

**Cavid İftixar oğlu Huseynli**

**UOT:338.001.33; JEL:L23; D12.**

## **Davamlı inkişaf kontekstində Azərbaycanda transmilli şirkətlərin korporativ sosial məsuliyyət strategiyaları**

### **Xülasə**

*Məqalədə davamlı inkişaf kontekstində korporativ sosial məsuliyyət məsələləri nəzərdən keçirilir, bu hadisənin müasir cəmiyyətdə yeri və rolu işıqlandırılır, SOCAR-ın timsalında Azərbaycanda transmilli şirkətlərdə korporativ sosial məsuliyyətin həyata keçirilməsinin spesifik xüsusiyyətləri, rəqabətqabiliyyətilik səviyyəsinin yüksəldiməsi aləti kimi KSM strategiyaları və sosial investisiyaların strukturu araşdırılır.*

**Açar sözlər:** davamlı inkişaf, biznes, korporativ sosial məsuliyyət, iqtisadiyyat, cəmiyyət, ekologiya

### **Giriş**

Bu gün davamlı inkişaf, yəni indiki və gələcək nəsillərin bütün nemətlərə bərabər çıxış hüquqlarını təmin edən iqtisadi, sosial və ekoloji inkişaf XXI əsrin əsas prioritetinə, dövlətlərin, beynəlxalq təşkilatların, habelə iqtisadi və sosial aktorların fəaliyyət proqramlarının əksəriyyətinin təməlində duran qlobal trendə çevrilmişdir. Davamlı inkişaf konsepsiyasının bu günün maraqlarını təmin etməklə yanaşı, gələcək nəsillərin də mənafələrinə nəzərə alınmasına dair müddəası metodoloji yanaşma olaraq biznesin vəzifələrinə əsaslı dərəcədə təsir göstərməlidir. Belə bir təsirin nəticəsi olaraq fərd, biznes, dövlət kimi bütün səviyyələrdə sosial məsuliyyətli davranış modelləri tətbiq olunmağa başladı. Beləliklə, problemin aktuallığı cəmiyyətin davamlı inkişafı ilə bağlı “sosial sifarişi” ilə açıq iqtisadi sistemlərin davamlı, tarazlı inkişafı tam həcmdə təmin edə bilməməsi arasında ziddiyyətlə şərtlənir. Müasir dövrdə getdikcə daha çox müəssisə, təşkilat, elm adamı, praktikant və sadəcə maraqlanan insanlar korporativ sosial məsuliyyət (KSM) və ya başqa cür adlandırıldığı kimi, korporativ məsuliyyət, korporativ etikanın nəzərə alınması, korporativ vətəndaşlıq, davamlı inkişaf, məsuliyyətli biznes kimi məsələlərə diqqət yetirir. KSM nədir və onun mahiyyəti nədir.

### **Korporativ sosial məsuliyyət və onun əsasları**

Korporativ sosial məsuliyyət (KSM), ilk növbədə, təşkilatlar tərəfindən qanunla müəyyən edilmiş sosial öhdəliklərin yerinə yetirilməsi və müvafiq məcburi xərcləri ciddi şəkildə öz üzərinə götürməyə hazır olmasıdır. İkincisi, KSM qanunun tələbləri ilə yanaşı, həm də mənəvi-əxlaqi əsaslara əsaslanaraq, vergi, əmək, ekoloji və digər qanunvericiliklə müəyyən edilmiş həddən artıq sosial ehtiyaclar üçün könüllü olaraq lüzumsuz xərcləri öz üzərinə götürməyə hazır olmaqdır. Ümumiyyətlə, KSM-ə aşağıdakılar daxildir:

- ▶ biznesin aparılması üçün bütün qanuni tələblərə riayət etməklə keyfiyyəti bütün məcburi standartlara cavab verən kifayət qədər miqdarda məhsul və xidmətlərin istehsalı;
- ▶ işçilərin müəyyən sosial təminatlarla təhlükəsiz əmək hüququna, o cümlədən yeni iş yerlərinin yaradılmasına riayət edilməsi;
- ▶ işçilərin ixtisas və bacarıqlarının artırılmasına köməklik;
- ▶ ətraf mühitin qorunması və əvəzolunmaz resurslara qənaət;
- ▶ mədəni irsin qorunması;



- ▶ təşkilatın yerləşdiyi ərazinin inkişafında hakimiyyət orqanlarının söylərinə dəstək, sosial sahənin yerli qurumlarına köməklik;
- ▶ aztəminatlı ailələrə, əlillərə, kimsəsizlərə və tənha qocalara yardım;
- ▶ ümumi qəbul edilmiş hüquqi və etik biznes standartlarına uyğunluq.

Hazırda “biznesin sosial məsuliyyəti” və “korporativ sosial məsuliyyət” anlayışlarının bir çox tərifləri vardır. Firmanın sosial məsuliyyəti şirkətin üstünlüklərindən maksimum istifadə etmək və həm biznes iştirakçılarına, həm də bütövlükdə cəmiyyətə təsir edən mənfi cəhətləri minimuma endirməkdən ibarətdir [1]. Sosial məsuliyyət hüquqi məsuliyyətdən fərqlənir və təşkilatın öz işçilərinin, şəhər, rayon, ölkə, dünya sakinlərinin sosial problemlərinə könüllü reaksiyası kimi qəbul edilir [2]. Sosial məsuliyyət təşkilatın və ya müəssisənin cəmiyyətin davamlı sosial inkişafı üçün öz fəaliyyətinin nəticələrini qiymətləndirmək bacarığı deməkdir. Sosial məsuliyyət ekologiya, sosial ədalət və bərabərlik kimi məsələləri də əhatə edən geniş anlayışdır. Təşkilatlardan üç sahədə - maliyyə, onların fəaliyyətlərinin cəmiyyətə və ətraf mühitə təsiri və ətraf mühitə təsiri - məsuliyyət nümayiş etdirmələri tələb olunur. Bu, təkcə biznesə deyil, həm də dövlət, ictimai və könüllü təşkilatlara aiddir [3]. Biznesin sosial məsuliyyəti elə bir anlayışdır ki, ona görə biznes qanunlara əməl etmək və keyfiyyətli məhsul/xidmət istehsal etməklə yanaşı, könüllü olaraq cəmiyyət qarşısında əlavə öhdəliklər götürür [4]. Sosial məsuliyyət əsasən biznes və cəmiyyət arasındakı əlaqənin fəlsəfəsi və ya görüntüsüdür və onların həyata keçirilməsi və uzun müddət ərzində davamlılığı üçün bu münasibətlər liderlik tələb edir [5].

#### **Qloballaş mərhələsində korporativ sosial məsuliyyət**

XX və XXI əsrlər astanasında dünya iqtisadiyyatının inkişafında əsas proseslərdən biri mütərəqqi qloballaşmadır, yəni. iqtisadi həyatın beynəlmilləşməsinin inkişafında keyfiyyətə yeni mərhələ. Qloballaşma prosesləri dünyanın texnoloji və informasiya məkanını da formalaşdırıb. Qloballaşma prosesi dünya ticarətinin güclü inkişafına və inteqrasiya proseslərinin inkişafına səbəb olmuşdur. Sənayedaxili ixtisaslaşma və kooperasiya formasında beynəlxalq əmək bölgüsünün (İƏB) dərinləşməsi baş verdi. Bununla əlaqədar olaraq təsbit olunmuş anlayış və terminlərin mahiyyəti böyük dəyişiklik yaşayır. Dəyərlərin bu cür təmsil olunması korporativ idarəetmə çərçivəsində prinsipə yeni konsepsiyaların - korporativ sosial məsuliyyət konsepsiyasının yaranmasına gətirib çıxarır. Korporativ sosial məsuliyyət anlayışının genezisi biznes məsuliyyəti kimi sosial-fəlsəfi kateqoriyanın dərk edilməsinə səbəb olub.

Müxtəlif şərhələrdə korporativ sosial məsuliyyət anlayışı dünyaya kifayət qədər uzun müddətdir məlumdur. Sosial məsuliyyət anlayışının əsas ideyaları və onun sosial məsuliyyətli davranış vasitəsilə həyata keçirilməsinə yanaşmalar XX əsrin ortalarında ABŞ-da yaranmışdır. Bu müddət ərzində o, inkişafında üç mərhələdən keçdi. Birinci mərhələ (60-cı illər - XX əsrin 70-ci illərinin ortaları) xeyriyyəçiliyin və xeyriyyəçiliyin çiçəklənməsi ilə xarakterizə olunur. O dövrdə işgüzar və ictimai fəaliyyət sərhəddi də diqqəti cəlb edir. Sosial əhəmiyyətli məsələlərin həllinə yardım biznes strukturu rəhbərinin şəxsi rəğbəti əsasında əsasən natura və ya nağd formada göstərilib. İkinci mərhələ (70-ci illərin ortaları - XX əsrin 80-ci illərinin əvvəlləri) strateji xeyriyyəçiliyin formalaşması ilə xarakterizə olunur. Bu zaman biznes sosial problemlərin həllini korporasiyanın strateji hədəfləri ilə əlaqələndirməyə başlayır. Üçüncü mərhələ (1980-ci illərin sonu) sosial investisiya təcrübəsinin inkişafı ilə xarakterizə olunur. Bu dövrdə kommertiya, qeyri-kommertiya və ictimai sektorların söyləri konkret sosial problemlərin həlli üçün bir araya gəlməyə başlayır.

Bəzi ekspertlər sosial məsuliyyətli davranışı ilk növbədə etik mənada, digərləri isə hüquqi məsuliyyət anlayışı kimi qəbul edirlər. Beləliklə, M. Palazzi və C. Stutcherin fikrincə, "sosial məsuliyyət, əsasən, işgüzar dairələr və cəmiyyət arasında münasibətlərin fəlsəfəsi və



ya görüntüsüdür və onların həyata keçirilməsi və uzun müddət ərzində davamlı olması üçün bu münasibətlər liderlik tələb edir". Qərbi ölkələrinin uzun və davamlı inkişaf prosesi nəticəsində ölkələrin və ayrı-ayrı ərazilərin sosial-iqtisadi inkişafı sahəsində özəl sahibkarlıq, dövlət və cəmiyyət arasında münasibətlərin mürəkkəb və balanslaşdırılmış tənzimlənməsi sistemi formalaşmışdır. Hazırda müxtəlif ölkələrdə sosial problemlərin həllində biznesin iştirakı ya mövcud mülki, vergi, əmək, ekoloji qanunvericilik çərçivəsində ciddi şəkildə tənzimlənir ya da xüsusi olaraq müəyyən edilmiş həvəsləndirmə və güzəştlərin təsiri altında müstəqil şəkildə həyata keçirilir. Rusiyada bu proses öz inkişafının ilkin mərhələsindədir və dövlətin dominant mövqeləri, vətəndaş cəmiyyəti institutlarının son dərəcə zəif inkişafı və biznesin oliqarxik inkişafı şəraitində baş verir. Bu qurumların qarşılıqlı fəaliyyəti qaydaları, ayrı-ayrı tərəflərin rolu və onların ictimai inkişafda iştirak tədbirləri yalnız formalaşır. Korporativ sosial məsuliyyət (KSM) davranış fəlsəfəsi və biznes icmasının, ayrı-ayrı korporasiyaların və müəssisələrin aşağıdakı sahələrdə fəaliyyətlərinin qurulması konsepsiyası kimi müəyyən edilir:

- istehlakçılar üçün keyfiyyətli məhsul və xidmətlərin istehsalı;
- cəlbədicilərin iş yerlərinin yaradılması, qanuni əmək haqqının ödənilməsi, insan inkişafına investisiya qoyuluşu;
- qanunvericiliyin tələblərinə əməl olunması: vergi, ekoloji, əmək;
- biznesin aparılması praktikasında ictimai gözləntilərin və ümumi qəbul edilmiş etik standartların nəzərə alınması;
- tərəfdaşlıq proqramları və yerli icma inkişafı layihələri vasitəsilə vətəndaş cəmiyyətinin formalaşmasına töhfə.

Şirkətlərin sosial məsuliyyət məsələlərinə xüsusi diqqət yetirmələrinin əsas səbəbləri bunlardır:

- qloballaşma və onunla bağlı artan rəqabət;
- şirkətlərin artan ölçüsü və təsiri;
- dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin gücləndirilməsi;
- "istedad uğrunda müharibə" – şirkətlərin kadrlar uğrunda rəqabəti;
- vətəndaş fəallığının artması;
- qeyri-maddi aktivlərin artan rolu (reputasiya və brendlər).

Sosial məsuliyyətin bir çox tərifləri var, lakin 2010-cu ildə İSO 26000 "Sosial Məsuliyyət üzrə Təlimatlar" Beynəlxalq Standartı buraxıldıqdan sonra əksər ekspertlər bu xüsusi standartın verdiyi tərifin bu gün ən dəqiq və dolğun olması ilə razılaşırlar: "Sosial məsuliyyət - şəffaf və etik davranış yolu ilə qərar və fəaliyyətlərinin cəmiyyətə və ətraf mühitə təsirinə görə təşkilatın məsuliyyəti:

- cəmiyyətin sağlamlığı və rifahı da daxil olmaqla davamlı inkişafı təşviq edir;
- maraqlı tərəflərin gözləntilərini nəzərə alır;
- qüvvədə olan qanunlara uyğundur və beynəlxalq davranış standartlarına uyğundur;
- bütün təşkilatda təqdim olunur" [13].

Sosial məsuliyyət bütün təşkilatlara aiddir, lakin "korporativ sosial məsuliyyət (KSM)" adlanan işgüzar dairələrdə ən çox yayılıb. KSM-in başqa tərifləri də var:

- biznesin cəmiyyətə müsbət təsirini maksimum dərəcədə artırmaq və ətraf mühitə mənfi təsirini minimuma endirməklə biznesə və cəmiyyətə fayda verən və sosial, iqtisadi və ekoloji davamlı inkişafa töhfə verən məsuliyyətli biznes təcrübələrinin təşviqi;
- biznesin davamlı iqtisadi inkişafa töhfə vermək öhdəliyi, onların həyat keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq üçün işçilər, onların ailələri, yerli icma və bütövlükdə cəmiyyətlə əmək münasibətləri;



- etik standartlara və insanlara, icmalara və ətraf mühitə hörmətə əsaslanan yollarla kommersiya uğurunun əldə edilməsi.

KSM-in qeyd olunan təriflərində bəzi fərqlərə baxmayaraq, onların hər birində bu və ya digər şəkildə mövcud olan bir neçə ümumi mövqe mövcuddur ki, bu da bizə belə qənaətə gəlməyə imkan verir ki, korporativ sosial məsuliyyətin əsas məqsədi cəmiyyətin davamlı inkişafı məqsədlərinə nail olmaqdır. gələcək nəsillərin ehtiyaclarını təhlükəyə atmadan indiki nəsillərin ehtiyaclarını ödəmək kimi başa düşülür. Korporativ sosial məsuliyyət işçilərin, səhmdarların, investorların, dövlət orqanlarının, müştərilərin, biznes tərəfdaşlarının, peşəkar icmaların, bütövlükdə cəmiyyətin daxil olan şirkətlərin əsas maraqlı tərəflərinin maraqlarını nəzərə almalı və həyat keyfiyyətini yaxşılaşdırmalıdır. Eyni zamanda, qərarların qəbulu və icrası prosesində şirkətlər maraqlı tərəflərin rəy və gözləntilərini nəzərə almaq üçün onlarla davamlı qarşılıqlı əlaqəni inkişaf etdirməlidirlər. KSM prinsipləri şirkətlərin fəaliyyətinə sistemli şəkildə daxil edilməli və bütün biznes proseslərinə inteqrasiya edilməlidir. Şirkətlər qərarlar qəbul edərkən təkcə iqtisadi deyil, həm də sosial və ekoloji amilləri nəzərə almalıdırlar ki, bu da onlara öz fəaliyyətlərinin cəmiyyətə və ətraf mühitə təsirini idarə etməyə və buna görə məsuliyyət daşımağa imkan verəcəkdir. Eyni zamanda, şirkətlərin KSM-nin onların əsas biznesinə əlavə bir əlavə olmadığını və təkcə xeyriyyəçiliklə məhdudlaşmadığını başa düşmələri vacibdir. Maraqlı tərəflərin sayı, tərkibi və maraq dairəsi daim dəyişdiyindən, korporasiya tərəfindən həyata keçirilən onlarla qarşılıqlı əlaqə modelində adekvat dəyişikliklər zəruridir.

Mikro səviyyədə belə məsuliyyət - işçilər (işçilər), tərəfdaşlar, səhmdarlar və istehlakçılar qarşısında məsuliyyət münasibətlərini ehtiva edir. Beləliklə, şirkət işçilərinin sosial təminatı korporativ mədəniyyətin yaradılması və saxlanmasına, korporativ aidiyyət hissənin inkişafına, işçilərin şirkətin dəyərlərinə və ideallarına sadıqlığına yönəlmiş proqramlar və təşəbbüslərlə təmin edilir. Şirkət tərəfindən könüllü öhdəliklər əsasında işçilərə verilən sosial müavinət proqramları mövcuddur ki, bunlara aşağıdakılar daxil ola bilər:

- ◆ tibbi xidmətlər - sağlamlıq mərkəzinin, poliklinika xidmətlərinin fəaliyyəti, könüllü tibbi sığorta və işçilərin və onların ailə üzvlərinin istirahəti və sağlamlığının yaxşılaşdırılması üçün vauçerlərin verilməsi;
- ◆ kollektiv müqavilədə müəyyən olunmaq şərti ilə növbəti məzuniyyətə görə illik mükafat, maddi yardım, qaytarılan faizsiz kreditlərin verilməsi;
- ◆ işçilərə iaşə, yemək üçün kompensasiya;
- ◆ şirkətin məhsullarını alarkən işçilərə endirimlər;
- ◆ şirkət nəqliyyatı ilə iş yerinə çatdırılma;
- ◆ mobil rabitə vasitələri ilə təmin edilməsi;
- ◆ Köçürülmə ilə bağlı və regionda müqavilə üzrə işlərin görüldüyü müddət üçün xərclərin ödənilməsi;
- ◆ yaşayış sahəsinin icarə haqqının ödənilməsi, uşaq baxıcılığı xidmətləri.

Məlum olduğu kimi, davamlı inkişaf real həyatda bir-biri ilə bağlı olan iqtisadi, ekoloji və sosial komponentləri ehtiva edir. Korporativ sosial məsuliyyət konsepsiyasının ideyası ondan ibarətdir ki, biznes təkcə standart maliyyə göstəricilərini deyil, daha geniş ictimai maraqları və davamlı inkişaf tələblərini rəhbər tutmalıdır. Artıq ön plana iqtisadiyyatın birtərəfli inkişafı deyil, iqtisadiyyat-cəmiyyət-ekologiya üçlüyünün həmahəng inkişafının təmin edilməsi çıxır. Onları bir-birindən ayırmaq və ya hər hansını diqqətdən kənar qoymaq, birini digərinin ziyanına şərh etmək düzgün deyil. Bunlardan birində arzuolunan nəticələr digərində arzuolunmaz nəticələrə səbəb olur.

Cəmiyyətə açıq formada özünün ən işlənmiş variantında təqdim olunan sosial məsuliyyət şirkətlərin davamlı inkişafın aşağıdakı üç vektoru üzrə fəaliyyəti kimi başa





düşülür: iqtisadi (məhsul və xidmətlərin keyfiyyəti, təhlükəsizliyi, həmçinin onların fiziki və qiymət əlverişliliyi), ekoloji (zərərli emissiyaların və ətraf mühitə digər təsirlərin azaldılması) və sosial (öz kollektivinin və xarici sosial layihələrin inkişafı, o cümlədən xeyriyyəçilik).

Hesab edirik ki, “məsuliyyət” anlayışının işgüzar etikada rolunu açıqlamaq da əhəmiyyətlidir. Əgər işgüzar etika “rəqabətli bazar iqtisadiyyatının müasir şəraitində əxlaqi normaların və idealların necə bərqərar oluna biləcəyi məsələsi” kimi başa düşülsə [4, s.495], onda məsuliyyət anlayışının iqtisadi aktuallığı dərhal üzə çıxar. Məsuliyyət prinsipi nöqtəy-nəzərindən məsələ ondan ibarətdir ki, bazar iştirakçıları öz hərəkətlərini elə formalaşdırmalıdır ki, onların nəticələri nə rəqabətdə neqativ cəhətlərə, nə də fərdi və ya ictimai rifaha zərər vurmasın. “Məsuliyyət” anlayışı uğur yönümlü təməlinə görə bazar proseslərinə tətbiq etmək üçün xüsusilə uyğundur. “Məsuliyyət” anlayışı həm düzgün fəaliyyət qaydalarına, həm də onların uğurla həyata keçirilməsinə yönəldiyi üçün etik və iqtisadi meyarları özündə birləşdirir. Məsuliyyətlik nöqtəy-nəzərindən məsələ təkcə aksiyanın hüquqi və ya mənəvi cəhətdən zəruri olub-olmamasında deyil, həm də onun həyata keçirilməsi üçün vasitələrin mövcud olub-olmamasındadır. Başqa sözlə: iqtisadi uğur məsuliyyət prinsipini etik kateqoriyalar sırasına daxil edilməsini şərtləndirir [3, s.17]. Bütövlükdə cəmiyyətin məqsədləri üçün iqtisadi vasitələrin legitim tətbiqinə yönələn “məsuliyyət” anlayışı həm yaxşı korporativ idarəetmənin, həm də sosial və davamlı korporativ məsuliyyətin əsas prinsipidir. Məsuliyyət prinsipi nöqtəy-nəzərindən təkcə mənfəətin əldə edilməsinin hüquqi qaydalar çərçivəsində baş verib-vermədiyi yox, həm də bu zaman əsas əxlaqi prinsiplərə nə dərəcədə əməl olunduğu qiymətləndirilir. 1970-ci illərdən bəri korporativ etika sahəsində mütəxəssis olan A.B. Kerroll məsuliyyət anlayışının şirkətlə əlaqəli bu müxtəlif ölçülərini təsnif etdi [2, s.39]. Kerrollun piramida şəklində təcəssüm etdiyi modeli göstərir ki, şirkətlər məsuliyyətin gəlirli iqtisadiyyat, qanunlara əməl etməkdən və əxlaqi prinsiplərə riayət etməkdən tutmuş xeyriyyəçilik öhdəliyinə qədər bir deyil, bir-biri ilə əlaqəli müxtəlif formalarını daşıyırlar. Korporativ məsuliyyətin müxtəlif səviyyələri piramida kimi bir-birinin üzərində qurulur və bir-birinə təsir göstərir: iqtisadi mənfəət şirkətlərin sosial fəaliyyəti həyata keçirə bilməsini təmin edir; etik öhdəliklər şirkətlərə ümumi rifah üçün standartlara riayət etməyə kömək edir, bununla da şirkətlərin sosial öhdəliyini dəstəkləyir. Buradan “məsuliyyət” anlayışının nə üçün aktual iqtisadi və korporativ-etik diskussiyalarda mərkəzi rol oynadığı və korporativ sosial məsuliyyət anlayışında, həm də korporativ vətəndaşlıq, korporativ davamlılıq və korporativ idarəetmədə istifadə edildiyi aydın olur. Göründüyü kimi, biznesin əsasən səhmdarları və dövlət vergi nəzarəti orqanları qarşısında məsuliyyət daşdığı zamanlar geridə qalmışdır. Bu gün müəssisənin əsas funksiyasının cəmiyyətin tələbatlarını təmin etmək üçün dəyərin yaradılmasından və bu əsasda onun sahibləri və səhmdarları üçün mənfəət götürülməsindən ibarət olması barədə klassik təsəvvürlərdən imtina edilmişdir. Cəmiyyətlə biznesin bir-birini qarşılıqlı şərtləndirməsi zəruri olaraq biznesin sosial yönümlü və mənəvi-etik iqtisadi strategiyasının xeyrinə seçim etməsini nəzərdə tutur. Bu gün biznes “yeni investisiya cəlbəediciliyi” üçün inam yaratmalı və daim bütün maraqlı tərəflərə öz məsuliyyətini nümayiş etdirməlidir.

Biznesin sosial məsuliyyət problemi, yəni onun xalq və ya bütövlükdə cəmiyyət qarşısında məsuliyyəti son on ildə bizneslə cəmiyyət arasında mürəkkəb münasibətlərin mövcud olduğu, əhalinin gəlirlərinin güclü differensiasiya olunduğu Azərbaycanda xeyli aktuallaşmışdır. Xüsusən də, Prezident İlham Əliyevin şirkətləri sosial təsisat kimi cəmiyyətin və ətraf mühitin davamlı inkişafına görə fəaliyyətlərinin nəticələrinə, işin etik keyfiyyətinə və sosial əhəmiyyətli məsələlərə, sosial-mədəni dəyərlərə dair tutduqları mövqelərinə görə sosial məsuliyyətli olmağa dəvət etdikdən sonra bu sahədə nəzərə çarpan könüllü aktivlik prosesi



başlamışdır. KSM prinsiplərinin praktikada tətbiqi transmilli korporasiyaların rolunu kökündən dəyişmişdir: biznes təkcə iqtisadi tərəqqinin əsas katalizatoru kimi deyil, həm də cəmiyyətdə sosial sabitliyin qorunmasında fəal iştirak edən təsisat kimi çıxış etməyə başladı.

### **Azərbaycanda korporativ məsuliyyətin inkişaf xüsusiyyətləri**

Azərbaycanda korporativ məsuliyyət sahəsində lider neft biznesidir ki, bu da bir neçə səbəblə izah olunur. Birincisi, bu, ölkənin ən zəngin sənaye sahəsidir. Neft kompleksi hər bir ölkənin dövləti üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir. Vətəndaşların rifahı onun inkişaf səviyyəsindən çox asılıdır. Bu sahədə fəaliyyət göstərən şirkətlər o qədər böyükdür ki, onların hər hansı bir hərəkəti ölkənin bütün iqtisadi, siyasi və sosial vəziyyətinə ciddi təsir göstərir. Regionların hansı istiqamətdə inkişaf edəcəyi də əsasən onların hərəkətindən və ya hərəkətsizliyindən asılıdır. Hər hansı, hətta ən kiçik bir səhlənkarlıq ciddi ekoloji və sosial nəticələrə səbəb ola bilər. Buna görə də həm strategiyalar, həm də onların neft TMK-larında tətbiqi prosesi spesifik xarakter daşıyır. İkincisi, yerli hakimiyyət orqanları və ictimai hərəkətlər bu şirkətləri diqqətlə izləyirlər. Amma bu, xeyli dərəcədə sosial yönümlü layihələrin miqyası ilə bağlıdır ki, bu da biznesin xarakteri və ölkənin demək olar ki, bütün bölgələrində törəmə müəssisələrinin olması ilə izah olunur. Bundan başqa, neft şirkətləri ətraf mühitin çirklənməsinin əsas mənbələrindən biridir. Deyilənləri öz sənayesində lider və buna görə də KSM sahəsində model olan neft şirkətinin nümunəsində nəzərdən keçirmək lazımdır. Belə bir şirkət SOCAR şirkətidir. Neft sahəsində tanınmış lider olan SOCAR özünün davamlı inkişaf proqramlarını işləyib hazırlayır, beləliklə də bir sıra mürəkkəb korporativ məsələləri kənar təşkilatları cəlb etmədən müstəqil həll edir. SOCAR-ın dünya boyunca milyardlarla dollarlıq biznesi olan müəssisə statusu sayəsində çoxlu sayda təşkilatlar, qurumlar və hökumətlərlə əməkdaşlıq edir. Belə təşkilatlara misal olaraq Dünya Bankı, Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankı və Asiya İnkişaf Bankını göstərmək olar. “SOCAR”-ın sosial investisiyalarının strukturuna nəzər salaq.

KSM çərçivəsində “SOCAR” birbaşa yerli icmaların həyatına təsir göstərən sferalara investisiya qoyur. Şirkətin vəsaitlərinin çox hissəsi sosial infrastrukturun və təhsilin inkişafına yönəldilir. Belə ki, “SOCAR” sosial infrastruktur obyektlərinin tikintisi və təmiri ilə bağlı bir çox layihələr həyata keçirir. Bakının şəhər meydanları və küçələrindəki istirahət parklarının çoxu təmir edilmişdir ki, yerli əhali asudə vaxtını yaşillıq arasında keçirə bilsin. Eyni zamanda, SOCAR Bakı şəhərinin mərkəzində bir çox tarixi binaların bərpa və təmirində iştirak edir.

Şirkətin təhsil və gənclər siyasəti xüsusi maraq kəsb edir. Dövlət proqramları çərçivəsində SOCAR-ın vəsaitləri hesabına ölkənin müxtəlif bölgələrində bir sıra yeni orta məktəblərin tikilib və təmir olunub. Bundan başqa, SOCAR gənclərin biznesin aparılması prinsiplərinə və gələcək karyeranı planlaşdırmağın digər vasitələrinə yiyələnməsi üsulu kimi Yay Məktəbini açmışdır. Təklif olunan paket stajkeçmə və sertifikatlaşdırma proqramından ibarətdir ki, bu da gənclərin təkcə SOCAR-la deyil, həm də müasir korporativ mədəniyyətin əsasında duran ümumi ideyalarla tanış olmasına şərait yaradır. SOCAR üçün əsas üstünlüklərdən biri Yay Məktəbinin xüsusi istedadla malik olan və bu səbəbdən də ixtisaslı işçi kimi cəlb edilə biləcək gənclərin müəyyənləşdirilməsində təşkilata köməklik göstərməsində əldə etdiyi əla nəticələndir. Ekoloji məsələlərə gəldikdə, qeyd etmək lazımdır ki, BMT tərəfindən irəli sürülən İqlim Dəyişikliyinə dair Çərçivə Konvensiyası SOCAR tərəfindən ratifikasiya olunmuşdur. Azərbaycan iqtisadiyyatının texniki cəhətdən yenidən təchiz edilməsi və innovativ inkişafının ilk növbədə enerji baxımından səmərəli və ekoloji cəhətdən təmiz olan, yəni çirkləndiricilərin və tullantıların aşağı emissiyaları ilə xarakterizə olunan texnologiyalardan və istehsal üsullarından istifadə edilməsini tələb etdiyini nəzərə alan şirkət 2008-ci il üçün öz ekoloji siyasətini təsdiq etdi, onun rəhbərləri isə iqlim dəyişikliyi



təhlükəsinin aradan qaldırılması və istixana qazı istehsalının azaldılması ilə bağlı gələcək siyasətin konturlarını müəyyən etdi. SOCAR özünün Ekoloji Ölçmə Mərkəzindən nəqliyyat vasitələrindən istifadənin yerli və qlobal ekosistemlərə potensial neqativ təsirlərini qiymətləndirmək üçün istifadə edir. Onlar da neft hasilatı nəticəsində uzun müddət çirklənmənin neqativ təsirlərinə məruz qalan bölgələrin rekultivasiyasına yönələn təşəbbüslərlə uğurla çıxış etdilər. SOCAR rəhbərləri əlavə olaraq özünün Tullantıların İdarəetmə Mərkəzinin dəstəyi ilə tullantıların idarə olunmasına dair kompleks protokollar işləyib hazırladılar.

Gənc mütəxəssislərlə iş şirkətin daxili korporativ siyasətinin ən mühüm hissəsidir. Şirkətdə gənc işçilərin dəstəklənməsinə və inkişafına yönəlmiş bir çox müxtəlif proqramlar mövcuddur; bu cür proqramlar universitet məzunlarının iş yerinə tez uyğunlaşmasına, peşə bacarıq və vərdişlərinin inkişafına kömək edir. Bütün bunlar, sosial zəmanətlər və davamlı karyera yüksəlişi perspektivləri ilə yanaşı, gənc mütəxəssisə özünü inamlı hiss etməyə və buna görə də xüsusilə səmərəli işləməyə imkan verir. Şirkət tərəfindən sosial layihələrin maliyyələşdirilməsinin əsas mexanizmi regionlarla sosial-iqtisadi əməkdaşlıq haqqında sazişlərdir. Bu sazişlər layihələrin, məsələn, sosial əhəmiyyətli obyektlərin tikintisi və ya təmiri ilə layihələrin seçilməsi və həyata keçirilməsi işinin regional hakimiyyət orqanları ilə əlaqələndirməyə imkan verir. Həmçinin şirkətin öz uzunmüddətli sosial proqramları da var. Şirkətin sosial məsuliyyətli siyasətinin həyata keçirilməsi əsas neft hasilatçısı olan rayonlarda həyata keçirilir. Bu, şirkətin öz işçilərinin və ailələrinin yaşayış şəraitini yaxşılaşdırmaq istəyi ilə izah oluna bilər. Belə bir siyasət həm şirkətə, həm də biznesin təmsalında yerli icmaların sosial inkişafına mühüm investor əldə edən yerli hakimiyyət orqanları üçün də faydalıdır. Ən yüksək ixtisaslı əməkdaşları cəlb edib saxlamaq üçün SOCAR çoxsaylı əməkdaşlarına şəxsi və peşə inkişafı ilə bağlı təşəbbüslər formasında bir çox imkanlar təqdim etmişdir. SOCAR həmçinin bu işə sadıqlığını təhsil investisiyalar şəklində yerli icmalara qarşı da nümayiş etdirir. İri informasiya-təbliğat proqramına misal olaraq yerli gənclərə uzunmüddətli karyera inkişafı üçün lazımı bacarıqlar verən təlimlər təklif etməklə onların hüquq və imkanlarının genişləndirilməsi vasitəsilə insan kapitalının inkişafına dəstək olan Bakı Ali Neft Məktəbini göstərmək olar. Təhsil və təlim sahəsində yerli təşəbbüslərə investisiya qoyuluşu üçün əsas stimül gənclərin ən yaxşı təhsil formaları ilə tanış etdirilməsidir ki, bu da öz növbəsində yalnız SOCAR-ın deyil, bölgə daxilində fəaliyyət göstərən digər şirkətlərin də cəlb edə biləcəyi böyük bir perspektivli kadr ehtiyatının yaradılmasına kömək edir.

Bir sözlə, şirkətin gənclər siyasəti korporativ inkişafın özünəməxsus, xüsusi konsepsiyasıdır ki, bu da öz növbəsində, əksəriyyəti məhz heyət və cəmiyyətə münasibətdə korporativ sosial məsuliyyətə aid olan müxtəlif strategiyalardan ibarətdir. SOCAR öz əməkdaşlarının sosial məsələlərinə də xüsusi diqqətlə yanaşır. Müasir istehsal şəraiti tələb edir ki, neft-kimya və qaz sənayesində çalışan hər bir əməkdaşı sağlamlığına təsir göstərən müxtəlif təsirlərə, müxtəlif iqlim şəraitinə və gərginlik və stres amillərinə qarşı durmaq iqtidarında olsun. Buna görə də SOCAR öz əməkdaşlarının sağlamlığının qorunmasına əmək şəraitinin təhlükəsizliyi, istirahətin təşkili, ilkin və vaxtaşırı tibbi müayinələr, stasionar müayinələr və müalicələrin keyfiyyətinin yüksəldilməsi kimi tədbirlərin mütəmadi təşkil edilməsini əhatə edən kompleks yanaşma tətbiq edir. Beləliklə, biz "SOCAR"-ın praktikada korporativ sosial məsuliyyət strategiyalarını necə tətbiq etdiyini araşdırdıq. "SOCAR"-ın sosial investisiyalarının strukturunu təhlil etdikdən sonra biz əmin olduq ki, "SOCAR" həqiqətən də KSM sahəsində mükəmməl korporativ inkişaf proqramları və KSM strategiyalarının tətbiqi üçün yetərli alətlər dəsti olan sosial məsuliyyətli şirkətdir. KSM fəlsəfəsinə uyğun hərəkət etmək və öz strateji hədəflərini cəmiyyətin hədəfləri ilə uzlaşdırmaq



– şirkətin uzunmüddətli perspektivdə öz daxili gündəliyini davamlı şəkildə yerinə yetirməsinin zəruri hissəsini bu təşkil edir.

#### **Nəticə**

Azərbaycanın iqtisadiyyatı və infrastrukturunu inkişaf etdikcə, SOCAR öz işçilərinə, onların daha geniş icmalarına və insan cəmiyyətini qoruyan təbii ekosistemlərə investisiya qoymağa davam etməklə əhəmiyyətli oyunçu olaraq qalacaqdır. Müəllifin gəldiyi ən mühüm nəticələrdən biri korporativ sosial məsuliyyət konsepsiyasının həyat qabiliyyətinin təsdiq olunması və bu prosesin inkişaf etdirilməsi zərurətinin ictimaiyyətimiz tərəfindən qəbul edilməsidir. KSM müasir dünyanın obyektiv reallığıdır və əksər hallarda şirkət tərəfindən KSM prioritetlərinin düzgün seçilməsi təkcə şirkətin rəqabət qabiliyyətinin artmasına deyil, həm də sağlam və etik cəmiyyətin yaranmasına səbəb olur. Daha bir nəticə ondan ibarətdir ki, Azərbaycanda korporativ sosial məsuliyyətin inkişafı qlobal tendensiyalara uyğundur, lakin indiyədək bu, ləng gedir və kiçik və orta biznesi demək olar ki, əhatə etmir. Azərbaycan kiçik və orta biznesi, bir qayda olaraq, yalnız yerli miqyasda xeyriyyəçiliklə məhdudlaşır. Akin XIX əsrin sonu-XX əsrin əvvəllərində Azərbaycanda sosial xeyriyyəçiliyin zəngin ənənələrini və köklərini nəzərə alaraq, qeyd etmək olar ki, yerli şirkətlər qısa müddətdə KSM-nin ümumdünya səviyyəsinə onun müasir versiyasında - biznes və bütövlükdə dövlət üçün davamlı inkişaf variantında çatacaqlar.

#### **Ədəbiyyat**

- 1.Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года [Электронный ресурс] //ООН, Нью-Йорк, 2015–44 с. Режим доступа: [http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ares70d1\\_ru.pdf](http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ares70d1_ru.pdf)
- 2.Carroll, Archie B./Buchholtz, Ann K.: Business and Society. Ethics and Stakeholder Management. 2003.
3. Heidbrink, Ludger: Das Verantwortungsprinzip in der Marktwirtschaft, In: Ludger Heidbrink/Alfred Hirsch (Hg.): Verantwortung als marktwirtschaftliches Prinzip. Zum Verhältnis von Moral und Ökonomie, Frankfurt/New York 2008, 11-27.
- 4.Pies, Ingo/von Winning, Alexandra: Wirtschaftsethik. In: Rolf Hasse/Hermann Schneider/Klaus Weigelt: Lexikon Soziale Marktwirtschaft. Paderborn, 2005, 495-498.
- 5.Воеводкин Н.Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления. // Журнал «ARS ADMINISTRANDI» («Искусство управления»), 2011 г., с. 53.
- 6.О. Алексеева. Социальная ответственность компаний – опыт Запада и России // журнал “Меценат”, №4, 2011 г.

#### **Çəvid İftixar ođlu Huseynli**

#### **Стратегии корпоративной социальной ответственности транснациональных компаний в Азербайджане в контексте устойчивого развития**

#### **Резюме**

В статье рассматриваются вопросы корпоративной социальной ответственности в контексте устойчивого развития, освещаются место и роль этого события в современном обществе, рассматриваются специфические особенности реализации корпоративной социальной ответственности в транснациональных компаниях Азербайджана на примере SOCAR, стратегии КСО как инструмента повышения уровня конкурентоспособности и структуры социальных инвестиций.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, бизнес, корпоративная социальная ответственность, экономика, общество, экология





**Javid İftikhar Huseynli**

***Corporate social responsibility strategies of transnational companies in Azerbaijan in the context of sustainable development***

***Summary***

*The article considers the issues of corporate social responsibility in the context of sustainable development, highlights the place and role of this event in modern society, examines the specific features of corporate social responsibility in transnational companies in Azerbaijan on the example of SOCAR, CSR strategies as an instrument of increasing competitiveness and the structure of social investments.*

**Keywords:** *sustainable development, business, corporate social responsibility, economy, society, environment*

***Elmi redaktor: i.f.d., dos.Y.Məmmədov.***

***Daxil olub: 03.08.2021.***

***Çapa qəbul olunub: 10.08.2021.***