IBSU

შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტი

განათლებისა და ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ამერიკისმცოდნეობის პროგრამა

კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის რეალობა ამერიკაში და მისი გეოგრაფია

(1990-2015)

თამარ ლაზიშვილი

სადოქტორო დისერტაციის ავტორეფერატი ამერიკისმცოდნეობაში

თბილისი, 2017

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

ირინე ბახტაძე

(სახელი, გვარი)

შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტის პროფესორი, დოქტორი

(აკადემიური წოდება)

(ხელმძღვანელის ხელმოწერა)

ექსპერტები (სახელი, გვარი & აკადემიური წოდება):

1. პროფ. დოქტ. ტატიანა პაპიაშვილი
2. ასოც. პროფ. დოქტ. ვახტანგ მაისაია

ოპონენტები (ექსპერტები (სახელი, გვარი & აკადემიური წოდება):

1. პროფ. დოქტ. ერეკლე ასტახიშვილი
2. პროფ. დოქტ. ჩარიტა ჯაში

შესავალი

პრობლემის ფორმულირება

დღესდღეობით დასავლურ საზოგადოებაში ბიზნესის სათანადო როლის მიმართ არსებული გაზრდილი ინტერესი გამოწვეულია გარემოსდაცვითი და ეთიკური საკითხების სათანადოდ გაცნობიერებით. ისეთი საკითხებს, როგორიცაა გარემოსთვის მიყენებული ზიანი, დასაქმებულების მიმართ არასათანადო მოპყრობა და არსარულყოფილი წარმოება, რომელიც პრობლემებს ან საფრთხეს უქმნის მომხმარებელთა ჯანმრთელობას დიდი ყურადღება ექცევა ამერიკის შეერთებული შტატების, გაერთიანებული სამეფოს, ევროპისა და სხვა განვითარებული ქვეყნების მედია საშუალებებში და მიჩნეულია ბიზნესის არეთიკურ პრაქტიკად.

აშშ-სა და ინდუსტრიულად მაღალ განვითარებული ქვეყნების მომხმარებლები უფრო მეტ რეაგირებას ახდენენ და ძალზედ სერიოზულად ეკიდებიან იმ კორპორაციების სოციალური პასუხისმგებლობას, რომლისგანაც იძენენ საქონელს და მომსახურებას. თუკი კომპანიებს სურთ თავისი საწარმოების დადებითი იმიჯის შენარჩუნება მათ მიერ ადექვატური რეაგირება უნდა მოყვეს საზოგადოების იმ მოთხოვნებს, რომელიც საწარმოებისგან მოითხოვს უფრო მდგრად, გარემოსადმი მეგობრულ და სოციალურად მისაღებ მოქმედებას.

CSR (რომელიც ასევე მოიხსენება, როგორც კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა, კორპორატიული ცნობიერება, სოციალური საქმიანობა, მდგრადი სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნეს საქმიანობა ან სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნეს საქმიანობა) წარმოადგენს ბიზნესის მოდელთან ინტეგრირებული კორპორაციის თვითრეგულირების ფორმას. კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა თეორიული განხილვის შედარებით ახალი თემაა.

თუმცა, თანამედროვე სამყაროში იგი წარმოადგენს უამრავი ბიზნეს საქმიანობის წარმმართველ პოლიტიკას და სწორედ ამიტომ აქტუალურია განვითარებულ ქვეყნებში მოქმედი კომპანიებისთვის.

ისტორიულად კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა დასავლურ სამყაროში იღებს სათავეს, კერძოდ კი ამერიკის შეერთებულ შტატებში, სადაც ინდივიდუალიზმი და დამოუკიდებელი ურთიერთობები დომინირებს (Carroll A. , 2010, p. 91). კორპორატიული პასუხისმგებლობის კვლევებისადმი ინტერესი გამომდინარეობს მსხვილი საერთაშორისო კომპანიების საქმიანობის ზრდით, რომლებიც საზოგადოების კრიტიკის ქვეშ ექცევიან. საერთაშორისო კომპანიები ხალხისათვის იმედის, შესაძლებლობებისა და კომფორტის მომტანი უნდა იყოს მთელს მოფლიოში, თუმცა სამყაროს ზოგიერთ ნაწილში მათ მოაქვთ სასოწარკვეთა, სიღარიბე და უბედურება. შესაბამისად, არსებობს მზარდი ზეწოლა ამგვარ კომპანიებზე „*რომ მოაწესრიგონ საკუთარი საქმიანობა*“ და უფრო მეტი პასუხისმგებლობა გამოიჩინონ პლანეტისა და ადამიანების მიმართ.

დიდი ბიზნეს კომპანიების ბრწყინვალე რიტორიკის მიუხედავად, რომელიც მათ გულწრფელ მოტივებს ეხება ეთიკურ ბიზნეს საქმიანობასთან დაკავშირებით, კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა ბიზნეს ინტერესებითაა ნაკარნახევი და ასრულებს „*სოციალური ლიცენზიის*“ ფუნქციას საქმიანობის განსახორციელებლად. “საქმიანობის განხორციელებისთვის განკუთვნილი ლიცენზია წარმოადგენს დაუწერელ კონტრაქტს; ზოგერთები მას სოციალურ კონტრაქტს უწოდებენ, რომელიც დადებულია მოქმედი კომპანიის ძირითად აქციონერებს შორის- როგორიცაა მაგალიათად-მეზობლები, ადგილობრივი მთავრობის წარმომადგენლები, სტუდენტები, არა-სამთავრობო ორგანიზაციები (NGO) და სხვა დაინტერესებული მხარეები.” (Stanley, 2010, p. 204). ამასთანავე, განვითარებად ქვეყნებში მოქმედ საერთაშორისო კომპანიებს გააჩნიათ CSR-თან მიმართებაში ორმაგი სტანდარტების გამოყენების პრაქტიკა (რეპუტაცია). განვითარებად ქვეყნებში კორპორატიული

სოციალური პასუხისმგებლობა სამწუხაროდ სმხოლოდ ფურცელზე არსებობს და რეალობაში მისი სრული იმპლემენტაცია არ ხდება.

მდგრადი განვითარების ყველაზე აქტიური დამცველები კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებენ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მოტივებს. პრობლემის უპირველეს მიზეზს თავად ბიზნესი წარმოადგენს; აქედან გამომდინარე პრობლემის მოგვარება მარეგულირებელი რესურსით უნდა განხორციელდეს. თუმცა რაოდენ ირინიულიც არ უნდა იყოს, არსებულ გამოწვევებთან გამკლავება სავარაუდოდ ისევ ბიზნესის მეშვეობით არის შესაძლებელი. პასუხისმგებლობით წარმართვის შემთხვევაში მსხვილი ბიზნესი წარმოადგენს ისეთ საქმიანობას, რომელსაც შეუძლია ინოვაციების შემოთავაზება, უკეთესი გადაწყვეტილებების მიღება და განვითარების სტიმულირება, რაც საბოლოო ჯამში გამოიწვევს მესამე მსოფლიოს ქვეყნების სიღარიბიდან და გაჭირვებიდან გამოყვანას და მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფას.

აღნიშნული დილემის მოგვარების ერთადერთ საშუალებას წარმოადგენს კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის გაფართოება და აქტივობების გაძლიერება. საერთაშორისო დონეზე მოქმედმა კორპორაციებმა უნდა გააცნობიერონ საკუთარი მისია მსოფლიო ეკონომიკის შემდგომ განვითარებაში და უზრუნველყონ CSR პოლიტიკით გათვალისწინებული მოთხოვნების დაკმაყოფილება, რაც მომავალ თაობებს სტაბილურ და დაბალანსებულ სამყაროში არსებობის ნიადაგს მოუმზადებს. სამყაროს მდგრადი ეკონომიკური განვითარების გზა გაზრდილ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობაზე გადის.

ძირითადი კრიტიკული შენიშვნა იმაში მდგომარეობს, რომ CSR წარმოადგენს მხოლოდ მიმზიდველი იმიჯის პროექტს; „ეთიკური კომპანიის“ იდეა კრიტიკოსებისთვის წარმოადგენს ოქსიმერონს, ვინაიდან კომპანია თავისი არსიდან გამომდინარე ვალდებულია მაქსიმალურად გაზარდოს თავისი ფულადი ფასეულობა ეთიკური მოსაზრებების ხარჯზეც კი. შესაბამისად კორპორაციის აღმასრულებელ პირებსა და თანამშრომლებს გააჩნიათ კონკრეტული მიზნები საკუთარი ბიზნესის ფუნდამენტური

ვალდებულებების შესასრულებლად, რომელიც წარმოადგენს სარგებლის მაქსიმალურ ზრდას, რაც ზოგჯერ მათ მიერ მორალური და ეთიკური პრინციპების უარყოფას იწვევს. ამგვარი ქმედებები გვხვდება მე-20 საკუნის ბოლოსა და 21-ე საუკუნის დასაწყისში მსოფლიოში დაფიქსირებულ უამრავ კორპორატიულ სკანდალში.

წინამდბარე ნაშრომში განხილული პრობლემა საკმაოდ რთულია; განვითარებულ ქვეყნებში და კერძოდ კი ამერიკის შეერთებულ შტატებში კომპანიები ვალდებული არიან გაითვაილისწინონ საუთარი სოციალური პასუხისმგებლობა, ისევე როგორც მორალური და ეთიკური მხრეები სამოქალაქო საზოგადოების მოთხოვნებზე ადექვატური რეაგირების მოხდენის მიზნით, ვინაიდან აღნიშნული საზოგადოების მხარდაჭერა აუცილებელია კომპანიის წარმატებისთვის. კომპანიების მიერ შესაბამისი წონასწორობა უნდა იქნეს დაცული მათ უმთავრეს მიზანს-მაქსიმალური სარგებლის მიღებასა და ამავდროულად ადგილობრივი და საერთაშორისო პასუხისმგებლობით გათვალისწინებული მოთხოვნების დაკმაყოფილებას შორის. 21-ე საუკუნეში სამოქალაქო საზოგადოების მიერ მხარდაჭერილი კომპანიის კარგი რეპუტაცია სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება დასახული მიზნების მისაღწევად. აშშ-ს მთავრობის მიერ მკაფოიდ ხდება CSR პრინციპებისადმი თავისი ვალდებულებების ფორმულირება და CSR პოლიტიკის მხარდაჭერა, რასაც ახორციელებს საკუთარ ქვეყანაშ მოქმედი მსხვილი კორპორაციებისგან პასუხისმგებლობით აღსავსე ქმედებებისა და ოპერირების მოთხოვნით. მეორეს მხრივ, განვითარებად ქვეყნებში მოქმედ მსხვილ საერთაშორისო კომპანიებს ადგილობრივ მთავრობასთან მიმართებაში ძალაუფლების გრძონობა გააჩნიათ, რაც მათ უპირატესობას ანიჭებს, ვინაიდან კერძო კაპიტალის აქციების მიხედვით აღნიშნული კომპანიები საერთაშორისო არენაზე გაცილებით მდიდრები და გავლენიანები არიან ნებისმიერი ღარიბი ქვეყნის მთავრობასთან შედერებით.

როგორც ქვემოთ, თავში 2 წარმოდგენილი პრაქტიკული ქეისიდანაც გამოჩნდება, მრავალი საერთაშორისო კომპანია გულწრფელი არ არის CSR-თან მიმართებაში და მათი დამოკიდებულება იცვლება გეოგრაფიული მდებარეობის მიხედვით. მონაცემები აჩვენებს, რომ CSR ნაკლებად გამოიყენება მესამე მსოფლიოს ქვეყნებში, სადაც

ექსპლუატაცია ჩვეულებრივი მოვლენაა. კორპორაციებმა აღმოაჩინეს, რომ ღარიბ რეგიონებში, სადაც ძალინ სჭირდებათ დახმარება, შესაძლებელია CSR-ის მიმართ ინდიფერენტული მიდგომისა და იმიჯის გამოყენება, დაბალი ანაზღაურების გადახდა და ჯანდაცვისა და უსაფრთხოების მკაცრი რეგულაციებისთის თავის არიდება, რაც სავალდებულო იქნებოდა მათ მშობლიურ ქვეყნებში. უმეტეს შემთხვევაში ამგვარი კომპანიების მიერ ხდება ადამიანის უფლებებისა და გარემოსდაცვითი საკითხების უგულებელყოფა. საერთაშორისო კომპანიების წინააღმდეგ არსებულ ერთერთ მთავარ ბრალეულობას წარმოადგენს CSR-ის ორმაგი სტანდარტების არსებობა – ისინი სათანადო პასუხისმგებლობას იჩენენ CSR-ის მიმართ ამერიკასა და ინდუსტრიულად განვითარებულ სხვა ქვეყნებში, მაშინ როდესაც CSR-ის იგნორირებას ახდენენ განვითარებად ქვეყნებში საქმიანობისას. საინტერესოა მათ მიერ შეგნებულად ხორციელდება წესების დარღვევა თუ უბრალოდ იცავენ აღნიშნულ ქვეყანაში მოქმედ წესებს. ასეც რომ იყოს, მსხვილმა კომპანიებმა უკეთესად იციან და პასუხისმგებლობით უნდა იმოქმედონ იმისდა მიუხედავად თუ რომელ ქვეყანაში ახორციელებენ საქმიანობას.

მიზანი

წინამდებარე თვისობრივ-ხარისხობრივი კვლევის მიზანია CSR-ის თეორიული საფუძვლის კრიტიკული შეფასება და მსოფლიო მასშტაბით მისი მზარდი მნიშვნელობის ასახვა, ვინაიდან იგი დგას თანამედროვე მსოფლიოს დემოკრატიულ განვთარებასთან დაკავშირებული გამოწვევების წინაშე, რომელთა შორისაა მშვიდი და მდგრადი ეკონომიკური განვითარება და სამართლიაონობისა და თანასწორობის პრინციპები. წინამდებარე ნაშრომის ერთერთ უმთავრეს მიზანს წარმოადგენს იმის კვლევა თუ როგორ განსხვავდება მსოფლიოს სხვადასხვა მსხვილი კომპანიის მიდგომა სოციალურ პასუხისმგებლობასთან დაკავშირებით, როდესაც მათ მიერ საქმიანობა ხორციელდება მსოფლიოს სხვადასხვა წერტილში და ასევე თუ რამდენად განსხვავდება მათ მიერ ფართოდ გაცხადებული CSR პოლიტიკა რეალური ქმედებებისგან

განვითარებად ქვეყნებში სუსტი სამოქალაქო საზოგადოებისა და ხელმძღვანელობის პირობებში.

წინამდებარე ნაშრომი, რომელშიც განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა საერთაშორისო კომპანიების მიერ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის უგულვებელყოფას განვთარებად ქვეყნებში, წარმოადგენს ამგვარი არასათანადო პრაქტიკის (საქართველოში, ნიგერიაში, კენიასა და ინდოეთში არსებული შემთხვევების საფუძველზე) გამომწვევი ძირითადი მიზეზების მოძიების მცდელობას. ნაშრომში ასევე ყურადღება ექცევა ისეთი გამომწვევი მიზეზების იდენტიფიცირებას, გაანალიზებასა და კვლევას, როგორიცაა მოქალაქეთა დაბალი ცნობიერება, მთავრობის სისუსტე და ქვეყნის არასათანადო პოლიტიკური, სოციალური და ეკონომიკური მდგომარეობა.

კვლევის მიზნები

წინამდებარე ნაშრომის კვლევის მიზანს წარმოადგენს კორპორატიულ სოციალურ პასუხისმგებლობასთან დაკავშირებული საკითხების კრიტიკული გაანალიზება იმ კომპანიებში, რომლებიც საქმიანობას ახორციელებენ როგორც განვითარებულ ისე მესამე მსოფლიოს ქვეყნებში და თუ როგორ განსხვავდება აღნიშნული კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის პრაქტიკა სხვადასხვა ქვეყნების მიხედვით. საკმარისი მტკიცებულებები არსებობს იმისა, რომ საერთაშორისო კომპანიების მიერ ხორციელდება დისკრიმინაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ზომების მიღება მსოფლიოს გარკვეულ ნაწილებში მოქმედებისას. წინამდებარე ნაშრომში შესწავლილი და შეფასებული იქნება კომპანიის ცვალებადი პრაქტიკის მიმართ არსებული რეაქციები და აღნიშნულის გამომწვევი მიზეზები. გარდა ამისა, წინამდებარე ნაშრომში ასევე გაანალიზებული იქნება თუ როგორ იცვლება ზოგიერთი საერთაშორისო კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა მსოფლიოს სხვადასხვა ნაწილში და თუ როგორ იცვლება მათი საპასუხო ქმედებები იმ ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონის შესაბამისად, რომელშიც ახორციელებენ საქმიანობას. ყოველივე ზემოაღნიშნულის გარდა, წინამდებარე ნაშრომში ასევე შესწავლილი იქნება თუ როგორ რეაგირებენ

უმსხვილესი კორპორაციები სხვადასხვა ქვეყნის მთავრობის მიერ მათზე განხორციელებულ ზეწოლაზე და მათ მიმართ არსებულ ოფიციალურ წინააღმდეგობაზე; და ბოლოს, წინამდებარე ნაშრომში ასევე შესწავლილი იქნება ამგვარი უმსხვილესი (გიგანტი) კომპანიების ქმედება წინააღმდეგობის არ არსებობის შემთხვევაში.

კვლევასთან დაკავშირებული კითხვები

წინამდებარე ნაშრომში პასუხი უნდა გაეცეს შემდეგ კითხვებს:

Q1. რა არის კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის დარღვევის ძირითადი მიზეზები მესამე მსოფლიოს ქვეყნებში?

Q2. რატომ არსებობს კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის ორმაგი სტანდარტები და რატომ ხდება ზოგიერთი ამერიკული და საერთაშორისო კომპანიის მიერ მათი საჯაროდ დეკლარირებული CSR პრინციპებისთის თავის არიდება სოციო-ეკონომიკურად წარუმატებელ განვითარებად რეგიონებში?

Q3. BTC მილსადენზე მუშაობისას მსხვილი საერთაშორისო კომპანიის „Beyond Petroleum“ (BP) -ის მიერ ორმაგი სტანდარტების გამოყენების მცდელობის ძირითადი მიზეზები

Q4. CSR-თან დაკავშირებულ სოციალურ ცნობიერებაში არსებული სხვაობა ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და საქართველოში, რომელიც პირველ ნაბიჯებს დგამს სოციალური ცნობიერების ამაღლებისა და CSR პრაქტიკის იმპლემენტაციის კუთხით.

სიახლე და აქტუალობა

CSR წარმოადგენს თეორიული განხილვის შედარებით ახალ თემას. განვითარებად ქვეყნებში მკვლევარების მიერ ხშირად არ ხდება CSR-ის განხილვა. კვლევის მეშვეობით ნათელი გახდა, რომ ქართველი ხალხი (საჯარო და კერძო სექტორი) ნაკლებად არის ინფორმირებული CSR-ის მნიშვნელობაზე და ამ დაბალი ცნობიერების გამო

საზოგადოება მათ ქვეყანაში მოქმედი კომპანიებისგან არ ელის და არ ითხოვს სოციალურის პასუხისმგებლობის მქონე ქმედებების განხორციელებას.

არსებობს მოსაზრება, რომ არ არსებობს CSR-თან დაკავშირებული მეცნიერული კვლევა საქართველოში. საქართველო ძალიან ნელა ვითარდება და ნერგავს საერთაშორისოდ აღიარებულ სტანდარტებს, თუმცა აღნიშნული ინფორმაცია ხელმისაწვდომია მოსახლეობის მხოლოდ მცირე ნაწილისთვის და სწორედ ამიტომ სამართლიანად უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს წინ დიდი ბრძოლა ელის როგორც ადგილობრივი ისე უცხოელი კომპანიების დასარწმუნებლად მათ მიერ საქმიანობის პროცესში CSR-ის გათვალისწინების მიზნით.

მთლიანობაში, წინამდებარე კვლევა გამოწვეულია იმ გარემოებით, რომ საქართველოში ფაქტობრივად არ არსებობს ინფორმაცია CSR-ის მნიშვნელობის შესახებ, სწორედ ამიტომ ამ ნაშრომის დამატებითი მიზანია მესამე მსოფლიოს ქვეყნების მოსახლეობაში CSR შეცნობის საჭიროების დემონსტრირება.

საერთაშორისო კომპანიის BP-ის წინააღმდეგ მიმართული მტკიცე მაგრამ მნიშვნელოვანი ოპონირება გაანალიზებული იქნა საქართველოს მთავრობის მიერ არა-სამთავრობო სექტორთან ერთად, რომელიც მხარდაჭერილი იყო საერთაშორისო საზოგადოების მიერ. განხორციელდა აღნიშნული საკითხების გაანალიზება და შედეგების შეფასება.

CSR-ის სხვადასხვა საკითხებთან დაკავშირებული გარეგანი და შინაგანი ცნობიერების დონის განსაზღვრის მიზნით განხორციელდა ამერიკელ და ქართველ დასაქმებულთა შედარებითი ანალიზი, ეკონომიკური განვითარების განსახვავებული დონის მქონე ორი ქვეყნის მონაცემების მიხედვით.

მეორე კვლევა მიზნად ისახავს ქართველ სტუდენტებში CSR-ის საკითხებთან დაკავშირებული გარეგანი ცნობიერების დონის განსაზღვრას. და ბოლოს, შედარებული იქნა ორი სამიზნე ჯგუფი. ეს იყო საზოგადოებრივი აზრის პირველი კვლევა საქართველოში, რომელიც ეხებოდა CSR-თან დაკავშირებული ცნობიერების საკითხებს.

პრაქტიკული და თეორიული ფასეულობა

დღესდღეობით, განვითარებული ქვეყნების საზოგადოება უაღრესად ინფორმირებული და სენსიტიურია გარემოსაცვითი და ეთიკური საკითხების მიმართ. CSR საკითხები ინტენსურად შუქდება მედიაში, რომელსაც დიდი წვლილი მიუძღვის კომპანიებზე განხორციელებულ ზეწოლაში ამ უკანასკნელთა მიერ საქმიანობის მდგრადი ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური თვალსაზრისით განვითარების უზრუნველყოფის მიზნით. ამავდროულად, განვითარებადი ქვეყნების საზოგადოება (მათ შორის საქართველოს მოსახლეობა) ნაკლებად არის ინფორმირებული CSR-ის ცნების შესახებ, შესაბამისად კომპანიების მხრიდან კონკრეტული ქმედებების მოლოდინი არ გააჩნია.

წინამდებარე დისერტაციაში წარმოდგენილი იქნება CSR-ის ცნების შესახებ არსებული თეორიის კრიტიკული მიმოხილვა, განხილული იქნება თავად ცნება და მასთან დაკავშირებული საერთო წარმოდგენები, ასევე მოცემული იქნება CSR-ის კვლევის მეთოდოლოგიური მიდგომები და აღნიშნულ მოვლენასთან დაკავშირებული კრიტიკული მოსაზრებები.

წინამდებარე ნაშრომით განხორციელდება თეორიული მიდგომის გაფართოება საქართველოში BP-ის რეალური საქმიანობის ანალიზის შედეგებზე დაყრდნობით. ასევე, მისი საშუალებით მოხდება თეორიული ინფორმაციის შემდგომი გაფართოება მსოფლიოში არსებული სხვადასხვა სიტუაციური კვლევების შედარებით ანალიზზე დაყრდნობით.

ჰიპოთეზა

ჰიპოთეზა 1: მაშინ როდესაც საერთაშორისო კომპანიების საქმიანობა მაღალი სტანდარტების შესაბამისია ინდუსტრიულ ქვეყნებში, მათ ვერ უნდა შეძლონ CSR ვალდებულებების დავიწყება განვითარებად ქვეყნებში საქმიანობისას, თუკი სათანადო წინააღმდეგობა ექნებათ ადგილობრივი მთავრობისა და არასამთავრობო სექტორისგან.

კვლევის მეთოდები

წინამდებარე ნაშრომი უმეტესად დაფუძნებულია თვისებრივ-ხარისხობრივ მეთოდებზე და გამოყენებულია პრაქტიკაში არსებული მაგალითები და მიმოხილვები. მნიშვნელოვანი მასალები იქნა მოპოვებულიონლიან რეჟიმში და პირადად წარმოებული კვლევებიდან. წინამდებარე ნაშრომში დასმულ კითხვებზე პასუხის გაცემის მიზნით შესწავლილი იქნა სხვადახვა ქეისი მრავალმხრივი ასპექტების კუთხით. აღნიშნული საჭირო გახდა საერთაშორისო კომპანიების CSR პოლიტიკაში არსებული განსხვავებების უკეთ გაცნობიერების მიზნით, რომელიც გამომდინარეობს იმ ქვეყნის განვითარების დონიდან, სადაც ზემოხსენებული კომპანიები ახორციელებენ საქმიანობას.

შედარებით ანალიზზე დაყრდნობით განხილული იქნება სამი ძირითადი ქეისი, რათა გამოვლენილი იქნეს იმ ორი საერთაშორისო კომპანიის მიერ განხორციელებულ CSR ქმედებებში არსებული მსგავსებები და განსხვავებები, რომლებიც ოპერირებენ აშშ-ში, ნიგერიასა და საქართველოში. თითოეული საერთაშორისო კომპანიის რეაგირება კატასტროფაზე გაანალიზებული იქნება ზემოაღნიშნული სამი მასპინძელი ქვეყნის მიხედვით, მაგალითად: როგორ მოხდა გარემოსდაცვითი საკითხის (საკითხების) მოგვარება და კატასტროფის შემდგომი რეაგირება და საპასუხო ქმედებები (არსებობის შემთხვევაში) გარემოსთვის მიყენებული ზიანის შესამცირებლად. გარდა ამისა, შედარებით მცირე ზომის კვლევებით შესწავლილი იქნება სხვა განვითარებად ქვეყნებში (როგორიცაა: კენია და ინდოეთი) მოქმედი კომპანიების მიერ განხორციელებული ეთიკური ქმედებები.

კვლევაში გამოყენებულია პირევალდი და მეორეული წყაროები, საჯაროდ ხელმისაწვდომი ინფორმაცია, რომელიც მოცემულია კომპანიების ვებ-გვერდებზე, ონლიან გაზეთებსა და არასამთავრობო ორგანიზაციების ანგარიშებში, ასევე სამეცნიერო სტატიებში, წიგნებსა და ვიდეო მასალებში. კვლევაში გამოყენებული წყაროები მითითებული ქართულ და ინგლისურ ენებზე.

თვისებრივ-ხარისხობრივი კვლევა ჩატარდა საქართველოს არა-სამთავრობო ორგანიზაციის „მწვანე ალტერნატივას“ თავმჯდომარესთან, ქალბატონ მანანა ქოჩლაძესთან აღებული ინტერვიუს მეშვეობით, რომელიც ამავდროულად არის ავტორი კვლევისა: „საზღვრის მიღმა: მითი და რეალობა BTC განვითარების მოდელზე.’

მეორე ყოვლისმომცველი და დეტალური ინტერვიუ აღებული იქნა საქართველოს გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის ყოფილი მინისტრისგან, ქალბატონ ნინო ჩხობაძისგან (1995-2004), რომელიც აქტიურად იყო ჩართული საქართველოს ტერიტორიაზე გამავალი BTC მილსადენისთვის ალტერნატიული მარშუტის შერჩევასთან დაკავშირებულ მოლაპარაკებებში. აღნიშნული საკითხი წარმოადგენს წინამდებარე ნაშრომში განხილულ ერთერთ სიტუაციურ ანალიზს.

ხარისხობრივი კვლევა ასევე განხორციელდა მსხვილი და საშუალო ზომის კომპანიების ქართველი და ამერიკელი თანამშრომლების ონლიან გამოკითხვებით (საქართველოსა და აშშ-ში) CSR-თან დაკავშირებული შინაგანი და გარეგანი ცნობიერების დონის განსაზღვრის, ასევე აღნიშნული თანამშრომლების მიერ CSR-თან მიმართებაში კომპანიის შეფასების მიზნით. ზემოხსენებული პირები გამოკითხული იქნენ ასევე თუ როგორ აფასებდნენ ისინი მათ ქვეყანაში მოქმედ საერთაშორისო კომპანიებს CSR-ის თვალსაზრისით. განხილული იქნება თითოეული რესპოდენტის პირადი წარმოდგენა, მოთხოვნა, მოლოდინი და ადგილობრივი და ინდუსტრიული ქვეყნების მომხმარებლებს შორის არსებული განსხვავება მოლოდინებსა და მოთხოვნებს შორის.

ონლაინ კვლევა გაეგზავნათ საქართველოს სხვადასხვა უნივერსიტეტის სტუდენტებს მთელი ქვეყნის მასშტაბით მათი წარმოდგენისა და CSR-ის შესახებ არსებული ინფორმაციის დონის განსაზღვრის, CSR ვალდებულებების და მათ მშობლიურ ქვეყანაში მოქმედი კომპანიების შესახებ მათი შეფასებების გაანალიზების მიზნით.

წინამდებარე ნაშორმში გაანალიზებული ძირითადი მონაცემები მოპოვებულია რესპოდენტებისათვის მისაღებ ადგილას აღებული დეტალური ინტერვიუების მეშვეობით. როგორც რაოდენობრივი ისე ხარისხობრივი მონაცემები მოპოვებულია

ქართველი და ამერიკელი რესპოდენტებისგან Survey Monkey-ის პროგრამით განხორციელებული ონლიან კვლევების მეშვეობით.

კვლევის სტრუქტურა - შეზღუდვები

ნაშრომში განხილულია პრობლემა 1990-იანი წლებიდან 2015-წლამდე პერიოდში. საკვლევი მიზნებიდან გამომდინარე წინამდებარე ნაშრომში შესწავლილია CSR-ის ცნების თეორიული სტრუქტურა და კრიტიკულად არის შეფასებული საკითხის გააზრების ამჟამინდელი სისტემა. განხილული არ იქნება CSR მოქმედებების ან წარმოდგენილი სიტუაციური ანალიზების კონკრეტული პოლიტიკური ასპექტები ვინაიდან აღნშნული სცდება წინამდებარე კვლევის სფეროს.

თავი 1. კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ არსებული ლიტერატურის მიმოხილვა

კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR) განისაზღვრება შემდეგნაირად „კომპანიის ინტერესები არ უნდა იყოს იმ სამყაროს ჯანმრთელობასა და კეთილდღეობაზე მნიშვნელოვანი ასპექტი, რომელსაც ეკუთვნის თავად კომპანია. იგი უნდა ასახავდეს საზოგადოების უმაღლეს ღირებულებებს, იცავდეს გარემოს, იჩენდეს პატივისცემას ადამიანის უფლებების მიმართ და დადებითი წვლილი შეიტანოს საზოგადოების ცნობიერებაში.” (Egan & Wilson, 2002, p. 68). ვინაიდან CSR ტრადიციულად მიჩნეულია “კონკრეტულად ამერიკულ მოვლენად, რომელიც ასახავს ამერიკელთა მონაწილეობისა და თვითდახმარების ტრადიციებს (Andre, Jonker, &Schmidpeter, 2005, p. 335) ამ თავში მოცემული ანალიზი ძირითადად ეყრდნობა აშშ-ს შესაბამის ლიტერატურას.

ძირითადი პათოსი მდგომარეობს იმაში, რომ კომპანიის მიზნები არ უნდა იყოს მხოლოდ მაქსიმალური მოგების მიღება და ინვესტორებისთვის დაბრუნება, არამედ მიზნად უნდა ისახავდეს იმ საერთო სარგებლის მაქსიმალური ზრდა, რომელსაც იგი სთავაზობს თავის აქციონერებს. საზოგადოებრივი სარგებლის ნებისმიერი ფორმით

ჩართვა კაპიტალის დაგროვების პროცესში წარმოადგენს უაღრესად დადებით მოვლენას საზოგადოებისთვის, რომელიც სათანადოდ მართვის შემთხვევაში არ იწვევს თავად ბიზნეს კონკურენციის გაძლიერებას და მეორეს მხრივ ახდენს კაპიტალის მაქსიმალურად დაგროვების შესაძლებლობას საზოგადოებისთვის. მაგრამ ყველაზე საგულისხმო ფაქტი ისაა რომ მნიშვნელობა არ აქვს თუ როგორ იმართება CSR, მთავარ პრიორიტეტს წარმოადგენს საბოლოო შედეგი- კარგი უნდა იყოს საზოგადოებისთვის.

მე-19 საუკუნის გვიანდელ პერიოდში აშშ-ში მოქმედ კომპანიებს გაცნობიერებული ჰქონდათ საკუთარი თანამშრომლების საჭიროებები, ინტერესები და სარგებელი და ზოგადად მათი გავლენა საზოგადოებაზე. ამავდროულად აღნიშნულ პეიროდში აშშ-ში გამოჩნდნენ ბიზნეს სექტორიდან გამოსული ფილანტროპები. პარადოქსულია, რომ იმ მეწარმეთა უმეტესობა, რომელთა მიერაც ხდებოდა მუშების ექსპლუატაცია და ადგილობრივი საზოგადოებები ასევე იმყოფებოდნენ მსოფლიოს უდიდეს ფილანტროპთა შორის (აღნიშნული ფაქტის ყველაზე ნათელი მაგალითები იყვნენ ჯონ დ.როკფელერი და კორნელიუს ვანდერბილტი). მიუხედავად იმისა, რომ ზოგჯერ ოლიგარქებად მოიხსენებოდნენ, ამ ადამიანებმა მილიონობით დოლარი გაიღეს ქველმოქმედებისა და საგანმანათლებლო დაწესებულებებისთვის. ისტორიულ ჩანაწერებში „დიდი დეპრესიის“ პერიოდში ქველმოქმედებისთვის გაცემული შეწირულობები მითითებულია CSR-ის ერთგვარ ფორმად.

პირველი ოფიციალიური CSR ინიციატივები წარმოადგენდა რეაგირებას იმ საზოგადოებრივ ზეწოლასა და მედიაში არსებულ ანგარიშებზე, რომელიც ეხებიდა კომპანიის არასათანადო ქმედებებს. 2001 წლის ივნისში, *Guardian-ში* გამოქვეყნდა სტატია სათაურით "შემოუერთდით Exxon-ის წინააღმდეგ მიმართულ ბოიკოტს ახლავე", რომელიც მყიდველებს მოუწოდებდა არ ეყიდათ ნავთობისა და გაზის ამერიკული უმსხვილესი კომპანიის Exxon-ის პროდუქტები. (Join the boycott against Exxon now, 2001). ავტორი Exxon-ს ადანაშაულებდა გლობალური დათბობის საფრთხესთან დაკავშირებული საკითხის უგულებელყოფაში. აღნიშნული რეკომენდაცია, რომელიც მითითებული იყო ერთერთ წამყვან გაზეთში *Guardian* –ში

საფრთხეს უქმნიდა მსოფლიოს ერთერთ უდიდეს კომპანიას არა მხოლოდ სარგებლის მიღების არამედ არსებობის კუთხითაც.

ახალი მსოფლიო წესრიგის პირობებში, საერთაშორისო კომპანიებს უზარმაზარი გავლენა აქვთ მათი კოლოსალური ეკონომიკური ძალაუფლების გამო იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ გლობალიზაცია თავისთავად მიჩნეულია ბიზნესით გამოწვეულ მოვლენად. დღესდღეობით უმსხვილესი საერთაშორისო კომპანიები მრავალ ქვეყანაზე მდიდრები არიან და მათი ტრანსნაციონალური ბუნებიდან გამომდინარე ხშირად არ ექვემდებარებიან საკუთარი მთავრობის რეგულაციებს.

აღნიშნულიდან გამომდინარე ატლანტიკური კომპანიები ორივე მხარეს საზოგადოებრივი ზეწოლის ქვეშ აღმოჩნდნენ. აკრონიმი CSR სავალდებულო გახდა ყველა კომპანიისთვის, რომლის მიზანსაც მეწინავე კომპანიად ქცევა წარმოადგენდა. ეს იყო ახალი რეალობა, რომლის წინაშეც აღმოჩნდნენ კომპანიები. მომხმარებელსა და კომპანიების შორის არსებული ძალაუფლების ბალანსი შეიცვალა და ძალაუფლება მომხმარებელს გადაეცა. საზოგადოებრივი აზრის სასამართლო გადაიქცა უზენაეს სასამართლო უწყებად.

ბევრი კომპანია გულწრფელი არ არის CSR პოლიტიკასთან მიმართებაში, ვინაიდან მათი დამოკიდებულება ხშირად უკავშირდება გეოგრაფიულ მდებარეობას. აღნიშნულის მტკიცებულებად შესაძლოა მიჩნეული იქნეს მესამე მსოფლიოს ქვეყნებში არსებული ექსპლუატაცია. საერთაშორისო კომპანიების ერთერთი უმთავრესი ბრალეულობა იმაში მდგომარეობს, რომ მათ გააჩნიათ შესაბამისი CSR ინდუსტრიული ქვეყნებში, მაგრამ ახდენენ საკუთარი პასუხისმგებლობის იგნორირებას განვითარებად ქვეყნებში საქმიანობისას. თუკი მდიდარ და განვითარებულ ქვეყნებში კომპანიის CSR-ის რეგულირების მრავალი საშუალება არსებობს განვითარების ქვეყნებში ამის განხორციელების შესაძლებლობა შედარებით ნაკლებია, ასე რომ კომპანიების შეუძლიათ თავი ააარიდონ არაეთიკური ქცევით გამოწვეულ პასუხისმგებლობას. შემთხვევათა უმეტესობაში, მესამე მსოფლიოს ქვეყნების ეროვნული კანონმდებლობა

ნაკლებად მკაცრია და მთავრობებს არ სურთ ზეწოლის მოხდენა იმ კომპანიებზე, რომელთა მიერაც დიდი ინვესტიციები ხორციელდება მათ ქვეყანაში. მესამე მსოფლიოს ქვეყნების მთავრობების მცდელობები/სურვილები უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად იმდენად დიდია, რომ ისინი ხშირად ზღუდავენ საკუთარ რეგულაციებს. ყოველგვარი წინააღმდეგობისა და შეზღუდვების გარეშე კომპანიებს თავისი საკუთარი წესებით თამაშის უფლება ეძლევათ.

1.1. რეზიუმე

წინამდებარე ნაშრომში წარმოდგენილი მონაცემები და მოსაზრებები გვთავაზობს, რომ მრავალ შემთხვევაში კომპანიების მიერ CSR-ის გამოყენება ხდება „ფარის“ სახით საზოგადოებრივი ბრალდებებისგან თავდაცვის მიზნით, ან სხვა შემთხვევებში იყენებენ ორმაგ სტანდარტებს გარემოსადმი არაეთიკური მოქმედებების „შენიღბვის“ მიზნით. ამგვარი კომპანიების ხელში კონცენტრირებული ძალაუფლება, მათ როგორც „თანამმართველებს ან თანახელმძღვანელებს“ უზარმაზარ პასუხისმგებლობასაც აკისრებს, რომელთა გამოყენებაც უნდა მოხდეს საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა ასპექტებთან მიმართებაში.

თავი 2. საერთაშორისო კომპანიები და კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა

CSR-ის გამოყენებისა და აღქმის მიდგომები ხშირად უკავშირდება ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონეს და კონკრეტული საზოგადოების სოციალურ გარემოს, მაგალითად საზოგადოების ინფორმირებულობას ისეთი ცნებების შესახებ, როგორიცაა CSR და მდგრადი განვითარება, და ასევე მათ ქვეყანაში მოქმედი მსხვილი კომპანიის მიმართ არსებულ მოლოდინებს.

განვითარებულ ქვეყნებში, როგორიცაა ამერიკის შეერთებული შტატები, კომპანიებს ხშირად დიდი ხარჯის გაწევა უხდებათ მკაცრი გარემოსდაცვითი სტანდარტების მისაღებად და შესასრულებლად, ხოლო გარემოსათვის შემთხვევითი ზიანის მიყენებისას აღნიშნულ კომპანიებს ეკისრებათ მაქსიმალური პასუხისმგებლობა.

შესაბამისად, ამგვარი კომპანიები ხარჯებისა და შესაძლო ვადების შემცირების მიზნით, საქმიანობის არარეგულირებული გზით განხორციელებას ცდილობენ ნაკლებად განვითარებულ ქვეყნებში. სამწუხაროდ, აღნიშნული ფაქტი ჩვეულებრივ გულისხმობს, რომ დაბალი შემოსავლის მქონე ქვეყნები „დაბინძურების თავშესაფარს“ მსხვილი საერთაშორისო კომპანიებისთვის, სადაც მათ შეუძლიათ გარემოს ინტენსიური დაბინძურება და მაქსიმალური მოგების მიღება ძალიან ხშირად სახიფათო საქმიანობისთვის ყოველგვარი პასუხისმგებლობის დაკისრების გარეშე.

შესაბამისი სამართლებრივი უწყების არ არსებობის პირობებში, მრავალი კომპანია ნებაყოფლობით იღებს საქმიანობასთან დაკავშირებულ კოდექსს და ცვლის CSR-ისა და მდგრადი განვითარების დონეს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში, იმის მიხედვით თუ სად ახორციელებს საქმიანობას. სამწუხაროდ, შედარებით ღარიბი ქვეყნების მთავრობებს ხშირად ისე სურთ ინვესტიციების მიზიდვა, რომ მსხვილ კომპანიებს ეკოლოგიური დანაშაულის ჩადენის უფლებას აძლევენ საკუთარ ტერიტორიაზე. საერთაშორისო კომპანიების კოლოსალური ძალაუფლება და გავლენა, ძალაუფლება რომელიც აჭარბებს მესამე მსოფლიოს ქვეყნების მთავრობათა ძალაუფლებებს, არასასთანადო ადგილობრივ და საერთაშორიისო კანონმდებლობასთან ერთად გულისხმობს, რომ ახლა ისე როგორც არასდროს, აუცილებელია საერთაშორისო, სამართლებრივად სავალდებულო იურიდიული სააგენტოს შექმნა ეკოლოგიური დანაშაულის შეჩერების მიზნით განსაკუთრებით განვითარებად ქვეყნებში, ვინაიდან ეს უკანასკნელნი ყველაზე მეტად ზარალდებიან ზემოხსენებული დანაშაულით. თუმცა, საერთაშორისო კომპანიების მიერ განვითარებად ქვეყნებში განხორციელებული ქმედებების რეგულირების მიზნით საერთაშორისო სამართლებრივი უწყების შექმნამდე, მასპინძელი ქვეყნის მთავრობამ არა-სამთავრობო სექტორთან, სამოქალაქო და საჯარო სექტორთან ერთად უნდა უზრუნველყოს საკუთარი ქვეყნისა და უფლებების დაცვა კომპანიების მხრიდან არასათანადო მოპყრობის შემთხვევაში.

„შელი“ (Shell) ნიგერიაში

მიუხედავად იმისა, რომ ნავთობისა და გაზის საერთაშორისო კორპორაცია „შელი“ ყოველთვის თავის მოვალეობად თვლიდა CSR-ისა და მდგრადი განვითარების პრინციპების დაცვას, თუმცა რეალობა სულ სხვაა. ამ კომპანიას დიდი წვლილი მიუძღვის ნიგერიაში გარემოსთვის მიყენებულ ზიანის საქმეში. ბოლო ათწლეულებში ნიგერიის ნავთობის წარმოებით ქვეყანამ სავალუტო შემოსავლების 95 პროცენტზე მეტი მიიღო. მაშინ როდესაც ამ ფაქტს ნიგერიისთვის კეთილდღეობა უნდა მოეტანა, ქვეყანას არაფერი მიუღია სიღარიბის, ადამიანის უფლებების დარღვევისა და მნიშვნელოვნად დაზიანებული ადგილობრივი გარემოს, განსაკუთრებით Niger Delta-ს ნავთობით მდიდარ ტერიტორიაზე, გარდა.

წარსულში „შელი“ ყოველდღიურად 800,000 ბარელ ნავთობს აწარმოებდა ნიგერიაში, რითაც ყოველწლიურად შემოსავლის სახით ასობით დოლარს იღებდა. მოგება დიდია, თუმცა უმეტესობისთვის ასევე დიდია ხარჯებიც. „შელის“ გულგრილი დამოკიდებულება დაღვრილი ნავთობის დასუფთავებისა და ძველი მილსადენების შეკეთებისადმი კვლავაც ხელს უწყობს ტერიტორიის დაბინძურებას. „შელს“ასეთი დაუდევარი მიდგომა არ ექნებოდა საქმიანობის განვითარებულ ქვეყნებში განხორციელების შემთხვევაში და ამგვარი მიდგომაც არ იქნებოდა დაშვებული. მასინ რატომ ხდება ამის ატანა ნიგერიაში? ნიგერიის მთავრობა მზად არ აღმოჩნდა „შელისთვის“ წინააღმდეგობის გასაწევად; დღის წესრიგში შეტანილი არ ყოფილა არც ადამიანის უფლებები და არც გარემოსდაცვითი საკითხები. ქვეყნის ხელმძღვანელობას წარმოადგენს ნიგერიის მთავრობა, თუმცა გაურკვეველია ქვეყანაზე რეალურ ძალაუფლებას „შელი“ ფლობს თუ ნიგერიის მთავრობა.

2016 წელს, ათეულობით წლის განმავლობაში ნავთობის დაღვრის შემდეგ, „შელი“ დათანხმდა სასამართლოს მიერ დაკისრებული გადასახადის გადახდას ქვეყნისთვის 2008-2009 წლებში ნავთობის დაღვრით გამოწვეული დაბინძურებისთვის. მიუხედავად იმისა რომ აღნიშნული უზარმაზარ თანხას შეადგენს, იგი ვერ მოახდენს გარემოსთვის „შელის“ მიერ ხანგრძლივი დროის განმავლობაში განხორციელებული არაკანონიერი მოქმედებებით მიყენებული ზიანის კომპენსირებას.

„ბრითიშ ემერიქან თობაქო“ (British American Tobacco) კენიაში

BAT-ის მიერ ფერმერებთან ხელშეკრულების გაფორმება თამბაქოს მოყვანაზე კენიაში ხორციელდება კომპანიის ინსტრუქციების შესაბამისად, რომელიც მოითხოვს ადამიანის ჯანმრთელობისათვის უაღრესად საშიში პესტიციდების გამოყენებას (შესხურებას). კომპანია შეგნებულად უქმნის საფრთხეს კენიელ თამბაქოს მწარმოებელებს (ფერმერებს) მათთვის ისეთი პესტიციდების მიწოდებით, რომელთა უსაფრთხოდ გამოყენებაც შეუძლებელია. 2002 წელს გამოქვეყნებულ სტატიაში იდენტიფიცირებული იქნა პესტიციდი „ალდრინი“, რომელიც დასავლეთის მთავრობების მიერ აკრძალული ან მკაცრად შეზღუდულია. სტატიის მიხედვით, დასავლეთის მთავრობების უეტესობა კრძალავს ან მკაცრად ზღუდავს პესტიციდ „ალდრინის“ გამოყენებას. ისმის კითხვა: რატომ იძლევა ბრიტანულ-ამერიკული კორპორაცია ასეთი საზიანი ქიმიკატის გამოყენების უფლებას კენიაში? აღნიშნული წარმოადგენს აშკარად ეთიკურ საკითხს და BAT-ის მიერ CSR-ის ორმაგი სტანდარტების გამოყენების მაგალითს, რაც გამოიხატება კენიის ფერმებში კორპორაციის მშობლიურ ქვეყანაში აკრძალული ქიმიკატის გამოყენებაში.

კოკა-კოლა ინდოეთში

კოკა-კოლა წარმოადგენს კიდევ ერთ უმსხვილეს კორპორაციას, რომელიც ქადაგებს საქმიანობის ეთიკურად და პასუხისმგებლობით წარმართვის შესახებ, თუმცა რეალურად კოკა-კოლას საქმიანობა ინდოეთში ამგვარი არ არის. ქვეყნის ერთერთ რეგიონში, სადაც ფუნქციონირებს კომპანიის ქარხანა ამ უკანასკნელის მიერ არსებულ რესუსებზე მეტი წყლის გამოყენება ხდებოდა. ადგილობრივი წყლის რესურსების დაცარიეების გარდა კოკა-კოლას ასევე ბრალი ედებოდა ქარხნაში არსებული ტოქსიკური ნარჩენების უტილიზაციასა და გარემოს დაბინძურებაში.

ადგილობრივი უწყებებისთვის ცნობილი გახდა ზემოხსენებული პრობლემის შესახებ და განხორციელდა ზომების მიღება. ადგილობრივმა სასამართლომ კოკო-კოლას აუკრძალა რეგიონიდან წყლის მიღება და წარმოების პროცესისთვის მოსთხოვა

ალტერნატიული წყლის რესურსების მოძიება. თავდაპირველად ინფორმაცია ამის თაობაზე გასაიდუმლოებული იყო მსოფლიოში მაგრამ ძალიან მალე გავრცელდა. ინფორმაცია კოკა-კოლას მიერ ინდოეთში განხორციელებული არაეთიკური ქმედებების შესახებ გავრცელდა განვითარებულ ქვეყნებში, რასაც ზემოხსენებული მიზეზის საპასუხოდ აშშ-სა და ევროპაში შედეგად მოყვა უნივერსიტეტის სტუდენტების მიერ კოკა-კოლასთან გაფორმებული კონტრაქტების გაუქმების მოთხოვნა.

კოკა-კოლას მსგავს მსხვილ საერთაშორისო კომპანიებს მრავალი სარგებლის მოტანა შეუძლიათ იმ განვითარებადი ქვეყნებისთვის (როგორიცაა ინდოეთი), სადაც ახორციელებენ საქმიანობას. ამგვარი სარგებელი და ინვესტიციები შესაძლოა გადამწყვეტი აღმოჩნდეს მესამე მსოფლიოს ქვეყნების ეკონომიკის განვითარებისთვის. თუმცა, ღარიბი ქვეყნების საჭიროება ამ კორპორაციების მიერ შესაძლოა გამოყენებული იქნეს საკუთარი სარგებლობისთვის, რაც გულისხმობს არაეთიკურ ბიზნეს საქმიანობას, გამარტივებულ ქცევის კოდექსსა და კომპანიის სოციალურ პასუხისმგებლობას.

BP საქართველოში

ბრითიშ პეტროლიუმი (BP) წარმოადგენს ერთერთ უმისხვილეს საერთაშორისო კომპანიას მსოფლიოში და ნავთობისა და გაზის მრეწველობის მსოფლიო ლიდერებს შორისაა. კომპანიის წლიური მოგება 2015 წლის პირველ კვარტალში შეადგენდა 2.6 მილიარდ აშშ დოლარს (British Petrolium, 2015). წლიური კოეფიციენტის თვალსაზრისით გაანალიზებისას, იგი უთანაბრდებოდა ზოგიერთი მცირე ზომის სახელმწიფოს შემოსავალს. ნავთობის მრეწველობა, ეთიკური და ეკოლოგიურად მისაღები ქმედებების გარდა კომპანიებისგან მოითხოვს პროაქტიურობასა და სოციალურ პასუხისმგებლობას. ‘‘გარემოს დაცვა’’ წარმოადგენს ნავთობისა და გაზის კომპანიების მიერ მხარდაჭერილ უახლეს ტენდენციას; ბიზნეს საქმიანობა შესაძლოა ჩანდეს ეკოლოგიურად მისაღები მაგრამ ფაქტობრივად წარმოადგენდეს უბრალოდ „შენიღბულ ფარსს“.

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, უამრავი სარეკლამო კამპანიისა და PR აქტივობის მეშვეობით, რომელიც BP -ს მოიხსენებდა „ეკოლოგიურად სუფთა საწარმოდ“, BP-იმ

უარი განაცხადა სახელზე „ბრითიშ პეტროლიუმ“-რომელსაც კომპანია 60-ზე მეტი წლის განმავლობაში ატარებდა და განახორციელა კომპანიის იმიჯის განახლება. იგი გარდაიქმნა ორგანიზაციად რომელსაც წვლილი შეაქვს უკეთესი მსოფლიოს შექმნაში. BP განაგრძობდა თავისი გადაწყვეტილების საჯაროდ გაცხადებას საკუთარი ბიზნეს საქმიანობის სრულად გარდასაქმნელად და CSR პრინციპებისა და უფრო მეტად განვითარებული საზოგადოების მოთხოვნების დაკმაყოფილების მიზნით. 2000 წელს კომპანიის მიერ განხორციელებული რებრენდინგის შემდეგ, BP აცხადებს რომ იგი „პეტროლიუმზე გაცილებით მაღლა დგას“. კომპანიის რებრენდინგი წარმოადგენდა BP-ის ეკოლოგიურად სუფთა კომპანიად (რომელიც სრულად ითვალისწინებს ეკოლოგიურ საკითხებს, CSR პრინციპებსა და იმ საზოგადოების მდგრადი ეკონომიკური განვითარების საკითხებს სადაც ახორციელებს საქმიანობას) წარმოჩენის მცდელობის ნაწილს. რებრენდინგი მნიშვნელოვან მექანიზმს წარმოადგენს კომპანიისათვის თანამედროვე სამყაროში აქტუალობის დაბრუნების მიზნით. განახლებულმა იმიჯმა შესაძლოა ხელში შეუწყოს საზოგადოებაში კომპანიის პოზიტიურ აღქმას, ხოლო BP-ის შემთხვევაში დაივიწყონ წარსული და იმედიანად შეხედონ მომავალს.

დღესდღეობით BP აკმაყოფილებს CSR მოთხოვნებს და ცდილობს ეთიკური ბიზნეს საქმიანობის განხორციელებას, მათ შორის იჩენს სენსიტიურობასა და პასუხისმგებლობას მისი ქმედებებით გამოწვეული ეკოლოგიური საფრთხის მიმართ განსაკუთრებით ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და სხვა განვითარებულ ქვეყნებში. თუცა ეს ყოველთვის ასე არ არის.

BP საქართველოში საქმიანობას ახორციელებდა 20 წელზე მეტი პერიოდის განმავლობაში. აღნიშნული ურთიერთობა ორმხრივად სასარგებლო იყო თუმცა არსებობდა გარკვეული დაძაბულობაც.

მარშუტის მნიშვნელობა

BTC მილსადენმა ნავთობისა და გაზის მიწოდების ახალი ალტერნატივა შეუქმნა აშშ-ს, რომელიც დიდი ხნის განმავლობაში ეძებდა ისეთ მარშუტს, რომელიც არ გაივლიდა

რუსეთზე ან ირანზე. BTC მილსადენით ასევე შემცირდა მსოფლიოს დამოკიდებულება პოლიტიკურად არა-სტაბილური, ახლო აღმოსავლეთის რეგიონიდან მიწოდებულ ნავთობზე; სწორედ ამიტომ აშშ-მ დიდი წვლილი შეიტანა (როგორც ფინანსურად ისე სიტყვიერად) აღნიშნული პროექტის წარმატებაში.

ბაქო-თბილისი-ჯეიჰანის (BTC) პროექტის ეკოლოგიური ასპექტები

პატარა პოსტ-საბჭოურ ქვეყნას BTC მილსადენი დიდ კომპენსაციასთან ერთად დიდ რისკსაც სთავაზობდა. მილსადენი მიწისძვრით გამოწვეული ნავთობის სერიოზული დაღვრის მუდმივ რისკს შეიცავს. მილსადენმა ასევე გაიარა ბორჯომის რაიონში (საქართველოში)-აყვავებული ტურისტული მხარეში, რომელიც ცნობილია თვალწარმტაცი ბუნებითა და სამკურნალო ცხელი წყლებით. იმ პერიოდში საქართველოს გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის მინისტრი ნინო ჩხობაძე 2002 წლის ნოემბერში აცხადებდა, რომ კატეგორიულად ეწინააღმდეგებოდა მილსადენის ბორჯომში გავლის მარშუტს (რომელიც მანამდე შეირჩა BP-ის მიერ იმავე თვეში) „მილსადენის დაზიანების შემთხვევაში კატასტროფული ეკოლოგიური ზიანის“ რისკის გამო. საქართველოს არა-სამათავრობო ორგანიზაციის „მწვანე ალტერნატივას“ მიერ შედგენილია 220 გვერდიანი დოსიე, სადაც მითითებულია, რომ პროექტით დაირღვა მსოფლიო ბანკის გაიდლაინები; მათ შორის არ იქნა გათვალისწინებული მიწისძვრების საშიშროება (Kochladze, Gujabidze, & Akhobadze, Green Alternative, 2004). BP-ს არ გაუთვალისწინებია ადგილობრივი არა-სამთავრობო ორგანიზაციების კრიტიკა და საქართველოს მთავრობის მოსაზრებები. აღნიშნული საკითხი შუქდებოდა ადგილობრივი საინფორმაციო არხებით, რამაც საბოლოოდ შედეგად გამოიღო უნდობლობისა და საზოგადოებრივი აზრის ნეგატიური დონის ზრდა საქართველოს მოსახლეობაში. თუმცა აღნიშნული ზეწოლა საკმარისი არ აღმოჩნდა BP-ზე ზემოქმედების მოსახდენად და მასობრივი პროტესტის მიუხედავად მილსადენის მარშუტი არ შეცვლილა.

უსაფრთხოების ასპქეტები

BP-ს განცხადების მიუხედავად, რომ განხორციელებული იყო უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული ყველა პროცედურა და ახალი მილსადენი არ გამოიწვევდა გარემოს დაზიანებას, BP მაინც აღმოჩნდა კრიტიკის ობიექტი უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული იმ პრობლემების გამო, რამაც შესაძლოა წარმოქმნას ნავთობის დაღვრის საშიშროება. განსაკუთრებული კრიტიკა დაიმსახურა მილსადენში გამოსაყენებლად BP-ის მიერ ქვესტანდარტით განსაზღვრული პროდუქტების ნაცვლად შერჩეულმა პროდუქტებმა.

2004 წლის თებერვალში, ბრიტანულმა გაზეთმა *Sunday Times-მა* გამოავლინა, რომ საქართველოსა და აზერბაიჯანის ტერიტორიაზე მილსადენის შეერთების მრავალ ადგილას გამოყენებული იყო წუნდებული საღებავი. აღნიშნული ამბის გახმაურების შემდეგ, BP იძულებული გახდა ეღიარებინა, რომ „საქართველოში არსებული შეერთების ადგილების მეოთხედზე მეტი დაბზარული იყო“ (Bankwatch, 2005) თუმცა კომპანიის განცხადებით მილსადენზე არსებული ბზარების შეკეთება განხორციელდა თერმული დამუშავების მეთოდით. 2004 წელს, მას შემდეგ რაც BP-იმ მიიღო გადაწყვეტილება მილსადენის მშენებლობის ბორჯომის რაიონში დაწყების შესახებ, საქართველოს მთავრობამ შეაჩერა სამუშაოები BTC მილსადენზე. გაერთიანებული სამეფოს გაზეთის *The Independent-ის თანახმად,* ორი კვირის შემდეგ მშენებლობის განახლება პირდაპირ გამოწვეული იყო ამერიკის შეერთებული შტატების-ბუშის ადმინისტრაციის პოლიტიკური ზეწოლით. BTC მილსადენის პროექტის ჩაშლით ვაშინგტონი ძალიან ბევრ რამეს დაკარგავდა და სწორედ ამიტომ იგი თავის პოლიტიკურ ძალაუფლებას გამოიყენებდა პროექტის გასაგრძელებლად. სწორედ ამიტომ, პროექტის განახლების თაობაზე დაუყოვნებლივ გაკეთდა განცხადება საქართველოს მაშინდელ პრეზიდენტს-მიხეილ სააკაშვილსა და აშშ-ს თავდაცვის მინისტრს-დონალდ რამსფელდს შორის გამართული დაუგეგმავი შეხვედრის შემდეგ (The Independent, 2004).

BP-ის რეპუტაციასთან დაკავშირებული გამოწვევები

BP აცხადებს, რომ მან „გაზარდა ბარიერი“ და „დაამკვიდრა ახალი საერთაშორისო კრიტერიუმი ადამიანის უფლებებსა და გარემოსდაცის სტანდარტებში“ თუმცა აღნიშნული განცხადებები სავსებით ზუსტი არ არის. მილსადენის მშენებლობის პროგრამის ქართული სეგმენტის შემთხვევაში BP დამნაშავე იყო, იძულებით აღიარა თავის ბრალეულობა და მუშაობდა აღნიშნული საკითხების მოგვარებაზე, რაც დაეხმარა მას დასავლური საზოგადოების თვალში რეპუტაციის შენარჩუნებაში. BP-ს მიერ საქართველოში განხორციელებულმა დეფექტურმა ქმედებებმა ზიანი მიაყენა კომპანიის საერთაშორისო რეპუტაციას, ასე რომ BP-მ ძალიან ბევრი იმუშავა მათ აღმოსაფხვრელად. გაურკვეველია იგვე მიდგომას გამოიყენებდა თუ არა აღნიშნული საკითხში დასავლეთი რომ არ ყოფილიყო ჩართული. დღესდღეობით, BTC მილსადენის გარშემო არანაირი კატასტროფა დაფიქსირებული არ არის, თუმცა ამ მილსადენის უბრალოდ არსებობაც კი ბორჯომი-ხარაგაულის ეროვნული პარკის შუაგულში ბომბივითაა; ამ ადგილას მილსადენის უბრალოდ არსებობითაც კი რეგიონის უნიკალური ბუნება მუდმივი საფრთხის ქვეშაა.

BP-საქართველოს მაგალითის მიხედვით ნავთობის გიგანტს ერთ კვირაზე მეტიც კი არ დაჭირვებია ბორჯომის ხეობის უნიკალური ეკოლოგიის შენასანარჩუნებლად საქართველოს მთავრობის მცდელობების გასანეიტრალებად BTC მილსადენის მშენებლობის გასაგრძელებლად. საქართველოს მთავრობა მეტისმეტად სუსტი იყო რომ ცვლილება იძულებით განეხორციელებინა? ფინანსურად, BP-ს უპირატესი პოზიცია გააჩნდა და მიიღო კომპანიისა და მისი მიზნებისთვის მისაღები გადაწყვეტილებები.

ინტერვიუები

წინამდებარე კვლევის ფარგლებში ავტორის მიერ აღებული იქნა ორი დეტალური ინტერვიუ BTC მილსადენის მშენებლობის პერიოდში და მის დაწყებამდე საქართველოში BP-ის მიერ განხორციელებული საქმიანობის შესახებ. ინტერვიუები აღებული იქნა არა-სამთავრობოს ორგანიზაციის „მწვანე ალტერნატივას“ თავმჯდომარის ქალბატონი მანანა ქოჩლაძისგან და იმ პერიოდში საქართველოს

გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის მინისტრისგან, ქალბატონ ნინო ჩხობაძისგან.

ორი ინტერვიუს რეზიუმე

ნაშრომის ფარგლებში აღებული ორივე ინტერვიუ აჩვენებს, რომ BP-მ, საერტაშორისო კომპანიამ გამოიყენა საკუთარი გავლენა საქმიანობის განსახორციელებლად კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობით განსაზღვრული სტანდარტების დარღვევით. ისეთ ქვეყნებში მუშაობისას, როგორიც საქართველოა მსხვილი კომპანიები ნაკლებ ყურადღებას აქცევენ საქმიანობასთან დაკავშირებულ მოთხოვნებს და ყურადღებას ამახვილებენ სხვა პრიორიტეტებზე, მაგალითად როგორიცაა სამუშაოების დბალ ფასად და უმოკლეს ვადაში დასრულება ნებისმიერი გზით.

BP-ის მიერ საქართველოში საქმიანობის დაწყებამდე ქართველ ხალხსა და BP-ს განსხვავებული მოლოდინები ჰქონდათ პარტნიორობის განვითარების შესახებ. მოლოდინები შეუსაბამობაში იყო რეალობასთან. ქართულ მხარეს BP-სთან დაკავშირებით იდეალური მოსაზრებები და უცხოური კომპანიისადმი უპირობო ნდობა გააჩნდა, მაშინ როდესაც BP-ს მხარე მიზნად ისახავდა მილსადენის მშენებლობას საქართველოს გავლით სწრაფად და იაფად წესებისა და CSR-ის სრული უგულებელყოფის გზით. BP-ს სურდა ყურადღების გამახვილება თავის ახალ სტრატეგიულ ინტერესებზე მასპინძელი ქვეყნის მხრიდან ყოველგვარი პრობლემის წარმოქმნის გარეშე.

რეალობა ორივე მხარისთვის განსხვავებული იყო. BP წააწყდა წინააღმდეგობას მთავრობისა და აქტიური არა-სამთავრობო სექტორისგან ინტერნეტზე შეზღუდული წვდომის პერიოდში და ქვეყნის მკვეთრი განვითარების ფაზაში. BP ცდილობდა აღნიშნული წინააღმდეგობის მოგერიებას და ხუმრობდა კიდეც საქართველოს მცდელობებზე. მაგრამ სიმართლე უნდა ითქვას, რომ აღნიშნულმა ზეწოლამ BP-ს უკან დახევა, ბოდიშის მოხდა და საქართველოში არასათანადოდ განხორციელებულ ქმედებებზე პასუხისმგებლობის აღება აიძულა. ეს იყო უპრეცედენტო შემთხვევა,

ვინაიდან თურქეთსა და აზერბაიჯანს საკუთარ ქვეყნებში BP-ისთვის წინააღმდეგობა არ გაუწევიათ. წინააღმდეგობის ნაკლებობა BP-ს სასარგებლოდ მოქმედებდა – კომპანიამ ისარგებლა უპირობო ნდობითა და უბრალოდ დადებითი ცვლილებების მოლოდინით და მიიღო მრავალი საეჭვო გადაწყვეტილება.

ინტერვიუებმა ასევე აჩვენა, რომ BP-ს მიერ შერჩეული მილსადენის მარშუტი მრავალ სენსიტიურ ტერიტორიაზე გადის. ერთერთი მათგანი იყო სასმელი წყლის სტრატეგიული რეზერვუარი, რომელიც გამოიყენება საქართველოს დედაქალაქის, თბილისის მაცხოვრებლების მიერ და BP საბოლოოდ დათანხმდა, რომ მილსადენს არ გაევლო ამ მნიშვნელოვან ტერიტორიაზე. ასევე, „იღბლიანი“ დამთხვევის წყალობით როდესაც მილსადენის ნაწილი მდინარე მტკვარზე იქნა გადატანილი– სამინისტრომ მოითხოვა სპეციალური ნაგებობის აშენება მაგრამ BP-მ უარყო აღნიშნული მოთხოვნა. თუმცა წყალდიდობამ სხვა არჩევანი არ დაუტოვა BP-ს ვინაიდან შემოთავაზებული მარშუტი გამოსყენებლად ვარგისი აღარ იყო.

ინტენსიური მცდელობის მიუხედავად, BP-ს ვერ შეაცვლევინეს მილსადენის ბორჯომის უნიკალურ ხეობასა და კოდიანას მთებში-ტერიტორია, რომელიც გამოირჩევა მაღალი სეისმური აქტივობითა და მეწყერებით-გაყვანის გადაწყვეტილება. გარდა ამისა, ოფიციალური მოთხოვნის მიუხედავად BP-ს მიერ არ განხორციელებულა მთლიანი მილსადენის მძლავრი დაცვის სისტემის შემუშავება. იმისდამიუხედავად, რომ დაღვრის ან გაჟონვის შემთხვევაში პასუხისმგებლობა ეკისრება BP-ს რისკების შეფასების ანგარიში მაინც არასრულყოფილია; მრავალი კითხვა წარმოიშვა სამშენებლო სამუშაოების მიმდინარეობისას განხორციელებული მონიტორინგის დროსაც. საქართველო აღმოჩნდა ტექნიკური პრობლემების წინაშეც, როდესაც გამოვლინდა, რომ მილსადენის საღებავის ფენა არ აკმაყოფილებდა საერთაშორისო სტანდარტებს. რომ არა ჟურნალისტური გამოძიება და ბრიტანულ გაზეთში სტატიის გამოქვეყნება, რომელსაც მოყვა განხილვები ბრიტანეთის პარლამენტში, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ BP-ის მიერ არ მოხდებოდა ტექნიკური გაუმართაობის აღიარება.

ორივე ექსპერტის ინტერვიუში ნათლად ჩანს მსხვილი საერთაშორისო კომპანიების გავლენის უპირატესობა განვითარებადი ქვეყნების მთავრობების ძალაუფლებასთან შედარებით. BP-ის წარმომადგენლებმა თავისი აშკარა უპირატესობა გამოავლინეს, როდესაც თავს უფლება მისცეს და არ დაესწრნენ ადგილობრივ უწყებებთან გამართულ მნიშვნელოვან შეხვედრას. ბალანსის არაპროპორციული განაწილება განვითარებადი ქვეყნის პირველ პირსა და საერთაშორისო კომპანიის უმაღლეს ოფიციალურ წარმომადგენელს შორის იმდენად აშკარა იყო, რომ ამ უკანასკნელმა შეურაცყოფაც კი მიაყენა ქვეყნის პრეზიდენტს სუბორდინაციისა და ეთიკის ნორმების ყოველგვარი დაცვის გარეშე. მაშინ როდესაც განვითარებულ ქვეყნებში საერთაშორისო კომპანიები ავლენენ კორპორაციული პასუხისმგებლობის მაღალ დონეს, ჩვენს ქვეყანაში მინისტრი დაექვემდებარა საერთაშორისო კომპანიის ზეწოლას და როგორც კულუარული ინფორმაციით გახდა ცნობილი BP-ს წარმომადგენლები გაოცებული დარჩნენ, როდესაც მინისტრი დაუყოვნებლივ არ იქნა გათავისუფლებული დაკავებული პოზიციიდან წინააღმდეგობის გაწევისთვის. BP საქართველოსგან მორჩილებას მოელოდა და გაუკვირდა მინისტრის ხასიათის სიმტკიცე.

ორივე რესპოდენტს მიაჩნია, რომ მნიშვნელოვანია საზოგადოებრივი ცნობიერების და ზოგადად საზოგადოების კომპეტენციის ამაღლება (განსაკუთრებით ახალგაზრდა თაობაში), იმ ძირითადი ბიზნეს საქმიანობის შესახებ როგორიცაა კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა. აუცილებელია განათლების გაღრმავება CSR-თან დაკავშირებულ მოთხოვნებსა და მოლოდინებს შორის არსებული სიცარიელის შემცირების მიზნით, რაც მომავალში უზრუნველყოფს საქართველოს დაცვას ორმაგი სტანდარტების მქონე სამყაროში.

რეზიუმე

მასპინძელი ქვეყნები ვალდებული არიან ყველა ზომა მიიღონ საერთაშორისო ბიზნეს კორპორაციების მიერ ჩადენილი დანაშაულისგან საკუთარი მოქალაქეების დასაცავად, საერთაშორისო სამართლებრივი მარეგულირებელი ორგანოს არ არსებობს პირობებში,

რომლის წინაშეც პასუხისმგებლები იქნებოდნენ საერთაშორისო კომპანიები. თუმცა, მოქალაქეებმა და ფართო საზოგადოებამ მათ ქვეყენაში მოქმედი კომპანიებისგან უნდა მოითხოვონ ადექვატური CSR პრაქტიკის უზრუნველყოფა. სამწუხაროდ, ინვესტირებაზე ორიენტირებული მთავრობები განვითარებად ქვეყნებში ხშირად უგულებელყოფენ ამ ვალდებულებებს და თვალს ხუჭავენ იმ საერთაშორისო კომპანიების მიერ ჩადენილ ეკოლოგიურ დარღვევებზე და სხვადასხვა დანაშაულზე, რომელთაც შემოსავალი მოაქვთ შიდა ეკონომიკისთვის. მთავრობის ქმედებები საერთაშორისო კომპანიების მიერ CSR-ის ორმაგი სტანდარტების მიღების თავიდან აცილების მიზნით განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია სუსტ და განვითარებად ქვეყნებში.

თავი 3. CSR ამერიკაში, ინფორმირებულობა CSR-ის შესახებ აშშ-სა და საქართველოში (კვლევები)

კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR) დღესდღეობით მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ამერიკის შეერთებული შტატებში (აშშ) კორპორციის არსებობის კუთხით. მსხვილი კომპანიებისათვის საკმარისი არ არის მაქსიმალური მოგების მიღება, მათთვის აუცილებელია ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობით აღსავსე ქმედებების განხორციელება. აშშ-ში, CSR და "სამმაგი კრიტერიუმის" (Henriques & Richardson, 2004, p. 17) მიდგომია ბიზნესის წარმატებასთან მიმართებაში ჩვეულებრივ ნებაყოფლობითია. მიუხედავად იმისა, რომ აშშ-ს განაჩენის გამომტანი კომისიის და სხვა უწყებების გაიდლაინები დახმარებას უწევენ კომპანიებს იმ მოთხოვნების დაკმაყოფილებაში, რომელიც მნიშვნელოვანია კომპანიის ზრდისა და მისი კონკურენტებისგან გამორჩევისთვის, აშშ-ში მოქმედი კომპანიების რეგულირება არ ხორციელდება მთავრობის მიერ.

რა აძლევს კომპანიებს ყოველდღიურ საქმიანობაში CSR პრინციპების გამოყენების საფუძველს? ძალიან ხშირად CSR პრაქტიკის იმპლემენტაციისთვის სტიმული ხდება სხვადასხვა არა-სამთავრობო ორგანზაციების მიერ განხორციელებული ზეწოლა, რაც

კომპანიებს საქმიანობის უფრო მეტის სოციალური პასუხისმგებლობით წარმართვის საშუალებას აძლევს. მაკონტროლებელი ორგანიზაციები, როგორებიცაა Human Rights Watch, (Human Rights Watch) Corporate Watch და Greenpeace მუდმივად ახდენენ საერთაშორისო კორპორაციების მონიტორინგს მათ მიერ საქმიანობის ეთიკურად განხორციელების უზრუნველყოფის, ხოლო წინააღმდეგ შემთხვევაში აღნიშნულის განსახორციელებლად მათზე ზეწოლის მოხდენის მიზნით.

საერთაშორისო კომპანია, რომელიც საქმიანობას ახორციელებს აშშ-სა და ნიგერიაში

წინამდებარე თავში წარმოდგენილი სიტუაციური კვლევები აჩვენებს კომპანიის სოციალურ პასუხისმგებლობაში (CSR) გამოვლენილ განსხვავებას, რომელიც გამოიყენება ზოგიერთი საერთაშორისო კომპანიის მიერ, რომლებიც მოქმედებას ახორციელებენ, როგორც ინდუსტრიულ ისე განვითარებად ქვეყნებში. უფრო კონკრეტულად რომ ვთქვათ, აღნიშნული ეხება მსოფლიოს ორი უმსხვილესი ნავთობისა და გაზის კორპორაციის ამბავს და თუ როგორ მოახდინა თითოეულმა მათგანმა რეაგირება ნავთობის დაღვრის ფაქტზე; ერთი ფაქტი დაფიქსირდა განვითარებულ ქვეყანაში, ხოლო მეორე მესამე მსოფლიოს ქვეყანაში. ნავთობის დაღვრის აღნიშნული ორი ფაქტი დაფიქსირდა სხვადასხვა სახის დაუდევრობით, რომელიც გამოავლინა ბრითიშ პეტროლიუმმა (BP) *"დიფვოთერ ჰორაიზონთან" დაკავშირებით* მექსიკის ყურეში და შელმა ნიგერიაში.

2010 წლის 20 აპრილს მექსიკის ყურეში *"დიფვოთერ ჰორაიზონის" ნავთობის დაღვრისთანავე,* რომელსაც მოყვა BP-ის კუთვნილი ნავთობის ჭაბურღილის აფეთქება, ცხადი იყო რომ ადილი ჰქონდა უდიდეს ეკოლოგიურ კატასტროფას. აღნიშნული ინციდენტი მიჩნეული იქნა ნავთობის დაღვრის ყველაზე საშინელ შემთხვევად აშშ-ს ისტორიაში. შემთხვევის დაფიქირებისთანავე აშშ-ს მთავრობამ უზარმაზარი ზეწოლა განახორციელა BP-ზე ადექვატური კომპენსაციის უზრუნველყოფის და შესაბამისი CSR ქმედებისა და რეაგირების განხორციელების მიზნით. ამის საპირისპიროდ, ნიგერიაში შელის დაჟანგული მილსადენის გამო დაფიქსირებული ნავთობის დაღვრის უამრავი ფაქტის მიმართ არავითარი რეაგირება და ზეწოლა არ განხორციელებულა. რატომ

ახდენს ორი საერთაშორისო კორპორაცია BP და შელი განსხვავებულ რეაგირებას ნავთობის დიდი რაოდენობით გაჟონვის ფაქტებთან დაკავშირებით? შესაძლოა თუ არა, რომ აღნიშნული გამომდინარეობდეს იმ ქვეყნის ადგილმდებარეობითა და ეკონომიკური განვითარების დონით და საკითხის მიმართ იმ ქვეყნის ადგილობრივი მთავრობის დამოკიდებულებით, სადაც ამ კომპანიების მიერ ხორციელდება საქმიანობა?

ნავთობის დაღვრა ორმაგი სტანდარტების სამყაროში

2010 წელს BP-ის კუთვნილი ჭაბურღილის აფეთქებით გამოწვეული ნავთობის ჩაღვრა მექსიკის ყურეში მიმდინარეობდა ექვსი თვის განმავლობაში და ამ პერიოდში ოთხი მილიონი ბარელი ნავთობი ჩაიღვარა ზღვაში. ამის პარალელურად, უნდა აღინიშნოს, რომ Niger Delta-ში (United States Environmental Protection Agency) შელის მიერ ნავთობის ჩაღვრა 50 წელზე მეტ ხანს გრძელდებოდა 1960-იანი წლებიდან მოყოლებული. აღნიშნულ პერიოდში დაფიქსირებულია ნავთობის ჩაღვრის 6,800-ზე მეტი შემთხვევა რა დროსაც 10 მილიონ ბარელზე მეტი ნავთობის ჩაღვრა მოხდა Niger Delta-ს ტერიტორიაზე, Ogoniland.(CNN, 2011).

“დიფვოთერ ჰორაიზონის” ნავთობის დაღვრის სახელით ცნობილი მექსიკის ყურის კატასტროფა დაფიქსირდა “დიფვოთერ ჰორაიზონის” ჭაბურღილის აფეთქებისას მექსიკის ყურეში, ამერიკის შეერთებულ შტატებში BP-ს კუთვნილ „მაკონდო პროსპექტზე“. არსებობს მოსაზრებები, რომ მექსიკის ყურის კატასტროფა გამოწვეული იყო სხვადასხვა სახის დარღვევებითა და მინიტორინგის ნაკლებობით; თუმცა ეს ინციდენტი მიუთითებს იმ ფაქტზე, რომ კატასტროფა შესაძლოა მოხდეს ნებისმიერ დროს და ნებისმიერ ადგილას. არცერთ კომპანიას და ქვეყანას არ შესწევს ამგვარი სახის კატასტროფისგან თავის დაცვის უნარი ვინაიდან ყოველთვის არსებობს მექანიკური ან ადამიანის ზემოქმედებით გამოწვეული შეცდომის დაშვების შანსი.

მაშინ როდესაც ოფიციალური მონაცემებით 4 მილიონი ბარელი ნედლი ნავთობი ჩაიღვარა მექსიკის ყურეში (United States Environmental Protection Agency), საკითხი გაცილებით მწვავე ნიგერიაში თუმცა რეაგირება ნაკლებია. შესაბამისი ქმედებების ნაკლებობა უზარმაზარ წინააღმდეგობაში მოდის BP-ის კუთვნილი “დიფვოთერ

ჰორაიზონის'' აფეთქებით მექსიკის ყურეში ჩაღვრილ ნავთობთან დაკავშირებულ ქმედებებთან, რომელიც აშშ-ში მიჩნეული იქნა ეროვნულ კატასტროფად და გამოიწვია მსოფლიო მედიის აღშფოთება. ეჭვგარეშეა, რომ საქმე გვაქვს მსხვილი კომპანიების მიერ მოქმედებების განხორციელებისა და კრიზისების მართვის ორმაგ სტანდარტებთან.

ამერიკის შეერთებული შტატების მაშინდელმა პრეზიდენტმა ბარაქ ობამამ თეთრ სახლში BP-ის ოფიციალურ პირებთან შეხვედრის შემდეგ განაცხადა, რომ მთავრობამ შეთანხმებას მიაღწია BP -სთან. აშშ მთავრობის მიერ განხორციელებული ზეწოლის შედეგად BP-მ შექმნა უპრეცედენტო 20 მილიარდი აშშ დოლარის ფონდი გაჟონვის შედეგედ დაზარალებულების კომპენსაციის მიზნით. აღსანიშნავია, რომ აშშ-ს მთავრობის ხელმძღვანელს ძირითადი აქცენტი გადატანილი ჰქონდა პრობლემაზე და მკაცრ დირექტივებს აძლევდა BP-ს, რათა ამ უკანასკნელის მიერ რეაგირება განხორციელებულიყო სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტების შესაბამისად. ობამას ადმინისტრაციის სწრაფი და საიმედო რეაგირება BP-ს კუთვნილი ''დიფვოთერ ჰორაიზონის'' მიერ ნავთობის ჩაღვრის შემდეგ წარმოადგენს მკვეთრ კონტრასტს შელის მიერ მიღებული ქმედებებისა და CSR-ის შედარებისას, მაშინ როდესაც ნიგერიის Niger Delta-ს ტერიტორიაზე მცოხოვრები ადგილობრივ მოსახელობას ნავთობის ათეულობით წლით დაღვრის ფონზე სათანადო მხარდაჭერა არ მიუღია. აქვე მსურს ვახსენო მესამე შემთხვევაც, რომელიც განვიხილეთ წინამდებარე კვლევის დასაწყისში და რომელიც მოიცავდა BP-ის მიერ მილსადენის მშენებლობას საქართველოში. ადგილობრივი მთავრობა ცდილობდა საქართველოში განხორციელებული ორმაგი სტანდარტების გამო BP-სთვის წინააღმდეგობის გაწევას და მიუხედავად იმისა, რომ მთავრობამ მიიღო რამდენიმე დამამშვიდებელი კომპრომისი, მთავარი საკითხი ადგილობრივი უნიკალური გარემოს შესახებ მაინც გადაუჭრელი დარჩა.

მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში, სადაც განთავსებულია აღნიშნული უმსხვილესი საერთაშორისო კორპორაციების მთავარი ოფისები, უნდა არსებობდეს მარეგულირებელი საგენტო, რომლის წინაშეც პასუხისმგებლები იქნებიან კომპანიები და თავიდან იქნება აცილებული ამ უკანასკნელთა მიერ ორმაგი სტანდარტების

გამოყენება მესამე მსოფლიოს ქვეყნებში, როგორიცაა ნიგერია, რომელსაც არ გააჩნია შესაბამისი გარემოსდაცვითი კანონმდებლობა და რეგულაციები. ორი უმსხვილესი კომპანიის მიერ კატასტროფაზე რეაგირების დონეში და მსოფლიო მედიის მიერ ორი მსგავსი პრობლემის გაშუქებაში გამოვლენილი არაპროპორციულობა აშკარაა. მექსიკის ყურეში ჩაღვრილი ნავთობის შემთხვევაში აშშ-სთვის გაწეული რეაგირების დონესა და Delta-ში მიმდინარე დაუსრულებელ ჩაღვრას შორის შესაბამისობის არ არსებობა საკმაოდ დრამატულია.

რეაგირების განსხვავებული სტანდარტები

განხილულ მაგალითში აშშ წარმოადგენს უაღრესად გავლენიან მასპინძელ ქვეყანას და საბოლოოდ BP-ს აღარ გააჩნია სხვა ალტერნატივა გარდა იმისა, რომ დანებდეს და აიტანოს პოლიტიკური ზეწოლა, საზოგადოების განრისხება და მოსაზრებები და მოახდინოს რეაგირება მაღალი CSR შეგნებით. მაშინ როდესაც საერთაშორისო კომპანიების მასპინძელი ქვეყნები არიან განვითარებადი ქვეყნები, ამ უკანასკნელში გარემოსდაცვითი კანონმდებლობის ან რეგულაციების აღსრულების მექანიზმების არარსებობა გულისხმობს, რომ ამგვარ კომპანიებს შუძლიათ უპასუხისმგებლო ქმედებების განხორციელება ვინაიდან ანგარიშვალდებული არ არიან ადგილობრივი მთავრობისა და საზოგადოების წინაშე.

გარდა ამისა, საერთაშორისო კომპანიებს შეუძლიათ ზეწოლა მოახდინონ განვითარებადი მასპინძელი ერების მთავრობებზე და ამის მაგალითი ჩვენ ვნახეთ BP-ს მიერ 2004 წელს საქართველოში განხორციელებული საქმიანობის სიტუაციურ ანალიზში. მიუხედავად იმისა რომ მექსიკის ყურეში ნავთობის ჩაღვრა წარმოადგენდა აშშ-ს ყველაზე დიდ ეკოლოგიურ კატასტროფას, საერთაშორისო საზოგადოება ბევრჯერ გამხდარა მესამე მსოფლიოს ქვეყნებში მოღვაწე საერთაშორისო კომპანიების შეუსაბამო ქმედებების მოწმე, რომელიც იწვევს ეკოლოგიურ კატასტროფებს ან ქმნის მომავალი კატასტროფების რისკებს. 2004 წელს BP-ს საქართველოში საქმიანობის დროს განხორციელდა მთავრობაზე ზეწოლა და BP-მ გაიყვანა მილსადენი ეკოლოგიურად

სენსიტიურ ტერიტორიაზე. ადგილობრივი მოსახლეობისა და მთავრობის მასობრივი პროტესტის მიუხედავად BP განარძობდა სადაო მილსადენის გაყვანს და მილსადენის მარშუტის შეცვლის გარეშე.

აშშ-ში საზოგადოების მაღალი ინფორმირებულობისა და CSR-ის მიმართ არსებული მოთხოვნებიდან გამომდინარე, მაღალი დონის პოლიტიკური ფიგურები იძულებული იყვნენ საზოგადოებრივი აზრის გათვალისწინებით სათანადო რეაგირება მოეხდინათ BP-ის მიმართ მექსიკის ყურეში ჩაღვრილი ნავთობის ფაქტთან დაკავშირებით. წარმოსადგენია, რა ირონია იმალება ყოველივე ამის უკან. CSR-ის ორმაგი სტანდარტებით აშშ-ში ჩაღვრილი ნავთობის შედეგები სავარაუდოდ გამოიწვევს უფრო დიდი ზეწოლის განხორციელებას მსოფლიოს ღარიბ ქვეყნებში, რომელთაც არ გააჩნიათ საერთაშორისო კომპანიებისგან ადგილობრივი მოსახლეობისა და გარემოს ადექვატური CSR და ორგანიზაციული დაცვის მექანიზმები. რატომ ხდება ასე? BP-ს მიერ მექსიკის ყურეში გამოწვეული კატასტროფის შემდეგ ნიგერიის მსგავსი ქვეყნები გადაიქცევიან „დაბინძურების თავშესაფრად“, გამომდინარე იქიდან, რომ კომპანიები შეეცდებიან განვითარებული ქვეყნების მიერ მათზე დაკისრებული მკაცრი პასუხისმგებლობისგან თავის დაღწევას. აღნიშნულით უფრო მეტი ზეწოლა განხორციელდება განვითარებად ქვეყნებზე, ვინაიდან კომპანიები შეეცდებიან უპასუხისმგებლო ქმედებებით გამოწვეული ფინანსური ზარალის ანაზღაურებას აღნიშნულ ქვეყნებში.

შელის საქმიანობა Niger Delta-ში გადაიქცა იმის მაჩვენებლად თუ როგორ დაივიწყა ღარიბ რეგიონში მოქმედმა მსხვილმა საერთაშორისო კომპანიამ თავისი CSR პრონციპები. მექსიკის ყურეში BP-ს ქმედებებით გამოწვეული ნავთობის ჩაღვრის ფაქტის შემდეგ აშშ-ში კომპენსაციის ხელმისაწვდომობასა და ნიგერიაში ჩაღვრილი ნავთობის ფაქტს შორის არსებული კონტრასტი ნათლად მიუთითებს, რომ მდიდარ ქვეყნებში ადამიანის სიცოცხლეს მეტად ფასეულია, ხოლო გარემოსთვის მიყენებულ ზარალს კი განსხვავებული ღირებულება აქვს იმისდა მიხედვით თუ რომელ ქვეყანაში მოხდა აღნიშნული ფაქტი.

საქმიანობის პასუხისმგებლობით განხორციელების ორმაგი სტანდარტები ან ინციდენტებზე რეაგირების საშუალებები და CSR-ის არაპროპორციული პრაქტიკა განვითარებად და განვითარებულ ქვეყნებს შორის წარმოადგენს მანკიერ სინამდვილეს. მასპინძელ ქვეყანასა და მსხვილი საერთაშორისო კომპანიების მშობლიურ ქვეყნებს შორის უნდა არსებობდეს მყარი საერთაშორისო პარტნიორობა, რისი მეშვეობითაც გარანტირებული იქნება სამრეწველო წესებისა და რეგულაციების დაცვა და დაკმაყოფილებული იქნება უსაფრთხოებისა და გარემოსდაცვის მოთხოვნები. CSR პოლიტიკის სისუსტე განვითარებად ქვეყნებში შესაძლოა მიკუთვნებული იქნეს ისეთი საკითხებისთვის, როგორიცაა ასიმეტრიული ძალაუფლების შემცველი გარიგებები სახელმწიფოს, მასპინძელ ქვეყნებსა და ბიზნეს ინტერესებს შორის. გარდა ამისა, CSR სტრატეგიების შესრულებისთვის საჭირო დაწესებულებების არ არსებობა ან სისუსტე, საზოგადოების ინფორმირების დაბალი დონე CSR-ის შესახებ და შესაბამისად მსხვილი კომპანიების მიმართ არსებული მოთხოვნებისა და მოლოდინების სიმცირე განვითარებად ქვეყნებში, არაეთიკური ბიზნეს საქმიანობის შემთხვევაში მსხვილ კომპანიებს პასუხისმგებლობისთვის თავის არიდების საშუალებას აძლევს. შესაბამისად, მსოფლიოს ხსენებულ ნაწილებში საერთაშორისო კომპანიების მიერ ხორციელდება ექსპლუატაცია და ძირითად სისიტემებში (პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური) არსებული ორგანიზაციული სისუსტეებითა და ხარვეზებით მანიპულირება.

ინფორმირებულობა CSR-ის შესახებ (კვლევა 1: ამერიკელ და ქართველ დასაქმებულთა შემთხვევა)

კვლევის ფარგლებში რაოდენობრივი ანალიზი ჩატარდა ორი განსხვავებული ეკონომიკური განვითარების დონის მქონე ქვეყნის მიხედვით-ამერიკელ და ქართველ დასაქმებულებში CSR-ის სხვადასხვა საკითხების შესახებ ინფორმირების დონის განსაზღვრის მიზნით. კვლევა ჩატარდა ონლიან გამოკითხვის მეშვეობით. კვლევაში ძირითადი აქცენტი გადატანილია ორ სხვადასხვა განზომილებაზე: შინაგანი ცნობიერება; კვლევაში შესწავლილია დასაქმებულთა შინაგანი ცნობიერება იმ

კომპანიების CSR სტრატეგიის შესახებ, რომლისთვისაც მუშაობენ, ყურადღება გამახვილებულია ტერმინის მნიშვნელობის გააზრებასა და კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობაზე და ასევე თუ რომელი პოზიციაა პასუხისმგებელი CSR-ზე. კვლევა ასევე შეიცავს კითხვას გარემოსდაცვითი საკითხების მიმართ კომპანიების პასუხისმგებლობის მასშტაბზე. გარეგანი ცნობიერება განსაზღვრავს რესპოდენტების გარეგანი ცნობიერების დონეს, თუ როგორ აფასებენ ისინი მათ ქვეყენაში მოქმედ კომპანიებს კოპორაციული პასუხისმგებლობის კუთხით. კვლევაში ქვეყნების მიხედვით არის წარმოდგენილი ის სირთულეები, რაც ხელს უშლის CSR-ის პრინციპების გამოყენებას.

რეზიუმე

ზოგადი ინფორმირებულობა და ცნობიერება CSR-ის შესახებ დიდად განსხვავდება საქართველოსა და აშშ-ში გამოკითხულ პირთა შორის. ამერიკელი რესპოდენტები გაცილებით ინფორმირებული არიან აღნიშნული ტერმინის შესახებ ქართველებთან შედარებით და უფრო დიდი მოლოდინები გააჩნიათ ამ პრინციპით მოქმედი კომპანიების მიმართ. ამავდროულად, ამერიკელი რესპოდენტები გვთავაზობენ შედარებით დეტალურ განმარტებებს და შეუძლიათ აღნიშნულის მაგალითებით გამყარება. რაც შეეხება ქართველ რესპოდენტებს, CSR საკმაოდ გაურკვეველი და ზოგადი ხასიათის ტერმინია და იშვიათად ეფუძნება რეალურ-ცხოვრებისეულ მაგალითებს.

საკუთარ კომპანიაში CSR პრაქტიკისა და სტრატეგიების შესახებ შინაგან ცნობიერებაზე საუბრისას მნიშვნელოვანი განსხვავება შეინიშნება ქართველ და ამერიკელ რესპოდენტებს შორის. აშშ-ში მოქმედი კომპანიებისთვის მნიშვნელოვანია CSR მოქმედებების განხორციელება და ამ სამუშაოს შესასრულებლად ხდება სპეციალური უნარებისა და განათლების მქონე თანამშრომლების დანიშვნა. აღნიშნული სამუშაოსთვის სპეციალური პოზიცია არ არსებობს საქართველოში და CSR-ის (გამოყენების შემთხვევაში) კოორდინაცია ხორციელდება PR მნეჯერების მიერ.

დაბრკოლებები რაც ხელს უშლის CSR აქტივობების განხორციელებას გარკვეულწილად ანალოგიური საქართველოსა და აშშ-ში. ძირითადი განსხვავება ისაა, რომ ქართველ რესპოდენტებს დიდი მოთხოვნები და მოლოდინები არ გააჩნიათ მათ მშობლიურ ქვეყანაში მოქმედი კომპანიების მიმართ. მათ მიაჩნიათ, რომ ამგვარი მოქმედებებით კომპანიები ფინანსურ სარგებელს ვერ იღებენ და სწორედ ამიტომ გააჩნიათ CSR პრინციპებით მოქმედების დაბალი მოტივაცია.

გარეგან ცნობიერებაზე საუბრისას რესპოდენტების ქვეყნებში მოქმედი სამი სხვადასხვა კომპანიის შეფასების (კომპანია, სადაც ისინი მუშაობენ, სხვა კომპანიები და საერთაშორისო კომპანიები) საფუძველზე დადგინდა, რომ საერთაშორისო კომპანიების მიმართ ნდობის ყველაზე მაღალი ხარისხია საქართველოში.

და ბოლოს კომპანიის კორპორატიუილი პასუხისმგებლობის მიმართ დადებითი დამოკიდებულება გამოხატულია ყველა რესპოდენტის მიერ მათი საცხოვრებელი ადგილის მიუხედავად.

ინფორმირებულობა CSR-ის შესახებ (კვლევა 2: ქართველი სტუდენტების შემთხვევა (ქეისი))

მიზანი: წინამდებარე ნაშრომის ფარგლებში წარმოებული მეორე კვლევა მიზნად ისახავს ქართველ სტუდენტებში გარეგანი ცნობიერების დონის შესწავლას კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) სხვადასხვა საკითხებთან მიმართებაში.

საკვლევი აუდიტორია: საკვლევი აუდიტორია შედგება 30 ადამიანისგან, რომელთა ერთი ნაწილი სწავლობს კერძო, ხოლო მეორე ნაწილი კი სახელმწიფო უნივერსიტეტებში. სტუდენტების უმეტესობა სწავლობს შავი ზღვის საერთაშორისო უნივრსიტეტში.

ზოგადი რეზიუმე

წინამდებრე კვლევის ფარგლებში, გამოკითხული იქნენ სტუდენტები და სხვადასხვა კომპანიაში დასაქმებული ადამიანები საქართველოსა და აშშ-ში CSR-ის შესახებ

ინფორმირებულობაში არსებული განსხვავებების გამოვლენის მიზნით. შედეგებმა დიდი განსხვავება აჩვენა ქართველი და აშშ რესპოდენტების პასუხებს შორის, განსხვავება დაფიქსირდა ასევე ახალგაზრდა და ასაკოვანი რესპოდენტების პასუხებს შორისაც. აშშ-ში CSR-ის ცნება ფართოდ არის აღიარებული და შესაბამისად თანაბრად არიან ინფორმირებულები როგორც სტუდენტები ისე დასაქმებულები. საქართველოში, დასაქმებულებთან შედარებით სტუდენტები უფრო მეტად არიან ინფორმირებული CSR-ის და დღევანდელი საზოგადოებისთვის მისი მნიშვნელობის შესახებ.

გარდა ამისა, შედეგები აჩვენებს რომ ახალგაზრდა თაობაში CSR-ის საკითხთან დაკავშირებული ცნობიერების დონე უმჯობესდება; ასევე მაღალია მზაობა და მოლოდინი იმისა, რომ საზოგადოება წამოაყენებს და განამტკიცებს თავის მოთხოვნებს კომპანიების მიმართ.

კვლევის ძირიტადი შედეგები:

დასაქმებულებთან შედარებით სტუდენტები უფრო მეტად არიან ინფორმირებული CSR-ის შესახებ როგორც ტერმინის ცნობადობის ისე მისი მნიშვნელობის კუთხით. კვლევის შედეგები აჩვენებს, რომ ახალგაზრდა თაობას საქართველოში გაცილებით პროგრესული და მოწინავე ხედვა აქვს სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხებისა და კომპანიების მიმართ არსებული მოთხოვნების შესახებ.

ახალგაზრდები უფრო მეტად არიან ინფორმირებულები ტერმინ CSR-ის მნიშვნელობის შესახებ უფროსი თაობის ადამიანებთან შედარებით. გარდა იმისა, რომ სტუდენტებში უფროსი თაობის წარმომადგენლებთან შედარებით ინფორმირებულობისა და ცნობადობის დონე გაცილებით მაღალია, სტუდენტები ამჟღავნებენ მზაობას იმ კომპანიების მიერ წარმოებულ პროდუქციასა და მიწოდებულ სერვისებში მეტი საფასურის გადასახდელად, რომელიც საქმიანობაში იყენებს CSR პრინციპებს. თუმცა, სტუდენტების მზაობა მეტი ტანხის გადასახდელად შესაძლოა გამოდინარეობდეს იმ ფაქტით, რომ მათ არ გააჩნიათ ოჯახის ბიუჯეტისა და ფინანსების ეფექტური განაწილების ვალდებულება.

საქართველოს და აშშ-ს უფროსი CSR-ისადმი (დასაქმებული რესპოდენტები) დამოკიდებულების შედარებისას ჩვენ ვხედავთ, რომ ამერიკული საზოგადოების CSR კულტურა გაცილებით მაღალია ქართული საზოგადოების CSR კულტურასთან შედარებით; ცნება უკვე მათი ეროვნული კულტურის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს და გამომდინარე იქიდან, რომ CSR თავდაპირველად წარმოიშვა აშშ-ში. მაშინ როდესაც საქართველოში თავად CSR-ის ცნება და კომპანიის საქმიანობაში მისი ყოველდღიური ჩართვა შედარებით ახალი მოვლენაა. ქართველ და ამერიკელ რესპოდენტებს შორის დიდი განსხვავებაა CSR საკითხების შესახებ ინფორმირებულობის კუთხით. ამერიკელების CSR ცოდნის დონე გაცილებით ღრმა და ყოვლისმომცველია, მაშინ როდესაც საქართველოში ხალხმა ან საერთოდ არ იცი ტერმინის მნიშვნელობა ან მათი ცოდნის დონე შეზღუდულია და არ იცნობენ CSR-ის საკითხის გარშემო მიმდინარე დებატებს. მაგალითად, კვლევამ აჩვენა, რომ ქართველი რესპოდენტები ნდობის მაღალ დონეს ამჟღავნებენ მათ მშობლიურ ქვეყანაში საერთაშორისო კომპანიების მიერ განხორციელებული ქმედებების მიმართ, რაც გულისხმობს, რომ არ არიან ინფორმირებული რეგულაციების არ არსებობის შესახებ და საკმაოდ გულუბრყვილოდ უდგებიან „ორმაგი სტანდარტების“ საკითხს. თუმცა, CSR-ის მიმართ დადებითი დამოკიდებულებაა გამოხატული რესპოდენტების მიერ მიუხედავად მათი საცხოვრებელი ადგილისა.

დასკვნა

CSR დაახლოებით 100 წლის წინ შეიქმნა ამერიკაში იმ მეცნიერებისა და ლიდერების მიერ, რომლებიც აცნობიერებდნენ თუ რა დადებითი გავკენა ექნებოდა მას ბიზნესის განვითარებაზე, საზოგადოებაზე და მათ შორის არსებულ გარემოზე. დროთა განმავლობაში CSR-ის შესახებ ინფორმირებულობის განუხრელ ზრდასთან ერთად, იგივე ან განსხვავებულ სამრეწველო საქმიანობაში ჩართული კომპანიები ასევე ცდილობდნენ CSR-ის დანერგვას საკუთარ ბიზნეს საქმიანობაში კონკურენტების „ანალოგიური“ დონის შენარჩუნების მიზნით. ბიზნესში კლიენტისთვის, ვინც არ უნდა იყოს იგი, მნიშვნელოვანია თქვენი კომპანიის მიმართ დადებითი მოსაზრებების

არსებობა. დღესდღეობით როდესაც ამდენი არჩევანია და კონკურენცია ასეთი მაღალია, ბიზნესი სულ წინ უნდა მიიწევდეს და უზრუნველყოფდეს სრულყოფილი სერვისების მიწოდებას; მათ ადგილზე ასევე უნდა გააჩნდეთ დამტკიცებული სტრატეგია, რომელიც გათვალისწინებული იქნება იმ საზოგადოებისთვის სადაც იგი ახორციელებს საქმიანობას. დღესდღეობით მრავალი ქვეყნის მიერ მიღებულია „სამმაგი კრიტერიუმის მიდგომა“, რომელიც შეიცავს სამ სავალდებულო P-ს: მოგება, ხალხი და სამყაროს ტიპი, რომლისთვისაც ხორციელდება ანგარიშის შედგენა. ზოგიერთი კომპანია ყოველდღიურ საქმიანობაში ნამდვილად გულწრფელად იყენებს CSR პრინციპებს, ზოგიერთების მიერ საკუთარი სურვილის საწინააღმდეგოდ მოხდა CSR პრინციპების დანერგვა სამუშაო ადგილებზე, მაშინ როდესაც ზოგიერთები უბრალოდ მოსაჩვენებლად ახცადებენ, რომ გააჩნიათ CSR პრინციპები და რეალურად კონცენტრირებული არიან უფრო მეტად მოგებაზე ვიდერე მთლიან საკითხზე.

CSR პრაქტიკასთან დაკავშირებით ხშირად ისმის სკეპტიკოსების კრიტიკა, რომლებიც აცხადებენ, რომ აღნიშნული PR მცდელობებს არ აღემატება და არ გვთავაზობს პრობლემის რალური გადაჭრის საშუალებებს; თუმცა ამგვარი მიდგომა თანდათან უფრო შეუსაბამო ხდება ვინაიდან CSR პრინციპების მქონე კომპანიების გაცილებით უკეტესი შედეგები აქვთ როგორც საზოგადოების ისე გარემოსთვის. თუმცა, მართალია, რომ კომპანიების მირ განსაკუთრებულად ხდება მათი CSR ვალდებულებების გაჟღერება რეპუტაციის დამკვიდრებისათვის ბრძოლის პერიოდში. აღნიშნული ფაქტი მიუთითებს CSR მნიშვნელობის ზრდას მოცემული მომენტისთვის. მიგვაჩნია, რომ CSR აქტივობების ან ქველმოქმედებისთვის რა მოტივი ან მიზანიც არ უნდა არსებობდეს საზოგადოება მაინც მოგებულია და სწორედ ამიტომ უნდა მოხდეს CSR -ის მხარდაჭერა ერთსულოვნად.

ნებისმიერი კომპანიის დადებით რეპუტაციას შეუძლია უდიდესი პროდუქტიულობის გამოწვევა და გაცილებით დიდი მოგების მოტანა, რაც აქციეონერებს დიდ ბედნიერებას ანიჭებს. აღნიშნული განსაკურებით რელევანტურია განვითარებულ ქვეყნებში, სადაც მომხმარებლებს გააჩნიათ მომხმარებლის უფლებები, ხოლო ქვეყნებში სადაც

საზოგადოება განიცდის უფლებების ნაკლებობას მონაცემები აჩვენებს, რომ საერთაშორისო კომპანიები იმსბუქებენ CSR პასუხისმგებლობებს და საქმიანობას ახორციელებენ შესაბამის ქვეყანაში მოქმედი წესების მიხედვით. მესამე მსოფლიოს ქვეყნებში CSR ბიზნეს პრაქტიკა შესაძლოა ჯერჯერობით არ არსებობდეს ან არ რეგულირდებოდეს; თუმცა უნდა დავსვათ კითხვა მისაღებია თუ არა კომპანიების მიერ CSR პასუხისმგებლობის შემცირება, როდესაც საქმიანობას ახორციელებენ გარემოში სადაც არ არსებობს ამგვარი კანონმდებლობა. ხომ არ არის CSR მათი არაეთიკური ქმედებების დაფარვის საშუალება, უბრალო ალიბი, PR შეჩერება ან ვიტრინის მორთვა? იმ ორმაგი სტანდარტების გათვალისწინებით, რომლის მიხედვითაც საქმიანობენ მსხვილი კორპორაციები– სამწუხაროდ ზოგჯერ პასუხი არის დიახ. ძალიან ხშირად ბიზნესის გამოყენება ხდება მაქსიმალური სარგებლის მიღების მიზნით და CSR-ის სამუშაო ადგილზე დანერგვის მოტივი უბრალოდ მათი ბიზნესის დაცვაა. მაინც მიგვაჩნია, რომ რა მოტივი და მიზეზიც არ უნდა ჰქონდეს CSR საქმიანობას ან ქველმოქმედებას, საზოგადოება ამით მაინც მოგებულია და უნდა მოხდეს მისი გლობალური მხარდაჭერა.

კომპანიებს რომლებიც საქმიანობას ახორციელებენ მესამე მსოფლიოს იმ ქვეყნებში, სადაც არ არსებობს ადგილობრივი კანონმდებლობა ან საერთაშორისო რეგულაციები, არ ეკისრებათ პასუხისმგებლობა მათი წინდაუხედავი საქციელის გამო. ვინაიდან აღნიშნული ქვეყნები მეტისმეტად დამოკიდებული არიან უცხოურ ინვესტიციაზე, მთავრობები ხშირად თვალს ხუჭავენ მათ არაეთიკურ ქმედებებზე. ასეთ შემთხვევებში, არატანაბარი ბალანსი არსებობს მთავრობასა და ბიზნესს შორის. უკვე ფაქტია, რომ ახლა საერთაშორისო კომპანიები უფო მართავენ საზოგადოებას ვიდრე მთავრობები; თუმცა რაოდენ უცნაურიც არ უნდა იყოს მათ კუთვნილებაში არსებული რესურსები და ფინანსური ძალაუფლება მათ უფორ დაუცველს ხდის საზოგადოების თვალში.

პრობლემა ისაა, რომ 21 საუკუნეში პოსტ -ინდუსტრიულ სამყაროში მოქმედ კომპანიებს სჭირდებათ, როგორც საკუთარი ბიზნესის სწრაფი ზრდა (კონკურენტულ სამყაროში აღნიშნული საკითხი რისკების მართვის გეგმის თავშია მოქცეული) ისე საზოგადოების

მხარდაჭერა ან მომხმარებლის ძალაუფლება, რომლის მეშვეობითაც შესაძლაბელია ბიზნეისის მდგრადი განვითარება და კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფა. ზემოაღნიშნულ ორ საკითხს შორის ბალანსის დაცვა რთულია. საზოგადოების ნდობის მოპოვებისა და შენარჩუნების მიზნით საწიროა მათ მოთხოვნებზე რეაგირებისთვის საჭირო გზების მოძიება.

ვინ ან რა უზრუნველყოფს კომპანიის ეთიკურ და მორალურ პასუხისმგებლობას საზოგადოებისა და გარემოს მიმართ მათი გეოგრაფიული მდებარეობის გათვალისწინების გარეშე? პასუხი იმის მიხედვით იცვლება თუ რომელ ქვეყანაში ხორციელდება საქმიანობა კომპანიის მიერ. წინამდებარე ნაშრომში წარმოდგენილ მსჯელობასა და მონაცემებზე დაყრდნობით, გთავაზობთ სამ ძირითად პრინციპს ზემოთ დასმულ კითხვაზე პასუხის გაცემის მიზნით:

ა. კომპანიების მიერ საქმიანობა უნდა წარიმართოს იმ ქვეყნის რეგულაციების მიხედვით, სადაც ხორციელდება კომპანიის საქმიანობა;

ბ. უნდა არსებობდეს გარკვეული საერთაშორისო სტანდარტები, რომლის დაცვაც სავალდებულო იქნება ნებისმიერ დროს და ყველა ქვეყანაში სახელმწიფოს ეკონომიკური განვითარების დონის მიუხედავად, ვინაიდან საერთაშორისო რეგულაციების არ არსებობის პირობებში საერთაშორისო კომპანიებს თავისუფლად შეუძლიათ საკუთარი სურვილის მიხედვით მოქმედება;

გ. მესამე, მაგრამ ყველაზე მნიშვნელოვანია საზოგადოების, მხრიდან განხორციელებული ზეწოლა. მედია და არა-სამთავრობო სექტორი მტკიცე და თანმიმდევრული უნდა იყოს მსოფლიოს ყველა მხარეში, ხოლო განვითარებული ქვეყნების საზოგადოებები უნდა შეეცადონ CSR-ის შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის დონის ამაღლებას და ხელი შეუწყონ CSR პრინციპების შესწავლას მესამე მსოფლიოს ქვეყნების მოსახლეობაში.

იდეალურ სამყაროში, ბიზნესის სურვილი უნდა იყოს ადამაინებისა და პლანეტის სარგებელთან შედარებით წინა პლანზე დაყენება, თუმცა რეალურად ასე არ არის. მოგება აძლევს ბიზნეს საქმიანობის განხორციელების საშუალებას, თუმცა CSR-ის ინტეგრირება ბიზნეს საქმიანობასთან ნამდვილად ხელსუწყობს მოგების ზრდას. აღნიშნული დადასტურებულია გაყიდვების გაზრდილი რაოდენობის ამსახველი ციფრებით. სწორედ ამიტიმ როგორც აქციონერები, ისე კომპანიის ხელმძღვანელები თანდათან იწყებენ მომხმარებლის ძალაუფლების მნიშვნელობის გაანალიზებას.

დღესღეობით მსოფლიოში ერთერთ უმნიშვნელოვანეს საკითხს წარმოადგენს კომპანიების მიერ ორმაგი სტანდარტების გამოყენება-რის შესახებაც წინამდებარე კვლევაში უამრავი და ზუსტი მონაცემი იქნა წარმოდგენილი. რატომ არსებობს ამის განხორციელების შესაძლებლობა და როგორ შეიძლება მისი რეგულირება?

დასავლეთის ქვეყნების მთავროებმა უნდა გააანალიზონ, რომ ისინი დიდ როლს ასრულებენ კომპანიების მიერ სუსტ ქვეყნებში წესების დარღვევის საქმეში. დასავლურამ სამყარომ პასუხისმგებლობა უნდა დააკისროს საერთაშორისო კომპანიებს მათ მიერ განვითარებულ ქვეყნებში განხორციელებული უსამართლო ქმედებების გამო. მთავრობების მიერ უნდა მოხდეს უნივერსალური კანონის მიღება, რომლის მეშვეობითაც უზრუნველყოფილი იქნება მოგების მიღება კომპანიების მიერ მათი აქციონერებისა და საზოგადოებისადმი პასუხისმგებლობის კონტექსტში, რათა შესაძლებელი გახდეს მდგრადი განვითარების გაგრძელება გრძელვადიან პერსპექტივაში.

ნორენა ჰერცს, ბესტსელერის „ფარული კონტროლის“ ავტორს მიაჩნია, რომ ვინაიდან მრავალი კომპანია სიდიდით ნაციონალური სახელმწიფოს ტოლია და თანამედროვე მსოფლიოში გააჩნია მრავალ მთავრობაზე მეტი კაპიტალი, თითქმის ყველგან და ყოველთვის სადაც ხდება კომპანიებისა და სახელმწიფოს ინტერესთა კონფლიქტი, უპირატესი ძალის მქონეა კომპანიის ინტერესები (პროგრამა). თუმცა, წინამდებარე ნაშრომში სხვადასხვა სიტუაციური ანალიზებით დადსტურებულ რეალობას

წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ ქვეყნებს (განსაკუთრებით მცირე ზომის ქვეყნებს) უწევთ საერთაშორისო კომპანიების მიერ მზარდი პოლიტიკური ზეწოლისთვის წინააღმდეგობის გაწევა. პრობლემას გააჩნია მნიშვნელოვანი პოლიტიკური ასპექტი, რომელიც განხილული არ არის წინამდებარე ნაშრომში, მაგრამ გასაგებია, რომმიმდინარეობს „ბრძოლა კომპანიასა და სახელმწიფოებს შორის“ და ამ ბრძოლაში დემოკრატიული და ადმიანის უფლებების პრინციპების დაცვით გადამწყვეტი როლი უნდა შეასრულოს სამოქალაქო საზოგადოებამ.

კომპანიებმა, რომლებიც საქმიანობას ახორციელებენ განვითარებად ქვეყნებში უნდა იმოქმედონ პასუხისმგებლობით. მესამე მსოფლიოს ქვეყნები გაცილებით დაუცველები არიან, გააჩნიათ შედარებით სუსტი ეკონომიკა და ამიტომაც უფრო მეტად არიან დამოკიდებული უცხოურ ინვესტიციებზე. აღნიშნული გულისხმობს, რომ ქვეყანა სავარაუოდოდ ოპონირებას ვერ გაუწევს იმ კომპანიას, რომელსაც ეკონომიკაში მილიონობით დოლარის ინვესტირება შეუძლია, მაშინაც კი თუ ეს კომპანია უპასუხისმგებლოდ იქცევა. ამ პოზიციაში მყოფ კომპანიებს ინფორმაცია უნდა ჰქონდეთ მათ ხელთ არსებულ გავლენაზე და დახმარება გაუწიონ ეკონომიკას ინოვაციების დანერგვით და თავის საქმიანობაში მაღალი მორალური და ეთიკური სტანდარტების დანერგვით. ხსენებულ დაუცველ გარემოში საერთაშორისო კომპანიების მხრიდან პასუხისმგებლობით სავსე ქმედებების განხორციელების უფრო მეტი საჭიროება არსებობს. თუმცა კომპანიები ხშირად უფორ ცუდად იქცევიან ვიდრე საკუთარ ქვეყანაში მოიქცეოდნენ, ვინაიდან საზოგადოებას, მთავრობას და ადგილობრივ მომხმარებლებს არ გააჩნიათ ინფორმაცია CSR-ის შესახებ ან არ შესწევთ CSR-ის აღსრულების უნარი. ამის შესაცვლელად, საჭიროა რომ მსხვილ კომპანიებს ეკისრებოდეთ პასუხისმგებლობა და თუ იმ ქვეყნის მთავრობა, სადაც ახორციელებს მოქმედებას, არ არის საკმარისად ძლიერი, საერთაშორისო კომპანიის რეგულირება უნდა განხორციელდეს საერთაშორისო კონტროლის სისტემის მიერ.

მეორე მხრივ, ვინაიდან სამყარო კიდევ უფრო მეტად ურთიერთდაკავშირებული ხდება, კომპანიები, რომელთაც შეეძლოთ საზღვარგარეთ ჩადენილ არაეთიკურ ქმედებაზე

პასუხისმგებლობის თავიდან აცილება, ახლა შესაძლოა აღმოჩნდნენ საერთაშორისო საზოგადოების კრიტიკის წინაშე. წინამდებარე ნაშრომში მოყვანილი მრავალი მაგალითიდან ერთერთი ეხება კოკა-კოლასთან დაკავშირებულ 2004 წლის შემთხვევას, როდესაც ინფორმაციამ კოკა-კოლის მიერ ინდოეთში განხორციელებული არაეთიკური ქმედების თაობაზე მღელვარება გამოიწვია მრავალ განვითარებულ ქვეყანაში, რასაც ზემოხსენებული მიზეზის საპასუხოდ აშშ-სა და ევროპაში შედეგად მოყვა უნივერსიტეტის სტუდენტების მიერ კოკა-კოლასთან გაფორმებული კონტრაქტების გაუქმების მოთხოვნა.

განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში კომპანიის საქმიანობის მაგალითებისა და სიტუაციური ამოცანების შედარების საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ზოგიერთ კომპანიას გააჩნია სოციალური პასუხისმგებლობა, ზოგი საქმიანობას ახორციელებს CSR პრინციპების ნაწილობრივ დაცვით, სხვები ცდილობენ თავი წარმოადგინონ პასუხისმგებლობის გრძნობის მქონე კომპანიებად მაშინ როდესაც რეალურად არ არიან, ხოლო ზოგიერთ კომპანიას კი საერთოდ არ ადარდებს CSR.

განვითარებულ სამყაროში, სადაც საზოგადოებრივი აზრი მნიშვნელოვანია, კომპანიები აცნობიერებენ, რომ შესაბამისი საქმიანობის შემთხვევაში წახალისდებიან, მაშინ როდესაც განვითარებად ქვეყნებში მსხვილ ბიზნესზე დიდი მოთხოვნა არ არის და შესაბამისად ის წახალისება, რაც კომპანიამ შეიძლება მიიღოს არ არის საკმარისი პასუხისმგებლობით სავსე ქმედებების შთაგონებისთვის. სამწუხაროდ, საერთაშორისო კომპანიები სხვადასხვა პუბლიკასთან ფრაგმენტულად ახორციელებენ ურთიერთობას და ავიწყდებათ თუ რა პატარაა სამყარო და რომ საბოლოოდ მათ პასუხისმგებლობა დაეკისრებათ საკუთარი ქმედებებისთვის. ადრე თუ გვიან კომპანიები, რომელთა მიერაც ხდება CSR წესების აბუჩად აგდება, მნიშვნელობა არ აქვს რომელ ქვეყანაში იქნება, მოიმკიან თავისი კომპანიის მიერ უზრუნველყოფილი სოციალური პასუხისმგებლობის შედეგებს.

საქართველოში, BTC მილსადენის მშენებლობის დასაწყისში და მშენებლობის პერიოდში BP დიდი წინააღმდეგობას წააწყდა საქართველოს მთავრობისგან, მაშინდელი პრეზიდენტის სააკაშვილისგან და არა-სამთავრობო ორგანიზაციებისან, რის შემდეგაც BP-ის მოუწია კომპრომისზე წასვლა გარკვეულ მნიშვნელოვან საკითხებთან მიმართებაში, თუმცა მის მიერ მაინც მოხდა ფრიად სენსიტიური საკითხების იგნორირება. დღეს უკვე 10 წელზე მეტია გასული მილსადენის მშენებლობის დაწყებიდან; BP ახლა უფრო სოციალურად ორიენტირებულ პოლიტიკას ატარებს საქართველოსა და BTC მილსადენის სამშენებლო ტერიტორიასთან მდებარე სხვა რეგიონებში.

კვლევის ჰიპოთეზა დამტიკცებულია:

განვითარებადმა ქვეყნებმა და მათმა მთავრობებმა ხელი უნდა შეუშალონ უკანონობას, რომელიც საერთაშორისო კომპანიებს მათი სოციალური და ეკოლოგიური ვალდებულებების და შესაბამისი ქმედებების დავიწყების საშუალებას აძლევს. საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება CSR-ის შესახებ, კომპანიის აქტივობების მზარდი სამოქალაქო კონტროლი და გლობალური ბრძოლის დაწყება მდგრადი განვითარებისთვის უნდა წარმოადგენდეს პროაქტიური მიდგომის და მუდმივი საზოგადოებრივი და სამოქალაქო ჩართულობის წინაპირობას.

გარდა ამისა, ეკონომიკურად სუსტმა ქვეყნებმა უნდა გაანალიზონ, რომ ისინი მნიშვნელოვანი არიან იმ საერთაშორისო კომპანიებისთვის, რომლებიც ცდილობენ იმ პროექტების განხორციელბას, სადაც მოიაზრება გავლენიანი ქვეყნების უზარმაზარი ეკონომიკური და პოლიტიკური ინტერესები. წინამდებარე ნაშრომი ამის კარგ მაგალითს გვთავაზობს, რომელიც ეხება BTC მილსადენს - მილსადენმა ნავთობისა და გაზის მიწოდების ახალი ალტერნატივა შეუქმნა აშშ-ს, რომელიც დიდი ხნის განმავლობაში ეძებდა ისეთ მარშუტს, რომელიც არ გაივლიდა რუსეთზე ან ირანზე. BTC მილსადენით ასევე შემცირდა მსოფლიოს დამოკიდებულება პოლიტიკურად არა-სტაბილური, ახლო აღმოსავლეთის რეგიონიდან მიწოდებულ ნავთობზე;

კვლევის შედეგები, რომელიც მიზნად ისახავდა ამერიკელი და ქართველი რესპოდენტებისათვის CSR-ის შესახებ ინდივიდუალურად და კომპანიაში ხელმისაწვდომი ინფორმაციის დონის განსაზღვრას, როგორც საქართველოში ასევე აშშ-ში შემდეგი სახისაა:

- საკუთარ კომპანიაში CSR პრაქტიკისა და სტრატეგიების შესახებ შინაგან ცნობიერებაზე საუბრისას მნიშვნელოვანი განსხვავება შეინიშნება ქართველ და ამერიკელ რესპოდენტებს შორის. აშშ-ში მოქმედი კომპანიებისთვის მნიშვნელოვანია CSR მოქმედებების განხორციელება და ამ სამუშაოს შესასრულებლად ხდება სპეციალური უნარებისა და განათლების მქონე თანამშრომლების დანიშვნა. აღნიშნული სამუშაოსთვის სპეციალური პოზიცია არ არსებობს საქართველოში და CSR-ის (გამოყენების შემთხვევაში) კოორდინაცია ხორციელდება PR მნეჯერების მიერ.
- დაბრკოლებები რაც ხელს უშლის CSR აქტივობების განხორციელებას გარკვეულწილად ანალოგიური საქართველოსა და აშშ-ში. ძირითადი განსხვავება ისაა, რომ ქართველ რესპოდენტებს დიდი მოთხოვნები და მოლოდინები არ გააჩნიათ მათ მშობლიურ ქვეყანაში მოქმედი კომპანიების მიმართ. მათ მიაჩნიათ, რომ ამგვარი მოქმედებებით კომპანიები ფინანსურ სარგებელს ვერ იღებენ და სწორედ ამიტომ გააჩნიათ CSR პრინციპებით მოქმედების დაბალი მოტივაცია.
- გარეგან ცნობიერებაზე საუბრისას რესპოდენტების ქვეყნებში მოქმედი სამი სხვადასხვა კომპანიის შეფასების (კომპანია, სადაც ისინი მუშაობენ, სხვა კომპანიები და საერთაშორისო კომპანიები) საფუძველზე დადგინდა, რომ საერთაშორისო კომპანიების მიმართ ნდობის ყველაზე მაღალი ხარისხია საქართველოში.

- და ბოლოს კომპანიის კორპორატიული პასუხისმგებლობის მიმართ დადებითი დამოკიდებულება გამოხატულია ყველა რესპოდენტის მიერ მათი საცხოვრებელი ადგილის მიუხედავად.
- სტუდენტებში განხორციელებულმა კვლევის შედეგებმა გამოავლინა სამი ფაქტორი: ჯანმრთელობა, განათლება და გარემოსდაცვა რეაპოდენტებისთვის წარმოადგენდა ყველაზე პრიორიტეტულ CSR ასპექტებს. სტუდენტებმა ყველა პარამეტრის თვალსაზრისით უფრო მაღალი მაჩვენებლები მიიღეს დასაქმებულ რესპოდენტებთან შედარებით.

რეკომენდაციები:

a. ნებისმიერ ქვეყანაში მთავრობა და საზოგადოება ერთსულოვანი უნდა იყოს მსხვილი საერთაშორისო კომპანიებისთვის CSR-ის ძირითადი პრინციპების დაკმაყოფილების მოთხოვნის საკითხში. მატ მიერ დაკმაყოფილებული უნდა იქნეს სამმაგი კრიტერიუმი სამი P- მოგება, ხალხი და პლანეტა; აღნიშნული უნდა ასახავდეს არა მხოლოდ ეკონომიკურ შედეგებს, არამედ პასუხისმგებლობასაც მდგრადი განვითარებისთვის და მსოფლიოში მშვიდი და უსაფრთხო გარემოს არსებობისთვის.
b. საერთაშორისო კომპანიების მიერ არ უნდა იქნეს გამოყენებული მათი რეპუტაცია და საერთაშორისო ბაზარზე არსებული დომინანტური როლი პატარა ქვეყნების კანონმდებლობის საკუთარ ინტერესებზე მორგების მიზნით. გარდა ამისა, განვითარებული ქვეყნებისა და მათი მთავრობების მიერ არ უნდა ხდებოდეს ძალაუფლების გამოყენება და სუსტი ქვეყნების საზოგადოების ინტერესების იგნორირება, რომლებიც ცდილობენ საკუთარი კანონმდებლობის, ხალხისა და გარემოს დაცვას. საერთაშორისო პროექტები ხელს უნდა უწყობდეს განვიტარებადი ქვეყნების სუვერენიტეტს და არ უნდა მოხდეს მათი დარღვევა ყოველგვარი ყოყმანის გარეშე.
c. საერთაშორისო საზოგადოებამ აქტიური როლი უნდა შესარულოს, როგორც მაკონტროლებელმა სისტემამ და უზრუნველყოს სოციალური პასუხისმგებლობის მაღალი პრინციპების დაცვა მსოფლიოს ნებისმიერ ნაწილში.

d. კომპანიების მშობლიური ქვეყნის მთავრობამ, ჟურნალისტებმა და საზოგადოებამ ხმა უნდა აიმაღლონ კომპანიების მიერ CSR პრინციპების დარღვევის ფაქტებზე და გაახმაურონ აღნიშნული საქმეები, როგორც ეს გააკეთა ბრიტანელმა, Sunday Times-ის ჟურნალისტმა, რომელმაც დეტალურად შეისწავლა ბაქო-თბილისი-ჯეიჰანის მილსადენის პრობლემატური ტქენიკური მახასიათებლები, რასაც აღნიშნული საკიტხის განხილვა მოჰყვა ბრიტანეთის პარლამენტში.

e. განვითარებულ ქვეყნებში არსებულმა სპეციალისტებმა დახმარება უნდა გაუწიონ განვითარებად ქვეყნებს, რომელთაც არ გააჩნიათ სათანადო გამოცდილება საერთაშორისო კომპანიების მიერ ძირითადი სტანდარტის დარღვევით გამოწვეული პრობლემების მოსაგვარებლად. ამის ნათელი მაგალითია მეგობრების მიერ სხვადასხვა ქვეყნებიდან გაწეული დახმარება, რომლებიც მხარს უჭერდნენ საქართველოს BP-ისთან პრბლემის მოგვარებაში, როცა ეს უკანასკნელი უპასუხისმგებლოდ მოიქცა BTC მილსადენთან მიმართებაში.

f. ძალიან მნიშვნელოვანია საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლება. აუცილებელია ახალგაზრდა თაობის განათლება და მათთვის სტიმულის მიცემა, რათა უკეთ მომზადებული შეხვდნენ მსგავს გამოწვევებს მომავალში. საქართველოს ქეისის შემთხვევაში, იმისდამიუხედავად ადამიანები სამთავრობო სტრუქტურაში მუშაობენ თუ არა ნამდვილად განიცდიან კომპტენციის ნაკლებობას აღნიშნული მიმართულებით. სტუდენტების მიერ BP და სხვა უცხოური მაგალითები გამოყენებული უნდა სიტუაციური მაგალითებით სწავლების მიზნით, რათა შეძლონ ორმაგი სტანდარტებით მოქმედი საერთაშორისო კომპანიების მხრიდან განხორციელებული დარღვევების თავიდან აცილება და ფლობდნენ ინფორმაციას ამ დარღვევებით გამოწვეული შედეგების შესახებ. აუცილებელი განათლების გაღრმავება CSR-ის მიმართ დასახულ მოთხოვნებსა და მოლოდინებს შორის არსებული ხარვეზის აღმოფხვრის მიზნით, რომლის გაზრდაც მხოლოდ მომავალში იქნება შესაძლებელი თუკი ორმაგი სტანდარტების სამყაროში არ მოხდება საქართველოს დაქვემდებარება საერთაშორისო სტანდარტებისთვის.

ყველაზე მნიშვნელოვანი ასპექტი:

CSR-ის შესახებ უფრო მეტი ინფორმირებულობა, განსაკუთრებით განვითარებად ქვეყნებში, გამოიწვევს საზოგადოების უფრო მეტად გათვიცნობიერებას და გაძლიერებას, რათა შეძლონ კომპანიაზე ზემოქმედების მოხდენა უპასუხისმგებლო საქმიანობის განხორციელების შემთხვევაში. ვიმედოვნებთ, რომ დორთა განმავლობაში განვითარებადი ქვეყნები დაეწევიან განვითარებულ ქვეყნებს და მათთვის მისაღები აღარ იქნება ოპერაციების ქვე-სტანდარტები, რაც გულისხმობს, რომ აღარ მოექცევიან მოგებაზე ორიეტირებული კორპორაციების ზეწოლის ქვეშ.

კომპანიების უმეტესობას გაცნობიერებული აქვს CSR-ის მნიშვნელობა და აანალიზებენ რომ ეს არის ახალი რეალობა, რომელშიც მათ სურთ საქმიანობის განხორციელება ნებაყოფლობით ან მის გარეშე. CSR ხელს უყობს კომპანიების რეპუტაციისა და მოგებას და ვინაიდან CSR ახდენს კომპანიის იმიჯის გაძლიერებას, მას შეუძლია ბრენდების შექმნა, დადებითი PR-ის წარმოშობა და გაყიდვების ზრდა. კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია, ის ფაქტი რომ შესაბამის CSR ქმედებას შეუძლია ისეთი ბიზნესის ჩამოყალიბება, რომელიც საქმიანობას ახორციელებს რაციონალურად, სადაც რესუსების გამოყენება არ ხდება მათ სრულად ამოწურვამდე და სამყარო გახდება აყვავებული და ეკონომიკურად სტაბილური ადგილი.

პუბლიკაციების ჩამონათვალი

Lazishvili T. (2017). Corporate Social Responsibility in America. *Scientific Journal in Humanities*, International Black Sea University. Volume 6, Issue 2, 2017, p. 55-58

Lazishvili T., Bakhtadze I. (2016). The Need for Innovative Corporate Social Responsibility**.** Conference proceedings "*11th International Silk Road Conference on Innovation in Business, Education and Sciences"*, Tbilisi, Georgia, p. 29-32.

Lazishvili T. (2016). British Petroleum and Corporate Social Responsibility Case Study: British Petroleum in Georgia. *Scientific Journal in Humanities,* International Black Sea University, Volume 5, Issue 1, p. 47-50.

Lazishvili T. (2015). Corporate Social Responsibility Double Standards of CSR (Two Case Studies). *Scientific Journal in Humanities*, International Black Sea University. Volume 4, Issue 2, p. 25-29.