

UDC 33

SCOPUS CODE 1401

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2025-3-38-42>

მეწარმეების სოციალური პასუხისმგებლობა საქართველოში

ნანა ნიკოლეიშვილი საინჟინრო ეკონომიკის დეპარტამენტი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, საქართველო, 0160, თბილისი, მ. კოსტავას 77
E-mail: nikoleishvili.nana22@gtu.ge

რეცენზენტები:

ა. სიჭინავა, სტუ-ის საინჟინრო ეკონომიკის, მედიატექნოლოგიებისა და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ხელმძღვანელი, პროფესორი

E-mail: asichinava@gtu.ge

ა. აბრალავა, სტუ-ის ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტის პროფესორი

E-mail: a.abralava@gtu.ge

ანოტაცია. ჯერ კიდევ 1992 წლიდან აქტუალური ხდება მეწარმეების სოციალური პასუხისმგებლობა. დღეს უფრო მეტად გაიზარდა საზოგადოების მხრიდან კომპანიების მიმართ მოთხოვნა, გაითვალისწინონ პასუხისმგებლობა სამეწარმეო საქმიანობაში. ერთობლივი ძალებით შესაძლებელი ხდება გრძელვადიანი მდგრადი განვითარების მიღწევა. მსოფლიოში უამრავი ცნობილი და წარმატებული კომპანიაა, რომელიც ამ პროცესებში აქტიურადაა ჩართული.

კვლევის ობიექტია მეწარმეობის სოციალური პასუხისმგებლობა, როგორც ეკონომიკური განვითარების სისტემური ელემენტი, კვლევის საგანი – სამეწარმეო სოციალური პასუხისმგებლობის გავლენა ეკონომიკური ზრდის გრძელვადიან დინამიკაზე.

კვლევის მიზანია საქართველოში არსებულ სამეწარმეო საქმიანობაში სოციალური პასუხისმგებლობის გამოწვევებისა და არსებული პრობლემების წარმოჩენა. როგორც ესმით საქართველოში სოციალური პასუხისმგებლობის არსი, რა პრობლემებს ხედავენ მეწარმეები ამ კუთხით, აქვთ თუ არა მოტივაცია ქართველ მეწარმეებს ჩაერთონ სოციალურ პროექტებში და თუ აქვთ რა სახის. კვლევის მეთოდად შეირჩა სამაგიდო კვლევა, რაც გულისხმობს უკვე არსებული მონაცემების შეჯამებასა და გაანალიზებას.

კვლევის შედეგების გამოყენების არეალი მოიცავს საქართველოში არსებულ საწარმოებს, რომლებიც აქტიურადაა ჩართული ეკონომიკურ საქმიანობაში, ასევე სამთავრობო ორგანოებს, საგანმანათლებლო დაწესებულებებსა თუ კვლევით ცენტრებს.

საკვანძო სიტყვები: მდგრადი განვითარება; მეწარმეების სოციალური პასუხისმგებლობა; მეწარმეობა.

შესავალი

საქართველოში მეწარმეების სოციალური პასუხისმგებლობა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს როგორც ეკონომიკური, ისე სოციალური განვითარების თვალსაზრისით. დროთა განმავლობაში, საქართველოში არსებული კომპანიები ისწრაფვიან სოციალური პასუხისმგებლობის პროგრამების შესრულებას. თითოეული ეს ფაქტორი ზრდის საზოგადოების კეთილდღეობას. არსებობს მოსაზრება, რომლის მიხედვითაც სოციალური პასუხისმგებლობის თემატიკა კიდევ უფრო აქტუალური და პოპულარული იქნება. ზოგადი გამოცდილებით, კომპანიები, რომლებიც აქტიურადაა ჩართული ამ საქმიანობაში, უფრო წარმატებულია, ვიდრე სხვები. მოცემულ აქტივობებში ერთიანდება ეკონომიკურ გარემოსდაცვით და სოციალურ პრობლემებზე თავისი წილი პასუხისმგებლობის აღება და მოგვარება. ბაზარზე მომხმარებლის ქცევა მუდმივად იცვლება, ეს სწორედ პასუხია ამ ცვლილებებზე. საკმაოდ აქტუალურია მარკეტინგის თვალსაზრისით ამ კუთხით ხაზგასმად, რადგან ეს საზოგადოების თვალში კიდევ უფრო მეტად დასაფასებელია, რადგან პროდუქცია თუ მომსახურება დამატებით სოციალურ ღირებულებას იძენს.

ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაში ჩართულია სამი მხარე: სახელმწიფო, ბიზნესი და საზოგადოება. მნიშვნელოვანია მედიასაშუალებების როლი ამ კუთხით, რადგან საზოგადოებამდე ინფორმაციული ნაკადები სწორედ მედიის საშუალებით

ვრცელდება. აღსანიშნავია, რომ ევროპის ქვეყნებში ბევრად მაღალია სოციალური პასუხისმგებლობა, ვიდრე აშშ-ში. განსაკუთრებით კარგი მაჩვენებელია სკანდინავიის ქვეყნებში, სადაც სოციალურ პასუხისმგებლობასთან ერთად ცხოვრებისა და კეთილდღეობის დონით მოწინავე ადგილზეა (O'Sullivan, 2007).

საქართველოში ამ თემის გარშემო დაახლოებით 10 წლის წინ დაიწყო მსჯელობა. 2005 წელს პირველად შეხვდა ერთმანეთს ბიზნესსექტორი და არასამთავრობო ორგანიზაციები, რომლებმაც განიხილეს არსებული პრობლემები და მისი გადაჭრის გზების ძიება დაიწყო. ამავე წელს მიიღეს მემორანდუმი სოციალურ სფეროში ურთიერთთანამშრომლობის გარშემო. შემდეგი ნაბიჯი იყო 2007 წელს შექმნილი გაეროს პროგრამა „გლობალური შეთანხმება“. საქართველოს 40-მდე კომპანია გაწევრიანდა ამ გაერთიანებაში. კონკრეტული გაერთიანების მთავარი მიზანია მოცემული თემის უფრო მეტად აქტუალურობის ზრდა და სოციალური ანგარიშების შექმნისა და გამოყენების პრაქტიკის არსებობა. საქართველოში არსებობს მსგავსი კატეგორიის ანგარიშები, რომლებიც ეკუთვნის შემდეგ კომპანიებს: „ბრიტიშ პეტროლეუმ ჯორჯია“, „ბანკი რესპუბლიკა“ და „ვისოლი“. ამ საქმიანობის სწორად წარმართვა არ არის მარტივი. სოციალური საქმიანობა არ უნდა იყოს გაუგებარი და ქაოსური ნაბიჯების ერთობლიობა. რაც უფრო მეტადაა კომპანიის საქმიანობა გამჭვირვალე, მით უფრო მიმზიდველია ის საზოგადოებაში, ინვესტორებისთვის და ეს ზრდის მის აქციებსაც საფონდო ბირჟაზე. საქართველოს მაგალითი რომ განვიხილოთ, ერთჯერადი საქველმოქმედო ხასიათი უფრო აქვს ხოლმე, ვიდრე მუდმივი პროექტების. ეს განპირობებულია იქიდანაც, რომ მი-

რითადად მაინც საკუთარი სახსრებით ახორციელებს მას და ასევე მწირია გამოცდილებაც ამ კუთხით (Markets, 2023). არსებობს სოციალური პროგრამები, არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ დაფინანსებული, რომლებიც გრანტებს აცხადებს. კონკურსში გამარჯვებული, მონაწილეთა შორის საუკეთესო იღებს ფინანსურ სარგებელს. აღსანიშნავია ისიც, რომ საქართველოში არასამთავრობო ორგანიზაციების მიმართ სანდოობა დაბალია. მათ ურთიერთთანამშრომლობას სჭირდება დრო, რათა ორივე მხრიდან გაიზარდოს სანდოობის გრძნობა და ასევე ურთიერთსაჭიროების გააზრება.

ძირითადი ნაწილი

მსგავსი ნაბიჯები არა მხოლოდ ბენეფიციარისთვისაა სასარგებლო, არამედ თავად კომპანიისთვისაც, რადგან იზრდება მისი პოპულარობა საზოგადოებაში. ცნობადობის ზრდა ზრდის შემოსავალსაც. კომპანიის ბენეფიციარები არიან მარტოხელა დედები, მრავალშვილიანი ოჯახები, ასაკოვანი ადამიანები და სხვა საჭიროების მქონე პირები. აქვე აღსანიშნავია, რომ ისეთი მოწყვლადი ჯგუფების დახმარება, როგორებიც არიან ნარკომანები, პატიმრები, ეთნიკური უმცირესობის წევრები, ნაკლებად პოპულარულია.

ნაკლებად ხშირია პატიმრების, ნარკომანების ან ეთნიკური უმცირესობების წევრების დახმარება. პირველადი ელემენტებია:

1) ეკონომიკური განვითარება – სამუშაო ადგილების შექმნა და ადგილობრივი ეკონომიკური ზრდა არის ის, რაც მეწარმეებმა უნდა გააკეთონ;

2) გარემოს დაცვა – მდგრადი განვითარება და

გარემოსდაცვითი სტანდარტები ყველა კომპანიის სამუშაო გეგმაში უნდა იყოს გათვალისწინებული;

3) სოციალური ინვესტიციები – ადგილობრივი ინიციატივების დაფინანსება, როგორიცაა ჯანდაცვა, განათლება და კულტურული მხარდაჭერა, ძალიან მნიშვნელოვანია მეწარმეებისთვის;

4) სამართლიანი ვაჭრობა – ბიზნესმა უნდა დაარწმუნოს, რომ მათი ოპერაციები სამართლიანია და ყველა ადამიანის უფლება დაცულია;

5) კომუნიკაცია და ანგარიშვალდებულება – სამეწარმეო საქმიანობაში გამჭვირვალობა აუცილებელია საზოგადოებაში სანდოობის დასამყარებლად (4. "The Role of Corporate Social Responsibility in Socially Responsible Investment Decisions", 2022).

ამჟამად საქართველოში არსებობენ ჯგუფები და ადამიანები, რომლებიც ორიენტირებულია სოციალურ მეწარმეებზე. მათ შორისაა „საქართველოს სოციალური ინოვაციების ცენტრი“, რომელიც ხელს უწყობს სოციალური მეწარმეობის ზრდას და მასთან დაკავშირებული ინიციატივების განხორციელებას. გარდა ამისა, არსებობს ელექტრონული პლატფორმა, რომელიც აკავშირებს და აერთიანებს ინვესტორებსა და მეწარმეებს. ორივე მხარე სარგებლობს ამ ურთიერთობით. სოციალური მეწარმეების ცოდნისა და უნარების განვითარებას ხელს უწყობს „სოციალური მეწარმეობის განვითარების ცენტრი“. სოციალური მეწარმეობის განვითარების ცენტრის (CSR DG) უპირველესი მიზანია ხელი შეუწყოს სოციალური სერვისების ზრდას, რეგიონულ განვითარებას, დასაქმებასა და ბაზარზე ნაკლებად კონკურენტუნარიანთა განვითარებას, სოციალური ინოვაციების განვითარებას და კულტურული ღირს-

შესანიშნაობების და მემკვიდრეობის შენარჩუნებას. სოციალური მეწარმეების დახმარებით ცენტრი მას-პინდლობს გამოფენას. თბილისში აქტივობა ყველა-ზე მაღალია, ამიტომ მნიშვნელოვანია რეგიონების ამ კუთხით ჩართვა.

დასკვნა

მოცემული საკითხი უმნიშვნელოვანესი და პრი-ორიტეტულია. საქართველოში არსებობს საწარ-მოები, რომლებიც ამ კუთხით მუშაობს და ცდილობს

დასახული მიზნების მიღწევას, მაგრამ ჯერ კიდევ ძალიან ბევრია სამუშაო მოცემული თვალსაზრისით. სანდოობა, რომელიც არ არსებობს, არასამთავრობო ორგანიზაციების მიმართ პრობლემებს ქმნის. სო-ციალური მეწარმეები უამრავი პრობლემის წინაზე დგანან, მათ შორისაა: ფინანსური რესურსების ნაკ-ლებობა, შრომითი ძალის მოძიების პრობლემა, ბა-ზარზე წვდომის სირთულე, სოციალური და კულ-ტურული სტიგმები, კონკურენცია, საზოგადოების ცნობიერება და ინფორმირებულობა.

ლიტერატურა

1. Chandler, D., & Werther, W. B. Jr. (2006). *Corporate social responsibility: A strategic approach*. SAGE Publications.
2. Savitz, A. W. (2006). *The triple bottom line: How today's best-run companies are achieving economic, social and environmental success – and how you can too*. Jossey-Bass.
3. O'Sullivan, P. (2007). Creating a sustainable organization: The role of corporate social responsibility. In *Corporate social responsibility*. Routledge.
4. Nunnenkamp, P. (2022). *The role of corporate social responsibility in socially responsible investment decisions*.
5. Tahir, I. (2023). *Impact of corporate social responsibility on customer loyalty: A study in emerging markets*.

UDC 33

SCOPUS CODE 1401

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2025-3-38-42>

Entrepreneurial Factors and Their Importance for long-term Economic Growth

Nana Nikoleishvili

Department of Engineering Economics, Georgian Technical University, Georgia, 0160, Tbilisi, 77, M. Kostava str.

E-mail: nikoleishvili.nana22@gtu.ge

Reviewers:

A. Sitchinava, professor, Faculty of Engineering Economics, Media Technologies and Social Sciences, GTU

E-mail: asichinava@gtu.ge

A. Abzalava, Professor, Faculty of Business Technologies, GTU

E-mail: a.abzalava@gtu.ge

Abstract. Even since 1992, the social responsibility of entrepreneurs has become relevant, and today the desire of the society towards companies to take it into account in their entrepreneurial activities is growing even more. With joint efforts, it will be possible to achieve long-term sustainable development. Today, there are many famous and successful companies in the world that are actively involved in these processes. In Georgia, the social responsibility of entrepreneurs plays an important role, both from the point of view of economic and social development. Over time, companies in Georgia strive to implement social responsibility programs. Each of these factors increases the welfare of society. There is an opinion according to which the topic of social responsibility will be even more relevant and popular. In general experience, companies that actively engage in this activity are more successful than others. These activities include: taking responsibility and solving one's share of economic, environmental and social problems.

The object of research is the social responsibility of entrepreneurship as a systemic element of economic development. The subject of research is the impact of entrepreneurial social responsibility on the long-term dynamics of economic growth.

The purpose of the research is to present the challenges and existing problems of social responsibility in entrepreneurial activities in Georgia. How do they understand the essence of social responsibility in Georgia, what problems do entrepreneurs see in this regard, do Georgian entrepreneurs have the motivation to engage in social projects, and if so, what kind. Desk research was chosen as the research method, which involves summarizing and analyzing already existing data.

The area of application of research results includes enterprises in Georgia that are actively involved in economic activities, as well as government bodies, educational institutions or research centers.

Keywords: Entrepreneurship; Social responsibility of entrepreneurs; Sustainable development.

განხილვის თარიღი 14.03.2025

შემოსვლის თარიღი 17.03.2025

ხელმოწერილია დასაბეჭდად 25.09.2025