

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის გავლენა
მომხმარებლის ქცევაზე ქართულ საბანკო სექტორში

ეთერ ცეცხლაძე

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

სამაგისტრო პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

მარიკა მჭედლიძე



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2024

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.

ეთერ ცეცხლაძე, ე.ცეცხლაძე 24.06.2024”

აბსტრაქტი

თეორიული და ემპირიული კვლევები მთლიანად ეხებოდა კორპორაციულ სოციალურ საკითხების პასუხისმგებლობას (CSR) 1950-იანი წლებიდან მოყოლებული და ახლა უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს. CSR-ის მიერ მნიშვნელობის აღიარებით, ბანკების უმრავლესობამ მიიღო სოციალური და გარემოსდაცვითი პროგრამები, რათა სარგებელი მოეტანა როგორც საკუთარ თავისთვის, ასევე საზოგადოებისათვის. წარმოდგენილ ნაშრომში კვლევის ჩასატარებლად გამოყენებულ იქნა რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევები. კერძოდ, თემის სიღრმისეულად გასაანალიზებლად რაოდენობრივ კვლევაში რესპონდენტებს საშუალება ჰქონდათ დაეფიქსირებინათ თავიანთი დამოკიდებულება მთავარი თემის მიმართ და მოეყვანათ მაგალითები. გამოყენებული იყო ღია და დახურული კითხვების ფორმატი. რაოდენობრივი კვლევა ჩატარდა საბანკო სექტორის მომხმარებლებთან, ხოლო სიღრმისეული ინტერვიუები საბანკო სექტორის წარმომადგენლებთან. კვლევის შედეგების საფუძველზე, გამოვლინდა მომხმარებელთა დამოკიდებულება ზოგადად კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართ, ასევე მათი ინფორმირებულობის დონე ბანკების მიერ გატარებულ კორპორაციულ სოციალურ აქტივობებზე და მათი შეხედულება, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია დიდი ფინანსური ინსტიტუტების მიერ ისეთი გლობალური პრობლემების გადაჭრაში მონაწილეობა, როგორც გარემოს დაცვა თუ ადამიანთა თანასწორობაა.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა, CSR, CSR აქტივობები, საბანკო სექტორი, მომხმარებლის ქცევა.

Abstact

Theoretical and empirical studies have been devoted to corporate social responsibility (CSR) since the 1950s, but now it is gaining more importance. Recognizing the importance of CSR, most banks have adopted social and environmental programs to benefit themselves as well as society. Quantitative and qualitative studies were used to conduct the research in the presented article. In particular, in order to analyze the topic in depth, the respondents in the quantitative research had the opportunity to record their attitude towards the main topic and give examples. In research there was used an open and closed question format. Quantitative research was conducted with customers in the banking sector, and in-depth interviews with representatives of the banking sector. Based on the results of the research, the attitude of consumers towards corporate social responsibility in general, as well as their level of awareness of corporate social activities carried out by banks and their opinion on how important it is for large financial institutions to participate in solving global problems such as environmental protection and human equality, were revealed.

Key words: corporate social responsibility, CSR, CSR activities, banking sector, consumer behavior.