



**თანამშრომლებზე ორიენტირებული კორპორაციული პასუხისმგებლობის
გავლენა კომპანიის რეპუტაციაზე საქართველოში**

მარიამ წიქარიშვილი

მარიამ გიგინეიშვილი

ირმა კომახიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებრივი ურთიერთობების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: კახა მალრაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2021

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი საშინაო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ, ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.“

მარიამ წიქარიშვილი

მარიამ გიგინეიშვილი

ირმა კომახიძე

03/07/2021

აბსტრაქტი

ნაშრომში განხილულია თანამშრომლებზე ორიენტირებული კორპორაციული პასუხისმგებლობის გავლენა კომპანიის რეპუტაციაზე. კვლევის მთავარი მიზანია საქართველოში არსებული ორგანიზაციის მაგალითზე განისაზღვროს გარე და შიდა აუდიტორიის განწყობა და შეფასდეს მათი დამოკიდებულება შიდა CSR-ის მქონე კომპანიების მიმართ.

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში, გამოიკითხა კომპანია MBC-ის წარმომადგენლები, რომლებიც უშუალოდ არიან ჩართული CSR სტრატეგიის შემუშავებაში. აღნიშნული შედეგები წარმოაჩენს სტრატეგიის სწორად შერჩევასა და დაგეგმვის იმ ეტაპებს, რაც განაპირობებს თანამშრომელთა კმაყოფილებასა და მოტივაციის ამაღლებას. რაოდენობრივი კვლევისთვის გამოყენებულია ორი სახის კითხვარი, თანამშრომლებისა და გარე აუდიტორიის აზრის შესასწავლად. შედეგები გვიჩვენებს, რომ თანამშრომლებზე ზრუნვა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს კომპანიის მიმართ ლოიალობისა და ნდობის ზრდაზე, რაც საბოლოოდ აისახება კომპანიის რეპუტაციის გამყარებაზე.

აღნიშნული ნაშრომი წახალისებს ორგანიზაციებში შიდა კორპორაციული პასუხისმგებლობის ინიციატივებს და სასარგებლო იქნება იმ კომპანიებისთვის, რომლებმაც სურთ პრაქტიკაში სწორად განახორციელონ შიდა CSR სტრატეგიები. ამასთანავე, სამომავლოდ შესაძლებელია ამ მიმართულებით კვლევები ჩატარდეს დარგობრივად, სხვა კომპანიების მაგალითზე, რაც მათ საშუალებას მისცემს დაგეგმონ ცალკეულ სეგმენტზე ორიენტირებული შიდა CSR აქტივობები.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: კორპორაციული პასუხისმგებლობა, დაინტერესებული მხარეები, ლოიალური თანამშრომლები, შიდა CSR, კომპანიის რეპუტაცია, პანდემია, მოტივაცია.

Abstract

The thesis discusses the impact of employee-centered corporate responsibility on a company's reputation. The main purpose of the research is to outline the attitude of stakeholders on the example of an organization achieving in Georgia and to evaluate the attitude of external and internal audiences and assess their attitudes towards companies with internal CSR.

In outline the qualitative research, were ascertained representatives of the company MBC, who are directly involved in the development of CSR strategy. These results show off the stages of proper strategy selection and planning, which lead to employee contentment and also to increase motivation. Quantitative research uses two types of questionnaires, getting to know the opinion of employees and the external audience. The results show that caring for employees plays an important role in increasing loyalty and trust in the company, which reflects on strengthening the company's reputation.

This thesis will incentives corporate responsibility initiatives in organizations and will be profitable for companies that want to effected internal CSR strategies in practice. In addition, in the future it is possible to conduct research in this area on the example of other companies in the field, which will allow them to plan specific CSR-focused internal CSR activities.

Keywords: Corporate responsibility, Stakeholders, Loyal employees, Internal CSR, Company reputation, Pandemic, Motivation.