

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

MƏMMƏDOVA GÜNEL SƏDİ QIZI

“BİZNES ETİKASINDA ƏSAS KONSEPSİYALARIN
İŞLƏNİLMƏSİ VƏ TƏTBİQİ” mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İXTİSASIN ŞİFRİ VƏ ADI:
İXTİSASLAŞMA:

IIM 060409

BİZNESİN İDARƏ EDİLMƏSİ
BİZNESİN TƏŞKİLİ VƏ EDİLMƏSİ

Elmi rəhbər:

i.e.d., professor R.Ş.Muradov

Magistr proqramının rəhbəri:

i.ü.f.d., dosent R.Ə.Abbasova

“Biznesin idarə edilməsi”
kafedrasının müdiri:

i.ü.f.d., dosent M.Ə.Əliyev

Bakı – 2015

PLAN:

| | |
|---|----|
| GİRİŞ | 3 |
| I FƏSİL.BİZNES ETİKASI İNSAN DAVRANIŞININ DETERMİNASIYASI KİMİ | 6 |
| 1.1. İqtisadiyyatın və mədəni həyatın qloballaşmasında biznesin rolu | 6 |
| 1.2. Biznesdə etik problemlər və onlara diqqətin artırılması səbəbləri | 10 |
| 1.3. Biznes etikası peşəkar etikanın növlərindən biri kimi | 25 |
| II FƏSİL.BİZNES ETİKASININ İNKİŞAFINDA ƏSAS MƏRHƏLƏLƏR | 33 |
| 2.1. Biznesin etikası haqqında antik mütəfəkkirlərin baxışları | 33 |
| 2.2. Orta əsrlər, intibah və yeni dövrün biznes etikasının inkişaf istiqamətləri | 41 |
| 2.3. Azərbaycanda biznes etikasının inkişafının tarixi mərhələləri | 46 |
| III FƏSİL.BİZNES ETİKASINDA ƏSAS KONSEPSİYALAR VƏ ONLARIN TƏTBİQİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ | 56 |
| 3.1. Biznesin etikasının inkişafında dini baxışların rolu | 56 |
| 3.2. Utilitarizm və biznesdə əxlaqi problemlərin həlli | 62 |
| 3.3. Müasir şəraitdə biznesin etikasının inkişafında deontik və ədalət etikasın- dan istifadə olunması | 74 |
| NƏTİCƏ | 81 |
| ƏDƏBİYYAT | 86 |

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Bəzi mütəxəssislər “biznes etikası” ifadəsini dünyanın ən məşhur oksimoron ifadələrindən sayırlar. Qeyd edək ki, oksimoron əks xarakterli sözlərin əmələ gətirdiyi ifadələrdir. Yəni etika əxlaq, tərbiyə ilə bağlı söz olsa da, biznes daha çox qarmaqarışıqlıq, xaotik, şəxsi maraqların üstünlük təşkil etdiyi fəaliyyət kimi başa düşülür.

Bununla belə, bu gün “biznes etikası” ifadəsi olduqca populyardır. Xüsusilə, dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində biznesin etik tərəfləri öyrənilir, təbliğ edilir. Biznes etikası əslində biznes fəaliyyətində, biznes qərarlarında digərlərinin (işçilərin, səhmdarların, müştərilərin, investorların, hökumətin, cəmiyyətin və s.) nəzərə alınmasıdır. Bazarda uzunmüddətli dövrdə uğurun təmin olunması üçün dürüslüyün, ədalətliliyin gözlənilməsi, rəqiblərə hörmət, yüksək etik standartların gözlənilməsi vacib şərtlərdir.

Etik prinsiplərin pozulması hallarına dünyanın bir çox məşhur şirkətlərində rast gəlinmişdir. Belə hallardan ən məşhuru 2001-ci ildə Enron (ABŞ) şirkətinin iflası ilə nəticələnən hadisədir. Belə ki, Enron şirkətinin menecmenti şirkətin xərclərini və kreditor borclarını gizlətməklə qısamüddətli maraqları naminə ictimaiyyəti aldatmışdır. Oxşar hallar Xerox, Worldcom kimi şirkətlərdə də baş vermişdir.

Biznesin normal fəaliyyət göstərməsi üçün rəqabət şəraitinin də rolu böyükdür. Rəqabət şəraiti o vaxt təmin olunur ki, nə alıcılar, nə də satıcılar bazarda hökmranlıq edə bilmirlər. Normal rəqabətli bazarlarda şirkətlər qiymətin formalaşmasında birbaşa iştirak edə bilmirlər. Tələb (alıcıların maraqları) və təklifin (satıcıların maraqları) nəticəsində bazar qiyməti formalaşır. Bu halda hansı şirkət xərclərini bazar qiymətilə ödəyə bilirsə, bazarda qala bilir. Qeyri-rəqabətli bazarlarda isə qiymətlər alıcının və ya satıcının istəyi ilə formalaşır. Həm iqtisadiyyata, həm də müştərilərin maraqlarına ziyan vurduğu üçün inhisarçılıq və digər anti-rəqabət fəaliyyətləri iqtisadiyyata dövlətin müdaxiləsini zəruri edir.

Məhz bütün bu qeyd olunan məsələlər dissertasiya mövzusunun seçilməsini şərtləndirmişdir.

Tədqiqatın predmetini ölkədə biznes fəaliyyətində istifadəsinə ehtiyac duyulan etik davranış konsepsiyalarının formalaşması məsələləri təşkil edir.

Tədqiqatın obyektini kimi biznes və sahibkarlıq fəaliyyətində fərdlərin davranış qaydalarının məcmusu seçilmişdir.

Tədqiqatın əsas məqsədi və vəzifələri. Dissertasiya işinin yazılmasında əsas məqsəd, ölkədə çalışan şirkət rəhbərlərinin və onların əməkdaşlarının ölkəmizdə biznes və sahibkarlıq fəaliyyəti zamanı riayət etməli olduqları etik prinsiplərin söykəndiyi əsas konsepsiyaların meydana gəlmə tarixinin və başlıca xüsusiyyətlərinin araşdırılıb ümumiləşdirilmiş qanunauyğunluqların aşkara çıxarılmasından ibarətdir. Qoyulmuş məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı məsələlərin həll edilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- İqtisadiyyatın və mədəni həyatın qloballaşmasında biznesin rolunun müəyyən olunması;
- “Biznes etikası” anlayışının, onun inkişaf meyllərinin iqtisadi münasibətlər elementi kimi öyrənilməsi;
- Biznes mühitinin və onun elementlərinin müasir etik konsepsiyalara əsaslanan təhlili;
- Biznes fəaliyyətində qəbul edilmiş etik prinsiplərin müəyyən olunması əsasında davranış normalarının və qaydaların gözlənilməsi;
- Biznesmenlərin sosial məsuliyyətinin gücləndirilməsi üçün lazım olan mühitin yaradılması üçün qanunvericilik təşəbbüsünün irəli sürülməsi;
- etik normativlərin müəyyənləşdirilməsinin nəzəri və metodoloji məsələlərinin araşdırılması.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları. Tədqiqatın informasiya bazasını biznesin innovativ idarəetmə ilə əlaqədar qanunvericilik bazasının müddəaları, Azərbaycanda korporativ idarəetmə ilə əlaqədar real faktlara və layihə çərçivəsində müştəri şirkətlərlə iş təcrübəsinə əsaslanan nümunəvi tədqiqat mate-

rialları, ayrı-ayrı şirkətlərin illik hesabatları, bir çox beynəlxalq və respublika miqyaslı elmi-təcrübəvi konfrans və simpoziumların materialları təşkil edir. Dissertasiyanın yazılması prosesində sistemli yanaşma, dialektik metod, müqayisəli təhlil, məntiqi araşdırma, sinxronlaşdırma metodu və s. üsullardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- Biznes etikasında əsas konsepsiyalara aydınlıq gətirilərək onun müddəaları ümumiləşdirilmiş;
- Biznes etikasının inkişafında dini baxışların rolu araşdırılaraq dəqiqləşdirilmiş;
- Biznesdə əxlaqi problemlərin həllində utilitarizm nəzəriyyəsinin müddəələrindən geniş istifadə olunmuşdur;
- Etik prinsiplərin inkişafı və korporativ mədəniyyətin formalaşması xüsusiyyətləri araşdırılmış;
- Müasir şəraitdə biznesin etikasının inkişafında deontik və ədalət etikasından istifadə olunması araşdırılmışdır.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti. Dissertasiya materialları “Biznes etikasını” və “Korporativ idarəetmə” kurslarının tədrisində, eləcə də şirkətlərdə etik kodekslərin hazırlanması zamanı istifadə oluna bilər.

Dissertasiyanın quruluşu: Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil, 9 paragraf, nəticədən və ədəbiyyatdan ibarətdir.

I FƏSİL. BİZNES ETİKASI İNSAN DAVRANIŞININ DETERMİNASIYASI KİMİ

1.1. İqtisadiyyatın və mədəni həyatın qloballaşmasında biznesin rolu;

Dünyanın yeni inkişaf tendensiyalarının meydana gəlməsi, ətraf mühitin dinamizminin artması, kəskin rəqabət şəraiti və innovasiyaların sürətlə tətbiqi biznes subyektlərindən bu təsirlərə qarşı yeni münasibət tərzinin, sistemli yanaşmanın və ya təkmil mexanizmlərə əsaslanan təşkilati-idarəetmə tədbirlərinin həyata keçirilməsini tələb edir. İqtisadi, siyasi və eyni zamanda mədəni qlobalizasiya prosesləri bütün dünyanı əhatə etməyə başlayır və biznesin strateji idarə edilməsi obyektiv səciyyə daşıyır. Artıq bu mühitdə fəaliyyət göstərən kompaniyalar və firmalar yalnız daxili çevik idarəetmə sistemi yaratmaqla bu təsirlər qarşısında ciddi biznes uğurları əldə edə və yaxud davamlı rəqabət siyasətini qoruyub saxlaya bilməz. Xarici mühit təsirlərinin getdikcə fəallaşması xaricə orientasiyalı strategiyaları labüd edir. Əks təqdirdə müəssisələr neqativ təsirlərə məruz qalır.

Yeni bazar münasibətlərinin yaranması fonunda iqtisadi islahatların davam etdirilməsi, özəl sahibkarlığın inkişafı və bu zəmində xarici investisiyaların cəlb edilməsi idarəetmənin yeni metodlarının tətbiq edilməsi zərurətini meydana gətirir.

Xarici investorlar, hər hansı bir yerli şirkətlə əlaqələr yaradarkən, ilk növbədə şirkətə inam, onun yerli və beynəlxalq qanunlara riayət etməsi, əhali arasında nüfuzu kimi amillərə diqqət yetirirlər. Biznes etikası problemi bu mənada daha da aktual xarakter daşımağa başlayır. Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində bu məsələyə daha ciddi yanaşırlar. Çünki biznesin etik aspektlərini nəzərə almadan, ölkələr arasında normal ticari və iqtisadi əlaqələrin qurulması mümkün deyildir.

Müasir biznes (işgüzar) etikasının əsasını sosial müqavilə (şirkətin və onu əhatə edən xarici mühitin vahid davranış normaları haqqında qeyri - formal razılaşması) və müəssisənin sosial məsuliyyəti (onun üstünlüklərindən maksimum istifadə etmək və həm biznes iştirakçılara, həm də bütünlükdə cəmiyyətə toxunan çatışmazlıqları minimuma endirmək) təşkil edir. Məlumdur ki, istənilən ölkədə və ya şirkətdə inkişafın baş verməsi həmin şirkətin üzvlərinin və ya vətən-

daşların bir-birinə etibar və hörmətlə yanaşdıqları zaman mümkündür. Bu cür etibar və hörmət sosial məsuliyyətə, qısaca desək, müəssisə (və ya şirkət) əməkdaşlarının və digər tərəfdaşların etik davranışlarının tənzimlənməsinə əsaslanır.

Beynəlxalq biznes əlaqələrinin inkişafı nəticəsində XX əsrin sonlarında meydana gələn beynəlmiləl korporasiyalar müxtəlif biznes strategiyalarından və istehsal proseslərindən istifadə etməklə, fərqli məhsulları istehsal edərək onları bazarlarda satırlar. Qlobal korporasiyalar da müxtəlif ölkələrdə məhsul istehsal edir və müxtəlif ölkələrdə satırlar, lakin bunu eyni istehsal prosesi, eyni strategiya və eyni məhsul istehsalı ilə həyata keçirirlər. Qlobal korporasiyalar bütün dünyaya bir bazar kimi baxırlar. Qlobal şirkətlərin məqsədi – istehsal, satış və bölüşdürmə kanallarının standartlaşdırılmasıdır. Adətən iri miqyaslı şirkətlər üçün çətinlik törədən məsələ istehsalın yox, məhz satış və bölüşdürmə kanallarının standartlaşdırılmasıdır (4; 3).

Qloballaşma prosesinə dair aparılan çoxsaylı tədqiqatlar göstərir ki, biznesin uğurları ölkəyə məxsus olan mədəni əsaslar və etik davranış qaydaları ilə bağlıdır. Hər hansı ölkənin iqtisadi uğuru onun əsrlərlə formalaşan davranış qaydaları və mənəvi mexanizmləri ilə bağlıdır.

Müasir dövrdə dünyada iqtisadi sistemin və bazar münasibətlərinin formalaşmasına **üç yanaşmanı** müəyyən etmək olar:

Birinci model idarəetmə və mənəvi dəyərlərin **amerikan modeli**. Bu modelə görə, şəxsiyyət cəmiyyətin inkişafının əsas məqsədidir və demokratik sistem elə bir əsasa söykənir ki, burda əhalinin böyük qrupu kiçik qrupların fikirlərini nəzərə alaraq, bu fikirlərin reallaşmasına imkan yaradır. Eyni zamanda, demək olar ki, amerikan modelinin əsas məqsədi gəlir əldə etməkdir. Bu model belə bir ifadə ilə seçilir: “Ford üçün nə əlverişlidirsə, Amerika üçün də o əlverişlidir”. Biznesdə insanların davranış qaydaları bu şüarla ifadə edilir ki, bir səhər hər kəs yuxudan varlı və məşhur oyana bilər. Buna baxmayaraq, başlıca amil rəqabətdir, hansı ki, iqtisadiyyatın inkişafının ən aqressiv yoludur.

İkinci model Avropa modelidir ki, bu da korporativ idarəetmə sisteminə əsaslanan protestant etikasının əsasında yaradılmışdır. Korporativ idarəetmə sistemi

– biznesin və ölkənin əsas inkişaf istiqamətləri üzrə müəyyən edilmiş konsensusun əldə edilməsi üzrə nəhəng korporasiya qruplarının fikirlərinin uçotu sistemidir. Bu sistemdə ictimai qruplaşma rəhbərliklərinin müəyyən etdikləri qaydalar əsas əhəmiyyət kəsb edir. Praktiki olaraq bu o deməkdir ki, biznes özünə ictimai dayaq yaratmaq üçün ictimaiyyət və hökumətlə razılaşdırılmış siyasət yeritməlidir. Bu modeldə rəqabət bərabər imkanların zəmanəti kimi çıxış edir.

Üçüncü istiqamət Şərqi Asiyada mövcud olan **“Konfutsian kapitalizmidir”**. Klassik Konfutsiçilik təliminə əsaslanarsa da, bu model regionun müxtəlif ölkələrində (məsələn, Yaponiya, Çin, Koreya və Sinqapurda) öz yanaşma tərzlərinə və dəyərlər sistemində görə fərqlənir. “Konfutsian kapitalizmi” nəzəriyyəsinin banisi Sibusave Eyiti (1840-1931) konfutsiçilik traktatı “Lun Yuy” əsasında Yapon sahibkarlığının “İncil”-ini yaratmışdır. Öz əsərində Sibusave qeyd edir ki, “Lun Yuyun həqiqi dəyəri onun biznesdə tətbiqindən əldə oluna bilər. İctimai rifahın əldə olunması üçün, ilk növbədə, “gəlir əldə etmək arzusu” güclü olmalıdır. Sahibkarlığı inkişaf etdirmədən biz heç vaxt milli inkişafa nail ola bilmərik. Başqa bir tərəfdən, milli inkişaf da xeyirxahlıq və ədalətin mənəvi prinsiplərinə əsaslanmasa uzun müddət davam edə bilməz”. Eyni zamanda, o, həqiqi mənfəət anlayışını meydana gətirmişdir ki, bu da şəxsi mənfəətlə ictimai mənfəəti özündə əks etdirməlidir. Lakin burada prioritet olaraq həmişə, ictimai mənfəət əsas götürülməlidir (5; 27).

Bu modelin əsas mənəvi dəyərlərini bir sıra məşhur Asiya şirkətlərinin nümunəsində aydın görmək olar. Dünyaca məşhur “Samsung” kompaniyasının yaradıcısı, “Koreyanın maliyyə atası” adlandırılan Li Bençze təsdiq edirdi ki, “Rifahın mənbəyi nüfuz və pul deyil, insandır”. “Sony” korporasiyasının rəhbəri Morita Akitanın fikrincə, rəqabət ideyası aşağıdakı tərkiblərdən ibarət olmalıdır:

- birinci, rəqabətin həvəsləndirilməsindən;
- ikincisi, rəqabət aparıcı tərəflərdən biri yüksək xidmətə can atmalıdır ki, həvəsləndirmə müştərilərin lehinə olan bir amilə çevrilsin;
- eyni zamanda, tərəflərdən biri, elmi-texniki yeniliklərə əsaslanan “gələcəyə yönələn istehsalat” can atmalıdır.

Yapon şirkəti “Konosuke Mañçusima”nın yeddi əsas əhkam və tələblərindən biri belə səslənir: “Sənaye istehsalı – Vətənə xidmətdir” (4;34).

Dünyanın hər bir ölkəsində maliyyə və sənaye qruplarının etik və mənəvi davranışının əsasını bu üç modeldən biri təşkil edir.

1.2. Biznesdə etik problemlər və onlara diqqətin artırılması səbəbləri

Bu gün cəmiyyətdə biznesin mənəviyyatsızlığı haqqında çox danışılır. Bu cür fikirlərin yer alması son illərdə biznesdə etika problemlərinə tədqiqatçıların, idarəedicilərin və ictimai xadimlərin diqqətini cəlb etmişdir. Biznesdə etik problemlərin tarixi demək olar ki, biznesin özü qədər qədimdir. Son dövrlərdə bazar iqtisadiyyatının inkişaf etməsi, rəqabət mühitinin kəskinləşməsi şəraitində bu problemlər daha da global hal almağa başlamışdır. Beləki dövlət orqanlarının sanksiyaları, biznes üzrə tərəfdaşların seçilməsi və müqavilələrin bağlanması zamanı etik qiymətləndirmə, əxlaq və imic məsələləri az rol oynamırlar.

Amerikalı tədqiqatçı Lora Neş 1990-cı ildə “Xoş niyyətləri yox edin” adlı kitabı buraxmışdır. Bu kitabda o, belə bir nəticəyə gəlir ki, biznesin iştirakçılarının və rəhbərlərinin xoş niyyətləri iş yerində meydana gələn mürəkkəb etik problemlərin həlli üçün kifayət etmir. Mükəmməl və görkəmli iş adamlarının öz şəxsi həyatlarında ciddi əxlaqi dəyərlərə riayət etmələrinə baxmayaraq, Neş göstərir ki, işgüzar həyatın dinamikası onlara öz şəxsi əxlaqi əqidələrindən əlavə olaraq möhkəm əxlaqi prinsiplərə malik olmağı tələb edir.

L.Neş yazır: “Əgər insan heç bir məhsul istehsal etməyən, heç bir işçini işə götürməyən və heç bir tullantı istehsal etməyən şirkətin sahibidirsə, hətta bu halda da bu şəxs əsas əxlaqi standartları yaddan çıxarmamalıdır. İstənilən rəhbər tez-tez onun qarşısında mürəkkəb etik problemlər qoyan qərarlar qəbul etmək zərurəti ilə qarşılaşır və bu cür hallarda rəhbər nəyi isə dəyişmək iqtidarında deyildir: bunun nəticəsində o, insanlara mütləq zərər verəcək qərarlar qəbul etməyə məcburdur; o, eyni bərabər şəkildə lazım olan maddi dəyərlər və artıq formalaşmış mənəvi prinsiplərə əməl etmək arasında seçməli olduğu razılaşmalara gedərək, onun təşkilatının maraqlarının və işinin məqsədlərinin, konkret işçilərin və ya istehlakçıların şəxsi ehtiyacları ilə ziddiyyət təşkil etdiyi bir vəziyyətə düşür”.

Məhz elə ona görə də, biznes etikası istənilən təşkilatın rəhbəri üçün olduqca vacibdir. L.Neş ABŞ-da müxtəlif təşkilatların rəhbərlərindən aldığı müsahibədən Amerikanın işgüzar dünyasının rəhbərlərinin tez-tez rastlaşdıqları əsas etik prob-

lemləri ayırmışdır:

- xəsislik;
- hesabatlarda və yoxlamalarda faktların qəsdən göstərilməməsi, qeyri-səhih informasiyaların təqdim edilməsi;
- keyfiyyətsiz məhsul buraxılışı və ya ona daimi texniki xidmət göstərilməsinin zəruriliyi;
- qiymətlərin düşünmədən yüksəldilməsi və ya işgüzar danışıqların aparılması zamanı birbaşa aldatmaq;
- təşkilatın ağır vaxtlarındakı müzakirələr zamanı rəhbərlərin ona zərər gətirə biləcək həddən artıq özünə inam nümayiş etdirməsi;
- qeyri-etik və ədalətsiz olsa da, rəhbərliyə danışıqsız tabe olmaq;
- şəxsi maraqlar və korporasiya maraqları arasındakı ziddiyyətlər;
- favoritlərin mövcudluğu;
- sərt qiymətlər;
- bu və ya digər işin yerinə yetirilməsi zamanı günahsız və köməksiz insanların qurban verilməsi;
- daimi qeyri-etik hərəkətlər mühitində işçilərin öz etiraz və narazılıqlarını bildirmələrinin qeyri-mümkünlüyü;
- işin çoxluğundan ailəyə və şəxsi işlərə diqqət yetirilməməsi;
- təhlükəsizliyi şübhə doğuran məhsulların istehsalı;
- iş yerindən, iş yoldaşlarından, korporasiyanın fondlarından alınan hər hansı əşyanın geri qaytarılmaması;
- dəstək almaq üçün öz iş planını şüurlu şəkildə lazım olandan da yüksək qiymətləndirmək;
- iş maraqlarına zərər vuraraq iyerarxiya pilləsində yüksəlməyə həddən artıq diqqət yetirmək;
- öz həmkarlarının başı üzərindən keçərək yuxarı vəzifələrə keçmək;
- şirkətin mənfəət əldə etməsi üçün işçilərin aldadılması;
- xoşbəxt təsadüf ümidi ilə şübhəli tərəfdaşlarla ittifaq yaratmaq;

- öz vəzifələrinin icrasını ləngitməklə korporasiyanı vaxt və maddi itkilərə məruz qoymaq;
- rüşvət verməklə qanunvericiliyə dəyişikliklər etmək yolu ilə ictimai-siyasi prosesə mənfi təsir göstərilməsi və sair hallar (10; 33).

Neş bu cür problemlərlə qarşılaşan rəhbər və işçilərin onların həll edilməsi üçün yalnız “öz ailələrindən, müəllimlərindən, kilsələrdən, sinaqoqlardan əxlaq haqqında öyrəndikləri”-nə əməl edə bilmədiklərinə diqqət yetirir. “Cəhənnəmə aparan yol xoş niyyətlərlə döşənmişdir”, yazan Neş qeyd edir ki, biznesdə tez-tez ən əxlaqsız qərarlar həddən artıq düzgün və ən xoş niyyətlərə malik insanlar tərəfindən qəbul edilir və ən xoşagəlməz hərəkətlər də həmin şəxslər tərəfindən edilir.

Bir çox alimlərin fikrincə, müasir işgüzar etika üç mühüm müddəaya əsaslanır: (1) müxtəlif formalı maddi dəyərlərin yaradılmasına ilkin mühüm proses kimi baxılır; (2) mənfəət və gəlirlərə müxtəlif ictimai əhəmiyyətli məqsədlərə nail olmağın nəticəsi kimi baxılır; (3) iş dünyasında meydana gələn problemlərin həllində birincilik məhsul istehsalına deyil, şəxsiyyətlərarası münasibətlərin maraqlarına verilməlidir (7; 36).

Biznesdə etik problemlərə diqqətin artırılması müasir dövrdə baş verən iki global hadisə ilə əlaqələndirilir:

1) Korporativlik səviyyəsinin artması və 2) informasiya (məlumat) inqilabı.

Müasir korporasiyaların böyüməsinin əsas çatışmazlıqlarından biri onların tərkibində bürokratik təşkilatların böyüməsinin qaçılmaz olmasıdır. Şirkətin böyüməsi, strukturunun genişlənməsi, işçilərin sayının artması rəhbərliyin qərar qəbulu prosesində, işçilər arasında yaranan münaqişələrin həllində bir sıra problemlər yaradır.

Müasir biznesdə ikinci tarixi dəyişiklik – informasiya inqilabıdır. İnformasiyanın yığılması, saxlanması, işlənməsi və verilənlərin təhlilinə imkan verən kompyuterin kəşfi insan cəmiyyətinə XVIII-ci əsrin ortalarında baş vermiş sənaye inqilabından daha çox təsir göstərdi. Kompyuter texnologiyasının inkişafındakı

sonrakı sıçrayış 90-cı illərdə ümumdünya İnternet şəbəkəsinin yaranması ilə əlaqədardır.

Müasir biznesmenlər – informasiya erasının əsas ideoloqları etik davranış qaydalarının formalaşdırılması və həyata keçirilməsində birbaşa məsuliyyət daşıyırlar (bəzən kompyuter etikası, bəzən isə şəbəkə etikası adlandırılan). Eyni zamanda, bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar mürəkkəb təşkilati struktur hər bir işçidən özünə inam, ədalətlik, düzgünlük, mürəkkəb proseslər zamanı mühakimə aparıb qərar qəbul etmək bacarığı tələb edir. Beləki rəhbər şirkət daxilində baş verən zahirən kiçik, lakin pis nəticələrə gətirə biləcək qeyri-etik davranışların qarşısını vaxtında almağa cavabdehdir. Bu, ilk növbədə, rəhbərin idarəçilik bacarığından asılıdır. Adətən qeyri-sağlam kollektivdə yalan, əliəyrilik, ikiüzlülük, yaltaqlıq, intizamsızlıq, qərəzli münasibət, kiçik oğurluq və s problemlər mövcud olur, bu isə şirkətin nüfuzuna mənfi təsir göstərir. Qeyri-etik davranış əməkdaşlar arasında da emosional reaksiya doğurur.

Yuxarıda qeyd edilən bütün aspektləri nəzərə alaraq, əminliklə demək olar ki, şirkət daxili problemlər və bu problemlərin aradan qaldırılması şirkətin həm rəhbərliyi, həm də işçiləri üçün mühüm amillərdir. Bu baxımdan şirkət daxili etik problemləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- Əməkdaşlarla aparılan işin qüsurları;
- Maraqların münaqişəsi;
- Məxfiliyə riayət edilməməsi.

Əməkdaşlar və ya insan resursları, müəssisənin ən mühüm komponenti və investisiyaların ən mühüm sahəsidir. Bu resurslar şirkətin uğur və ya iflasının əsas göstəricisidir.

Dünyanın hər yerində işçilərdə peşəkarlığın çatışmazlığı problemi vardır. Peşəkarlıq dedikdə işçilərin öz öhdəliklərini həm yüksək bacarıqla, həm də vicdanla icra etməsi nəzərdə tutulur. Hər bir şirkət çalışır ki, öz işçilərinin peşəkarlıq səviyyəsini müxtəlif treninqlər vasitəsilə artırsın. Həmçinin heç bir şirkət rəhbəri istəməz ki, yüksək peşəkarlığa və bacarığa malik əməkdaşını itirsin. Bir çox ekspertlərin fikrincə, peşəkar işçilərin axınının qarşısını almağın ən düzgün və sə-

mərəli yolu işçilərə münasib iş şəraitinin yaradılmasıdır. Elə bir şərait ki, işçi orada özünü lazımlı və dəyərli hiss etsin. Öz müdirinin onunla hesablaşmadığını zənn edən işçi potensialından daha az səmərə ilə işləməyə məhkumdur. Əlbəttə ki, müxtəlif problemlərin ortaya çıxması təbii haldır və bu problemlər bir çox şirkətlərdə eynidir.

Bu problemlərdən biri iş yerində qərəzli münasibət və diskriminasiyadır. Adətən, iş yerində qərəzli münasibət peşəkarlıqdan kənar zəmində baş verir. Bu paxıllıq, gözü götürməzlik və yaltaqlıq nəticəsində baş verir. Yaşlı əməkdaşların gənc kadrlara münasibəti qərəzli münasibətin nümunəsidir. Məsələn, şirkətdə uzun müddət işləyən şəxs özündən cavan olan müdirə tabe olacağını bildikdə bunu qərəzlə qarşılayır və o, bu hisslərini bürüzə verərək cavanın təcrübəsizliyindən şikayət edir. Öz növbəsində cavan əməkdaşlar da yaşlı işçilərin tövsiyələrinə məhəl qoymayaraq onların köhnə fikirlə olmasını əsas tuturlar.

Qərəzli münasibətin ən geniş yayılmış və təhlükəli formaları aşağıdakılardır:

- Cinsi əlamətə görə
- Dini əlamətə görə
- İrqi əlamətə görə
- Əlilliyə görə
- Yaş əlamətinə görə
- Bu və ya digər sosial-mədəni qrupa mənsubluq əlamətinə görə və sair.

Bu qeyd olunan bütün qərəzli münasibət halları səbəbindən asılı olmayaraq etik normaların kobudcasına pozulması deməkdir. Belə diskriminasiya halları nəinki iş prosesində, həmçinin işə götürülmə, vəzifəyə təyin olunma və işdən azad edilmə hallarında da baş verir.

Azərbaycanın indiki reallığında cinsi mənsubiyyətə görə diskriminasiya daha çox rast gəlinir. Qanunvericilikdə qadın ilə kişinin kollektivdə eyni hüquqlara malik olduğu təsbit olunsa da, real həyatda buna heç də həmişə əməl edilmir və bu zəmində bəzən kəskin ziddiyyətlər yaranır. Ən əsası isə gender bərabərsizliyi və bununla bağlı yaranmış yanlış fikirlər Azərbaycan cəmiyyətində tam ciddiliyi

ilə dərk edilmir. Adətən otağa daxil olan qadın həmkarına diqqət göstərərək ayağa qalxan rəhbər vəzifəli kişilər, görülən iş müqabilində qadın həmkarına eyni işi görmüş kişilərə nisbətən daha az məvacib təyin edirlər. Bəzi həm xarici, həm də yerli şirkətlər işə götürülmə zamanı gənc qadınlara daha çox üstünlük verir, bu isə etik normalara və Azərbaycanın əmək məəcəlləsinə ziddir.

Azərbaycan reallığı üçün səciyyəvi sayılan digər qeyri-etik davranış qaydalarına aşağıdakıları aid etmək olar:

- Şirkətin əmlak və xidmətlərindən şəxsi maraqlar üçün istifadə edilməsi;
- İş vaxtının şəxsi maraqlar üçün istifadə edilməsi;
- Sərfəli şərtlərə və imtiyazlara nail olmaq üçün hədiyyələrin verilməsi və qəbul edilməsi;
- Günahın başqasının boynuna atılması;
- Xəstəlik kağızının əldə edilməsi üçün yalandan xəstəlik görüntüsünün yaradılması;
- Nahar fasiləsinin vaxtının qəsdən uzadılması
- Görülən işin kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinin saxtalaşdırılması
- Tapşırılan işin qəsdən yubadılması;
- Rəqib şirkətin sirlərinin öyrənilməsi üçün həmin şirkətin işçilərinin işə götürülməsi;
- Şirkətə məxsus məxfi məlumatların geniş açıqlanması.

Biznesin etik problemləri sırasına işə götürmə və xidməti öhdəliklərin tapşırılması proseslərində meydana gələn nöqsanları da aid etmək olar. Qərbi ölkələrində işə götürmə prosesini tənzimləyən müəyyən meyarların da daxil olduğu insan resurslarının idarə edilməsi sistemi mövcuddur. Bu meyarlar əsasında hər bir işçinin cinsindən, dərisinin rəngindən, yaşından, baxışlarından asılı olmayaraq yalnız peşəkarlıq səviyyəsi əsasında işə götürülməsi, işdən azad edilməsi, vəzifədə irəli çəkilməsi, əməyinin qiymətləndirilməsi, başqa əməkdaşlarla davranması üzrə etik və digər normalar nəzərdə tutulur. Yaxşı menecer işçini işə götürərkən onun bacarığına və peşəkarlıq səviyyəsinə əsaslanmalıdır.

Eyni zamanda, hər bir əməkdaşın da öz hüquqlarına malik olması nəzərə alınmalıdır. Təklif olunan iş müvəqqəti xarakter daşıyarsa bu barədə işçiyə əvvəlcədən mütləq deyilməlidir. Eyni zamanda, işçiyə sınaq müddəti tətbiq edildirsə, işçi onun müddəti və bu müddətdən sonra onu nə gözləyəcəyini bilməlidir. İşçiyə, həmçinin ona tapşırılacaq əlavə iş yükü haqqında da məlumat verilməlidir. Eləcə də, yadda saxlamaq lazımdır ki, tapşırılmış vəzifələrin icrasının səmərəliliyi əməkdaşın öz öhdəliklərinin diapazon və həmçinin hansı dərəcədə dəqiq anlamasından da asılıdır.

Digər bir etik problem iş bacarığının qiymətləndirilməsidir. Xarici təcrübədə iş bacarığının qiymətləndirilməsindən danışanda ilk növbədə iki məsələyə xüsusi diqqət yetirilir.

Birincisi, işçinin iş bacarığının rəsmi qiymətləndirilməsidir. Bir çox iri şirkətlərdə hər bir əməkdaşın iş bacarığı hər il qiymətləndirilir və onun şəxsi vəərəqəsində qeyd edilir. Adətən verilən bu qiymət əmək haqqına təsir edir və əməkdaşın bacarıq səviyyəsinin daim qeyd olunduğu sənədə çevrilir.

İkincisi, işçinin iş bacarığının qeyri-rəsmi qiymətləndirilməsidir. Bu hər bir əməkdaşın il ərzində öhdəsindəki işi necə yerinə yetirməsinin ardıcıl qiymətləndirilməsidir. Bu halda menecer vəzifə və tapşırıqların gündəlik yerinə yetirilməsi əsasında işin keyfiyyətini qiymətləndirir. Bu gündəlik nəzarət nəticəsində illik qiymətləndirmə aparılır və buna görə də hər bir əməkdaş işinə daha məsuliyyətlə yanaşmağa çalışır. Bu proses həm də əməkdaşların mümkün olan əsassız iddialarının qarşısını alır. Lakin danılmaz haldır ki, işçilərin qiymətləndirilməsinə subyektiv yanaşma hələ də mövcuddur və bu ədalətlilik prizmasından yanaşdıqda heç də düzgün hal hesab edilmir.

Digər mürəkkəb etik problemlərdən biri intizam cəzalarının tətbiqi məsələsidir. Bir çox menecerlər intizam cəzasının tətbiqi məsələsində çox zaman tərəddüd edir və gözləmə mövqeyində dayanırlar. Çoxları əməkdaşlarının çatışmazlıqlarına göz yumaraq, bəlkə də vəziyyətin öz-özünə düzələcəyinə ümid edirlər. Eyni zamanda, aşkar pozuntu hallarında işçilərə intizam cəzasının tətbiqi məsələsi bir sıra səbəblərdən çox əhəmiyyətlidir. Bəzi zəruri hallarda bu, nəinki məhsuldarlı-

ğın yüksəlməsinə yardım edir, həm də əməkdaşlar üçün vacib olan müəyyən davranışın dəqiq standartlarını müəyyənləşdirir. Əməkdaşların intizam məsələlərinə cəlb olunmasının daha səmərəli və təsirli üsullarını aşkarlayan psixoloji testlər və tədqiqatlar mövcuddur. İntizam məsuliyyətinə cəlb edilmə ən konstruktiv və peşəkar surətdə edilməlidir. İşçini kənar şəxslərin qarşısında tənqid etmək olmaz. İntizam məsuliyyətinə cəlb edilən zaman qarşı tərəfin izahatına qulaq asmaq zəruridir. İntizam cəzası qətiyyətli, sərt və məntiqli olmalıdır, amma qüvvədə olan qanunvericilikdə nəzərdə tutulandan daha ciddi ola bilməz.

İşçilərin idarə edilməsi qarşılıqlı, ədalət, vicdanlı əmək, şəffaflıq və s prinsiplər əsasında qurulur. Bunlar hər bir cəmiyyətin əsas mənəvi dəyərlərindəndir. Əxlaq normalarına əməl etmək insan haqlarının əsas mahiyyətini təşkil edir. Hər bir fərd tutduğu vəzifədən asılı olmayaraq yaşamaq, azad fikir yürütmək, sağlamlıq, təhlükəsizlik və mülkiyyət hüququna malikdir. İnsanların şəxsi həyat hüququ vardır. Onlar günün müəyyən hissəsini işə sərf edir, günün digər hissəsi isə işə deyil, onların özlərinə məxsusdur. Hər bir işçi asudə vaxtından istədiyi kimi istifadə edə bilər və heç bir rəhbər onun şəxsi həyatına müdaxilə edə bilməz. İnsanın işə götürülməsi onun bütün şəxsi həyatının, sirlərinin, hüquqlarının şirkətin ixtiyarına verilməsi demək deyil, bu hüquqlar hətta şirkət daxilində belə məhdudlaşdırıla bilməz. Eləcə də heç bir sahibkar (biznesmen) öz əməkdaşının şəxsi həyatı ilə maraqlana və bu barədə məlumat toplaya bilməz. İşçilərin fərdi şkaflı, yazı mənasının lazımı qaydada əsaslandırılmamış sanksiyalaşdırılmamış yoxlanması qeyri-etikdir və yolverilməzdir. İşçilər öz əməklərinin necə qiymətləndirilməsi barədə xəbər almaq və şəxsi vəərəqlərindəki məlumatlarla tanış olmaq hüququna malikdirlər.

Təəssüflə qeyd edilməlidir ki, Azərbaycanın bir çox müəssisələrində işçilərin şəxsi həyatına fikir verilmir. İşçilər rəhbərin öz bildiyi kimi müəyyən etdiyi iş rejimində işləmək məcburiyyətində qalırlar. Azərbaycan müəssisələrində iş vaxtından əlavə iş saatlarının əvəzinin işçiyə ödənilməsi təcrübəsi hələ də tətbiq olunmur, baxmayaraq ki, əmək qanunvericiliyi əvəzində müvafiq kompensasiya ödənilməyən əlavə iş saatlarına qadağan qoymuşdur (4; 17).

Bu qeyd olunan faktlar nəzərə alınmaqla hər bir işçi şöbə müdirinə, lazım gələndə isə, şirkət rəhbərinə qanun pozuntuları və etik normaların pozulması barədə şikayət etmək hüququna malikdir. Şikayət etmiş şəxsə cəzalanacağı qorxusu olmamalıdır, hər bir şirkət rəhbəri isə öz növbəsində bunun üçün zəruri şəraiti təmin etməlidir. Mümkün anlaşılmazlıqlara yol verilməməsi məqsədilə şirkət rəhbərliyi şikayətlə bağlı dəqiq prosedurlar müəyyənləşdirməli və bunu hər bir işçinin nəzərinə çatdırmalıdır.

Biznesin etik problemlərindən biri də məxfiliyin pozulması, kommersiya sirri sayılan hər hansı texniki, maliyyə və digər məlumat açıqlanmasıdır. Bu siyahıya həmçinin şəxsi xarakterli məlumatlar, şirkətin müştəriləri haqqında məlumat, şirkətin rəhbərinə məlum olan şirkətin işçi heyəti haqqında məlumat, eləcə də ölkənin təhlükəsizliyi ilə bağlı məlumatlar daxildir. Keyfiyyətli məhsul və xidmətlər təklif edən rəqabət qabiliyyətli hər bir şirkətdə rəhbərlik məlumatların kənara axınının qarşısını ala bilən və məxfiliyə yardım edən sərt qanunlar təyin edir. Həm etik, həm də işgüzar baxımdan əməkdaşlar tərəfindən məlumatın, xüsusilə də şirkətin potensial imkanları və zəif cəhətləri, o cümlədən bazara çıxarılaçaq yeni məhsulu və ya xidmətləri haqqında məlumatın şirkətdən kənara çıxarılması yolverilməzdir. Bir sözlə bu, rəqib şirkətlər üçün dəyərli və şirkətin iflasına səbəb ola bilən hər bir məlumata aiddir. Eləcə də şirkət işçilərinin məxfi məlumatı öz şəxsi məqsədləri üçün istifadə etmək və onu üçüncü şəxsə ötürmək hüququ yoxdur. İşçi işdən azad olduqda bütün məxfi məlumatlar, sənədlər şirkətə qaytarılır. Əks halda işçinin yeni iş yerində bu cür məxfi məlumatları istifadə etməsi qeyri-etik davranış kimi qiymətləndirilir.

Peşəkarlıq və şəxsi mövqeyindən asılı olmayaraq bütün əməkdaşlar bir-biri ilə daim qarşılıqlı münasibətdədirlər. İşçinin etibarlı adı və xüsusən də şirkətin nüfuzu həmin şəxsin başqaları ilə (məsələn, həmkarları, istehlakçılar, məsləhətçilər, satıcılar, təchizatçılar, reklam mütəxəssisləri, hətta ailə üzvləri, dostları) münasibət qurma bacarığından çox asılıdır. Bu münasibətlərdə obyektivlik, bitərəflik amili də mühüm rol oynayır. İş yerində bu anlayışlara riayət olunmadıqda maraqların münaqişəsi törəyir, yəni işçinin şəxsi və xidməti maraqlarının toqquş-

ması baş verir. Maraqların münaqişəsinin bir neçə növü mövcuddur. Ən geniş yayılmışlara bunlar aiddir: tərəfdaşlarla münasibətlərdən şəxsi mənfəətin götürülməsi imkanı, müəyyən qərarların qəbuluna təsir göstərilməsi məqsədilə şəxsi əlaqələrdən istifadə etmək, eyni zamanda rəqib şirkətə işləmək, təchizatçı firmalarla yaxın və qohumluq əlaqələri, rəqib şirkətlərlə əlaqələr və s.

Psixoloji araşdırmalar göstərir ki, münaqişələrin səbəbləri əsasən aşağıdakı zəmində törəyir:

- Təşkilatın idarə qurumunun işində ciddi çatışmazlıqların olması;
- İşçi heyətin hüquq və vəzifələrinin dəqiq müəyyən edilməməsi
- İş rejiminin qeyri-ahəngdar və qeyri-sabit olması;
- İşçi heyətin maddi cəhətdən təmin olunmaması və bunun nəticəsi kimi stimulun olmaması;
- İşçi heyətin əməyinin düzgün qiymətləndirilməməsi;
- Peşəkarlıq, fərdi, yaş və digər fərqlər səbəbindən psixoloji uyğunsuzluğun olması;
- Formalaşmış davranış normalarının pozulması, işçi heyətin müxtəlif kateqoriyaları arasında ixtilafların olması.

Xarici şirkətlərin etik kodekslərində maraqların münaqişəsi xüsusi bölmədə qeyd olunur və hər bir konkret halda şirkət işçilərinin necə rəftar etməli olduqları izah olunur. Eyni zamanda, etik kodekslərdə maraqların münaqişəsi ilə bağlı bəzi qaydalar da müəyyən edilir. Məsələn, hədiyyələr və suvenirlərlə bağlı, məhsul və xidmət təchizatçısı olan şirkətlərlə yaxınlıq və qohumluq əlaqələri ilə bağlı, işçinin eyni zamanda rəqib şirkətdə işləməsi ilə bağlı və s. qaydalar.

Biznesin etik problemlərindən danışdıqda xarici (zahiri) etik problemləri xüsusi ilə qeyd etmək lazımdır. Adından da göründüyü kimi bu problemlər xarici mühitlə əlaqədar olan problemlərdir. Bura rəqiblərlə, real və potensial istehlakçılarla (müşəriylərlə), tərəfdaşlarla, ümumilikdə cəmiyyətlə münasibətdə meydana çıxan etik nöqsanlar aid edilir.

Rəqabət bazar iqtisadiyyatının əsasını təşkil edir. Ancaq bazar iqtisadiyyatı

rəqabətin qanuni, düzgün və azad olması şərti ilə normal və istehlakçıların xeyrinə fəaliyyət göstərə bilər. Düzgün rəqabət ancaq o vaxt təmin olunur ki, oyunun qaydalarına bütün tərəflər: dövlət, biznes ümumilikdə və ayrı-ayrı fərdlər əməl etsinlər.

- İnkişaf etmiş bazarın ən geniş yayılmış haqsız rəqabət üsulları bunlardır:
- rəqib şirkətlərin səriştəli əməkdaşlarının cəlb olunması;
- rəqiblər haqqında məxfi məlumatın toplanması;
- dempinq siyasəti və ya qiymətlərin maya dəyərindən aşağı salınması;
- sənaye casusluğu;
- rəqib şirkətin istehsalında təxribatların törədilməsi;
- informasiya müharibələri, yəni kütləvi informasiya vasitələrinə rəqiblərə qarşı rüsvayedicə məlumat axınının təşkili.

Haqsız rəqabətin əsas səbəbi qanunvericilik bazasının yetərinə mükəmməl olmamasında deyil (baxmayaraq ki, bu çətinlik də mövcuddur), daha çox qanunların icra mexanizmlərinin, yəni azad mətbuat, vətəndaş nəzarəti və səmərəli məhkəmə sisteminin olmamasındadır.

Düzgün rəqabətin olmaması haqsız şirkətlərin istehlakçıların hesabına həddən iri gəlirlər əldə etmələrinə gətirib çıxarır və qanunlara riayət edən şirkətlərin təkmilləşmə istəklərini söndürür. Müasir qlobal iqtisadiyyat şəraitində bəzən yerli sahibkarların dəstəklənməsi məqsədilə düzgün rəqabət hökumət tərəfindən şüurlu surətdə məhdudlaşdırılır. Konkret şəraitdə bu mexanizm müvəqqəti tədbir kimi bəraət qazana bilər. Məsələn, yerli qanunvericiliyə görə, hazır məhsulun idxalına xammalın və yarımfabrikatların idxalı ilə müqayisədə daha yüksək gömrük rüsumu qoyula bilər.

Biznesin xarici etik problemlərindən biri də anti-inhisar qanunvericiliyinin pozulması ilə meydana gələn hallardır. Bu pozuntunun klassik nümunələri bunlardır: bazarın bölüşdürülməsi, gizli sövdələşmə, qiymət siyasətinin uzlaşdırılması və inhisarların yaradılmasıdır. Bazarın bölüşdürülməsi dedikdə, bir neçə iri şirkət tərəfindən məhsullarının satıldığı bazarların regionlar üzrə öz aralarında bö-

lüşdürülməsi başa düşülür. Qiymət siyasətinin uzlaşdırılması əsas istehsalçıların öz məhsul və xidmətlərinə dair vahid yüksəldilmiş qiymət haqqındakı razılaşmasıdır. Bu isə alıcını qiymət seçimi hüququndan məhrum edir.

Gizli sövdələşmə çox vaxt örtülü bazar şəraitində istifadə olunur. Məsələn, bir şirkət rəqibləri ilə razılığa gəlir ki, onlar öz tender ərizələrini geri götürsünlər, yaxud həmin şirkətin qarşısında maneələri götürmək üçün əvvəldən yüksək qiymətlər elan edirlər ki, sonra, əvəzində bu şirkətdən müəyyən güzəştlər alsınlar.

Eləcə də yalnız təbii inhisar sahələrində deyil (məsələn, Barmek və ya Abşeron regional su təchizatı kimi şirkətlərin), digər sahələrdə də inhisarçı şirkətlərin yaradılması və dəstəklənməsini də qeyd etmək olar. Keçmiş Qaradağ-sement, Baku Steel, European Tobacco kimi müəssisələr öz sahələrində şübhəsiz inhisarçıdırlar. Əlbəttə ki, nəzəri baxımdan qeyri-etik əməl barədə şikayətin məntiqi yolu məhkəməyə müraciət etməkdir. Bu üsulun öz qüsurları vardır: birincisi, I fəsilə qeyd olunduğu kimi, huquqi normalar minimal nəticələr verir və etik pozuntuların hamısını əhatə etmir. Bundan əlavə məhkəmə prosedurları uzun vaxt aparır və kifayət qədər xərclər bahasına baş gəlir. Həm də ki, bizim məhkəmələrin qərəzsizliyi ciddi şübhələr doğurur. Dünya təcrübəsində etik normalara riayət etmək istəyən şirkətlər tək hüquqi mexanizmlərdən deyil (yəni məhkəməyə müraciət), peşəkar özünütənzimləmə üsullarından da istifadə edirlər.

Biznes assosiasiyalarına daxil olan şirkətlər tərəfindən müxtəlif səviyyəli sənədlərin (müraciətlər, ləyaqətli işgüzar təcrübə haqqında prinsiplər, yaxud bəyannamələr və ya kodekslər) qəbul edilməsi özünütənzimləmə üsullarından biridir. Bu sənədlər arasında fərq ondan ibarətdir ki, kodekslər hər fəaliyyət növünün xüsusiyyətlərini nəzərə alan daha dəqiq işlənilib hazırlanmış normalardır, digər sənədlər isə həmin assosiasiya üzvləri tərəfindən tanınan əsas etik prinsiplərdir və bu prinsiplər sonradan bu şirkətlərin etika kodekslərində daha müfəssəl işlənilir. Bir nümunə kimi Beynəlxalq ticarət palatası tərəfindən işlənilib hazırlanmış və Avropa Şurası tərəfindən 1994-cü ilin dekabrında bəyənilmiş ləyaqətli davranış kodeksini, yaxud Sankt-Peterburqda işgüzar etika və korporativ idarə

rəçilik mərkəzi tərəfindən hazırlanmış işgüzar təcrübənin vicdanla aparılması bəyannaməsini göstərmək olar.

Qərəzsiz müstəqil üç nəfərdən ibarət münisflər məhkəməsində şikayətlərin baxılması digər bir üsuldur. Belə təhqiqat məhkəmədən əvvəl problemin tənzimlənməsi üzrə edilən cəhddir. Bizim qanunvericiliyimizə görə belə məhkəmələrin qəbul etdiyi qərarlar məhkəmə tərəfindən təsdiq olunandan sonra hüquqi qüvvəyə minməlidir. Hal-hazırda ölkəmizdə müstəqil bir qeyri-hökumət təşkilatı (QHT) vardır ki, bu cür iqtisadi məhkəmənin yaradılması üzərində işləyir. Digər bir QHT məhkəmədən əvvəl məsələlərin tənzimlənməsi ilə məşğuldur. Bu təşkilat «Rezonans» qəzeti bağlanan zaman qəzetin kollektivi ilə onun təsisçisi arasında əmək haqqı üzrə borclar zəminində yaranmış mübahisəni uğurla həll etmişdir.

Nəhayət, etik normaları pozanların «qara siyahısı»nın tərtib və dərc edilməsi (bu təcrübədən Dünya Bankı istifadə edir) və onların peşəkar birliklərdən xaric olunması mümkündür.

Digər bir məsələ biznesin hakimiyyətlə münasibətləri və siyasi həyatla bağlılıq problemidir. Bir qayda olaraq, kodekslərdə hətta qanunvericiliklə qadağan olmasa da, siyasi həyata qarışmamaq və siyasi partiyaların maliyyələşdirilməsinin yolverilməzliyi haqqında müddəalar daxildir. Ancaq şirkətin siyasi həyatda iştirak etməməsi işçilərə şamil edilmir və onlar seçimlərindən asılı olaraq istədiyi partiyanın üzvü ola bilərlər. Buna baxmayaraq istehsalçıların əksəriyyəti qabaqcadan şərt qoyurlar ki, siyasi partiyalarda üzvlük şirkətin mənafeyinə zərər gətirməməlidir. Məsələn, Statoil şirkətinin etik prinsiplərini ifadə edən daxili sənəddə şirkətin heç bir siyasi partiyayı və ya namizədi dəstəkləməməsi və bu neytral münasibət şirkətin imicinin ayrılmaz hissəsi olması xüsusilə qeyd edilir. Şirkətin əməkdaşları isə ölkənin demokratik-siyasi həyatında iştirak etmək hüququna malikdirlər. Bir şərtlə ki, onlar bu fəaliyyətlərində şirkətin adından çıxış etməməli və şirkətin işini siyasətə qoşmamalıdırlar.

Müştərilərə qarşı münasibətdə yaranan etik problemlər biznesin öz öhdəliklərini yerinə yetirməməsi ilə bağlıdır. Dünya praktikasında biznesin müştərilər qarşısında 7 əsas öhdəliyi müəyyən edilmişdir və bu öhdəlikləri həmçinin peşəkar iş-

çilərə də şamil etmək mümkündür. Bu öhdəliklər aşağıdakılardan ibarətdir:

- düzgünlük;
- səriştə;
- öhdəliklərin yerinə yetirilməsi;
- müştərilərə qayğı;
- müştərilərə loyallıq/sadiqlik;
- ədalət;
- məxfilik prinsipinə riayət olunması.

Lakin geniş yayılmış “müştəri həmişə haqlıdır” prinsipinə baxmayaraq, yaranan problemlər təkcə yuxarıda göstərilənlərlə deyil, eyni zamanda müştərilərin biznes qarşısında öz öhdəliklərini yerinə yetirməməkləri ilə bağlıdır ki, bura sövdələşmələrə əməl etmək, xidmət və məhsulların dəyərini vaxtında ödəmək kimi tələblər aid edilir.

Bu gün ictimaiyyət tərəfindən tanınma uğurlu iqtisadi sahibkarlıq fəaliyyəti üçün əsas şərtədir. Bu nöqteyi-nəzərdən, tam hüquqi əxlaqi tələblərə qarşı açıq olmaq müəssisələrin öz marağındadır.

Qeyd olunmalı digər bir məqam da biznesdə reklam fəaliyyətidir. Hər bir istehsalçı öz məhsulunu istehsal etdikdən sonra onun reklam edilməsini və marketingin aparılmasını zəruri sayırlar. Təəssüf ki, bir çox sahibkarlar reklam kampaniyalarının aparılmasında çox vaxt qeyri-etik üsullardan istifadə edirlər. Bu isə cəmiyyətdə zövqsüzlüyün formalaşmasına, hətta istehlakçıları bu və ya digər məhsulun alınmasında aldadılmasına, hətta fikrinin zorla müəyyən məhsul növünə yönəldilməsinə səbəb olur. Bu məsələyə işgüzar etika nöqteyi-nəzərindən baxaq.

Reklamın əsas məqsədi məhsulun satışına şərait yaratmaqdır. Əlbəttə ki, reklamın əsas məqsədi məlumatın təqdimatı ilə bitmir. Reklam həmçinin ictimaiyyətdə müəyyən rəy formalaşdırır və məhsul istehsalçısı istehlakçıları məhz onun məhsulunu almağa şirnikləndirir, o cümlədən, özünə qarşı müsbət rəy formalaşdırmağa çalışır. Başqa sözlə desək, reklam eyni zamanda inandırmaq və tələqin et-

mək funksiyasını da daşıyır. Reklamın üç qeyri-etik üsulu fərqləndirilir:

- saxta, yalan və insanı çaşdıran reklam;
- insanların hissləri ilə oynayaraq reklam üsullarından istifadə etməklə
- müəyyən məhsulun alınmasına təhrik;
- reklamın yolverilməz üsullarının istifadəsi.

Bir çox reklamlarda deyilənlər həqiqətdən daha çox yalana yaxın olur. Əgər reklamda yalan məlumat verilsə və onun əsas məqsədi insanları çaşdıraraq potensial müştəriləri aldatmaqdırsa, belə reklamın edilməsi qeyri-etikdir. Çünki reklam agentliyi yalana əl atır, bu isə heç bir əxlaqa sığmır. Məsələn, reklam bazarında satılan müxtəlif qida məhsullarının – müxtəlif yağ, süd, sucuq, sərinləşdirici içkilər və sairin tərkibi haqqında bir çox məlumatlar həqiqətə uyğun deyildir və belə reklam alıcıların aldadılmasına yönəldilmişdir. Müəyyən məhsulun reklamı vasitəsilə insanların iradəsinə təsir göstərmək də etika prinsiplərinə ziddir. Davranış normaları aldatma, yalan, hiylə kimi vasitələrlə insanı hər hansı əməllərə təhrik etməyi və insan iradəsinə təsir etməyi qeyri-etik davranışın təzahürü kimi qiymətləndirir. Azərbaycanın reklam bazarına daxil olan məhsullar, adətən xarici dildən tərcümələrdir. Keyfiyyətsiz tərcümə, xalqımızın ənənələrinə və əxlaq normalarına etinasızlıq reklam edilən məhsulun uğursuzluğuna səbəb ola bilər. Bütün bu faktları ümumiləşdirərək belə nəticəyə gəlmək olar ki, qeyri-etik üsullardan istifadə edən reklamlar cəmiyyətdən mənfi qarşılır və bu, reklamı təşkil edənlər üçün aşağıdakı mənfi nəticələri verə bilər:

- müştərilərin aldadılması nəticəsində müştərilər tərəfindən həmin məhsulun alınmasından imtina olunması;
- reklama çəkilən xərclərin puça çıxması;
- məhsulun satış həcmının azalması;
- reklam edən şirkətin nüfuzdan düşməsi;
- ictimaiyyətdə aşağı səviyyəli zövqün formalaşması.

1.3. **Biznes etikas**ı peşəkar etikanın növlərindən biri kimi

Biznes etikas

ı – düzgünlüyə, aşkarlığa, verilən sözə və qüvvədə olan qanunvericiliyə sadıqlıyə, müəyyən edilmiş normalara, qaydalara və ənənələrə müvafiq olaraq bazarda səmərəli şəkildə fəaliyyət göstərmək qabiliyyətinə əsaslanan işgüzar etikadır.

Etika ilə gündəlik təcrübənin qarşılıqlı əlaqəsi özünü peşəkar etikada göstərir ki, bu da özündə professional fəaliyyətə olan mənəvi tələbləri ehtiva edir. Biznes etikas

ı peşəkar etikanın növ müxtəlifliyindən biridir. Bəzi tədqiqatçılar və praktiklər hesab edirlər ki, bu anlayış biznes peşəkarlarının davranışını və əməli fəaliyyətini müəyyənləşdirir, digərləri üçün isə bu, bir çoxlarının danışdığı, ancaq çox az sayda insanın əməl etdiyi əxlaqi standartlar toplusudur. Ancaq elələri də vardır ki, onlar ümumiyyətlə biznes etikasının mövcud olmasını inkar edirlər.

Biznes etikas

ı elm sahəsi kimi XX əsrin 70-ci illərində ABŞ-da formalaşmış və 80-ci illərin əvvəllərindən başlayaraq mütəxəssislərin tədqiqat predmetinə çevrilmişdi. Bu zaman elmi cəmiyyət və iş dünyası arasında peşəkar biznesmenlərin “etik düşüncələrinin” onlar tərəfindən aparılan işgüzar əməliyyatlar zamanı yüksəldilməsi zərurəti məsələsi üzrə getdikcə daha çox razılığın əldə edilməsi müşahidə olunurdu. Bəzi mütəxəssislər “korporasiyaların cəmiyyət qarşısında məsuliyyətinin” artırılması zərurətini vurğulayır, digərləri isə həm hökumət bürokratiyası, həm də müxtəlif korporasiyaların məsul şəxsləri arasında tez-tez baş verən korrupsiya hallarına xüsusi diqqət yetirirdilər.

Bir çoxları bu prosesi ABŞ-da dini dəyərlərin və ənənəvi əxlaqın tənəzzülü ilə əlaqələndirir, bu səbəbdən də işçilərdə yerinə yetirdikləri bütün işlərə görə səmərəliliyin, qətiyyətin və iftixar hissənin davamlı şəkildə aşağı düşməsinə qeyd edirdilər. Bu hadisəni hərdən “əməyin protestant etikasının” aşağı düşməsi və hətta tamamilə yoxa çıxması ilə əlaqələndirənlər də az deyildi. Bu cür ənənəvi əmək dəyərlərinin hörmətdən düşməsi amerika sənayesində əmək məhsuldarlığının aşağı düşməsinə gətirib çıxarmışdı.

Bir çox tədqiqatçıların fikrincə, yalnız biznes sahəsində əxlaqi dəyərlərin və

cəmiyyət qarşısında məsuliyyətin mövqelərinin yerdəyişməsi bu proseslərə və müxtəlif dəyər yönümlü məsələlərin həllinə əhəmiyyətli təsirini göstərə bilirdi.

Biznesdə etikanın mövcud olması mümkünlüyü barədə skeptisizmin uzun müddət ərzində yayılmasına baxmayaraq (bizim ölkəmizdə indiyə qədər geniş yayılmışdır), biznes adamları və cəmiyyətin geniş təbəqələri biznesdə yüksək etik standartların mövcud olmasının ümumi rifahın və faydanın əldə edilməsinə gətirib çıxaracağı haqqında dərin inamı bölüşürlər. Hər dəfə ABŞ-da hökumət və işgüzar dairələrdə daha böyük və ya daha kiçik qalmaqla baş verərkən, həm biznesdə, həm də dövlət qulluqçuları arasında peşəkar öhdəliklərin yerinə yetirilməsi zamanı davranışda daha yüksək etik standartlara riayət etməyə çağıran çoxsaylı çıxışlar və mətbuatda dərc edilən baş məqalələr geniş kütlələrə ünvanlanırdı. Bu zaman sadəcə qanuna tabe olmaqdan başqa şəxsi etik öhdəliklər də nəzərə alınırdı, hərçənd ki, bu öhdəliklərin mahiyyətinin müəyyən edilməsi zamanı fikir ayrılıqları meydana gəlirdi.

Yeni bazar münasibətlərinin yaranması fonunda iqtisadi islahatların davam etdirilməsi, özəl sahibkarlığın inkişafı və bu zəmində xarici investisiyaların cəlb edilməsi idarəetmənin yeni metodlarının tətbiq edilməsi zərurətini meydana gətirir.

İndi Azərbaycanlı sahibkarlar nəinki MDB ölkələrindən olan tərəfdaşları ilə, həm də xarici ölkələrdən olan həmkarları ilə əlaqələr yaratmağa çalışırlar. Ancaq onlar çox vaxt idarəetmənin qərb sistemi, onların prinsipləri və təcrübələri haqqında informasiyaya malik olmayaraq, qərarların qəbul edilməsi prosesində, xarici tərəfdaşlarının etibarını qazanmaqda və ən başlıcası da öz hüquqlarının qorunmasında çətinliklərlə qarşılaşırlar. Eyni zamanda, bizim sahibkarların xarici tərəfdaşları tərəfindən aldadılmasını təsdiq edən çox sayda faktlar vardır. Xarici investorlar, hər hansı bir yerli şirkətlə əlaqələr yaradarkən, ilk növbədə şirkətə inam, onun yerli və beynəlxalq qanunlara riayət etməsi, əhali arasında nüfuzu kimi amillərə diqqət yetirirlər. Biznes etikası problemi bu planda daha da aktual xarakter daşımağa başlayır. Çünki biznesin etik aspektlərini nəzərə almadan, ölkələr arasında normal ticari və iqtisadi əlaqələrin qurulması mümkün deyildir.

Müasir biznes (işgüzar) etikasının əsasını sosial müqavilə (şirkətin və onu əhatə edən xarici mühitin vahid davranış normaları haqqında qeyri - formal razılaşması) və müəssisənin sosial məsuliyyəti (onun üstünlüklərindən maksimum istifadə etmək və həm biznes iştirakçlarına, həm də bütünlükdə cəmiyyətə toxunan çatışmazlıqları minimuma endirmək) təşkil edir. Məlumdur ki, istənilən ölkədə və ya şirkətdə inkişafın baş verməsi həmin şirkətin üzvlərinin və ya vətəndaşların bir-birinə etibar və hörmətlə yanaşdıqları zaman mümkündür. Bu cür etibar və hörmət sosial məsuliyyətə, qısaca desək, müəssisə (və ya şirkət) əməkdaşlarının və digər tərəfdaşların etik davranışlarının tənzimlənməsinə əsaslanır.

Deməli, biznes etikasını (işgüzar etika), şirkətin iki ən vacib məqsədinin həyata keçirilməsi təmin edir. O, bir tərəfdən müəssisə rəhbərlərinə, öz əməkdaşları (və digər tərəfdaşların) tərəfindən şirkətin nizamnaməsinə və qaydalarına riayət olunmasını, onlar üzərində nəzarəti həyata keçirməyi təmin etməyə kömək edir. Digər tərəfdən isə, onlara yazılmış qanunlardan daha üstün olan başqa dəyərlərə hörmətlə yanaşmağı tələq edir. Biznes etikasını yalnız öz şirkətinin deyil, o cümlədən tərəfdaşlarının, müştərilərinin və bütünlükdə cəmiyyətin maraqlarına hörmətə əsaslanır. Bu qayda rəqiblərə də şamil olunur - rəqabət mübarizəsi çərçivələrindən kənara çıxan üsullarla onlara zərər vurmaq qadağan edilir.

Biznes etikasının (işgüzar etikanın) əsasını həm də əxlaqi normalar təşkil edir. Bu normalar hər hansı bir ölkənin və xalqın dilinə, mədəniyyətinə və ənənələrinə əsaslanır. Biznes etikasını həm də, sosial əsasla malik olub, daha yaxşı dərk edilən və etik biznesin hər kəs tərəfindən qəbul edilməli olan dəyərlərinə əsaslanan qayda və qanunlar (yazılmamış qanunlar) toplusudur. İctimai dəyərlər özündə vicdan, düzgünlük, hörmət, ədalət və s. kimi keyfiyyətləri birləşdirib, ticari nöqteyi - nəzərdən, malın keyfiyyətinə, alıcıların məmnunluğuna, məhsulun reklamındakı qaydalara əməl olunmasına, sağlamlığa və təhlükəsizliyə diqqətin artırılmasını nəzərdə tutur. Çünki mülkiyyət hüquqlarının pozulması, gizli informasiyaya yiyələnmə, saxta reklam, istehlakçının seçim azadlığının pozulması, kommersiya casusluğu bazar münasibətlərinin deformasiyaya uğramasına səbəb olaraq, riskləri və əməliyyat xərclərini artırır, alıcıları uzaqlaşdırır, qeyri – peşəkar əlamətlərə

görə ayrı - seçkilik və “beyinləri öz tərəfinə çəkmə” əmək bazarında münasibətləri pozur. Sərfəli sifarişlərin müsabiqə əsasında deyil, tanışlıqla (qanunsuz yolla), rüşvət və ya şantaj və hədə-qorxu vasitəsilə alınması da bazarı məhv edir.

Biznes etikası həm iqtisadi institutların formalaşdırılması, həm də biznes peşəkarlarının fəaliyyət göstərməsi ilə bağlıdır və bu nöqtəyi-nəzərdən də biznes etikasının makrosəviyyəsinin əhəmiyyətini dəyərləndirmək çox çətindir. Biznesdə makrosəviyyəyə yanaşması keçid dövrünün iqtisadiyyatı üçün olduqca əhəmiyyətli-dir. Belə ki, Azərbaycanda əsas iqtisadi qurumların transformasiyası baş verir. Əgər bu qurumlar yaxşı düşünülmüş struktura malikdirsə və Azərbaycanda həyatın mədəni və sosial şərtlərinə uyğunlaşdırılmışdırsa, bu zaman onlar makrosəviyyədə məsul etik davranışın yaranmasına yardım edəcəklər. Ancaq əgər bu qurumlar yalandan formalaşdırılmış və konkret sosial şərtləri nəzərə almırlarsa, əmək kollektivi səviyyəsində xüsusi etik məsələnin həll olunması üçün səy göstərmək mənasızdır, belə ki, insanlar hər zaman yanlış iqtisadi qurumlarla və səhv siyasi kursla mübarizə aparmalı olurlar.

Makrosəviyyədə hərdən biznes etikasının harada sona çatdığı və iqtisadi nəzəriyyənin başladığı söyləmək çox çətin olur. Nəhayət, əgər biznes etikası makrosəviyyədə etik nəzəriyyənin iqtisadi qurumlara və onların siyasətinə tətbiqi ilə bağlıdırsa, bu zaman iqtisadiyyatı unudaraq, biznesin etik problemləri haqqında fikir söyləmək olmaz.

Bu iki istiqamətin qarşılıqlı təsirinin təhlilini aparmaq çətin olsa da, onların qarşılıqlı əlaqəsini nəzərə almamaq olmaz. Bir tərəfdən, siyasəti müəyyənləşdirənlər üçün faydalı məsləhətlər işlənilib hazırlandığı təqdirdə, biznes etikası iqtisadi nəzəriyyə sahəsində biliklər tələb edir. Digər tərəfdən isə, iqtisadi təhlil sosial və əxlaqi dəyərlər cəlb edilmədən tam ola bilməz. Və əgər etik şəxs bəzi hallarda iqtisadçı kimi, iqtisadçı isə etik şəxs kimi düşünürsə, bu, işgüzar şəxslər qarşısında duran məsələlərin həlli zamanı iki elmin qarşılıqlı təsirinin özünü biruzə verməsi olacaqdır.

Bu prinsiplərin işləməsini necə təmin etmək olar? Sırr deyildir ki, effektivliyin kəmiyyət meyarlarına adət edən və zaman çatışmazlığını hiss edən menecerlər,

çox vaxt onlar üçün məlum çətinliklər törədən etik həllərə məhəl qoymamağa çalışırlar. Etik normaların müxtəlif səviyyələrindən istifadə etmək o qədər də asan deyil. Hipernormalar mikro səviyyə normalarına və biznesin digər konkret vəzifələrinə ziddiyyət təşkil edə bilirlər. Burada, ən azı məhdud səviyyədə standart üsullar və mütəxəssislərin etik həllərin idarəetmə təcrübəsinə daxil edilməsi üzrə bəzi yeni tövsiyələri kömək edə bilər. Bütün maraqlı tərəflər üçün mütləq şəkildə qəbul edilən ideal idarəetmə həlləri demək olar ki, yoxdur. Standart üsullara yiyələnmək menecerə öz qərarlarını maraqlı tərəflərə izah etməyə, sonunculara isə əxlaqi dəlillərin keyfiyyətini qiymətləndirməyə imkan verir. Etik əsaslandırma yaradılmasının iki ən geniş yayılmış prinsipi - utilitarizm prinsipi və mənəvi imperativ prinsipidir. Utilitarizm prinsipinə görə, hərəkət maksimum sayda şəxslərə maksimum fayda gətirirsə və fayda gətirmək tendensiyasına malikdirsə, mənəvi cəhətdən özünü doğrultmuş hesab edilir. Faydaların cəmi vurulmuş zərərin həcmi ilə müqayisə edilir və əgər zərər üstünlük təşkil edirsə, bu, qərarın qeyri - etik olduğunu göstərir. Əgər bütün alternativ hərəkətlər bu və digər dərəcədə zərər vurursa, bu zaman “daha az zərər” seçilir. Mənəvi imperativ prinsipə müvafiq olaraq, qərarlar konkret nəticədən asılı olmalı deyil (istənilən rüşvət pis hərəkətdir, bir müştərinin aldadılması da həmçinin çox sayda müştərinin aldadılması kimi əxlaqsız hərəkətdir). Təcrübədə bu prinsipin hər ikisinin də tətbiq edilməsi kifayət qədər çətinidir. Qərarın “toxunduğu” şəxs və təşkilatların dairəsini aşkar etmək, bütün nəticələri hesablamaq, ən başlıcası isə kimin maraqlarının qurban veriləcəyini müəyyənləşdirmək çox zəhmət tələb edən, hərdən isə icrası mümkün olmayan bir məsələdir.

Ümumiyyətlə, biznes etikasına korporativ və universal etika arasında qarşılıqlı əlaqə, biznesin sosial məsuliyyət məsələsi, dini və mədəni dəyərlərin iqtisadi davranışa, etik prinsiplərin qərar qəbulu prosesinə təsiri məsələləri daxildir. Biznes etikasını şirkət üzvlərinin və tərəfdaşların etik davranışlarına nəzarət edir. Biznes etikasının köməyiylə biznesin iki əsas məqsədinə nail olunur:

- Şirkətin işçiləri və tərəfdaşları tərəfdən şirkət qaydalarına riayət olunması
- Bu qaydalar üzərində nəzarətin həyata keçirilməsi

Başqa cür desək, biznes etikası – şirkətin qəbul edilmiş ümumi dəyərlərinə söykənən şirkət qayda və qanunlarının ümumiləşməsidir. Ümumi dəyərlər dedikdə, düzgünlük, vicdan, hörmət, ədalətlik və s başa düşülür. Kommersiya biznesi baxımından isə bura əmtəələrin keyfiyyəti, istehlakçıların məmnunluğu, reklam qaydalarına əməl edilməsi, təhlükəsizlik və s aid edilir. Biznes etikası təkcə şirkətin öz maraqlarına deyil, eyni zamanda tərəfdaşların, müştərilərin və ümumilikdə cəmiyyətin maraqlarına hörmət edilməsinə əsaslanır.

Biznes etikanın istiqamətləri onların həll etdiyi iki məsələdən asılı olaraq fərqlənilir: 1) mənəviyyat anlayışı və 2) biznesmenin (sahibkarın) mənəviyyat anlayışı və institusional idarəetmənin ayrılması anlayışı.

Bu baxımdan biznes etikanın beş əsas istiqamətini müəyyən etmək olar.

1) Birinci istiqamət - institusional biznes etika. Bu istiqamətə misal olaraq sahibkarlıq fəaliyyətinin iki mərhələli qanuniləşdirmə konsepsiyasını misal göstərmək olar. Bu nəzəriyyə sahibkarlıq fəaliyyətinin iki tipini əhatə edir. Birinci mənfəətə yönələn fəaliyyətdir, hansı ki, yalnız oyun qaydalarına (qanunlara) əsasən qiymətləndirilir. Yəni, sahibkarlıq fəaliyyətinə qarşı mənəvi tələblər yalnız qanunlarda öz əksini tapmalıdır, sahibkarlar isə əlavə heç bir mənəvi məsuliyyəti öz üzərlərinə götürməməlidirlər. Ancaq qanunlar ədalətli rəqabət şəraitini təmin edə bilirlər. Belə ki, qanunlar iqtisadi münasibətlər subyektlərinə eyni tələblər irəli sürürlər və kollektiv fəaliyyət nəticələrinin konkret fərdlərin mənəviyyat səviyyə-sindən asılılığını zəiflədir. İkinci halda isə əgər mövcud qanunlar biznesin mənəvi aspektlərini təmin etmirsə və sahibkarların hər hansı fəaliyyətləri cəmiyyətin narazılığına səbəb olursa, bu zaman biznes mühiti biznes reputasiyasının qorunması üçün öz üzərinə əlavə məsuliyyət götürməlidir, cəmiyyətdə biznes sferasına inamın artırılması üçün tədbirlər görməlidir. Bu zaman biznes təkcə iqtisadi fəaliyyət olmaqdan bir qədər kənarlaşır və daha geniş məzmun alır.

2) İkinci istiqamət – sosial məsuliyyət etikası (A. Kedberi, F. – K Kaufman və başqaları). Bu nəzəriyyəyə görə təkcə iqtisadi effektivlik biznes fəaliyyətinin qiymətləndirilməsində əsas götürülməməlidir, dövlətin, cəmiyyətin maraqları daha çox nəzərə alınmalıdır və biznes subyektləri öz fəaliyyətləri çərçivəsində öz

üzərlərinə daha çox məsuliyyət götürməlidirlər. Sosial məsuliyyət etikasının ingilis və amerikan variantları bir-birindən fərqlənirlər. Amerikan biznes etikasının nəzəri əsaslandırılmasından daha çox biznesin mədəni və əxlaqi problemlərinin, sosial məsuliyyət məsələsinin praktiki həllinin araşdırılması ilə məşğuldur. Bu baxımdan menecerlər üçün müxtəlif korporativ proqramlar, treninqlər mövcuddur, hansılar ki, etik problemlərin həlli vərdişlərinin formalaşdırılması, biznesin mənəvi aspektlərinə diqqətin artırılmasına yönəldilmişdir. Bu etika, ilk növbədə, şəxsi iştirakın, biznesmenin və ya sahibkarın fərdi mənəvi məsuliyyətinə əsaslanır. Avropa biznes etikasında sosial məsuliyyət anlayışı bir qədər fərqli mənada qavranılır

3) Üçüncü istiqamət – biznes etikasının mənfəətin əldə edilməsi prinsipinin məhdudlaşdırılması kimi (X. Ştaynman, A. Ler). Bu konsepsiyada əlavə olaraq xüsusi diqqət sahibkarlıq fəaliyyətinin mənəvi məqsədlərinə ayrılır, hansılar ki, ictimai məmnunluğun əldə edilməsinə səbəb olur. İşgüzar mühit təkəcə iqtisadi şərtlər və qaydalar çərçivəsində mövcud deyil, biznes müəyyən sərhəd çərçivəsində həm də azaddır. Məhz bu sərhədlər çərçivəsində sahibkarlığın mənəvi qaydaları həyata keçirilə bilər. Yəni, müəssisə nə qədər uğurla fəaliyyət göstərsə, bir o qədər də böyük mənəvi yük daşmalıdır. Bu konsepsiyayı başqa cür “uğur sahiblərinə qoyulan əlavə vergi” adlandırırlar.

4) Dördüncü istiqamət - Y. Xabermasın diskursiv etikasının (şüur etikas) təsiri ilə P.Ulrix sahibkarlıq etikasının formasında (təsərrüfatın şüurlu aparılması kimi) iqtisad elminin yeni kommunikativ əsasını təklif etdi. Ulrixin fikrincə, fərdi və ictimai faydanın ahəngdarlığı fikri artıq köhnəlib, iqtisadi proseslər get-gedə irrasionallaşır.

Müəssisə ictimai məqsədlərin əldə edilməsinin əsas vasitəsidir və həmişə bir-birinə qarşı duran tərəflərin mühitində fəaliyyət göstərir. Qarşılıqlı anlaşma və qarşı tərəflərin kompromisi iki səviyyədə əldə oluna bilər: sahibkar tərəfindən qərar qəbulu zamanı və institusional səviyyədə.

İnstitusional səviyyədə biznes etikasının daha məntiqli əsasları yaradılmalıdır, məsələn sahibkarlıq konstitusiyası, hansı ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin bütün

subyektlərinin haqlarını və hüquqlarını əhatə edir. Bu sahibkarlıq konstitusiyası bir prinsipi həyata keçirməlidir: mənfəətin bölüşdürülməsində onun yaradılmasında rolu olan bütün tərəflər iştirak etməlidirlər. Digər rəşional məqsəd resursların istifadəsinin optimallaşdırılması ola bilər (işçi qüvvəsinin, təbii resursların, investisiyaların).

Ulrixin fikrincə, sosial - iqtisadi münasibətlərin qanunvericiliklə tənzimlənməsi dolayı və uzun prosesdir. O, bu məsələləri elə yerindəcə müəssisələrdə həll etməyi məsləhət görür, nəinki onların siyasi həllini.

5) Nəhayət beşinci istiqamət - bu konsepsiya biznesin mənəvi neytrallığından qaynaqlanır və onun mənəvi, əxlaqi baxımdan haqlanmasına əsaslanır.

Beləliklə, yuxarıda qeyd edilən hər bir konsepsiya sosial - əxlaqi problemlərin həllinə yeni yanaşma təklif edir . Bu konsepsiyalardan hansının seçilməsi isə sosial şərtlərdən, problemin miqyas və xarakterindən asılıdır. Buna görə də yalnız ictimaiyyət bu konsepsiyalardan hansının seçilməsinə dair seçim edə bilər.

II FƏSİL. BİZNES ETİKASININ İNKİŞAFINDA ƏSAS MƏRHƏLƏLƏR

2.1. Biznesin etikasına haqqında antik mütəfəkkirlərin baxışları

Biznes etikasının tarixi haqqında məlumatlar qədim Misir abidələrində, qədim Şumer dövlətinə aid gil lövhələrdə əks olunmuşdur. Bu mənbələrdə əmtəə mübadiləsi, məhsul bölüşdürülməsi kimi iqtisadi münasibətlərin məzmunu haqqında məlumat almaq olar.

Hələ Hammurapinin Məcəlləsində (eramızdan əvvəl II minillik) yaxın zamana qədər biznes «Alıcı, sayıq ol!» prinsipini rəhbər tutmuşdur. Bəs onda nəyə görə XX əsrin ortalarından biznes təcrübəsinə etik normaların və prinsiplərinin tətbiqi məsələsi diqqəti daha çox cəlb etməyə başlamışdır? Məgər biznesin əsas məqsədi pul qazanmaq, dövlətinsə vəzifəsi - vergi yığmaqla və sosial proqramları həyata keçirməklə sosial ədalət prinsipinə riayət olunmasını təmin etmək deyilmi? Bunun cavabı çox sadədir: Qərbdə sərt bazar rəqabətinin yaranması, vətəndaş cəmiyyətinin inkişafı və dövlət idarəçiliyinin təkmilləşməsi ilə biznes anladı ki, pulu istənilən «cəngəllik qanunu» ilə bazarın digər iştirakçıları ilə hesablaşma-yaraq qazanmaq mümkün deyildir. Çünki biznes elə bir cəmiyyətdə fəaliyyət göstərir ki, həmin cəmiyyətə xidmət edir və ondan asılıdır (16;243). Bundan əlavə, biznes belə bir nəticəyə gəlmişdir ki, qısamüddətli və uzunmüddətli perspektivlərin mənfəəti arasında böyük bir fərq mövcuddur. Etik normalardan boyun qaçırmaq ola bilsin ki, doğrudanda qısamüddətli mənfəət gətirə bilər, ancaq uzaq perspektivdə ola bilən ziyan - ani xeyirdən daha güclü zərər vura bilər.

Bəs etik biliklər və normalar indiyədək hansı inkişaf mərhələlərini keçmişdir? Etik biliklərin ilk rüşeymləri b.e.ə. VI-II əsrlərdə “böyük çayların” hövzəsində irriqasiya əkinçiliyi əsasında formalaşmağa başlayan Qədim Şərqi dövlətlərində (Misir, Mesopotamiya, Çin, Hindistan) meydana çıxır. İnsan həyatı – doğumdan ölümə qədər – sosial norma və əmrlərə tabe olmuş, onlara riayət edilməsi isə mövcudluğun əsas şərti kimi çıxış etmişdir; o, hələ şəxsiyyət olmamışdır və öz gücünü ictimai qurğunun şəbəkəsində müvafiq hücrəni tutmaq üçün sərf etmişdir, bu isə ona başqaları ilə əlaqədə olmanı və şəxsi təhlükəsizliyi təmin etmişdir.

Qədim Misir cəmiyyəti 3 əsas sinfə bölünürdü: kəndlilər, feodallar və kahinlər. Cəmiyyəti əsasən kahinlər idarə edirdilər. Döyüşçülər həm kəndlilərdən, həm də feodallardan yaranırdılar. Eyni zamanda, möhtəşəm tikililərə cəlb olunanlar qullar deyil, kəndlilər idi. Misirdə qadınlar iqtisadi cəhətdən azad idilər. Ailə problemini həll edərkən onların fikrini soruşmaq lazım idi.

Şərqdə müdriklik elmdən yox, həyatdan gəlir, buna görə də şərq etik təlimləri qərb təlimlərindən həyat obrazına, insanların ictimai-istehsal və gündəlik fəaliyyətinə oriyentasiyası ilə fərqlənir. Bu regionun etik düşüncəsinin inkişafı xüsusi sosiomədəni şəraitdə getmişdir ki, bunlar arasında da aşağıdakılar fərqləndirilir:

- keçmişin mədəniyyəti və ənənələrə riayət edilməsi üzərində sərt nəzarət;
- bütün yeniliklərə qarşı ehtiyatlı münasibət və yeniliklərin yalnız formalaşmış ənənələr çərçivəsində qəbulu;
- fərdin sosial qrupa, onun norma və adətlərinə tabeliyi;
- “özünü itirmək”, sosial cəmiyyətə girə bilməmək qorxusu ilə şərtlənən kollektivizm ideallarının üstünlük təşkil etməsi;
- şəxsiyyətin solumun marağına tabe etdirilməsi;
- çətinləşdirilmiş ayinlər və mərasimlər sistemi.

Bu sosio-mədəni paradigmalardan təcəssümünə misal kimi, öz orijinallığını başqa ölkələrə nisbətən daha uzun müddət saxlaya bilmiş Hindistan və Çinin etik təlimləri çıxış edə bilər.

Qədim Hind fəlsəfəsinə görə hər şey karma ilə (qanun) ölçülür. Əgər insan şikəst doğulubsa, bu o deməkdir ki, həmin şəxs keçmiş həyatında özünü nalayiq aparmışdır (həmçinin yoxsul, əlil). Hind fəlsəfəsinə görə insanlar dünyaya dəfələrlə gəlirlər. Flora və fauna insan ruhunda təzahür edir. Reinkarnasiya (təzədən dünyaya gəlmə) 16 dəfədən artıq olmur.

Hind cəmiyyəti 4 sinfə bölünürdü:

1. brahmanlar
2. feodallar
3. döyüşçülər
4. kəndlilər

5. toxunulmazlar (ayaqqabının altı, onlara əl vursan 5-6 dəfə qüsul almalısan).

Sınıflər kastalara bölünürdü. Kasta qanununun pozulması reinkarnasiyaya, karmaya təsir edir. Hind qədim qanunlarına əsasən, ictimai qiymətləndirmə yüksək olduğuna görə hər bir insanın sosial statusu onun yaşadığı müddətdə mütləqdir.

Qədim Hind fəlsəfi baxışları, b.e.ə. I minilliyin ortalarında formalaşmış və Veda qanunlarına münasibətlərinə görə onlar iki qrupa bölünürlər. Vedalara istinad edən ortodoksal sistemlər brahmanizmi və onun əsasında ortaya çıxmış fəlsəfi məktəbləri (darşanlar) (vedanta, mimansa, sankhya, yoqa, nyaya, vayşeşika) əks etdirirlər. Qeyri-ortodoksal istiqamətlərə buddizm, caynizm, lokayata-çervaka aiddir.

Hindistanda b.e.ə. VI əsrdə meydana çıxmış, daha sonra isə Çinə, Yaponiyaya və başqa ölkələrə keçmiş buddizmdə etika bir qədər başqa cür qurulur. Buddanın (b.e.ə. 563-483-cü əsrlərdə yaşamış Siddaxtr Qautama) təliminə görə, mükəmməl olmayan bədən qlafında istənilən cür mövcudiyyət mənfidir, buna görə də, həqiqətən nurlu mömin cismani dəyişikliklər cərayanının tam dayanması və dünya yaradılışının mənəvi başlanğıcı ilə bağlı olan nırvanaya – ən yüksək xoşbəxltliyə can atır. Nırvanaya nail olmaq, “dörd xeyrixah həqiqəti” mənimsəməklə artıq bu həyatda mümkündür: 1) həyat və cismani bədənə əziyyət xasdır; 2) əziyyətin mənbəyi – arzudur; 3) əziyyətlərdən və yeni fiziki doğuşlardan uzaq olmaq üçün arzulardan yaxa qurtarmaq lazımdır; 4) arzulardan yaxa qurtarmaq vasitəsi “səkkizqatlı xilas yolunu keçməkdir”. Sonuncunun mahiyyəti dörd həqiqətin dərk edilməsindən və özünü real dünyadan tam təcrid etməklə onların reallaşdırılmasından ibarətdir. Səkkizqatlı yol özünə aşağıdakıları daxil edir: 1) düzgün başa düşmə; 2) düzgün can atma; 3) düzgün düşüncə; 4) düzgün danışmaq; 5) düzgün fəaliyyət; 6) düzgün həyat tərzi; 7) düzgün səylər; 8) düzgün mərkəzləşmə.

Əsasına “aximsa” (canlıya zərər vurulmaması) prinsipi qoyulmuş «caynizm etikası» da oxşar formada şərh olunur. Etikada lokayata-çervaka materialist isti-

qaməti qatı gedonizm ideyalarını inkişaf etdirir, həzz almağa sövq edirdi, ancaq bu, geniş intişar tapmamışdı. Bu təlimləri də həmçinin, konfutsiçilik qanunlarının beş kitabına (U-tsizn) istinad edən ortodoksal istiqamətlərə və daha sonrakı b.e.ə. VI-III əsrlərdə ortaya çıxmış qeyri-ortodoksal məktəblərə (daosizm, le-gizm) bölmək olar.

Qədim Çində 3 əsas sinif mövcud idi:

1. feodallar
2. tacirlər
3. kəndlilər

Hər bir feodal eyni zamanda Kaqanın - Çin imperatorunun həmin əyalətdə əmrlərini yerinə yetirən məmur idi. Hər bir feodal ona verilən hakimiyyətə əsasən öz əyalətində ədəb-ərkan qaydalarına riayət olunmasına nəzarət edirdi. Çin ədəb-ərkan qaydalarına görə, məmurlar nə qədər yüksək vəzifə tutarsa, bir o qədər sadə geyinməli və özünü daha da təvəzökar aparmalı idi. Onun səlahiyyətlərində olan xəzinə icmanın mədəni-maarif işlərinə xərclənməli idi. Dövlət məmurları olan feodallar siyasət elmini yaratmış və cəmiyyətdə formalaşan bir sıra əxlaq meyarlarını əks etdirmişlər. Çin fəlsəfəsinə görə, insan özü-özünü təkmilləşdirməli və dövlətin idarəetməsindən xəbərdar olmalıdır.

Konfutsi təlimi - alicənab insan idealını dəstəkləyir. Alicənablıq cəmiyyətin yüksək təbəqəsinə mənsub olan insana xasdır. O, təvəzökar, təmkinli şəxsdir. Təmənnasız yaxşı əməllər sahibidir. Cəmiyyətin ehtiyaclarını görür, onları duyur, ehtiyacların ödənilməsi üçün əlindən gələni yerinə yetirir. Bu təlim cəmiyyətin yüksək təbəqəsində yarandığı üçün iqtidarın davranışlarını müəyyən edir. Hökmdarın davranışları hamı üçün qəbul olunmalıdır və onu tənqid etmək olmaz. Çünki onun davranışlarındakı nəzərə qarpan “çatışmazlıq” xalq tərəfindən başa düşülməyə bilər. Hökmdar göylərin qəbul etdiyi və yerə göndərdiyi ideal şəxs qismindədir.

Konfutsiçiliyin banisi filosof Kun Fu-tszi və ya Konfutsi (b.e.ə. 551-479) və onun ardıcılları daha erkən əsrlərin mənəvi irslərini ümumiləşdirmiş, ona yekun şəkil vermiş və onu istənilən dövlət vəzifəsinin tutulması üçün zəruri olan təhsil

sisteminin əsasına qoymuşdular. Konfutsiçilik etikasının əsas mənbəyi “Söhbətlər və mühakimələr” kitabıdır (Lui-yuy), bu kitabda fəlsəfi pırıça və aforizmlər formasında insanların üç anlayışa (“insansevərlik”, “qızıl mərkəz” və “qarşılıqlılıq”) əsaslanan lazımi davranışları haqqında mühakimələr irəli sürülür.

Əsas hissəsi məşhur “Dao və de haqqında kitab” (Dao de tszin) olan “Daonun xəzinəsi” toplusunun müəllifi Lao-tszı (b.e.ə. 604-?) və onun ardıcıllarının düşüncələri şəklində daosizm sosial fəallıqdan tamamilə uzaqlaşmış və daxili mənəvi təkmilləşmə ilə məşğul olan müdrik-tərkidünyalıqı əxlaqın ideali hesab edir.

Qədim Yunan və Roma fəlsəfəsi insan davranışının təbiətlə bağlı olduğunu, əxlaq normalarının isə cəmiyyətin inkişaf təkamülündə yarandığını və təkmilləşdiyini qeyd edirdilər. Məhz bu alimlər tərəfindən demokratiya, demokratik idarəetmə, həyatdan ləzzət alma, həyatın gözəlliyini təmin etmə, insanın fizioloji sağlamlığı ilə ruhi sağlamlığının vacib olması iddiası üstünlük təşkil etmişdir.

Məşhur filosof Demokrit insan davranışının təbii şərtlərini nəzərdən keçirmişdir. Onun fikrincə, hissi qavramlar bizim bədənimizin halından asılı olaraq dəyişir və bədənə təsir edən əks qıcıqlamalar davranışı yönəldir. Demokritin fikrincə, insan birlikləri (sosial toplular) bütün məskunlaşmış yerlərdə yaranmış, onlar arasında xeyli məsafə vardır. Uzaq məsafələr insanlar arasında ünsiyyət vasitəsi olan dilin inkişaf etməsinə təsir göstərmişdir.

Sokrat “hər bir insanın namus adlı Allahı vardır” deyərək, insan əməllərini ölçüb-biçir və insan davranışlarını tənzimləyərək nizama salır. Sokrat “əgər nəyi isə öyrənmək istəyirsənsə birinci özünü dərk et” kəlamının müəllifidir.

Sokratın şagirdi Əflatunun (Platon) fikrincə, duyğularla qavranılmış real aləm beyində təhrif olunmuş şəkildə yaranır. Hadisələr insana yox gələn şəkildə və yaxud insanın qəbul etdiyi şəkildə beyində əks olunur. Həmin ideyanın qəbul olunması mütləq xeyirxahlıq və səadət nöqtəyi- nəzərincə olmalıdır. Platonun fikrincə, həmsöhbətlə danışarkən (kiminləsə danışanda) ziddiyyətləri aşkar etmək lazımdır, çünki həqiqət ziddiyyətlərin aradan qaldırılması ilə üzə çıxır.

İşgüzar etikanın ilkin forması olan iqtisadi etikanın əsası Aristotel tərəfindən qoyulmuşdur. Aristotel Makedoniyalı İsgəndərin müəllimi olub, “sağlam bədən-

də sağlam ruh” kəlamının müəllifidir. O, ensiklopedik alim olub astronomiya, mexanika, fizika, riyaziyyat, biologiya, zoologiya ilə yanaşı psixologiya, siyasi iqtisad, fəlsəfə, estetika, etika, sosiologiya üzrə bir çox məsələləri araşdırmışdır. Aristotel özünün “Etika”, “Nikomaxov etikası”, “Siyasət” əsərlərində iqtisadiyyat və iqtisadi etika anlayışlarını bir-birindən ayırmırdı. O, öz oğlu Nikomaxa ancaq nemət (fayda) istehsalı ilə məşğul olmağı məsləhət görürdü. Aristotela görə, təbiətdə hər şey bir-biri ilə əvəz olunur. İnsan əməlləri də təbiətin qanunlarına uyğun olaraq dəyişikliklərə məruz qalır. İnsan əməllərini ruh idarə edir və o, 3 elementdən ibarətdir:

1. ehtiraslar
2. qabiliyyət
3. əxlaqi əsaslar

Ehtiraslar qəzəbi, qorxunu, həvəsi, şücaəti, kini, məhəbbəti, qəmi, həsrəti, hörməti, şöhrəti ifadə edərək, zövq və istirabla müşayiət olunur.

Qabiliyyət odur ki, onun sayəsində həmin ehtiraslardan asılı oluruq. Onların sayəsində birini qəzəbləndirmək, əzab-əziyyət verməyə məcbur etmək və rəhmət gətirmək mümkündür.

Əxlaqi əsaslar, yəni ruhun xarakteristikası odur ki, onların sayəsində biz pis və ya yaxşı ehtiraslarımızı idarə edirik. Biz özümüzdən asılı olmayaraq qəzəblənir və qorxuruq. Məziyyətlər isə düşünülmüş addımdır. Məziyyətlər qabiliyyət deyil, qabiliyyət bizə təbiətdən verilir və onlar əxlaqi əsasdır.

«Etika» termini – etimoloji cəhətdən qədim yunan sözü «ethos» ilə əlaqədardır. «Etos» sözünün mənşəyi belə mühüm bir müşahidəni təsbit etmişdir ki, insanların və xarakterləri birgə yaşayışda yaranır. Aristotel etosun xarakter (temperament) kimi mənasına əsaslanaraq, ethicos (etik) sifətini yaratmışdır. Bununla o, insani fəzilətlərin xüsusi sinifini, yəni xarakter fəzilətlərini (mərdlik, mötədillik və s.) bildirmişdir. Bu fəzilətlər zəka fəzilətlərindən, yaxud dianoetik fəzilətlərdən fərqlənir. Aristotel etik fəzilətləri öyrənən elmi bildirmək üçün yeni isim ethica (etika) yaratmışdır. Buna onun əsərlərinin adlarında («Nikomax etikası»,

«Evdem etikası») rast gəlinir. Deməli, e.ə. IV əsrdə etika elmi özünün indiyə kimi daşdığı adını alır.

«Etika» sözünün tarixi bir daha Roma zəminində təkrar olunur. Ethos sözünün təxmini latın analoqu (oxşarı) xasiyyət, adət, xarakter, davranış; xassə, daxili təbiət; qanun, göstəriş kimi tərcümə olunan mos sözüdür. Romalılar (Tsitseron) yunan təcrübəsinə əsaslanaraq və bilavasitə Aristotələ istinad edərək, mos sözündən moralis sifətini (xarakterə, adətlərə aid olan) yaratmışlar, bundan isə sonralar, b.e.-nin IV əsrində moralitas (moral, yəni əxlaq) termini əmələ gəlmişdir. Beləliklə, etimoloji məzmununa görə yunan ethica və latın moralitas sözləri uyğun gəlir; bunlar xalq şüuru stixiyasında yaranmamış, tədqiqatın müəyyən sahəsini bildirmək üçün süni surətdə yaradılmışdır.

«Etika» və «moral» terminləri ümumi Avropada geniş yayılaraq, mədəni inkişaf prosesinlə müxtəlif məzmunla zənginləşmişdir. «Etika» termini ilkin mənasını saxlayır və elmi bildirir. Moral (əxlaq) dedikdə isə həmin elmin öyrəndiyi real hadisəni nəzərdə tutmağa başladılar.

Sofistlərdən, Demokritdən və Sokratdan başlayaraq, antik etika başlıca olaraq, kamil şəxsiyyət anlayışını, onun üçün nəyin ən yüksək nemət olması məsələsini təhlil edir. Antik dövrün ictimai şüuru belə bir məsələdə yekdil idi ki, ən yüksək nemət səadət, fərəhin eynidir. Səadətə necə nail olmalı – filosofları məşğul edən problem bundan ibarət idi. Onlar qeyd edirlər ki, səadət xarici nemətlərlə (maddi rifahla, uğurluluq dərəcəsi ilə, sağlamlıqla və s. ilə) əlaqədardır və o şəxsiyyətin mənəvi keyfiyyətlərindən asılıdır. Xarici nemətlər bütövlükdə və ümumiyyətlə, fərdin nəzarəti altında olmadığı üçün, məsələ belə bir cəhətin aydınlaşdırılmasına qədər daralır ki, fərdlərin mənəvi keyfiyyətləri fərəhə nail olmağa həlledici surətdə təminat verə bilirmi və əgər verə bilirsə bu hansı keyfiyyətdir və buna necə nail olmaq olar. Bütün bunlar o dövrdə etikanın predmetinin özünəməxsusluğunu əvvəlcədən müəyyən edirdi. Müəyyən kobudluğa yol verməklə, antik etikanı fəzilətlər haqında təlim kimi xarakterizə etmək olar. Qədim dövrün filosofları əxlaqi şəxsiyyətlə eyniləşdirərək, öz dövrünün əxlaqi fəaliyyət subyektinin olduqca zəngin və bir çox cəhətdən dəqiq obrazını təsvir etmişlər.

Aristotelin (e.ə. 384-322) etikas bu istiqamətdə səmərəli axtarışların sistematikləşdirilməsi yekunu olmuşdur.

Aristotelə görə, şəxsiyyətin əxlaqilik dərəcəsini var-dövlət və şan-şöhrət deyil, əxlaqi (mənəvi) keyfiyyətlərin gözəlliyi müəyyən edir. Onun kamilliyə səy göstərməsi müəyyən fəzilətlərdə reallıq kəsb edir. Həmin fəzilətlər bunlardır: cəsəətlik, çünki həyat öz-özlüyündə yüksək dəyərə malik deyil, mütədillik, səxavətlilik, alicənablıq, mülayimlik, doğruçuluq, ünsiyyətlik (lakin kobudluq və təlxəklik etmədən). Nəhayət əxlaqi şəxs onunla xarakterizə olunur ki, o, şəxsi özünütəkmilləşməsində, intellektual qüvvələrində, aqlın yaradıcı işində (müdrilik) məmnunluq və zövq tapır.

Qədim yunanların etik təsəvvürlərinin rüşeymləri Homerin “İliada” və “Odissey” epik poemalarının, əsas dəyərləri vicdan hissi və döyüşçü şücaəti olan formalaşmış aristokratik hakimlər təbəqəsinin əxlaq ideallarını təsvir edən mifoloji qanunlarında öz əksini tapır. Gesiodun “Əməklər və günlər” hekayəsində sadə əhalinin idealları – vicdanlı əmək və ədalətli şəkildə əldə edilmiş var-dövlət də öz ifadəsini tapmışdır. Ancaq bu yalnız xeyirxahların təsviridir. Etik aspekt isə (ontoloji problematika ilə yanaşı) qədim yunan filosoflarının əsərlərində yalnız b.e.ə. VIII-V əsrlərdə yaranmağa başlamış, digər tərəfdən isə etika və fəlsəfə bu dövrdə hələ ki, bir-birilərdən ayrılmamışdılar.

Ancaq etikanın yekun olaraq formalaşması yalnız yunan şəhər-dövlətlərinin əksəriyyətində demokratik idarəetmə möhkəmlənməyə başladığı klassik dövrdə (b.e.ə. IV əsr) baş verir.

2.2. Orta əsrlər, intibah və yeni dövrün biznes etikasının inkişaf istiqamətləri

Kapitalizməqədərki dövrdə gəlir alqı-satqı nəticəsi kimi mənəvi cəhətdən mühakimə edilirdi. Lakin kapitalizm gəlirin, daha dəqiq desək, pulun yaradılmasının mənəvi cəhətdən qəbul edilməsini təmin etdi. XVI-cı əsrdə Avropada kapitalizmin inkişafı protestant islahatları ilə sıx bağlı idi. Demək olar ki, protestantizm biznes etikanın inkişafına şərait yaratdı. Əgər protestantizm “pulun yaradılması mənəvi ittihama (məzəmmətə) məruz qalmalıdır” fikrini irəli sürən orta əsr katolik nəzəriyyəsini davam etdirsəydi, onda öz məqsədinə nail olmanın əxlaqi qaydalarını müəyyən edə bilməzdi.

Katolisizmin əsas ideoloqlarından olan Avqustin Blajenny təkid edirdi ki, “ticarətçi özünü günahsız hesab edə bilər, ancaq bu onun Allah tərəfindən günahsız hesab edilməsi demək deyil”. Katolik fəlsəfənin əsasını qoyan Foma Akvinski isə hesab edirdi ki, gəlir əldə etmək məqsədi daşıyan ticarətin bir çox növləri qeyri-etikdirlər.

Katolik ilahiyyatçılar iqtisadi fəallığın bir sıra tiplərini fərqləndirirdilər. Onlar satış üçün əmtəə istehsalını, məhsul ticarəti və istiqraz satışından daha az etik ittihama layiq bilirdilər. Bütün bunlara etiraz edən protestantizm gəlirə cəhd edən fəaliyyətə bəraət qazandıraraq biznes etikasının yaranmasına təkan verdi. Onlar qeyd edirdilər ki, əgər biznesmen qanuni və əxlaq qaydalarını pozmayan fəaliyyətlə məşğuldursa Allah tərəfindən qəbul edilə bilər. Protestantizmin inkişafı nəticəsində gəlirə can atma ilə Allaha can atmanın birgə mövcudluğu, hətta onların bir - birini şərtləndirən cəhdlər olduğu sübut edildi. Maliyyə uğurunun əldə edilməsi isə Allahın insana töhfəsi kimi qəbul edilirdi. Bu dövrdə protestant etikasının dünyəvi forması qərb mədəniyyətinin əsas tərkib hissəsinə çevrildi.

XVII-XVIII əsrlərdə etikanın inkişafı, elmi təfəkkürün F. Bekon, R. Dekart və başqa tədqiqatçılar tərəfindən işlənib hazırlanmış empirik metodlara keçidini əks etdirir. Tədqiqat predmeti kimi ətraf təbiət çıxış edir, eksperimental təbiətşünaslıq və dəqiq riyazi elmlər sürətlə inkişaf edir. Bu rasionalist tendensiyalar etika sahəsində də öz əksini tapmışdır. Belə ki, B. Spinoza (1632-1677) özünün “Eti-

ka” traktatında 26 tərif, 18 aksiom, 259 teorem və 48 postulat ifadə edərək riyazi nəticənin izahını verir. Onun əxlaqi təlimində labüdlüklər, öyüd-nəsihətlər və təskinliklər yoxdur, onda yalnız təriflər, postulatlar və teoremlər var. O, öz gücünə görə dünyanın özü ilə oxşar olan şəxsiyyətin etikasını yaradır. Etikanın predmet və vəzifələri affektlərdən və kütləvi-əzabverici vəziyyətlərdən azad olmaq kimi başa düşülən insan azadlığıdır. R.Dekart (1596-1650) isə etikanı “ən yüksək və ən mükəmməl elm” hesab edirdi.

Müasir təsərrüfatçılığın, kommertiya fəaliyyətinin etik normalarının kökü protestant etikasına dayanır. İntibah dövründə Qərbi Avropa ölkələri əmək və var-dövlətə yeni mənə verən böyük bir dönüş yaşadılar. İntibah dövrünün ideoloqları olan Lyuter və Kalvinin fikrinə görə əmək cəza deyil, insanlara nəsib edilən bir dəyərdir. Əməyin məqsədi günahların bağışlanması və ya günahlardan qorunmaq deyil, əksinə var-dövlətin, gəlirin artırılmasına səy göstərməkdir. Protestant etikasında şəxsi mülkiyyət fərdin azadlığının əsası kimi çıxış edir.

Protestant etikasının dünyəvi forması müasir dövrdə biznes nümayəndələri tərəfindən yenidən dirçəldi. “Biznesin dəyirmi masası” və “Tac Ross” kimi iri təşkilatlar biznes etika haqqında öz məruzələrində bildirirlər ki, yaxşı etika yaxşı biznes deməkdir. Məruzələrdə bildirilir ki, eyni zamanda həm xoşməramlı və səxavətli insan, həm də biznesdə uğur qazanmış bir şəxs olmaq mümkündür. Hətta biznesdə uğur qazanmaq üçün də mənəvi cəhətdən düzgünlük zəruridir.

Müstəqilliyin, şəxsin azadlığının var-dövlətlə əlaqəsi müasir burjuaziya cəmiyyətinin əsas prinsipi olan – şəxsi mülkiyyətin toxunulmazlığı prinsipinin yaranmasına gətirib çıxardı. Şəxsi mülkiyyət işgüzar aktivliyin güclü stimuluna çevrildi və ictimai istehsalın dinamik artımına səbəb oldu. Artıq bu dövrdə şəxsin dəyərli xüsusiyyətləri kimi fərdi təşəbbüs, risk etmə bacarığı, fərdi qərar qəbul etmə bacarığı, öz hərəkətlərinə görə məsuliyyət daşımaq etikada əsas məziyyətlər hesab edilməyə başladı. Əxlaqi baxımdan düzgün biznes fəaliyyəti ilə məşğul olmağın əsas prinsipi “bütün sazişlərə əməl edilməsi və yüksək keyfiyyətli iş” daha böyük rol oynamağa başladı.

İntibah dövrü, həmçinin, orta əsrlərdə əxlaq mədəniyyətində rolu o qədər də böyük olmayan (xüsusilə, dini mövzu ilə müqayisədə) sosial və vətəndaş mövzuna müraciətlə də fərqlənir. Doğrusu, ictimai inkişaf perspektivləri və sosial-əxlaqi ideallar haqqında renesans təsəvvürləri iki qütbə əsaslanır. Bir tərəfdən, bu, T.Kampanel və T.Morun utopik illüziyaları, digər tərəfdən isə N.Makiavellinin “güclü dövlət” ideyalarıdır.

XIX əsrin sonunda etikada yaranmış tendensiyalar XX əsrdə də inkişaf edir. Etikada öz başlanğıcını alman klassik fəlsəfəsindən götürən və sanki etikanı elm çərçivəsindən çıxarmaq niyyəti ilə diqqətini təbiətşünaslığın metodologiyasının texniki tərəqqi ilə bilavasitə bağlı olan məsələləri üzərində cəmləşdirməyə səy göstərən elmi-rasionalizm istiqamətləri (praqmatizm, pozitivizm) inkişaf etməkdə davam edir. İrrasionalist etikanın yeni sistemləri ortaya çıxmağa başlayır: psixozanaliz, ekzistensializm, personalizm və sair. Elm və texnikadakı tərəqqinin nəzərə alınması ilə artıq mövcud olan dini-etik istiqamətlər təkmilləşir: neoprotəstantizm, neotomizm. Müasir sosial idarəetmə nəzəriyyələri isə iqtisadiyyatın genişlənməsi, inteqrasiyası zamanı istehsal proseslərinin yüksək səviyyəyə qalxması istehsal münasibətlərinin nəinki iqtisadi sfera, həmçinin sosial sferada rolunun güclənməsi nəticəsində yaranmışdır. Bu dövrdə maarif sistemi və maarifpərvər şəxslər bir sıra sosial idarəetmə konsepsiyalarını və bir sıra sosial nəzəriyyələri yaratmışlar.

Elit nəzəriyyəsinə görə, cəmiyyətdə hakim sinif digərlərindən alicənablığı, maarifpərvər olması və əqli ilə seçilir. Yalnız həmin sinfin nümayəndələri bu keyfiyyətlərə görə digərlərini idarə etməlidir. Elit nəzəriyyəsi feodalizm dövründə yarandığı üçün digər siniflərdən (kəndli, sənətkar) çıxan istedadlı adam və bacarıqlı şəxslərin qabiliyyətləri nəzərə alınmırdı.

Müasir elit nəzəriyyəsi artıq burjuaziyanın inkişaf dövründə formalaşmışdır. Bu nəzəriyyənin əsas müddələrinə görə inkişaf edən burjua sinfi özünün bacarıq və qabiliyyətlərinin digər sinifdən üstünlüyünü göstərir. Yəni ən bacarıqlı sahibkarlar nəinki ticarət və istehsalda, hətta dövlətin idarədilməsində üstün yer tuta

bilərlər. Bu cərəyan son illər inkişaf etdirilərək hər bir ixtisas üzrə də elit şəxslərin olduğunu iddia edir.

Texnokratik nəzəriyyənin banisi T. Veblen adlı alimdir. Onun fikrincə, müasir cəmiyyətdə informasiya texnologiyaları və yüksək texnologiyalar inkişaf etdikcə ən yüksək texniki savadı olan şəxslər rəhbər vəzifələri tutmalı və idarəetmə aparatı yalnız yüksək ixtisaslı mütəxəsis şəxslərdən qurulmalıdır.

Menecerlərin inqilabi nəzəriyyəsinin banisləri Minz, Berkli və Bernherndir. Bu nəzəriyyəyə əsasən cəmiyyətdə texnoloji inkişaf nə qədər sürətlə gedərsə, o qədər də insanların psixologiyasına və fiziologiyasına aid məlumatı əlində saxlaya bilən və insanları idarə edə bilən rəhbərlərə ehtiyac olacaqdır. Yəni insan sosial varlıq olduğuna görə, onları idarə edən rəhbərlər insanın bioloji, sosioloji və psixoloji xüsusiyyətlərini texnoloji biliklərdən daha yaxşı bilməlidir. Çünki texnoloji inkişaf yalnız idarəetmə proseslərini sadələşdirir və insanın bioloji, sosioloji və psixoloji keyfiyyətləri onun əhatə dairəsi deyildir.

Sənaye cəmiyyəti nəzəriyyələrinin banisi J. Helbreytdir. O, kapitalizmdə sənayenin inkişafının elə bir səviyyəyə çatdığını göstərir ki, bu zaman kapitalist əlavə gəlir üçün məsrəflərdən savayı, onun müəssisələrində çalışan işçilərə sosial yardım məsrəflərinə də yol versə də, müəyyən zamandan sonra sosial və iqtisadi məsrəflər bərabərləşir və sonra sosial yardım istehsal məsrəflərini örtür. Onun fikrincə, sənaye cəmiyyəti getdikcə sosial yönümlü formasiya yaradır.

Tomsonun homogen nəzəriyyəsi - "homo" insan, insana yönələn deməkdir. Buna görə də, insanın davranışları koordinat oxu üzərində yerləşdirilir. İki müsbət oxun üzərində insanın ən güclü əlamətləri yığılır. İki mənfi oxun üzərində qurulan dördbucaqda isə təhlükə zonası yerləşir. Burada insan davranışlarının idarə olunmaz xüsusiyyətləri yerləşdirilir. Y mənfi, X müsbət zonada imkanlar zonası yerləşir. Onun qarşısında X müsbət, Y mənfi zonasında zəif cəhətlər yerləşdirilir. Baş hərflərinə görə buna SWOT təhlili deyirlər. Bu modelə əsasən insan fəaliyyətləri güclü və zəif əhatə dairəsində davamlı və yaxud davamsız (hard, soft) hərəkətlərə yol verə bilər. Məsələn, sərt və ya güclü əhatə dairəsinə malik bir təşkilatda həssas və ya çətin idarə olunan fərdin fəaliyyətini qurmaq, onun iş bacarı-

ğından səmərəli istifadə etmək üçün təşkilat planlaşdırılmış fəaliyyətə müraciət edir. Çevik idarəetmə strukturunda adətən qeyri- formal liderlik üzərində mübarizə getdiyinə görə burada idarəolunmaz insan davranışlarının idarəolunma zərurəti ortaya çıxır. Buna xaotik və ya geterogen xüsusiyyətlər deyilir. Əgər sərt idarəetmə strukturlarında rəşional düşüncə tərzi üstünlük təşkil edirsə, çevik idarəetmədə irrasiionallıq üstündür. Düşüncə tərzi davranışları müəyyənleşdirir. Xəssələrə bölündükdən sonra davranışlarda qeyri - müəyyənlik qaldıqda və insanın davranışları və düşüncələri kənar faktlar nəticəsində dəyişikliyə uğrayırsa, belə düşüncə və ya davranışa irrasiional davranışlar deyilir.

2.3. Azərbaycanca biznes etikasının inkişafının tarixi mərhələləri

Avropa etika-fəlsəfi təlimlərinin ən mühüm inkişaf meylləri Azərbaycanın ictimai-siyasi tərəkəllərinin aparıcı nümayəndələrinin etik irsində də meydana çıxmışdır. Milli dünyagörüşünün, Azərbaycan xalqının dini mədəniyyətinin xüsusiyyətləri öz əksini özünü müəyyən etməyə çalışmaq, səbrlilik, xeyirxahlıq və münaqişəsizlik hisləri ilə birlikdə gizli şəxsi ləyaqət hissi kimi əxlaqi keyfiyyətlərdə tapmışdır.

Orta əsrlərdə Azərbaycanda, Yaxın və Orta Şərqdə yaxşı tanınmış, demək olar ki, dünya şöhrəti qazanmış bir çox filosof mütəfəkkirlər yetişmişdir. Onların içərisində Bəhmənyar Azərbaycani (Əbdülhəsən Bəhmənyar ibn Mərban – 993-1066) daha məşhur idi. Mənbələrin çoxunda o, zərdüştilik dini əqidəsinə malik azərbaycanlı peripatetik filosof adlandırılır. Bəzi müəlliflər isə, onun sonralar islam dinini qəbul etdiyini qeyd edirlər. Onun hansı şəhər və ya bölgədə anadan olması haqqında dəqiq məlumat olmasa da, Şamaxıda doğulduğu ehtimalı vardır. Mükəmməl təhsil almış, İbn-Sinanın şagirdi və davamçısı olmuşdur. Onun İbn-Sinaya yazdığı fəlsəfi məktublardan bəzilərinin əlyazmaları Daşkənddə və Sankt-Peterburqda saxlanılır. İbn-Sina qeyri-adi istedadı və çalışqanlığına görə şagirdi Bəhmənyarı çox sevmişdi. İbn-Sina deyirdi ki, «o, mənə oğuldan da artıq istəkli-dir»(3;12). Fəlsəfə elminin bütün sahələrinə (ontologiya, qnosologiya, məntiq, etika və s.) və problemlərinə dair Bəhmənyarın əsərləri və özünəməxsus ideyaları vardır. Bəhmənyara görə, orta əsr etikası əxlaqı Allahın iradəsi ilə cəniləşdirərək, fərəhə aparıb çıxaran, məzmunca müəyyən normaların mümkün olmaması haqqında paradoksal nəticəyə gəlmişdi (bütün orta əsr xristian etikaları, həmçinin Yaxın Şərqiñ sufilik etikası bu və ya başqa şəkildə ən yüksək fərəhə nail olmağı Allahın xeyirxah əməli ilə əlaqələndirirdilər). Obyektiv olaraq bu o demək idi ki, əxlaqi proseslər teoloji etika çərçivəsində izah oluna bilmirdi. Əxlaqın dini əsəlləndirilməsinin məhdudluğunu artıq orta əsr, xüsusilə Şərq mütəfəkkirlərinin özləri (Fərabı, İbn Ruşd, Azərbaycanda Eynəlqzat Miyaçani, Sührəvərdi, Urmə-

vi, Xaqani, Nizami, Tusi, Şəbüstəri və başqaları) etiraf edirdilər (4; 37). Bu zaman onlar Aristotelin etik təliminə istinad edirdilər.

XIII əsr Azərbaycanın ən görkəmli siması olan Xacə Nəsrəddin Məhəmməd oğlu Tusi (1201-1274) ensiklopedik alim, görkəmli filosof idi (2; 56). N. Tusi 1201-ci ilin fevralın 17-də Tus şəhərində anadan olmuşdur. O, astronomiya riyaziyyat, optika, minerologiya, məntiq, fəlsəfə, etika və başqa elmlərə aid dünya şöhrəti qazanmış əsərlərin müəllifidir. Onun etika problemlərinə həsr olunmuş «Əxlaqi-Nasiri» adlı dünyada məşhur olan kitabı Azərbaycan dilinə tərcümə edilib nəşr olunmuşdur(6; 14). Bundan başqa onun «İqtibasın əsası», «Mövcudatın bölgüsü», «Risaleyi-fəlsəfi», «İşarələr və qeydlər» və s. əsərləri məşhurdur.

N. Tusi əxlaq, mənəvi keyfiyyətlərə əbədi, anadangəlmə kimi baxmır, onların həyatda qazanıldığını, sosial mühit və tərbiyənin məhsulu olduğunu qeyd edirdi. O, deyirdi ki, ağıl insanın azad iradəsini tənzim edir və insan ancaq elmləri mənimsəməklə öz əxlaqi keyfiyyətlərini yüksəldə bilər. Filosof əxlaqi keyfiyyətlərinə görə altı növ adamla ünsiyyətin çətin olduğunu qeyd edirdi: a) «nəzakətsiz şahla»; b) «rüşvətxor qazi ilə»; v) «yalançı və fırldaqçı adamla»; q) pis, nəzakətsiz qadınla»; d) «tənbəl adamla»; e) «tapşırığa pis əməl edən yavərlə». İnsan üçün ən yaxşı mənəvi keyfiyyəti o, əməkdə, öz zəhməti ilə varlanmaqda, işgüzarlıqda görürdü.

Oktyabr inqilabı nəticəsində Rusiya imperiyasının tənəzzülü əvvəlcə Azərbaycan SSR-nin yaranmasına gətirib çıxardı. Bu dövr milli özünüdərk kin güclü inkişafı ilə xarakterizə olunur, etikada dövlətçilik ideyalarının yaranması aspektləri fəal olaraq dərk olunmağa başlayır. Azərbaycan SSR-də siyasi hakimlərin ideologiya kultu ilə sıx bağlı olan marksizm etikası fəal inkişaf edir. Sınıf mübarizənin, proletar inqilabının, humanizmin və sosial ədalətin yeganə reallaşdırılması vasitəsi kimi sosializm cəmiyyətinin əxlaqi aspektləri marksizm-leninizm və avtoritar etika mövqeyindən dərk olunurdu.

SSRİ-nin tənəzzülündən sonra Azərbaycan etikasının inkişafında plüralizm situasiyası, avtoritar etikadan humanist etikaya keçid müşahidə olunmağa başla-

dı. Azərbaycanlıların milli mənəvi özünüdərk xüsusiyyətləri təhlilə məruz qalır, fundamental mənəvi dəyərlərin yenidən dərk olunmasına səy göstərilirdi.

Bazar iqtisadiyyatını strateji inkişaf yolu kimi seçmiş ölkəmizdə sosial-iqtisadi sistemin səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün ona uyğun olan mədəniyyətin və iqtisadi davranışın inkişaf etdirilməsi çox mühüm və əhəmiyyətli bir məsələdir.

Bir çox ölkələrin, o cümlədən Azərbaycan Respublikasının keçid iqtisadiyyatlarının əsas problemləri iqtisadi artım və cəmiyyətin hərtərəfli inkişafı üçün real bünövrənin yenidən qurulmasıdır. Lakin iqtisadi tərəqqi müvafiq demokratik mühitin yaradılması problemlərini nəzərə almaqla aparılmalı, artım nəticəsində əldə olunmuş gəlir ədalətli bölüşdürməli və artımın özü davamlı olmalıdır.

Ölkəmizin mövcud iqtisadi durumunda ən çox təsadüf olunan etik problemlər aşağıdakılardır:

- sahibkarlıqla məşğul olanların hüquqi normalara münasibəti;
- sahibkarlıqla məşğul olanların işgüzar tərəfdaşları ilə münasibətləri;
- sahibkarların dövlət strukturları və onların nümayəndələri ilə münasibəti;

İşgüzar etikanın vəziyyəti bir çox hallarda sahibkarların hüquqi normalara münasibəti ilə bağlıdır. Bu mənada, qətiyyətlə demək olar ki, təsərrüfat fəaliyyətində və buna uyğun olaraq işgüzar etikada heç də qanunun bütün tələblərinə riayət edilmir. Hazırda ölkəmizdəki mövcud vergi və gömrük qanunları, məsələn, əlavə dəyər vergisinin, sosial sığortaya ayırmaların, dövlət büdcəsinə vergilərin mürəkkəbliyi və ağır şərtləri qeyri-qanuni mənimsəmələr üçün münbit şərait yaradır.

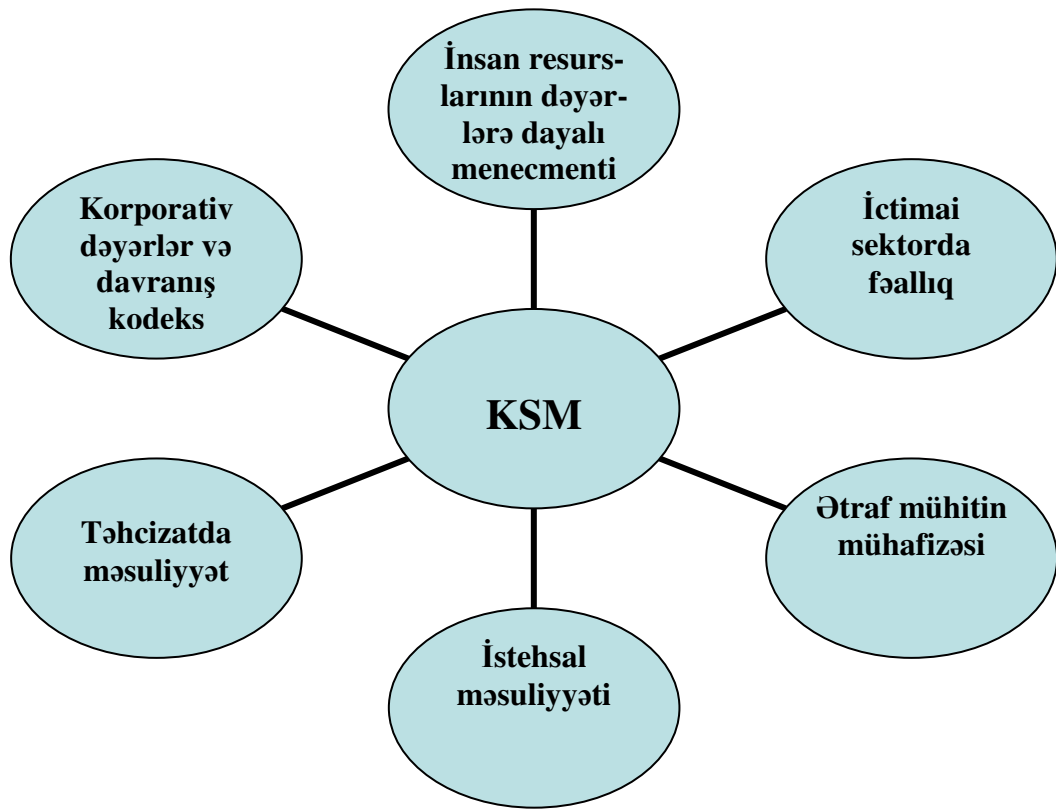
Müasir cəmiyyətdə işgüzar mühitin ən kəskin etik problemlərindən biri də sahibkarların məmurlar və hakimiyyətin nümayəndələri ilə münasibətləridir. Bir tərəfdən, hakimiyyət strukturları sahibkarlar tərəfindən kəskin və aramsız tənqidlərə məruz qalırlar, digər tərəfdən isə onların qadağa və icazələrinin, resursların və güzəştlərin bölüşdürülməsi qaydalarının əhəmiyyəti olduqca böyükdür.

İqtisadiyyatımızın mövcud durumunun etik problemlərindən biri də işgüzar təşkilatların əxlaq kodekslərinin olmamasıdır. Sahibkarlıq fəaliyyəti inkişaf etdikcə tarixlərin süzgecindən keçmiş, islami dəyərlərlə zənginləşmiş milli işgüzar-

lıq təcrübəmizin iqtisadiyyatımızda aparıcı mövqeyə çıxacağı gün heç də uzaqlarda deyildir. Böyük inamla demək olar ki, iqtisadiyyatımızda aparılan nəhəng islahatlar, çox yaxın gələcəkdə ölkəmizin özünəməxsus əxlaq kodekslərinə malik olan, öz işgüzar davranışları və xoş ünsiyyətləri ilə fərqlənən iş adamlarını bütün dünyada tanıtdıracaqdır. Bir çox ölkələrdə dövlət və müxtəlif növlü biznes şirkətləri daxili sənədlərində öz etik prinsiplərini təyin edirlər. Bu sənədlər iş, yaxud işgüzar etika kodeksi və ya davranış kodeksi adlanılır. Kodekslər bir çox tələblərə cavab verməlidir. Birincisi, onlar ölkənin qanunlarına tam uyğun olmalıdır. İkincisi, onlar qanunlara nisbətən daha sərt və təfərrüatla işlənmiş normaları ehtiva etməlidir. Üçüncüsü, şirkətin fəaliyyət növünün xüsusiyyətlərini nəzərə almalıdır. Nəhayət, etik pozuntulara görə cəzanın dərəcəsi qanun tərəfindən nəzərdə tutulmayıbsa, rəhbərlik tərəfindən müəyyən olunmalıdır.

Kodekslər müdiriyyət, müştərilər, tərəfdaşlar və digər maraqlı tərəflər ilə münasibətlərin qurulması üçün işçilərə yardımçı olan bir alətdir. Eyni zamanda, kodeksdə siyasi fəaliyyət, hədiyyə və əyləncələrlə bağlı siyasət, işdənkənar sahibkarlıq fəaliyyəti və məxfi məlumatlarla əlaqədar məsələlər işıqlandırılır.

Müasir dövrdə Azərbaycan şirkətlərində biznes etikanın əsas tərkib hissəsi olan korporativ sosial məsuliyyət anlayışı gündəmdə olan məsələlərdəndir. Azərbaycanda şirkətlərin sosial fəaliyyətlə bağlı səviyyəsi dünya ölkələri ilə müqayisədə kifayət qədər aşağıdır. Korporativ sosial fəaliyyət həyata keçirən şirkətlər arasında mobil operator şirkətləri, banklar və neft şirkətləri üstünlük təşkil edir. Mərkəzi Bank da bu sahədə yeniliyə açıq olduğunu bildirir və marketinq, bank sisteminin inkişafına yönəlmiş treninqlər keçirir. Bütün bu tədbirlər sayəsində cəmiyyətin bank sistemində etibarını artırmaqdadır. Hal-hazırda Azərbaycanda şirkətlərin sosial fəaliyyəti mövcud olan 6 fəaliyyət növündən əsasən ikisi ilə məhdudlaşır ki, bunlar da sponsorluq və ya xeyriyyəçilik tədbirlərindən ibarətdir.



Şəkil 2. Korporativ sosial məsuliyyətin əsas sahələri

KSM fəaliyyəti ilə seçilən başlıca iri şirkətlərdən biri kimi dövlət neft şirkəti olan ARDNŞ bu istiqamətdə bir sıra layihələrə imza atmışdır. Şirkətin verdiyi sosial hesabatda əsasən idmanın təbliği və inkişafında vacib rolunu oynayan "Neftçi" İdman Sağlamlıq Mərkəzi yaradılmış, humanitar tədbirlər çərçivəsində Ağdam rayonunda yerləşən məcburi köçkünlərə bayramla əlaqədar ərzaq yardımları etmişdir. Regional tədbirlər çərçivəsində isə şirkət məktəb və bağçalarda təmir-bərpa işləri aparılmışdır. Ölkədə KSM sahəsində fəallığı ilə seçilən iri şirkətlərdən biri də "Azəri-Çıraq-Günəşli" neft və "Şahdəniz" qaz yataqlarına operatorluq edən "BP Azərbaycan"-dir. Şirkət sosial, iqtisadi, təhsilin inkişafı əlaqədar layihələr həyata keçirmiş, xeyriyyəçilik tədbirləri görmüşdür. "BP-Azərbaycan" 2010-cu ildə Layihə İdarəetmə Məktəbi yaratmışdır. Məktəbdə əsasən özəl və ictimai sektordakı şəxslərin layihə idarəetmə bacarığı inkişaf etdirilir. Bundan əlavə şirkət kimya mühəndisliyi fakültəsi üçün 2011-ci ildə Qafqaz Universitetində beş yeni laboratoriyasını açmışdır. Azərbaycanda və Türkiyə universitetlərinin neft mühəndisliyi fakültəsindəki yerli tələbələrə dəstək məqsədilə təqaüd proqramları hazırlamışdır.

Ölkədə KSM sahəsində bankların da fəallığı özünü göstərir. Belə ki, “Bank Technique”-in sosial hesabatında qeyd olunur ki, bank 2013-cü ilin may ayında talassemiyalı uşaqlara qanvermə aksiyası təşkil etmiş, Ümummilli lider Heydər Əliyevin 90 illik yubileyi ilə əlaqədar olaraq, şahmat turniri və futbol çempionatı keçirmişdir. Eyni zamanda, bank incəsənət sahəsində bacarığı olan, istedadlı gənclərə dəstək məqsədilə “İndi” layihəsini həyata keçirmişdir. “Avropada ən yaxşı KSM Proqramı” nominasiyasında mükafat almış «Paşa» Bankın İctimaiyyətə əlaqələr və marketinq departamentinin məlumatına əsasən, qısa müddət ərzində bank KSM sahəsində (təhsil, idman və mədəniyyət layihələri) böyük nailiyyətlərə imza atmışdır. “Atabank” da öz fəaliyyətində korporativ sosial fəaliyyətə, idman, mədəniyyət təhsil layihələrinə xüsusi diqqət ayırır. Bank humanitar tədbirlər çərçivəsində kimsəsiz uşaqlar arasında rəsm müsabiqəsi keçirmiş, Novruz bayramı ərəfəsində uşaq evlərini ziyarət etmiş, idmana qayğı məqsədilə hokkey çempionatı keçirmişdir.

Mobil operator şirkətləri arasında, ilk növbədə, “Bakcell” şirkətinin KSM fəaliyyətini qeyd etmək lazımdır. Belə ki, “Bakcell” şirkətinin UAFA ilə birgə əməkdaşlıq çərçivəsində 1 iyun Uşaqların Müdafiə günü ilə əlaqədar olaraq Azərbaycanın bir çox rayonlarında uşaq evlərini ziyarət etmiş, tədbirlər keçirmişdir. Şirkət SOS uşaq kəndlərinə dəstəyini əsirgəməmişdir. “Uşaqların tolerantlıq təhsili” layihəsini hazırlamış, Azərbaycanda qadınların idman və fiziki tərbiyəsi, həmçinin onların bu sahədə fəaliyyətinin inkişafı ilə əlaqədar “İdman qadınlar üçün” layihəsinə imza atmışdır. Digər bir mobil operatorun - “Nar Mobile” şirkətinin KSM fəaliyyətində də xeyriyyəçilik ön plandadır. 2012-ci ildə şirkət “Savab dünyası” Talassemiya Assosiasiyası ilə birgə qanvermə aksiyası keçirmişdir. “Nar Mobile”-in KSM siyasətində təhsilə və gənclərə yönəlmiş layihələr üstünlük təşkil edir. Belə ki, karyera həftəsi çərçivəsində şirkət Azərbaycan Diplomatik Akademiyasında gənclərlə görüşmüş, onları şirkətin fəaliyyəti və orada karyera imkanları barədə məlumatlandırmışdır. Bu cür nümunələrdən çox gətirmək olar.

Ümumiyyətlə götürdükdə, göründüyü kimi Azərbaycanda reallaşdırılan korporativ sosial məsuliyyət layihələri daha çox neft şirkətləri və banklar tərəfindən reallaşdırılır. Bu siyahıya mobil operatorların da daxil olunması sevindiricidir.

KSM-in inkişafı üçün hal-hazırda mövcud problemlər aşağıdakılardır:

- Qanunvericilik bazasının zəifliyi;
- Sahibkarların məlumatlandırılmaması;
- Kadr çatışmazlığı;
- Hesabatlılığın zəif olması;
- Ədəbiyyat çatışmazlığı.

İlk öncə ölkədə şirkətlərin KSM fəaliyyətini nizama salacaq qanunverici bazanın yoxluğunu vurğulamaq yerinə düşər. Qanunvericilik bazası KSM fəaliyyətinə stimulyerici səbəb olmaqdan da əlavə təşkilatların belə fəaliyyətlərə xüsusi qayğı ilə yanaşmasına zəmin yaradır. Bu sahədə qanunun olmaması nəticəsində şirkətlər sosial məsuliyyətə ciddi yanaşmır, vacib hesab etmədiyi üçün onu öz işində tətbiq etmir. Qanunvericilik bazasının olmaması KSM-in inkişafına nə qədər pis təsir eləsə də, sahibkarların da kifayət qədər məlumatının olmaması bu sahənin inkişafında öz sözünü deyir. Belə ki, onlara əsasən işin maliyyə tərəfi, və bizneslərini genişləndirmək maraqlıdır. Lakin bu zaman onlar unudurlar ki, daha hazırlıqlı və dünyagörüşlü insanların onların təşkilatına qoşulması onlara çox kömək edə bilər. Lakin təəssüflər olsun ki, onların KSM anlayışı ilə bağlı təsəvvürləri isə sadəcə xeyriyyəçilik və sponsorluq fəaliyyətindən ibarətdir. Onların bu fəaliyyətləri isə daha çox reklam xarakterlidir. KSM üzrə yerli kadrların olmaması da sahənin inkişafına maneçilik törədir. Ölkədə təhsil müəssisələrində KSM-lə bağlı tədris verilmir, mütəxəssislər yetişdirilmir. Lakin bu mütəxəssis yetişdirilməsi üçün mövcud olan yeganə problem deyil. Azərbaycan dilində informativ materiallar və kitabların olmaması da məsələnin digər tərəfidir. Bu problemi artıran məqamlardan biri də KSM fəaliyyəti ilə məşğul olan şirkətlərin bir-biri ilə təcrübə mübadiləsi kimi fəaliyyətlərə qoşulmamasıdır. Bütün bunlar nəinki KSM-in inkişafına yardım etmir, hətta ona maneçilik törədir. KSM-in inkişafına nail olmaq üçün cari problemlərin həlli istiqamətində bir sıra addımlar atı-

lır. ASR Konsaltinq və Araşdırma Qrupu tərəfindən şirkətin resurslarını nəzərə almaqla KSM-in geniş və səmərəli tətbiqi, sosial fəaliyyət strategiyasının formalaşdırılması, sosial hesabatın verilməsi, bu sahədə mütəxəssislərin yetişdirilməsi məqsədilə konsaltinq xidmətləri təklif olunmuşdur. Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında QHT-lərə Dövlət Dəstəyi Şurası bu sahədə hüquqi bazanın formalaşmasını, bizneslə Vətəndaş Cəmiyyəti Təşkilatları arasında əməkdaşlığın yaradılmasını qarşısına məqsəd qoymuşdur. 2011-ci ildə QHT-lərə Dövlət Dəstəyi Şurası tərəfindən KSM haqqında qanun layihəsinin hazırlanmasına da cəhd göstərilmişdir. Bu qanun biznes, hökumət və QHT-lərin birgə əməkdaşlığını təmin etməyə yönəlmişdi. Qanun layihəsi müzakirəyə çıxarılsa da Milli Məclis onun qəbul olunmasına ehtiyac görməyib. Milli Məclisin rəyinə əsasən dünya təcrübəsində də bu sahədə qanun anlayışı mövcud deyil. Qanun layihəsinin xartiya kimi qəbul olunması və bu barədə digər mexanizmlərin yaradılması daha məqsədəuyğun sayılmışdır.

KSM-in inkişafı üçün normativ hüquqi bazanın yaradılması istiqamətində həmçinin İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi və Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyasının əməkdaşlığı ilə təşkil olunmuş tədbirdə dünyanın qabaqcıl şirkətlərinin təcrübəsindən yararlanmaqla Azərbaycan şirkətləri üçün Korporativ Etika Məcəlləsi hazırlanmışdır. Məcəllə özündə şirkətlərin əməkdaşlarına hörmətlə davranmalı olduğunu, təkcə əməkdaşlıq etdiyi şirkətlər qarşısında deyil, bütünlükdə cəmiyyət qarşısındakı olan öhdəliklərini əks etdirir.

2012-ci ildə KSM üzrə mövcud problemlərin aradan qaldırılması istiqamətində ilk sosial şirkətin- “KSM Azərbaycan”ın yaradılması mühüm addım oldu. KSM barədə təbliğatın aparılması, peşəkar KSM xidmətlərin təklif olunması və davamlı inkişafa nail olunması bu şirkətin əsas prinsiplərini təşkil edir. Şirkət bu günə qədər müxtəlif sosial problemlərin aradan qaldırılması üçün bir çox layihələr keçirmişdir ki, bunlara da siqaret çəkilməsinə qarşı kampaniya, gənclərin yaradıcılıq fəaliyyətini üzə çıxarmaq üçün “KreAktiv” layihəsini, şirkətlərarası futbol turunun keçirilməsini aid etmək olar. Şirkətin təsis olunması KSM üzrə problemlərin gələcəkdə aradan qaldırılmasına ümid yaradır.

Azərbaycanda biznes sektorunda mövcud olan problemlərdən ən əsası rəqabət mədəniyyəti və korrupsiya məsələsidir.

Bəzi tədqiqatlara əsasən, korrupsiyanın səbəbi bitirilməmiş iqtisadi islahatlar və az həcmli xarici investisiyalardır. Bu yanaşmanın məntiqi ondan ibarətdir ki, keçid dövrünü yaşayan ölkələrdə korrupsiya inzibati-idarəetmə sisteminin mirasıdır və nə qədər ölkə kiçik olsa, o qədər orada korrupsiya az olar. Ancaq liberallaşmadan, özəlləşdirmədən və dövlət rolunun zəifləməsindən sonra korrupsiya özü yox dərəcəsinə düşür, çünki iqtisadi vəziyyət yaxşılaşdıqca, dövlət məmurları öz səlahiyyətlərinin bir qismini itirdikcə və eyni zamanda, əmək haqqının səviyyəsi artdıqca bu cür halların sayı ixtisara düşür.

Korrupsiyanın bir səbəbi də, bunda maraqlı olan insanlara, onu istədikləri kimi şərh etməyə imkan verən mükəmməl olmayan qanunvericilik ola bilər. Məsələn, qeydiyyatda tələb olunan sənədlərin siyahısı qeydiyyat prosedurasını, rüşvət almaq üçün, gecikdirməyə imkan verməsinə dair “Hüquqi şəxslərin dövlət qeydiyyatı” barədə 6 fevral 1996 tarixli Azərbaycan Respublikasının Qanununun 8 maddəsinin dəqiq olmayan şərhini göstərilə bilər.

İşgüzar etikanın digər problemi vicdansız rəqabət və iqtisadiyyatın inhisara alınmasıdır. Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqabət mədəniyyəti lazımi dərəcədə deyildir. Həmçinin də, bütün iqtisadi agentlərin mövqelərini bərabərləşdirən rəqabət üçün ədalətli şərait və rəqabət şəraitində yaşama səriştəsi də çatışmır. Çərçivə qaydalarını deformasiya edən və Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafına təhlükə gətirən digər bir əlamət kapitalizmin siyasi-oligarxiya xüsusiyyətindən ibarətdir. Cəmiyyətin funksional quruluşunun nöqsanları, yəni siyasət və iqtisadiyyat arasında dəqiq funksional sərhədlərin olmaması ədalətli rəqabət qaydalarının ciddi pozulmasına gətirib çıxardır. Digər bir tərəfdən, çərçivə qaydaları mükəmməllikdən uzaq olduğu zaman əxlaqi qaydaları tək dövlət tərəfindən yox cəmiyyətin qüvvəsi ilə möhkəmləndirilməlidir. Əgər cəmiyyətdən yaxşılaşma signalı gəlməsə çərçivə qaydaları heç bir zaman mükəmməl olmayacaqdır. Lakin ancaq əxlaqi davranışın vasitəsilə cəmiyyətin etik möhkəmlənmə prosesi hərəkətə gətirilir. Məsələn, sahibkarların vergilərdən kütləvi yayınmasına bəraət qazandırılır.

lan ağır vergi yükünün azaldılması, eyni zamanda, müəssisələrin «düzgünlüyünün» artması şərti ilə həyata keçirilə bilər. Sahibkarlıq fəaliyyətində etibarlıq mədəniyyəti, əsaslandırma mədəniyyəti və cavabdehliyin yaradılması Azərbaycan üçün son dərəcə aktualdır.

Bu, “ictimai kapitalın”, yəni müəssisələr, həmkarlar ittifaqı, qəbilə və digər qruplar arasında, həmçinin dövlət və QHT arasında bütün səviyyələrdə (fərd, firma, sektor, region, ölkə) konsensusun olmaması ilə bağlıdır. Bu, yazılmamış davranış qaydalarının və daxili nəzarətin olmamasına, hədsizliyə, qarşılıqlı etibarsızlığa, və əlbəttə ki, “korrupsiya” davranışlarına gətirib çıxardır.

III FƏSİL. BİZNES ETİKASINDA ƏSAS KONSEPSİYALAR VƏ ONLARIN TƏTBİQİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

3.1. Biznesin etikasının inkişafında dini baxışların rolu;

Biznes etikasında iqtisadiyyatın əxlaqi problemlərinə əsaslanan dörd əsas etik yanaşma mövcuddur. Onlardan **birincisi dini etikaya** əsaslanan yanaşmadır. Onun əsasında öz başlanğıcını yəhudi – xristian ənənəsindən götürən və islam dinində davam etdirən “Yalan danışma”, “Oğurlama”, “Öz yaxınlarına qarşı yalandan şahidlik etmə” kimi dini, mütləq və mənəvi dəyərlər (nəsihətlər) durur.¹

Məlumdur ki, ilk sahibkarlıq, biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan insanlar dindar olublar. Alman sosioloqu M. Veber "Protestant işçi etikası" əsərində qeyd edirdi ki, məhz protestantizmin dini xüsusiyyətləri kapitalist münasibətlərin inkişafına gətirib çıxarmışdır. İnsanlar istənilən mənəvi problemlərin həlində mənəvi dəyərlərə söykənməlidirlər, lakin dini etikanın biznesdə istifadəsi müəyyən sərhədlərə malik olmalıdır. Birincisi, müasir biznesin qloballaşması ona gətirib çıxarır ki, işgüzar münasibətlərin subyektləri müxtəlif dinlərə inanan şəxslərdir: xristianlıq, islam, iudaizm, buddizm, konfusuçilik və s. İkincisi, sırf mənəvi dəyərlər müəkkəb biznes mühitində lazımi seçim etməyə kifayət etmir, bunun üçün işgüzar mühit subyektləri hətta hər hansı dinə inancları olsa da müasir idarəetmə təcrübəsində konkret problemlərin həlində etik vasitələrə ehtiyac duyurlar.

Bildiyimiz kimi, xalqın böyük bir qismi dini ehkamlara riayət etməsə də, onun xalqın mentalitetinə təsirini inkar etmək olduqca çətindir. Müsəlmanların müqəddəs kitabı Qurani-Kərim də, habelə islam dininin hüquqi norma və müddəalarını özündə əxz edən Şəriət də qərbdə işgüzar etikanın nəzərdən keçirdiyi, demək olar ki, bütün məsələləri qısa şəkildə özündə ehtiva edir. Məsələn, islam dinində korrupsiya pislənir, ədalət məhkəməsi həqiqi islam tərəfindən həyata keçirilirsə, hakim korrupsiya və rüşvətxorluqdan üstün olmalıdır, məhkəməyə cəlb olunan şəxslərin qüdrətindən qorxmamalıdır. İslam məqbul və qeyri-məqbul qazanc üsullarını müəyyən edərək, vicdanlı qazanc vasitəsini məqbul (halal), ləya-

¹ İlk sahibkarların olduqca dindar insanlar olduqları tarixə yaxşı məlumdur.

qətsiz qazancı isə «haram» kimi müəyyən edir. İslam zəhmətsevərliyi təbliğ edərək, bekarçılığı pisləyir və bütün resurslardan səmərəli istifadəni tələb edir. Burada, eyni zamanda, iş götürən şəxs ilə işçi arasındakı münasibətlər dəqiq müəyyən edilmişdir. İşçi sahibkarın əmlakına hörmət etməli və vicdanla işləməli, sahibkar isə işçiləri ilə ədalətlə davranmalı və onların əməyinin haqqını vaxtında ödəməlidir. Quranda korporativ ictimai məsuliyyət «zəkat», yaxud hər il yoxsulların, yetimlərin və ehtiyaclıların xeyrinə keçirilən məcburi ödənişlər formasında öz əksini tapmışdır. Bu verginin məbləği ildə məhsulun 1/10, digər əmlakın isə 1/40 hissəsini təşkil edir ²

Bəzi insanlar səhvən hesab edirlər ki, islam bank fəaliyyətini qadağan edir, halbuki bunsuz müasir dünyada biznesin təşəkkülü və inkişafı mümkün deyildir. İslam pulun varlanma məqsədilə sələmlə istifadəsini, yaxud onun əmtəə şəklində istifadəsini qadağan edir. Bir çox islam dövlətləri dövriyyədə olan pulun yox, banklarda saxlanılan vəsaitlərin üzərinə vergi qoyur³. Müsəlman cəmiyyətlərində xüsusi banklar, daha doğrusu, qarşılıqlı yardım xəzinələri yaradılır və burada yalnız xidmətə görə faiz tutulur. Belə təcrübə şübhəsiz ki, biznesin yaranması üçün zəruri olan ilkin kapitalın əldə olunmasını çətinləşdirir. Ona görə də, dünya müsəlmanlarının əksəriyyəti «islam mirasının həyatın dəyişməkdə olan şəraitinə və dünya ictimaiyyətinin qloballaşmasına müvafiq olaraq uyğunlaşmasının labüdlüyünü başa düşürlər»⁴.

Etikanın əsas mənbələrindən biri də din sayılır. Əlbəttə ki, dünyəvi cəmiyyətdə bu yalnız fərdi etikaya şamil oluna bilər. Amerikalı filosof Legenhausen qeyd edir ki, bir tərəfdən, bütün dinlər müəyyən əxlaqi postulatlarla malikdir, digər tərəfdən isə mənəvi boşluğu doldurmur və müraciət etdiyi fərdlərin mövcud olan əxlaq və insafına müraciət edir.

Beləliklə demək olar ki, din əxlaqi həm təsdiqləyir, həm də onu saflaşdırır. Bundan başqa, iddia olunur ki, dini etika dünyəvi etikadan fərqli olaraq, heç

² İslam» Ensiklopedik lüğət. «Nauka» nəşriyyatının Şərqi ədəbiyyatı baş redaksiyası. 1991 il, səh.74

³ Rukayə Maqsud, «İslam», Moskva, 2001, «Qrand» ticarət-nəşriyyat evi, səh. 204-205

⁴ Azim Nanji, «Islamic Ethics» in «Companion to Ethics», edited by Peter Singer, copyrights Blackwell, 1994, printed by Hartnolls Ltd, Bodmin, Cornwall, p.116

vaxt relyativizm təhlükəsinə düşmədiyindən dünyəvi etikaya xas olan fərdi və təşkilati (institusional) bölünmə malik olmayıb, vahidlik təşkil edir.

Lakin dinin roluna hətta dünyəvi cəmiyyətdə də lazımi dərəcədə qiymət verilməməsi səhv nəticələrə gətirib çıxara bilər. Son fundamental tədqiqatlarda əxlaqın formalaşması və iqtisadi məqsədlərə təsir göstərməsində dinin vacibliyi iddia edilir. Amerikalı alim və biznesmen Fleminq də öz kitabında biznes etikasının köklərinin dünya dinlərində olduğunu göstərir.

Azərbaycanda yayılmış İslam dini heç də istisna deyildir. İslam sadəcə dini məzhəb deyil, həm də insanların həyat tərzini nizamlayan və tənzimləyən sosial-iqtisadi, sosial-siyasi, etik-hüquqi, əxlaq-mədəni qaydaları əhatə edən bütöv bir etiqad sistemidir. Beləliklə, bu din öz genişliyi və həyatın müxtəlif sahələrini əhatə edən elmlərlə digərlərindən fərqlənir.

Alimlərin fikirlərinə əsasən, islamın elmi intizamı sosial elmin qərb məktəblərindən olan liberalizm, institusionalizm, marksizm və digərlərindən tamamilə fərqlənən epistemologiyaya əsaslanır. Bu fərqi səbəbi islam iqtisadi doktrinasının bilavasitə tədqiqat obyektinə olan etikanın xüsusi endogen roludur. İslam iqtisadi sistemində etikanın endogenliyi prinsipi Quranın surələrinə əsaslanır. Quran, surələrinin əsas öyüdnamələrini onunla izah edir ki, siyasi və sosial aksiomalar – ideoloji yanılmadır, çünki dünyanın əsl dəyişilməsi yalnız fərdi şəkildə mümkündür. Beləliklə, “kamil insan” haqqında klassik islam ideyası (“ilkin günah” xristian anlayışının və onun təsiri ilə qərb sosial elmində yaradılmış “iqtisadi insan” surətinə əks olaraq) - sosial-iqtisadi proseslərə və münasibətlərə yanaşmasının anlaşılmasına bir açardır. Bundan əlavə, islam dünya görüşünə görə, iqtisadi inkişaf və sosial ədalət arasında heç bir ziddiyyət yoxdur, çünki islam ölkələrinin bazarlarında ideal mənəvi tarazlıq hökm sürür. İslamın əsas prinsipi olan Tövhid (təkallahlıq) - bütün islam əqidəsinin dəyərlər sisteminin köküdür.

Qeyd etmək lazımdır ki, islam iqtisadi sistemi nəyin pis və qadağan (haram), nəyin isə yaxşı və icazə olunmuş (halal) olması haqqında mühakimələrə əsaslanır. Ona görə də, qərbin iqtisadi elmindən fərqli olaraq, burada islam (şəriət) hüququ fundamental mənəvi alır. İslam hüququ, qalan hüquqi sistemlər kimi, iqtisadi və

başqa fəaliyyətləri üçün öz “çərçivəsini” yaradır, lakin burada önəmli bir fərq vardır. Dünyəvi sistemlərdə qanunlar insan izni ilə hazırlanır, dəyişilir və ləğv olunub, nəticədə dünyəvi xarakter daşıyarsa, İslam sistemində qanunlar İlahi təbiətlərini daşmalıdırlar ki, dəyişilməz, əbədi və insan müdaxiləsindən azad bir xarakterə malik olsunlar.

Bütün alimlər təsdiqləyir ki, müsəlmansayağı biznes ali səviyyəli etik prinsiplərə və islam normalarına əsaslanan “əxlaqi biznesdir”. Burada, əsasən izn verilmiş (halal) və verilməmiş (haram) sazişlər fərqləndirilir. Bundan əlavə, bəzi fəaliyyətlər kateqoriyalara bölünür. Məsələn “vacib” və ya “fərz”- mütləq, “müstəhəb” və ya “məndub”- arzu olunan, “caiz” və ya “mübah”- izin verilmiş və ya tənzimlənməyən, “məkrüh” isə arzu olunmaz fəaliyyətdir.

İslam normaları sadəcə «cənnətdə» yer qazanmaq üçün yox, həm də uğurlu biznesin aparılması və dünya nemətlərinin əldə edilməsi üçün yararlıdır. Yuxarıda sadalanan kateqoriyaları bilmək və icazə verilən (verilməyənlər) arasında sərhəd qoymaq bacarığı düzgün iqtisadi fəaliyyətlərin aparılmasının əsasıdır.

İqtisadiyyat və etika münasibətlərindən danışarkən “sosial ədalət” probleminə də toxunmaq lazımdır. “Sosial ədalət” dini etiqadlarda, o cümlədən, İslamda önəmli yer tutur. Ədalət İslam dininin və ona əsaslanan islam iqtisadi doktrinasının əsas prinsiplərindən biridir. Sosial ədalət yuxarı səviyyəli etik prinsiplərə və İslam normalarına əsaslanmış “əxlaqi biznes”də öz əksini tapır.

Sosial ədalət islamda dörd prinsip üzərində qurulur:

1. Bütün sərvət Allaha məxsusdur: (Quran: 24:33);
2. Sərvət insan cəmiyyətinə “etibar əsasında idarəetmə hüququ” ilə verilir (Quran: 57:7);
3. Sərvətin məqsədsiz toplanması qadağandır: (Quran: 9:34);
4. Ehtiyacı olanlarla bölüşmək - hər bir müsəlmanın borcudur: (Quran:59:7).

Beləliklə, iqtisadiyyata islam yanaşması qərb sisteminin yanaşmasından (müasir üçün, sosializm-kommunizm və kapitalizm) qəti sürətdə fərqlənir. Yalnız İslamda sərvətin bölünməsi iqtisadiyyat sahəsinə aiddir və müsəlmanlar öz diqqətlərini sadəcə maddi nemətlərin istehsalında cəmləşdirmirlər. İslamda əsas insan

tələbatı ilə israf arasında fərq qoyulduğuna görə vəsait çatışmaması problemi həll edilir. İslama əsasən aclıq, yoxsulluq və iqtisadi gerilik təbii ehtiyatların çatışmaması ilə yox, insan tərəfindən yaradılan ədalətsiz sistemdən və qanunlardan irəli gələn nemətlərin düzgün olmayan (ədalətsiz) bölünməsinin nəticəsidir.

Bu sərvətlərin istifadəsində heç bir insanın digərinin qarşısında üstünlüyü yoxdur. Quranda deyilir ki, bunlar bütövlükdə bəşəriyyətə məxsus var-dövlətdir. Heç bir qərb sistemi nəzərə almır ki, insanların mənəvi tələbatları ödənilməyincə onlar bütövlükdə məmnunluq əldə edə bilməyəcəklər. İslam “cəmiyyət üzvləri arasında sərvətin ədalətli bölünməsinə necə təmin etmək olar” sualına aydın cavab verməyə çalışır. Yerdə və göydə hər şeyin yeganə həqiqi sahibi Allah olduğuna görə, bütün bunlar insana “etibar əsasında idarəetmə” ilə verilir. Lakin əlinə keçənləri idarə edərkən o, bunların əsl sahibkarı barədə unutmamalıdır. İslam sərvətin əldə edilməsi və artırılması yollarının müfəssəl müəyyənləşdirilməsi ilə məşğul olmur. Bunun əvəzinə o, sadəcə cəmiyyət üzvləri arasında sərvətin bölünməsinin əsas prinsiplərini (məsələn – “zəkat” vasitəsilə) göstərir.

Hər müsəlman üçün azadlıq həddləri İslamla qoyulmuş normalar olmalıdır. Müsəlman oğurluq, fırıldaqçılıq, israfçılıq və ya tamahkarlıq etməməlidir, çünki, onun əsas məqsədi sadəcə maddi nemətlər yox, daha yüksək şeylər əldə etmək – Allahın razılığını qazanmaqdır. İslamda iqtisadi siyasət cəmiyyətin tələbatını ödəməyə istiqamətləndirilmişdir. O, hər bir kəs üçün “yaşama minimumu”nu təmin etməli və bundan başqa insana onun bacarığına müvafiq və İslamda izn verilmiş həddlərdə əlavə nemətlərə yol açmalıdır.

İslam dünyagörüşünə görə, cəmiyyətin maraqlarını şəxsi maraqlara görə bütövlükdə qurban vermək olmaz. İslama əsasən, hər bir əmək qabiliyyətli kişinin elə bir işi olmalıdır ki, özünü və cavabdeh olan insanları dolandıra bilsin. Əmək qabiliyyətli olmayan insanlara gəldikdə isə, onların qayğısına ya qohumlar, ya da dövlət qalmalıdır. İslamın məqsədi şəxsiyyət ilə cəmiyyət arasında harmoniyaya nail olmaqdır. O, yaxınlıqda yaşayan kasıblara görə, məsuliyyəti qonşuların üzərinə qoyur. Hər bir müsəlman ədalətsizliyin qarşısını almaq üçün bütün var gücünü sərf etməlidir.

Məhəmməd Peyğəmbər əyani analogiyanı cəmiyyət və iki göyərtəli gəmi arasında keçirirdi. Aşağı göyərtənin sənişinlərinin suya birbaşa yolları yox idi və suya keçmək üçün onlar hər dəfə yuxarı göyərtənin sənişinlərinə müraciət etməli olurdular. Bu da, hər dəfə insanlar arasında mübahisələrə səbəb olurdu. Onda aşağı göyərtənin sənişinləri su əldə etmək üçün gəminin altında dəlik dəlməyə qərar verdilər. Beləliklə peyğəmbərin dediyi kimi, əgər ehtiyacı olana fəlakətə uğramağa imkan verilsə və müdaxilə edilməsə, bütün cəmiyyət məhv ola bilər.

Biznesdə istənilən əxlaqi problemlərin həlli zamanı insanlar müəyyən mütləq mənəvi dəyərlərə əsaslanmaq zərurəti ilə qarşılaşırlar da, göstərmək lazımdır ki, dini etikanın biznesdə birbaşa istifadəsinə müəyyən məhdudiyətlər mövcuddur. **Birincisi**, müasir biznesin qloballaşması müxtəlif dini ənənələrə - xristianlığa, iudaizmə, islama, buddizmə və konfusiçiliyə - mənsub olan şəxsləri işgüzar münasibətlərin iştirakçısına çevirir. **İkincisi**, konkret mənəvi seçim situasiyasında mütləq mənəvi dəyərlərə əməl olunması insana çox az şey verə bilər. Bunun üçün, hətta dini mənəvi dəyərlərə əsaslanan biznesmen belə müasir sahibkarlıq təcrübəsinin mürəkkəb problemlərini təhlil və həll etməkdə ona yardım edəcək müəyyən etik instrumentariyə ehtiyac duyur.

Biznes etikasındakı digər üç yanaşma üç müxtəlif etik ənənəyə - utilitarizmə, deontik etikaya və ədalət etikasına əsaslanır. Təbii ki, dini düşüncənin iqtisadi davranışa təsirini inkar etmək olmaz. Çünki insan davranışının, o cümlədən biznesdə davranışın dini əsasları mədəni ənənəyə çevrilərək, özünü hətta insan öz üstün tutduqlarının və meyllərinin kökləri haqqında fikirləşmədiyi zaman da biruzə verir. Ona görə də, təsadüfi deyildir ki, hazırda müxtəlif ölkələrdə davranışın mədəni xüsusiyyətlərini öyrənən menecmentin xüsusi elm sahəsi sürətlə inkişaf etməkdədir.

3.2. Utilitarizm və biznesdə əxlaqi problemlərin həlli;

Biznes etikasında ən nüfuzlu nəzəriyyələrdən biri də **utilitarizm** nəzəriyyəsidir. Bu ənənəvi nəzəriyyənin banisi İeremiya Bentam (1748-1832) hesab olunur. O, öz əsərlərində sosial siyasətin və ictimai qanunvericiliyin uyğunluğunun, sadəcə iqtisadi nöqtəyi-nəzərdən müəyyən olunması imkanını təmin edə biləcək dəyərlərin ölçülməsi üçün obyektiv meyarların axtarışı metodikasını işləyib hazırlamışdır. İ.Bentamın fikrincə, hərəkət tərzinin və mövcud qanunların uyğunluğu dərəcəsi, habelə fəaliyyətin faydalılıq və zərərlik dərəcəsi (onun nəticələrinin qiymətləndirilməsi göstəricilərinə görə) daha səmərəli meyarlar ola bilərdilər.

İ. Bentam özünün “Mənəviyyat və qanunvericiliyin prinsiplərinə giriş ” əsərində qeyd edir ki, “faydalılıq prinsipi ” adı altında o prinsip nəzərdə tutulur ki, o, sözü gedən ölkənin və ya xalqın xoşbəxtliyinə səbəb olsun və ya ən azından ona qarşı olmasın. Bentam bildirir ki, istənilən subyektin ixtiyarında müəyyən zaman anına xoşbəxtliyin səviyyəsinin ölçülməsi üçün vasitələr var. Bu vasitələrdən birinciləri «məmnuniyyətin» qiymətləndirilməsi meyarlarıdır. Məmnuniyyətin ilkin meyarları onun intensivliyi, davamlılığı, şübhəsizliyi və yaxınlığıdır. Eyni zamanda, bu ilkin göstəricilərə məhsuldarlıq və təmizlik də əlavə olunur.

İ.Bentam qeyd edirdi ki, hər hansı bir fəaliyyət, yalnız onun ümumi faydalılıq əmsali həmin fəaliyyətin əvəzinə həyata keçiriləcək istənilən digər fəaliyyətin ümumi faydalı əmsalından üstün olduğu halda etik nöqtəyi-nəzərdən qanuni sayıla bilər.

İdeya baxımından I.Bentamın varisi olan D. S. Mill “ səbəbiyyət ” anlayışını etika üçün qaçılmaz hesab edir və qeyd edir ki, etikada əsas nəzəri mübahisə predmetini nəticələrin etik əhəmiyyəti meyarlarının müəyyən edilməsi təşkil edir. O, özünün “Utilitarizm” traktatında fikrini belə bildirmişdir:“Faydalılıq və əzəmətli xoşbəxtliyi əxlaqın əsası hesab edən elm, əməlləri bizim xoşbəxtliyimizə münasibətdə qiymətləndirir, xoşbəxtliyə aparan əməllər - yaxşı, bədbəxtliyə aparanlar isə - pis əməllər kimi qiymətləndirilir ”.

Utilitarizmin əsas xüsusiyyətlərini müasir dövrün iqtisadçısı və filosofu A. Sen aşağıdakı kimi müəyyən etmişdir:

Utilitarizmin birinci xüsusiyyəti “səbəbiyyət”dir (ingilis dilində “consequence” - “səbəb” deməkdir). Bu xüsusiyyət istənilən seçim edərkən, ilk növbədə, nəticənin müzakirə olunmasını nəzərdə tutur. İkinci xüsusiyyət “firavanlıq”dır (ingilis dilində “welfare”). Utilitarizm nöqtəyi-nəzərindən şəxsin əsas məqsədi onun fəaliyyət və hərəkətlərindən təsirlənən şəxslərin firavanlığını təmin etməkdir. Bu baxımdan “firavanlıq” anlayışı bu kontekstdə “faydalılıq” anlayışı ilə sinonimdir. Bu xüsusiyyət hər bir fəaliyyət və ya seçimin gətirdiyi faydanı nəzərdə tutur. A. Sen bu iki xüsusiyyətin qarşılıqlı əlaqəsini bu cür nümayiş etdirir: “Hər bir atılan addım öz nəticəsi ilə qiymətləndirilir, nəticələr isə gətirdiyi fayda ilə”.

Nəhayət, utilitarizm etikasının üçüncü xüsusiyyəti “miqdar qiymətləndirmədir”. Yəni hər bir fayda miqdar baxımından müqayisə edilməli və gətirdiyi fayda, digərlərindən üstün olan seçim və ya fəaliyyət (hərəkət) daha cəlbedici və ya etik baxımdan daha qəbul ediləndir.

Bununla da A. Sen utilitarizmə belə bir formula müəyyən etmişdir: “İstənilən seçim onun gətirdiyi faydanın həcmi ilə qiymətləndirilir”.

Beləliklə, utilitarizm prinsipləri hərəkətlərin həyata keçirilməsi yolu ilə istehsal olunan nemətlərin kəmiyyətə ölçülməsi, onların toplanması imkanlarının, o cümlədən nemətlərin miqdarı ilə mənfi nəticələrin miqdarı arasındakı fərqi hesablanması imkanının olmasını və deməli, hərəkətlərdən hansının daha maksimum təmiz gəlir verəcəyi və ya minimum mütləq xərclərə səbəb olacağını müəyyən etmək imkanını nəzərdə tutur. Bu metodikanı xüsusilə də investisiyaların (məsələn, bəndlərin, fabriklərin, ictimai parkların və s. tikintisi layihələrinə) səmərəliliyinin cari və gələcək gəlirin dəyərləri və cari və gələcək xərclərin dəyərləri arasındakı fərqi qiymətləndirilməsi yolu ilə müəyyən edilməsi üçün istifadə edirlər. Naməlum göstəriciləri hesablamaq üçün bu layihələrin həyata keçirilməsi ilə bağlı bütün mövcud olan və proqnozlaşdırılan effektlərin qiymətlərini diskont etmək metodlarından istifadə edirlər, həm də göstərilən effektləri həm ətraf mühitə, həm də əhaliyə münasibətdə nəzərdən keçirirlər. Məsələn, işçilərin əmək pro-

sesinin reallaşdığı mühitin vəziyyətindən məmnunluq dərəcəsinin səviyyəsi 500 faydalılıq vahidinə (pozitiv) bərabər kəmiyyətlə qiymətləndirilə bilər, halbuki müvafiq mənfi effekt (sonrakı ay bankdan göndərilən hesab) 700 vahidə bərabər olacaqdır. Beləliklə, işçilərin çalışdığı mühitin vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş fəaliyyətin ümumi nəticəsi 200 faydalılıq vahidi (neqativ) təşkil edəcək. Əgər utilitarizm prinsipi istənilən digər müvafiq aktdan yüksək faydalılığı ilə fərqlənən bu konkret hərəkətin qanuni olduğunu bildirirsə, bu, heç də o demək deyildir ki, bu hərəkəti edən şəxsə maksimum fayda gətirən bu cür hərəkət qanunidir. Aşağıdakı müddəə yəqin ki, daha doğrudur: fəaliyyətin nəticələrinin təsiri dairəsində olan bütün şəxslərə (o cümlədən bu fəaliyyəti həyata keçirən şəxsə) maksimum fayda gətirən hərəkət qanunidir. Utilitarizm prinsipini müsbət səmərənin mənfi effektdən (gəlirin xərclərdən) üstün olması zərurətini nəzərdə tutması kimi izah etmək olmaz. Son nəticədə, digər variantlarla müqayisədə daha çox təmiz gəlir əldə etməyə imkan verən fəaliyyətin bu prinsipə müvafiq olaraq, qanuni olduğunu hesab etmək doğrudur. Nəhayət, utilitarizm prinsipinin bizim hərəkətlərimizin yalnız bilavasitə və ani nəticələrinin qeydə alınması zərurətini nəzərdə tutduğunu düşünmək yalnız olardı. Əksinə, hərəkətlərin bütün mümkün variantlarının təhlili zamanı xərclər və gəlirlər şəklində cari müsbət və mənfi səmərələrlə yanaşı, onların nəticələrini, o cümlədən istənilən dolaylı nəticələri də nəzərə almaq lazımdır.

Utilitarizm nəzəriyyəsi bir çox baxımdan diqqəti cəlb edir. Onun müddəaları, davranışın əxlaqiliyinin intuitiv qiymətləndirilməsi üçün istifadə edilən meyarlarla uyğunlaşır. Belə ki, insan bu və ya digər hərəkəti nə üçün etməli olduğunu mənəvi cəhətdən izah etməyə çalışarkən, çox vaxt onun hərəkətlərinin insanlara fayda və ya zərər gətirəcəyi haqqında mülahizələrə əsaslanır. Əxlaq mülahizələri şəxsi maraqlarla yanaşı, digərlərinin də maraqlarının nəzərə alınmasını tələb edir. Bu cür davranış utilitarizm nəzəriyyəsinə tam uyğundur, çünki sonuncunun müddəaları fəaliyyətdə iştirak edən bütün şəxslərə münasibətdə hərəkətin nəticələrini müəyyənləşdirmək zərurətini və birbaşa gəlir əldə edib - etməməsindən asılı olmayaraq, hər bir şəxs üçün maksimum faydalı səmərəni təmin edəcək hərəkət

tərzini seçməyi tələb edir. Utilitarizm prinsiplərindən istifadə edərək, bəzi hərəkət növlərinin (yalan, xəyanət, oğurluq) nə üçün əxlaq qaydalarına zidd hesab edildiyini, digərlərinin isə, əksinə, mənəvi cəhətdən əsaslandırıldığını (düzgün mülahizələr, sədaqət, öhdəliklərə riayət etmək) izah etmək olar.

Utilitarizm ideyaları iqtisadi elmlərin inkişafına kifayət qədər güclü təsir göstərmişdir. Bir çox iqtisadçılar hələ XIX əsrdə sübut edirdilər ki, təsərrüfat fəaliyyətinin mexanizmlərinin əsasında insanın öz rifahını maksimum şəkildə artırmaq kimi təbii arzusu durur, istehsal edilən malların faydalılığı isə insanların onlara ödəmək istədikləri qiymət ilə ölçülür. İqtisadçılar bu və ya digər sadələşdirmələri qəbul edərək, hamıya məlum olan tələb və təklif arasındakı asılılığı aydınlaşdırmaq imkanı əldə etmiş, bununla da tələb və təklif arasında, satıcı və alıcı arasındakı əlaqənin xarakterini müəyyənləşdirmiş, eləcə də sərbəst rəqabət bazarında qiymətlərin tarazlığının səbəblərini də izah etmişlər. Bundan başqa (bu da çox vacibdir), iqtisadçılar həmçinin sübut edə bilmişdirlər ki, azad bazar sisteminin rəqabət əsasında inkişafı, ehtiyatların elə istismar üsuluna gətirib çıxaracaq və qiymətlərin dəyişməsinin elə bir mexanizmini təsdiqləyəcəkdir ki, istehlakçıda alıcılıq qabiliyyətinin artırılması hesabına, öz ictimai faydalılığını maksimuma qədər (Paretonun terminologiyasından istifadə etsək, optimuma qədər) qaldırmağa imkan yaranacaqdır. Beləliklə, iqtisadçılar utilitarizm nəzəriyyəsinin mövqelərindən çıxış edərək, azad bazar sisteminin heç bir alternativini olmadığı nəticəsinə gəlirlər.

Nəhayət, qeyd etmək olar ki, utilitarizm nəzəriyyəsinin müddəaları səmərəlilik kateqoriyaları haqqında təsəvvürlərlə yaxşı uzlaşır və onların müxtəlif mənələrə malik olmalarına baxmayaraq, bir çoxları onları məlum miqdarda ehtiyatla maksimum sayda məhsul istehsal etmək imkanını təsvir etmək üçün istifadə edirlər. Başqa sözlə, minimum ehtiyatlardan istifadə etməklə, tələb olunan miqdarda məhsul istehsal etməyi təmin etməyə imkan verən əməliyyat səmərəli hesab olunur. Səmərəliliyi utilitarizm baxımından məhz bu cür anlamaq qəbul edilmişdir, çünki bu nəzəriyyə çərçivəsində minimum xərclərlə maksimum gəlir əldə etməyə imkan verən hərəkət qanuni hesab olunur. Səmərəliliyin yuxarıda verilən tərifin-

də “tələb olunan məhsul istehsalı” və “ehtiyatların sərf edilməsi” kimi ifadələri “gəlir” və “xərclər” kimi sözlərlə dəyişmək kifayətdir ki, biz utilitarizmin əsas formulunu əldə edək. Beləliklə, utilitarizm nəzəriyyəsinə görə, düzgün fəaliyyət (hərəkət) tərzini, eyni zamanda daha səmərəli olur.

Utilitaristlərin fikrinə görə, bazar qiymətləri əsasında hər hansı fəaliyyətin qiymətləndirilməsi mümkün olmadığı zaman, qarşılaşdıqları bu cür məsələlərin demək olar ki, böyük əksəriyyətini digər üsulların, yəni sosial sorğuların, siyasi – iqtisadi və ekspert qiymətləndirilmələri vasitəsilə həll etmək mümkündür.

Bir sıra tənqidçilər utilitarizmin bir çox müsbət xarakteristikası ilə yanaşı, onun çatışmayan cəhətlərinə də diqqət yetirirlər.

Utilitarizm nəzəriyyəsinin çatışmayan cəhətlərindən biri, ictimai faydalılığın kəmiyyətə müəyyənləşdirilməsi zərurətindən ibarətdir. Bu problemin aspektlərindən biri budur ki, müxtəlif hərəkətlərin müxtəlif insanlara münasibətdə faydalı səmərəsini necə ölçməli və utilitarizm mülahizələrinə əsaslanaraq əldə edilən nəticələri necə müqayisə etməli? Fərz edək ki, siz və mən müəyyən arzu edilən vəzifəyə təyin edilmişik. Bu faktın sizin üçün və mənim üçün nə qədər çox və nə qədər az faydalı olacağını necə öyrənmək olar? Bizim hər birimiz əmin ola bilərik ki, öz işimizi yerinə yetirərkən, maksimum fayda əldə edəcəyik, ancaq biz yerlərimizi dəyişdirə bilmədiyimizdən bu cür əminlik obyektiv olaraq əsassızdır və bu faydanı kəmiyyətə müəyyənləşdirmək mümkün deyildir. Hansı fəaliyyətin bu halda daha çox faydalı səmərə verəcəyini aydınlaşdırmaq mümkün olmadığından, utilitarizm prinsipini də tətbiq etmək mümkün deyildir.

Problemin ikinci aspekti ondan ibarətdir ki, bəzi hallarda gəlir və xərclər ölçülə bilmir. Məsələn, sağlamlığın və həyatın özünün dəyərini necə ölçmək olar? Fərz edək ki, hər hansı bir sexdə bahalı havalandırma sisteminin quraşdırılması nəticəsində ağ ciyər xəstəliklərinə səbəb olan kansoregen tozları tamamilə aradan qaldırmaqla işçilərin ömrü beş il uzanacaqdır. Bu yaşam illərinin dəyərini necə hesablamaq olar, onun dəyərini havalandırma avadanlığının dəyəri və onun quraşdırılmasına çəkilən xərclərlə necə müqayisə etmək olar?

Bu problemin üçüncü aspekti bir çox hallarda gəlir və xərclərin həcmi

proqnozlaşdırılması imkanının mövcud olmaması ilə bağlıdır. Belə ki, yaxşı məlumdur ki, fundamental elmi tədqiqatların gəlirliliyi və ya zərərliliyini müəyyənləşdirmək mümkün deyildir. Söhbət, həyata keçirilməsi bəlkə də həddən artıq qiymətli nəzəri nəticələrə gətirib çıxaracaq və buna baxmayaraq təcrübədə bu nəticələrin dərhal tətbiq edilməsi mümkün olmayan müəyyən elmi proqrama qoyulan investisiyaların həcmnin müəyyənləşdirilməsi zərurətindən getsə də, bu elmi tədqiqatların gəlirliliyi və ya zərərliliyini müəyyənləşdirmək mümkün deyildir.

Utilitarizmin tənqidçilərinin fikrincə, məhz ölçmə problemləri bu nəzəriyyənin tərəfdarlarının ona obyektiv xarakter verməyinin istənilən cəhdlərini boşa çıxarır. Ancaq utilitarizm nəzəriyyəsinin tərəfdarlarında opponentlərin bu problem haqqında söylədikləri etirazlara bir sıra cavablar da mövcuddur. Utilitaristlərin gəldikləri qənaətə görə, real həyatda bir çox qərarlar sırf kəmiyyət əsasında qəbul edilə bilər. Qərarların qəbul edilməsini müşayət edən gəlir və xərclərin kəmiyyətə ölçülməsinin ən çevik yolu pul ekvivalentinin istifadəsinə əsaslanır. Prinsipcə bu, o deməkdir ki, bu obyektin həmin şəxs üçün dəyərini həmin şəxsin göstərilən əşya üçün ödəməyə hazır olduğu qiymət əsasında müəyyənləşdirmək olar. Əgər alıcı hər hansı əşya üçün digər əşyadan iki dəfə çox pul ödəyirsə, bu o deməkdir ki, birinci əşya onun üçün ikincidən iki dəfə dəyərlidir.

Bu və digər obyektlərin bir qrup insan üçün hansı dəyərə malik olduğunu müəyyənləşdirmək üçün bu obyektlərin istənilən alıcı üçün bazarda alınması mümkün olan şərtlərdə onların orta qiymətini öyrənmək lazımdır. Qısaca, bazar qiyməti qərarın qəbul edilməsi ilə bağlı gəlir və xərclərin həcmnin ümumi miqdar göstəricisi ola bilər. Başqa sözlə, bu obyektin dəyərini sərbəst bazarda satıldığı zaman onun üçün təyin edilən qiymət əsasında müəyyənləşdirmək olar. Əgər obyekt sərbəst bazarda satılmırsa, satılmalı olan analoji obyektlərin qiymətini öyrənmək olar.

Pul ekvivalentindən istifadənin mühüm üstünlükləri vardır. Bu, zaman və qeyri-müəyyənlik kimi amillərin təsirini nəzərə almağa imkan verir. Əgər qiymətin (gəlir və xərclər) pul şəkilində ifadəsini yalnız gələcəkdə öyrənmək mümkündürsə, onun cari ifadəsini hal-hazırda təlabatın səviyyəsini nəzərə alan düzəlişlərin

daxil edilməsi ilə müəyyənləşdirirlər. Gəlir və xərclərin həcmnin müəyyən kəmiyyət təşkil etmədiyi və yalnız məlum ehtimal dərəcəsi ilə təyin edildiyi hallarda müxtəlif statistik metodlardan istifadə edirlər.

Gəlir və xərclərin ölçülməsi üçün pul ekvivalentinin istifadə edilməsi imkanına qarşı opponentin utilitaristə standart arqumenti, bəzi nemətlərin, xüsusilə də həyat və sağlamlığın, pul vasitəsilə qiymətləndirilməsinin mümkün olmadığı haqqında fikirlərinə əsaslanmışdır. Utilitarist bu halda da etiraz edəcəkdir; o qeyd edəcəkdir ki, həyat və sağlamlıq da pul ifadəsi ilə öz qiymətinə malikdir, həm də nəzərə almaq lazımdır ki, biz özümüz bu qiyməti demək olar ki, hər gün təyin edirik. Axı istənilən halda biz həyatımızın məruz qaldığı riskləri azaltmaq xüsusiyyətinə malik olan bəzi obyektlərə qiymət həddini təyin edərkən, bununla həyatımızın qiymətini də təyin edirik. Fərz edək ki, birisi təhlükəsizliyi təmin etmə vasitəsi olan və yol - nəqliyyat hadisəsi nəticəsində zədələnmələrdən həlak olmaq ehtimalını 0,00005-dən 0,00004-ə qədər azaltmağa imkan verən hər hansı bir əşya üçün 5 dollar ödəmək istəyir və bu qiyməti son hədd hesab edir. Bu zaman belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, bu alıcı öz mövcudluğunun (yaşamının) demək olar ki, 0,00001 ehtimalını 5 dollara qiymətləndirir.

Utilitarizm nəzəriyyəsinin bəzi tənqidçiləri də hesab edirlər ki, bu təlimin əsas çatışmazlıqlarından biri onu iki əxlaqi kateqoriya: hüquq və ədalət ilə ziddiyyət təşkil etməsidir. Bu, o deməkdir ki, ayrı - ayrı hallarda müəyyən hərəkətlər utilitarizm nöqtəyi-nəzərindən mənəvi cəhətdən əsaslandırılmışdır, hərçənd ki, əslində onlar ədələtsizdir və onların nəticəsi insan hüquqlarının pozulmasına gətirib çıxarır.

Utilitarizmin tənqidçiləri daha sonra sübut edirlər ki, sosial ədalətə riayət edilməsindən bəhs edilən hallarda bu nəzəriyyə tətbiq edilə bilməz. Utilitarizm nəzəriyyəsinin tənqidçilərinin nöqtəyi - nəzərindən məişətin ağırlıqlarının paylaşdırılmasının qeyri-bərabərliyini nəzərdə tutan sosial sistem şübhəsiz ki, əxlaqa və ədalət qanunlarına ziddiyyət təşkil edir. Bu cür sistemin cəmiyyətin üzvlərinin əksəriyyətinə gətirdiyi gəlirin böyük həcmi əhalinin kiçik qrupunun təmsilçilərinin çiyinə qoyulan ağır yükə heç də bəraət qazandırmır.

Utilitarizm nəzəriyyəsi yalnız ümumilikdə cəmiyyətə münasibətdə faydalılıq nəzərə alır, lakin bu nəticəni ayrı – ayrı fərdlər arasında əldə edilən mənfəətlərin paylaşılması nəticələri ilə əlaqələndirmir. Ənənəvi utilitarizm nəzəriyyəsinin tənqidçilərinə cavab vermək üçün bu nəzəriyyənin tərəfdarları “norm-utilitarizm” adlı nəzəriyyə işləyib hazırlamışlar. Norm - utilitarizmin əsas strateji istiqaməti utilitarizm qanunlarının təsir dairəsinin bəzi əxlaq normaları ilə məhdudlaşdırılması tələbinə gətirib çıxarır. Norm - utilitaristlərə görə, fəaliyyət tərzinin etik cəhətdən şərh edilməsi prosesi, müstəsna təmayül kimi maksimum faydalılıq səmərəsinin müəyyən edilməsi zərurəti ilə əlaqələndirilməməlidir. Onların fikrincə, bu halda, baxılan fəaliyyət tərzinin tətbiq edilməsi nəticələrinin onların riayət etməli olduqları əxlaq normalarına uyğunluğu haqqında məsələ həll edilməlidir. Hər kəs tərəfindən istifadə edilərkən maksimum gəlir əldə etmək imkanı verən əxlaq normalarını doğru hesab etmək qəbul olunmuşdur. Fərz edək ki, biz aşağıdakı sualın cavabını axtarıq: rəqiblə sabit qiymət haqqında razılığa gəlmək etikdir yoxsa qeyri-etikdir? Norm-utilitarizm nəzəriyyəsinə görə, biz təhlilə bu fəaliyyətin, digər istənilən əməliyyata nisbətən daha çox gəlir gətirib - gətirməyəcəyini müəyyənləşdirməyə cəhd etməkdən başlamalıyıq. Biz, əvvəlcə qiymət haqqında müqavilənin bağlanması hansı əxlaqi aspektləri olduğunu öyrənməliyik.

Bir qədər fikirləşdikdən sonra, yəqin ki, qaydaların variantlarının aşağıdakı siyahısı meydana gələcəkdir:

1. Menecer heç bir halda rəqiblərlə qiymət haqqında razılaşmamalıdır;
2. Menecer müqavilə qiyməti haqqında məsələnin müzakirə edilməsi üçün hər zaman rəqiblərlə görüşmək hüququna malikdir;
3. Menecerlər yalnız bu məsələnin həll edilmədiyindən zərərə uğrayacaqları təqdirdə müqavilə qiyməti haqqında məsələnin müzakirə edilməsi üçün rəqiblərlə görüşmək hüququna malikdir.

Bu üç qaydadan hansı əxlaqi nöqtəyi-nəzərdən düzgün hesab olunur? Norm - utilitarizmə görə, hər kəsə maksimum gəlir gətirən qayda düzgün hesab olunur. İndi fərz edək ki, biz müqavilə qiyməti haqqında məsələnin həll edilməsinin bütün variantlarının iqtisadi səmərəsini təhlil edərək, belə bir nəticəyə gəlirik ki,

konkret sosial – iqtisadi hallarda 2-ci və 3-cü qaydalara deyil, 1-ci qaydaya riayət etmək lazımdır. Deməli, müqavilə qiyməti probleminin həll edilməsi üçün onun tətbiq edildiyi zaman 1-ci qayda əxlaqi nöqtəyi - nəzərdən daha doğrudur. İndi, məhz hansı qaydanın əxlaqi nöqtəyi - nəzərdən daha doğru olduğunu bilərək, biz aşağıdakı sualı verə bilərik: bu fəaliyyəti həyata keçirmək lazımdır mı? Bu suala cavab vermək üçün doğru əxlaqi normaların hansı tələbləri olduğunu aydınlaşdırmaq lazımdır.

Artıq bizə məlum olduğu kimi, əxlaqi nöqtəyi - nəzərdən doğru fəaliyyət tərzini rəqiblərlə qiymət haqqında razılaşmamaqdır. Deməli, əgər bu halda müqavilə qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsi müəyyənləşdirilməyən qiymətlərdən daha çox gəlir gətirə bilirsə, etika qaydaları qiymətlərin sabitləşməsi üzrə fəaliyyətin həyata keçirilməsindən imtina etməyə məcbur edir, çünki bunu hər kəsin riayət edərək maksimum gəlir əldə edəcəyi qaydalar tələb edir.

Beləliklə, norm - utilitarizm nəzəriyyəsinin müddəalarını aşağıdakı iki prinsipdə birləşdirmək olar.

- İstənilən fəaliyyət əxlaqi nöqtəyi-nəzərdən yalnız və yalnız onun həyata keçirilməsinin zəruriliyinin doğru əxlaq normaları ilə diktə olunduğu zaman qanuna uyğundur.
- Əxlaq normaları, yalnız və yalnız ona riayət edəcək hər kəs üçün ümumi gəlirin alternativ normaya riayət etmək nəticəsində əldə edilən ümumi gəlirdən çox olduğu zaman doğrudur.

Beləliklə, norm - utilitarizm nəzəriyyəsinə görə, bəzi fəaliyyətin xüsusi halda maksimum gəlir əldə edilməsinə gətirib çıxara biləcəyi faktı, heç də o demək deyildir ki, bu fəaliyyət əxlaqi nöqtəyi-nəzərdən düzgündür.

Norm-utilitarist bunu, ümumiləşdirmə üçün deyil, xüsusi halların təhlili üçün, yəni ənənəvi utilitarizmin tənqidçilərinin əks dəlillərinin zəif yeri olduqda istifadə etməyə meyllidir. Norm-utilitaristlərin hesab etdikləri kimi, utilitarizm meyarlarının köməyi ilə əxlaqın məhz hansı ümumi qaydasının (məhz düzgün qaydasının) bu düzgün qaydanın təhlili üçün istifadə etmək lazım olduğunu aydınlaşdırmaq lazımdır.

Tamamilə aydındır ki, öz əməklərinə görə cüzi haqq alan insanların istismarı yolunda duran qanunlar bu cür istismarın mümkünlüyünə yol verən qanunlara nisbətən perspektivdə daha yüksək gəlir gətirmək imkanına malikdir. Deməli, müvafiq qayda əxlaqi cəhətdən düzgündür və “köləliyə” yol verilməsi haqqında suala cavab verməyə çalışaraq, ondan istifadə etmək və ayrı-ayrı hallarda maksimum gəlir gətirsə belə, “çox cüzi əmək haqqı” təcrübəsinin özünü də əxlaqi nöqtəyi-nəzərdən düzgün olmayan təcrübə kimi qəbul etmək lazımdır.

Norm-utilitaristlərin bütün hiylələri nəzəriyyənin müddəalarında başqa bir zəif nöqtə axtaran utilitarizmin tənqidçiləri üçün təsirsiz olmuşdur; onlar hesab edirlər ki, norm-utilitarizm, sadəcə ənənəvi utilitarizmin gizli formasıdır. Onların fikrincə, bəzi müsbət istisnalara yol verən qanunlar (qaydalar) nəticə etibarilə istisnasız qanunlara nisbətən daha çox gəlir əldə etməyə imkan verirlər. Ancaq, tənqidçilər sübut edirlər ki, madam ki, qayda istisnaya malikdir, bu, ənənəvi utilitarizm nəzəriyyəsi çərçivəsində yol verilən ədalətsizliklərə və insan hüquqlarının pozulmasına gətirib çıxara bilər.

Müasir dövrdə etik diskussiyalarda utilitarizm etikasının əsas problemləri aşağıdakı kimi müəyyən edilmişdir:

Birinci problem utilitarizm baxımından əsaslandırmanın obyektinin müəyyən edilməsidir. Bu zaman belə bir sual meydana çıxır: konkret olaraq nə faydalılığın artırılmasına görə utilitarizmin testinə məruz qalmalıdır? Bu zaman müqayisə olunacaq verilənlər kimi tək-tək rast olunan hərəkətlərin nəticələri, əxlaq normalarının tətbiqinin nəticələri, davranış motivlərinin və insan xarakterinə məxsus xüsusiyyətlərin reallaşmasının nəticələri çıxış edə bilərlər. Tədqiqat obyektlərinin fərqlənməsi utilitarizm nəzəriyyəsini də bir neçə istiqamətə ayırır.

Birinci istiqamət “birbaşa utilitarizm” adını almışdır. Bu ada sinonim kimi “fəaliyyətlərin (əməllərin) utilitarizmi ” də deyilir. Bu istiqamətin əsas nümayəndələri D. Smart, P. Singerdir. Bu halda hər hansı əməlin əxlaqi meyarı onun elə nəticəsidir ki, bu nəticə faydalılığın artırılmasına səbəb olsun.

İkinci istiqamət “dolayı utilitarizmdir”. Bu istiqamətin nümayəndələri əməllərin faydalılıq səviyyəsinə görə müqayisəsindən imtina edir və bunu aşağıdakı kimi əsaslandırırlar:

- a) konkret situasiyalarda müxtəlif əməllərin faydasının müqayisəsinin çətinliyi;
- b) bu cür təhlillərin gedişində fərdlərin öz emosional tarazlıqlarını qorumaqda və bitərəflik nümayiş etdirməkdə çətinlik çəkmələri;
- c) “Birbaşa utilitarizm”-in insanlar arasındakı münasibətlərin əlaqələndirilməsi, ictimai nizam-intizamın və həmrəyliyin qorunmasına təhlükə yaratması.

Məsələn, yaxşı məramla oğurluq hallarına haqq qazandırılması cəmiyyətdə buna meyllərin artmasına və çox ciddi qanun pozuntularına səbəb ola bilər. “Birbaşa utilitarizm”-ə qarşı olan bu arqumentlər “dolayı utilitarizm” və “motivlər və xarakter xüsusiyyətlərinin utilitarizm”-i kimi daha iki istiqaməti formalaşdırdı. Utilitarizmin daha nüfuzlu istiqaməti ikincidir və bu istiqamət etik kodeksdən bəhs edir. R. Brandta görə, etik kodeks özündə öyrənilməsi kifayət qədər asan olan davranış qaydalarını və mübahisələrin həllində subyektivi çətinliyə salmayan, səmərəli prosedurlar toplusunu nəzərdə tutmalıdır.

İkinci problem ayrı-ayrı fərdlərin rifahının ölçülməsidir. Müasir utilitarizmdə isə bu tezis müzakirə obyektinə çevrilmişdir. Bu anlayışların alternativini kimi “rifah” anlayışından istifadə edilir, hansı ki, arzuların reallaşması və həyatdan məmnunluq kimi mənalandırılır. Xoşbəxtlik və həzz almadan fərqli olaraq bu anlayış subyektiv deyil, eyni zamanda şəxsin fəaliyyətinin obyektiv nəticələrini və ya sadəcə olaraq, əlverişli şəraiti özündə birləşdirir.

Üçüncü problem kollektivin ümumi əldə etdiyi faydanın miqdar baxımından qiymətləndirilməsidir. Hər hansı qərarın həyata keçirilməsi ilə əldə olunan nəticənin kollektivə verdiyi faydanın qiymətləndirilməsində iki cəhət fərqləndirilir. Bunlardan birincisi, bir şəxsin məmnunluq səviyyəsi ilə digərinin məmnunluq səviyyəsinin müqayisəsinin çətin olmasıdır. Müasir utilitarist R. Qudin bu problemi belə bir misalla qeyd edir: “Müxtəlif insanlarda müxtəlif hislərin səviyyəsi də fərqlidir, məsələn əgər iynə ağrısı ilə sınıq əlin verdiyi ağrını müqayisə etsək, bir

mənali olaraq iynə ağrısının zəif, sınıq ağrısının isə güclü olduğu qərarına gəlirik”. Lakin R. Qudinin fikrinə görə, bu heç də belə deyildir, çünki insanlarda müxtəlif ağrılara qarşı həssaslıq da müxtəlifdir. Elə ola bilər ki, hər hansı şəxsə iynə ağrısına qarşı həssaslıq daha yüksək olsun. Bu sadə primitiv misalla R. Qudin eyni hislərin belə, müxtəlif insanlarda müxtəlif səviyyədə olduğunu vurğulamağa çalışır. Utilitarizmdə bu problem “fərdlərarası müqayisə problemi” adını almışdır. İkinci bir cəhət isə ondan ibarətdir ki, hər hansı fəaliyyətin gətirdiyi fayda ilə onun etik cəhətdən düzgünlüyü müəyyən olunursa, bu zaman başqalarına ziyan verən, amma hər hansı şəxsə məmnunluq gətirən hərəkət daha düzgün hesab edilir. Lakin bu heç də düzgün deyil, çünki, başqalarına ziyan vurmaqla kiməsə fayda verən fəaliyyət həmin faydanın miqdarından asılı olmayaraq etik deyil və Pareto-optimumuna da uyğun gəlmir.

3.3. Müasir şəraitdə biznesin etikasının inkişafında deontik və ədalət etikasından istifadə olunması

Bununla belə, hüquq baxımından yanaşdıqda utilitarizm nəzəriyyəsi qeyri-adekvat situasiyaların təhlilində az səmərəlidir. Hər bir iş adamı hüquq anlayışı ilə qarşılaşmalı olur.

“Hüquq” termini insanın nəyə görə isə və ya kiməsə olan normalaşdırılmış münasibətlərinin təsvir edilməsi üçün istifadə edilir. Fərd müəyyən şəkildə fəaliyyət göstərməyə səlahiyyətləndirildiyi və ya kiminləsə müəyyən münasibətlər qurduğu təqdirdə hüquqa malik olur.

Hüquq sosial tənzimləmənin güclü aləti olub, təyinatı fərd üçün fəaliyyətin məqsəd və ya növünün seçilməsini təmin etməkdən və bu seçimi müdafiə edərək, zəmanət verməkdən ibarətdir. Hüququn müxtəlif növləri arasında ən mühümü əxlaqi hüquqlardır (və ya insanların mənəvi hüquqları).

Əxlaqi hüquqlar üç xüsusiyyətə malikdir:

1) Onlar vəzifələrlə sıx surətdə bağlıdır. Əgər mənim nə isə etmək (nəyə isə malik olmaq və nəyə isə cəhd etmək) üçün əxlaqi cəhətdən hüququm varsa, bu zaman digər insanlar mənim bunu həyata keçirməyimə mane olmamaq kimi əxlaqi öhdəliyə malikdirlər.

2) Əxlaqi hüquqlar məqsədin fərdi, muxtar və bərabər hüquqlu seçimini təmin edir. Şəxsin mənəvi hüquqlara malik olduğunu qəbul etmək - bu şəxsin mənim istəklərimə tabe olmadığı və onun maraqlarının mənim maraqlarımla toqquşmadığı bir sahənin olduğunu qəbul etməsi deməkdir, yəni ayrı – ayrı şəxslərin bərabər və muxtar şəkildə mövcud olduqları sahələr mövcuddur.

3) Əxlaqi hüquqlar bir qrup şəxsin hərəkət tərzinə bəraət qazandırılması, digər şəxslərin müdafiəsi və onlara yardım edilməsi üçün baza yaradır.

Əxlaqi hüquqlara xas olan bu üç xüsusiyyət, mənəvi hüquqlardan utilitarizmin standart normaları bazasında göstərilənlərdən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənən mülahizələr üçün istifadə etmək imkanı verir. Utilitarist yanaşma və əxlaqi hüquqlar baxımından yanaşma arasında iki əsas fərqi mövcuddur.

1. Əxlaqi hüquqlar ayrı - ayrı fərdlərə irəli sürülən əxlaq tələblərinin əksidir,

halbuki utilitarizmin əxlaqi normaları öz məğzinə görə kollektiv şəkildə mövcud olur.

2. Hüquqlar normativlər bazasını təşkil edir ki, onları da istifadə edərək, ictimai faydalılıq və kəmiyyət amilləri kimi meyarlara müraciət edən istənilən cəhdləri rədd etmək olar.

Hüquqlar utilitarizmin standart normalarına nisbətən daha mükəmməl alətdir, ancaq onlara utilitarizmin elementləri daxildir; məsələn, müharibədə cəmiyyətin maraqlarının qorunması məqsədi ilə bəzi əxlaqi hüquqlar məhdudlaşdırılır.

Bir çox tədqiqatçılar düşünürlər ki, İ.Kantın qəti imperativi insanın əxlaqi hüquqlarının olmasının izahıdır. Məhz İ.Kantın etikası mütəxəssislər tərəfindən işgüzar həyatın problemlərinə digər – **deontik yanaşma** üçün cəlb edilir. İmmanuel Kantın (1724-1804) indiyə qədər ən nüfuzlu əxlaq filosofu olaraq qalması heç kimdə şübhə doğurmur. Onun etikaya rasionalist (məntiqə əsaslanan) yanaşması müasir etik fikirlərə də əhəmiyyətli təsir göstərmişdir.

İ.Kant nəzəriyyəsinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, fəaliyyət istiqamətə malikdirsə, ümumi olmaq imkanına da malikdir. Bu cür ümumilik insanlara əxlaqi qaydalara riayət etməkdən yayınmaq imkanı vermir və bu cür davranış insan məntiqinin strukturuna xasdır. İ.Kantın məşhur qəti imperativinin məlum formulunda belə deyilir: “...yalnız əxlaq qaydalarına uyğun hərəkət et, sən ona əsaslanaraq, eyni zamanda onun ümumi qanun olmasını arzulaya bilərsən”.

İ.Kantın nəzəriyyəsinə görə, bir nəfərə uyğun olan əxlaqi qayda, hər kəs üçün uyğun olmalıdır. Bütün digərlərinə zərər vuraraq, bir nəfərə və ya bir qrup insana xidmət edən hər hansı xüsusi etika mövcud deyildir. İnsanların əksəriyyəti bunun doğru olduğunu intuisiya ilə hiss edirlər. Fərz edək ki, siz uşaq olarkən, ananız yəqin ki, buna bənzər bir şey demişdir: “Bunu etmək olmaz. Hərə bu cür davranmağa qərar versəydi, nə baş verərdi?” Əgər ana bu cür mülahizələri irəli sürürdüsə, deməli, o, özü də bilməyərək İ.Kant etikasının nəzəriyyəsinə kimi hərəkət edirdi.

İ.Kant nəzəriyyəsinin iki aspektini qeyd edək. Birincisi, o, öz etik nəzəriyyəsinə insan məntiqinin təməlləri (əməli dərrakə adlandırdığı) üzərində qurur və bu,

bizə universal etikanın yaradılması üçün potensial ümumi məxrəc verir. (Yadda saxlamaq lazımdır ki, utilitarizm ənənəsində bu cür ümumi məxrəci müəyənləşdirmək çox çətin olardı, belə ki, “fayda” anlayışını insanlar fərqli şəkildə başa düşürlər).

İkincisi, İ.Kantın yanaşması sizi əxlaq qaydalar haqqında fərdi fəaliyyətin ümumi fəaliyyətə təsiri baxımından düşünməyə məcbur edir.

Fəaliyyətin əxlaqiliyinin dəyərləndirilməsinə deontik yanaşma müasir formulda bu cür səslənir: fəaliyyət müəyyən şəxs üçün yalnız o zaman əxlaqi cəhətdən əsaslandırılmış olur ki, bu fəaliyyətin həyata keçirilməsi səbəbi, göstərilən şəxsin bütün digər şəxslərin bu halda belə hərəkət etmələrini istəməsi olsun.

Bu cür formulda düzgünlüyün əxlaqi baxımdan istənilən hərəkət tərzinin iki meyarı verilmişdir:

universallıq - şəxsi motivlər universal olmalıdır (“Əgər hər kəs bu cür hərəkət etsəydi, necə olardı?”);

dönmə qabiliyyəti - şəxsi motivlər elə olmalıdır ki, onları həyata keçirən şəxs bu motivlərin digər şəxslər tərəfindən istifadə edilməsini istəyə bilsin (“Mən onun yerində olsam nə edərdim?”, “Səninlə belə rəftar etsəydilər necə olardı?”).

Kantian yanaşma utilitarizmdən fərqli olaraq fəaliyyətin nəticələrinə deyil, daxili motivlərinə diqqət yetirir. Buna müvafiq olaraq, əgər bu fəaliyyət ümumi olacaqdırsa, aldatmaq olmaz, çünki bu zaman insanlar arasındakı əlaqə korlanacaqdır, insanlar bir-birinə inamı itirəcək və cəmiyyət dağılacaqdır. Əlbəttə, yalanın həddən artıq yayılmasına baxmayaraq, cəmiyyətlərin hələ də dağılmamalarına əsaslanaraq, Kantın gəldiyi nəticələrlə razılaşmamaq olar. Ancaq hər halda, bu cür münasibətin inkişafı perspektivləri haqqında fikirləşməyə dəyər. Axı biznes etikasının əsas məsələlərindən biri – insanların başqalarına icazə verilməyənlərin onlara icazə verildiyi haqqında asanlıqla ən ağılsız əsaslar fikirləşib tapmalarındadır. .

Biznes etikasından, qəti imperativin aşağıdakı formulu bəlkə də, ən perspektivlisidir: “...sən hər zaman bəşəriyyətə həm öz şəxsində, həm də istənilən digərlərinin şəxsində öz şəxsi məqsədinə münasibət göstərdiyin kimi və heç bir

zaman ona vasitə kimi yanaşmadığın tərzdə hərəkət et”.

İnsanın hər hansı bir planının həyata keçirilməsi və şəxsi məqsədlərinə nail olması üçün digər şəxslərdən vasitə kimi istifadə etməyə güclü marağı vardır. Təəssüf ki, bu biznesdə tez-tez rast gəlinən bir haldır. İnsanın nə zaman vasitə, nə zaman isə məqsəd olduğunu necə müəyyən etmək olar?

Vəziyyətin təhlil edilməsinin əməli çətinliyi gündəlik həyatımızda digərlərinə, hətta bizə ən yaxın insanlara öz məqsədlərimizə nail olmaqda bir vasitə kimi baxmağa adət etməyimizlə daha da artır. Bəs “məqsəd” və “vasitə” arasında sərhədi necə düzgün müəyyənləşdirmək olar? Əgər biz zamanın 95%-də hər hansı bir şəxsə vasitə kimi, 5%-də isə məqsəd kimi yanaşmışıqsa, bu, əxlaqi baxımdan düzgün olardı mı? Hansı nisbətə icazə verildiyini kim müəyyənləşdirir? Məsələn, bugünkü Azərbaycanda insanların əksəriyyəti, əvvəlki dövrlərdən fərqli olaraq, poçt işçisinə vasitə kimi və çox az hissəsi də məqsəd kimi baxır. Bu əxlaqi cəhətdən düzgündür mü? Əksəriyyətinizin cavabı “yox” olacaqdır.

Ancaq insanın vasitə kimi istifadə edilməsinin, yalnız onun azadlığına və ya seçim imkanına toxunulmadığı hallarla məhdudlaşdığını nəzərə alsaq, bu zaman yuxarıda qeyd olunan halda biz poçt işçisindən sadəcə vasitə kimi istifadə edirik, çünki bizim ona münasibətimiz onun azadlığına toxunmur və ya onu seçim hüququndan məhrum etmir.

Əlbəttə, işgüzar həyatın konkret hallarına kantian yanaşmanın tətbiq edilməsinin bəzi çətinliklərinə baxmayaraq, İ.Kantın etika nəzəriyyəsinin biznes üçün əhəmiyyətini qiymətləndirməmək olmaz. Kant etik qərarların qəbul edilməsi prosesini qaydaların universallaşdırılması ilə əlaqələndirilməklə, mənəviyyat qanunu anlayışımızı çox irəli aparmışdır. İnsan azadlığının dəyərinin bəyan edilməsi demokratiyanın inkişafına və insan hüquqları konsepsiyasına öz töhfəsini vermişdir.

İşgüzar həyatın problemlərinə digər yanaşma biznesin təhlilində ədalət kateqoriyasından istifadə edilməsi ilə bağlıdır. Dini etikadan, utilitarizm etikasından və deontik etikadan fərqli olaraq, ədalət etikasının tətbiq edilmə sahəsi əhəmiyyətli dərəcədə daralmışdır. Sonuncuya, əsasən biznes və bütünlükdə cəmiyyətin

münasibətləri ilə bağlı problemlər daxil edilir və ədalət etikasında korporasiyalar arasındakı münasibətlərə toxunulmur. Ədalət standartlarının ayrı-ayrı şəxslərin əxlaqi hüquqlarından yuxarıda dura bilmələri də göz qarşısındadır. Ədalətin özü fərdlərin əxlaqi hüquqlarına əsaslanmışdır.

Ədalət etikası cəmiyyətdə yaşamalılı və onun fəaliyyət göstərməsinin dəstəklənməsi üçün sosial strukturları yaratmalı olan insanların təbiətə ictimai varlıq olması müddəalarına əsaslanır. Onun təmsilçiləri üçün əsas dəyərlər – insanların bərabərliyi və onun ifadəsi kimi ədalətdir. Bunun nəticəsində də mənəvi borc, ədalət etikasında anlaşılan kimi, hər kəs üçün eyni olan qanuna tabe olmaq, ədalətli qanunların qəbul edilməsi, ayrı - seçkilinin və imtiyazların olmamasıdır.

Ancaq ədalət haqqında bir - birindən fərqlənən bir neçə fikirlərin mövcud olması ğurada çətinliklər yaradır. Bu məsələyə yalnız ən geniş yanaşmaları təqdim edək.

I. Eqlitarizm. Eqlitarizm (frans. *egalite* - bərabərlik) nəzəriyyəsinə görə, insanlar arasında, onlara qeyri - bərabər münasibət göstərilməsi imkanını haqlı göstərəcək heç bir fərq yoxdur. Bu nəzəriyyəyə görə, fayda və çətinliklər insanlar arasında aşağıdakı prinsip əsasında bölüşdürülməlidir: “Hər bir insan fayda və çətinliklərdən eyni pay almalıdır”. Eqlitaristlər inanırlar ki, bütün insanlar prinsipə bərabərdirlər, ona görə də, hər bir insan ictimai var - dövlətdən paya eyni dərəcədə iddialıdır. Deməli, onlar hesab edirlər ki, nemətlərin bölüşdürülməsi bərabər şəkildə həyata keçirilməlidir.

II. "Kapitalist" ədaləti — nemətlərin bölüşdürülməsi qrupun (firmanın, cəmiyyətin, bəşəriyyətin) ümumi işinə fərdi töhfənin nəzərə alınması ilə həyata keçirilməlidir.

III. "Kommunist" ədaləti — iş üzrə vəzifələr qabiliyyətlərə uyğun olaraq, nemətlər isə - tələblərə uyğun olaraq bölüşdürülməlidir.

IV. D. Rolzun ədaləti - 1971-ci ildə dərc edilmiş “Ədalət nəzəriyyəsi” adlı kitabda şərh edilmiş nəzəriyyədə amerikalı alim özünün aşağıdakı prinsiplərə əsaslanan nəzəriyyəsinə qısaca belə izah etmişdir:

1) Hər bir insan digər insanların oxşar azadlıqları ilə uyğunlaşan daha geniş

azadlıqlar əldə etmək üçün bərabər hüquqlara malikdir;

2) Qeyri - bərabərlik sosial- iqtisadi göstəricilərə görə əl olmalıdır ki;

a) daha az imtiyazlara malik şəxslər üçün maksimum gəliri təmin etsin;

b) hakimiyyət daşıyıcısı olan müəssisə və vəzifəli şəxslər hər kəs üçün eyni bərabərdə ölçətan olsunlar.

Rolza görə 1-ci prinsip 2b) prinsipinə münasibətdə hər iki prinsipin bir – birinə ziddiyyət təşkil etdiyi halda üstün olmalıdır. 2-ci prinsipin çərçivələrində a) müddəsinə b) müddəsinə münasibətdə üstünlük verilməlidir.

1-ci prinsip “bərabər azadlıq prinsipi” adını almışdır. Bunun mahiyyəti vətəndaşların hüquqlarının digər şəxslər tərəfindən pozulmasından qorunması və bu hüquqların bərabərliyinin tələb olunması zərurətindən ibarətdir. Fundamental azadlıqlara - seçmək azadlığı, vicdan, söz azadlığı, o cümlədən mülkiyyətə sahib olmaq azadlığı və ixtiyari həbs predmeti olmamaq azadlığı daxildir.

Bərabər azadlıq hüququnun doğru olduğunu hesab etsək, bu zaman, deməli, kommersiya korporasiyalarının öz əməkdaşlarının şəxsi işlərinə müdaxilə etməsinə, seçkilərin gedişinə menecerlər tərəfindən təzyiq göstərilməsinə, siyasi prosesləri aldatma yolu ilə tənzimləmək cəhdlərinə və ya bərabərlik prinsipinin pozulmasına yönəlmiş digər aktlara yanlış fəaliyyət kimi baxılmalıdır. Bundan başqa, Rolza görə, müqavilə bağlamaq azadlığının məhdudlaşdırılması kimi prinsipdən kənara çıxmalar da mümkündür (saxtakarlıq nəticəsində və ya müqavilənin pozulması nəticəsində). Ona görə də, bu prinsipin özü zor tətbiq edilməsini, yalanın qadağan olunmasını nəzərdə tutaraq, müqavilənin bəndlərinə hörmətlə yanaşmağı tələb edir. Bu halda müştərilərlə, işçilərlə (reklam haqqında da bəhs edilir) müqavilə münasibətləri yalan imkanına yol verən müddəalardan əxlaqi baxımdan azad olmalıdır, işgötürən isə işə götürülən şəxsə müqavilə ilə razılaşdırılmış xidmətləri təqdim etmək barədə əxlaqi öhdəliyə əməl etməlidir.

2-ci prinsipdə “fərqlər” (qeyri - bərabərlik) haqqında müddəə vardır. Bu müddəaya əsasən, inkişaf etmiş cəmiyyətdə qeyri -bərabərlik elementləri mövcud olmalıdır, lakin daha çox ehtiyacı olanların (xəstələrin, əlillərin) əmlak vəziyyətlərinin düzəldilməsi və yaxşılaşdırılmasına yönəldilmiş tədbirlər həyata keçirilmə-

lidir. Bu tədbirlərin intensivliyi elə olmalıdır ki, vəziyyəti daha da pisləşdirməsin.

2-ci prinsipin b) bəndində imkanların bərabərliyi ideyası elan edilmişdir. Burada vəzifəli şəxslərin və rəsmi müəssisələrin hər kəs üçün əlçatan olmasının təmin edilməsi zərurətindən bəhs edilir. Bu, nəinki işçi qüvvəsinə olan təlabata müvafiq olaraq işləyənlər qarşısında irəli sürülən ixtisas tələblərini (bu, irqi və cinsi mənsubiyyətinə görə ayrı - seçkiliyin aradan qaldırılmasını təmin edəcəkdir), həmçinin maarif və peşəkar təkrar hazırlıq sistemi müəssisələrinin hər kəs üçün açıq olmasının təmin edilməsini bildirir. Bütün sadalanan şərtlər insanın güc, bacarıq və keyfiyyətlərinin maksimum şəkildə həyata keçirilməsi imkanlarını və nəticədə, maksimum şəkildə mükafatlandırmaq imkanlarını müəyyənləşdirən təməl şərtlərdir.

Ümumiyyətlə, qeyd etmək olar ki, işgüzar aləmin əxlaqi problemləri o qədər mürəkkəb və müxtəlifdirlər ki, onları bir mövqedən çıxış edərək həll etmək olduqca çətinidir. Biznesmen müxtəlif hallarda və müxtəlif subyektlərə münasibətdə müxtəlif etik prinsiplərə və dəyərlərə əsaslanıb bilər. Alimlərin fikrincə, bu cür vəziyyət yalnız biznesin əxlaqi problemlərinin mürəkkəbliyi ilə deyil, həmçinin müasir mədəniyyətin səciyyəvi xüsusiyyətləri ilə də şərtlənmişdir. Cəmiyyətdə bir etik sistemin hökm sürdüyü ənənəvi mədəniyyətdən (məsələn, antik dövrdə ləyaqət etikası və ya yeni dövrdə utilitarizm etikası) fərqli olaraq, müxtəlif etik sistemlər müasir cəmiyyətdə bərabər hüquqla çıxış edərək, biznes sahəsində eyni halların müxtəlif etik cəhətlərdən qiymətləndirilməsini nəzərdə tuturlar.

Bu müddəa ənənəvi olaraq formalaşan müxtəlif etik sistemlərə (pravoslavlıq, islam, ateizm) malik olan və ümumi əxlaqi səviyyəsi aşağı olan müasir Azərbaycanda xüsusi aktuallığa malikdir.

NƏTİCƏ

Hazırda bir çox mütəxəssislər “şirkətlərin cəmiyyət qarşısında məsuliyyətinin” artırılması zərurətini vurğulayaraq, həm hökumət bürokratiyası, həm də müxtəlif korporasiyaların məsul şəxsləri arasında baş verən korrupsiya hallarına xüsusi diqqət yetirməyə başlamışlar. Bir çoxları bu prosesi dini dəyərlərin və ənənəvi əxlaqın tənəzzülü ilə əlaqələndirərək, bu səbəbdən də işçilərdə yerinə yetirdikləri bütün işlərə görə səmərəliliyin, qətiyyətin və iftixar hissənin davamlı şəkildə aşağı düşməsinə qeyd edirlər.

Bu baxımdan bir çox tədqiqatçıların fikrincə, yalnız biznes sahəsində əxlaqi dəyərlərin və cəmiyyət qarşısında məsuliyyətin mövqelərinin yerdəyişməsi, bu proseslərə və müxtəlif dəyər yönümlü məsələlərin həllinə əhəmiyyətli təsirini göstərə bilər. Ona görə də, 80-ci illərin əvvəllərinə doğru biznes etikası elm sahəsi kimi mütəxəssislərin diqqətini cəlb etməyə başlayaraq ayrıca bir tədqiqat sahəsinə çevrilməyə başladı.

Biznes etikasında iqtisadiyyatın əxlaqi problemlərinə istiqamətlənən əsaslanan dörd əsas etik yanaşma mövcuddur. Onlardan birincisi dini etikaya əsaslanan yanaşmadır. Biznesdə istənilən əxlaqi problemlərin həlli zamanı insanlar müəyyən mütləq mənəvi dəyərlərə əsaslanmaq zərurəti ilə qarşılaşsalar da, göstərmək lazımdır ki, dini etikanın biznesdə birbaşa istifadəsinə müəyyən məhdudiyətlər mövcuddur. Birincisi, müasir biznesin qloballaşması müxtəlif dini ənənələrə - xristianlığa, iudaizmə, islama, buddizmə və konfusiçiliyə - mənsub olan şəxsləri işgüzar münasibətlərin iştirakçısına çevirir. İkincisi, konkret mənəvi seçim situasiyasında mütləq mənəvi dəyərlərə əməl olunması insana çox az şey verə bilər. Bunun üçün hətta dini mənəvi dəyərlərə əsaslanan biznesmen belə müasir sahibkarlıq təcrübəsinin mürəkkəb problemlərini təhlil və həll etməkdə ona yardım edəcək müəyyən etik instrumentariyə ehtiyac duyur.

Biznes etikasındakı digər üç yanaşma üç müxtəlif etik ənənəyə - utilitarizmə, deontik etikaya və ədalət etikasına əsaslanır. Təbii ki, dini düşüncənin iqtisadi davranışa təsirinə inkar etmək olmaz. Çünki insan davranışının, o cümlədən biz-

nesdə davranışın dini əsasları mədəni ənənəyə çevrilərək, özünü hətta insan öz üstün tutduqlarının və meyllərinin kökləri haqqında fikirləşmədiyi zaman da biruzə verir. Ona görə də, təsadüfi deyildir ki, hazırda müxtəlif ölkələrdə davranışın mədəni xüsusiyyətlərini öyrənən menecmentin xüsusi sahəsi sürətlə inkişaf etməkdədir.

Tədqiqat işində biznesin etik konsepsiyaları işgüzar mühitdə mənəvi, əxlaqi tənzimləməni həyata keçirən normativ etikanı əks etdirirlər. Eyni zamanda, dissertasiya işində biznes etikasının ümumi normativ nəzəri etikadan fərqi də göstərilir. Bu fərq aşağıdakı kimi müəyyən edilmişdir:

1. Biznes etikası digər etika növlərindən fərqli olaraq, praktik fəaliyyətə yönümlüdür. Buna görə də, biznes fəaliyyətinin əksər sahələri mənəvi, əxlaqi tənzimləmənin idarəçiliyi altındadır.

2. Biznes etikasının strukturu müəyyən edilmişdir. Eyni zamanda bu strukturda sosial məsuliyyət anlayışı, onun biznes aləmində rolu, həyata keçirilmə formaları təhlil edilərək müasir dövrdə onun nəticələri haqqında geniş məlumat verilmişdir.

Dissertasiya işində əsas yer etikanın fəlsəfi köklərinin müəyyən edilməsinə, onun inkişaf tarixinə, müəyyən tarixi dövrlərdə meydana gələn etik baxışlara verilir. Bununla əlaqədar olaraq, dissertasiya işində biznes etikasının müasir konsepsiyalarının etik-fəlsəfi köklərini aşkar etməyə imkan verən Bentam və Millin elmi araşdırmalarının nəticələri əsas yer tutur.

Dissertasiya işinin əhəmiyyət kəsb edən məqamlarından biri də etik anlayışlar sistemi olan etik kodeksin analizidir. Bu sahədə tədqiqat aşağıdakı istiqamətlərə yönəlmişdir:

- a) peşəkar fəaliyyətin yaxşılaşdırılmasına
- b) sərt formada müəyyən edilmiş əxlaqi norma və qaydalar sistemi kimi korporativ kodeksin müəyyən edilməsinə
- c) İşgüzar münasibətlər, işgüzar mədəniyyət anlayışlarının etik norma və qaydalarının müəyyən edilməsinə.

Biznesin etik problemlərinin həllini iki istiqamətdə nəzərdə tutmaq olar

1. fərdi biznes etikasının problemləri
2. instutsional biznes etika problemləri

Fərdi etika səviyyəsində vəzifələrin həyata keçirilməsi müxtəlif tədbirlər və layihələr vasitəsilə gerçəkləşdirilə bilər:

1. Peşəkar səviyyədə işlənmiş və hazırlanmış, məqsədli təbliğat-təşviqat kampaniyalarının keçirilməsi.
2. Sahə assosiasiyalarının yaradılmasına dəstək və onların potensialının gücləndirilməsi.
3. Müəssisələr və sektorlar səviyyəsində etika və peşəkar davranış kodekslərinin tətbiqi.
4. Dinin əsaslarının öyrədilməsi, ölkəmizin inkişafı və gücləndirilməsi üçün lazım olan dəyərlər və əxlaqı, sosial məsuliyyəti təbliğ edən dini ədəbiyyatın dərc olunması və yayımı.

İnstitusional etika səviyyəsində vəzifələrin həyata keçirilməsi müxtəlif tədbirlər və layihələr vasitəsilə gerçəkləşdirilə bilər:

1. İnhisarçılığın aradan qaldırılması və azad rəqabətin müdafiə olunması.

İnhisarçılıq problemi ilə bağlı dövlət səviyyəsində tədbirlər görülməsi istiqamətində işlər daha intensiv və səmərəli şəkildə həyata keçirilməlidir.

Azərbaycanda institusional islahatlar, bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar, dövlətin rolunun yenidən müəyyənləşdirilməsi ilə bağlıdır. Bu istiqamətdə sahibkarlığın inkişafı və investisiya mühitinin əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılması istiqamətində dövlətin tənzimləyici rolu mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Dəyişməkdə olan iqtisadi mühitdə dövlətin rolunun müəyyənləşdirilməsi, o cümlədən, tənzimləmə və kommersiya funksiyaları arasında aydın və dəqiq bölgünün aparılması, dövlət idarəetmə sistemində peşəkarlığın və şəffaflığın artırılması, əks-mərkəzləşdirmə və yerli özünüidarəetmənin inkişaf etdirilməsi, hüquq-məhkəmə sistemində islahatların aparılması, bütün səviyyələrdə korrupsiyaya qarşı mübarizə tədbirləri institusional islahatların əsas strateji məqsədləridir. İnstitusional islahatların digər mühüm bir istiqaməti dövlət idarəetmə strukturunun təkmilləşdirilməsindən və onun səmərəliliyinin artırılmasından ibarətdir.

2. Mövcud qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi və onun həyata keçirilməsinin gücləndirilməsi.

Qanunvericilikdə əsas dəyişikliklər məmurların “gücünün” zəifləməsinə və şəffaflığın təmin olunmasına yönəldilməlidir. Eyni zamanda, qanunvericilikdə olan boşluqlar aradan qaldırılmalıdır və dəqiqləşdirici normativ aktların sayı lazımi qədər artırılmalıdır (məsələn, inkişaf etmiş ölkələrdə Vergi Məcəlləsi, Mülki Məcəllə və s. məcəllələr üçün şərhlərin həcmi adətən bu qanuni aktların mətnindən daha çox olur). Lisenziyalaşdırma, qeydiyyat, vergilərin və rüsumların ödənilməsi kimi sahələrdə mövcud boşluqlar aradan götürülməlidir ki, ədalətsizlik və korrupsiya üçün müvafiq zəmin yaranmasın.

Bu vəzifəyə nail olmaq üçün, mütləq institusional islahatlar çərçivəsində tədbirlər görülməlidir. Məhkəmə-hüquq islahatları əhalinin hüquqi maarifləndirilməsi və onların hüquqi təsisatlara müraciət etmək imkanlarının yaxşılaşdırılması (təqsirləndirilən şəxslərin hüquqlarının təmin olunmasında daxil edilməklə), müvafiq hüquqi bazanın işlənilib hazırlanmasının təmin edilməsi məqsədilə hüquq işçilərinin potensialının inkişaf etdirilməsi kimi vacib tədbirləri nəzərdə tutur.

Bu istiqamətdə əhalinin hüquq düşüncəsinin artırılması və öz hüquqları barədə məlumatları əldə etmək imkanının yaxşılaşdırılması məqsədilə (xüsusilə regionlarda), hüquq məsləhət xidmətləri təşkil edilməlidir. Bunu da qeyri-hökumət təşkilatları etməlidir. Eyni zamanda, məhkəmələrin fəaliyyətinin və işlərə baxılması prosedurunun təkmilləşdirilməsi, sadələşdirilməsi, ictimaiyyətin məhkəmə proseslərində iştirak etmə şəraitinin yaxşılaşdırılması işi hökumət tərəfindən sistemli şəkildə və ardıcıl həyata keçirilməlidir.

3. Qarşılıqlı etibarı gücləndirən faizsiz kreditlər və şəriklik kimi islam iqtisadi praktikalarının tətbiqi.

İslam iqtisadi praktikaları müxtəlif şəkildə həyata keçirilə bilər, lakin burada, ən əsası, iş adamlarının onlar haqqında dolğun məlumatın əldə olunması və bu vasitələr ilə öyrənilməsi prosesidir.

4. Etika və azad rəqabət qaydalarına riayət edən şirkətlərin həvəsləndirilməsi, sosial layihələrin maliyyələşdirilməsinə və xeyriyyəçiliyə sərf olunan vəsaitlərə vergi güzəştlərinin tətbiq olunması.

Bu vəzifə, həm qeyri-hökumət təşkilatları, həm də dövlət qurumları tərəfindən aparılan tədbirləri və layihələri nəzərdə tutur. Əsas məqsəd iş adamları arasında sosial məsuliyyət hissənin tərbiyə olunmasıdır. Burada, sosial layihələrdə iştirak edən, xeyriyyəçiliklə məşğul olan, qanunlara və etik qaydalara riayət edən təşkilat və sahibkarlara müxtəlif növ mükafatların təqdim olunması, onların təbliği və s. kimi təşəbbüslər nəzərdə tutulur. Sahibkarlarla təmasda olan müvafiq dövlət qurumları da belə mükafatları verməli və daim sahibkarlarla ünsiyyətdə olmalıdır.

Başqa bir ölçü vergi sistemi vasitəsilə həyata keçirilə bilər. Burada, xeyriyyəçiliyə gedən vəsaitin vergilərə cəlb olunmaması və ya ödədiyi mənfəət və gəlir vergilərinin müəyyən faizinin (adətən 1-2%) vergi ödəyicisi tərəfindən qeyri-hökumət təşkilatlarına və dini icmalara ünvanlandırılması (Avropa ölkələrinin çoxunda bu, tətbiq olunur) nəzərdə tutula bilər. Hal-hazırda ölkəmizin vergi qanunvericiliyi belə güzəştləri nəzərdə tutmur, lakin bu istiqamətdə yaxşı düşünülmüş tədbirlər gələcəkdə sahibkarları daha sosial məsuliyyətli olmağa həvəsləndirə bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. Eyvazov F. Dahi alim və filosof. Bakı, 1981.
2. Məmmədbəyli H. Nəsrəddin Tusi. Bakı, 1968
3. Məmmədov Z. «Orta əsr Azərbaycan filosofları və mütəfəkkirləri». Bakı, Azərneşr. 1986.
4. Muradov R.Ş. Biznes etikasını. Dərs vəsaiti. Bakı, 2015.
5. İşgüzar etika. Azərbaycan biznesmenləri üçün vəsait. Bakı, 2004.
6. Хасə Nəsrəddin Tusi. «Əхлақи-Nasiri», Bakı, «Elm», 1980.
7. Геюшов З. Этическая мысль в Азербайджане, Баку, «Гянджлик», 1998.
8. Грибов В.Д. Основы бизнеса. М., 2001.
9. Дэниелс Джон Д., Радеба Ли Х.. Международный бизнес. М., 2003.
10. Райзберг Б.А. Основы бизнеса. М., 1995.
11. Ричмен Д. и др. Современный бизнес. М., 1995.
12. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. – Этика бизнеса. Учебнк., М., 2001.
13. Самоуткин А.И., Шишов А.Л. Теория и практика бизнеса. М., 1997.
14. Хоскинг А. Курс предпринимательства. М., 1995.
15. Уткин Э.А. Этика бизнеса. М., 2001.
16. Капто А.С. Профессиональная этика. А.С. Капто-М. ; Р. н/Д :СКАГС, 2006.
17. Ксенофонт. Домострой.// Воспомяя о Сократе. - М.,1993.-С. 218-240.
18. Джордж Р. Деловая этика : учеб. курс для колледжей и университетов / Р. Де Джордж. - М. : РИПОЛ КЛАССИК ; Прогресс, 2003. - 736 с.
19. Гусейнов А.А. Этика : учебник для студ. вузов - М. : Гардарики, 2005.
20. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: учеб. пособие для студ. упр. и экон. Специальностей вузов / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. - М. : Дело, 2000;
21. Robert C. Solomon. Business Ethics in “Companion to Ethics”, edited by P. Singer, Chapter 31, copyright Blackwell Publications Ltd, 1991- 93, p. 358

SUMMARY

In a master's thesis author has investigated the problems of business ethics and formation of corporate culture. The researches are demonstrate, that many people compromise with the own intellectual standards under effect of conditions existing in organization, in which one they work. The relevant place thus is taken by a system of the values adjusting ethical relations in the given organization, which one call as corporate ethics.

The corporate ethics as against universal are conditioned by features of activity and purposes of the given organization, and also historically adding up a stereotyped behavior in that organization. She is a part of more broad normative system so-called corporate culture. Last actuates not only ethical, but also other values, and also inclining, sacramentals, characters. What myths live on firm, what histories and the legends are told, what events specially excrete with ceremonies, what sacramental's exist, that they mean, that hides behind permanently returning characters, who renders decisive influencing, who transmits traditions, that expresses tongue, what expressions are representative, for what there are tacit characters - only some problems relating corporate culture.

Author indicates that in any organization there are unwritten, often obviously not expressed norms and mutual expectations, which one render (appear) strong influencing on behavior of collective. The firms, similarly to the separate people, are operated in different propulsions, including pavers and particulate irrational gears of operating, about which one do not speak, which one are hardly probable realized by the workers, specially at a long-period operation on firm, but which one by closer consideration have huge effect.

Резюме

В диссертации исследуются основные концепции этики бизнеса и вопросы формирования корпоративной культуры в крупных предприятиях и бизнес-структурах. Исследования показывают, что многие люди идут на компромисс с собственными моральными стандартами под воздействием условий, существующих в организации, в которой они работают. Важное место при этом занимает система ценностей, регулирующая этические отношения в данной организации, которую называют корпоративной этикой.

Корпоративная этика в отличие от универсальной обусловлена особенностями деятельности и целями данной организации, а также исторически сложившимися стереотипами поведения в данной организации. Она является частью более широкой нормативной системы, так называемой корпоративной культуры. Последняя включает не только этические, но и другие ценности, а также убеждения, ритуалы, символы. Какие мифы живут на предприятии, какие истории и легенды рассказываются, какие события особенно выделяются церемониями, какие ритуалы существуют, что они означают, что скрывается за постоянно возвращающимися символами, кто оказывает решающее влияние, кто передает традиции, что выражает язык, какие выражения типичны, для чего существуют безмолвные символы — вот только некоторые вопросы, относящиеся к корпоративной культуре.

Магистрант указывает на то, что в любой организации существуют неписанные, часто явно невыраженные нормы и взаимные ожидания, которые оказывают сильное влияние на поведение коллектива. Предприятия, подобно отдельным людям, управляются различными движущими силами, в том числе страхами, табу и частично иррациональными механизмами действий, о которых не говорят, которые едва ли осознаются работниками, особенно при длительной работе на предприятии, но которые при более внимательном рассмотрении имеют огромное воздействие.

**MAGISTR MƏMMƏDOVA GÜNEL SƏDİ QIZININ «BİZNES
ETİKASINDA ƏSAS KONSEPSİYALARIN İŞLƏNİLMƏSİ VƏ TƏTBİQİ»
MÖVZUSUNDA DİSSERTASIYASINA**

R Ə Y

Bu günlər biznesin planetin vəziyyəti üçün məsuliyyət daşması haqqında ideyalar həm beynəlxalq, həm də dövlət səviyyəsində bəlli olaraq, tədricən biznes cəmiyyətinin öz şüuruna daxil olmuşdur, hərçənd ki, o, bu prinsipə heç də hər zaman könüllü şəkildə riayət etməmişdir. Bu baxımdan Azərbaycanda biznesin səmərəli təşkili və perspektiv inkişafının təmin edilməsində, xarici iqtisadi əlaqələrin inkişaf etdirilməsində, sivil bazar münasibətlərinin formalaşdırılmasında biznesin etikasının rolu get-gedə artır.

Dissertantın işin yazılmasında əsas məqsədi, ölkədə çalışan şirkət rəhbərlərini və onların əməkdaşlarını ölkəmizdə mövcud olan əmək qanunvericiliyinə, şirkətlərin nizamnaməsinə və qaydalarına riayət edərək, onlara yazılmış qanunlardan daha üstün olan başqa dəyərlərə hörmətlə yanaşmağı təlqin etmək üçün elmi əsaslara malik sanballı təklifləri hazırlamaqdan ibarət olmuşdur.

Müəllif dissertasiyanın yazılması prosesində sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil, məntiqi araşdırma və s. üsullardan istifadə etmişdir.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- Biznes etikasında əsas konsepsiyalara aydınlıq gətirilərək onun müddəaları ümumiləşdirilmiş;
- Biznesmenlərin sosial məsuliyyətinin gücləndirilməsi ilə bağlı əməli təkliflər irəli sürülmüşdür
- Etik prinsiplərin inkişafı və korporativ mədəniyyətin formalaşması xüsusiyyətləri araşdırılmış;
- Azərbaycanda korporativ idarəetmə ilə əlaqədar real faktlara və layihə çərçivəsində müştəri şirkətlərlə iş təcrübəsinə əsaslanan nümunəvi tədqiqat materialları əsasında ölkəmizdə çalışan şirkətlərin korporativ mədəniyyətinin müasir vəziyyəti təhlil edilərək qiymətləndirilmişdir.

Yuxarıda deyilənləri nəzərə alaraq, qeyd edə bilərik ki, magistr Məmmədova Günel Sədi qızının «Biznes etikasında əsas konsepsiyaların işlənilməsi və tətbiqi» mövzusunda yazdığı magistr dissertasiyası bitmiş tədqiqat işidir və hesab edirik ki, onu müdafiəyə buraxmaq olar.

RƏYÇİ:

DOS. Z.İBRAHİMLİ

**MAGISTR MƏMMƏDOVA GÜNEL SƏDİ QIZININ «BİZNES
ETİKASINDA ƏSAS KONSEPSİYALARIN İŞLƏNİLMƏSİ VƏ TƏTBİQİ»
MÖVZUSUNDA DİSSERTASIYASINA**

R Ə Y

Bu gün biznes sferasında perspektiv və uzunmüddətli işgüzar əlaqələrin səmərəli formada qurularaq, beynəlxalq standartlara uyğun işgüzar görüşlərin, danışıqların təşkili və keçirilməsi, korporativ mədəniyyətin formalaşdırılması, heyətin səmərəli idarə olunmasının təşkili, biznesdə baş verə biləcək münaqişələrin aradan qaldırılması qəbul olunmuş etik prinsiplərin, normaların və qaydaların gözlənilməsini zəruri şərt kimi meydana çıxartmışdır.

Bu mənada Azərbaycanda biznesin səmərəli təşkili və perspektiv inkişafının təmin edilməsində, xarici iqtisadi əlaqələrin inkişaf etdirilməsində, sivil bazar münasibətlərinin formalaşdırılmasında biznesin etikasını mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Dissertasiya işinin yazılmasında əsas məqsəd, ölkədə çalışan şirkət rəhbərlərini və onların əməkdaşlarını ölkəmizdə mövcud olan əmək qanunvericiliyinə, şirkətlərin nizamnaməsinə və qaydalarına riayət edərək, onlara yazılmış qanunlardan daha üstün olan başqa dəyərlərə hörmətlə yanaşmağı təlqin etmək üçün elmi əsaslara malik sanballı təklifləri hazırlamaqdan ibarətdir. Qoyulmuş məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı məsələlərin həll edilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- İqtisadiyyatın və mədəni həyatın qloballaşmasında biznesin rolunun müəyyən olunması;
- “Biznes etikasını” anlayışının, onun inkişaf meyllərinin iqtisadi münasibətlər elementi kimi öyrənilməsi;
- Biznes mühitinin və onun elementlərinin müasir etik konsepsiyalara əsaslanan təhlili;
- Biznes fəaliyyətində qəbul edilmiş etik prinsiplərin müəyyən olunması əsasında davranış normalarının və qaydaların gözlənilməsi;
- Biznesmenlərin sosial məsuliyyətinin gücləndirilməsi üçün lazım olan mühitin yaradılması üçün qanunvericilik təşəbbüsünün irəli sürülməsi;
- etik normativlərin müəyyənləşdirilməsinin nəzəri və metodoloji məsələlərinin araşdırılması.

Tədqiqatın informasiya bazasını biznesin innovativ idarəetmə ilə əlaqədar qanunvericilik bazasının müddəaları, Azərbaycanda korporativ idarəetmə ilə

əlaqədar real faktlara və layihə çərçivəsində müştəri şirkətlərlə iş təcrübəsinə əsaslanan nümunəvi tədqiqat materialları, ayrı-ayrı şirkətlərin illik hesabatları, bir çox beynəlxalq və respublika miqyaslı elmi-təcrübəvi konfrans və simpoziumların materialları təşkil edir. Dissertasiyanın yazılması prosesində sistemli yanaşma, dialektik metod, müqayisəli təhlil, məntiqi araşdırma, sinxronlaşdırma metodu və s. üsullardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- Biznes etikasında əsas konsepsiyalara aydınlıq gətirilərək onun müddəaları ümumiləşdirilmiş;
- Biznes etikasının inkişafında dini baxışların rolu araşdırılaraq dəqiqləşdirilmiş;
- Biznesdə əxlaqi problemlərin həllində utilitarizm nəzəriyyəsinin müddəalarından geniş istifadə olunmuşdur;
- Etik prinsiplərin inkişafı və korporativ mədəniyyətin formalaşması xüsusiyyətləri araşdırılmış;
- Müasir şəraitdə biznesin etikasının inkişafında deontik və ədalət etikasından istifadə olunması araşdırılmışdır.

Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil, 9 paraqraf, nəticədən və ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

Girişdə mövzunun aktuallığı əsaslandırılmışdır.

«Biznes etikasını insan davranışının determinasiyası kimi» adlanan 1 fəsildə müəllif tərəfindən iqtisadiyyatın və mədəni həyatın qloballaşmasında biznesin rolu araşdırılaraq, son vaxtlar biznes etikasına diqqətin artmasının səbəblərini göstərmiş və bunu xarici investorların, yerli şirkətlərlə əlaqələri qurarkən, ilk növbədə, şirkətə inam, onun yerli və beynəlxalq qanunlara riayət etməsi, əhali arasında nüfuzu kimi amillərə diqqət yetirməsi ilə əlaqələndirmişdir. Daha sonra magistrant biznes etikasını peşəkar etikanın növlərindən biri kimi xarakterizə edərək, onun iqtisadi sistemdə təcəssüm olunan elementlərini və inkişaf meyllərini müasir iqtisadi münasibətlər sistemində təhlil etmişdir.

«Biznes etikasının inkişafında əsas mərhələlər» adlanan 2 fəsildə biznesin etikasını haqqında antik mütəfəkkirlərin baxışlarını, orta əsrlər, intibah və yeni dövrün biznes etikasının inkişaf istiqamətlərini, habelə Azərbaycanda biznes etikasının inkişafının tarixi mərhələlərini araşdıraraq, mühüm elmi əhəmiyyət kəsb edən ümumiləşdirmələrə nail olmuşdur.

Fəslin sonunda iddiaçı, biznesdə korporativ sosial məsuliyyət məsələlərinə geniş yer ayırmışdır. O, göstərir ki, KSM-in meydana gəlməsi və uğurla həyata keçirilməsi üçün ölkədə, ilk növbədə, formalaşmış milli biznesin, demokratiyanın və inkişaf etmiş vətəndaş cəmiyyətinin olması zəruridir. Bütün hallarda korporativ sosial məsuliyyət (KSM) anlayışı, biznesdə etik qərarların makro- və mikro səviyyələrdə qəbul edilmələri arasında bir körpü rolunu oynamalıdır.

İqtisadi nəzəriyyədə firma səviyyəsindəki qərarvermələr mikro səviyyəyə aid olursa da, biznes etikasında həmin məsələlərin orta səviyyədə nəzərdən keçirilməsi tamamilə məntiqə uyğundur, çünki korporativ sosial məsuliyyətin (KSM) inkişafı və dəstəklənməsində, bir qayda olaraq, dövlət əhəmiyyətli rol oynayır,

firmanın sosial problemlərə aid olan qərarları isə, əksinə bir sıra hallarda dövlətin iqtisadi siyasətinə təsir edə bilər.

«Biznes etikasında əsas konsepsiyalar və onların tətbiqi xüsusiyyətləri» adlanan 3 fəsilə müəllif biznesin etikasının inkişafında dini baxışların və utilitarizm nəzəriyyələrinin rolunu araşdıraraq, hazırda biznesdə əxlaqi problemlərin həllində mövcud olan problemləri qeyd etmiş və bu problemlərin həll olunması və biznesin etikasının inkişafında deontik və ədalət etikasından istifadə olunmasının üstün məqamlarını qeyd etmişdir.

Daha sonra magistrant təşkilatda etik məsələlərlə məşğul olan insanların tutduğu mövqelərin müxtəlifliyinə diqqət yetirərək, əxlaqi qaydaların pozulmasına verilən reaksiyaları əks təsirlə izah edir. Onun fikrincə, əgər bu problemlərsə, o, ciddi özünə nəzarət və insanların hərəkətlərinin xaricdən tənzimlənməsi yolu ilə həll edilə bilər. Müəllif təəssüflə qeyd edir ki, birbaşa insan davranışının tənzimlənməsi metoduna keçməyə tələsməklə, davranışa ən ciddi özünənəzarətin tərəfdarları və tənqidçiləri iş yerində ən düzgün davranışın nə olduğu haqqında olduqca vacib məsələni diqqətdən qaçırırlar. Bunun nəticəsində biznes etikasını üzrə populyar ədəbiyyatın əksəriyyəti xidməti vəzifələrin yerinə yetirilməsi zamanı meydana gələn birmənalı olmayan hallarda necə davranmaq lazım olduğunu ciddi şəkildə araşdırmaq qərarına gələn şəxslər üçün heç bir əhəmiyyət daşımır və faydasız olur.

Fəslin sonunda magistrant təşkilatın etik səviyyəsinin yüksəldilməsi üsulları haqda fikirlərini bölüşərək, əsas diqqəti etik kodekslərə, etika kartlarına, etika üzrə komitələrə, sosial təftişlərə, etik davranış göstəricilərinin yüksəldilməsinə, etik ekspertiza məsələlərinə və etik məsləhətləşmələrə yönəltməyi təklif edir.

Yuxarıda deyilənləri nəzərə alaraq, qeyd edə bilərik ki, magistr Məmmədova Günel Sədi qızının « Biznes etikasında əsas konsepsiyaların işlənilməsi və tətbiqi» mövzusunda yazdığı magistr dissertasiyası bitmiş tədqiqat işidir və hesab edirik ki, onu müdafiəyə buraxmaq olar.

ELMİ RƏHBƏR:

PROF. R.Ş.MURADOV

**MAGİSTR MƏMMƏDOVA GÜNEL SƏDİ QIZININ «BİZNES
ETİKASINDA ƏSAS KONSEPSİYALARIN İŞLƏNİLMƏSİ VƏ TƏTBİQİ»
MÖVZUSUNDA DİSSERTASIYASININ**

R E F E R A T I

Mövzunun aktuallığı: Azərbaycanda biznesin səmərəli təşkili və perspektiv inkişafının təmin edilməsində, xarici iqtisadi əlaqələrin inkişaf etdirilməsində, sivil bazar münasibətlərinin formalaşdırılmasında biznesin etikası mühüm əhəmiyyətə malikdir. Perspektiv və uzunmüddətli işgüzar əlaqələrin yaradılması, onların səmərəli formada həyata keçirilməsi, beynəlxalq standartlara uyğun işgüzar görüşlərin, danışıqların təşkili və keçirilməsi, korporativ mədəniyyətin formalaşdırılması, heyətin səmərəli idarə olunmasının təşkili, biznesdə baş verə biləcək münaqişələrin aradan qaldırılması və s. biznes sferasında qəbul olunmuş etik prinsiplərin, normaların və qaydaların gözlənilməsini zəruri şərt kimi meydana çıxartmışdır.

Hazırda bir çox mütəxəssislər “korporasiyaların cəmiyyət qarşısında məsuliyyətinin” artırılması zərurətini vurğulayaraq, həm hökumət bürokratiyası, həm də müxtəlif korporasiyaların məsul şəxsləri arasında tez-tez baş verən korrupsiya hallarına xüsusi diqqət yetirməyə başlamışlar. Bir çoxları bu prosesi ölkədə dini dəyərlərin və ənənəvi əxlaqın tənəzzülü ilə əlaqələndirərək, bu səbəbdən işçilərdə yerinə yetirdikləri bütün işlərə görə səmərəliliyin, qətiyyətin və iftixar hissənin davamlı şəkildə aşağı düşməsini qeyd edirlər. Bu baxımdan bir çox tədqiqatçıların fikrincə, yalnız biznes sahəsində əxlaqi dəyərlərin və cəmiyyət qarşısında məsuliyyətin mövqelərinin yerdəyişməsi, bu proseslərə və müxtəlif dəyər yönümlü məsələlərin həllinə əhəmiyyətli təsirini göstərə bilər.

Bu baxımdan korporativ mədəniyyət anlayışı daha da aktual xarakter daşımağa başlayır. Qeyd etmək lazımdır ki, şirkətin korporativ mədəniyyət sahəsində səriştəsini nəzərə almadan, ölkələr arasında normal ticari və iqtisadi əlaqələrin qurulması mümkün deyildir.

Korporativ mədəniyyət, şirkətin iki ən vacib məqsədinin həyata keçirilməsini təmin edir. O, bir tərəfdən müəssisə rəhbərlərinə, öz əməkdaşları (və digər tərəfdaşların) tərəfindən şirkətin nizamnaməsinə və qaydalarına riayət olunmasını, onlar üzərində nəzarəti həyata keçirməyi təmin etməyə kömək edir. Digər tərəfdən isə, onlara yazılmış qanunlardan daha üstün olan başqa dəyərlərə hörmətlə yanaşmağı tələq edir. Korporativ mədəniyyət yalnız öz şirkətinin deyil, o cümlədən tərəfdaşlarının, müştərilərinin və bütünlükdə cəmiyyətin ma-

raqlarına hörmətə əsaslanır. Bu qayda rəqiblərə də şamil olunur - rəqabət mübarizəsi çərçivələrindən kənara çıxan üsullarla onlara zərər vurmaq qadağan edilir. Məhz bütün bu qeyd olunan məsələlər dissertasiya mövzusunun seçilməsini şərtləndirmişdir.

Dissertasiya işinin yazılmasında əsas məqsəd, ölkədə çalışan şirkət rəhbərlərini və onların əməkdaşlarını ölkəmizdə mövcud olan əmək qanunvericiliyinə, şirkətlərin nizamnaməsinə və qaydalarına riayət edərək, onlara yazılmış qanunlardan daha üstün olan başqa dəyərlərə hörmətlə yanaşmağı təlqin etmək üçün elmi əsaslara malik sanballı təklifləri hazırlamaqdan ibarətdir. Qoyulmuş məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı **vəzifələrin** həll edilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- iqtisadiyyatın və mədəni həyatın qloballaşmasında biznesin rolunun müəyyən olunması;
- “biznes etikası” anlayışının, onun inkişaf meyillərinin iqtisadi münasibətlər elementi kimi öyrənilməsi;
- biznes mühitinin və onun elementlərinin müasir etik konsepsiyalara əsaslanan təhlili;
- biznes fəaliyyətində qəbul edilmiş etik prinsiplərin müəyyən olunması əsasında davranış normalarının və qaydaların gözlənilməsi;
- biznesmenlərin sosial məsuliyyətinin gücləndirilməsi üçün lazım olan mühitin yaradılması üçün qanunvericilik təşəbbüsünün irəli sürülməsi;
- etik normativlərin müəyyənləşdirilməsinin nəzəri və metodoloji məsələlərinin araşdırılması.

Tədqiqatın informasiya bazasını biznesin innovativ idarəetmə ilə əlaqədar qanunvericilik bazasının müddəaları, Azərbaycanda korporativ idarəetmə ilə əlaqədar real faktlara və layihə çərçivəsində müştəri şirkətlərlə iş təcrübəsinə əsaslanan nümunəvi tədqiqat materialları, ayrı-ayrı şirkətlərin illik hesabatları, bir çox beynəlxalq və respublika miqyaslı elmi-təcrübəvi konfrans və simpoziumların materialları təşkil edir. Dissertasiyanın yazılması prosesində sistemli yanaşma, dialektik metod, müqayisəli təhlil, məntiqi araşdırma, sinxronlaşdırma metodu və s. üsullardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- biznes etikasında əsas konsepsiyalara aydınlıq gətirilərək onun müddəaları ümumiləşdirilmiş;
- biznes etikasının inkişafında dini baxışların rolu araşdırılaraq dəqiqləşdirilmiş;

- biznesdə əxlaqi problemlərin həllində utilitarizm nəzəriyyəsinin müddəalarından geniş istifadə olunmuşdur;
- etik prinsiplərin inkişafı və korporativ mədəniyyətin formalaşması xüsusiyyətləri araşdırılmış;
- müasir şəraitdə biznesin etikasının inkişafında deontik və ədalət etikasından istifadə olunması araşdırılmışdır.

Dissertasiyanın quruluşu. Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil, 9 paragraf, nəticədən və ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

Girişdə mövzunun aktuallığı əsaslandırılmışdır.

«Biznes etikasını insan davranışının determinasiyası kimi» adlanan 1 fəsilə müəllif tərəfindən iqtisadiyyatın və mədəni həyatın qlobalaşmasında biznesin rolu araşdırılaraq, son vaxtlar biznes etikasına diqqətin artmasının səbəblərini göstərmiş və bunu xarici investorların, yerli şirkətlərlə əlaqələri qurarkən, ilk növbədə, şirkətə inam, onun yerli və beynəlxalq qanunlara riayət etməsi, əhali arasında nüfuzu kimi amillərə diqqət yetirməsi ilə əlaqələndirmişdir. Daha sonra magistrant biznes etikasını peşəkar etikanın növlərindən biri kimi xarakterizə edərək, onun iqtisadi sistemdə təcəssüm olunan elementlərini və inkişaf meyllərini müasir iqtisadi münasibətlər sistemində təhlil etmişdir.

«Biznes etikasının inkişafında əsas mərhələlər» adlanan 2 fəsilə biznesin etikasını haqqında antik mütəfəkkirlərin baxışlarını, orta əsrlər, intibah və yeni dövrün biznes etikasının inkişaf istiqamətlərini, habelə Azərbaycanda biznes etikasının inkişafının tarixi mərhələlərini araşdıraraq, mühüm elmi əhəmiyyət kəsb edən ümumiləşdirmələrə nail olmuşdur.

«Biznes etikasında əsas konsepsiyalar və onların tətbiqi xüsusiyyətləri» adlanan 3 fəsilə müəllif biznesin etikasının inkişafında dini baxışların və utilitarizm nəzəriyyələrinin rolunu araşdıraraq, hazırda biznesdə əxlaqi problemlərin həllində mövcud olan problemləri qeyd etmiş və bu problemlərin həll olunması və biznesin etikasının inkişafında deontik və ədalət etikasından istifadə olunmasının üstün məqamlarını qeyd etmişdir.

Daha sonra magistrant təşkilatda etik məsələlərlə məşğul olan insanların tutduğu mövqelərin müxtəlifliyinə diqqət yetirərək, əxlaqi qaydaların pozulmasına verilən reaksiyaları əks təsirlə izah edir. Onun fikrincə, əgər bu problemlərsə, o, ciddi özünə nəzarət və insanların hərəkətlərinin xaricdən tənzimlənməsi yolu ilə həll edilə bilər. Müəllif təəssüflə qeyd edir ki, birbaşa insan davranışının tənzimlənməsi metoduna keçməyə tələsməklə, davranışa ən ciddi özünənəzarətin tərəfdarları və tənqidçiləri iş yerində ən düzgün davranışın nə olduğu haqqında olduqca vacib məsələni diqqətdən qaçırırlar. Bunun nəticəsində

biznes etikası üzrə populyar ədəbiyyatın əksəriyyəti xidməti vəzifələrin yerinə yetirilməsi zamanı meydana gələn birmənalı olmayan hallarda necə davranmaq lazım olduğunu ciddi şəkildə araşdırmaq qərarına gələn şəxslər üçün heç bir əhəmiyyət daşımır və faydasız olur.

Fəslin sonunda magistrant təşkilatın etik səviyyəsinin yüksəldilməsi üsulları haqda fikirlərini bölüşərək, əsas diqqəti etik kodekslərə, etika kartlarına, etika üzrə komitələrə, sosial təftişlərə, etik davranış göstəricilərinin yüksəldilməsinə, etik ekspertiza məsələlərinə və etik məsləhətləşmələrə yönəltməyi təklif edir.