

სამაგისტრო პროექტი: კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა

ანა ჩონიაშვილი

მარი გულიაშვილი

თამარი კონჭოშვილი

ჯგუფი #1

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნეს სკოლაში*

პროექტის ხელმძღვანელი: ირაკლი კაჭარავა, ასოცირებული პროფესორი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2018

აბსტრაქტი

გლობალიზაციის ერაში სულ უფრო იზრდება კონკურენცია კომპანიებს შორის. კომპანიები რომლებიც მოღვაწეობენ სხვადასხვა ინდუსტრიებში ცდილობენ განახორციელონ ისეთი ეფექტიანი სტრატეგიები, რომელთა საშუალებითაც მოიზიდავენ ახალ მომხმარებლებს და შეინარჩუნებენ უკვე არსებულ მომხმარებლებს. ამ მიზნით კომპანიები ახორციელებენ სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკას. სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგია არის სენსიტიური მომხმარებლებისთვის და აქვს გავლენა მათი ერთგულების შექმნაზე.

სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკა ფართოდ არ არის გავრცელებული საქართველოში. სულ რამდენიმე კომპანია ახორციელებს აქტიურ სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკას და იყენებს მას რათა შექმნას თავისი რეპუტაცია და გუდვილი.

წინამდებარე ნაშრომში მოვახდინეთ კომპანიების კვლევა რათა მიგველო ინფორმაცია თუ რა სახის სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგიას ახორციელებენ კომპანიები და რომელი აქტივობების მიმართ არის მომხმარებელი ყველაზე სენსიტიური.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ კომპანიების უმეტესობა არ ახორციელებს სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკას იქიდან გამომდინარე რომ არ აქვთ იმედი, რომ საზოგადოებისგან მიიღებენ ადეკვატურ რეაქციას.

წინამდებარე ნაშრომში აღწერილია მომხმარებელთა კვლევის შედეგებიც, თუ რა დამოკიდებულება აქვთ მომხმარებლებს სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკასთან დაკავშირებით. რა სახის აქტივობებია მათთვის ყველაზე მიმზიდველი და მისაღები.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ მომხმარებლებისთვის მნიშვნელოვან ფასეულობას წარმოადგენს არა მხოლოდ სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკა, არამედ პროდუქციის ხარისხი და ფასი.

Abstract

In the era of globalization there is growing competition between companies. Companies operating through the different industries are trying to implement such effective strategies which can attract new customers and retain already existed customers. For this purpose companies are using social responsibility activities very effectively. To implement social responsibility activities is very sensitive for customers. It has impact on the consumers to build their loyalty.

Social responsibility activities are not very wide spread in Georgia. There are only several companies which are implemented social responsibility activities and using their reputation and Goodwill using this method.

In the following research we have explored the companies to get the information if they are implementing social responsibility activities and what kind of activities are the most sensitive for customers.

We have discovered that companies are not implementing social responsibility activities, because they have no hope that society will respond adequately to their social responsibility activities.

In the following research there is described the results of customers' survey. We wanted to get the information what is the attitude of the customers, if they are sensitive and what social responsibility are the most attractive for them to create their loyalty.

We have discovered through our survey that customers regard that quality and price are more important compared to social responsibility activities which are implemented by the companies.