



სოციალური პასუხისმგებლობა, როგორც კონკურენტული
უპირატესობის მოპოვების ერთ-ერთი ფაქტორი

თამთა ლომჯარია

მარიამ კოშაძე

თამილა ბლიაძე

ჯგუფი 2

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლაში*

თემის ხელმძღვანელი: თამარ მაღალაშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2018 წელი

აბსტრაქტი

ნაშრომში განხილულია თუ რა პრობლემებს ვაწყდებით საქართველოში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით, როგორ აღიქვამენ ორგანიზაციები და რა დამოკიდებულება აქვთ ქართულ კომპანიებს CSR-ის მიმართ. აგრეთვე ყურადღება გამახვილებულია იმაზე, რომ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა აღიქმება არასწორად და ძირითადად განიხილება როგორც ქველმოქმედება.

CSR- „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა“, ეს არის კომპანიის კეთილი ნება და ეთიკური ქმედება, რომლის დახმარებითაც შესაძლებელია ქვეყანაში არსებული ეკოლოგიური, სოციალური და ეკონომიური პრობლემების მოგვარება.

ნაშრომში სიღრმისეულადაა წარმოდგენილი კომპანიის კონკურენტული უპირატესობისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ურთიერთკავშირი/დამოკიდებულება, CSR-ის ზოგადი მიმოხილვა და განვითარების ეტაპები, ასევე წარმოდგენილია მისი დადებითი როლი კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში და ყველა ის დადებითი შედეგი რასაც CSR ახდენს ორგანიზაციაზე.

საუბარია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განსვავებებზე საქართველოსა და მსოფლიოში. მოყვანილია როგორც ქართული, ასევე უცხოური/საერთაშორისო კომპანიების მაგალითები. წარმოდგენილია CSR-ის განვითარების გზა საქართველოში და თუ რას მოუტანს საქართველოს CSR-ის განვითარება.

ნაშრომი ხაზს უსვამს კომპანიის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობას კონკურენტუნარიანობის მოპოვებაში. სოციალურად ორიენტირებული პროექტების დაფინანსება მიზნად ისახავს შედეგების მიღებას ოთხ ძირითად სფეროში: იმიჯი, ინფორმაციის საჯაროობა, კომპანიის საქმიანობის კანონიერება და ინტელექტუალური კაპიტალი, რაც საბოლოო ჯამში უზრუნველყოფს კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას.

კვლევა განხორციელდა თვისებრივი კვლევის მეთოდით. კვლევის ფარგლებში ჩატარდა ჩაღრმავებული ინტერვიუები რვა მსხვილ ქართულ კომპანიაში.

ასევე ნაშრომში განხილულია კვლევის შედეგები და მთავარი საკვანძო მიგნებები. კვლევის ჩატარებამდე არსებობდა ჰიპოთეზა, რომ კომპანიის წარმომადგენლებს არ ჰქონდათ კარგად გაცნობიერებული CSR კონცეფცია და მათ მიერ ჩატარებული აქტივობები იყო მხოლოდ ქველმოქმედება, ასევე არ ითვალისწინებდნენ CSR-ის დადებით გავლენას კონკურენტუნარიანობის მოპოვებაზე. აღნიშნული კონცეფცია ნაწილობრივ დადასტურდა, რადგან კომპანიების ნაწილი თვლის, რომ CSR აქტივობებს აკეთებენ მხოლოდ მოსახლეობის საკეთილდღეოდ, ხოლო ნაწილი თვლის რომ საზოგადოების წინაშე აცნობიერებენ პასუხისმგებლობას და ასევე მათ მიერ განხორციელებული აქტივობები არის ირიბად დაკავშირებული კომპანიის წარმატებაზე.

კვლევის შედეგად დასტურდება, რომ საქართველოში ნელი ტემპით თუმცა დღითიდღე უფრო და უფრო იხვეწებიან კომპანიები CSR კუთხით.

ABSTRACT

This thesis discusses the issues related to the Corporate Social Responsibility in Georgia. How the organizations perceive and what kind of attitude they have toward CSR. Also special attention is paid to the fact that Corporate Social Responsibility is perceived in a wrong way and it is mainly considered as charity.

CSR – “Corporate Social Responsibility” - it is a good will and ethical action of the company through which ecological, social and economic problems existing in the country can be solved.

This thesis thoroughly discusses interdependence/interrelation between the competitive privilege of the company and Corporate Social Responsibility, general review of CSR and development stages, also its positive role to improve competitive skills and all the positive results that CSR can bring to organization.

This thesis includes information about the difference between the Corporate Social Responsibility in Georgia and in the world. There are the illustrations of Georgian as well as foreign/international companies. There is a way of development of CSR in Georgia and what kind of benefits its role in development of Georgia.

This thesis outlines the importance of company’s Corporate Social Responsibility to gain the competitive skills. Financing of socially oriented projects by the company aims to get benefits in the four main fields: image, publicity of the information, legality of company’s activity and intellectual capital, that provides to improve competitive skills. Research is conducted with the method of qualitative study. Eight large Georgian companies were interviewed under the research.

Furthermore the thesis discusses the results and the key findings of research. Before starting the research there was a hypothesis that the representatives of the company did not implement CSR concept and the activities conducted by them was just a charity. Also they did not take into consideration CSR positive impact to gain the competitive skills. This concept was approved partially because a part of the companies considers that CSR activities should be conducted only in favor of the population and the other part of the companies consider that they realize the responsibility toward the population and the activities conducted by them are indirectly connected to the company’s success.

According to research it is confirmed that in Georgia companies are developed and improved day by day in terms of CSR.