

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ
QEYRİ-HÖKUMƏT TƏŞKİLATLARINA
DÖVLƏT DƏSTƏYİ AGENTLİYİ



Prioritet
Sosial İqtisadi Araşdırmalar
Mərkəzi İB

QHT-Biznes əməkdaşlığı potensialı və tövsiyələr

TƏDQİQAT HESABATI



BAKİ 2026

- Bu analitik hesabat Azərbaycan Respublikasının Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Agentliyinin maliyyə dəstəyi ilə “Prioritet” Sosial İqtisadi Araşdırmalar Mərkəzi İctimai Birliyi tərəfindən icra olunan “QHT-Biznes tərəfdaşlığının gücləndirilməsi: sosial məsuliyyət üçün birgə təşəbbüslər” layihəsi çərçivəsində hazırlanmışdır. Hesabat Azərbaycanda Korporativ Sosial Məsuliyyət (KSM) və ESG (Ekoloji, Sosial, İdarəetmə) prinsipləri çərçivəsində vətəndaş cəmiyyəti ilə korporativ sektor arasındakı mövcud münasibətləri, struktur boşluqları və qanunvericilik mühitini, xüsusilə vergi təşviqi mexanizmlərini dərinləşdirilmiş şəkildə təhlil edir.
- Tədqiqatın əsas hədəfi biznes və QHT-lər arasında strateji dialoq mexanizmlərinin qurulması, maneələrin hüquqi-praktik aradan qaldırılması və effektiv əməkdaşlıq mühitinin yaradılması üçün hərtərəfli yol xəritəsi təqdim etməkdir.

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: (+99450) 3164694

E-mail: prioritetsiam@gmail.com

1. Ön söz

2. Giriş

3. Xülasə

4. Metodologiya

5. QHT-lər arasında sorğunun nəticələri və təhlili

6. Şirkətlər arasında sorğunun nəticələri və fokus qrup tapıntıları

7. QHT-lər və Şirkətlər arasında sorğunun müqayisəli təhlili

8. KSM güzəştləri ilə əlaqədar milli qanunvericiliyin təhlili və struktur çətinliklər

9. Təkliflər

▪ Ön söz

Müasir global iqtisadi və sosial çağırışlar fonunda biznes sektorunun ictimai məsuliyyəti ənənəvi xeyriyyəçilik anlayışından çıxaraq korporativ dayanıqlılığın, risklərin idarə edilməsinin və strateji inkişafın ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Azərbaycanda yeni KSM və ESG mərhələsində qeyri-hökumət təşkilatlarının (QHT) şirkətlərin layihə icraçısından strateji tərəfdaşına çevrilməsi artıq sadəcə arzu deyil, obyektiv zərurətdir.

Bu “Prioritet” SIAM İB-in şirkətlərin Azərbaycanda şirkətlərin KSM təcübəsi və bu sahədə vətəndaş cəmiyyəti ilə əməkdaşlığın mövcud vəziyyəti, bu istiqamətdə müşahidə olunan çətinliklər. Milli KSM təcrübəsinin təkamülünə həsr olunan ikinci tədqiqat hesabatıdır. Ötən il hazırlanmış “Azərbaycanda şirkətlərin korporativ sosial məsuliyyət fəaliyyətlərində QHT-lərlə əməkdaşlıq təcrübəsi” hesabatı 90-dən çox aparıcı şirkətin korporativ sosial məsuliyyət (KSM) siyasətlərini və qeyri-hökumət təşkilatları (QHT) ilə əməkdaşlığını təhlil edirdi.



Yeni tədqiqatımız isə tədqiqat ölkənin biznes ekosistemində və vətəndaş cəmiyyətində mühüm bir keçid mərhələsini qiymətləndirməyə yönəlmişdir. Əldə etdiyimiz empirik məlumatlar, o cümlədən 98 QHT və 50 şirkət arasında aparılan sorğunun nəticələri göstərir ki, tərəflər arasında əməkdaşlıq üçün kifayət qədər güclü potensial və resurs mövcuddur. Lakin strateji uzlaşma, institusional dialoq, peşəkarlıq asimetriyası və ən əsası, qanunvericilik bazasındakı, xüsusən fiskal siyasətdəki müəyyən boşluqlar bu potensialın tam reallaşmasına ciddi əngəl törədir.

Ümid edirəm ki, təqdim olunan bu hesabat həm biznes liderləri, həm vətəndaş cəmiyyəti nümayəndələri, həm də qərarverici dövlət qurumları üçün Azərbaycanda daha şəffaf, ölçülə bilən və real ictimai təsirə malik sosial məsuliyyət modelinin qurulmasında etibarlı bələdçi rolunu oynayacaqdır.

Hər iki hesabatın rəqəmsal varinatını psiam.org saytının “Hesabatlar” bölməsindən yükləyə bilərsiniz.

Zaur İbrahimli

“Prioritet” SIAM İB sədri, Layihə rəhbəri

▪ GİRİŞ

Korporativ Sosial Məsuliyyət (KSM) qlobal miqyasda şirkətlərin cəmiyyət, iqtisadiyyat və ətraf mühit qarşısındakı fəaliyyətlərini tənzimləyən, tərəqqini təmin edən əsas paradigma kimi qəbul edilir.

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Qlobal Sazişi (UN Global Compact), ISO 26000 və Qlobal Hesabatlılıq Təşəbbüsü (GRI), eləcə də Avropa İttifaqının Korporativ Davamlılıq Hesabatı Direktivi (CSRD) kimi beynəlxalq çərçivələr biznesin sosial təsirinin ölçülməsini və maraqlı tərəflərlə (xüsusilə vətəndaş cəmiyyəti ilə) sistemli əməkdaşlığı birmənalı şəkildə tələb edir.

Azərbaycanda biznes subyektlərinin ictimai məsuliyyət təcrübəsi XIX əsrin neft bumu dövrünün zəngin xeyriyyəçilik ənənələrindən bəhrələnsə də, müasir dövrdə bu fəaliyyətlər tədricən ESG (Ekoloji, Sosial və İdarəetmə) prinsiplərinə və "bölüşülən dəyər" modelinə transformasiya olunur. Bu keçid mərhələsində BMT-nin Davamlı İnkişaf Məqsədlərini (DİM) reallaşdıracaq peşəkar vasitəçi kimi QHT-lərin rolu xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Hazırkı analitik hesabatın əsas missiyası həm iqtisadi, həm də sosioloji prizmadan tərəflər arasındakı mövcud münasibətlərin dərin diaqnostikasını aparmaq, struktur, institusional və hüquqi maneələri təftiş etmək və beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan islahat paketini təqdim etməkdir.

Azərbaycan bu sahədə inkişafa nail olmaq üçün qabaqcıl təcrübə əsasında güzəştlər sisteminə yenidən nəzər salmalıdır. Qonşu ölkələrin təcrübəsi ilə müqayisədə KSM xərclərinə tətbiq olunan güzəştlər dairəsi məhdud sayıla bilər.

Türkiyədə Gəlir və Korporativ Vergi qanunvericiliyinə əsasən, vergi ödəyiciləri tərəfindən ümumi mənavəyə, ictimai maraqlara xidmət edən və dövlət tərəfindən vergi güzəştli statusu verilmiş fondlara, assosiasiyalara, məktəblərə, xəstəxanalara və elmi-tədqiqat qurumlarına edilən ianə və yardımların illik mənfəətin müəyyən bir faizinə qədər olan hissəsi (bəzi strateji layihələrdə və təhsil-səhiyyə obyektlərinin tikintisində isə tamamilə) vergidən azad olunur və ya gəlirdən çıxılan xərc kimi tanınır.

Gürcüstan Vergi Məcəlləsi özəl sektorun sosial məsuliyyət layihələrinə və xeyriyyə təşkilatlarına yönəltdiyi vəsaitlərin stimullaşdırılması üçün güzəştli mexanizmlər nəzərdə tutur. Xüsusilə müvafiq ictimai faydalı statusu olan təşkilatlara edilən ianələr şirkətlərin mənfəət vergisi öhdəliyinin hesablanması zamanı çıxılan xərc kimi nəzərə alınır və vergi yükünü azaldır.

Qazaxıstanda dövlət tərəfindən KSM mədəniyyətini və xeyriyyəçiliyi təşviq etmək məqsədilə xüsusi stimullaşdırıcı tədbirlər tətbiq olunur. Sosial, təhsil, səhiyyə və ekoloji layihələrə investisiya edən və ya ianə ayıran sahibkarlıq subyektləri üçün qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş hədlər çərçivəsində vergi güzəştləri tətbiq edilir, həmçinin fəal şirkətlər dövlət səviyyəsində mükafatlandırılır.

Bu hesabat məhz korporativ sektorla QHT sektorunun əməkdaşlığın dərinləşdirilməsinin institusional mexanizmləri ilə yanaşı vergi güzəştləri ilə əlaqədar yanaşmasını, baxışını da əks etdirir.

▪ XÜLASƏ

Tədqiqatın nəticələri Azərbaycanın KSM sahəsində həlledici bir institusional keçid mərhələsində olduğunu, lakin bu prosesin dərin "qavrayış uçurumu" və məlumat asimetriyası ilə müşayiət edildiyini təsdiqləyir.

Əsas tapıntılar sübut edir ki, şirkətlər və QHT-lər arasında etimadsızlıq problemi düşünüldüyündən qat-qat azdır. **Biznes sektorunun 54.0%-i tam, 30.0%-i isə qismən (ümumilikdə 84%) QHT-lərə güvəndiyini bildirdiyi halda, QHT-lərin 80.7%-i biznesin onlara inanmadığını və ehtiyatlı yanaşdığını zənn edir.**

İkinci mühüm tapıntı motivasiya fərqidir. **Şirkətlərin 74.0%-i peşəkar təklif olacağı təqdirdə QHT-lərlə birgə fəaliyyətə tam hazırdır və onların mütləq əksəriyyəti (68.0%) KSM layihələrindən PR yox, real, ölçülə bilən xalis sosial təsir gözləyir.** Buna rəğmən, QHT-lərin 61.2%-i hələ də biznesin yalnız reklam və nüfuz axtarışında olduğunu düşünərək müraciətlərini ənənəvi "qrant istəyi" formasında qurur.

Vəziyyəti daha da mürəkkəbləşdirən amil hər iki sektorun (şirkətlərin 40.0%-i, QHT-lərin 64.3%-i) təsdiq etdiyi kimi, birbaşa institusional dialoq mexanizmlərinin yoxluğu və KSM xərclərinə effektiv vergi güzəştlərinin məhdud olmasıdır.

Hesabatda "qarışıq tədqiqat dizaynı" tətbiq edilmişdir ki, bu da məlumatların validliyini və etibarlılığını maksimuma çatdırmağa imkan verir.

- **Kəmiyyət analizi (sorğular)**- 2026-cı ilin 1 iyul – 11 sentyabr tarixləri arasında təxminən 2.5 ay müddətində ümummilli miqyası (regionlar daxil olmaqla) əhatə edən **99 QHT** və müxtəlif iqtisadi sektorları (maliyyə, telekommunikasiya, sənaye, xidmət, hasilat və s.) təmsil edən **50 aparıcı şirkət** arasında standartlaşdırılmış onlayn anketlər vasitəsilə məlumat toplanmışdır.
- **Sorğunun** göstəricilərinin səbəb-nəticə əlaqələrini öyrənmək məqsədilə **10 müxtəlif biznes subyektinin** nümayəndələri (KSM departament rəhbərləri, PR menecerlər və top-menecerlər) ilə fokus qrup müzakirələri aparılmışdır. Bu addım şirkətlərin "pərdəarxası" gözləntilərini və rədd edilən layihələrin əsas arqumentlərini üzə çıxarmışdır.
- AR Vergi Məcəlləsinin müvafiq maddələri (xüsusən 106.1.18), Nazirlər Kabinetinin təsdiq etdiyi meyarlar, eləcə də beynəlxalq qurumların (BMT, Aİ, OECD) direktivləri və qabaqcıl xarici dövlətlərin (Almaniya) təcrübələri analiz edilmişdir.

▪ QHT-LƏR ARASINDA SORĞUNUN NƏTİCƏLƏRİ VƏ TƏHLİLİ

Sorğu 1 iyul 2026 – 11 sentyabr 2026 tarixləri arasında keçirilmişdir. Cavabların toplanması təxminən 2,5 ay davam etmişdir. Sorğuda 98 QHT iştirak etmişdir. Respondentlərin böyük əksəriyyəti Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində və Bakı şəhərində fəaliyyət göstərən qeyri-hökumət təşkilatlarıdır. Sorğu 12 əsas sualdan ibarət olmuşdur.

Tədqiqatda iştirak edən 98 QHT-nin coğrafi və fəaliyyət profili yüksək representativliyə malikdir:

- **Fəaliyyət spektri**- Əsas pay sosial müdafiə və sosial xidmətlər (41.8%), insan hüquqları və hüquqi yardım (24.5%), təhsil və elm (22.4%), gender bərabərliyi (21.4%) və ekologiya (14.3%) sahələrinə məxsusdur.
- **Coğrafi əhatə** - Təşkilatların 82.7%-i bütün ölkə üzrə ümummilli miqyasda fəaliyyət göstərir.
- **KSM anlayışının qavranılması** - Təşkilatların 81.6%-i KSM-i müasir ESG (ekoloji, sosial və idarəetmə) məsuliyyəti kimi dərk edir; yalnız 15.3%-i ənənəvi xeyriyyəçilik kimi baxır.
- Bu göstərici vətəndaş cəmiyyətində güclü konseptual transformasiyanın getdiyini göstərir.

Etimad qıtlığı

Respondentlərin 42.9%-i biznesin QHT-lərə etimadının "çox aşağı" olduğunu, 37.8%-i isə şirkətlərin "ehtiyatlı davrandığını", 12.2%-i ümumiyyətlə heç bir etimadın olmadığını bildirir. Cəmi 7.1% respondent tam etimad mühitinin olduğunu düşünür.

Cəmiyyətin iki əsas sütunu arasında horizontal sosial kapital formalaşmayıb.

Tərəflər bir-birini tərəfdaş kimi deyil, risk mənbəyi və ya kənar subyekt kimi qavrayır.

İnstitusional dialoq çatışmazlığı

Ən böyük institusional maneə kimi tərəflər arasında birbaşa ünsiyyət, dialoq və məsləhətləşmə kanallarının sistemsizliyi (64.3%) göstərilir.

İki sektor arasında böyük bir "**struktur boşluq**" mövcuddur. Nəticədə informasiya axını qırılır və etimad quruculuğu təşəbbüsləri ciddi nəticə vermir.

Motivasiya fərqləri - Biznesin motivasiyası (QHT-lərin gözü ilə)

Respondentlərin **61.2%**-i biznesin əsas məqsədinin PR və brend nüfuzu, **36.7%**-i vergi, hüquqi güzəştlər, **30.6%**-i isə dövlət qurumları ilə münasibətləri müsbət müstəvidə saxlamaq olduğunu qeyd edir.

Yalnız **35.7%** biznesin cəmiyyətə real fayda vermək istədiyinə inanır.

QHT-lərin gözləntisi

Təşkilatların **63.3%**-i birbaşa maliyyə dayanıqlığı, sponsor, donor axtarışındadır.

Lakin ikinci ən böyük gözlənti – **49.0%** birdəfəlik aksiyalar yerinə 1-3 illik davamlı strateji proqramlar, **35.7%** isə "ağıllı tərəfdaşlıq" arzusudur.

QHT sektoru uzunmüddətli institusional maliyyələşmə və ortaq layihə axtarır.

Şirkətlərə əməkdaşlıq əlçatandırımı?

Əməkdaşlığın real praktikasına baxdıqda, respondentlərin **37.8%**-i heç vaxt şirkətlərlə işləməyib, **24.5%**-i cəhd göstərüb lakin nəticə əldə edə bilməyib. Yalnız **26.5%** dəfələrlə əməkdaşlıq edə bilib.

Respondentlərin **34.7%**-i şirkətlərdə qərarvericilərə (KSM, PR rəhbərlərinə) birbaşa çıxışın olmadığını, **24.5%**-i isə şirkətlərin rəsmi müraciətlərə ümumiyyətlə cavab vermədiyini bildirir.

Sorğuda iştirak edənlərin **29.6%**-i şirkətlərin yalnız böyük və artıq tanınmış QHT-lərlə işləməyə üstünlük verdiyini vurğulayır.

Yeni resursu və tanınması çox olan QHT-lər daha çox cəlb olunur, digər, həmçinin yeni və regional təşkilatlar isə kənarda qalır

QHT-lərin ehtiyacları

Daxili potensialını qiymətləndirərkən QHT-lərin **42.9%**-i biznesin "dilini" bildiyini və "tam hazır olduğunu", **44.9%**-i isə orta səviyyədə olduğunu bildirir (cəmi **87.8%** hazırlıqlı olduğunu düşünür.

Lakin ehtiyac duyulan təlim mövzuları soruşulduqda, eyni respondentlərin **56.1%**-i şirkətlərin ESG strategiyalarına uyğun layihə təklifi yazmaqda, **30.6%**-i sosial təsirin ölçülməsində (KPI və SROI), **26.5%**-i isə bizneslə onların maraqlı çərçivəsində danışıqlar aparmaqda təlimə ciddi ehtiyac duyduğunu etiraf edir.

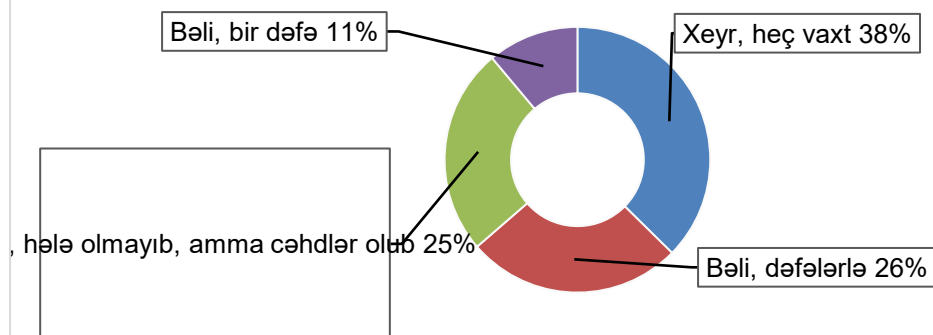
Bu disbalans göstərir ki, vətəndaş cəmiyyətində subyektiv inam yüksək olsa da, korporativ sektorun tələb etdiyi sərt analitik-metodoloji yanaşma və səriştə, məsələn, SROI, ESG uyğunluğu, çatışmır. Beynəlxalq və regional (Türkiyə) modellərin öyrənilməsinə olan **59.2%**-lik tələbat da bunu təsdiqləyir.

Nəticə və strateji dialoq ehtiyacı

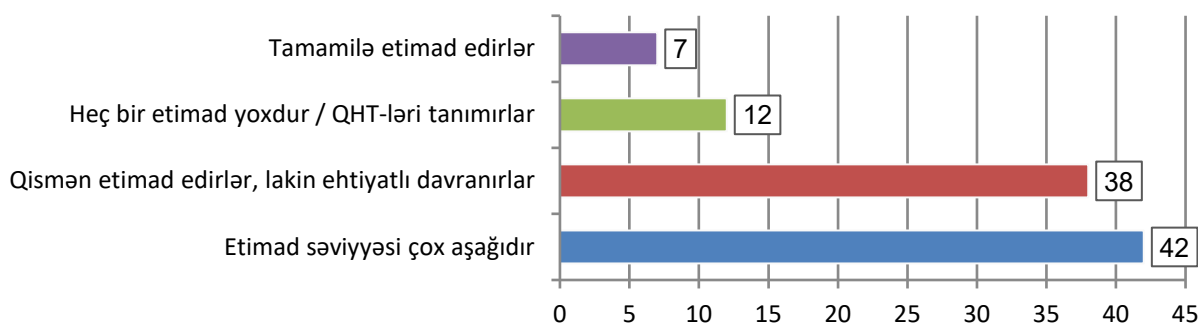
QHT-lərin baxışına görə Biznes KSM-i fərdi ianə və ya "işçi korporativ tədbiri" kimi görməkdən çıxmalı, investisiya və risk menecmenti alətinə çevirməlidir. Respondentlərin **45.9%-i** effektiv vergi stimullarının olmamasını əsas institusional əngəl sayır. QHT-lərə görə dövlət bu sahədə fiskal təşviq mexanizmləri yaratmalıdır.

QHT-lərlə şirkətlər arasında birbaşa əlaqələndirici platformalar, biznes assosiasiyaları (ASK, AFchamber, KOBİA) şəffaf tərəfdaşlıq reyestrləri formalaşdırılmalıdır. Bu addım həm etimad qıtlığını aradan qaldıraraq və KSM layihələrinə daha inklüziv edər.

Sual 4: Təşkilatınız özəl şirkətlə KSM çərçivəsində birgə layihə icra edibmi?



Sual 7: Özəl sektorun QHT-lərə olan etimad səviyyəsi necədir?



▪ Şirkətlər arasında sorğunun nəticələrinin təhlili

Şirkətlər arasında sorğunun əsas məqsədi Azərbaycanda fəaliyyət göstərən biznes qurumlarının Korporativ Sosial Məsuliyyət (KSM) və ESG (ətraf mühit, sosial, idarəetmə) fəaliyyətlərində yerli QHT-lərlə əməkdaşlıq təcrübəsini, onlara etimad səviyyəsini, gözləntilərini, mövcud maneələri və gələcək əməkdaşlıq marağını qiymətləndirməkdir.

Xüsusi məqsədlər:

- Şirkətlərdə KSM/ESG funksiyasının hansı struktur bölmə tərəfindən idarə olunduğunu müəyyən etmək;
- Yerli QHT-lərlə əməkdaşlıq formatlarını və təcrübəsini ölçmək;
- Biznesin QHT-lərə etimad səviyyəsini və əsas şübhələrini aşkarlamaq;
- KSM çərçivəsində ən mühüm gözləntiləri və maneələri müəyyənləşdirmək;
- QHT müraciətlərinin keyfiyyətini qiymətləndirmək;
- Biznes assosiasiyaları ilə QHT sektoru arasında ən effektiv tərəfdaşlıq mexanizmlərini müəyyən etmək;
- Gələcəkdə şirkətlərin QHT-lərlə KSM əməkdaşlığına maraq dərəcəsini təhlil etmək.

Respondentlər haqqında məlumat

Sorğuda 50 şirkət iştirak etmişdir. Onların arasında iri şirkətlər, KOB-lar, konsalting şirkətləri, media, təhsil, səhiyyə, maliyyə, aviasiya və QHT sektorunun nümayəndələri var. Məsələn: ABB, Azərbaycan Hava Yolları, Uniser Group MMC, A and J Holding MMC, Azvestgroup MMC, Korall Consulting MMC və s. "Digər" sektorunun 29,2% təşkil etməsi sektor təsnifatının tam dəqiq olmadığını göstərir. Bu, sektorlararası müqayisəni məhdudlaşdırır, lakin ümumi tendensiyləri müəyyən etmək üçün kifayət qədər məlumat vardır.

4.1. KSM/ESG funksiyasını hansı departament idarə edir?

Departament	Say	%
Şirkətimizdə bu funksiyaları daşıyan xüsusi bölmə yoxdur	15	30,0%
Birbaşa rəhbərlik / Direktorlar Şurası	21	42,0%
İctimaiyyətlə Əlaqələr (PR) və ya Marketing şöbəsi	7	14,0%
İnsan Resursları (HR) şöbəsi	3	6,0%
Xüsusi KSM / ESG departamenti və ya mütəxəssisi	4	8,0%

Nəticələr göstərir ki, KSM/ESG fəaliyyəti əsasən institusionallaşmamışdır. Respondentlərin yarısında bu funksiya birbaşa rəhbərlik tərəfindən idarə olunur. Hər üç şirkətdən birində isə ümumiyyətlə bu funksiyaları daşıyan xüsusi bölmə yoxdur. Yalnız 4 respondentdə xüsusi KSM/ESG departamenti və ya mütəxəssisi mövcuddur. Bu, KSM/ESG-nin hələ də sistemli idarəetmə sahəsi kimi tam formalaşmadığını göstərir.

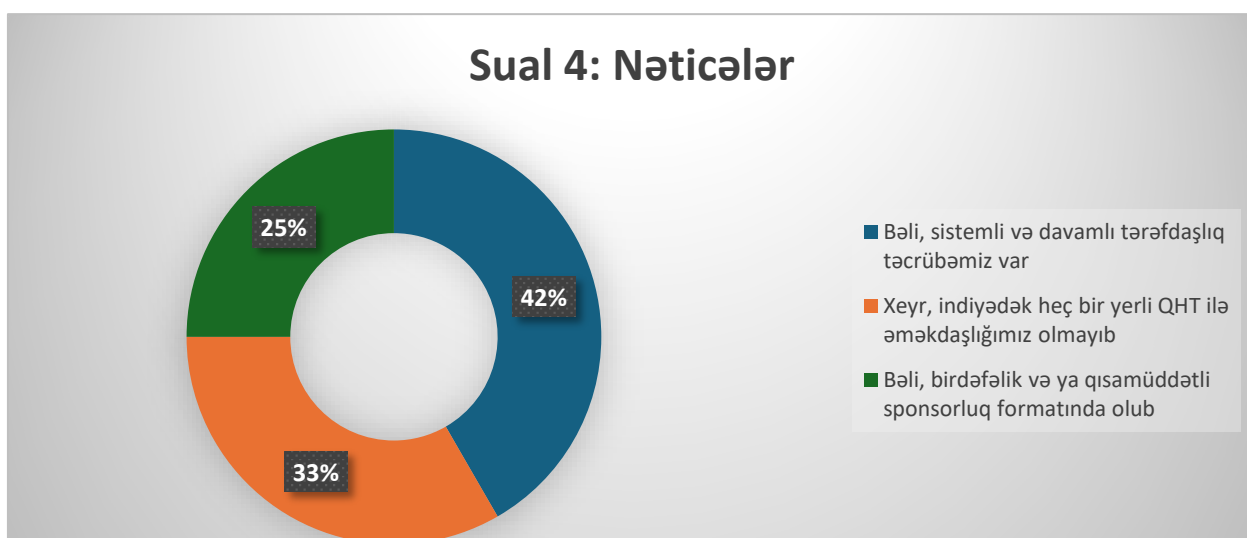
KSM fəaliyyətinin əsas formatı

Cavablar	Say	%
Öz işçilərimiz üçün daxili korporativ tədbirlərin təşkili	14	28,0%
İxtisaslaşmış QHT-lərlə tərəfdaşlıq edərək birgə sosial layihələrin icrası	15	30,0%
Müəyyən sosial, ekoloji və ya təhsil layihələrinin şirkətin daxili resursları ilə birbaşa icrası	12	24,0%
Həssas qruplara və ya fərdlərə birdəfəlik maddi yardım, xeyriyyəçilik	7	14,0%
Boş	2	4,0%

Şirkətlər daha çox daxili korporativ tədbirlərə və daxili resurslarla icra olunan layihələrə üstünlük verirlər. QHT-lərlə birgə layihələr 27,1% təşkil edir. Bu, əməkdaşlıq potensialının mövcud olduğunu, lakin hələ dominant format olmadığını göstərir.

Əməkdaşlıq təcrübəsi

Şirkətlərin **42.0%-i (21 şirkət)** QHT-lərlə artıq sistemli və davamlı əməkdaşlıq etdiyini, **25.0 %-i** qısamüddətli sponsorluq etdiyini, **33.0%-i** isə indiyədək heç bir yerli QHT ilə işləmədiyini bildirmişdir.



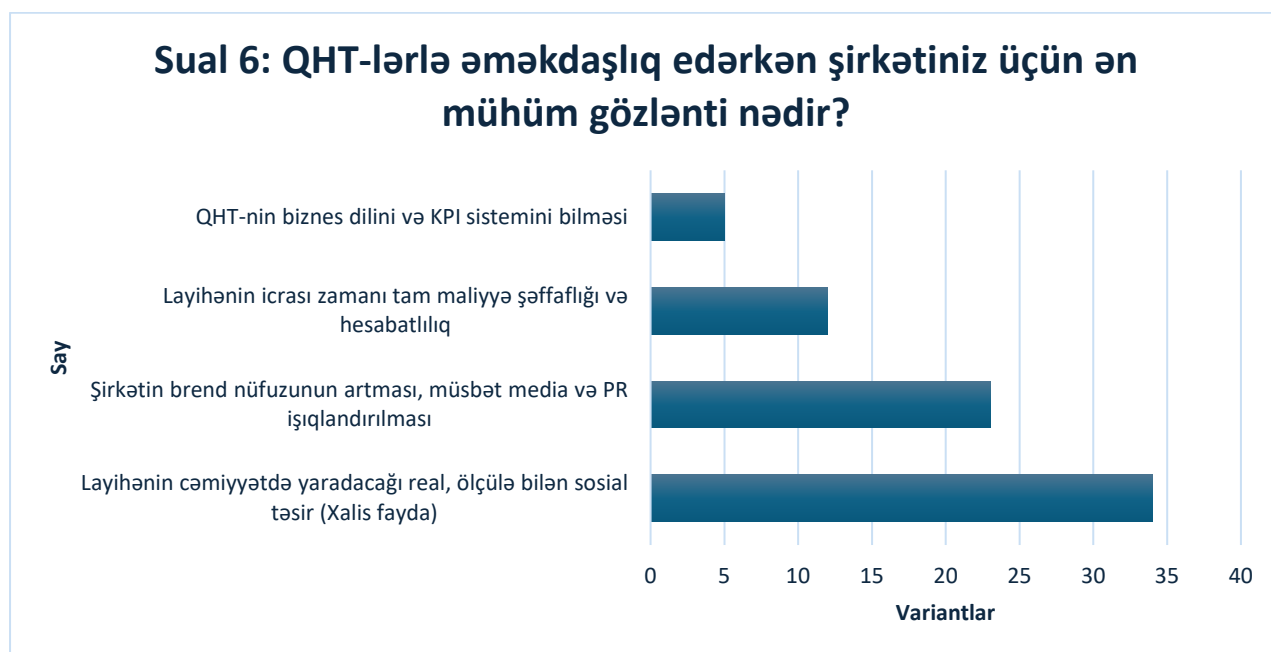
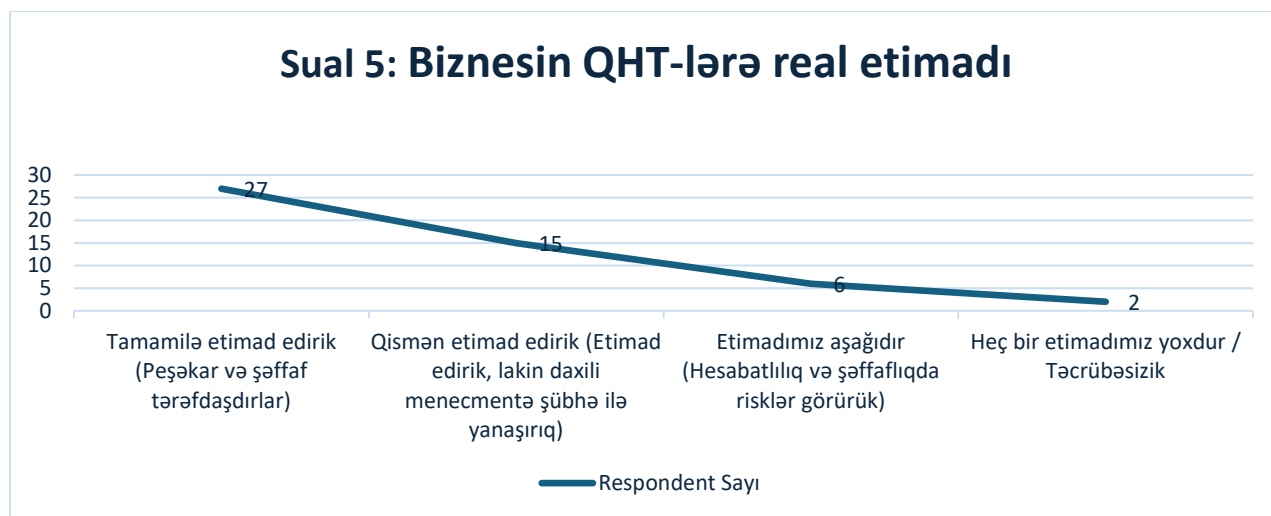
Ümumilikdə respondentlərin 65 %-i yerli QHT-lərlə əməkdaşlıq təcrübəsinin olduğunu bildirmişdir. Lakin bunların yalnız 37,5%-i sistemli və davamlı tərəfdaşlıqdan bəhs edir. Yəni əməkdaşlıq mövcuddur, amma çox vaxt qısamüddətli və ya birdəfəlik xarakter daşıyır.

Biznesin QHT-lərə real etimadı

Şirkətlərin **54.0%-i (27 şirkət)** yerli QHT-lərə **"Tamamilə etimad edirik (peşəkar və şəffaf tərəfdaşdırlar)"**, **30.0%-i (15 şirkət)** isə **"Qismən etimad edirik"** cavabını verib. Etimadın aşağı olduğunu bildirenlər cəmi **12.0% (6 şirkət)** təşkil edir.

QHT-lərin təsəvvürü ilə ziddiyyət

QHT-lərin **80.7%-i** biznesin onlara **etimadının "çox aşağı" olduğunu** və ya şirkətlərin ehtiyatla yanaşdığını düşünürdü. Şirkətlərin cavabları isə göstərir ki, biznes vətəndaş cəmiyyəti institutları ilə əməkdaşlığa QHT-lərin güman etdiyindən qat-qat açıq və etibarlı yanaşır.



Maneələr

52.0%, 26 şirkət nümayəndəsi hesab edir ki, ən böyük maneə QHT-lərin təqdim etdiyi layihələrin biznesin KSM prioritetlərinə və strateji maraqlarına cavab verməməsidir.

40.0% / 20 şirkət hesab edir ki, əsas maneələrədən biri tərəflər arasında birbaşa ünsiyyət mexanizminin yoxluğudur.

- **34.0% , 17 şirkət nümayəndəsinə görə, qanunvericilikdə KSM xərclərinə effektiv vergi güzəştlərinin nəzərdə tutulmaması ciddi maneədir.**
- **20.0% , 10 şirkət hesab edir ki, QHT-lərin investisiya arqumentləri və ölçülə bilən göstəricilər təqdim edə bilməməsi də rol oynayır.**

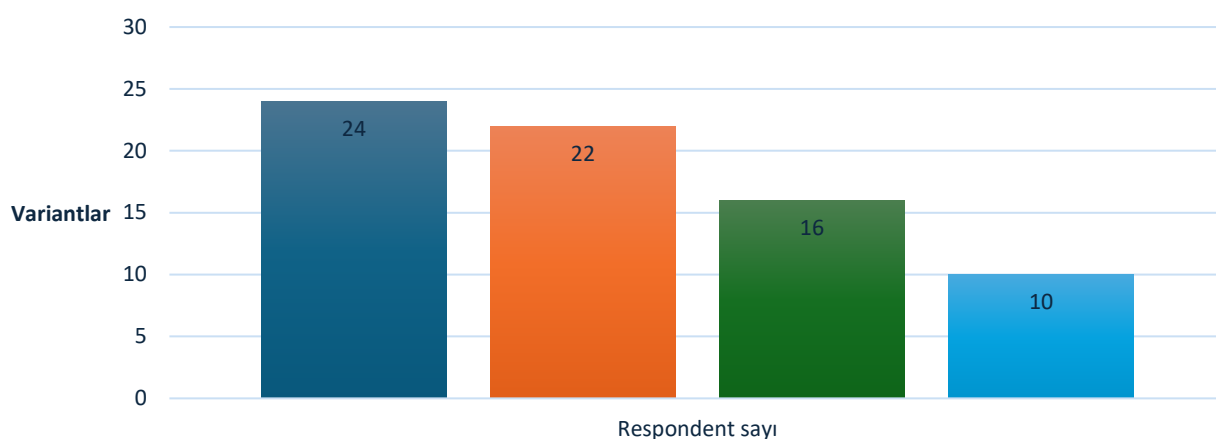
QHT-lərin müariciətlərinin dəyərləndirilməsi

Şirkətlərin **28.0%-i** QHT-lərdən müraciətlərin daxil olduğunu, lakin onların kommersiya-sosial balansını qoruya bilməyərək daha çox **"grant istəyi"** xarakteri daşdığını qeyd edir.

Şirkətlərin **26.0%-i** sektordan çox nadir hallarda təklif aldıklarını, **22.0%-i** isə QHT-lərin real layihə təklifi təqdim etmədiyini bildirir.

Cəmi **24.0%** daxil olan müraciətləri biznes formatına uyğun və peşəkar hesab edir.

Sual 7: Şirkətlərin yerli QHT-lərlə tərəfdaşlıq qurmasına mane olan ən böyük amil?



Sual 8: QHT müraciətlərinin daxil olması və keyfiyyəti necə qiymətləndirilir?



Tərəfdaşlığın yaxşılaşdırılması imkanları

- Şirkətlərin **74.0% / 37 şirkət** qeyd edir ki: *"Peşəkar, maraqlı və məhsuldar təklif olarsa, QHT-lərlə tərəfdaşlığa tam hazırıq"*.
- Yalnız **14.0%** layihələri yalnız öz daxili resursları ilə icra etməyə üstünlük verir.
 - **40.0% təklif edir ki**, Şirkətlərin KSM prioritetləri ilə QHT-lərin sosial layihələrini əlaqələndirə biləcək **Platforma** yaradılsın;
 - **26.0% düşünür ki**, hər il keçirilən biznes-QHT dialoqu real kömək edəcək.
 - **26.0% yenə təklif edir ki**, dövlət, biznes və QHT nümayəndələrinin iştirakı ilə **üçtərəfli koordinasiya mexanizmi yaradılsın**.
 - **8.0% hesab edir ki**, uğurlu tərəfdaşlıq üçün **Milli KSM reyting və Mmükafat sistemi** yaradılsın

Sorğu nəticələri sübut edir ki, **Azərbaycanda biznes və vətəndaş cəmiyyəti arasında etimad problemi yox, "strateji uzlaşma və anaşma" problemi var.** Şirkətlər əməkdaşlığa hazırdır (**74%**), lakin onlar ənənəvi **"grant istəyən"** müraciətlər deyil, öz biznes maraqlarına uyğunlaşdırılmış və ölçülə bilən xalis sosial təsir yaradan **ortaq təşəbbüslər** gözləyirlər. **Struktur boşluğu aradan qaldırmaq üçün ən zəruri institusional addım isə tərəfləri bir araya gətirəcək üç tərəfli əlaqələnmə mexanizmləri və Platformasıdır.**

▪ KSM güzəştləri ilə əlaqədar milli qanunvericiliyin təhlili və struktur çətinliklər

Apardığımız tədqiqatda ən diqqət çəkən məqamlardan biri də Vergi Məcəlləsində KSM və sosial investisiya xərclərinin, xüsusilə QHT-lərlə birgə icra olunan sosial xidmət, təhsil, ekoloji layihələr gəlirdən çıxılan xərc kimi tanınması və ya effektiv vergi güzəştlərinin tətbiq edilməsinin vacibliyinin vurğulanmasıdır. Sorğuda şirkətlərin **34.0%-i**, QHT-lərin isə **45.9%-i** vergi stimullarının olmamasını əsas əngəl kimi göstərmişdir.

Hazırda qüvvədə olan qanunvericiliyə əsasın AR Vergi Məcəlləsinin 106.1.18-ci maddəsinə əsasən, vergi ödəyicisinin, hesabat ilinin mənfəətinin 15 faizindən çox olmayan hissəsinin müəyyən edilmiş meyarlara cavab verən, elm, təhsil, səhiyyə, idman və mədəniyyət sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisə, idarə və təşkilatlara köçürülən hissəsi 2024-cü il 1 yanvar tarixdən 5 il müddətinə mənfəət vergisindən azad edilib.

Əvvəllər güzəşt həddi mənfəətin 10%-i səviyyəsində idi və 2019-cu ildən 10 il müddətinə nəzərdə tutulmuşdu, lakin son dəyişikliklərlə faiz 15%-ə qaldırılmışdır.

2021-ci ildən bu güzəşt ictimai və sosial məqsədlər üçün yaradılmış fondlara – “Heydər Əliyev Fondu”, “Qarabağ Dirçəliş Fondu” və “YAŞAT” Fonduna ianələrə də aid edilib.

05 dekabr 2023-cü il tarixli 1033-VIQD nömrəli Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə Vergi Məcəlləsinə edilmiş dəyişikliklərə əsasən ictimai və sosial məqsədlər üçün yaradılmış fondlara köçürülən vəsaitlərə də şamil olunub.

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 12 mart 2020-ci il tarixli, 88 sayılı qərarı ilə “Azərbaycan Respublikası Vergi Məcəlləsinin 106.1.18-ci maddəsinə uyğun olaraq, vergidən azadolunma məqsədləri üçün elm, təhsil, səhiyyə, idman və mədəniyyət sahələrində fəaliyyət göstərən müəssisə, idarə və təşkilatların Meyarları”ı (bundan sonra – “Meyarlar” qeyd olunacaq) təsdiq edilib.

Hüquqi təhlil göstərir ki, QHT-lər Vergi Məcəlləsinin 106.1.18-ci maddəsi ilə müəyyənlanmış güzəştdən yalnız Azərbaycan mədəniyyətinin, milli mədəni irsin təbliği, təşviqi və inkişafı məqsədilə Meyarların 6-cı bəndində nəzərdə tutulmuş fəaliyyətləri həyata keçirən zaman yararlanırlar. Bu maddənin tələbinə görə, qeyri-kommersiya hüquqi şəxs kimi QHT-lər Azərbaycan mədəniyyətinin, milli mədəni irsin təbliği, təşviqi və inkişafı məqsədilə incəsənət və bədii tədbirlərin, yaradıcılıq müsabiqələrinin, sərgilərin, yaradıcılıq gecələrinin, mədəniyyət və incəsənət təqdimatlarının, festivalların, konfrans və simpoziumların təşkilini, nəşr məhsullarının hazırlanmasını və yayımını həyata keçirdikdə, habelə film istehsal etdikdə bu alternativ maliyyələşmə imkanlarından yararlanırlar.

Eyni zamanda Meyarların tələbinə əsasən Mədəniyyət Nazirliyi hər il Azərbaycan mədəniyyətinin, milli mədəni irsin təbliği, təşviqi və inkişafı ilə əlaqədar fəaliyyətlər Nizamnamə məqsədlərinə aid olan QHT-lər də Meyarlara cavab verən müəssisə, idarə və təşkilatların siyahısında göstərsin. Meyarlarda nəzərdə tutulur ki, aidiyyəti dövlət orqanları (qurumları) Meyarlara cavab verən müəssisə, idarə və təşkilatların siyahısını hər il üzrə rəsmi internet səhifələrində yerləşdirməlidirlər.

12 mart 2020-ci il tarixli, 88 sayılı qərarı ilə müəyyənlanmış *elm, təhsil, səhiyyə, idman sahəsində fəaliyyət müəssisə və təşkilatların meyarları* bu sahələr üzrə fəaliyyət göstərən QHT-lərin Vergilər Məcəlləsinin 106.1.18-ci maddəsinin nəzərdə tutduğu güzəştdən yararlanmasına imkan vermir. Meyarlar elə müəyyənləşib, ki təhsil sahəsində yalnız birbaşaya və dolayısı ilə dövlətə

məxsus təhsil sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatlar yararlanırlar. Səhiyyə sahəsində isə yalnız dövlət səhiyyə sisteminə daxil olan tibb müəssisəsi yararlanırlar. İdman sahəsində isə "Bədən tərbiyəsi və idman haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə müəyyən edilmiş ictimai birlik formasında yaradılan respublika idman federasiyaları (assosiasiyaları) və ya idman klubları faydalana bilərlər.

▪ TƏKLİFLƏR

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 12 mart 2020-ci il tarixli, 88 sayılı qərarı ilə “Azərbaycan Respublikası Vergi Məcəlləsinin 106.1.18-ci maddəsinə uyğun olaraq, vergidən azadolunma məqsədləri üçün elm, təhsil, səhiyyə, idman və mədəniyyət sahələrində fəaliyyət göstərən müəssisə, idarə və təşkilatların Meyarları”na əlavə də dəyişikliklər edilməsi ilə əlaqədar təkliflər:

Meyarların 3-cü bəndi ilə əlaqədar təkliflər

3.0.3 yeni bənd kimi əlavə edilsin - “Təhsil məsələləri və təhsil sahəsində maarifləndirmə fəaliyyəti ilə məşğul olan, ‘Qeyri-hökumət təşkilatları haqqında’ Qanuna uyğun olaraq yaradılmış, təhsil proqramları, təlimlər və sosial-iqtisadi maarifləndirmə layihələri həyata keçirən qeyri-kommersiya hüquqi şəxslər.”

Təhsil Nazirliyi tərəfindən “Təhsil yönümlü QHT-lərin akkreditasiya reyestri” yaradılsın və bu QHT-lərin siyahısı illik əsasda rəsmi saytda dərc edilsin

Meyarların 4-cü bəndi ilə əlaqədar təkliflər

4.0.3 yeni bənd kimi əlavə edilsin - “Səhiyyə və ictimai sağlamlıq sahəsində maarifləndirmə, profilaktika və əhəlinin sağlam həyat tərzinin təşviqi istiqamətində fəaliyyət göstərən qeyri-hökumət təşkilatları.”

İctimai Səhiyyə və İslahatlar Mərkəzinə (İSİM) və Səhiyyə Nazirliyi bu tip QHT-lər üçün akkreditasiya mexanizmi yaratsın formalaşdırsın və siyahını illik açıqlasın.

Meyarların 5-ci bəndi ilə əlaqədar təkliflər

5.0.3 yeni bənd kimi əlavə edilsin - “İdmanın inkişafı, sağlam həyat tərzinin təşviqi, kütləvi idman tədbirlərinin təşkili və fiziki tərbiyə sahəsində fəaliyyət göstərən qeyri-hökumət təşkilatları.”

Gənclər və İdman Nazirliyinə tapşırılsın ki, idman və sağlam həyat tərzini üzrə fəaliyyət göstərən QHT-lərin akkreditasiya mexanizmi yaratsın hər il təsdiqləsin və rəsmi saytda dərc etsin.

Beynəlxalq təcrübənin tətbiqi ilə əlaqədar təkliflər

Aİ üzv ölkələrə ƏDV-dən azad edilməsi üçün şərtlər hazırlamaq hüququ verir (xeyriyyə təşkilatlarının malların və ərzaq məhsullarının bağışlanması ƏDV-nin predmeti olmur). Məhsullar formasında verilən ianələr gəlirdən çıxılan xərclər kimi tanınaraq vergi yükünü azaldır.

Azərbaycanda bu təcrübənin tətbiqi əhəlinin aztəminatlı hissəsinin social müdafiəsi, sığınacaqlar, social müəssisələr üçün geniş fürsətlər yarada bilər.

Almaniyada yalnız “ictimai faydalı təşkilat” statusunu almış QHT-lərə ianələr ƏDV-dən azad edilir və donorlar gəlir vergisi güzəştləri əldə edə bilirlər ictimai faydalı təşkilat” statusu anlayışı, vergi güzəştlərinə malik, ictimai maraqlara xidmət edən QHT-ləri ifadə edir. Bu status Almaniyanın vergi hüququnda çox mühüm yer tutur və QHT-lərin fəaliyyətinin sosial məqsədli olduğunu təsdiq edir..

Azərbaycan təcrübəsində vergi borcunda güzəştlər edilməsi, yaxud peniya silinməsi baxımdan xeyriyyəçilik fəaliyyəti şərt kimi qoyula bilər.

QHT-lərə online formada, ödəniş terminalları ilə ianə qəbul etmək hüquqi verilməlidir. Hazırda istənilən nəbləgdə ianə qeydiyyatdan keçirilməlidir. İanələrin qeydiyyatının zəruri olduğu məbləğin yuxarı həddi müəyyən olunmalıdır. İndiki təcrübə ianəçiliyi təşviq etmir. QHT-lərə, məbləği şərti olaraq 100 manatdan çox ianələri qeydiyyatdan keçirmək imkanı yaradılmalıdır.

Biznes sektor və QHT-lər arasında KSM sahəsində əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsi ilə əlaqədar təkliflər

Şirkətlərin illik KSM büdcələrini qeyri-şəffaf daxili qərarlarla deyil, açıq müsabiqələr və aydın meyarlar əsasında sosial layihələrə ayırması; bu addım həm tərəfdaşlığın legitimliyini artırır, həm də region QHT-lərinin prosesə cəlb olunmasına şərait yaradır.

Şirkətlərin 28%-i daxil olan müraciətlərin kommersiya və sosial balansı qoruya bilməyərək sırf "donor, qrant istəyi" xarakteri daşdığını bildirir. QHT-lər müraciətlərini ənənəvi donor şablonları ilə deyil, biznesin korporativ maraqlarını, brend dəyərini və reputasiya faydasını əks etdirən investisiya təklifi formatında hazırlamalıdır.

Şirkətlərin 52%-i əməkdaşlığa əsas maneə kimi layihələrin onların biznes strategiyasına uyğun gəlməməsini göstərir. Müraciət etməzdən əvvəl hədəf şirkətin fəaliyyət sektoru, davamlılıq prioritetləri və ESG hədəfləri dərinlən araşdırılmalı, təklif məhz bu istiqamətlərə uyğunlaşdırılmalıdır.

Şirkətlərin 68%-i üçün KSM tərəfdaşlığında ən mühüm meyar layihənin cəmiyyətdə yaradacağı real, ölçülə bilən sosial təsirdir (xalis fayda). QHT-lər layihə təkliflərində yalnız görüləcək işləri (output) deyil, nəticə indikatorlarını (outcome, impact) aydın göstərməlidir.

QHT-lər öz daxili idarəetmə qaydalarını, maliyyə hesabatlarını və audit nəticələrini açıq və əlçatan saxlamalıdır.

Şirkətlərin KSM hesabatlarında və saytlarında standart olaraq 3 məqamı dərc etməsi təşviq edilməlidir: 1. Tərəfdaş QHT-nin adı; 2. Tərəflərin dəqiq rolu; 3. Əldə edilmiş ölçülə bilən nəticə və sosial göstəricilər (indikatorlar).

İldə ən azı iki dəfə şirkətlərin KSM/ESG rəhbərləri ilə ixtisaslaşmış vətəndaş cəmiyyəti institutlarını bir araya gətirən tematik şəbəkələşmə forumlarının təşkili.

Ümumilikdə, aparılan empirik təhlillər və beynəlxalq standartlar göstərir ki, Azərbaycanda KSM və ESG sahəsində effektiv ekosistemin formalaşması yalnız tərəflərin qarşılıqlı dialoqa, şəffaflığa və strateji baxışa söykənən institusional yanaşma nümayiş etdirməsi ilə mümkündür. Şirkətlərin açıq müsabiqə mexanizmlərinə keçidi, dövlətin stimullaşdırıcı dəstəyi və daimi koordinasiya platformalarının yaradılması biznes-QHT əməkdaşlığını keyfiyyətə yeni mərhələyə qaldıraraq ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına mühüm töhfə verəcəkdir.