

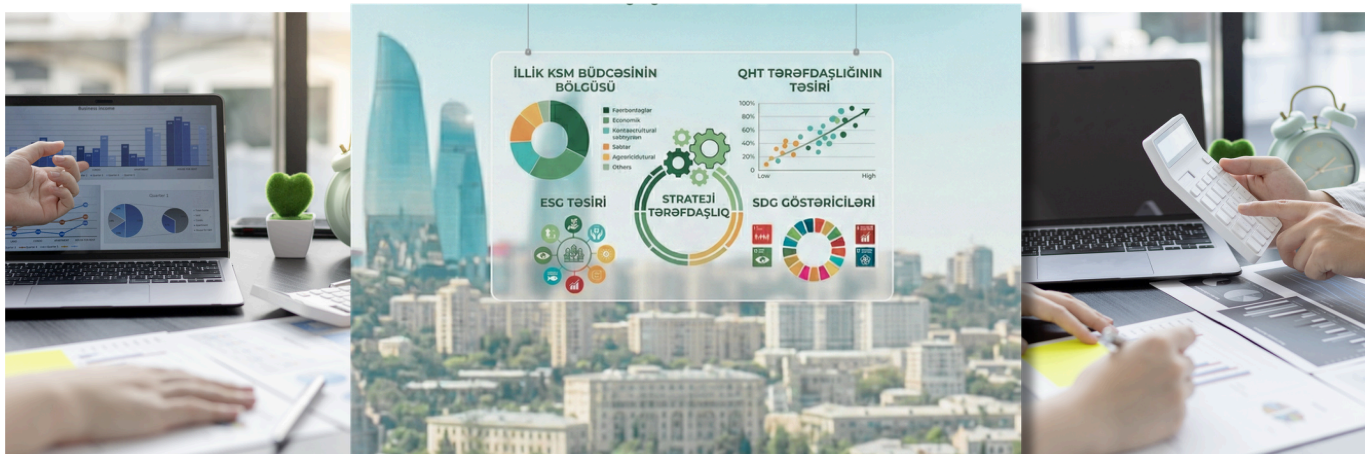


AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ
QEYRİ-HÖKUMƏT TƏŞKİLATLARINA
DÖVLƏT DƏSTƏYİ AGENTLİYİ



Prioritet
Sosial İqtisadi Araşdırmalar
Mərkəzi İB

Azərbaycanda şirkətlərin korporativ sosial məsuliyyət fəaliyyətlərində QHT-lərlə əməkdaşlıq təcrübəsi



Tədqiqat Hesabatı

“Prioritet” Sosial-İqtisadi
Araşdırmalar Mərkəzi İB

Bu Hesabat “Prioritet” Sosial-İqtisadi Araşdırmalar Mərkəzi İB tərəfindən Azərbaycan Respublikasının Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Agentliyinin maliyyə yardımı ilə icra olunan “Milli korporativ sosial məsuliyyət (KSM) təcrübəsinin inkişafında QHT-lərin rolunun gücləndirilməsi” layihəsi çərşivəsində hazırlanıb.

Hesabat Azərbaycanın 90-dən çox aparıcı şirkətinin korporativ sosial məsuliyyət (KSM) siyasətlərini və qeyri-hökumət təşkilatları (QHT) ilə əməkdaşlığını təhlil edir. Hesabatın əsas hədəfi milli KSM təcrübəsində QHT-lərin rolunu gücləndirmək və bu əməkdaşlığı beynəlxalq standartlar səviyyəsinə qaldırmağa kömək etməkdir.

Hesabatın hazırlanmasında süni intellekt (Sİ) alətlərindən istifadə edilmişdir. KSM təcrübəsi öyrənilmiş şirkətlərin rəsmi veb-saytları, illik KSM/ESG hesabatları və press-relizlərindən ibarət böyük həcmli məlumat bazası Sİ proqramlarının köməyi ilə analiz edilmişdir. Müxtəlif sektorları təmsil edən şirkətlərin (bank, telekom, enerji və s.) hesabatlılıq sənədlərindəki meyllərin və açar sözlərin müəyyənləşdirilməsi prosesi Sİ vasitəsilə sürətləndirilmişdir.

Layihənin rəhbəri

Zaur İbrahimov

“Prioritet” Sosial-İqtisadi Araşdırmalar Mərkəzi İB sədri

Layihənin ekspert qrupu

- . *Əliməmməd Nuriyev*
- . *Mirəli Hüseynov*
- . *Əhməd Abbasbəyli*
- . *Şahin Nəsrullayev (hüquqşünas)*

© “Prioritet” Sosial-İqtisadi Araşdırmalar Mərkəzi İB

Azərbaycan, Bakı, Səməd Vurğun 53. World Business Center

17-ci mərtəbə. Azərbaycan Milli QHT Forumunun ofisi

Mob: (050) 3164694

E-mail: prioritetsiam@gmail.com

I. XÜLASƏ	<u>5</u>
• Əsas tapıntılar və sektoral mənzərə • KSM strategiyalarında mövcud vəziyyət	
II. Araşdırmanın metodologiyası	<u>7</u>
• Tədqiqatın metodları və məlumat mənbələri • Seçim meyarları və təhlil çərçivəsi	
III. Azərbaycanda KSM təcrübəsinin inkişafı və QHT-lərin iştirakçılığının xüsusiyyətləri	<u>9</u>
<i>XIX-XX əsr xeyriyyəçilik ənənələri</i> • Müstəqillik dövrü: Neft sektoru və beynəlxalq standartlar • Institutionallaşma mərhələsi: "Milli KSM mükafatı" və CSR Azərbaycan" platforması, Dövlət Məşğulluq Agentliyi və KSM-də yeni yanaşmalar • AMCHAM "CSR Excellence Award" və beynəlxalq təcrübənin rolu	
IV. KSM müsabiqələrində qalib layihələr və QHT-lərin iştirakçılığının analizi	<u>16</u>
V. Azərbaycanda KSM təcrübəsinin təkamülü: mövcud vəziyyət və əsas çağırışlar	<u>19</u>
• "Ətraf mühit, sosial və korporativ idarəetmə (ESG) prinsiplərinin tətbiqi üzrə çərçivə" adlı dövlət standartı • (ESG) məsuliyyəti prinsiplərinin tətbiq səviyyəsi • Azərbaycanın SDG İndeksi üzrə əsas göstəriciləri • Şirkətlərin qeyri-maliyyə hesabatlılığı, əsas çağırışlar	
VI. Şirkətlərin KSM fəaliyyətlərinə QHT-lərin cəlb olunması üzrə ümumi mənzərə	<u>22</u>
• Statistik analiz • Şirkət QHT əməkdaşlığı nümunələri	

- Sektorlar üzrə KSM fəaliyyətlərində QHT əməkdaşlığı
- Ümumi xüsusiyyətlər, müşahidə olunan tendensiyalar

VII. Təvsiyələr: Strateji tərəfdaşlığın qurulması

29

- Şirkətlərin QHT -lərlə tərəfdaşlıq siyasətinin formalaşdırılması
- Sektorlar üzrə fərqli yol xəritələri
- KSM üzrə fəaliyyəti stimullaşdırmaq üçün dövlət dəstəyi mexanizmləri yaradılması

VIII. KSM təcrübəsi öyrənilmiş şirkətlərin siyahısı

33

Tədqiqata ön söz

Azərbaycanda yeni KSM və ESG mərhələsində QHT-lərin şirkətlərin strateji tərəfdaşına çevrilməsi zəruridir

Müasir global biznes mühitində korporativ sosial məsuliyyət (KSM) şirkətin strateji dəyər zəncirinin və risklərin idarə edilməsinin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Şirkətlərin uzunmüddətli dayanıqlılığı onların təkcə maliyyə mənfəəti ilə deyil, həm də yaratdıqları sosial dəyərlə ölçülür.



Bu tədqiqat hesabatı Azərbaycan biznes ekosistemində mühüm bir keçid mərhələsini öyrənir və mövcud mənzərəni təsbit edir. Bu milli təcrübədə QHT-lərin şirkətlərin KSM fəaliyyətlərində iştirakı vəziyyətini qiymətləndirməyə yönəlik ilk cəhddir.

Ölkənin XIX əsr neft bumu dövründəki zəngin xeyriyyəçilik ənənələrindən müasir ESG (Ekoloji, Sosial və İdarəetmə) prinsiplərinə doğru təkamül yolu təqdirəlayiqdir. Xüsusilə, "Yaşıl dünya naminə həmrəylik ili" və COP29 kimi global hadisələr bu transformasiyanı sürətləndirən əsas katalizatorlar olmuşdur. Lakin tədqiqatın nəticələri bir çoxumuzun müşahidə etdiyi bir gerçəyi rəqəmlər, statistika və faktlara təsdiqləyir. Şirkətlər və qeyri-hökumət təşkilatları (QHT) arasındakı əməkdaşlıq hələ də kifayət qədər institusionallaşmayıb. QHT-lər strateji tərəfdaş kimi nəzərdən keçirilmir, layihələrin hazırlanması, dizaynı mərhələsində deyil, daha çox icraçı vasitəçi kimi cəlb olunur. Biznes sektorunun gələcəkdə rəqabətqabiliyyətliliyini qoruması üçün QHT-ləri epizodik tərəfdaşdan strateji "maraqlı tərəfə" (stakeholder) çevirməsi zəruridir.

Bu hesabat həm biznes liderləri, həm də vətəndaş cəmiyyəti institutları üçün yol xəritəsi rolunu oynayır. Ümid edirəm ki, burada təqdim olunan Ümumi mənzərə, tapıntılar, irli sürülən qənaətlər və tövsiyələr Azərbaycanda daha şəffaf, ölçülə bilən və təsirli bir sosial məsuliyyət modelinin qurulmasına töhfə verəcəkdir.

Bu layihəni dəstəklədiyinə və icrasına hərtərəfli dəstək verdiyinə görə Azərbaycan Respublikasının Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Agentliyinə təşəkkür edirəm

Eyni zamanda layihənin icrasına verdiyi dəstəyə görə Azərbaycan Sahibkarlar Konfederasiyasına (ASK) layihə çərçivəsində keçirilən müzakirələrə, tədbirlərə qatılan, sorğularda iştirak edən şirkətlərə təşəkkür edirəm.

Zaur İbrahimov "Prioritet" Sosial-İqtisadi Araşdırmalar Mərkəzi İB sədri

I. XÜLASƏ

Bu araşdırma Azərbaycanın 90-dən çox aparıcı şirkətinin korporativ sosial məsuliyyət (KSM) siyasətlərini və qeyri-hökumət təşkilatları (QHT) ilə əməkdaşlığını təhlil edir. Nəticələr göstərir ki, enerji, mədən hasilatı, telekommunikasiya, bank sektorlarında fəaliyyət göstərən iri şirkətlər KSM sahəsində daha aktiv və struktur şəkildə fəaliyyət göstərirlər.

Bu şirkətlər ictimai hesabatlar (ESG, Davamlılıq Hesabatları) dərc edir və KSM-ni biznes strategiyasına integrasiya etməyə çalışırlar. QHT-lərlə birbaşa əməkdaşlıq nisbətən məhduddur və əsasən ictimai sağlamlıq, təhsil, ətraf mühit və sosial rifah kimi sahələrdə cəmlənmişdir. Əməkdaşlıq formaları əsasən birgə layihələr, sponsorluq və məsləhətçilik xarakteri daşıyır.

Əsasən KSM üzrə aşağıdakı istiqamətlərdə layihələr həyata keçirilir:

1. Təhsil və gənclərin inkişafı

Banklar (ABB, Kapital Bank, Rabitəbank), telekom şirkətləri (Bakcell, Nar), və IT şirkətləri (ULTRA Technologies, SINAM) tərəfindən maliyyə savadlılığı, STEAM təhsili, proqramlaşdırma və rəqəmsal bacarıqların artırılması üzrə layihələr.

2. Ətraf mühit və davamlılıq

Enerji (SOCAR, BP), sement (Holcim, Norm Sement), istehsal və içki şirkətləri (Coca-Cola, Carlsberg) tərəfindən su və enerji resurslarının səmərəli idarə edilməsi, karbon izinin azaldılması, tullantıların idarə olunması və "yaşıl" texnologiyaların tətbiqi.

3. İcma və sosial rifah

Demək olar ki, bütün sektorlarda ən geniş yayılmış fəaliyyət sahəsidir. Ağac əkme (Araz Supermarket), sahil təmizliyi (McDonald's), ətraf mühitin qorunması, az təminatlı ailələrə, uşaqlara və əlilliyi olan şəxslərə dəstək (Atəşgah Sığorta, bir çox bank) kimi layihələri əhatə edir.

4. Səhiyyə və ictimai sağlamlıq

Sığorta şirkətləri (PAŞA Sığorta, A-Qroup), dərman şirkətləri (R-Pharm, AZƏRİMED) və səhiyyə müəssisələri tərəfindən ictimai sağlamlıq kampaniyaları, pulsuz müayinələr, xərçəng kimi xəstəliklərlə bağlı maarifləndirmə və dərman əlçatanlığının artırılması.

Açıq mənbələrdə aşkar edilə bilən birbaşa və təsdiq edilmiş QHT-lərlə əməkdaşlıq nümunələrinin sayı gözləniləndən azdır. 85 şirkətdən ancaq 20 şirkətin açıq məlumatlarında konkret QHT tərəfdaşlarının adı çəkilir və ya birgə layihələr təsvir edilir.

KSM üzrə QHT-lərlə əməkdaşlıq təcrübəsi

QHT-lərlə birbaşa əməkdaşlıq edən şirkətlərin sayı 20-dən çox deyil. Ümumilikdə, KSM üzrə şirkətlərin birbaşa əməkdaşlığa cəlb etdiyi QHT-lərin sayı 30-dan çox deyil. Daha çox sağlamlıq, uşaq hüquqları, ətraf mühit və heyvanların mühafizəsi, həmçinin qadın və gənclərin, idmanın inkişafı ilə məşğul olan təşkilatlardır.

QHT-lərin KSM layihələrində iştirakı ilə əlaqədar aşağıdakı ümumi xüsusiyyətləri qeyd etmək olar:

1. Əməkdaşlıq çox vaxt müəyyən bir tədbir, kampaniya və ya ianə yığımı ilə məhdudlaşır (məsələn, Ramazan bayramı, Yeni il, müəyyən bir xəstəliklə əlaqədar ictimai maarifləndirmə tədbirləri). Strateyiki və uzunmüddətli tərəfdaşlıqlar çox az nümunədə rast gəlinir.
2. Əməkdaşlıqlar demək olar ki, həmişə şirkətin strategiyası və büdcəsi ilə həyata keçirilir. QHT-lərin layihə konsepsiyasının formalaşmasına və problemlərin həllinə birbaşa daxil olması məhduddur.
3. Şirkətlər ictimai dəstəyi yüksək, təcrübəli, QHT-lərlə işləməyə üstünlük verir. Seleksiya çox mühafizəkar aparılır və yeni, özünü sınaq istəyən QHT-lər üçün şirkətlərlə əməkdaşlıq yaratmaq çox çətin missiyadır.
4. Bir çox şirkət öz saytlarında QHT-lərlə əməkdaşlıq haqqında məlumatları dərc etmir. Bu, ya belə bir əməkdaşlığın olmaması, ya da şirkətlərin bu cür məlumatları ictimiləşdirmək strategiyasından asılı olmaması ilə əlaqədardır.

Əsas tapıntılar:

- İri dövlət şirkətləri (SOCAR, BP Azərbaycan) KSM sahəsində liderlik edir
- Telekomunikasiya sektoru (Azercell, Bakcell, Nar) davamlı KSM proqramları həyata keçirir
- Bank sektoru məhdud lakin artan KSM fəaliyyəti göstərir
- QHT-lərlə əməkdaşlıq əsasən böyük şirkətlərlə məhdudlaşır
- KSM sahəsində beynəlxalq standartlara uyğun yanaşma hələ də inkişaf mərhələsindədir

II. ARAŞDIRMANIN METODOLOGİYASI

Bu tədqiqat Azərbaycanda fəaliyyət göstərən şirkətlərin KSM fəaliyyətlərində QHT-lərlə əməkdaşlıq səviyyəsinin və xüsusiyyətlərinin qiymətləndirilməsi üçün qarışıq metodoloji yanaşmadan (mixed-methods approach) istifadə edir. Metodologiya məlumatların dürüstlüyünü təmin etmək üçün "triangulyasiya" prinsipinə əsaslanır.

A. KSM təcrübəsi öyənilən şirkətlərin seçilməsi və əsas meyar

- Tədqiqata KSM fəaliyyəti olan, müxtəlif sektorları təmsil edən 85 aparıcı şirkət daxil edilmişdir.
- Şirkətlər ictimai təsirinə görə telekommunikasiya, bank, enerji, hasilat, pərakəndə ticarət və səhiyyə sektorlarına bölünmüşdür.
- Əsas indikator kimi "QHT tərəfdaşlığının görünən olması" (Visible NGO Partnership) seçilmişdir.

B. Keyfiyyət analizi və məlumatların toplanması

- **Kontent analizi** -Şirkətlərin rəsmi veb saytları, illik hesabatları (ESG, Davamlılıq), press-revizləri və media xəbərləri analiz edilmişdir.
- **Süni intellekt (AI) integrasiyası:** Məlumat bazasının sistemləşdirilməsi və KSM fəaliyyətlərinin məzmununun çıxarılması üçün süni intellekt proqramlarından köməkçi vasitə kimi istifadə olunmuşdur.
- **Müqayisəli təcrübə təhlili:** Yerli təcrübə beynəlxalq KSM standartları (GRI, SASB, ISO 26000) ilə müqayisə edilmişdir.

C. Tədqiqatın məhdudiyyətləri

- Bir çox şirkətin QHT-lərlə əməkdaşlıq barədə məlumatları ictimailəşdirməməsi (reklam və ya strategiya daxilində) təhlilin yalnız "açıq mənbələr" üzərindən aparılmasına səbəb olmuşdur.
- Şirkətlərin tərəfdaşları "fond" və ya "dövlət qurumu" kimi ümumi adlarla qeyd etməsi QHT statusunun dəqiq identifikasiyasını çətinləşdirmişdir.

D) Məlumat mənbələri

- Şirkətlərin rəsmi veb saytları və KSM hesabatları
- QHT-lərin rəsmi veb saytları və social şəbəkə hesabları
- QHT-lərin apardığı araşdırma və tədqiqatlar
- Dövlət qurumlarının məlumatları və tədqiqatları, hesabatları
- Açıq mənbə məlumatları
- Beynəlxalq KSM standartları və indekslər
- Media məlumatları

E) Təhlil çərçivəsi

KSM fəaliyyətləri aşağıdakı kateqoriyalar üzrə qiymətləndirilib:

- . QHT-lərlə tərəfdaşlıq, QHT-lərlə əməkdaşlığın səviyyəsi
- . Ətraf mühit, ekoloji məsuliyyət və davamlılıq
- . Sosial investisiya, icma proqramları və sosial layihələr
- . Təhsil və inkişaf, kadr hazırlığı və təhsil dəstəyi
- . Sağlamlıq, ictimai səhiyyə proqramları

III. Azərbaycanda KSM təcrübəsinin inkişafı və QHT-lərin iştirakçılığının xüsusiyyətləri

Xeyriyyəçilik ənənələr və milli KSM təcrübəsi

Azərbaycanda KSM-in kökləri hələ XIX əsrin sonu - XX əsrin əvvəllərindəki "neft bumu" dövrünə dayanır. Hacı Zeynalabdin Tağıyev, Muturuza Muxtarov və Musa Nağıyev kimi neft maqnatları təhsil sahəsinə, məktəblərin tikilməsinə və gənclərin Avropa universitetlərində təhsil alması üçün təqaüdlərin ayrılmasına xüsusi diqqət yetirmişlər¹.

1901-ci ildə Bakıda ilk dünyəvi qızlar məktəbinin inşası və yüzlərlə azərbaycanlı gəncin Avropa universitetlərində təhsil alması üçün təqaüdlərin ayrılması insan kapitalına qoyulan ilk iri həcmli korporativ sərmayə kimi dəyərləndirilə hesab olunur.

Şollar su kəmərinin maliyyələşdirilməsi, şəhərin mərkəzi xəstəxanalarının inşası və mədəniyyət ocaqlarının (teatr binaları) tikilməsi biznesin ictimai məsuliyyətinin ilkin təzahürləri idi.

Müstəqilliyin ilk illərində KSM rüşeymləri

Azərbaycan müstəqillik qazandıqdan sonra müasir KSM anlayışı ölkəyə əsasən neft-qaz sektoru vasitəsilə daxil olmuşdur. 1994-cü ildən etibarən BP və digər xarici şirkətlər Azərbaycana gələrkən özləri ilə beynəlxalq korporativ idarəetmə və hesabatlılıq standartlarını gətirdilər. KSM bu dövrdə "Sosial İnvestisiya Proqramları" (SIP) formatında təşəkkül tapdı².

BTC (Bakı-Tbilisi-Ceyhan) boru kəməri boyunca yerləşən kəndlərdə həyata keçirilən layihələr, infrastrukturun bərpası və kiçik biznesin dəstəklənməsi KSM-in yerli icmalarla işləmək təcrübəsinin ilk rəsmi nümunələridir.

Bu dövrdə KSM artıq sadə yardımdan çıxaraq, ətraf mühitin qorunması, sağlamlıq və təhlükəsizlik (HSE) qaydalarının tətbiqi kimi peşəkar standartlarla assosiasiya olunmağa başladı.

İnkişaf və beynəlxalq standartların tətbiqi

Azərbaycanda özəl sektor təcrübəsində KSM anlayışının dərk edilməsi və tətbiqi istiqamətindəki fəallıq əsasən 2005-ci ildən sonrakı dövrü əhatə edir³. İlk nümunələr transmilli enerji şirkətlərinin (məsələn, BP) ölkəyə gətirdiyi beynəlxalq standartlar və sosial investisiya layihələri ilə xarakterizə olunur.

Yerli şirkətlərdə KSM-in ilk illəri daha çox dini və milli dəyərlərə əsaslanan, lakin sistemləşdirilməmiş bir mərhələ idi.

Yerli holdinqlər və banklar (məsələn, ilk illərdə Beynəlxalq Bank və s.) KSM-i əsasən Ramazan və Qurban bayramlarında, həmçinin 1 iyun - Uşaqların Beynəlxalq Müdafiəsi

¹ https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=6d335bbe-83cc-51a4-5a2e-94ff73f35cea&groupId=252038

² https://www.bp.com/az_az/azerbaijan/home/community1/education.html

³ <https://www.preslib.az/az/autoreferat/sFNrT8ABmp>

Günü kimi tarixlərdə uşaq evlərinə və aztəminatlı ailələrə yardım etmək kimi başa düşüldülər. Həmin dövrdə KSM-i stimullaşdıran hüquqi bazanın və vergi güzəştlərinin olmaması yerli şirkətlərin bu sahəyə yalnız "imic layihəsi" kimi baxmasına səbəb olurdu.

2005-ci ildən başlayaraq biznes subyektləri sosial problemlərin qabardılmasında və həllində ixtisaslaşmış QHT-lərlə ilk tərəfdaşlıq modellərini sınaqdan keçirməyə başladılar. Şirkətlər KSM-i korporativ idarəetmə sisteminə inteqrasiya etməyə başladılar⁵

Sistemli inkişaf və inteqrasiya

Yerli iri holdinqlər ("Paşa Holding", "Gilan") və banklar KSM-i brendinq alətinə çevirdilər. 2013-cü ildən etibarən qeyri-maliyyə hesabatlılığında (SOCAR, "Nar Mobile", "Azercell" və s.) müsbət dinamika müşahidə olunmağa başladı.

Azərbaycanda KSM üzrə keçirilən forumlar və təqdim edilən mükafatlar bu sahənin institusionallaşması, təcrübə mübadiləsi və şirkətlərin stimullaşdırılması baxımından mühüm platformalar olmuşdur. Bu forum və müsabiqələr Azərbaycanda dayanıqlı inkişaf gündəminin aktuallığını və biznes tərəfindən qəbul edildiyini nümayiş etdirdi. Sosial layihələrin beynəlxalq yanaşmalar, xüsusilə dayanıqlı inkişaf prinsipləri ilə əlaqələndirilməsi ölkənin qlobal trendlərlə uzlaşdığını, biznes sektorunun isə bu trendlərə uyğunlaşmağa hazır olduğunu göstərdi.

“Milli KSM Mükafatı” müsabiqəsi

Bu istiqamətdə “Milli KSM Mükafatı” müsabiqəsini xüsusi qeyd etmək olar/ bu mükafat platforması Azərbaycanda korporativ sosial məsuliyyətin təkamülünü ardıcıl və aydın şəkildə əks etdirən mühüm indikator rolunu oynayır.

2018-ci ildə müsabiqə Azərbaycanda şirkətlərin sosial, ekoloji və inklüziv inkişaf yönümlü layihələrini tanımaq və təşviq etmək məqsədilə keçirilirdi. İlk dəfə 2018 layihələri üzrə təsis edildi və ilk mükafatlandırmanın 2019-cu ilin yanvarında keçirildi⁴. Müsabiqənin birgə təşkilatçıları kimi Azərbaycan Respublikası Sahibkarlar (İşəgötürənlər) Təşkilatları Milli Konfederasiyası (ASK), PROAKTİV PR və Avrasiya Beynəlxalq Əlaqələr və Araşdırmalar İctimai Birliyi çıxış etmişdi⁵.

2019-cı il üzrə “Milli KSM Mükafatı” müsabiqəsi üzrə mənbələrdə təşkilatçılıq tərəfdaşları kimi AQSİA (Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası) və PROAKTİV PR qeyd olunur⁶.

⁴ https://azertag.az/xeber/milli_ksm_mukafati_2019un_qalibleri_achiqlanib_yenilenib-1394856

⁵ <https://ask.org.az/2019/01/30/milli-ksm-mukafati-2018-in-qalibl-rin-mukafatlar-t-qdim-olunub/>

⁶ https://azertag.az/xeber/milli_ksm_mukafati_2019un_qalibleri_achiqlanib_yenilenib-1394856

2020-ci ilin “Milli KSM Mükafatı” müsabiqəsi Azərbaycan Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyasının (AQSI) təşkilatçılığı ilə keçirilib⁷.

Milli KSM Mükafatının 2018, 2019 və 2020-ci illər üzrə qalib şirkətlərin və onların həyata keçirdikləri KSM layihələrinin təhlili göstərir ki, KSM-in müxtəlif sektorları əhatə edən sistemli fəaliyyət sahəsinə çevrilmək mərhələsi başlayıb. Hər üç il üzrə ümumilikdə, Milli KSM Mükafatı müsabiqəsində layihə 21 qalib gəlib.

Təhlil edilən dövrdə mükafat qazanmış 21 layihənin sektorlar üzrə statistikasi göstərir ki, bank və maliyyə sektoru (8 layihə və ya 38%) KSM-in əsas hərəkətverici qüvvəsidir . Bunu telekommunikasiya (4 layihə) və sənaye/dağ-mədən (5 layihə) sektorları izləyir . Maraqlı bir məqam odur ki, 2018-ci ildə maliyyə və sığorta sektoru üstünlük təşkil etdiyi halda, 2020-ci ildə real sektorun (istehsalat, pərakəndə satış və dövlət şirkətləri) KSM sahəsindəki fəallığı kəskin artmışdır. Bu, sosial məsuliyyət anlayışının yalnız rəqəmsal və xidmət sektorları ilə məhdudlaşmadığını, bütün iqtisadiyyat sahələrinə yayıldığını sübut edir.

Bank və maliyyə sektorunun say baxımından üstünlüyü KSM-in institusionallaşmasında bu sektorun aparıcı rolunu nümayiş etdirir.

2018-ci ilin qalib layihələri daha çox sosial rifah, həssas qrupların müdafiəsi və cəmiyyətə inteqrasiya mövzularına fokuslanmışdır. Yaşlıların cəmiyyətə inteqrasiyası, inklüziv təhsil, icma inkişafı, valideyn–uşaq münasibətləri, idman və sosial xidmətlər kimi istiqamətlər həmin dövrdə KSM-in əsasən sosial yardım və xeyriyyəçilik xarakteri daşdığını göstərir. Bu mərhələdə layihələrin əsas məqsədi konkret sosial problemlərə birbaşa dəstək vermək və cəmiyyətin həssas təbəqələrinin gündəlik ehtiyaclarına cavab olmaq olmuşdur.

2019-cu ildə KSM layihələrinin məzmununda daha dərin və konseptual yanaşma müşahidə olunur. Sosial inklüzivlik incəsənət, idman və maarifləndirmə vasitəsilə təşviq edilir, gender bərabərliyi və qadın hüquqları kimi struktur problemlər gündəmə gətirilir. “İtirdiyimiz qızlar” (Kapital Bank), “İncəsənət vasitəsilə ünsiyyət” (Bakcell), “Hədəf Tokio 2020” (Unibank) kimi layihələr KSM-in davranış və düşüncə dəyişikliklərinə yönəlmiş sosial təsir alətinə çevrildiyini göstərdi. Bu mərhələdə beynəlxalq təşkilatlarla tərəfdaşlıq və Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinə uyğunluq da daha qabarıq nəzərə çarpır.

2020-ci il qalibləri Azərbaycanın KSM tarixinə milli birlik və çevik reaksiyalı il kimi daxil olacaq. Pandemiya və 44 günlük Vətən Müharibəsi şəraitində layihələrin miqyası korporativ maraqlardan çıxaraq dövlət əhəmiyyətli vəzifələrə xidmət etmişdir. PASHA Holding-in on minlərlə ailəni əhatə edən humanitar yardımı (“Biz

⁷ <https://banker.az/bank-of-baku-milli-ksm-mukafati-2020nin-qalibi-oldu/>

birlikdə güclüyük" layihəsi) və Veyseloğlu Qrupunun kəndlərdəki kiçik ticarəti qorumaq təşəbbüsü biznesin sosial dayanıqlılıq, milli təhlükəsizlik məsələlərində məsuliyyətli davranışının vacibdliyini bird aha ön plana çıxardı. Bu ilin layihələri göstərdi ki, Azərbaycan biznesi ekstremal vəziyyətlərdə resurslarını dərhal sosial rifah naminə səfərbər etmək qabiliyyətinə malikdir.

2020-ci il üzrə qalib layihələr həmçinin KSM-in ölkənin ümumi sosial-siyasi və humanitar gündəmi ilə tam uzlaşdığını nümayiş etdirdi. Yuxarıda qeyd edilənlərlə yanaşı, cəmiyyətin infrastrukturunu, ekoloji bərpa və rəqəmsal təhlükəsizlik kimi təşəbbüslər KSM-in böhranlara çevik reaksiya verən və böyük miqyaslı təsir yarada bilən mexanizmə çevrildiyini göstərir. Bu il üzrə layihələr daha geniş coğrafiyanı əhatə etdi və regional inkişaf amili açıq şəkildə ön plana çıxırdı.

Bu qeyd olunanlara yanaşı vurğulmaq lazımdır ki, Azercell-in kibertəhlükəsizlik layihəsi və Nar-ın İnküviziv Təlim Mərkəzi layihəsi KSM-in rəqəmsal transformasiya ilə vəhdət təşkil etməyə başladığını sübut edir. Həmçinin, ekoloji məsələlərin tədricən korporativ gündəmə daxil olması (AzerGold-un iqlim mübarizəsi və SOCAR-in yaşıllaşdırma layihələri) Azərbaycanda "yaşıl KSM" dövrünün başladığının signalıdır.

Ümumi təhlil göstərir ki, illər üzrə əsas meyil xeyriyyəçilikdən strateji və ölçülə bilən KSM modelinə keçiddir. Layihələr getdikcə daha uzunmüddətli təsire hesablanır, tərəfdaşlıq mexanizmləri güclənir və KSM fəaliyyətləri şirkətlərin əsas strategiyalarına inteqrasiya olunur.

Diqqətçəkən məqamlardan biri də ondan ibarətdir ki, Milli KSM Mükafatı yalnız iri korporasiyaların deyil, həmçinin sosial yönümlü mərkəzlərin və yerli təşəbbüslərin də tanınmasına imkan yaratdı. Bu isə KSM anlayışının genişləndiyini və cəmiyyətin müxtəlif aktorlarını əhatə etdiyini göstərir. Layihə adlarının mesajverici və motivasiyaedici xarakter alması, regionlara fokusun artması və ətraf mühit mövzusunun güclənməsi KSM-in gələcək inkişaf trayektoriyasını da müəyyənləşdirən mühüm göstəricilərdir.

2018–2020-ci illər üzrə Milli KSM Mükafatı çərçivəsində təqdim olunan layihələr Azərbaycanda korporativ sosial məsuliyyətin təkamül yolunu – sosial yardımdan dayanıqlı inkişaf alətinə çevrilməsini – aydın şəkildə nümayiş etdirir. Bu mükafat platforması biznesin cəmiyyət qarşısında məsuliyyətinin artdığını və KSM-in artıq müasir idarəetmə və sosial siyasətin ayrılmaz tərkib hissəsi kimi qəbul edildiyini təsdiqləyir.

"CSR Azerbaijan" platforması

Azərbaycanda KSM sahəsinin institusionallaşmasında "CSR Azerbaijan" platforması xüsusi **rol oynayıb**. Açıq mənbələrdən məlumatlar deməyə əsas verir ki, Pplatforma 2018-ci ildə təsis olunub və 2021-ci ilə qədər dövrdə aktiv fəaliyyət

göstərib⁸. Platformanın fəaliyyətinin əsas istiqamətlərindən biri dövlət qurumları, özəl sektor və vətəndaş cəmiyyəti arasında dialoq körpüsü yaratmaq olub. Xüsusilə KOBİA (Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi) və müvafiq dövlət komissiyaları ilə koordinasiya şəkildə işləyib. Yerli şirkətlərin global bazarlarda rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün ESG (Ekoloji, Sosial və İdarəetmə) meyarlarının mənimsənilməsinə kömək CSR Azərbaycan-ın prioritetlərindən biri olub.

Milli KSM Mükafatları müsabiqələri ilə əlaqədar ümumi qənaətlər və diqqətçəkən məqamlar

- ✓ Qaliblərin demək olar ki, hamısı ölkənin ən iri holding və şirkətləridir.
- ✓ Kiçik və Orta Biznes (KOB) subyektlərinin bu platformada təmsilçiliyi hələ də zəifdir.
- ✓ Layihələr yüksək keyfiyyətlə icra olunsa da, onların beynəlxalq GRI standartlarına uyğun qeyri-maliyyə hesabatlılığı hələ ki, çox az sayda şirkət (məsələn, SOCAR, Kapital Bank) tərəfindən həyata keçirilir.
- ✓ 2018-ci ildən 2020-ci ilə doğru layihələrin Bakı mərkəzli olmaqdan çıxıb bölgələrə (Daşkəsən, Şəki, cəbhəyanı zonalar) yönəlməsi müsbət və davamlı bir meyldir.

“Milli KSM Mükafatı” müsabiqələrinin keçirilməsi CSR Azərbaycan-ın ən tanınmış və təsirli layihələrindən biri kimi qiymətləndirilməlidir.

Maarifləndirmə və metodoloji dəstək Platformanın digər mühüm fəaliyyət istiqaməti kimi diqqət çəkib. CSR Azərbaycan mütəmadi olaraq beynəlxalq ekspertlərin iştirakı ilə forumlar, konfranslar və peşəkar təlimlər təşkil edib. Bu tədbirlərdə şirkət rəhbərlərinə və mütəxəssislərə GRI (Global Hesabatlılıq Təşəbbüsü) və ISO 26000 kimi beynəlxalq standartlar üzrə qeyri-maliyyə hesabatlarının hazırlanması qaydaları öyrədilib. Bu fəaliyyətlər Azərbaycanda KSM layihələri sadə xeyriyyəçilik aktından çıxaraq, şirkətin strateji hədəfləri və risklərin idarə olunması sistemində inteqrasiya olunmasına töhfə verib.

Dövlət Məşğulluq Agentliyinin (DMA) yanaşmasında KSM təşəbbüsləri

Milli KSM təcrübəsinin inkişafında Dövlət Məşğulluq Agentliyinin (DMA) “Korporativ sosial məsuliyyət çərçivəsində tərəfdaşların mükafatlandırılması” təşəbbüsü əhəmiyyətli töhfə verib. DMA korporativ sosial məsuliyyət sahəsində cəmiyyətimizdə maarifləndirmə işini daha da artırmaq və bu sahədə əməkdaşlıqları stimullaşdırmaq məqsədilə 2021, 2022, 2023-cü illərdə korporativ sosial məsuliyyət çərçivəsində sosial tərəfdaşların müxtəlif nominasiyalar üzrə mükafatlandırılması mərasimi həyata keçirib⁹.

⁸ <https://www.facebook.com/csrazerbaijan.az>

⁹ <https://dma.gov.az/fealiyyet/korporativ-sosial-mesuliyyet?hl=az>

DMA-nın yanaşmasında mükafatlandırma “KSM tədbirlərində fəal iştirak edən sosial tərəfdaşlar” üzərində qurulub və məqsəd tərəfdaşları KSM çərçivəsində həssas qrupların məşğulluğuna daha çox töhfə verməyə stimullaşdırmaqdır.

Hər il 11 əsas nominasiya üzrə qaliblər müəyyən edilir ki, bu da üç il ərzində ümumilikdə 33-ə yaxın aparıcı sosial tərəfdaşın (bəzi şirkətlər bir neçə nominasiyada qalib gəlmişdir) təltif olunması deməkdir. DMA-nın fərqləndirici cəhətlərindən biri də odur ki, bir çox nominasiyalar sahibkarlıq ölçüsünə görə ayrıca qiymətləndirilir, iri, orta, kiçik biznes subyektləri üçün ayrı qaliblər göstərilir (məs., əlilliyi olan şəxslər, gənclər, qadınlar, müharibə iştirakçıları və s.).

DMA yanaşmasında KSM mükafatlandırmasının mərkəzində “sosial məsuliyyət” anlayışı məşğulluğun təmin olunmasına dəstək kimi təqdim olunur, yəni tərəfdaşın üstünlüyü, konkret hədəf qruplar üzrə işlə təminata real töhfə verməsi ilə ölçülür.

Nominasiyalar üzrə prioritet hədəf qruplar sistemli şəkildə sadalanır. Şəhid ailəsi üzvləri, müharibə iştirakçıları, əlilliyi olan şəxslər, qadınlar, gənclər, həmçinin əmək bazarında daha çətin qruplar kimi pensiya yaşına iki ildən az qalanlar, cəzaçəkmə yerlərindən azad edilmiş şəxslər, eləcə də məşğulluq tarixçəsi olmayan və 1 ildən artıq işsiz kimi qeydiyyatda olan şəxslər əsas benefisiarlardır. Bu yanaşma göstərir ki, DMA KSM-i əsasən inklüziv əmək bazarı ideyasına bağlayır: daha çox sosial risk daşıyan qrupların işə çıxışını artırmaq üçün bu alətdən fəal istifadəni təşviq edir.

DMA yanaşmasında KSM təşəbbüsləri “nəticə yönümlü” (outcome-based) alətlə təqdim olunur. 2023-cü il siyahısında “işlə təmin edilib: X nəfər”, “vakansiya sayı: Y” kimi göstəricilər mükafatlandırmanın kvantifikasiyaya (rəqəmli, kəmiyyətli ölçülərlə keyfiyyətin ölçülməsi) söykəndiyini göstərir. Məsələn, qadın məşğulluğu üzrə “işlə təmin edilib: 3698 nəfər” və vakansiya yerləşdirmə üzrə “vakansiya sayı: 3760” kimi rəqəmlər məhz bu ölçmə yanaşmasının göstəricisidir¹⁰.

Ümimiləşdirsək deyə bilərik ki, DMA-nın KSM çərçivəsində tərəfdaşların mükafatlandırılması modeli klassik “ korporativ xeyriyyəçilik” anlayışından daha çox əmək bazarına təsir (işlə təminat, vakansiya, müqavilə) üzərindən qurulmuş bir təşviq mexanizmidir. Burada mükafatın əsas funksiyası reputasiya verməkdən əlavə, tərəfdaşları ölçülə bilən sosial nəticələrə (xüsusən həssas qrupların məşğulluğu) fokuslamaqdır.

AmCham-ın¹¹ (Amerika Ticarət Palatası) “CSR Excellence Award” (“Korporativ korporativ sosial müdafiə sahəsində əldə edilən nailiyyətlər”) mükafatı

Milli KSM təcrübəsinin təşəkkül tapması və inkişaf etməsində AmCham-ın¹² (Amerika Ticarət Palatası) “CSR Excellence Award” (“Korporativ korporativ sosial müdafiə sahəsində əldə edilən nailiyyətlər”) mükafatının mühüm rolunu qeyd etmək lazımdır.

¹⁰ <https://dma.gov.az/fealiyyet/korporativ-sosial-mesuliyyet?hl=az>

¹¹ <https://www.amcham.az/>

¹² <https://www.amcham.az/>

AmCham Azerbaijan-ın bu tip mükafatları ən azı 2014–2015 illərində də keçirilmişdir. 2014-cü ilə aid olan “AMCHAM CSR 2014 Excellence Award” müsabiqəsi çərçivəsində bir sıra şirkətlər müxtəlif nominasiyalar üzrə layihələri ilə qalib elan olunmuşdur. İkinci dəfə 2015-ci il 28 oktyabr tarixində AmCham Azərbaycan tərəfindən “CSR Excellence Award Ceremony” tədbiri keçirilib və müxtəlif nominasiyalar üzrə sosial layihələr qiymətləndirilərək qaliblər elan olunub. AmCham bu mükafatı “Azərbaycanda Korporativ Sosial Məsuliyyət sahəsində verilən əsas mükafat” kimi təqdim edib. Qaliblər mütəxəssislər qrupunun (jürinin) iştirakı ilə müxtəlif layihələrin qiymətləndirilməsi əsasında müəyyənləşdirilib¹³. Azərbaycan kontekstində bu mükafat CSR (Korporativ Sosial Məsuliyyət) tədbirlərində yaxşı təcrübələr göstərmiş şirkət və layihələrin tanınması məqsədilə verilib. Mediada 2015-ci il tədbirindən verilən məlumatda göstərilir ki, jürilər 31 şirkətin 55 layihəsini qiymətləndirmiş və müxtəlif nominasiyalar üzrə qaliblər müəyyənləşmişdir. Bu nominasiyalar arasında:

- Təhsil,
- Korporativ filantropiya,
- Ətraf mühit və dayanıqlılıq,
- Mədəniyyət,
- Könüllü fəaliyyət,
- Regional inkişaf kimi sahələr olmuşdur.

Bu cür müxtəlif nominasiyaların olması göstərir ki, mükafat maliyyə dəstəyi və xeyriyyəçiliklə məhdudlaşmır, eyni zamanda təhsil, mədəniyyət, icma inkişafı, könüllü fəaliyyət kimi geniş spektrli sosial məsuliyyət aspektlərini əhatə edir.

2017-ci ildə isə mükafatlandırma AmCham tərəfindən keçirilmiş “CSR gecəsi”ndə baş tutub. Bununla AmCham-ın CSR təşəbbüslərini yalnız mükafat mərasimi formatında deyil, həm də sosial dialoq və təcrübə mübadiləsi platforması kimi təşviq edib.

Mediada dərc olunan AmCham mükafatları Azərbaycanda şirkətlərin təhsil və korporativ filantropiya layihələrini yüksək səviyyədə təqdim etdiyini vurğulayır. Belə ki, “Bakcell” şirkətinin təqdim etdiyi layihələr – “TOPs proqramı” və “Mançester United Futbol Məktəbi” kimi təşəbbüslər Təhsil və korporativ filantropiya nominasiyaları üzrə mükafat qazanıb. Bu, biznesin innovativ təhsil layihələrinə töhfə verməsinin yüksək qiymətləndirildiyini göstərir.

AmCham CSR Excellence Award Azərbaycanda KSM sahəsində liderlik və nümunəvi təcrübələrin tanınması üçün əhəmiyyətli rol oynayır.

¹³ https://system.amcham.az/az/post/6?utm_source=chatgpt.com

IV. KSM müsabiqələrində qalib layihələr və QHT-lərin iştirakçılığının analizi

Milli KSM Mükafatı (2018–2020), AmCham Azerbaijan – CSR Excellence Award, eləcə də Azərbaycan Dövlət Məşğulluq Agentliyinin (DMA) KSM çərçivəsində tərəfdaş mükafatlandırılmaları ilə bağlı müsabiqələrdə QHT-lər və vətəndaş cəmiyyəti institutları ilə əməkdaşlığın real vəziyyətinin təhlili deməyə əsas verir ki, QHT-lərin iştirakçılığı məhdud olub və dolayı iştirak üstünlük təşkil edib.

Əməkdaşlıq formaları layihədən layihəyə dəyişib və əsasən üç model üzrə qruplaşdırıla bilər: 1 institusional tərəfdaşlıq, 2 icraçı–vasitəçi QHT modeli və 3 məhdud və ya dolayı iştirak.

2018-ci ilə qədər KSM layihələri üzrə QHT-lər, vətəndaş cəmiyyəti ilə əməkdaşlıq çox məhdud xarakter daşıyıb. 2019 və 2020-ci illərin qalib layihələrində isə QHT-lər bu layihələrin icrasında əsas tərəfdaş kimi görünməyə başlayıblar. Məsələn, Kapital Bankın “İtirdiyimiz qızlar”¹⁴ layihəsi BMT Əhali Fondu (UNFPA) ilə əməkdaşlıq çərçivəsində icra olunub. Layihənin ideoloji çərçivəsi, gender bərabərliyi mesajı və maarifləndirmə komponentləri birbaşa vətəndaş cəmiyyəti və beynəlxalq QHT yanaşmalarına söykənib. Burada QHT tərəfdaşlığı layihənin legitimliyini və ictimai təsirini gücləndirən əsas faktor kimi çıxış edib.

Oxşar yanaşma 2020-ci ildə PASHA Holdingin “Biz Birlikdə Güclüyük”¹⁵ təşəbbüsündə də müşahidə olunur. Layihə Heydər Əliyev Fondu və müxtəlif sosial yönümlü qurumlarla əməkdaşlıqda həyata keçirilib. Burada vətəndaş cəmiyyəti aktorları logistika, hədəf qrupların müəyyən edilməsi və sosial ehtiyacların düzgün qiymətləndirilməsi funksiyalarını icra ediblər. Bu tip əməkdaşlıq KSM-in humanitar və böhran kontekstində daha effektiv olmasına şərait yaradıb.

Bir sıra qalib layihələrdə QHT-lər birbaşa benefisiarlarla işləyən icraçı tərəf kimi çıxış edib. Bu model xüsusilə sosial xidmət və inklüzivlik yönümlü layihələr üçün xarakterikdir.

Eyni zamanda Bakcellin “İncəsənət vasitəsilə ünsiyyət” layihəsində¹⁶ uzun illərdir autizmlə və xüsusi qayğıya ehtiyacı olan uşaqlarla çalışan QHT-lər və ixtisaslaşmış mərkəzlər icraçı rolunda iştirak ediblər. Şirkətin rəsmi saytındakı məlumatlar göstərir ki, burada vətəndaş cəmiyyəti strukturları olmadan layihənin davamlılığı mümkün olmazdı.

Təhlil göstərir ki, əksər qalib layihələrdə QHT-lərlə əməkdaşlıq birbaşa qeyd olunmur və ya dolayı xarakter daşıyır. Xüsusilə peşə hazırlığı, icma inkişafı və ya sahibkarlıq yönümlü layihələrdə şirkətlər daha çox dövlət qurumları və yerli icra strukturları ilə işləməyə üstünlük verirlər. Məsələn, Normun “Ustalar klubu”¹⁷, Veysəloğlu Şirkətlər Qrupunun kənd ticarətinin

¹⁴ <https://report.az/maliyye-xeberleri/kapital-bank-i-tirdiyimiz-qizlar-sosial-layihesini-teqdim-edib>

¹⁵ <https://www.marja.az/public/56443/pasa-holding-biz-birlikde-gucluyuk-aksiyasina-7-milyon-manat-ayirdi>

¹⁶ <https://azertag.az/xeber/bakcellin-incesenet-vasitesile-unsyyet-layihesi-basa-chatib-1126841>

¹⁷ <https://norm.az/content-detail/norm-ustalar-klubu-1750687453>

inkışafı layihəsi və Mətanət Anın “Sənətini öyrət” təşəbbüsündə əsas tərəfdaşlıq biznes–icma və ya biznes–təhsil müəssisəsi formatındadır. Bu layihələrdə QHT-lərin rolu ya görünür, ya da kommunikasiya səviyyəsində qalır.

Azərbaycan Dövlət Məşğulluq Agentliyi tərəfindən həyata keçirilən KSM tərəfdaş müəqafatlandırmaları modelində vətəndaş cəmiyyəti əsas aktor kimi deyil, daha çox dolayı benefisiar mövqedə çıxış edir. Burada əsas əməkdaşlıq xətti dövlət–biznes münasibətləri üzərində qurulub. QHT-lər isə əsasən məşğulluqla bağlı həssas qruplarla (əliliyi olan şəxslər, müharibə iştirakçıları, uzunmüddətli işsizlər) işləyən vasitəçi qurumlar kimi görünür, lakin müəqafatlandırma mexanizminin mərkəzində yer almır.

QHT-lərin KSM layihələrində iştirakçılığı ilə əlaqədar ümumi qənaətlər və diqqətçəkən məqamlar

Ümumilikdə, KSM müsabiqələrində qalib layihələrin təhlili göstərir ki, QHT və vətəndaş cəmiyyəti ilə əməkdaşlıq ən güclü şəkildə sosial inklüzivlik, gender, əlillik və humanitar böhran mövzularında özünü göstərir. Ətraf mühit, məşğulluq və peşə hazırlığı sahələrində isə əməkdaşlıq daha çox dövlət və icma əsaslı, QHT-lər isə ikinci plandadır.

Əməkdaşlığın dərinliyi birbaşa layihənin sosial mürəkkəblik səviyyəsi ilə əlaqəlidir, problem nə qədər həssas və kompleksdirsə, QHT-lərin rolu bir o qədər artır. Azərbaycanda KSM müsabiqələrinin təhtli bird aha göstərir ki, vətəndaş cəmiyyəti ilə əməkdaşlıq institusional müstəviyə keçməyib. Gələcək mərhələdə QHT-lərin yalnız icraçı deyil, layihə dizaynı, təsir ölçümü və monitorinq mərhələlərində də sistemli şəkildə iştirak etməsi KSM-in keyfiyyətini və ictimai etimadını əhəmiyyətli dərəcədə artırma bilər.

V. Azərbaycanda KSM təcrübəsinin təkamülü: mövcud vəziyyət və əsas çağırışlar

Azərbaycanda Korporativ Sosial Məsuliyyət (KSM) sahəsində hazırda mühüm bir transformasiya dövrünü yaşayır. Uzun illər boyu "xeyriyyəçilik" (filantropiya) çərçivəsində qalan KSM təcrübəsi artıq global iqtisadi trendlərə və dövlətin strateji hədəflərinə uyğun olaraq ESG (Ekoloji, Sosial və İdarəetmə) prinsipləri əsasında yenidən formalaşır.

ESG üzrə milli standart KOBİA-nın təşəbbüsü ilə Beynəlxalq Standartlaşdırma Təşkilatının (ISO) tövsiyələrinə əsasən hazırlanıb. 2024-cü ilin oktyabr ayında AZS IWA 48:2024 "Ətraf mühit, sosial və korporativ idarəetmə (ESG) prinsiplərinin tətbiqi üzrə çərçivə" adlı dövlət standartı qəbul olunub¹⁸. Bu dövlət standartı müvafiq sahədə qəbul olunmuş ilk təcrübələrdən hesab edilir. Yeni dövlət standartı müəssisə və təşkilatlarda ESG prinsiplərini tətbiq etməklə müasir biznes mühitində dayanıqlı inkişafı dəstəkləmək və sosial məsuliyyəti təşviq etmək üçün çərçivə təqdim edir.

2022-ci ildə Biznes mühiti və beynəlxalq reytinglər üzrə Komissiyanın "Korporativ idarəetmə, investisiyalar və korporativ sosial məsuliyyət" işçi qrupunun tərkibində ESG üzrə altqrupu yaradılıb. Altqrupa KOBİA rəhbərlik edir. Altqrupun tərkibinə dövlət, özəl və ictimai sektoru təmsil edən 30-a yaxın qurum və təşkilatın nümayəndələri daxildir. Ötən dövrdə ESG sahəsində sistemli fəaliyyətin təmin edilməsi məqsədilə ölkəmizdə ortamüddətli dövr üçün Strateji Baxış sənədi formalaşdırılıb, ESG prinsiplərinin tətbiqinin stimullaşdırılması və təşviqi üzrə yol xəritələri təsdiq edilib. Bu yol xəritələri çərçivəsində ESG sahəsində ölkədə mövcud vəziyyət təhlil edilib, sorğu həyata keçirilib və beynəlxalq təcrübə öyrənilib.

2024-cü ilin "Yaşıl dünya naminə həmrəylik ili" elan edilməsi və Azərbaycanda keçirilən COP29 sammiti, KSM-in ekoloji komponentini (dekarbonizasiya, yaşıl enerji) gündəmin mərkəzinə daşımışdır.

2024-cü ildə Azərbaycanda ətraf mühit, sosial və idarəetmə (ESG) məsuliyyəti prinsiplərinin tətbiq səviyyəsi 3,5 faiz olub. KOBİA tərəfindən cəlb edilən peşəkar araşdırma şirkəti Azərbaycanda ESG-nin cari vəziyyətini göstərən ilk genişmiqyaslı sorğu aparıb. Sorğu ölkənin bütün ərazisini və müxtəlif sektorları əhatə etməklə 300-ə yaxın respondent arasında keçirilib və ESG sahəsində mövcud statusun öyrənilməsi baxımından ilk əhatəli araşdırma hesab oluna bilər. Sorğunun göstəricilərinə əsasən, ESG prinsipləri barədə ölkədəki məlumatlılıq səviyyəsi 7 faiz, tətbiq səviyyəsi isə 3,5 faiz təşkil edir. Təchizatçı seçimində ESG prinsiplərini nəzərə alma səviyyəsi 2,5 faiz, ESG prinsipləri barədə hesabatlılıq səviyyəsi 1,4 faizdir. Sorğu ESG tətbiqinin ilkin

¹⁸ <https://e-standart.gov.az/Standard/Details/fd8ebc15-4986-4a4f-98aa-1efb41e01fcf>

ehtiyaclarını da müəyyən edir ki, bunlara detallı izahlar, əlavə bilik və bacarıqlar və insan resursları daxildir. İkinci dərəcəli ehtiyaclar isə vergi güzəştləri, subsidiyalar, qanunvericilik dəyişiklikləri və güzəştli kreditlərdir¹⁹.

Sorğunun nəticələrinə əsasən rəspndentlər ESG Prinsiplərinin üç komponenti daxilində prioritet olan subkomponentlərin sıralamasında “Sosial məsuliyyət komponenti” üzrə “İctimaiyyətin iştirakı”-nı qeyd etməyiblər.

BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədləri ESG biznes modelləri üçün etalon hesab edilir.

Azərbaycan «SDG Index 2023» Qlobal Reytingində 73,5 xalla 53-cü yerdə qərarlaşıb. Azərbaycanın DİM-lərə nail olunma üzrə monitoring sisteminə 280 göstərici daxildir ki, onlardan 205-i qlobal, 75-i isə milli göstəricidir. Azərbaycan Sustainable Development Report 2025-²⁰ə əsasən, DİM İndeksi reytingində 167 ölkə arasında 64-cü yerdədir və 72.9 bal toplayıb. Ölkə yoxsulluğun azaldılması, təmiz su, keyfiyyətli təhsil və dayanıqlı şəhərlər (DİM 1, 6, 4, 11) sahələrində irəliləyişlər əldə etsə də, gender bərabərliyi və enerji sahələrində (DİM 5, 7) sabitlik müşahidə olunur.

Azərbaycanın SDG İndeksi üzrə əsas göstəricilərində yoxsulluğun azaldılması (DİM 1), təmiz su və sanitariya (DİM 6), keyfiyyətli təhsil (DİM 4), dayanıqlı şəhərlər (DİM 11), iqlim fəaliyyəti (DİM 13) uğurlu göstəricilərdir. Gender bərabərliyi (DİM 5), sərfəli və təmiz enerji (DİM 7), bərabərsizliyin azaldılması (DİM 10) məqsədləri üzrə əsas çətinliklər müşahidə olunur. Azərbaycan BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinə çərçivəsində 17 DİM, 88 hədəf və 119 göstəricini prioritetləşdirib və 2019-cu ilədək MDB məkanında iki Könüllü Milli Hesabat təqdim edən ilk ölkə olmuşdur.

Azərbaycanda Ekoloji, Sosial və Korporativ İdarəetmə (ESG) üzrə milli çərçivə standartı və ESG-hub adlı elektron platforma hazırlanması bu istiqamətdə inkişafın vacib elementidir. ESG-hub platforma dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığının uğurlu nəticəsi kimi qeyd oluna bilər²¹. Bu vahid rəqəmsal platforma ESG prinsiplərinin biznes proseslərinə necə inteqrasiya olunacağı barədə şirkətlərə istiqamət göstərir və onları dəstəkləyir. Platformanın əsas üstünlüyü odur ki, məhz bizneslərin ehtiyacları nəzərə alınaraq hazırlanıb. 2023-cü ildə KOBİA tərəfindən peşəkar şirkətlərin iştirakı ilə ESG sahəsində geniş sorğu keçirilib. Bizneslər ESG prinsiplərinin tətbiqi üçün daha çox məlumatlandırmaya, əlavə bilik və bacarıqlara, informasiya və insan resurslarına, eləcə də tənzimləyici çərçivəyə ehtiyac duyduqlarını bildiriblər.

Azərbaycanda aparılan tədqiqatlar deməyə əsas verir ki, ölkə üzrə son 10 ildə (2013-2023) qeyri-maliyyə hesabatlılığında ciddi artım olmasa da müəyyən müsbət dinamika müşahidə edilir²². Milli QM hesabatlarının məzmununun

¹⁹ <https://smb.gov.az/storage/ESGsor%C4%9Fu2024.pptx>

²⁰ <https://dashboards.sdindex.org/profiles/azerbaijan/>

²¹ <https://esghub.az/>

²² <https://www.preslib.az/az/autoreferat/sFNrT8ABmp>

təhlili əsasında onların əksəriyyətinin beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun hazırlanmadığı aşkarlanmışdır²³. Azərbaycanca SOCAR və daha bir neçə iri şirkəti çıxmaq şərtilə yerdə qalanlar öz hesabatlarında müvafiq beynəlxalq təşkilatların tövsiyələri əsasında qəbul olunmuş standart və tövsiyələrə uyğun hesabat təqdim etmir. Əsas götürülən standartlar isə əsasən GRI standartıdır. Bundan əlavə AA1000, ISO26000, BMTnin Global Sazişi-nin tövsiyələrini əsas götürən hesabatlar da vardır.

Milli və xarici şirkətlərin QM hesabatlarının müqayisəli təhlili

Dolğun QM hesabatında əks olunan əsas məsələlər	Milli QM hesabatlarında əhatə olunan məsələlər <i>Qeyd: (SOCAR və bir neçə iri şirkətin QM hesabatları istisna olmaqla)</i>
Ətraf mühit və iqlim dəyişikliyi ilə bağlı məsələlərin global strategiyaya uyğun həlli istiqamətində görülən işlər	Əsasən ağacəkmə/yaşıllaşdırma aksiyaları
Tullantıların strateji qaydada idarə edilməsi və çirkləndirmənin qarşısının alınması	Tullantıların iməclik yolu ilə təmizlənməsi Tullantıların qismən idarə edilməsi
Alternativ enerjidən istifadə	Məlumat demək olar ki, yoxdur
Korporativ idarəetmə və etik prinsiplər	Məlumat çox səthidir, sənədlərə istinad edilmir
İşçi heyətin rifahı ilə bağlı məsələlər	Ümumi olaraq verilib
Yerli icmanın inkişafı ilə bağlı fəaliyyət	Əsasən xeyriyyə və sponsorluq yönümlü layihələr
Biznes tərəfdaşlarının etik fəaliyyətilə bağlı tələblər	Demək olar ki, yoxdur
Müvafiq qeyri-maliyyə hesabatlılığı standartlarına uyğunluq	Yalnız 4 şirkətin hesabatında bu məsələ müəyyən qədər əhatə olunub
Hesabatın auditi və verifikasiyası	Cəmi 2 hesabatda qeyd olunub

Əsas çağırışlar

İnkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq, Azərbaycanda vətəndaş cəmiyyəti, media və istehlakçılar hələ də biznesdən sosial məsuliyyət tələb edən aktiv maraqlı tərəf

²³

https://aak.gov.az/upload/dissertation/qtsad_elml_ri/Avtoreferat_%C5%9E_Q%C9%99hr%C9%99manova_AZ_2025.pdf

(steykholder) kimi tam formalaşmayıblar. Halbuki, vətəndaş cəmiyyəti subyektləri biznesin sosial hesabatlılığını təmin edən əsas nəzarət mexanizmidir. Beynəlxalq reytinglərdə şirkətlərin mövqeyi birbaşa bu tərəfdaşlıq platformalarının səmərəliliyindən asılıdır.

Milli şirkətlərin KSM məlumatları çox vaxt yalnız "reklam" xarakteri daşıyır və beynəlxalq səviyyədə tanınan GRI və ya SASB standartlarına uyğun gəlmir. Hesabatlılıq mədəniyyətinin zəifliyi və qeyri-maliyyə məlumatlarının müstəqil auditi tərəfindən təmin edilməməsi Azərbaycan biznesinin şəffaflıq səviyyəsini aşağı salır. Beynəlxalq praktikada müqayisəli və etibarlı ESG hesabatları şirkətin BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinə (DİM) verdiyi töhfələri izləmək üçün əsas vasitədir.

Azərbaycanda KSM sahəsində hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsinə və sosial fəaliyyəti stimullaşdıran dövlət siyasətinə ehtiyac var. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, dövlətin hər bir şirkət üçün korporativ idarəetmə standartlarını müəyyənləşdirməsi və KSM layihələrini təşviq edən (məsələn, vergi güzəştləri) normativ aktların qəbulu fəaliyyətin ciddiliyini artırır.

İnsan kapitalı dayanıqlı inkişafın əsas hərəkətverici qüvvəsi olsa da, Azərbaycanda korporativ səviyyədə KSM tətbiq edəcək peşəkar mütəxəssis qıtlığı mövcuddur. Azərbaycan dilində sistemli mənbələrin və akademik tədqiqatların azlığı bu boşluğu daha da dərinləşdirir. Bu problemin həlli üçün ali məktəblərin tədris proqramlarına biznes etikası və KSM fənlərinin daxil edilməsi, həmçinin beynəlxalq menecment mexanizmlərinin öyrənilməsi zəruridir.

VI. Şirkətlərin KSM fəaliyyətlərinə QHT-lərin cəlb olunması üzrə ümumi mənzərə

Son üç ildə şirkətlərin KSM fəaliyyətlərinə QHT-lərin cəlb olunması ilə əlaqədar məlumatlar əldə etmək və analiz aparmaq üçün KSM fəaliyyəti olan müxtəlif sektorları təmsil edən 85 şirkətin təcrübəsi öyrənilib. Açıq mənbələrdən KSM fəaliyyəti olan 85 şirkət müəyyənləşdirilib, Excel siyahısı hazırlanıb. Excel siyahısından baza kimi istifadə edilərək süni intellekt proqramlarının da köməyi ilə hər şirkət üzrə rəsmi veb-sayt (KSM/ESG/Davamlılıq bölmələri), illik hesabatlar və press-revizlər, eləcə də etibarlı media xəbərləri analiz edilib, KSM fəaliyyətlərinin məzmunu çıxarılıb.

Məqsəd, şirkətlərin sosial məsuliyyət siyasətinin hansı prioritet mövzulara fokuslandığını (təhsil, sağlamlıq, ətraf mühit, icmalar, inklüzivlik və s.) və həmin fəaliyyətlərin icrasında QHT-lərin “açıq şəkildə” tərəfdaş kimi göstərilib-göstərilmədiyini müəyyənləşdirmək olub. Bu səbəbdən əsas ölçü vahidi kimi “QHT tərəfdaşlığının görünən olması” seçilib. Yni şirkət mənbələrində QHT-nin adı, rolu (icraçı, tərəfdaş, koordinator, monitorinq və s.) və əməkdaşlıq formatı (memorandum, birgə layihə, kampaniya, xidmət modeli) qeyd olunubsa, bu “təsdiqlənən əməkdaşlıq” kimi qeydə alınıb.

Şirkətlər məqsədli seçim (purposive sampling) prinsipi ilə müxtəlif sektorları, seqmentləri, əhatə etmək üçün seçilib. Aşağıdakı seqment və sektorlar üzrə şirkətlər seçilib:

- Telekomunikasiya və bank sektoru kimi KSM-in daha çox ictimai kommunikasiyaya çevrildiyi sahələr
- Enerji, nəqliyyat və kommunal xidmətlər kimi dövlət, dövlət təsirinin güclü olduğu sahələr
- Pərakəndə ticarət, qida sənayesi, inşaat və səhiyyə kimi geniş istehlakçı bazası olan sahələr

Bu yanaşma iki məqsədə xidmət edib, 1. KSM fəaliyyətlərinin sektor üzrə fərqli məntiqini müqayisə etmək (məsələn, telekomda rəqəmsal inklüzivlik, sənayedə əmək təhlükəsizliyi, banklarda maliyyə savadlılığı), 2. QHT-lərin iştirakının harada daha çox sistemləşdiyini, harada isə daha çox epizodik və ya görünməz qaldığını müəyyənləşdirmək.

Tədiqiqata cəlb edilmiş Siyahıda həm ictimai təsiri böyük, bazar payı və resursu yüksək olan şirkətlər (banklar, telekomlar, enerji və logistika liderləri), həm də istehlakçı ilə birbaşa təmasda olan pərakəndə və xidmət şirkətləri daxil edilib.

KSM təcrübəsi öyrənilən QHT-lərin KSM fəaliyyətlərinə açıq şəkildə cəlb olunduğu (yəni şirkətin öz saytında və ya rəsmi xəbər mətnində tərəfdaş kimi adı göstərilən) şirkətlər əsasən telekom və bəzi dövlət şirkətlərinin layihələrində görünür. Bu çərçivədə ən aydın nümunələrdən biri Azercell-in “116-111” xətti ilə bağlı yanaşmasıdır: xidmətin fəaliyyəti UNICEF Azərbaycan və “Ümidli Gələcək” Sosial Təşəbbüslər İctimai Birliyi ilə əməkdaşlıq formatında təqdim olunur; burada QHT tərəfdaşlığı “davamlı xidmətin operativ icrası və uşaqlar üçün dəstək mexanizmi” kimi çıxış edir.

Telekommunikasiya sektorunda digər diqqətçəkən nümunə Bakcell-dir. Şirkət KSM proqramının (Every Child is a Star/Bakcell Stars) əsas istiqamətlərindən birini “SOS Uşaq Kəndləri Azərbaycan” ilə uzunmüddətli əməkdaşlıq kimi qurur. Açıq mənbələrdə bu tərəfdaşlıq həm proqramın başlanğıcında, həm də sonrakı illərdə təhsil və sosial dəstək təşəbbüsləri ilə davam edən formatda göstərilir. Bundan əlavə, Bakcell Stars xəttində Save the Children kimi beynəlxalq QHT-lərlə yanaşı digər qeyri-kommersiya tərəfdaşlarının adı da çəkilir ki, bu da telekomda “QHT-lə institutlaşmış sosial proqram” modelinin formalaşdığını göstərir.

Siyahıda QHT-lə əməkdaşlığın memorandum və şəbəkə tərəfdaşlığı formasında daha aydın göründüyü şirkətlərdən biri Nar-dır. Şirkət könüllülüynün təşviqi üzrə Union of Volunteer Organisations of Azerbaijan ilə əməkdaşlıq memorandumu imzalayıb.

Enerji/hasilat və dövlət sektoru kontekstində QHT tərəfdaşlığının görünən nümunəsi kimi AzerGold-un autizm spektri üzrə sosial məsuliyyət fəaliyyəti önə çıxır. Şirkət bu istiqamətdə “Birgə və sağlam” İB ilə əməkdaşlıqda layihələr həyata keçirdiyini və bunun mükafatlandırma/sertifikatlaşma müstəvisində də tanındığını qeyd edir. Bu yanaşma QHT-ni “hədəf qrup üzrə ekspertiza , sosial xidmətin təşkili” komponenti kimi KSM-in mərkəzinə gətirən modeldir.

Eyni zamanda KSM fəaliyyəti öyrənilən banklar, pərakəndə ticarət, səhiyyə, inşaat və logistika şirkətlərinin bir qisminə KSM fəaliyyətləri ümumi olaraq təsvir olunsada, açıq mənbələrdə QHT tərəfdaşlarının adı və rolu çox zaman standart şəkildə göstərilmir. Bu da iki paralel qənaətə gəlməyə imkan verir: 1. Bəzi hallarda əməkdaşlıq mövcud ola bilər, amma kommunikasiya “tərəfdaşın kimliyi, rolu” səviyyəsinə qədər şəffaf deyil. 2. Bəzi hallarda isə KSM daha çox daxili təşəbbüslər və ya dövlət institutları ilə birgə mexanizmlər üzərində qurulur.

Ümumiləşdirərək qeyd edə bilərik ki, siyahı üzrə QHT-lərin “görünən iştirakı” daha çox telekommunikasiya və dövlət şirkətlərində cəmlənir, digər sektorlar üçün isə QHT-lərin rolunun açıqlamaq, ölçmək çətindir. Ümumilikdə, şirkətlərin birbaşa əməkdaşlıq etdiyi QHT-lərin sayı çox azdır və fəal işləyən QHT-lərin (1000-ə yaxın) 2 faizinə çatmır. Apardığımız araşdırmalar və şirkətlərlə aparılan müzakirələr göstərir ki, ümumilikdə şirkətlər 20 ilə QHT müntəzəm, 10-15 QHT isə tədbirlər, aksiyalar zamanı əməkdaşlıq edirlər. Bu zaman şirkətlərin fəal əməkdaşlıq etdiyi peşəkar və sahəvi assosiasiyalar

nəzərdə tutulmur. Söhbət, maliyyə, mühasibat, sığorta, bank, reklam-marketing, PR, HR mütəxəssisləri və s. birliklər kimi peşəkar və sahəvi assosiasiyalardan gedir

Aşağıdakı QHT-lər tədqiqata cəlb edilmiş şirkətlərlə daha çox əməkdaşlıq edənlərdir.

1. “Etibarlı Gələcək” Sosial Təşəbbüslər İB;
2. SOS Uşaq Kəndləri Azərbaycan Assosiasiyası;
3. RİİB – Regional İnkişaf İB;
4. “Üçüncü Bahar” Vətəndaş Birliyi;
5. Azərbaycan Qızıl Aypara Cəmiyyəti;
6. EcoHub;
7. “Birgə və Sağlam” İB;
8. Heydər Əliyev Fondu;
9. Gənclərin Maarifləndirilməsinə Dəstək İctimai Birliyi
10. ASAN Könüllüləri Təşkilatı;
11. AİK – Azərbaycan İntellektual Klublar Assosiasiyası
12. ZƏFƏR Şəhid Ailələrinə Dəstək İctimai Birliyi
13. Autizmlə Mübarizə İctimai Birliyi
14. Hemofiliyalı Xəstələrin Respublika Assosiasiyası İB
15. Azərbaycan Tələbə Gənclər İttifaqı

Nümunə kimi aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

Azercell – “Azərbaycan Uşaq Qaynar Xətti”nin UNICEF Azərbaycan və “Ümidli Gələcək” Sosial Təşəbbüslər İctimai Birliyi ilə əməkdaşlıqda işlədiyini göstərir.

Bakcell – KSM proqramını başladarkən SOS Azərbaycan Uşaq Kəndləri ilə əməkdaşlıq sazişi imzaladığını bildirir.

Nar – Azərbaycan Könüllü Təşkilatları İttifaqı ilə memorandum imzaladığını və QHT-lərlə əməkdaşlıq mövzusunda tədbirdə iştirak etdiyini yazır.

AzerGold – autizm spektri üzrə layihəni “Birgə və Sağlam” İctimai Birliyi ilə tərəfdaşlıqda həyata keçirdiyini göstərir.

Coca-Cola Azerbaijan (CCI/ACCB xətti ilə) – “Nərgiz” Fondu ilə Ramazan kampaniyasında tərəfdaşlıq etdiyini paylaşır.

PAŞA Bank – təqaüd layihəsini Azərbaycan Tələbə Gənclər Təşkilatları İttifaqı ilə tərəfdaşlıqda etdiyini göstərir.

AZAL və Kapital Bank kimi şirkətlərdə sosial layihələr genişdir, lakin bir çox materialda tərəfdaşlar “fond”, “dövlət qurumu”, “təşkilat” kimi verilir; QHT statusu hər zaman açıq yazılmaz. Məsələn, AZAL-ın davamlılıq hesabatında geniş “stakeholder” yanaşması və əməkdaşlıq fəaliyyətləri təsvir olunur.

Sektorlar üzrə ümumi analiz

A) Telekomunikasiya sektoru

Bu seqmentdə KSM daha çox “rəqəmsal inklüzivlik”, “uşaq və qadınların müdafiəsi”, “təhsil/innovasiya”, “könüllülük” xəttində qurulur.

QHT iştirakının görünən formaları

- **İcraçı tərəfdaş modeli:** Azercell-in “116-111” uşaqlar üçün qaynar xəttinin UNICEF və “Reliable Future” ictimai birliyi ilə əməkdaşlıqda işləməsi QHT-nin “icraçı/operational partner” rolunun klassik nümunəsidir.
- **QHT-lərlə Memorandumlar:** Nar-in QHT-lərlə əməkdaşlıq mövzusunda tədbirdə iştirakı və könüllü təşkilatları ittifaqı ilə memorandum imzalaması “platforma və şəbəkə əməkdaşlığı” formasını göstərir.
- Bakcell-in KSM proqramını “SOS Children’s Villages Azerbaijan” ilə əməkdaşlıq sazişi ilə

B) Enerji və hasilat sektorun

Sektorun daha çox sosial investisiya, ətraf mühit, əhəlinin sağlamlığı, regional icmalara dəstək verilməsinə fokuslanıb.

SOCAR-ın açıq mənbələrdə görünən QHT əməkdaşlığı daha çox ətraf mühit və ictimai maarifləndirmə xəttində özünü göstərir. Məsələn, şirkətin müxtəlif illərdə beynəlxalq ekoloji günlər çərçivəsində tədbirlərə qoşulması, o cümlədən İDEA İctimai Birliyi-nin çağırışı ilə “Yer saati” aksiyasında iştirakı kimi nümunələr SOCAR-ın ekoloji məsuliyyət mövzularında QHT təşəbbüsləri ilə yanaşı dayandığını göstərir.

Bu tip əməkdaşlıq formatı adətən “kampaniya/ictimai təşəbbüsə dəstək” modelinə uyğundur. Şirkət öz resursları və kommunikasiya gücü ilə QHT-nin ictimai mesajının yayılmasına və iştirakçılığın artmasına töhfə verir.

Digər xətt SOCAR-ın ekoloji layihələrində maraqlı tərəflərlə (stakeholder) dialog və ictimai iştirak mexanizmləri qurmasıdır. Buna nümunə kimi SOCAR-ın Tullanti

Mərkəzinin genişləndirilməsi layihəsi üzrə Ətraf Mühitə Təsirlərin Qiymətləndirilməsi (ƏMTQ) sənədi ilə bağlı ictimaiyyətlə görüş keçirilməsi, sualların cavablandırılması və rəy-təkliflərin toplanması göstərilə bilər. Bu yanaşma QHT-lər üçün də praktik baxımdan iştirakçılıq imkanı vardır. Ekoloji risklərin izahı, yumşaltma tədbirləri, monitoring planı kimi məsələlərə vətəndaş cəmiyyəti aktorlarının rəy verməsi və müzakirələrdə iştirak etməsi mümkün olur.

Açıq mənbələrdə SOCAR-ın QHT-lərlə əməkdaşlığına dair ayrıca “dialog” formatları da görünür. SOCAR-ın “Eko park”-ında QHT nümayəndələri ilə görüş keçirilməsi barədə məlumatlarda ekoloji layihələr və gələcək təşəbbüslər üzrə QHT-lərlə müzakirələrin faydalı olduğu vurğulanır. Daha əvvəlki illərdə isə SOCAR-da QHT rəhbərləri ilə “dəyirmi masa” formatında görüşlərin keçirildiyi qeyd olunub. Bu tip tədbirlər, mahiyyət etibarilə, şirkətin KSM gündəliyində QHT-ləri məsləhətləşmə, rəy almaq və əməkdaşlıq şəbəkəsinin genişləndirilməsi aləti kimi dəyərləndirdiyini göstərir (hərçənd, bütün hallarda tərəfdaşlığın konkret layihə/müqavilə səviyyəsində detalları eyni dərəcədə açıq yazılmır).

Sosial layihələrdə QHT tərəfdaşlığı: AzerGold-un autizm spektri ilə bağlı layihədə “Together and Healthy” ictimai birliyi ilə əməkdaşlıq etməsi “hədəf qrup üzrə ekspert QHT” modelidir.

Enerji şirkətlərində (xüsusən iri dövlət şirkətlərində) tərəfdaşlıq tez-tez dövlət qurumu, tibbi, yaxud elm mərkəzi kombinasiyasında qurulur. QHT tərəfdaşının adı hər zaman açıq yazılmaya bilər (bu da ölçməni çətinləşdirir).

Enerji, hasilat sahəsində QHT-lər daha çox mövzu ekspertizası, sosial xidmət, icma ehtiyaclarının müəyyənləşdirilməsi, yerli etimadın qurulması üçün dəyərlidir, amma açıqlama standartı bəzən zəif olur.

C) Maliyyə sektoru (banklar və sığorta)

Bu segment daha çox təhsil, maliyyə savadlılığı, inklüzivlik, sahibkarlığa dəstək, xeyriyyəçilik sahələrinə fokuslanıb.

QHT iştirakının görünən formaları

- Təqaüd və gənclər proqramları: PASHA Bank-ın təqaüd layihəsini gənclər təşkilatı ilə birgə icra etməsi, bankların QHT-ləri “gənclərə çıxış” kanalı kimi istifadə etdiyini göstərir.
- ESG/hesabatlılıq istiqaməti: ABB-nin “Sustainability Report 2024” sənədinin mövcudluğu bank sektorunda KSM-dən ESG-yə keçidin (hesabatlılığın artmasının) göstəricisidir.
- Kapital Bank tərəfdə KSM səhifələri KSM istiqamətlərini geniş göstərir, lakin QHT tərəfdaşlarının statusu hər bölmədə eyni dərəcədə açıqlanmaya bilər.

Banklarda QHT-lər daha çox təhsil proqramlarının sahədə icrası, həssas qruplarla iş, sosial innovasiya layihələrinin çatdırılması üçün uyğun tərəfdaşdır; amma bir çox bank “layihə var” deyir, “kimlə icra olunur” hissəsi isə bəzən qeyri-standart verilir.

D) Pərakəndə, qida, xidmətlər (FMCG, iaşə, elektronika)

Seqment Məhsul/marka kampaniyaları ilə sosial təsir (“cause marketing”), bayram aksiyaları, qida təhlükəsizliyi, yerli icma dəstəyinə üstünlük verir.

QHT iştirakının görünən formaları

- Birgə kampaniya: Coca-Cola Azerbaijan-ın Nargis Foundation ilə Ramazan kampaniyasında tərəfdaşlığı “fond–şirkət” modelidir.
- Beynəlxalq QHT ilə sosial layihələr: Media arxivlərində Coca-Cola və Save the Children əməkdaşlığına dair nümunələr var.
- Pərakəndədə (Azersun, Veysəloğlu və s.) “social responsibility” səhifələri sosial fəaliyyətləri göstərir, lakin QHT tərəfdaşlarının adı/rolu hər zaman sistemli formada verilməyə bilər.

Bu sektorda QHT-lər çox vaxt kampaniyanın legitimliyi, ictimai etimad, benefisiar seçimi, sahədə logistika üçün dəyərləndirilir; amma “təsir ölçümü” (nəticə indikatorları) açıq mənbələrdə nadir görünür.

E) Nəqliyyat və logistika sektoru

Bu seqment milli, ictimai gündəmlə uyğun sosial layihələr, ESG, davamlılıq hesabatlılığına yönəlməni diqqət mərkəzində saxlayır.

- AZAL-ın BMT Qlobal Sazişi (UN Global Compact) üzvlüyü və davamlılıq hesabatı “ESG çərçivəsinə inteqrasiya” cəhdlərini göstərir.
- ADY-də ayrıca “Social Responsibility” bölməsi olması institusional KSM kommunikasiya xəttinin qurulduğunu göstərir.

Bu sektorda QHT iştirakı daha çox ictimai maarifləndirmə, təhlükəsizlik, ətraf mühit aksiyaları, sosial qruplarla iş üzərindən potensialdır; lakin açıq mənbələrdə QHT tərəfdaşlarının adları həmişə görünmür.

F) Səhiyyə sektoru

Bu seqmentdə KSM çox vaxt pulsuz müayinə aksiyaları, tibbi maarifləndirmə, ianə/könüllülük formatında olur. Amma klinikaların saytlarında tərəfdaş QHT-lərin adı bəzən zəif verildiyi üçün “təsdiqlənən” QHT xəritəsi çıxarmaq çətinləşir (daha çox “kampaniya” kimi kommunikasiyalar olur).

G) İnşaat və sənaye sektoru

İnşaat və sənayedə KSM adətən əmək təhlükəsizliyi, icma layihələri, peşə təhsili istiqamətində həyata keçirilir. Açıq mənbələrdə QHT tərəfdaşlığına dair izlər sektordan-sektora çox dəyişir və çox vaxt layihə xəbərlərində “tərəfdaşlar” bölməsi standart deyil.

Ümumi xüsusiyyətlər, müşahidə olunan tendensiyalar

1. **KSM-dən ESG-yə keçid-** xüsusən bank və nəqliyyatda “sustainability report, ESG approach” kimi sənədləşmə görünür.
2. **QHT-lər daha çox “icraçı tərəfdaş” kimi** cəlb olunur (qaynar xətlər, hədəf qruplara çıxış), telekommunikasiyada da bu xüsusilə güclüdür.
3. **Tərəfdaşlıq məlumatının qeyri-standart açıqlanması:** bir çox şirkət KSM fəaliyyətini sadalayır, amma “layihə kimlə icra olunur, QHT-nin rolu nədir, müqavilə, memorandum varmı?” kimi məlumatlar bəzən görünür.
4. **Təsirin ölçüməsinin zəif olması:** “nə qədər benefisiar, hansı indikator, hansı nəticə” kimi məlumatlar açıq mənbələrdə nadir hallarda sistemli verilir (bəzi hesabatlar və konkret qaynar xətt statistikaları).
5. **Sosial məsələlər ön plana çıxır:** uşaqlar, gənclər, təhsil, inklüzivlik, şəhid ailələri, veteranlar kimi mövzular çox yayğındır, sektordan asılı olmayaraq.

VII. Təvsiyələr

QHT-lərin KSM/ESG layihələrində rolunu “epizodik tərəfdaşlıqdan” çıxarıb institusional mexanizmə çevirmək məqsədi daşıyır və tədqiqat zamanı əldə olunan nəticələrə, beynəlxalq təcrübədə geniş istifadə yanaşmalara söykənir (UN Global Compact tərəfdaşlıq prinsipləri, ISO 26000, Global Reporting Initiative standartları, OECD məsuliyyətli biznes davranışı qaydaları, International Finance Corporation performans standartları, AccountAbility AA1000SES).

1) Şirkətlərdə QHT tərəfdaşlığını “siyasət” səviyyəsinə qaldırılması

Şirkətlərdə ayrıca “QHT və maraqlı tərəflərlə əməkdaşlıq siyasəti” qəbul edilməsi. Partnyor seçimi meyarları, etik tələblər, maraqlar toqquşması, hesabatlılıq, məlumat açıqlama minimumu (minimum disclosure), risk qiymətləndirmə qaydası bu siyasətin mühüm elementləri olmalıdır.

ISO 26000 sosial məsuliyyəti təşkilatın idarəçiliyinə “inteqrasiya olunan” yanaşma kimi təqdim edir (ayrı-ayrı aksiyalar yox, qərarvermə mədəniyyəti). Eyni zamanda OECD yanaşması KSM-i “xeyriyyə”dən daha geniş görür: müəssisələrdən riskəsaslı due diligence aparmaq, mənfi təsirləri müəyyənləşdirmək və onların necə idarə olunduğunu açıqlamaq gözlənilir.

Azərbaycan təcrübəsində bu şirkətlərdə “KSM/ESG & maraqlı tərəflərlə əməkdaşlıq, kommunikasiya” mandatı verilmiş ayrıca struktur bölmənin yaradılması, hər il təsdiqlənən QHT əməkdaşlığı planı qəbul (prioritet mövzular, regionlar, büdcə) edilməsi ilə tətbiq oluna bilər.

2) QHT seçimini “açıq və rəqabətli mexanizm”lə edilməsi (Call for Proposals)

Şirkətlər KSM fondunu (və ya illik KSM büdcəsini) açıq çağırış mexanizmi ilə bölüşdürsün. Mövzular, meyarlar, qiymətləndirmə komissiyası, nəticələrin elan edilməsi, müqavilə şərtləri və hesabat formatı əvvəlcədən açıqlansın.

UN Global Compact biznes–vətəndaş cəmiyyəti tərəfdaşlığını təsirin böyüməsi, etibarlılığın artması və yerli kontekstdə daha doğru hədəfləmə üçün mühüm alət kimi göstərir.

Bu yanaşma həm də “partnyorların şəffaf seçimi” ilə reputasiya riskini azaldır.

Azərbaycan təcrübəsində bu tövsiyyə hər il QHT-lər üçün grant müsabiqələri İldə 1 dəfə “mini-grant” çağırışı (xüsusən region QHT-ləri üçün ayrıca kvota müəyyənləşdirməklə) grant müsabiqəsi elan edilməsi ilə daha effektiv tətbiq oluna bilər.

3) QHT-ləri yalnız “icraçı” kimi yox, “layihə dizaynı” mərhələsinə daxil edilməsi yanaşmasının tətbiqi (Co-design)

Layihə qərarları verilməzdən əvvəl QHT-lərlə qısa “co-design” prosesi başlasın. Ehtiyac analizi, hədəf qrupun müəyyənləşdirilməsi, müdaxilə məntiqi, risklər və “nəticə indikatorları” birgə razılaşdırılsın.

IFC Performans Standartı 1 stakeholder engagement-i davamlı proses kimi təsvir edir. Maraqlı tərəflərin analizi, məlumatlandırma, məsləhətləşmə və davamlı hesabatlılıq komponentləri ilə. Bu yanaşma xüsusən icmalara təsir edən layihələrdə “razılaşdırılmış plan” tələb edir.

4) Layihələrdə QHT rolununun dəqiq müəyyən edilməsi və açıqlanması

GRI 2 universal açıqlamaları çərçivəsində təşkilatlardan maraqlı tərəflərlə necə işlədiklərini, stakeholder engagement yanaşmasını və təcrübəsini açıqlamağı gözləyir. Bu isə tərəfdaşların kimliyi və rolunun “ölçülə bilən şəkildə” yazılmasını stimullaşdırır.

5) KSM xərclərini “təsir” üzrə ölçülməsi və QHT-lərin ölçmə mexanizminə cəlb edilməsi (Impact Measurement)

KSM-i yalnız “nə qədər vəsait ayrıldı” yox, “nə dəyişdi” yanaşması ilə ölçülməlidir. QHT-lər bu mərhələdə ən effektiv tərəfdaşdır, çünki sahədə məlumat toplama və nəticə izləmə bacarığı var. London Benchmarking Group (LBG) yanaşması şirkətlərin icma investisiyalarını **input**, **output**, **impact** xətti ilə daha ardıcıl ölçməsinə təşviq edir və xeyriyyə transferlərini strateji icma investisiyasından ayırmağı təklif edir.

6) Şikayət və rəy alma mexanizmi qurulması və QHT-lərin bu mexanizmin bir hissəsinə çevirilməsi (Grievance Mechanism)

KSM/ESG layihələri üçün əlçatan, etibarlı şikayət–təklif mexanizmi qurulsun (hotline, onlayn forma, icma görüşləri), QHT-lər isə həm dizaynda, həm də məlumatlandırmada rol alsın.

BMT Biznes və İnsan Hüquqları Prinsipləri (UNGP-lər) qeyri-məhkəmə şikayət mexanizmləri üçün effektivlik meyarları müəyyən edir (legitimlik, əlçatanlıq, proqnozlaşdırıla bilmə, şəffaflıq, hüquqa uyğunluq və s.). IFC də rəy alma mexanizmini, maraqlı tərəfdaşların cəlb edilməsi, iştirakçılığını ayrılmaz elementi kimi izah edir və “yaxşı təcrübə” kimi göstərir.

7) Maraqlı tərəfdaşların cəlb edilməsi, iştirakçılığının (Stakeholder engagement) keyfiyyət standartı ilə aparılması (AA1000SES)

Şirkətlər QHT və icma ilə dialoqu standart üzrə, inklüzivlik, materiallıq, cavabvermə (responsiveness) prinsipləri tətbiq etməklə qursun.

AA1000 Stakeholder Engagement Standard maraqlı tərəflərin “aktiv dəyər yaradan” iştirakçı kimi cəlb edilməsinə yönəlmiş praktiki çərçivə verir və idarəetmə, strategiya, əməliyyata inteqrasiyanı tələb edir.

9) “Şəffaflıq minimumu” yaradılması

Hər şirkət KSM bölməsində (və ya ESG hesabatında) standart 3 sualı cavablandırсын:

1. **Kimlə icra etdik? (QHT adı)**
2. **QHT-nin rolu nə idi?**
3. **Nəticə nə oldu? (indikatorlarla)**

GRI standartları stakeholder engagement və idarəetmə açıqlamalarını sistemləşdirir; OECD Guidelines isə müəssisələrdən riskləri və təsirləri necə idarə etdiklərini “hesabatlı şəkildə” göstərməyi gözləyir.

10) Sektorlar üzrə fərqlənən yol xəritələri

Eyni model hamıya bir cür oturmur, beynəlxalq praktika sektor riskinə görə yanaşmanı fərqləndirir.

- **Enerji/hasilat, inşaat, böyük infrastruktur:** maraqlı tərəflərin cəlb olunması, iştirakçılığı, rəy alma, toplama, icma konsaltinqi prioritetdir (IFC PS1 yanaşması).
- **Banklar və maliyyə:** potensial riskləri aşkar etmək, insan hüquqları və təchizat zənciri riskləri, şəffaf açıqlama (OECD RBC).
- **Telekommunikasiyasektoru:** uşaq təhlükəsizliyi, rəqəmsal inklüzivlik, məlumatlandırma layihələrində QHT icrası və etibarlılıq (UNGC tərəfdaşlıq məntiqi).
- **FMCG/pərakəndə:** icma investisiyasının ölçülməsi, kampaniyanı təsirə çevirmək (LBG).

11). KSM üzrə fəaliyyəti stimullaşdırmaq üçün dövlət dəstəyi mexanizmləri yaradılması

Dövlət KSM/ESG təşəbbüslərinin genişlənməsi üçün **stimullaşdırıcı və şəffaf** mexanizmlər paketi formalaşdırılmasında ciddi ehtiyac var. Bu paket həm şirkətlərin motivasiyasını artırır, həm də QHT-lərlə tərəfdaşlığı “tək-tək layihə” səviyyəsindən çıxarıb sistemləşdirir. Aşağıdakı alətlər bir-birini tamamlayan “vergi, maliyyə, satınalma–reputasiya–tənzimləmə” blokları üzrə tətbiq oluna bilər:

1. Vergi və fiskal təşviqlər: KSM/ESG yönümlü xərclərin (xüsusən sosial investisiya, ekoloji modernizasiya, inklüziv məşğulluq, təlim və icma layihələri) müəyyən hissəsinin vergi güzəşti və ya çıxılan xərc kimi tanınması.

QHT-lərə, ictimai faydalı layihələrə ianələrin stimullaşdırılması.

Bu yanaşma şirkətlər üçün “KSM xərci”ni real iqtisadi stimula çevirir.

2. Birgə maliyyələşdirmə (matching grants) və KSM fondları: Dövlət (məs., müvafiq agentliklər, inkişaf fondları, bələdiyyələr) şirkətlərin KSM büdcəsinə “1:1” və ya “1:0.5” prinsipi ilə əlavə vəsait qoyaraq sosial təsiri böyüdə bilər. Bu mexanizm xüsusən regionlarda icma layihələrində effektivdir. Şərt kimi “layihə mütləq QHT tərəfdaşlığı ilə icra olunması, ölçülə bilən nəticələr təqdim edilməsi” tələbi qoyula bilər.
3. Dövlət satınalmalarında və tərəfdaşlıqlarda üstünlük: Tender və satınalma qiymətləndirmələrində şirkətin ESG/KSM performans (məs., sosial layihələr, işçi hüquqları, ekoloji məsuliyyət, şəffaflıq) üçün əlavə bal verilə bilər. Eyni zamanda, dövlət-özəl tərəfdaşlıq (PPP) layihələrində müqavilə şərtlərinə “icma təsiri planı”,

“QHT-lə məsləhətləşmə”, “şikayət mexanizmi” kimi tələblər daxil edilərək KSM “opsional” yox, “standart keyfiyyət meyarı”na çevrilər.

4. Reyting, sertifikat və milli mükafatlar: Dövlət tərəfindən KSM/ESG üzrə milli reyting və sertifikatlaşdırma (məs., “İctimai təsir”, “İqlim və yaşıl transformasiya”, “İnklüziv məşğulluq”) tətbiq edilə bilər. Burada əsas şərt: qiymətləndirmə yalnız PR fəaliyyətinə görə yox, ölçülə bilən nəticələrə (indikatorlar, audit izi, tərəfdaşların göstərilməsi, ictimai hesabatlılıq) görə aparılmalıdır. QHT-lərlə əməkdaşlıq ayrıca meyar kimi reytingdə yüksək çəkiyə malik ola bilər.
5. ESG/KSM hesabatlılığı üçün standartlar və dəstək infrastrukturu: Dövlət şirkətlər üçün “minimum açıqlama standartı” yarada bilər: hər KSM layihəsində tərəfdaş QHT-lərin adı, rolu, nəticə indikatorları, coğrafiya və benefisiar sayı göstərsin. Paralel olaraq, şirkətlər və QHT-lər üçün təlim proqramları, metodiki rəhbərlik (M&E, risk idarəetməsi, compliance), “layihə bazası” (platforma) və “QHT-partnyor kataloqu” yaradılsa, əməkdaşlıq həm asanlaşar, həm də keyfiyyətli layihələrin sayı artar.

VIII. KSM təcrübəsi öyrənilmiş şirkətlərin siyahısı

Şirkət	Sektor	KSM Təsviri (qısa)
PASHA Holding	Konglomerat	ESG yönümlü portfel, sosial layihələrə dəstək (təhsil, mədəniyyət)
SOCAR	Enerji (neft-qaz)	Davamlılıq/ESG hesabatları; təhlükəsizlik, biomüxtəliflik, emissiya idarəetməsi
AzerGold QSC	Mədənçilik	KSM komitəsi; icma layihələri; Ətraf Mühit və əmək təhlükəsizliyi
SOCAR Polymer	Sənaye (kimya)	Ətraf mühit və təhlükəsizlik layihələri; yerli təlim proqramları
«SOCAR-KBR»	Enerji, mühəndislik	Ətraf mühit və təhlükəsizlik layihələri
Azerenerji ASC	Enerji (istehsal)	Bərpa olunan enerji inteqrasiyası; ötürmə xətlərinin modernləşməsi
Sumqayıt Texnologiyalar Parkı (STP)	Sənaye (istehsal)	Peşə təlimləri; ekoloji standartlar; işçi təhlükəsizliyi
Aztelekom	Telekom	Rəqəmsal inklüzivlik; regionlarda genişzolaqlı layihələr
ADY QSC	Nəqliyyat (dəmir yolu)	2023 Davamlılıq hesabatı; enerji, su, karbon azalması
AZAL	Nəqliyyat (aviasiya)	Təhlükəsizlik və xidmət keyfiyyəti; davamlılıq siyasəti
BakuBus	Nəqliyyat (ictimai)	Şəhər mobilliyi; əlçatanlıq; yaşıl avtobus parkı
ABB	Bankçılıq	Davamlı bankçılıq; sosial layihələr; ESG hesabatları
Kapital Bank	Bankçılıq	2023 ESG hesabatı; maliyyə savadlılığı; inklüziv məhsullar
PASHA Bank	Bankçılıq	Davamlılıq hesabatları; UNGC və ekvator prinsipləri istinadları
Bank Respublika	Bankçılıq	KSM: təhsil layihələri; icma dəstəyi; şəffaflıq
Rabitəbank	Bankçılıq	Maliyyə savadlılığı və gənclər layihələri
AccessBank	Bankçılıq (KOB)	KOB dəstəyi; qadın sahibkarlığı; sosial layihələr
XalqBank	Bankçılıq	Mədəniyyət və təhsil dəstəyi; sosial kampaniyalar
Azərbaycan Sənaye Bankı	Bankçılıq	İcma layihələri; KOB-lar üçün məhsullar
Unibank	Bankçılıq	Rəqəmsal inklüzivlik; sosial layihələr
Expressbank	Bankçılıq	Təhsil və sosial təşəbbüslər

PAŞA Sığorta	Sığorta	Risk maarifləndirilməsi; sosial təşəbbüslər
Atəşgah Sığorta	Sığorta	Aztəminatlı ailələrə dəstək; heyvanların qorunması layihəsi
Qala Sığorta	Sığorta	Yol təhlükəsizliyi və sosial kampaniyalar
Meqa Sığorta	Sığorta	Sosial layihələr; maarifləndirmə
Azercell	Telekom	2023 GRI-yə uyğun ESG hesabatı; enerji səmərəliliyi; sosial layihələr
Bakcell	Telekom	Gənclər və təhsil layihələri; regionlarda bağlantı
Nar (Azerfon)	Telekom	Yaşıl baza stansiyaları; sosial layihələr
Azerconnect	Telekom və İT	UN Global Compact üzvlüyü; enerji və resurs səmərəliliyi
Azersun Holding	FMCG/Aqro	Qida təhlükəsizliyi; yerli fermer dəstəyi; sosial layihələr
Veysəloğlu Şirkətlər Qrupu	Distribusiya/FMCG	UN Global Compact üzvlüyü; xeyriyyə və təhsil layihələri
Araz Supermarket MMC	Pərakəndə	Ağacəkmə kampaniyaları; sosial aksiyalar
AL MARKET MMC	Pərakəndə	Regional əlçatanlıq; sosial təşəbbüslər
BRAVO Supermarket	Pərakəndə	Qida təhlükəsizliyi; icma layihələri
Bazarstore	Pərakəndə	Sosial aksiyalar; ekoloji maarifləndirmə
Holcim Azərbaycan (Qaradağ)	Sənaye (səment)	Net-Zero strategiyası; alternativ yanacaq; aşağı-karbon səment
Norm Sement	Sənaye (səment)	Davamlılıq hesabatları; resurs səmərəliliyi; RECP
MKT İK MMC	Kənd təsərrüfatı/pambıq	Fermer dəstəyi; Better Cotton uyğunluğu (tövsiyə)
Huner Construction MMC	İnşaat	HSE proqramları; işçi rifahı; icma əlaqələri
PROKON MMC	İnşaat	ISO 45001/14001; icma əlaqə planı
Körpü-Bina-Tikinti MMC	İnşaat	İnfrastruktur layihələri; HSE və icma planları
Kristal Bakı ASC	Tikinti/Daşınmaz əmlak	Yaşıl bina həlləri; enerji səmərəliliyi
“Sumqayıt Texnologiyalar Parkı” MMC	Sənaye (şüşə)	Enerji səmərəliliyi; tullantıların idarə olunması
McDonald's Azərbaycan	İctimai iaşə	Sahil təmizliyi; ağacəkmə; gənclərin məşğulluğu
GFC MMC	İctimai iaşə	Davamlı qablaşdırma və israfın azaldılması; sosial kampaniyalar
Caspian Engineering Solutions MMC	Mühəndislik/Xidmət	EHS standartlaşdırma; karbon izi ölçümü

AZƏRİ MED QSC	Səhiyyə/logistika	İctimai sağlamlıq; dərman əlçatanlığı; etik marketing
R-Pharm (AZ əməliyyatları)	Farmasevtika	Peşə təlimləri; yerli səhiyyə təşəbbüsləri
Avromed Company	Səhiyyə/logistika	Sosial layihələr; təchizat zənciri etikas
PMD Group	Daşınmaz əmlak/İnkişaf	Yaşıl binalar, şəhərsalma və icma layihələri
AS Group Investment	İnşaat/İnkişaf	İşçi təhlükəsizliyi, sosial infrastruktura dəstək
Azerbaijan Coca-Cola Bottlers (ACCB)	İçkilər/İstehsal	Su idarəçiliyi, bərpa olunan enerji, icma layihələri
Carlsberg Azerbaijan	İçkilər/İstehsal	Enerji səmərəliliyi, şüşə dövriyyəsi, məsul istehlak
Azerbaijan Beverages Company (Pepsi)	İçkilər/İstehsal	Su qənaəti, qida təhlükəsizliyi, icma layihələri
Az-Granata	Qida/İçkilər	Yerliməhsul brendləri, kənd təsərrüfatı dəyər zənciri
Yelo Bank	Bankçılıq	Maliyyə inklüzivliyi, gənclər üçün maliyyə savadlılığı
TuranBank	Bankçılıq	KOB dəstəyi, sosial layihələr
AFB Bank	Bankçılıq	Rəqəmsal maliyyə əlçatanlığı, xeyriyyə layihələri
Bank of Baku	Bankçılıq	Sosial kampaniyalar, təhsil təşəbbüsləri
Bank Avrasiya	Bankçılıq	İcma layihələri, gənclər üçün proqramlar
GoldenPay / eManat	Fintex/Ödəniş	Maliyyə inklüzivliyi, rəqəmsal xidmətlərə çıxış
A-Qroup Insurance	Sığorta	Sağlamlıq maarifləndirilməsi, sosial dəstək
BestComp Group	İT/Xidmətlər	Təhsil/kompetens proqramları, yerli kadrların yetişdirilməsi
SINAM	İT/integrator	E-hökumət layihələri, İKT təhsili dəstəyi
ULTRA Technologies	İT/integrator	STEAM və rəqəmsal bacarıqlar layihələri
Cybernet LLC	İT xidmətləri	Rəqəmsal təhlükəsizlik maarifləndirilməsi
Rahat Market	Pərakəndə	Qida təhlükəsizliyi, icma dəstəyi
Kontakt Home	Elektronika pərakəndəsi	E-tullantı toplama, təhsil layihələri
Baku Electronics	Elektronika pərakəndəsi	E-tullantı/geri qəbul, sosial kampaniyalar
Optimal Electronics	Elektronika pərakəndəsi	Təhsil və sosial layihələr
Soliton	Məişət texnikası	E-tullantı və enerji səmərəliliyi təşviqi

Matanat A	Tikinti materialları	Aşağı emissiyalı məhsullar, təlim mərkəzləri
NB Group	Qapı/Pəncərə/Materiallar	Enerji səmərəli konstruksiyalar, istehsalat təhlükəsizliyi
AzVirt	Yol-inşaat	HSE standartları, icma əlaqələri
Caspian Logistics	Logistika	İcma dəstəyi, işçi təhlükəsizliyi
Baku Medical Plaza	Səhiyyə/klinika	Maarifləndirici sağlamlıq kampaniyaları
MediClub	Səhiyyə/klinika	İşçi rifahı və icma sağlamlığı layihələri
Respublika Diaqnostika Mərkəzi MMC	Səhiyyə/klinika	Maarifləndirici sağlamlıq kampaniyaları
Referans Group	Səhiyyə/klinika	Maarifləndirici sağlamlıq kampaniyaları
Boulevard Hotel Baku	Mehmanxana	Enerji səmərəliliyi, sosial aksiyalar
Hilton Baku (Franchise)	Mehmanxana	İcma layihələri, müxtəliflik və inklüzivlik
Atena MMC	Süd məhsulları/Aqro	Su və enerji səmərəliliyi, yerli fermerlərlə əməkdaşlıq
AZFP (Milla)	Süd/Qida	Qida təhlükəsizliyi, qablaşdırmada dövrilik təşəbbüsləri
Sirab	Mineral su	Su mənbələrinin qorunması, regional məşğulluq
Agro Dairy	Aqrar istehsal	Müasir suvarma, torpaqların bərpası və yerli məşğulluq

Azərbaycanda şirkətlərinin korporativ sosial məsuliyyət fəaliyyətlərində QHT-lərlə əməkdaşlıq təcrübəsi

Tədqiqat Hesabatı

© *“Prioritet” Sosial-İqtisadi Araşdırmalar Mərkəzi İB*
Azərbaycan, Bakı, Səməd Vurğun 53. World Business Center
17-ci mərtəbə. Azərbaycan Milli QHT Forumunun ofisi
Mob: (050) 3164694
E-mail: prioritetsiam@gmail.com



Azərbaycanda şirkətlərin korporativ sosial məsuliyyət
fəaliyyətlərində QHT-lərlə əməkdaşlıq təcrübəsi

Tədqiqat Hesabatı

“Prioritet” Sosial-İqtisadi
Araşdırmalar Mərkəzi İB

Bakı 2025