UOT: 615.014

Əczaçılıq şirkətlərində müxtəlif idarəetmə səviyyələrində korporativ sosial məsuliyyət (KSM) üzrə qərarların qəbulunun öyrənilməsi

A.B. Hüseynova, N.M. Naibov, Ü.Ş. İsmayılov
Azərbaycan Tibb Universiteti , Əczaçılıq texnologiyası və idarəçiliyi kafedrası, Bakı

Müəllifin elektron poçt ünvanı: bagirova-aynura77@yandex.com

Açar sözlər: korporativ sosial məsuliyyət, əczaçılıq, əczaçılıq şirkətləri, korporativ idarəetmə.
Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, фармацевтика, фармацевтические компании, корпоративное управление.
Key words: corporate social responsibility, pharmaceuticals, pharmaceutical companies, corporate governance

Qeyd etmək lazımdır ki, sirkətlərin KSM üzrə fəaliyyət zamanı qərarların qəbul edilməsi vacib və mühüm məsələlərdən biridir. KSM sadəcə ictimaiyyətlə əlaqədar fəaliyyət deyil, həm də korporativ idarəetmənin tərkib hissəsidir. Elə ona görə də, bu sahədə verilən qərarlar idarəetmənin bütün səviyyələri: sahibkarlar, direktorlar şurası və menecerlər tərəfindən qəbul edilir. Qərarların qəbulu zamanı əsas meyar isə cəmiyyət üçün sosial və ekoloji vəziyyətin nəzərə alınmasıdır. Ona görə də KSM üzrə düzgün qəbul edilmiş qərarlar dayanıqlı inkişafa, işgüzar nüfuzun artmasına və rəqabətədavamlılığa səbəb olur [1,2,3,4].

Tədqiqatın məqsədi əczaçılıq şirkətlərinin müxtəlif idarəetmə səviyyələrində korporativ sosial məsuliyyət (KSM) üzrə qərarların qəbulunun öyrənilməsidir.

Tədqiqatın material və metodları. Yuxarıdakıları nəzərə alaraq qərarların verilməsində əsas rolu olan rəhbərlərin (5 sahibkar, 4 kadrlar üzrə menecer, 3 informasiya üzrə menecer, 4 satış üzrə menecer) bu sahədə fikirlərini öyrənməyə çalışdıq. Biz Archie B. Carroll (bundan sonra Kerol) tərəfindən təklif olunmuş KSM piramidasının 4 məsuliyyət meyarını əsas tutaraq rəhbərlərə şifahi olaraq aşağıdakı sualla müraciət etdik. "Siz (sahibkarlar, direktorlar, menecerlər) qərarlar qəbul edən zaman hansı sahələrə məsuliyyətli yanaşırsınız?"

– İqtisadi məsuliyyət
– Qanuni məsuliyyət
– Etik məsuliyyət
– Xeyriyyəçilik məsuliyyəti

Tədqiqatın nəticələr və müzakirəsi. Suala sahibkarların verdikləri cavabları konkretləşdirərək və sistemləşdirərək aşağıdakı şəkilə saldıq. İqtisadi məsuliyyətə aid vəzifələr:

– Gəlir əldə edərkən işçilərin, səhmdarların, istehlakçıların qarşısında məsuliyyət.
– İstehsal olunmuş məhsulların istehlakçılara çatdırılmasında.

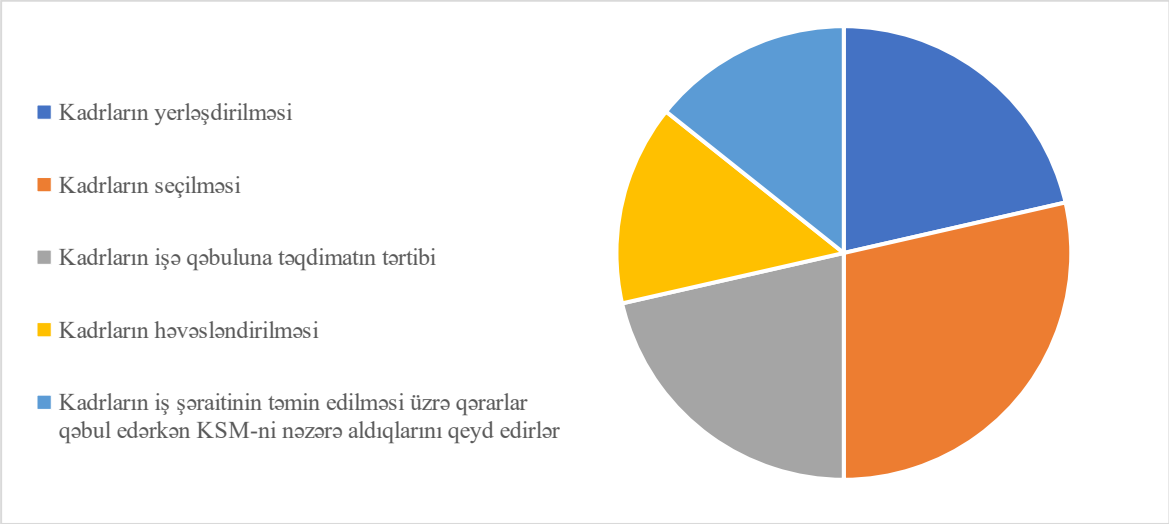
Qanuni məsuliyyətə aid vəzifələr:

– Qanunvericilikdən irəli gələn vəzifələrin yerinə yetirilməsində. Bütün bu vəzifələrin yerinə yetirilməsində müvafiq qanunların tələblərinə uyğun qərarlar qəbul edilir.
– Bağlanmış müqavilələrin əsasında yaranan münasibətlərin tənzimləməsində və vəzifələrin yerinə yetirilməsində .
– İşçilərin işə qəbulu zamanı vəzifələrin yerinə yetirilməsində.
– Vergilərin ödənilməsində.
– Hesabatların tərtibində. Həm dövlət, həm maliyyə sistemi, həm də statistika orqanlarına hesabatların verilməsinin qərara alınmasında.
– Etik məsuliyyətə aid vəzifələr:
– İşçilərin işə qəbulu zamanı vəzifələrin yetirilməsində. Sahibkarlar qeyd edir ki, içşiləri işə qəbul edərkən etik normalara riayət olunmalıdır ki, işə qəbul olunan şəxs də öz məsuliyyətini dərk edə bilsin.
– Xeyriyyəçilik məsuliyyətinə aid vəzifələr:

– İşçilərin, insanların həyat səviyyəsini yüksəltmək, müxtəlif problemlərinin həlli üçün, təhsil və sağlamlığa dair edilən ianə, sponsorluq, xeyriyyəçilik və təşkilatçılıq kimi fəaliyyətlər.

Məlumdur ki, menecerlər müxtəlif sahələr üzrə fəaliyyət göstərirlər. Bunlara satış menecerlərini, kadrlar üzrə menecerləri, informasiya üzrə menecerləri göstərmək olar. Beləliklə təşkilatların müxtəlif səviyyəli menecerlərinin verdiyi cavabları da aşağıdakı şəkildə qruplaşdırdıq. Kadrlar üzrə menecerlər:

– Kadrların yerləşdirilməsi (3 nəfər, 75%)
– Kadrların seçilməsi (4 nəfər, 100%)
– Kadrların işə qəbuluna təqdimatın tərtibi (3 nəfər, 75%)
– Kadrların həvəsləndirilməsi (2 nəfər, 50%)
– Kadrların iş şəraitinin təmin edilməsi üzrə qərarlar qəbul edərkən KSM-ni nəzərə aldıqlarını qeyd edirlər (2 nəfər, 50%).



Şəkil 1. Kadrlar üzrə menecerlərin söylədikləri fikirlərin müqayisə səviyyəsi

Şəkildən göründüyü kimi kadrlar üzrə menecerlər kadrların seçilməsi üzrə qərarların qəbuluna daha çox diqqət yetirirlər . Ondan sonra onları maraqlandıran məsələlər kadrların yerləşdirilməsindən, kadrları işə qəbuluna təqdimatın tərtibindən, kadrların həvəsləndirilməsindən, kadrların iş şəraitinin təmin edilməsindən ibarətdir.

İnformasiya üzrə menecerlər:

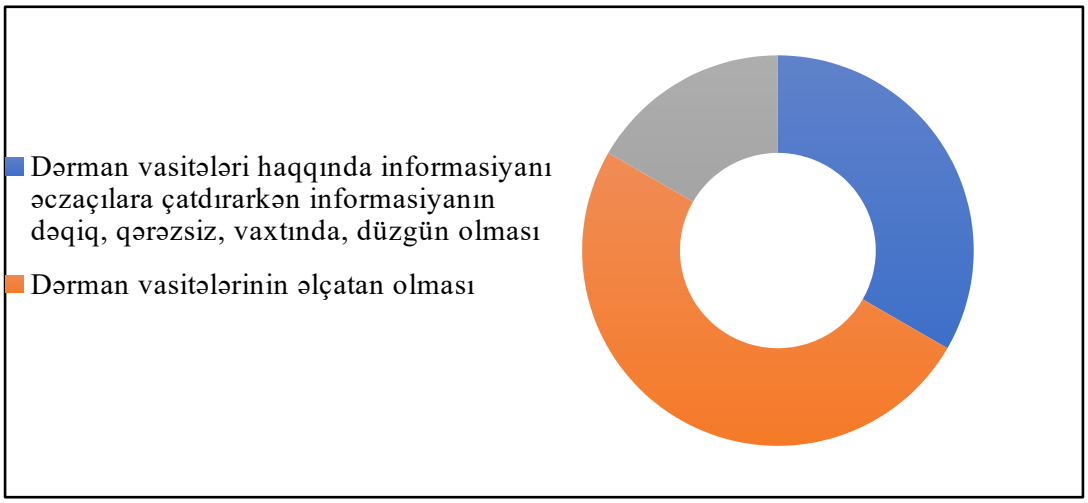
– Dərman vasitələri haqqında informasiyanı əczaçılara çatdırarkən informasiyanın dəqiq, qərəzsiz, vaxtında, düzgün olması (2 nəfər, 66,7%)
– Dərman vasitələrinin əlçatan olması (3 nəfər, 100 %)
– Dərman vasitələri haqqında informasiya verilərkən istehlakçıların maddi vəziyyəti, psixoloji durumunun nəzərə alınması (1nəfər, 33,3%)

Şəkil 2-dən göründüyü kimi informasiya üzrə menecerlər qərarları qəbul edərkən dərman vasitələrinin əlçatan olması, dərman vasitələri haqqındainformasiyanı əczaçılara dəqiq, qərəzsiz, vaxtında, düzgün çatdırılması, dərman vasitələri haqqında informasiya verilərkən istehlahçıların maddi vəziyyəti, psixoloji durumu kimi məsələlərin nəzərə alınmasını söyləyirlər.

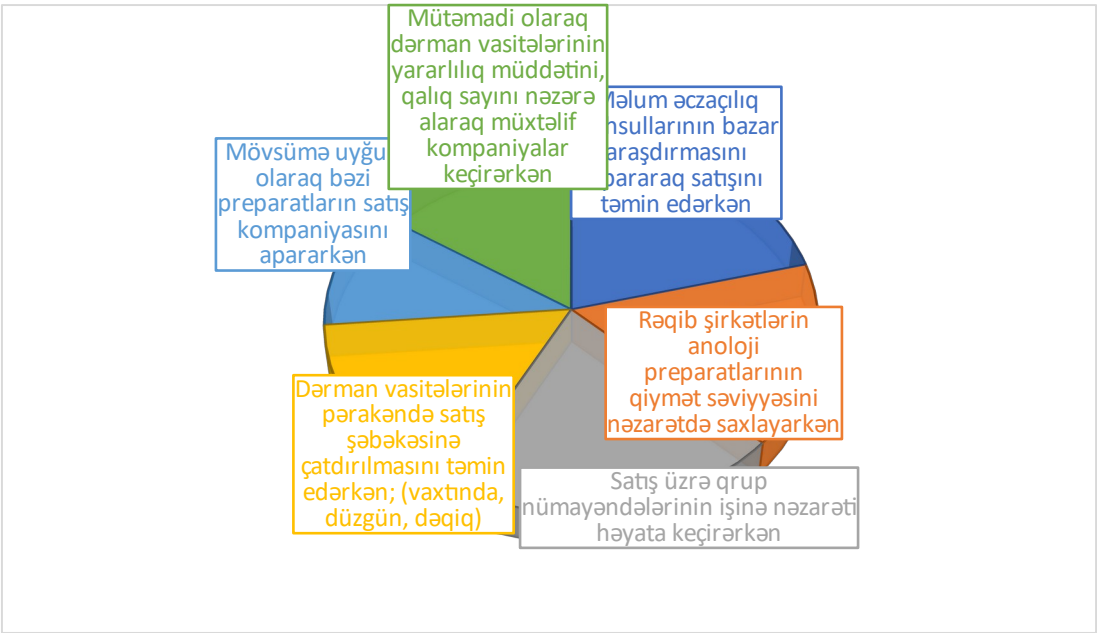
Satış üzrə menecerlər

– Məlum əczaçılıq məhsullarının bazar araşdırmasını apararaq satışını təmin edərkən (4 nəfər, 100%);
– Rəqib şirkətlərin anoloji preparatlarının qiymət səviyyəsini nəzarətdə saxlayarkən (3 nəfər, 75%);
– Satış üzrə qrup nümayəndələrinin işinə nəzarəti həyata keçirərkən (4 nəfər, 100%);
– Dərman vasitələrinin pərakəndə satış şəbəkəsinə çatdırılmasını təmin edərkən (vaxtında, düzgün, dəqiq) (3 nəfər, 75%);
– Mövsümə uyğun olaraq bəzi preparatların satış kompaniyasını apararkən (2 nəfər, 50%);

– Mütəmadi olaraq dərman vasitələrinin yararlılıq müddətini, qalıq sayını nəzərə alaraq müxtəlif kompaniyalar keçirərkən;



Şəkil 2. İnformasiya üzrə menecerlərin söylədikləri fikirlərin müqayisə səviyyəsi



Şəkil 3. Satış üzrə menecerlərin söylədikləri fikirlərin müqayisə səviyyəsi

Şəkil 3-dən göründüyü kimi satış üzrə menecerlər KSM üzrə qərarları qəbul edərkən, məlum əczaçılıq məhsullarının bazar araşdırmasını aparmaq satışın təmin edilməsi, rəqib şirkətlərin analoji preparatlarının qiymət səviyyəsini nəzarətdə saxlanması, satış üzrə qrupmnümayəndələrinin işinə nəzarətin həyata keçirilməsi, dərman vasitələrinin pərakəndə satış şəbəkəsinə çatdırılması, mövsümə uyğun olaraq bəzi preparatların satış kompaniyasının aparılması, mütəmadi olaraq dərman vasitələrinin yararlılıq müddətini, qalıq sayını nəzərə alaraq müxtəlif kompaniyaların keçirilməsi diqqətdə saxlanılmalıdır.

Əczaçılıq şirkətlərində müxtəlif idarəetmə səviyyələrində KSM üzrə qərarların qəbul edilməsini öyrənərkən rəhbər işçilərin bir sıra məsuliyyət daşıdıqları məlum oldu. Bunlara iqtisadi, qanuni, etik və xeyriyyəçilik məsuliyyətləri aiddir.

Satış, kadrlar, informasiya üzrə menecerlər KSM üzrə qərarlar qəbul edərkən bir çox fəaliyyətləri əhatə etmiş olurlar.

ƏDƏBİYYAT

1. Quliyev K. Korporativ Sosial Məsuliyyət. Dərs vəsaiti. B, 2017, 282 s.
2. Зарецкий А.Д. Гуманистический характер корпоративной социальной ответственности в контексте формирования общих ценностей бизнеса // Современные проблемы науки и образования, 2014, № 6,с. 553.
3. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика. М.: Кнорус, 2016
4. Carroll A.B. History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices", In Crane A, McWilliams A, D. Matten, J. Moon and D. Siegel, the Oxford Handbook of CSR, Oxford University Press: Oxford., 2008, p.19-46.

Резюме

Исследование принятия решений в области корпоративной социальной ответственности (КСО) на разных уровнях управления фармацевтическими компаниями.

А.Б. Гусейнова., Н.М. Наибов, У.Ш. Исмайылов

Статья посвящена изучению процессов приятия КСО – решений на разных уровнях управления фармацевтическими компаниями. Отвечая на вопрос, заданный предпринимателям, они упомянули о своих экономических, юридических, этических и благотворительных обязанностях. Менеджеры по персоналу, информации и продажам высказали свои взгляды на принятие решений по корпоративной социальной ответственности на разных уровнях управления.

Summary

Study of corporate social responsibility (CSR) decision-making at different management levels of

A.B. Huseynova, N.M. Naibov, U.Ş. İsmayılov

The article is devoted to the study of CSR decision-making at different management levels of pharmaceutical companies. Based on the question asked to the entrepreneurs, they mentioned their economic, legal, ethical, and charitable responsibilities. HR, information and sales managers expressed their views on corporate social responsibility decision-making at different management levels.

Daxil olub: 14.11.2024