

# ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის როლი სოციალური რისკების მართვაში



**ასიე ცინცაძე,**

ეკონომიკის მეცნიერებათა კანდიდატი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

**ASIE TSINTSADZE,**

Candidate of Economic Science, Professor

## ანოტაცია

საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლამ შეამცირა სახელმწიფოს მხარდაჭერა სოციალურ-ეკონომიკური პროცესების მართვაზე და გარკვეულწილად ეს ტვირთი ბიზნესს დაეკისრა, თუმცა ბიზნესი ამისთვის სრულიად მოუზნადებელი აღმოჩნდა და დღემდე სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის რეალიზება ისე, როგორც განვითარებული ქვეყნებში არის, ვერ ხდება. ნაშრომში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხის შესწავლისთვის ჩამოყალიბებულია სოციალური რისკების არსი და გამოკვეთილია ის რისკები, რომლის მართვა ბიზნესმა უნდა აიღოს თავისთავზე და რომელიც სახელმწიფოს მხრიდან უნდა იმართებოდეს. ყველა დროში ბიზნეს სუბიექტები საკუთარ კეთილდღეობაზე ზრუნავდნენ, მათი მხრიდან საქმიანობის მიზნად მხოლოდ ეკონომიკური სარგებელი იყო აღქმული. სოციალური უკუგების განაკვეთი, რომელიც ასახავს სოციალური მიმართულებით გაწეულ ხარჯებს, არამონეტოზებულია და შესაბამისად, ბიზნესისთვის საინტერესო არ არის. „ეკონომისა“ და „გონიერი ეკონომის“ თეორიების საფუძველზე



**თაბარ ღოღობერიძე,**

ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დოქტორანტი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

**TAMAR GHOGHOBERIDZE,**

Doctorate of Economic and Business Faculty

აზნისილია სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის გატარების მიმართულებები, საგადასახადო ტვირთის შემცირების სანაცვლოდ სოციალური პასუხისმგებლობის ვალდებულების დაკისრების სამართლებრივ ჩარჩოში მოქცევა. განხილულია საბანკო სექტორის მიერ სოციალური პასუხისმგებლობის გაგება და გატარებული ღონისძიებების შეფასების საფუძველზე ჩამოყალიბებული რეკომენდაციები.

*საკვანძო სიტყვები: სოციალური რისკი, ეკონომი, გონიერი ეკონომი, საგადასახადო შეღავათი, ქველმოქმედება, ალტრუიზმი.*

## THE ROLE OF BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY IN MANAGING THE SOCIAL RISKS

### Abstract

The transition to market economy reduced state support on governing social-economic process and some extent, the burden imposed on business, but business was completely unprepared for it and still a policy of social responsibility is not realized as well as in the developed

countries. In the work for study of the CSR question it is established the essence of social risks and it is identified the risks, which must be managing by the business and the government should be run too. In all time the business subjects were caring about their welfare, only economic benefits were perceived as the aim of activities from them. Rate of social return, which reflects the social costs are not monetarism and therefore it is not interesting for business. On the bases of 'egoism' and 'intelligent egoism' theories, it is explained the directions of social responsibility policy, the article deals with social responsibility of the banking sector and it is formulated the recommendations on the bases of taken measures.

**Keywords:** *Social risk, Egoism, Intelligent egoism, Tax relief, charity, Altruism*

საკუთრების ფორმების მრავალფეროვნებაში, წარმოების საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლამ მნიშვნელოვნად შეამცირა სახელმწიფოს მხრიდან სოციალური თუ სხვა ხასიათის რისკებისგან დაცვის უზრუნველყოფა. ეს, ერთი მხრივ, ფასდება უარყოფითად, როგორც სოციალურ-ეკონომიკურ სფეროში რისკების ზრდის ფაქტორი. მაგრამ, მეორე მხრივ, საბაზრო ურთიერთობების ჩამოყალიბებამ აამაღლა ეკონომიკური სუბიექტების ეკონომიკური თავისუფლება და სოციალური პასუხისმგებლობის წინაშე დააყენა ბიზნეს სუბიექტები. ყველა სოციალური რისკი არ წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ობიექტს, იმ მარტივი მიზეზის გამო, რომ ბიზნესი, როგორც კერძო სექტორი, ვერ იქნება საზოგადოების იმ სოციალური რისკებისგან დაცვის გარანტი, რომლის წარმოქმნა და გავრცელება სახელმწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის შედეგია. იმისთვის, რომ სწორად განისაზღვროს ბიზნესის ვალდებულებები სოციალური მიმართულებით, აუცილებელია სოციალური რისკების განსაზღვრა.

სოციალური რისკები დასავლეთის მეცნიერების კვლევის საგანს დიდი ხანია, წარმოადგენს, მას იკვლევენ სოციოლოგები, ეკონომისტები. ისტორიული წყაროებიდან ჩანს, რომ რაც უფრო ვითარდებოდა კაცობრიობა, იზრდებოდა არსებული და ჩნდებოდა ახალი რისკები. კაპიტალიზმის ჩამოყალიბებამ სოციალური რისკები საზოგადოების განუყოფელი ნაწილი გახადა, რის საფუძველზეც ზოგიერთი სოციოლოგი განვითარებულ საზოგადოებას „რისკების საზოგადოებას“ უწოდებს. რისკის არსის ახსნა დაკავშირებულია მისი წარმოქმნის წყაროსთან, მიზეზთან, ამიტომ, ზოგადად, რისკები, რომლებიც შეიძლება ამოქმედდეს

და ზარალი მიაყენოს სუბიექტს ან მის მატერიალურ მდგომარეობას, მრავალფეროვანია. არსებული მოსაზრებით სოციალური რისკები ყველა დანარჩენი რისკებისგან განსხვავდება შემდეგი მახასიათებლების მიხედვით:

1 სოციალური რისკები არ შეიძლება იყოს იმ მიზეზების შედეგი, რომლებიც განპირობებულია ბუნებრივ-კლიმატური, ტექნოლოგიური პროცესებით ან ცალკეული პირების ქცევებით;

2 სოციალური რისკები მოიცავს მთელ საზოგადოებას, მაგრამ იგი უარყოფითად აისახება მხოლოდ ცალკეულ სოციალურ ჯგუფებზე.

რეალურ ცხოვრებაში სოციალური რისკს აქვს კონკრეტული გამოვლინება: მოხუცებულობა, ინვალიდობა, მარჩენალის დაკარგვა, უმუშევრობა, ღროებითი შრომისუუნარობა, შშობიარობა, მრავალშვილიანობა, სიღარიბე და სახელმწიფოს სოციალურ უზრუნველყოფის სისტემის ბაზას წარმოადგენს. ქვეყანაში შექმნილი კანონები და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები ისე უნდა აოგოს, რომ მინიმუმამდე იქნას დაყვანილი ცალკეული სახის სოციალური რისკების რეალიზაციისგან მიღებული ნეგატიური შედეგები. ჩამოთვლილი რისკებისგან დაცვის ფინანსური უზრუნველყოფა გადასახადებით ფორმირებული შემოსავლებიდან ხდება. აქედან გამომდინარე, ბიზნესი, როგორც გადასახადის გადამხდელი, არაპირდაპირ მონაწილეობს სოციალური რისკების შემცირებაში. ამ ნაშრომში აქცენტი კონკრეტულად რისკების შემცირებაში ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაზე იქნება გადატანილი, რომლის არსი ჯერ კიდევ ვერ იქნა აღქმული როგორც ბიზნესის, ასევე საზოგადოების მხრიდან. ვ. დ. როიკი წიგნში „პროფესიული რისკები“ სოციალურ რისკს განმარტავს შემდეგნაირად: სოციალური რისკი არის საშიშროებათა მასიური სახეები, რომლებიც აუარესებენ მოსახლეობის დიდი ჯგუფების სოციალურ მდგომარეობას და ასევე სოციალურ რისკებად მიიჩნევა ის საშიშროებები, რომლებიც წარმოიქმნება საზოგადოებრივი ხასიათის მიზეზებით და მისგან დაცვა ინდივიდუალურად შეუძლებელია. ამ განმარტების „ფართო გაგებით“ სოციალური რისკები, არის იმ ფაქტორთა ჩამონათვალი, რომლებიც არღვევენ მოქალაქეთა ნორმალურ სოციალურ მდგომარეობას მათი ჯანმრთელობის, შრომისუუნარიანობის დაკარგვით ან სამუშაო ძალაზე მოთხოვნის არ არსებობით, რაც იწვევს მათი მატერიალური უზრუნველყოფის შეულებლობას. როგორც ვხედავთ, ვ.დ. როიკი თავის განმარტებაში სოციალურ

რისკებს უკავშირებს მხოლოდ მოქალაქეთა შრომით საქმიანობას, შრომის ბაზრის განვითარებას. სინამდვილეში კი, სოციალური რისკების ზემოქმედება ვრცელდება შრომითი საქმიანობის ურთიერთობების გარეშეც: სხვადასხვა დაავადებები, დაზიანებები ავარიის შედეგად, ეკოლოგიური კატასტროფები და სხვა. რომელი რისკები უნდა გახდეს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის საგანი? ამ კითხვაზე პასუხის გასაცემად გავანალიზოთ სოციალური პასუხისმგებლობის არსი და მისდამი დამოკიდებულება განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში. სოციალური პასუხისმგებლობის ცნება გაჩნდა დიდი დეპრესიის პირობებში, როდესაც უმუშევართა რაოდენობა კატასტროფულად იზრდებოდა და საწარმოთა ნაწილმა გადარჩენის გზად მენეჯმენტის ცვლილება დაისახა მიზნად. თუმცა ამ იდეას დიდი გამომხაურება არ მოჰყოლია 60-იან წლებამდე. სოციალური პასუხისმგებლობა თავდაპირველად ფილანტროპიის სახით მიმდინარეობდა, საწარმოთა ხელმძღვანელები მასში მხოლოდ ერთჯერად დახმარებებს, პერსონალის სოციალური მდგომარეობის დროებით შემსუბუქებას და სხვადასხვა სახის ქველმოქმედებებსა და სპონსორობას ხელაძლენ. კორპორაციის არსებობა შეუძლებელი იქნებოდა მისი მესაკუთრეების – აქციონერების კეთილდღეობის მაქსიმიზაციის მიღწევის გარეშე და პირიქით, კორპორაციის მმართველთა და დასაქმებულთა სოციალური უზრუნველყოფის გაუთვალისწინებლობა ეწინააღმდეგება აქციონერთა მიზანს – მიიღონ მაქსიმალური მოგება დაბანდებულ კაპიტალზე. „კაპიტალისტური ქველმოქმედების დოქტრინა“ ამართლებს საწარმოთა ქველმოქმედებას, მაგრამ არა მხოლოდ დასაქმებული პირების, არამედ მთელი საზოგადოების წინაშე. საბაზრო პრინციპების დანერგვა სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის სწორად გააზრებას და გამოყენებას მოითხოვს პარტნიორების, მომხმარებლების, დასაქმებულების, მმართველი ორგანოებისა და მთლიანად საზოგადოების წინაშე. სხვადასხვა ზომისა და საქმიანობის საწარმოთა პასუხისმგებლობა განსხვავებულია. მცირე ზომის საწარმოთა მიერ სოციალური პასუხისმგებლობის ხარჯები შეიძლება, მძიმე ტვირთი აღმოჩნდეს. დიდი ზომის საწარმოები, კორპორაციები უფრო მოქნილი არიან სხვადასხვა სახის სოციალური პროგრამების განხორციელებაზე, უფრო მეტიც, მათ სტარატეგიულ გეგმაში შეაქვთ ამ მიმართულებით განსახორციელებელი ღონისძიებები. ზოგადად, კერძო სექტორი

საკუთარ კეთილდღეობაზეა ორიენტირებული და ნაკლებად არის აღქმული სოციალური მიმართულებით ხარჯების გაწევისგან მიღებული სარგებელი. ამიტომ ხარჯების გაწევის შეფასებისას მხედველობაში მიიღება მხოლოდ უკუგების განაკვეთი, რომელიც სარგებელს პირდაპირ ფულში გამოხატავს. თუ დავეყრდნობით ვ.როუზის განმარტებას სახელმწიფოს მიერ საინვესტიციო პროექტებიდან მისაღები სარგებლის განაკვეთში სოციალური უკუგების განაკვეთის ჩართვის შესახებ, ადვილი მისახვედრია, რომ ბიზნესი, როგორც სოციალური პასუხისმგებლობის მატარებელი, უნდა ითვალისწინებდეს არა მონეტარიზირებულ სარგებელსაც, რომელსაც მართალია, ფულად ფორმაში ვერ ღებულობს, მაგრამ გაწეული ხარჯი სოციალური უკუგების სახით გრძელვადიან პერიოდში აისახება მომხმარებელთა მხრიდან უპირატესობის მინიჭებაზე, პარტნიორებთან ურთიერთობების მდგრადობაზე, დასაქმებულების შრომითი მოტივაციის ზრდაზე, ხელისუფლების მხრიდან მხარდაჭერაზე და ა.შ. სამეწარმეო საქმიანობის დასაწყისიდან განვითარებულ მდგომარეობამდე მისვლა რამდენიმე ეტაპისგან შედგება:

- დასაწყისში მეწარმის საქმიანობა საკუთარი გამოცდილების საფუძველზე მიმდინარეობს, ამიტომ ამ ეტაპზე ზრუნვა უფრო საკუთარი მოთხოვნების დაკმაყოფილებაზეა ფოკუსირებული და სოციალური პასუხისმგებლობის გრძნობა ნულს უტოლდება;

- მეორე ეტაპზე მეწარმე აანალიზებს გაწეულ საქმიანობას, ახდენს ღირებულებების გადაფასებას, მეტი მნიშვნელობა ენიჭება პარტნიორებს, მომხმარებლებს, დასაქმებულებს, ანუ მოთხოვნა საკუთარ თავთან სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპის რეალიზაციაზე იზრდება;

როგორც ვხედავთ, ბიზნესის წარმოების საწყის ეტაპზე თავს იჩენს ე.წ. ეგოიზმი, რომელიც აბრკოლებს სოციალური პასუხისმგებლობის გააზრებას მენეჯმენტის მხრიდან. სოციალური უკუგების განაკვეთის ჩართვა გაწეული ხარჯების შეფასებაში სწორ წარმოდგენას შეუქმნის მეწარმეს მოსალოდნელ მოგებაზე. რთულია ხარჯების გაღება, როდესაც კეთილდღეობა, რომელიც მიეწოდება დასაქმებულ პერსონალს და საზოგადოებას, პირდაპირპროპორციულად არ აისახება წარმოების ზრდა-განვითარებაზე. ეგოისტური მოტივები ადამიანში მუდმივად არსებობს, მაგრამ მისი გარდაქმნა გონიერ ეგოიზმში ისევ საკუთარი ინტერესებიდან გამომდინარე ხდება. მეწარმის მისწრაფება

მიიღოს მაღალი მოგება, მხოლოდ სამეწარმეო პროცესის სწორად წარმართვას არ გულისხმობს, მოვა დრო წარმოების ცხოვრებაში, როდესაც ისევ და ისევ საკუთარი ეგოისტური მიზნების განსახორციელებლად დღის წესრიგში დგება საზოგადოების ინტერესების გათვალისწინების აუცილებლობა, რაც სოციალური პასუხისმგებლობის სახით ვლინდება. ეს ე.წ. გონიერი ეგოიზმია, რომლითაც, არისტოტელეს განმარტებით, „სიკეთის გამცემმა უნდა იამაყოს,, და ხსნის, რომ მსხვერპლად გადება უდიდესი სიამოვნებაა დაკავშირებული სიკეთის კეთებასთან. არისტოტელეს ეს განმარტება უფრო გამოხატავს ეთიკური ქცევის თეორიას, თუმცა მაინც ითვლება სოციალური პასუხისმგებლობის თეორიის პლატფორმად, ვინაიდან მეწარმის ქცევა, სოციალური მიმართულებით განსახორციელებელი ღონისძიებების გასატარებლად, დიდი პროცენტით საკუთარი ინტერესების დაკმაყოფილებას ემსახურება. „გონიერ ეგოიზმს“ ფრიდმენი ეკონომიკური არსით გამოხატავს და ამბობს, რომ მოქმედებს რა ადამიანი საკუთარი ინტერესების დაკმაყოფილებისთვის, ხშირად ღებულობს შედეგს, რომლითაც კმაყოფილება საზოგადოებრივი ინტერესი, თუმცა ეს განზრახული არ ჰქონია [2. გვ.157]. ბიზნესისთვის ქველმოქმედება, ერთჯერადი დახმარება, სპონსორობა და ამ ყველაფრის რეკლამირება არ წარმოადგენს სოციალურ პასუხისმგებლობას. ამგვარი ქმედებებით ვერ ხდება საზოგადოებაზე გავლენის მოხდენა და შეიძლება ჩაითვალოს, რომ გაწეული ხარჯი მომავალში ბიზნესის განვითარებაზე დადებითად ვარ აისახება. საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ჩანასახოვან ფორმაშია. მეწარმეთა მხრიდან ადგილი აქვს ერთჯერადი სახით ალტრუისტულ ქმედებებს, თუმცა ეს, უმეტეს შემთხვევაში, საზოგადოების იმ ნაწილის გაღიზიანებას იწვევს, ვინც საჭიროებს დახმარებას და ვერ მიიღო. გამომდინარე იქიდან, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის მატარებელი ბიზნესი არც თუ ისე ბევრია საქართველოში, ჩვენ შევეცადეთ შეგვესწავლა საფინანსო ინსტიტუტების მიერ სოციალური პასუხისმგებლობის ჩარჩო. საქართველოში მოქმედებს 19 კომერციული ბანკი, რომლებიც დიდი ფინანსური კაპიტალის მფლობელები არიან (2015 წლისთვის აქტივების საერთო მოცულობამ 24 მილიარდი ლარი შეადგინა.) კომერციული ბანკები ჩართული არიან სხვადასხვა: — განათლების, ხელოვნების განვითარების, სტიქიით დაზარალებულთა — სოციალურ პროექტებში. მაგალითად, 2015 წელს „ვითიბი ბანკმა“ სოციალური პა-

სუხისმგებლობის მიმართულებით 3 000 000 ლარი გაიღო, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა „ბანკ რესპუბლიკისთვის“ კვლავაც ერთ-ერთ უპირატეს საკითხად რჩება. ბანკი რეგულარულად ახორციელებს მრავალ სოციალურ პროექტს საზოგადოების კეთილდღეობის მხარდასაჭერად, „პაშა ბანკი — საქართველო“ მხარს უჭერს და აქტიურად მონაწილეობს კორპორატიულ სოციალურ პასუხისმგებლობასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა პროექტში. სოციალური პასუხისმგებლობა პროკრედიტ ბანკის ერთ-ერთი მთავარი ღირებულებაა. მასვე ეფუძნება ბანკის ბიზნეს მოდელი. „პროკრედიტ ბანკი“, როგორც განვითარებაზე ორიენტირებული და სოციალური პასუხისმგებლობის მატარებელი ბანკი, ყველა სახის საქმიანობას პასუხისმგებლიან საბანკო საქმიანობის პრინციპებზე აფუძნებს., „ფინკა ბანკი,, აქტიურად ახორციელებს სხვადასხვა სოციალურ პროექტებს და სხვა. არის თუ არა ჩამოთვლილი აქტივობები ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მოთხოვნების შესაბამისი? ჩვენი აზრით, სოციალური პასუხისმგებლობა თვით ბიზნესის განვითარებაზე უნდა იყოს მიმართული. ერთჯერადი დახმარებები, ერთჯერადად განხორციელებული პროექტები ემსახურება ადამიანთა მცირე ნაწილის დაკმაყოფილებას. სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებები გათვლილი უნდა იქნას ფართო მასებზე. დღეისთვის საკრედიტო დავალიანება დაახლოებით 2 მლნ ადამიანს აქვს. ეს ნიშნავს, რომ ამა თუ იმ ტიპის სესხი მთელი ქვეყნის მოსახლეობის 54%-ს აქვს. ეს კომერციული ბანკის მომსახურების მომხმარებელები არიან, რომელთა მიმართ უნდა განხორციელდეს სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებები. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შედეგი, როგორც ზემოთ აღინიშნა, არის თავად ბიზნესის კეთილდღეობის ზრდა, ოღონდ დაფუძნებული საზოგადოების, პარტნიორების, დასაქმებულების კეთილდღეობის ზრდაზე. პარტნიორების კეთილდღეობა კომერციული ბანკების მოგებით განისაზღვრება და სოციალური პასუხისმგებლობიდან შეიძლება გამოვეყოს. მთავარი ობიექტი, რომლისკენაც უნდა იყოს მიმართული სოციალური პასუხისმგებლობა, არის მოსახლეობა. როგორც უცხოური გამოცდილება აჩვენებს, კომერციული ბანკების სოციალური პასუხისმგებლობა, სწორედ რომ, კლიენტებისაკენ არის მიმართული. სესხის რთული პირობები, არასწორად შეფასებული გირაო, რაც შემდგომ მოქალაქეთა ქონების, ხშირ შემთხვევაში საცხოვრებელი სახლის დაკარგვას

იწვევს, ვერანაირად ვერ თავსდება ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაში. ბოლო პერიოდში სავალუტო კრიზისმა საგრძნობლად დააზარალა მოსახლეობის ის ნაწილი, რომელსაც სესხი დოლარში თუ ლარში აქვს, მაგრამ სოციალური პასუხისმგებლობის მსგავსი ღონისძიება არცერთ ბანკს არ გაუტარებია. ჩვენი აზრით, კომერციული ბანკების სოციალური მიმართულებით განხორციელებული ღონისძიებები უფრო ხელისუფლების მხარდაჭერის მოპოვების მექანიზმის როლს ასრულებს, ის სცილდება წმინდა „ეგოიზმის“ თეორიის ჩარჩოს, მაგრამ ვერ ჯდება „გონიერი ეგოიზმის“ თეორიაში – დაიკმაყოფილო საკუთარი ინტერესი, ისე, რომ ზიანი არ მიაყენო სხვის ინტერესს, ვინაიდან ბოლო პერიოდში გაზრდილი საპროცენტო განაკვეთები, სავალუტო კრიზისი, იპოთეკით დაზარალებული მოსახლეობის მოთხოვნების უგულებელყოფა ეწინააღმდეგება განვითარებულ ქვეყნებში სოციალური პასუხისმგებლობის ფორმებს. ჩატარებული კვლევის საფუძველზე ვთვლით, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარება და მისგან უკუგების მიღება დაკავშირებულია რიგ ფაქტორებთან, რომელთაგან გამოვყოფთ შემდეგს:

1. წარმოების განვითარება, ბაზრის ათვისება არა უცხოური, არამედ ეროვნული წარმოების საქონლით, რადგან საქონლის ექსპორტიორი ნაკლებად აკებს პასუხს წარმოებული საქონლის ხარისხზე;
2. საზოგადოების განათლების ამაღლება სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის არსში;
3. სახელმწიფოს მიერ მარეგულირებელი კანონის შექმნა, რომლითაც განისაზღვრება სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის

გატარების სუბიექტები, ობიექტები, ფორმები, პასუხისმგებლობის ჩარჩო;

4. საგადასახადო შეღავათების დაწესება იმ ბიზნესისთვის, რომელიც განახორციელებს სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკას. მაშინ, როცა სახელმწიფო ბიზნესის დაბეგრებიდან მიღებული შემოსავლით აფინანსებს სოციალურ ხარჯებს, ეს მიდგომა წაახალისებს ბიზნესსაც და სახელმწიფოს განტვირთავს ნაწილი სოციალური ხარჯებისგან;

5. სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის გატარება განისაზღვროს მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესისთვის, ანუ მცირე ზომის ბიზნესისთვის ვალდებულებად დაწესდეს ისეთი სოციალური საკითხების გადაჭრა, რომელიც თავსდება მათი შესაძლებლობის ფარგლებში: საშუალო ადგილების შექმნა, დასაქმებულთა სამედიცინო დაზღვევა, პროდუქციის ხარისხის დაცვა, ეკოლოგიური რისკების მინიმიზაცია. საშუალო და მსხვილი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ფართოდ უნდა იქნას წარმოდგენილი: სახელმწიფოსთან ერთად საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ამაღლების პროგრამაში მონაწილეობა, მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა, პარტნიორთა მოთხოვნების გათვალისწინება, გარემოს დაცვითი ღონისძიებების ჩატარება და სხვა.

ამგვარად, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, ეს ის ინსტრუმენტია, რომელიც ერთმანეთთან აკავშირებს ბიზნესს, საზოგადოებას და სახელმწიფოს. მათი საქმიანობა აკებულია ურთიერთ სარგებლიანობაზე, რაც საბოლოოდ ამაღლებს ბიზნესის მომგებიანობას, საზოგადოების კეთილდღეობას და სახელმწიფოს აძლევს სოციალური ხარჯების შემცირების შესაძლებლობას.

#### ლიტერატურა:

1. **ცინცაძე ა. მელიოანი ლ.** „სოციალური რისკები და მისგან დაცვის მექანიზმები“ ჟურნ. ეკონომიკა №1-2. 2012, გვ. 105. [Tsintsadze A. Meloyan L. «Social risks and protection mechanisms» mag. Economy №1-2. 2012, p. 105.]
2. **Фридман М.** «Капитализм и свобода», Пер. с англ., Новое издательство, М.2006. [M. Friedman «Capitalism and Freedom», Trans. from English., New publishing, M.2006]
3. **Н. В. Башка, А.А. Данилюк,** Корпоративная социальная ответственность, учебное пособие, издательство Тюменского государственного университета. 2013 г. [N.V. Bashka, A.A Danyluk, Corporate Social Responsibility, a textbook, publishing Tyumen State universitetab 2013]
4. „რეზონანსის“ ვებ-გვერდზე ჩატარებული გამოკითხვის შედეგები, WWW.RESONANCEDAILY.CO/ 2015-02-17 [The results of the survey on the website «Resonance»]
5. **Роик В.Д.** „Профессиональные риски. - М.: АНКИЛ. 2004 [Roic VD «Professional risks. - M.: ANKIL. 2004]
6. **ბერიძე ლ.** ქველმოქმედება, როგორც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კომპონენტი, ბიზნესი და კანონმდებლობა 2009 №5-6 . [Beridze I. Charity, as a component of social responsibility, Business and Law 2009 №5-6.]