კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) საკითხები თანამედროვე ქართულ ბანკებში

ელიკო კაპანაძე

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

ბიზნესის ადმინისტრირება (საბანკო და საფინანსო საქმე)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნანა დავითაძე, მოწვეული პედაგოგი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, 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“.

ელიკო კაპანაძე

02. 07. 2022

აბსტრაქტი

თანამედროვე ბიზნესში წარმატების მისაღწევად საჭიროა არა მხოლოდ მოგებაზე ორიენტაცია, არამედ ბიზნესის ეთიკური სტანდარტებით განხორციელება, გარემოს დაცვა, საზოგადოების სოციალური ინტერესების გათვალისწინება და სხვა. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტების დაცვა მნიშვნელოვანია ყველა კომპანიისთვის, განსაკუთრებით კი საბანკო სექტორში მოღვაწე კომპანიებისთვის, რადგან ბანკები დიდ როლს ასრულებენ ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში.

ნაშრომის კვლევების მიზანს წარმოადგენს, მეცნიერული ცოდნის დაგროვება თანამედროვე ქართულ ბანკებში კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობის საკითხების შესახებ. კვლევა ვარაუდობს რომ, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა გავლენას ახდენს საბანკო სექტორის მომხმარებელთა ლოიალობაზე. იქედან გამომდინარე, რომ აღნიშნულ საკითხზე არ მოიპოვება ქართული კვლევები, ლიტერატურის მიმოხილვის ნაწილში ნაშრომი იყენებს ვიეტნამის, ბანგლადეშის, პაკისტანის, ეგვიპტის, ჩეხეთის რესპუბლიკის, ინდონეზიის, კენიისა და საუდის არაბეთის საბანკო სისტემების მაგალითზე განხორციელებული კვლევების ანალიზს, კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობასა და მომხმარებელთა ლოიალობას შორის კავშირის დასადგენად.

კვლევა განხორციელდა რაოდენობრივი და შერეული მეთოდების გამოყენებით. ბანკების მომხმარებელთა აზრის გასაგებად გამოყენებული იქნა რაოდენობრივი მეთოდები, ხოლო ბანკის წარმომადგენლებიდან კორპორაციულ სოციალურურ პასუხსიმგებლობის საკითხებზე ინფორმაციის მისაღებად, კვლევის შერეული მეთოდები.

კვლევის შედეგებით დადგინდა, რომ კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას, განსაკუთრებით კი მის ფილანთროპულ და მომხმარებელზე ორიენტირებულ ასპექტებს დიდი გავლენა აქვს მომხმარბელთა ლოიალობაზე. ამიტომ საბანკო სექტორის წარმომადგენლებმა, ლოიალური მომხმარებლების რაოდენობის ზრდის მიზნით ყურადღება უნდა გაამახვილონ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხებზე.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა, მომხმარებელთა ლოიალობა, საბანკო სექტორი.

Abstract

In order to achieve success in modern business, it is necessary not only to focus on profit, but also to conduct business according to ethical standards, to protect the environment, to take into account the social interests of society, and others. Compliance with corporate social responsibility standards is important for all companies, but especially for companies operating in the banking sector, as banks play a major role in our daily lives.

The purpose of the research is to gather scientific knowledge about the issues of corporate social responsibility in modern Georgian banks. Research suggests that corporate social responsibility affects customer loyalty in the banking sector. Based on the fact that there are no Georgian studies on the mentioned issue, in the part of the literature review, the paper uses the analysis of the studies carried out on the example of the banking systems of Vietnam, Bangladesh, Pakistan, Egypt, the Czech Republic, Indonesia, Kenya and Saudi Arabia to determine the relationship between corporate social responsibility and customer loyalty.

The research was conducted using quantitative and mixed methods. Quantitative methods were used to understand the opinions of bank customers, and mixed research methods were used to obtain information on corporate social responsibility issues from bank representatives.

The results of the study revealed that corporate social responsibility, especially its philanthropic and customer-oriented aspects, has a great impact on customer loyalty. Therefore, representatives of the banking sector, in order to increase the number of loyal customers, should focus on the issues of corporate social responsibility.

Key words: Corporate Social Responsibility, Customer Loyalty, Banking Sector.

მადლობა

მადლობას ვუხდი სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელს, ქ-ნ ნანა დავითაძეს მუშაობის პროცესში გაწეული დახმარებისთვის.

ასევე მინდა, მადლობა გადავუხადო ნაშრომის ფარგლებში განხორციელებულ კვლევის პროცესში მონაწილე ყველა ადამიანს, რომელთა ჩართულობამ დიდი დახმარება გამიწია ნაშრომზე მუშაობისას.