

მსიჩა ბიზნესი და სოციალური პასუხისმგებლობა

მსიჩა ბიზნესი

ბაზილი-მონილი - №5-6 2009

ეკონომიკურმა რეფორმებმა სრული სიღრმადით მოახდინა იმის დემონსტრირება, რომ ეკონომიკური და სოციალურ-პოლიტიკური გარდაქმნების მთავარი მეხრეჭი სამენარმო მოღვაწეობისა და მცირე ბიზნესის განვითარების სრულყოფილი მექანიზმების უქონლობაა.

თავისუფალი ბიზნესი ერთადერთი გზაა საბაზრო ეკონომიკის განვითარებისთვის, თავისუფალი და მდიდარი საზოგადოების შექმნისათვის. იმის გათვალისწინებით, თუ რა დადებითი შედეგები შეიძლება მოუტანოს ქვეყანას მცირე და საშუალო ბიზნესმა, მისი განვითარების ხელშეწყობის მიზნით სახელმწიფომ უნდა შექმნას ეფექტური გარემო, რისთვისაც საჭიროა, დაჩქარდეს მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდის ტემპი, რაც მიიღწევა ქვეყნის რესურსული პოტენციალის სრული ამოქმედების შემთხვევაში. იგი ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების საწინდარია. საშუალებას იძლევა მაქსიმალურად ამოქმედდეს ადამიანური ფაქტორი და შეიქმნას ფართო შესაძლებლობა წარმოების ძირითადი ფაქტორების უფრო სრულად გამოყენებისათვის. მცირე ბიზნესი ასტიმულირებს ახალი სამუშაო ადგილების მნიშვნელოვანი რაოდენობის შექმნას, ეკონომიკის ინოვაციური პოტენციალის განვითარებას, წარმოების, გასაღებისა და ფინანსირების ახალი ფორმების დანერგვას.

ყველა განვითარებულ ქვეყანაში მცირე ბიზნესი თანამედროვე საბაზრო ინფრასტრუქტურის საფუძველია. მის წილად მოდის საქონლისა და მომსახურების საერთო მოცულობის 60-80%.

ბოლო წლებში საქმიანმა სამყარომ გააცნობიერა, რომ შეუძლებელია ბიზნესმა თა-

ვი აარიდოს სოციალურ პასუხისმგებლობას. თანამედროვე ეტაპზე საქართველოს ეკონომიკისათვის საზოგადოების სიცოცხლისუნარიანობის სხვადასხვა სფეროში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ექსპანსიის პრობლემა მეტად აქტუალურია.

სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია შემდეგ საკითხებს მოიცავს:

1. სამუშაო გარემო და ადამიანის უფლებები – რამდენად შეესაბამება სამუშაო გარემო შრომის კანონმდებლობას, არის თუ არა საკონტრაქტო სისტემა, დაცულია თუ არა ადამიანის უფლებები;

2. როგორია დასაქმებულთა სოციალური დაცულობა – სიცოცხლის, ჯანმრთელობის დაცვა, საპენსიო უზრუნველყოფა, არსებული ადამიანური რესურსების შესწავლა და განვითარება;

3. გარემოსდაცვითი საკითხები – რამდენად ხორციელდება არსებული გარემოს კვლევა, გარემოსდაცვითი პროექტები, რეციკლირების პროგრამების დაფინანსება;

4. მოსახლეობასთან მიმართება და სოციალური პროექტები – კერძო, სათემო, მუნიციპალური ან სამთავრობო. აქ იგულისხმება ფინანსური, პროდუქტებით, მომსახურებით, ტექნიკით, მატერიალური და ადამიანური რესურსებით დახმარება შემდეგ სფეროებში: განათლების, კულტურის, სპორტის, ჯანმრთელობისა და გარემოს



ბეკა მამულაშვილი,
ეკონომიკის აკადემიური
დოქტორი



ბადრი ბაგჩიანი,
ეკონომიკის აკადემიური
დოქტორი

დაცვის; ტექნიკური ტრენინგები მოსახლეობისათვის, საცხოვრებელი გარემოს უზრუნველყოფა სხვადასხვა ტიპის სოციალურად გაჭირვებული მოსახლეობისა და ინსტიტუციებისთვის; ანტიკორუფციული და სიღარიბისგან თავის დაღწევის პოლიტიკის გატარება.

ფონდმა „ჰორიზონტი“ (2008 წელს) ჩაატარა კვლევა, რომლის ძირითადი მიზანი იყო – გარკვეულიყო, რამდენად ღიაა ბიზნეს-სექტორი საზოგადოების ინტერესების მიმართ; რამდენად ეხმარება; რომელ სფეროებს ეხმარება; თუ არ ეხმა-

რება, რა არის ამის მიზეზი; რა არის საჭირო მის გასააქტიურებლად. კვლევის საბოლოო მიზანი იყო გამხდარიყო ბიზნეს-სექტორი უფრო აქტიური საზოგადოებრივი ინტერესების მიმართ, რათა მან შეძლოს, უპასუხოს საზოგადოების მოთხოვნებს ქვეყნის ამჟამინდელი და მომავალი სტაბილური განვითარებისათვის.

კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, ფონდმა გამოყო რამდენიმე საინტერესო საკითხი, კერძოდ, **ადამიანური რესურსები, მათი სწავლება, წახალისების და დაზღვევის სისტემები; მომხმარებელთან ურთიერთობა; სოციალური/საზოგადოებრივი და სათემო პროექტების განხორციელება; სოციალური/საზოგადოებრივი პროექტების განხორციელების პრიორიტეტული სფეროები; სოციალური პროექტების განხორციელების დაფინანსების წყაროები; სოციალური, ან წლიური ანგარიშების გამოქვეყნება, დამოკიდებულება სოციალური პროექტების განხორციელების მიმართ მომავალში; პრიორიტეტული სფეროები მომავალში; ოფიციალური/საზოგადოებრივი პროექტების განხორციელების ხელისშემწეობი ფაქტორები და სხვ.**

ფონდმა გამოკითხა 63 კომპანიის მენეჯერი. გამოკითხულ კომპანიათა 78% გამოყოფს თანხებს თანამშრომელთა კვალიფიკაციის ასამაღლებლად.

ამასთან, მსხვილი კომპანიები მეტად ზრუნავენ თანამშრომელთა კვალიფიკაციის ამაღლებაზე.

ბიზნეს-ორგანიზაციები საკუთარი თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლებას სხვადასხვა მეთოდით ახორციელებენ. ყველაზე ხშირია ტრენინგები, რომელსაც ორგანიზაციები საკუთარი რესურსებით ატარებენ (46%) და ტრენინგები, რომელსაც ატარებენ მოწვეული ტრენერები (39.7%). კომპანიათა 34.9% აგზავნის თანამშრომლებს საზღვარგარეთ, ხოლო 31.7% – სხვა ორგანიზაციაში (საქართველოს მასშტაბით).

კომპანიათა დიდ უმრავლესობას (88.9%) აქვს თანამშრომელთა წახალისების სისტემები (მათ შორის მსხვილი კომპანიების 96.4%-ს და საშუალოების 82.9%-ს). ფულად პრემიას წახალისების მიზნით იყენებს ორგანიზაციათა 82.5%, ხელფასის მომატებას – 49.2%, დასაჩუქრებას – 41.3%. ფულად პრემიებს ერთნაირი სიხშირით იყენებენ როგორც საშუალო, ისე მსხვილი კომპანიებიც, ხელფასის მომატებას უფრო ხშირად მიმართავენ საშუალო კომპანიები, დასაჩუქრებას კი – მსხვილი.

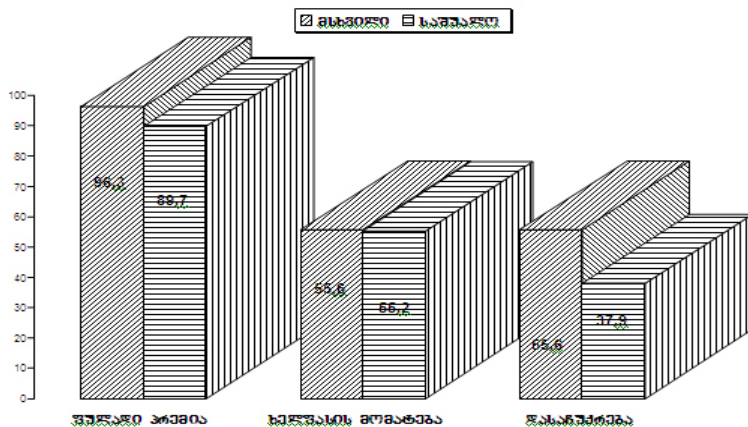
გამოკითხულ კომპანიათა 42.9% ორგანიზებას უკეთებს გასართობ, კულტურულ და სპორტულ პროგრამებს თანამშრომლებისათვის.

კომპანიათა 19% თანამშრომელთა სიცოცხლეს, ხოლო 9.5% თანამშრომელთა ოჯახის წევრებსაც აზღვევს; სულ 6.3% ბიზნეს-ორგანიზაცია ახორციელებს თანამშრომელთა სიცოცხლის დაზღვევას, ხოლო 4.8% – საპენსიო უზრუნველყოფას. კომპანიათა დიდ უმრავლესობაში (82.5%) არსებობს სპეციალური დეპარტამენტი, რომელსაც ევალება პასუხის გაცემა მომხმარებელთა საჩივრებზე, კრიტიკაზე.

გამოკითხული 63-დან მხოლოდ 12 ბიზნეს-ორგანიზაცია საერთოდ არ მონაწილეობს სოციალური/საზოგადოებრივი პროექტების განხორციელებაში არც ერთ სფეროში. ყველაზე ხშირია სოციალურად დაუცველი ფენების დახმარება (70.6%) და პროექტების განხორციელება კულტურისა (52.9%) და სპორტის (41.2%) სფეროში; შემდეგ მოდის განათლების (37.3%), სტიქიური უბედურებების შედეგების ლიკვიდაციის (29.4%), ჯანდაცვის (27.5%) სფეროები. სოციალურად დაუცველი ფენების დახმარების თვალსაზრისით, ერთნაირად აქტიურები არიან როგორც მსხვილი, ისე საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლები (18-18 კომპანია), სპორტს 15 მსხვილი კომპანია და 6 საშუალო ეხმარება, კულტურას – 17 მსხვილი და 10 საშუალო, განათლებას – 10 მსხვილი და 9 საშუალო. სტიქიური უბედურების შედეგების ლიკვიდაციაში 10 მსხვილი კომპანია და 5 საშუალო მონაწილეობს.

სოციალური პასუხისმგებლობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტი – **სოციალური ანგარიშგების პრაქტიკა** (რომელიც გულისხმობს ანგარიშის გამოქვეყნებას ეკონომიკურ, გარემოსდაცვით და სოციალურ სფეროებში კომპანიის არამომგებიანი, სოციალურად პასუხისმგებელი საქმიანობის შესახებ), ასევე შედარებით სიახლეს წარმოადგენს საქართველოსათვის. თუმცა, ყოველწლიურად სულ უფრო მეტი კომპანია აქვეყნებს

ბიზნესის სიდიდე და წახალისების ფორმები





ამგვარ ინფორმაციას თავიანთ ვებ-გვერდებსა და წლიურ ანგარიშებში, რაც დადებით ზეგავლენას ახდენს კორპორაციულ რეპუტაციასა და კომპანიის ურთიერთობაზე სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან. საქართველოში გაეროს „გლობალური შეთანხმების“ რეგიონული ქსელის შექმნა, რომელიც სოციალურად პასუხისმ-

გებულ კომპანიებს აერთიანებს, აგრეთვე მნიშვნელოვანწილად უწყობს ხელს სოციალური ანგარიშების დანერგვას.

სოციალური ანგარიში საერთაშორისო ბიზნეს – გარემოში კომპანიის სავიზიტო ბარათია. მასში გაცხადებულია კომპანიის პრიორიტეტები და ფასეულობები, აღწერილია მისი დადებითი შენატანი ეკონომიკის

განვითარებასა და საზოგადოების კეთილდღეობის ზრდაში. არსებითად, სოციალური ანგარიში პასუხს სცემს იმ ძირითად შეკითხვებს, რომლებიც დაინტერესებულ მხარეებსა და ფართო საზოგადოებას შეიძლება გაუჩნდეს კომპანიის საქმიანობის შესახებ. დღეს მსოფლიოში მიჩნეულია, რომ ანგარიშგება კომპანიის სოციალურ პასუხისმგებლობაზე მისი წარმატებულობისა და ეფექტური მენეჯმენტის მაჩვენებელია, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ინვესტიციების მოსაზიდად. ანგარიშგების პრაქტიკა დადებით ზეგავლენას ახდენს აგრეთვე კომპანიის შიდა მენეჯმენტსა და მისი ფუნქციების ჰორიზონტალურ ინტეგრაციაზე.

საქართველოში ბიზნესის განვითარების დონე და ხასიათი უკეთესის იმედს ტოვებს. შექმნილი მდგომარეობიდან გამომდინარე, უნდა შემუშავდეს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო სტრატეგია, რომელიც ორიენტირების განსაზღვრით უნდა გახდეს სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის საფუძველი, ხოლო ეს უკანასკნელი ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების რეალიზაციის საშუალება.

ANNOTATION

SOME IMPORTANT QUESTIONS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF SMALL BUSINESS

Gela Mamuladze, Badri Gechbaia

The article considers that the development of small business gives the opportunity to activate a human factor and create a broad possibility to use the main production factors more perfectly. It stimulates the development of more flexible organizational production structures, makes a considerable number of workplaces, development of innovative potential of economy, inculcation the new forms of producing, sale and financing. That is why, the development of small and average is the essential source for the economical progress of Georgia.

A business should care for the economical and social prosperity of its company. However, the goals of society cannot be implemented without the success of a business that stipulates the employment and makes the social surroundings allowing the organizations of different types to discharge their obligations. The social responsibility serves to strengthen the whole society, business, non-governmental and governmental sectors by means of deepening the co-operation. Business sector accomplishes the social projects in different countries.