

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ქართულ
ბიზნესში

მარიამ აბრამია
გიორგი დემურია
გიორგი ფეიქრიშვილი

ჯგუფის #1

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლაში*

პროექტის ხელმძღვანელი: მაკა სამუშია, თემის ხელმძღვანელი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2016 წელი

აბსტრაქტი

ნაშრომში განხილულია როგორ აღიქმება კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა საქართველოში და როგორ განმარტავენ მას ევროკავშირის ქვეყნების წარმომადგენლები. ნაშრომში ძირითადად ყურადღება გამახვილებულია იმაზე, რომ საქართველოში სოციალური კორპორაციული პასუხისმგებლობა აღიქმება არასწორად და ძირითადად მასში მოიაზრება ქველმოქმედება, სადაც დატვირთვა გარკვეული ჯგუფების დახმარებაზე მოდის.

კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, გაანალიზებული და რეალური სურათია წარმოდგენილი, თუ როგორ აღიქვამს ქართული ორგანიზაციები სოციალურ პასუხისმგებლობას, რამდენად დიდი ყურადღება ექცევა მას ორგანიზაციაში და არის თუ არა გამოყოფილი ჯგუფი, ვინც მუშაობს ამ მიმართულებით.

ნაშრომი ხაზს უსვამს იმ განსხვავებებს რაც არის ქართულ კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობასა და ევროპულს შორის. აშკარა და დიდი სხვაობები ვლინდება ქვეყანაში არსებულ რეალობასა და გაეროს გლობალური შეთანხმების ათ პრინციპსა თუ დადგენილებებს შორის, რომელიც დეტალურადაა ნაშრომში ჩაშლილი.

ასევე, ნაშრომში განხილულია ISO 2600:2010 სტანდარტი, რომელიც მოიცავს რეკომენდაციებს ყველა ტიპის ორგანიზაციებისთვის, მიუხედავად მათი ზომისა და მდებარეობისა.

ჰიპოთეზას წარმოადგენს საკითხი, რომ საქართველოში, ხშირ შემთხვევაში კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა ესმით როგორც ქველმოქმედება, შესაბამისად ორგანიზაციების მიერ არ ხდება კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულების სწორი მართვა. ხშირ შემთხვევაში კომპანიების მიერ აღქმული CSR სტრატეგია, არ შეესაბამება CSR სტრატეგიის საერთაშორისო სტანდარტს.

ნაშრომი აგებულია კვლევების საფუძველზე, რომელიც რამოდენიმე ეტაპად ჩატარდა. პირველი ეს იყო საკაბინეტო კვლევა, არსებული სოციალური პასუხისმგებლობის საერთაშორისო სტანდარტისა და ქეისების შესწავლა, შემდეგი იყო თვისობრივი კვლევა (B2B) ინტერვიუები სხვადასხვა ტიპის (ზომისა და

აქტივობის სფეროს მიხედვით) ბიზნესებთან და ბოლოს რაოდენობრივი კვლევა, რომლის მიზანსაც წარმოადგენს ბაზარზე არსებული სიტუაციის რაოდენობრივი ანალიზი, კერძოდ კი პრაქტიკის შესწავლა. B2B კვლევის ფარგლებში ჩატარდა ჩაღრმავებული ინტერვიუები 6 მსხვილ ორგანიზაციასთან, ხოლო რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში მოხდა 150 ორგანიზაციის გამოკითხვა.

ასევე, ნაშრომში დეტალურადაა განხილული კვლევის შედეგები და ძირითადი საკვანძო კითხვები მოცემულია დიაგრამების სახით პასუხების შესაბამისად. კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ მეტწილად ორგანიზებული CSR აქტივობები ქართულ ორგანიზაციებს შორის გვხვდება ბანკების შემთხვევაში. ძირითადი პრობლემები კი დაყვავით რამოდენიმე ჯგუფად, როგორცაა CSR-ის განვითარების სტრატეგიის არ არსებობა; მონიტორინგის სისტემის არ არსებობა; წინასწარი კრიტერიუმების არ არსებობა, რომლითაც შესაძლებელია სტრატეგიის შემუშავება.