი განსხვავდება სხვებისაგან - მათი ძირითადი სურვილები პირველადი მოხმარების ნივთები იყო: ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი, ქედი, ხელთათმანი, ხალათი, ჩანთა თუ სხვა. თუმცა, ყველაზე მეტად მათ სტუმრობა და ჩახუტება უხაროდათ.

2014 წლის 27 აგვისტოს ლიბერთი ბანკსა და სოლიდარობის ფონდს შორის თანამშრომლობის მემორანდუმი გაფორმდა.

ბანკმა შექმნა სპეციალური ინფრასტრუქტურა, რის მეშვეობითაც ბანკის მომხმარებლებს ეძლევათ საშუალება გადარიცხონ თანხა სოლიდარობის ფონდში. დამატებით, ლიბერთი ბანკი ყოველი თვის ბოლოს რიცხავს საბანკო ოპერაციებიდან შემოსული თანხის ნაწილს.

2017 წლის 31 დეკემბრის მონაცემებით 10,022,727 ტრანზაქციაზე გადარიცხული თანხა შეადგენდა 634,6006 ლარს.

2013-2017 წლებში ლიბერთი ბანკის ბრენდის დესპანები იყვნენ ქართული სპორტის, კულტურის და მეცნიერების ამომავალი ვარსკვლავები:

მარიამ ბოლქვაძე - ჩოგბურთელი

ზაზა ნადირაძე - ნიჩბოსანი

ელენე მიდელაშვილი - ასტრო ფიზიკოსი

ნინო ხომერიკი - მოჭადრაკე

მზია ბებოშვილი - ძიუდოსტი

ირაკლი ბოლქვაძე - მოცურავე

ბექა გოჩიაშვილი - ჯამ-პიანისტი

ნიკოლოზ ბასილაშვილი - ჩოგბურთელი

მოყვანილი მაგალითების საფუძველზე გამოიკვეთა, რომ ბანკების მიერ განხორციელებული სოციალური პასუხისმგებლობა მათი წარმატების საწინდარია, რაც ეკონომიკისათვის მომავალი შემოსავლის წყაროა.

დღეს თანამედროვე მსოფლიოში წარმოუდგენელია ნორმალური რეპუტაციის მქონე კომპანია, რომელიც არ აქტიურობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით. ეს უკვე გახდა ბიზნესის წარმოების ჩვეულებრივი და გავრცელებული ფორმა. აქტიური მარკეტინგული ინსტრუმენტი გაძლიერებული კონკურენციის პირობებში ბაზარზე უპირატესობის მოსაპოვებლად, რადგან პროდუქცია იძენს დამატებით სოციალურ ღირებულებას.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის ბიზნესის რეაქცია საზოგადოების შეცვლილ მოთხოვნებზე.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში ჩართულია სამი მხარე: სახელმწიფო, ბიზნესი და საზოგადოება, რომლებიც ერთმანეთში აქტიურ კომუნიკაციას ახორციელებენ. ასევე მნიშვნელოვანი როლი აქვს მედიას, რომელიც ზემოთ ჩამოთვლილ მხარეებს შორის აქტიური კომუნიკატორია.

საკონსულტაციო კვლევითი ცენტრის Next Consulting-ის გამოკვლევით ევროპულ კომპანიებში სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხი ბევრად მაღალია, ვიდრე ამერიკულ კომპანიებში და ეს ამ ქვეყნებში არსებული ეკონომიკური სისტემის სპეციფიკით არის გამოწვეული. აღსანიშნავია, რომ ევროპულ ქვეყნებში ყველაზე მაღალი წილი სკანდინავიურ ქვეყნებს უჭირავთ, რომლებიც ცხოვრების და კეთილდღეობის დონით ლიდერები არიან მსოფლიოში.

დღევანდელი მონაცემებით მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე კომპანიების 3/4 ევროპულია, 1/4 კი ამერიკული.

ანალიტიკოსების შეფასებით მსოფლიოში სოციალურად ორიენტირებული კომპანიების რაოდენობა კიდევ უფრო გაიზრდება, რადგან მათზე “ზენოლა” მოთხოვნების თვალსაზრისით სახელმწიფოს და საზოგადოების მხრიდან მზარდია. გამოცდილებაც აჩვენებს, რომ წარმატებულთა რიცხვში ხვდებიან ის კომპანიები, რომლებიც არა მხოლოდ საკუთარი ბიზნესით ინტერესდებიან, არამედ უფრო გლობალურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და გარემოსდაცვით პრობლემებზე ახდენენ ზეგავლენას.

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

2007 წელს კი საქართველოში შეიქმნა გაეროს პროგრამა “გლობალური შეთანხმების” ქართული წარმომადგენლობა “გლობალური შეთანხმება – საქართველო”. ამ დროისათვის მისი წევრია 40-მდე ადგილობრივი ორგანიზაცია. მისი მიზანია საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის თემის პოპულარიზაცია და საერთაშორისო სოციალური ანგარიშების წარმოების პრაქტიკის დანერგვა.

საქართველოში უკვე არსებობს პრეცედენტები სოციალური ანგარიშების წარმოების, კომპანიებმა - “ბრიტის პეტროლეუმ ჯორჯია”, “ბანკი რესპუბლიკა”, “ვისოლი”, ნატახტარი – უკვე შექმნეს პირველი ქართული სოციალური ანგარიშები.

საქართველოში მოქმედი ბიზნესი თავისი მასშტაბების და შესაძლებლობებთან შეფარდებით საკმაოდ დიდი ფულს ხარჯავს სოციალურ პროექტებზე და ქველმოქმედებაზე. ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ბიზნესის სოციალური საქმიანობა არ იყოს ქაოტური და მოექცეს გარკვეულ სისტემაში. მჭიდროდ იყოს დაკავშირებული კომპანიის პრიორიტეტებთან და სტრატეგიასთან.

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

როგორ უნდა წარმოადგინონ კომპანიებმა მათ მიერ სოციალურ სფეროში გაკეთებული პროექტების შესახებ მონაცემები? ნებაყოფლობითი უნდა იყოს თუ სავალდებულო?

დღეს ეს თემა დასავლეთის ქვეყნებში განხილვის საგანია, მაგალითად საფრანგეთში არსებობს მკაცრი საკანონმდებლო რეგულირება, რომელიც

ადგილობრივ საფონდო ბირჟაზე დარეგისტრირებულ კომპანიებს ავალდებულებს გახსნან ინფორმაცია დაინტერესებული ჯგუფებისთვის. პასუხი გაცენ ისეთ კითხვებს, როგორც არის – მდგრად განვითარებაში მონაწილეობა, ეკოლოგიური ნორმების დაცვა, დასაქმებულთათვის ღირსეული პირობების შექმნა, ადგილობრივი საზოგადოებების განვითარებაში მონაწილეობა.

განვითარებული ქვეყნების უმრავლესობაში კი საზოგადოებისთვის მონაცემების წარდგენა ნებაყოფლობით პრინციპზეა აგებული. რაც უფრო გამჭვირვალეა კომპანიის საქმიანობა, მით უფრო მაღალი რეპუტაციით სარგებლობს იგი საზოგადოებაში, მიმზიდველი ხდება ინვესტორებისათვის, ინვესტ მისი აქციების ზრდას საფონდო ბირჟაზე, რაც აისახება კიდევ მისი ფინანსური მაჩვენებლების ზრდაზე. აშშ-ში, ნიუ იორკის საფონდო ბირჟაზე დარეგისტრირებული კომპანიებისთვის სპეციალური სოციალური ინდექსიც კი არსებობს, რომელიც ზრდის ფასს კომპანიის აქციებზე მისი სოციალური აქტიურობიდან გამომდინარე.

ქართული კომპანიების დიდი სოციალური პროგრამების განხორციელებას ძირითადად საკუთარი რესურსების ხარჯზე ცდილობენ, მათ ქმედებას ხშირ შემთხვევაში ერთჯერადი საქმელმოქმედი სახე უფრო აქვს ვიდრე სისტემური სოციალური პასუხისმგებლობის პროექტის. დასავლეთში სოციალური პროექტების განხორციელება ძირითადად არასამთავრობო სექტორთან მჭიდრო თანამშრომლობით ხდება. ბიზნესი ირჩევს პრიორიტეტულ მიმართულებებს, ადგენს ბიუჯეტს, აცხადებს საგრანტო კონკურსს და არჩევს არასამთავრობო ორგანიზაციას. ასევე სქემა ბიზნესის ფინანსურ და დროით რესურსების ეკონომიას ახდენს და ბენეფიციარებიც უფრო მეტ სარგებელს იღებენ, რადგან მათი საჭიროებების შესახებ ინფორმაცია აქვს არასამთავრობო სექტორს. საქართველოში ბიზნესი არასამთავრობო სექტორს ნაკლებად ენდობა და ეს კომუნიკაცია დღეს საკმაოდ დაბალ დონეზეა, თუმცა ნდობის მოპოვების კუთხით ალბათ გარკვეული დროა საჭირო, რომ ორივე მხარე დარწმუნდეს ერთმანეთთან თანამშრომლობის საჭიროებაში.

დასკვნა

- კვლევის შედეგები ადასტურებს რომ საქართველოში ჯერ კიდევ სრულყოფას საჭიროებს ბიზნესურთიერთობების სისტემა. აუცილებელია მოწესრიგდეს სახელმწიფოსა და ბიზნესის, ასევე სხვადასხვა სფეროს ბიზნესსუბიექტების, ბაზარზე მთავარი მოქმედი პირების, პარტნიორული ურთიერთობები.
- ეროვნულ ბიზნესში სოციალური პასუხისმგებლობა ხასიათდება დაბალი ხარისხით. საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ელემენტები ჯერ კიდევ შემოიფარგლება სტიქიური და ერთჯერადი ღონისძიებებით, საზოგადოების მნიშვნელოვანი ნაწილი ვერ აფასებს პასუხისმგებლობის შედეგებს, ამიტომ მიზანშეწონილად მიგვაჩნია შემუშავდეს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების ტენდენციები და მიმართულებები, სახელმწიფოსა და ბიზნესის პარტნიორული ურთიერთობების მექანიზმის გათვალისწინებით.
- ჩატარებული კვლევის საფუძველზე დავადგინეთ, რომ ბიზნესურთიერთობებში პრაქტიკულად მონაწილეობს ოთხი ჯგუფი, პირველი ჯგუფი ბიზნესმენებია, რომლებიც თავისი ეკონომიკური და იურიდიული პასუხისმგებლობის ქვეშ იღებენ ბიზნესის განხორციელების ინიციატივას, ბიზნესსუბიექტების მეორე ჯგუფი საქონლის (პროდუქცია, მომსახურება) ინდივიდუალური და კოლექტიური მომხმარებლებია. მესამე ჯგუფი არის ბიზნესში დაქირავებით დასაქმებული ადამიანები. რაც შეეხება ბიზნესურთიერთობებში მონაწილე მეოთხე ჯგუფს ეს არის სახელმწიფო ორგანოები, დანესებულებები და ორგანიზაციები. აღნიშნულ თითოეულ ჯგუფს თავისი სოციალური და ეკონომიკური ინტერესი გააჩნია. საჭიროა ინტერესთა თანხვედრი ღონისძიებების შემუშავება და ჩვენს მიერ რეკომენდირებული პრინციპების დაცვა.
- კვლევის პროცესში გამოვლინდა, რომ საქართველოში საინვესტიციო რესურსების, განსაკუთრებით უცხოური ინვესტიციების მოზიდვისათვის ხელსაყრელი გარემოს და მათი ეფექტიანი გამოყენების მექანიზმების ჩამოყალიბება ეროვნული ეკონომიკის მდგრადი და უსაფრთხო განვითარების, მოსახლეობის ცხოვრების დონისა და ხარისხის სისტემატიური ამაღლების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. ქვეყნის განვითარების ეკონომიკური პრიორიტ-

ეტების შესაბამისად წარმოვადგინეთ არგუმენტირებული მოსაზრებები საინვესტიციო პოლიტიკის, ქვეყნის ხელსაყრელი გეო-პოლიტიკური მდებარეობის, ბუნებრივი რესურსების მრავალფეროვნების, და მენარმეობრივი უნარის ეფექტური გამოყენების თაობაზე, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხს.

- ვთვლი, რომ ბიზნესსუბიექტების წინაშე არსებული პრობლემების გადასაჭრელად აუცილებელია ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის რეალიზაცია შემდეგი ძირითადი მიმართულებებით: ნორმატიული-სამართლებრივი ბაზის ფორმირება; საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო მხარდაჭერა; ბიზნეს-ინფრასტრუქტურის შექმნა; საინფორმაციო, სამეცნიერო-მეთოდოლოგიური და საკადრო უზრუნველყოფა; ბიზნესსუბიექტების სოციალური დაცვა და მათი უსაფრთხოებისათვის პირობების შექმნა; საზოგადოებრივი მხარდაჭერის სისტემის ფორმირება.
- რომ ბიზნესის პროცესებში სახელმწიფოს როლი უალტერნატივოა. საქართველოში ბიზნესის სახელმწიფოებრივი რეგულირება უნდა მოხდეს საზოგადოებრივი ინტერესებიდან გამომდინარე. სახელმწიფო ხელს უნდა უწყობდეს ჯანსაღ კონკურენციას, შემოსავლების სამართლიან გადანაწილებას, იცავდეს ეკოლოგიურ წონასწორობას, არეგულირებდეს დასაქმებისა და ინფლაციის დონეს.
- ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების ტენდენციების შესწავლამ გვიჩვენა, რომ საქართველოს ბიზნესგარემო კვლავაც მრავალი მნიშვნელოვანი გამოწვევის წინაშე დგას. საქართველოს ბიზნესგარემო ჯერ კიდევ იმყოფება განვითარების სანყის სტადიაში და განვითარების მაჩვენებლებით მთელი რიგი ფაქტორები საკმაოდ მწირედ არის წარმოდგენილი. აასევე ეკონომიკური ზრდის ხარისხი სოციალური მდგომარეობისა და ინოვაციების გათვალისწინებით კვლავ დაბალი დარჩა.
- კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ ბიზნესგარემოს გაუმჯობესებას სჭირდება ხელშეწყობა, ერთის მხრივ, სახელმწიფოს მიერ სახელმწიფოს ინსტიტუცი-

ონალური მექანიზმების შემუშავებით და მეორეს მხრივ, პარტნიორული ურთიერთობებისა და კერძო სექტორის ძალისხმევითა გაერთიანებით. სახელმწიფომ უნდა გააგრძელოს ხელსაყრელი ბიზნესგარემოს ფორმირება, რომელიც წაახალისებს კონკურენციას, ხელს შეუწყობს კონკურენციის პოლიტიკის ინსტიტუტების განვითარებას და მიაჩვენებს მათ საკმარის ძალაუფლებას და სტატუსს კონკურენციის პოლიტიკის ეფექტურად განხორციელებისათვის.

- კვლევებმა აჩვენა, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპებზე მსჯელობა ბიზნესსუბიექტების სტრატეგიაში, მენეჯმენტში და პრაქტიკაში საქართველოსათვის სიახლეა. ამიტომ საჭიროა ბიზნესსუბიექტების მიერ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამალღების შესახებ ყოველწლიური ინფორმაციის გავრცელება.
- მცირეა იმ ბიზნესსუბიექტების რიცხვი, რომლებიც საკუთარი მისიის განაცხადში მიუთითებენ კომპანიის მიზნებზე, საქმიანობებსა და სამიზნე ჯგუფებზე. კვლევამ აჩვენა, რომ ბიზნესსუბიექტებს არ აქვთ მკაფიოდ განსაზღვრული კონკრეტულად რა საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევას ცდილობს, ბიზნესსუბიექტი თავისი საქმიანობით რა ეთიკურ პრინციპებს ეყრდნობა პარტნიორებთან, მომწოდებლებთან, თანამშრომლებთან თუ ზოგადად საზოგადოებასთან ურთიერთობაში. ჩვენის აზრით აუცილებელია ბიზნესსუბიექტის მიზნებში ეს მიმართულებები გათვალისწინებული იქნეს.
- კვლევაში მონაწილე ბიზნესსუბიექტების უმრავლესობას გასული ხუთი წლის მანძილზე ამა თუ იმ სფეროში განხორციელება რიგი საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობა. თუმცა ეს აქტივობა, უმეტესწილად, არ ეფუძნება ბიზნესსუბიექტის ერთიან, გააზრებულ სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკას. ხშირად საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობას ქველმოქმედების ფორმა უფრო აქვს, ვიდრე მდგრად შედეგსა და გგანვითარებაზე ორიენტირებული პროგრამისა. მეორეს მხრივ, რესპოდენტები სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებულ აქტივობად ხშირად მოიაზრებენ უშუალო ბიზნესსაქმიანობას, პრემიებს და სხვა.

- საქართველოში ბევრი ბიზნესსუბიექტი საკმაოდ დიდ რესურსებს ხარჯავს ქველმოქმედებაში და სხვადასხვა საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობაზე. მმაგრამ ქველმოქმედება ხშირად ვერ იძენს სოციალური დაცვის უზრუნველყოფის შინაარსს. სასურველია ბიზნესის მონაწილეობას მიეცეს სისტემური ხასიათი და აგებული იქნას სახელმწიფოსთან ურთიერთთანამშრომლობის პრინციპზე. რადგან მიგვაჩნია, რომ დღევანდელ პირობებში სოციალური დაცვის მექანიზმი უნდა შედგებოდეს სახელმწიფო და კერძო სექტორის მიერ შემუშავებული ღონისძიებებისაგან.
- სოციალური პოლიტიკა ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი მართვის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მიმართულებას წარმოადგენს, რომელიც მისი მოქალაქეების და მთლიანად საზოგადოების კეთილდღეობის უზრუნველყოფის და ყოველმხრივ განვითარებისკენაა მიმართული. სოციალურ პოლიტიკას სამი ძირითადი მიზანი ამოძრავებს ესენია: 1. კეთილდღეობის უზრუნველყოფა. 2. თანაბარი უფლებები ყველასათვის და განაწილების სამართლიანობა. 3. სოციალური თავისუფლება. ჩვენ მიგვაჩნია, რომ საზოგადოებას აინტერესებს არა მხოლოდ ბიზნეს სუბიექტის საბოლოო შედეგები, არამედ ისიც, თუ როგორ ანხორციელებს ბიზნეს სუბიექტი თავის საქმიანობას სოციალურ, ეკონომიკურ გარემოსდაცვითი ინტერესების გათვალისწინებით.
- ჩვენს მიერ ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ბიზნესსუბიექტების სოციალურ პასუხისმგებლობის როლს საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაში რესპოდენტთა 45%-ის აზრით პირველრიგში სახელმწიფომ უნდა დაარეგულიროს, ხოლო რესპოდენტთა 20%-ის აზრით ბიზნესსექტორმა სახელმწიფოსთან ერთად უნდა დაარეგულიროს, ხოლო 35% აზრით ბიზნეს სექტორია პასუხისმგებელი აღნიშნული საკითხების მოგვარებაში. როგორც ჩანს ბიზნესსმენთა უმეტესობას გაცნობიერებული აქვს სახელმწიფოსთან ერთად მათი როლი და ადგილი სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების საკითხებში. აასევე, ბიზნესსექტორის წარმომადგენლები ადეკვატურად

აფასებენ სოციალური პასუხი-სმგებლობის დადებით ზეგავლენას ბიზნესუბიექტის უშუალო საქმიანობაზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

ქართული ბიბლიოგრაფია

- არაბიძე 2015: სოციალური პასუხისმგებლობა
- ბერიძე 2009: ბერიძე ლია, ქველმოქმედება, როგორც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კომპონენტი. ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“.
- ბოლქვაძე 2007: ბოლქვაძე ბესიკ „ბიზნესის ფინანსური ანალიზი: თეორია და პრაქტიკა“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი.
- ბოჭორიშვილი 2011: ბოჭორიშვილი ქ. წელს მილიარდი დოლარის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია შემოვა.
- გაჩეჩილაძე 2002: გაჩეჩილაძე ზ. ქართული ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა.
- გელაშვილი 2001: გელაშვილი მ. საინვესტიციო აქტივობის ეფექტიანობის შეფასება საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. თბილისი.
- თოქმაზიშვილი..2011: თოქმაზიშვილი მ., ბერულავა გ., ვაჭრობა და ადამიანური განვითარება, საქართველოში ვაჭრობის განვითარებისათვის საჭიროებების შეფასება.
- ლალიძე 2008: ლალიძე ლ.საქართველოში საინვესტიციო აქტივობის მაკროეკონომიკური ასპექტები. თბილისი.
 - მანველიძე 2009: მანველიძე ი., ტრანსნაციონალური კომპანიები ამიერკავკასიის ქვეყნების ეკონომიკასა და პოლიტიკაში.
- მესხია 2012: მესხია ი.“ საქართველოს ეკონომიკური განვითარების SWOT – ანალიზის შედეგები, ჟურნალი ბიზნესი და კანონმდებლობა“.

- ფაჩულია 2009: ფაჩულია ო., ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ასპექტები.
- შენგელია 2008: შენგელია თეიმურაზ, „ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები“
- წიკლაური 2010: წიკლაური მ. სოციალური პასუხისმგებლობა ქართულად.
- ჭითანავა 2008: ჭითანავა ნოდარ, თაკალანძე ლარისა, სოციალური ეკონომიკა, ფორმირება და განვითარება I ნაწილი, საგამომცემლო სახლი “ინოვაცია” თბ.
- ლვოვა 2001: Львова Д.С Институциональная экономика: Учеб. пособие Подред. Москва: Инфра-М.
- ლიტანჩიკო 2002: Литовченко С., Бизнес готов поделиться с народом/ С. Литовченко, А. Дынин, П. Рушайло// Коммерсант.- № 228
- ტურკინი 2004 : Туркин С. Социальная ответственность бизнеса Управление компанией, - №. 7.
- შადილოვი 2010: Шадилов Г.А. Факторы, определяющие выбор эффективной формы социальной ответственности.

ინტერნეტ-რესურსები:

- აჭარის... 2011 აჭარის ავროსასურსათო სექტორი, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის სოფლის მეურნეობის სამინისტრო, ბათუმი.
- ბიზნესგარემო 2008: ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში. საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია. http://www.economists.ge/photos_publ/03_09/6
- ბათუმის 2011: ბათუმის ბიზნეს ინკუბატორი. ინკუბაცია რა არის ეს? <http://bbi.ge/ge/?page=show&sec=1>
- ინკუბატორი 2011: http://www.bii.ge/?action=page&p_id=40&lang=geo
- მწვანე... 2010: მწვანე ეკონომიკის მნიშვნელობა თანამედროვე პირობებში, კვლევა, ბიზნესისა და ეკონომიკის ცენტრი. <http://www.bec.ge/images/doc/green%20economy.pdf>

- მომხმარებელთა...2011: საქართველოს კანონი `მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ`, 1996წ, ცვლილება 2011,22,03.
http://www.momxmarebeli.ge/images/file_771576.pdf
- საპარტნიორო 2011: საპარტნიორო ფონდი ინვესტიციების მოზიდვას და მნიშვნელოვანი პროექტების დაფინანსებას შეუწყობს ხელს
http://www.parliament.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=1441&info_id=31350
- საქართველოს 2011: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.
<https://www.geostat.ge/ka>
- საქართველოს: საქართველოს კანონი `მენარმეთა შესახებ,
<http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-01000-00---off-0samartal--00-1--0-10-0--0-0---0prompt-10--.%2e-4---4---0-0l--11-en-10---10-help-50--00-3-1-00-0-00-11-1-1utfZz-8-00-0-11-1-0utfZz-8-10&a=d&c=samartal&cl=CL4.6&d=HASH87cd00baf2e9f3bc3a8b5f.7>
- საქართველო 2010: `საქართველო საერთაშორისო რეიტინგებში, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო.
<http://www.siteglimpse.com/economy.gov.ge>.
- ინტერნეტრესურსი #1 <http://www.georgianbrand.ge/>
- ინტერნეტრესურსი #2 www.businesscommunication.org
- ინტერნეტრესურსი #3 www.businesscommunication.com
- ინტერნეტრესურსი #4 <http://www.tbilisi.gov.ge>
- ინტერნეტრესურსი #5 www.euprera.org
- ინტერნეტრესურსი #6 ЖУРНАЛ “СОВЕТНИК”, www.sovetnik.ru
- ინტერნეტრესურსი#7 interbiznesis akademia http://www.interbusiness.edu.ge/view_cat.php?cat=3&page=8
- ინტერნეტრესურსი #8 sainformacio-saganmanaTleblo portali, www.prguide.ge
- ინტერნეტრესურსი #9 Служба тематических толковых словарей www.glossary.ru
- ინტერნეტრესურსი #10 Электронный словарь АBBYY Lingvo x5 www.Lingvo.com

- ინტერნეტრესურსი #11 Center for Nonviolent Communication: An International Organization, www.cnvc.org
- ინტერნეტრესურსი #12 საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო <http://economy.ge>
- ინტერნეტრესურსი #13 tcbank.ge
- ინტერნეტრესურსი #14 bog.ge
- ინტერნეტრესურსი # 15 libertybank.ge
- ინტერნეტრესურსი #16 საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა <http://www.nplg.gov.ge>
- ინტერნეტრესურსი #17 საქართველოს საპატრიარქოს საქველმოქმედო ფონდი <http://www.lazarus.org.ge/history.html>
- ინტერნეტრესურსი #18 “პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 2010” 15 აგვისტო 2011წ. [www. Geostat.ge](http://www.Geostat.ge)
- ინტერნეტრესურსი #18 თავისუფალი ენციკლოპედია, <http://ka.wikipedia.org>
- ინტერნეტრესურსი # 19 <http://www.gtuc.ge>
- ინტერნეტრესურსი # 20 <http://forbes.ge/blog/33/biznesis-socialuri-pasuxismgebloba-saqarTveloSi>
<http://gtuc.ge/%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%96%E1%83%9D%E1%83%92%E1%83%90%E1%83%93%E1%83%9D%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%90%E1%83%A8%E1%83%98-%E1%83%A1%E1%83%9D%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%98/>