

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) როლი ქართული
კომპანიების განვითარებაში

ანა პაპასქირი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნათია ვაჩიშვილი, მოწვეული ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2021

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ნაშრომის ზოგიერთი ნაწილი დაიწერა და წარდგენილი იყო როგორც სიმულაციური ნაშრომი 2020-2021 წელს, აკადემიური წერის (სამაგისტრო საფეხური) კურსზე ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლაში (02. 2021)

ანა ჰაპასქირი

6/14/2021

აბსტრაქტი

ნაშრომის მიზნებიდან და ამოცანებიდან გამომდინარე განისაზღვრა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის როლი ქართული კომპანიების განვითარებაში. კვლევის ძირითადი ამოცანაა გამოკვეთოს ძირითადი გავლენები, რომელსაც კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ახდენს ორგანიზაციის შიგნით თანამშრომელთა რეკრუტინგის თუ მათი სწორად განვითარების და შენარჩუნების, ასევე ბაზარზე ლოიალური მომხმარებლების შექმნისა და კომპანიის წილის გაზრდაში. ნაშრომში დამუშავებულია მეორადი მონაცემები. ამას გარდა გამოყენებულ იქნა პირველადი მონაცემები, ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა, როგორც ბიზნესის, ასევე მომხმარებლის. რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოიკითხება 80-მდე საშუალო და მაღალი რგოლის თანამშრომელი და 50 მომხმარებელი. ამ ინფორმაციის შედარება მოხდა მეორადი კვლევის შედეგად მიღებულ მონაცემებთან, რის შედეგად დადასტურდა პირველი ჰიპოთეზა, რომ ქართული კომპანიები მხარს უზამენ ტენდენციებს და ერთვებიან CSR აქტივობებში. დადასტურდა კვლევის მეორე ჰიპოთეზაც: კომპანიის CSR აქტივობება ზრდის მომხმარებლის ლოიალობას და ამას გარდა თანამშრომლების ერთგულებაზე და მოტივაციაზეც მოქმედებს. ასევე გამოიკვეთა სხვა ცვლადები და საკითხები, რაზეც კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას აქვს გავლენა კომპანიაში და თუ უნდა CSR-ის განვითარება ბრენდს, აუცილებელია მათზე გაამახვილოს ყურადღება.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა, CSR, კომპანიების განვითარება, ქართული კომპანიები.

Abstract

Based on the goals and objectives of this paper, was defined the role of corporate social responsibility in the development of Georgian companies. The main purpose of the study is to identify the main factors of the influence of corporate social responsibility on the recruitment or proper development and retention of employees in the organization, as well as to increase the company's market share. Secondary data are processed in the master's thesis. Furthermore, primary data were used and quantitative research was conducted of businesses and consumers. Up to 80 managers and 50 costumers will be interviewed as part of the quantitative study. This information was compared with the data from the secondary study, which confirmed the first hypothesis that Georgian companies support trends and participate in CSR activities. The second hypothesis was also confirmed: the company's CSR activities increase customer loyalty and, in addition, influence employee motivation. Other variables and issues that corporate social responsibility has in a company have also been identified, and if a brand needs to develop corporate social responsibility, it is important to focus on them.

Key words: corporate social responsibility, CSR, company development, Georgian companies.

მადლობა

მადლობას ვუხდის სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელს, ნათია ვაჩეიშვილს, სამაგისტრო ნაშრომის მომზადების პროცესში გაწეული დახმარებისთვის, და კვლევაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს, საკუთარი აზრებისა და შეხედულებების დაფიქსირებისთვის.