

კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის გავლენა საშუალო და  
მცირე ბიზნესზე საქართველოში

ნინელი ჭალაღიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,  
ტექნოლოგიის და განათლების ფაკულტეტზე ბიზნესის ადმინისტრირების  
(მენეჯმენტი) მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოთხოვნების შესაბამისად.*

სამაგისტრო პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი : ანნა თანდილაშვილი, მოწვეული ლექტორი

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.

ნინელი ჭაღალიძე

თარიღი: 18/06/2022

## აბსტრაქტი

კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის ელემენტების დანერგვას ქართული კომპანიებისთვის სტრატეგიული დატვირთვა აქვს. მისი კვლევა მნიშვნელოვანია ნებისმიერი ზომისა და ფორმის კომპანიებისთვის. ის გავლენას ახდენს ქვეყნის სოციალურ, ეკონომიკურ და გარემოსდაცვით საკითხებზე. კვლევის ამოცანაა სოციალური პასუხისმგებლობის არსის განსაზღვრა, მცირე და საშუალო კომპანიების შესაძლებლობების შეფასება, დადებითი შედეგების გამოვლენა, საერთაშორისო გამოცდილების გამოკვლევა, ქართულ ბაზარზე CSR-თან დაკავშირებული პრობლემების წარმოჩენა. კვლევის მიზანია, საშუალო და მცირე კომპანიებმა გაიაზრონ თუ რა პოზიტიური შედეგები ახლავს სოციალურ პასუხისმგებლობას და როგორ განახორციელონ პასუხისმგებლიანი მიდგომები თავიანთ საქმიანობაში. კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, ნაშრომში მოცემულია საერთაშორისო და ადგილობრივ დონეზე პასუხისმგებლიანი მცირე და საშუალო კომპანიების მაგალითები და აღწერილია კორპორატიული პასუხისმგებლობის ის კომპონენტები, რასაც უნდა ახორციელებდეს კომპანიები. ნაშრომის კვლევა მოიცავს რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევის მეთოდებს. კვლევის შედეგად დადგინდა თუ როგორია მცირე და საშუალო კომპანიების ჩართულობა სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით, როგორ ესმით ეს ცნება და რა მიმართულებით ახორციელებენ CSR აქტივობებს. კვლევამ ცხადჰყო, რომ მცირე და საშუალო კომპანიების ჩართულობა დაბალია სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით. მათი CSR აქტივობები შემოიფარგლება ერთჯერადი, სპონტანური გადაწყვეტილებებით, ხშირ შემთხვევაში ცნებას აიგივებენ ქველმოქმედებასთან. კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე განისაზღვრა რეკომენდაციები, რომელიც დაეხმარება მცირე და საშუალო კომპანიებს, სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობის გააზრებაში, დაგეგმვაში და წარმატებაში.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა, მცირე და საშუალო ბიზნესი, კორპორატიული მდგრადობა.

## Abstract

The introduction of corporate social responsibility elements has a strategic burden for Georgian companies. Research about it is important for companies of any size and shape. It affects the social, economic and environmental matter of the country. The aim of the research is to determine the essence of social responsibility, to assess the capabilities of small and medium companies, to ascertain positive results, to study international experience, to present CSR-related problems in the Georgian market. The aim of the research is for medium and small companies to understand the positive consequences of social responsibility and how to implement responsible approaches in their activities. For the purpose of the study, the paper provides examples of responsible small and medium-sized companies internationally and locally, describes the components of corporate responsibility that companies should perform. The research of this study includes quantitative and qualitative research methods. The study revealed the involvement of small and medium-sized companies in the field of social responsibility, how they understand this concept and in what direction they carry out CSR activities. The study revealed that the involvement of small and medium-sized companies is characterized by low quality. Their CSR activities are limited to one-time, spontaneous solutions. The concept is often equated with charity and an additional marketing tool. The results of the study identified recommendations that will help small and medium-sized companies understand the importance of social responsibility, planning and directing.

**Keywords:** corporate social responsibility, small and medium business, corporate sustainability.