

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ЦЕНТР МАГИСТРАТУРЫ»**

На правах рукописи

Гасымов Иса Муса оглы

МАГИСТРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

На тему: «Вопросы исламской этики в бизнесе»

Шифр и название направления: 60409 Управление бизнесом

Специальность: Бизнес администрирование

Научный руководитель:

к.э.н. доц.

Самедова Э.Р.

Руководитель магистерской

программы к.э.н. доц.

Аббасова Р.А.

Зав.кафедрой:

К.э.н. доцент

Алиев М.А.

Баку 2017

Введение	3
ГЛАВА I. Теоретические аспекты этики бизнеса и ее влияния на экономическую систему.....	6
1.1. История возникновения и основные подходы к этике бизнеса.....	6
1.2. Нравственность - как основа этики бизнеса	16
1.3. Зарубежный опыт развития этики бизнеса.....	29
ГЛАВА II. Современное состояние исламской концепции бизнеса	34
2.1. Анализ современных форм организации исламского бизнеса.....	34
2.2. Нормы исламской деловой этики	49
2.3. Характеристика качеств мусульманина -бизнесмена.....	56
ГЛАВА III. Совершенствование механизмов внедрения этических норм исламского бизнеса в современный отечественный бизнес.....	59
3.1. Развитие национальной модели предпринимательства	59
3.2. Внедрение этических кодексов поведения на предприятиях	62
3.3. Корпоративная социальная ответственность азербайджанских компаний.....	70
Заключение.....	81
Список использованной литературы.....	85
Xülasə.....	88
Summary.....	89

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Расширение политических и экономических связей Азербайджана со странами Ближнего Востока открывает широкие возможности для взаимовыгодного экономического сотрудничества. Ближний Восток располагает необходимыми финансовыми ресурсами для инвестиций, и при соответствующих условиях движение этого капитала может быть направлено в отечественную экономику. Привлекая капитал мусульманских стран, отечественные деловые люди будут иметь дополнительные благоприятные возможности, если научатся сотрудничать с партнерами, учитывая их национальные особенности ведения бизнеса.

Как известно, религиозное мировоззрение оказывает основное воздействие на особенности ведения бизнеса в странах распространения ислама. Актуальность темы для Азербайджана определяется, прежде всего, тем, что ислам – неотъемлемая часть истории, быта и культуры нашего народа, важнейшая сторона образа жизни многих миллионов мусульман.

Степень разработанности проблемы. Теоретико-методологические основы исламской этики бизнеса заложены в трудах таких современных пакистанских и саудовских ученых экономистов как Т.Усмани, Ю.Карадави, М.Сиддики, М.Чапры, М. Кахфа, С. Али, А. Мирахора, М. Икбала. Организационно-экономическая сторона формирования исламской этики бизнеса представлена в работах Г.Н.Хадиуллина, В.А.Павлова, Г.Ф.Нуруллиной, А.Ю.Журавлева, Е.Н. Мирошника, А.М.Чумаковой, Р.И.Беккина и др. Значительный вклад в исследование этических, нравственных проблем формирования бизнеса внесли отечественные ученые: В.М.Маммедалиев, М.Х.Мейбуллаев, Т.Кулиев, М.Алиев, Г.Манафов, К.Шахбазов и другие. Несмотря на широкое изучение в научной литературе вопросов исламской этики отсутствует комплексное исследование проблем применения этических принципов в предпринимательстве. Актуальность проблемы определили выбор темы данного диссертационного исследования.

Цель исследования - на основании анализа методов организации исламской этики бизнеса разработать научно обоснованные рекомендации по внедрению этических принципов ведения бизнеса в современный отечественный бизнес.

Задачи исследования. Для достижения поставленной цели требуется решить следующие задачи:

- выявить особенности воздействия религии на экономическое поведение людей, изучить взаимодействие формальных и неформальных институтов;
- исследовать концептуальные особенности исламского бизнеса;
- дать комплексную характеристику принципам исламского бизнеса, раскрыть качества современного мусульманина-бизнесмена;
- обосновать эффективность современных форм организации исламского бизнеса;
- разработать рекомендации по совершенствованию механизмов внедрения этических норм исламского бизнеса в современный отечественный бизнес.

Объект исследования- институциональные особенности исламского бизнеса.

Предметом исследования- формальные и неформальные нормы и правила, которые упорядочивают и координируют деятельность субъектов исламского бизнеса.

Методологической и теоретической основой исследования являются концепции и теоретические положения, представленные в современной отечественной и зарубежной научной литературе, посвященной вопросам развития этических норм ислама в бизнесе. При написании диссертации использовалась общенаучная методология, предусматривающая использование методов единства исторического и логического, структурного, системно-функционального и сравнительного анализа.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

1. Выявлено, что в современных условиях отсутствуют общепризнанные стандарты деятельности фирмы в соответствии с нормами ислама;

2. Конкретизированы принципы исламской этики бизнеса;
3. Обоснована эффективность внедрения норм и ценностей ислама в отечественный бизнес.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в ориентации научных положений об особенностях современного исламского бизнеса на разработку стратегии развития исламских финансовых институтов в Азербайджане. Практические рекомендации могут применяться органами законодательной и исполнительной власти Азербайджана и при разработке законодательства в финансово-инвестиционной сфере, а также инвесторами и предпринимателями при реализации инвестиционных проектов и при привлечении инвестиций из стран арабо-мусульманского мира.

Результаты работы первоначально получили отражение в выполненных рефератах.

Апробация работы. Основные моменты, отмеченные в диссертации, докладывались на семинарских занятиях.

Объем и структура исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, содержащих 9 параграфов, заключения, списка использованной литературы. Объем работы 89 страницы, включающий – 3 рисунка и 6 таблиц.

ГЛАВА I. Теоретические аспекты этики бизнеса и ее влияния на экономическую систему

1.1. История возникновения и основные подходы к этике бизнеса

Проблемы этики бизнеса имеют такую же давнюю историю, как и само предпринимательство. Но стоит заметить, что особую актуальность они приобрели в настоящее время, когда на рынке действует жесткая конкуренция. Этика как наука причисляется к категории прикладной философии. Предметом изучения нормативной этики является мораль, нравственность. Прикладной характер нормативной этики заключается в том, что она не только изучает вопросы морали, но и дает практические рекомендации об их применении в жизни, в частности в предпринимательстве. Этика бизнеса – это деловая этика, которая базируется на честности, доверии, открытости, умении сдерживать данное слово, соблюдении установленным на рынке правилам и традициям.

Мораль или нравственность – это философское обобщение, которое отражает представление о правомерном поведении человека в человеческом сообществе. При вынесении суждения в отношении верности или неверности действия необходимо использовать моральные нормы, включающие в себя моральные ценности, таких как добро, честь, справедливость, совесть и моральные принципы. Моральные принципы применяются для позволения моральных дилемм. Например, известная дилемма: «Он может поступить с тобой точно так, как ты поступил по отношению к нему».

Эти нормы и правила реализуются в моделях оценочных рассуждений о добре и зле, являются мерилем поступков и дают отзыв одобряемого или порицаемого поведения человека. Затем эти модели передаются от поколения поколению. Таким образом, этика показывает сущность и обоснованность действий, которые признаются правильными, придает ясность и четкость в характеристику немалого числа явлений, составляющих поле морали. Этика

бизнеса ограничена областью социальных, экономических отношений хозяйственного поведения субъекта бизнеса. Моральные нормы делят обычно на 2 категории: универсальные и специфические. Данные понятия существенно различаются в разных сообществах и иногда внутри одного и того же общества с течением времени различны. Например, тяжелые условия проживания арабов и непрекращающиеся войны приводили к тому, что значительная часть мужского населения погибала. Проблему лишних женщин арабы решали своеобразно, они просто убивали новорожденных девочек, оставляли в живых лишь тех, которые появлялись в свет сразу же после рождения мальчика. Пророк Мухаммед решил эту ситуацию гуманно, он запретил эту практику и разрешил многоженство.[3,11]

Универсальные нормы морали разделяются всем человечеством. Например, ни одно человеческое общество не оправдывает убийство, потому что в таком случае будет отсутствовать личная безопасность человека. Ни одно общество не будет оправдывать обман, так как такое отношение подорвет доверие потенциальных покупателей. Универсальные принципы морали примерно одинаково раскрыты всеми мировыми религиями. Специальные, особые нормы и ценности типичны для определенных групп людей в конкретный период времени. Для конкретных видов деятельности эти нормы этики существенно различаются. На Западе для многих профессий считается неэтичным проводить рекламу своих услуг напрямую для потенциальных клиентов, тем не менее, жесткая конкуренция заставила многих бизнесменов принять такую практическую деятельность в качестве порядка вещей, обычной нормы. Но какой бы жесткой не была конкуренция, вряд ли этим потенциальным клиентам будет по душе, если сотрудники похоронных агентств будут доставлять пожилым людям проспекты, рекламирующие услуги агентства.[3]

Для достижения высоких результатов в бизнесе предпринимателю необходимо иметь определенный набор сведений и представлений о форме и способах осуществления бизнеса, владеть информацией о законодательстве

страны, в которой осуществляет свою деятельность, и знать принципы делового общения. В религиозных обществах регулятором поступков, образа действий выступает религия. Согласно теологии, этика, основанная на «высшей нравственности» раскрыта всем людям Аллахом, и именно сам Всевышний является судьей поступков людей. В настоящее время существует множество этических концепций. Мы рассмотрим две основные этические теории: относительную и абсолютную. Относительная этика рассматривает последствия и обстоятельства и считает, что не существует абсолютных стандартов поведения, которых можно было бы применить во всех ситуациях. Относительная этика считает, что находится в зависимости от отдельного человека, от обстоятельств и от общества. Крайняя форма данной этики может оправдать все что угодно, действуя по принципу: «Все это делают, значит это правильно». Абсолютная этика учитывает лишь уровень моральности самого поступка. Абсолютная этика основывается на теории, понятной даже ребенку, то есть что является ее положительной характеристикой. Этика как и закон определяет ряд правил и принципов, и человеческое общество функционирует на их основании. Несмотря на то, что право и мораль пересекаются, право не является отражением моральных эталонов общества. Соблюдение законов не всегда к этичным действиям в бизнесе, поскольку законы предусматривают наказание за серьезные правонарушения.

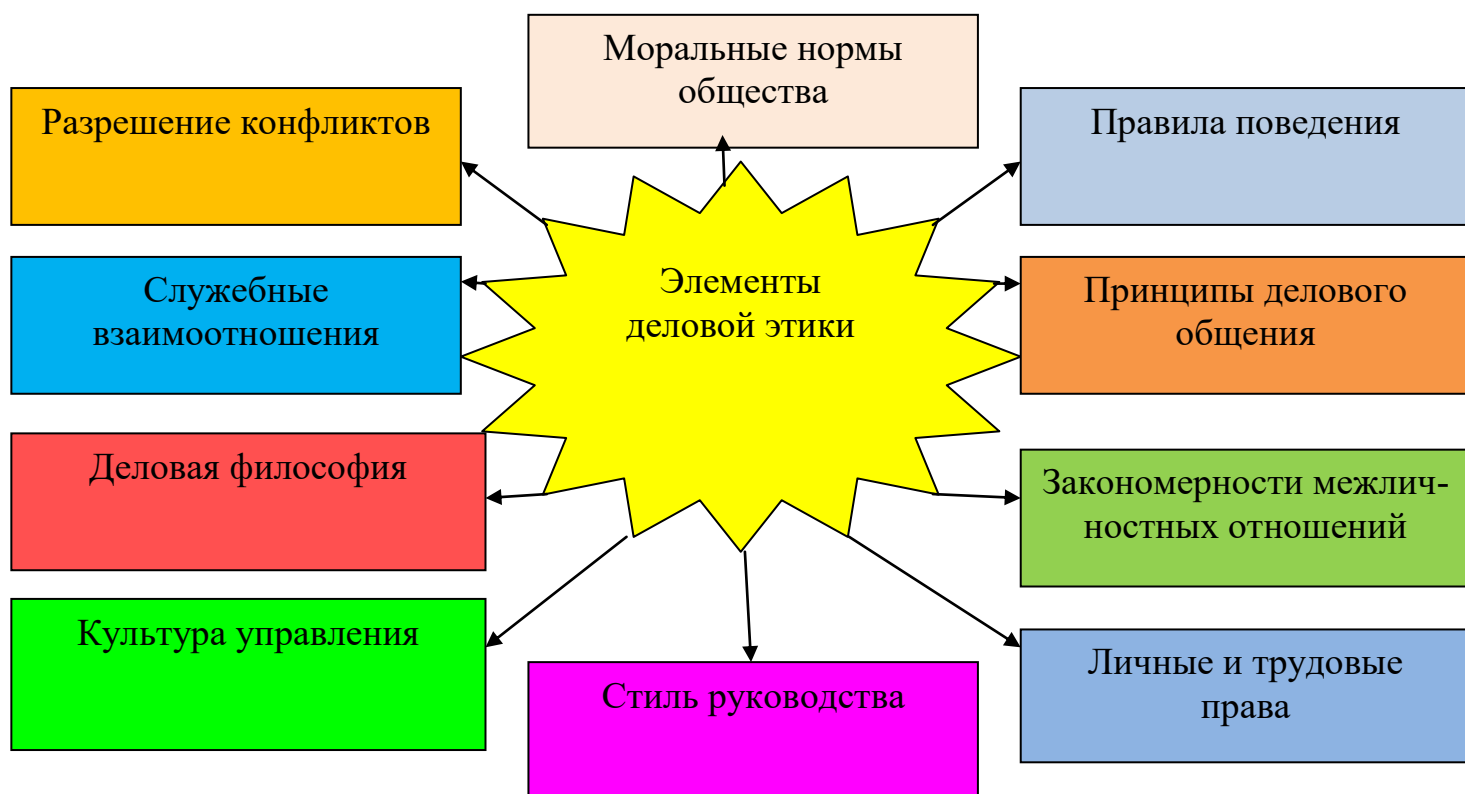
Сила нормативных правил не действует на этику отношений между сотрудниками и на организационную культуру в компании. В данном случае этика связана с естественным правом, которое отличается от позитивного права. Этика бизнеса изучает соответствие моральных норм деятельности человека и целей компании. Она не является обычным набором установленных моральных стандартов, а представляет собой инструмент анализа, оценки и решения проблем, с которыми сталкивается нравственный деловой человек, занимающийся бизнесом. Система этических норм и принципов является составной частью понятия «корпоративная культура». Другими элементами корпоративной культуры выступают: конкретное

представление о роли компании на рынке, обоснованная рекламная стратегия, которая включает четко сформулированный слоган ее основной продукции или услуги, эмблема, фирменное наименование компании, стиль одежды, дизайн помещений, организационная структура компании, стиль руководства и связи с деловыми партнерами. Способность развивать свою корпоративную культуру способствует успеху компании на рынке. К сожалению, не все деловые люди в Азербайджане, возглавляющие компании, думают о значимости четко разработанной корпоративной культуры для экономического роста. Анализ практики отечественных компаний показывает нам то, что некоторые компании могут успешно применять отдельные компоненты корпоративной культуры. Компании сотовой связи Azercell и Bakcell отличаются хорошо продуманной, социально-ориентированной рекламной стратегией. Эмблема Государственной авиакомпания Azal имеет продуманное содержание, но в то же время является копией эмблемы Turkish Airlines. Частная офтальмологическая клиника Целамиг выбрала для своей эмблемы схематическое изображение глаза. Сегодня, азербайджанские компания стараются называть свои компании благозвучным и подходящим названием. Например, Азел (азербайджанская электроника), Milk-pro (продукты из молока). Одна из распространенных практик называть компанию именем члена семьи. Название компании имеет большое значение для успеха. Достаточно вспомнить как в прошлом название автомобиля «Жигули» было переименовано на «Ладу», поскольку старое название ассоциировалось у потребителей со словом «жулик».[3,145]

Таким образом, в рамках корпоративной культуры этика рассматривается как система ценностей, официальных и нерегламентированных норм и уставов, принятых в коллективе и способствующих увеличению эффективности функционирования компании. Культура общения приводит к возникновению и развитию партнерских отношений между коллегами, а также руководителем и подчиненными.

Этика бизнеса, как отдельная область знаний, стала предметом пристального изучения в начале 80-х годов. Представители научного и делового мира пришли к согласию относительно вопроса обязательности повышения этического мышления профессиональных деловых людей при проведении ими бизнес-операций. Хотя скептический настрой о возможности наличия этики в бизнесе все еще существовал, истинные профессионалы своего дела были убеждены в том, что внедрение высоких моральных стандартов в бизнес будет способствовать получению максимальной выгоды. На рисунке 1.1. приведены элементы деловой этики.

Рисунок 1.1. Элементы деловой этики



Известно, что каждая компания как на макро-, так и на микроуровне действует в соответствии определенной модели. В основе данной модели лежат все выше указанные элементы деловой этики, такие как разрешение конфликтов, личные и трудовые права, стиль управления и другие на микроуровне, а такие как моральные нормы общества, деловая философия на макроуровне. Один из важных элементов данной модели- это культура

управления, которая формируется с учетом общей культуры страны. Только при условии учета предпринимательской культуры возможно создание эффективной экономической модели, и наоборот, неэффективная с точки зрения организационной культуры экономическая модель будет не только способствовать регрессу экономической системы, но всячески способствовать ее разрушению.

Этика бизнеса действует на трех взаимозависимых уровнях.

1. Мировой уровень. Он выражает собой совокупность принципов и норм, основу которых составляют общечеловеческие мировые ценности. Эти ценности нашли отражение во всемирном кодексе «Принципы международного бизнеса», который был принят в 1994 году в швейцарском городе Ко руководителями ведущих компаний Японии, США и Западной Европы. В кратком виде эти принципы сводятся к ответственности бизнеса перед обществом, которое выражается через создание новых рабочих мест, улучшение уровня жизни сотрудников, клиентов и населения в целом; усовершенствовании техники и технологии, способов производства, методов маркетинга и связи; возрастании доверия к бизнесу; соблюдению норм права и гарантированию равных конкурентных возможностей; обеспечению первенства этических норм, созданию условий для свободной многосторонней торговле; гуманному отношению к окружающей бизнес среде; отказу от противоправных действий, таких как отмывание незаконных денег, продажа оружия, взяточничество, наркоторговля и другие.

2. Макроуровень. Данный уровень этики бизнеса характеризует уровень становления экономической культуры в пределах отрасли, национальной экономики. Этические нормы и принципы воплощаются в национальных кодексах, содержащих положения об уважении рыночной конкуренции и частной собственности, подлинности и надежности информации, отсутствие нечестного ущемления в правах на рынке труда.

3. Микроуровень этики бизнеса отождествляет философию компании с системой принятия управленческих решений и охватывает межличностные

отношения внутри компании. Этот уровень занимается решением постоянно возникающих этических проблем.

Для того чтобы разработать общую концепцию этических правил и норм поведения в бизнесе необходимо совершенствовать организационную культуру компании. Эффективность сегодняшнего бизнеса зависит от согласования внутренней работы компании с этическими принципами, что позволит, создать благоприятный климат в коллективе, предупредить зарождение конфликтной ситуации внутри фирмы, улучшить доверие к фирме со стороны партнеров, клиентов. Моральное поведение руководителя компании снизит риск, который связан с обстоятельствами, повлекшими за собой потерю репутации и делового имиджа компании, и материальный ущерб.

Необходимость внедрения этических принципов можно проследить при сравнении конкретных данных. Например, в США каждый год потери от экономических преступлений составляют более 200 миллиардов долларов. Свыше 76 % компаний США становятся жертвами обмана, фальсификации, различного рода мошенничества. Обычно ухудшение нравственности общества возникает в результате экономического кризиса, потери доверия сотрудников, безразличия к внутреннему контролю, утраты нравственных ценностей, невозможности старой системы адаптироваться к изменениям в окружающей среде.

Экономические преступления в настоящее время становятся актуальной проблемой, как для государства, так и для его жителей. Большинство специалистов считают решением этой проблемы внедрение этических принципов поведения на бытовом и глобальном уровне. На Западе пришли к такому мнению, стремление наживы надо подавлять этическими нормами, поскольку часто одерживает победу над совестью сообщество должно поощрять высоконравственный подход к бизнесу. Вместе с тем, в последнее время стремление достичь успеха в бизнесе по большей части заставляет бизнесменов думать о моральной стороне дела.

Ниже мы рассмотрим элементы культурной среды бизнеса.

1. Право рассматривает законодательную систему страны, в которой отражаются главные ценности и нормы. Освоение законов способствует лучшей организации и ведению бизнеса в различных средах.

2. Политика, которая представляет собой объединение внутренней и внешней политики государства, как в экономике, так и в культуре. Именно от политической стабильности зависит успех деятельности деловых людей.

3. Технология, которая охватывает точные понятия, методы и знания. Анализируя технический уровень другого государства мы можем получить информацию о потенциале рынка и о степени развития рыночной инфраструктуры.

4. Социальная организация сообщества- это совокупность взаимоотношений, взаимодействий между различными социальными группами и индивидами.

5. Образование, которое показывает грамотность населения, степень его профессиональной подготовленности к техническому сотрудничеству и экономическому партнерству для эффективного налаживания производственно-коммерческих и научных связей.

6. Ценности и отношения, которые представляют собой важнейшую составляющую часть корпоративной культуры, которая в свою очередь является обязательным условием создания эффективных международных коммуникаций.

7. Язык- как средство общения, выражения мыслей и чувств. Именно язык формирует человеческие группы.

8. Религия- выражает мировоззрение и мироощущение человека. В мире существует множество религий, предписания которых по- разному влияют на экономическую деятельность людей. В основе религиозных учений (монотеистических) лежит вера в Бога, который управляет миром и Божье воздаяние, может быть в виде наказания или вознаграждения. Три основных мировых религий: христианство, ислам и иудаизм сходятся во мнении относительно справедливого воздаяния за совершенный человеком

поступок. Мусульманская и христианская религия характеризуется рассмотрением морали как совокупности нравственных норм, характерным соответствующим нравоучениям. В мусульманской цивилизации источником всех законов, включая и морального порядка, считается только Аллах. Поэтому в исламском мире требуется неукоснительное следование закону Аллаха- шариату. Для ислама и христианства нет избранных или нелюбимых народов, все равны перед Богом. А согласно монотеизму евреев Израиль- это страна избранного народа, а евреи – это Божьи избранные.

Со второй половины XIX века философов и экономистов стали волновать вопросы взаимосвязи религиозных систем и различных типов предпринимательской деятельности. Именно в это время стало ясно, что экономическое поведение людей и мотивация действий верующего человека находятся под воздействием религиозного сознания. Это связано с тем, что религия как совокупность моральных норм создает всеобщее единое пространство. С другой стороны, религия ориентирует человека на соблюдение предпринимательской этики, стимулирует на справедливую оплату труда, на поддержание порядка, соблюдение ответственности и проявление честности. Формирование социального обеспечения претворяется в жизнь посредством актов милосердия, традиций заботы о ближнем. Религиозные мотивы поведения людей в бизнесе проявляются и тогда, когда человек не думает о своих предпочтениях и пристрастиях.

Именно различия на национальном характере, традициях и религии определяют различное экономическое поведение людей. Идеи влияния религии на предпринимательство рассматривались в трудах многих исследователей, таких как М.Вебер, Т.Парсонс, Д.Маклеланд и других. М.Вебер говорил о необходимости поддержки религии для формирования новых видов хозяйствования, Т.Парсонс считал, что в хозяйственных договорах имеются так называемые «неконтрактные элементы» и эффективная деятельность рынка возможна лишь при наличии высокой системы нравственности в обществе в целом, в предпринимательстве в частности. Д.Маклеланд в свою

очередь утверждал, что каждый бизнесмен, деловой человек, новатор имеет потребность в более сильном стимуле, чем получение максимальной прибыли. И в качестве такого стимула, который может сдвинуть горы предупреждения, является вера.

Структура и содержание собственности в стране, объемы рынка в большей степени предопределяются воздействием религиозного, социального и культурного факторов, таких как уровень индивидуализма, философия активности или пассивности, мотивация религией предпринимательской деятельности, степень иерархии и личной свободы каждого человека, а также цели, которые он ставит перед собой. Взаимосвязь экономического поведения и систем финансовой сферы можно представить в виде следующей таблицы 1.1.

Таблица 1.1

Зависимость экономического поведения от финансовой системы

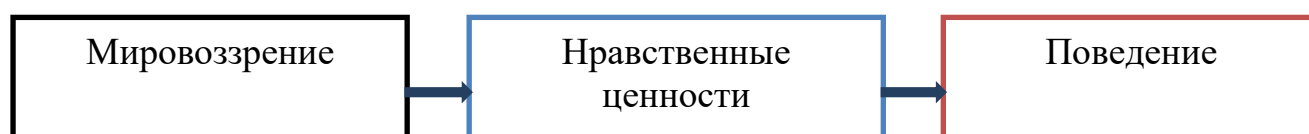
1. Выше уровень принимаемого риска, инноваций	⇒	1. Меньше значение государственных финансов, меньше налогов, незначительная в бюджете социальная нагрузка
2. Выше склонность к персональной экономической свободе	⇒	2. Выше показатель потребления у населения, ниже лимит потребления
3. Выше стремление к материальным благам	⇒	3. Выше процент населения в составе собственности
4. Выше тяга к сбережениям	⇒	4. Высоко диверсифицированное содержание финансовых продуктов
5. Ниже контроль со стороны государственных органов	⇒	5. Большие объемы рынка ценных бумаг
6. Ниже степень социальной защиты населения	⇒	6. Меньшая роль коммерческих банков и более весомая - институтов ценных бумаг
7. Ниже предопределенность в затратах, в предпочтении в финансовых инструментах, которые обусловлены культурными и религиозными предпосылками	⇒	7. Большее развитие рынка производных инструментов 8. Большее развитие финансового инжиниринга 9. Большее развитие венчурного финансирования,

1.2. Нравственность - как основа этики бизнеса

Поведение, поступки человека определяются определенными ценностными ориентирами, которых он старается придерживаться. Нормативная система, которая включает в себя представление человека о справедливости, добре, зле, несправедливости и другие этические ценности образует мировоззрение человека. Мировоззрение включает в себя помимо этических ценностей, и эстетические, познавательные, религиозные и другие ценности.(рис.1.2.) [30,37].

Рисунок 1.2.

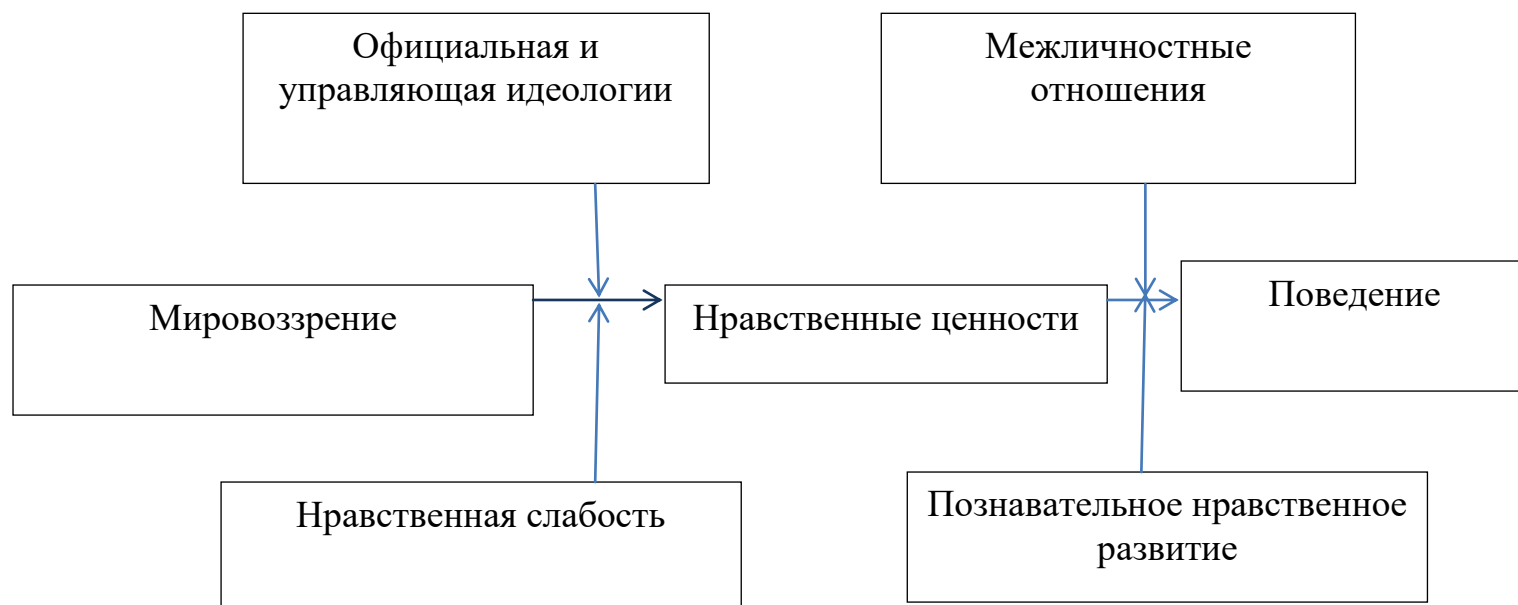
Детерминация человеческого поведения



Система взглядов человека на объективный мир, на отношение человека к самому себе и своей роли в этом мире определяет понятие мировоззрение. Другими словами мировоззрение – это общее понимание человека, общества и мира в целом. Существует и другое определение мировоззрения: способ понимания человеком для себя мотивов, стимулирующих его к деятельности. Данное определение позволяет взглянуть на мировоззрение как на определенную аксиоматическую систему, в которой аксиомами выступают основные представления, в роли теорем- поступки. Зная основные установки индивида можно без труда управлять поведением человека. В жизни, конечно, все намного сложнее. Поведение человека нельзя объяснить мировоззренческими аксиомами, так как между убеждениями, миропониманием человека, его нравственными ориентирами и поведением действуют искажающие факторы: межличностные отношения, нравственная слабость, официальная и управляющая идеологии. На рисунке 1.3. показано как происходит взаимодействие мировоззрения, ценностей, поведения.

Рисунок 1.3.

Взаимодействие мировоззрения, ценностей, поведения.



Рассмотрим каждый опосредствующий фактор подробно. Идеология – это система убеждений и идей, которая принята в данном сообществе. Необходимо четко различать официальную и управляющую идеологию. Впервые это различие определил антрополог Давид Аберле после изучения племени навахо. Навахо – одно из самых больших индейских племен Северной Америки. Д.Аберле заметил, что некоторые элементы «взгляда на жизнь» людей племени не действуют на их поведение и систему ценностей. Такое положение он объяснил тем, все общепринятые взгляды включают в себя официальную идеологию, являющейся значительной частью системы ценностей данной группы, но не оказывающей заметного воздействия на действия людей. И наоборот «управляющая идеология» оказывает влияние на поведение и нравственные ориентиры людей. [30, 39].

Можно привести много примеров различий между управляющей и официальной идеологиями в любом обществе. Известный американский ученый В.Вейгль пишет, что американцы – это достойные люди, отличающиеся благородством, которые защищают права бедных и притесненных. Национальным самосознанием каждого американца является идея быть

покровителем незащищенных и угнетенных. Но если обратимся к истории, отмечает В.Вейгль, то увидим совершенно другую картину, а именно обращение европейских поселенцев с коренным населением Америки. Попирающие права коренных жителей, ограничение их права собственности, свободы слова, в то время когда свободы привилегированных групп людей защищены и гарантированы. Обычно в обществах, где превалирует государственный сектор усиливается различие между управляющей и официальной идеологиями. Это связано с тем, что в таких обществах государственный аппарат имеет сильное преимущество в аккумулировании, контроле и распределении информации. Благодаря этому своему преимуществу государство может активно распространять свою официальную идеологию, совсем не похожую на управляющую. Резкие противоречия между управляющей и официальной идеологиями способствуют к разрушению веры людей в официальную идеологию и уменьшению доверия граждан к государственным структурам. Поэтому каждый человек общества пытается обходить бюрократию, сфабриковать данные, не выделяться из общей массы людей. Именно поэтому все это оказывает аморальное влияние на общество в целом и в частности на его экономическую деятельность.

Вторым опосредствующим, искажающим фактором, как видим из рисунка 2 являются уровни нравственного развития. Известный американский ученый Л.Кохлберг в своих работах отмечает, что люди в своем развитии проходят шесть стадий нравственного развития. Эти стадии нравственного развития проходят путь от детства до старости человека. Первый уровень нравственной мотивации называется «наказание и ориентация на послушание». На этом уровне ребенок формирует свою нравственность в соответствии с физическими последствиями выполнения заданного действия и считается с точкой зрения человека, который сильнее его.

Вторая стадия- «ориентация на взаимозависимость». На этой стадии правильный поступок человека ассоциируется с выгодой, которая ему нужна. Отношения с другими строятся на взаимной выгоде. Третья стадия

характеризуется тем, что принятие решений осуществляется с получением одобрения своих действий. Четвертым уровнем нравственного развития по типологии Кохлберга считается «ориентация на порядок и закон». Согласно утверждению Кохлберга, двое из трех американцев доходят до четвертой стадии, а порой останавливаются ниже. На пятой стадии человек способен критически анализировать происходящее. Плохое и хорошее он определяет с позиции превалирования взаимных договоренностей над моральными, правовыми ценностями. Шестая стадия-наивысшая по Кохлбергу ориентируется на всеобщие моральные принципы. На этом уровне нравственного познания правильность поступков, действий человека определяется их соответствием всеобщим принципам нравственности, т.е. всемирным этическим принципам. Таким образом, человек остается на определенной стадии, если удовлетворен своим уровнем моральной мотивации. Но если он вступает в противоречие с вопросами нравственности и видит решение этих вопросов за пределами знаний его уровня мотивации, это подталкивает его подняться на следующую ступень развития.

Взаимоотношения между людьми значительно влияют на уровень этичности поведения. Обычно, то, что мы никогда не применили бы по отношению к своим знакомым, родным, друзьям, часто не задумываясь делаем в отношении незнакомых людей. Очевидно, высоконравственный человек обязан быть корректным, доброжелательным, честным и беспристрастным ко всем людям. Влияние межличностных отношений на этичность поведения были рассмотрены в трудах Стэнли Милгрема, который вместе со своими коллегами в 1960 году в Йельском Университете провел серию экспериментов. Основная цель этих исследований- анализ влияния личностей, имеющих авторитет, во время принятия нравственных решений под давлением со стороны. По утверждению Милгрема «субъект вверяется границе задач получения целей и нравственно оценивает экспериментальный авторитет, которому он подчиняется». [30] Мы пришли к выводу, что нравственный уровень поведения людей может как повышаться, так и

понижаться в зависимости от характера межличностных отношений. Уровнем нравственного познания в организации можно управлять, создавая здоровый социально-психологический климат в коллективе, стимулируя дух взаимопонимания и товарищества между коллегами. Последним источником искажения является нравственная слабость. Сократ считал, что люди совершают безнравственные поступки, потому что не знают, как поступить правильно. Именно незнание вынуждает человека совершать безнравственные поступки. Но уже Аристотель отрицал подобное представление. Человек очень часто зная как правильно поступить в каждой ситуации поступает иначе. Он может перечислить сотни причин своего подобного поведения для оправдания своего поступка, но в основе его действий лежит так называемая «нравственная слабость», отсутствие воли к совершению этически правильного поступка. Обычно человек искренне уверен в правильности своего поступка, но ему не хватает моральных сил совершить его. Однозначно, нужно бороться с нравственной слабостью. Человек сам проанализировав свои ценности и убеждения должен понять как нужно поступать правильно и как в действительности поступает он. Достичь этого познания можно используя различные религиозные и психологические методы. К методам стимулирования нравственного поведения на предприятии относятся: внедрение ярких образцов этического поведения, методы морального стимулирования, недопущение безнравственного поведения как руководителей так и работников.

Как известно, деловые люди не являются святыми. Если путь в ад устлан благими намерениями, то путь к благополучию развитых стран был протоптан бизнесменами, не являющимися образцами высокой нравственности. Но необходимость меняла нечестных предпринимателей и делала их нравственнее, поскольку они на собственном грустном опыте понимали, что невыполнение данных обещаний приводит к печальным последствиям. Быть высоконравственным - это значит безукоснительно соблюдать установленные в обществе нравственные ценности и ориентиры, показывающие

что можно делать в обществе, а чего –нельзя. Эти нравственные порядки основываются на исторических, культурных и духовных ценностях и национальном менталитете народа. Этика бизнеса и понятие нравственности могут быть описаны лозунгом: «Прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли». [44,144].

Многие отечественные деловые люди далеки от претворения этого принципа в жизнь. Финансовые махинации в документах, отчетах, двойная бухгалтерия, срыв договорных обязательств, не заключение трудовых контрактов с сотрудниками и другие далекие от нравственности действия привносят определенную долю скепсиса, когда мы оцениваем перспективы развития нравственных ценностей в бизнесе. Поведение наших предпринимателей характеризуется низким уровнем нравственных, этических основ. У нас еще не сложилась безупречная этика деловых людей. Хотя и в развитых западных странах происходят злоупотребления и элементы непорядочности, неэтичности в бизнесе. Жестокая конкуренция толкает предпринимателей на преступления, бизнесмены теряют стыд, когда стоит вопрос о расширении бизнеса, захвате других новых рынков. Не смотря ни на что, деловым людям важно помнить, что основу бизнеса должны составлять порядочность, честность, а не стремление уничтожить партнера. Необходимо строить бизнес, действуя взаимовыгодно, развивая партнерские связи. Руководителю компании необходимо быть общительным, коммуникабельным, располагать сотрудников, партнеров к себе, хорошо разбираться в людях. Преуспевающий бизнесмен должен обладать такими качествами как пунктуальность, честность, благородство, креативность мышления, стремление к разумному риску, открытость к новшествам и др. Он должен быть эрудированным, хорошо знать историю, культуру и искусство, как своего народа, так и той страны, где ведет бизнес. Необходимо также знание психологических аспектов управления людьми.

Сегодня компании, которые работают в условиях правового, цивилизованного рынка, придерживаются следующих основных моральных

ценностей: а) прагматизм и высокая эффективность; б) баланс между прибылью и социальной справедливостью; в) свобода действий в рамках закона и одинаковые возможности для всех субъектов рынка; г) признание свободы других, терпимое отношение к их проблемам.

Возникновение жесткой конкуренции, развитие гражданского общества, совершенствование государственного регулирования предпринимательства привели к тому, что компании уже не могли зарабатывать деньги не считаясь с другими субъектами рынка, так как бизнес функционирует в сообществе, от которого он зависит. Это во времена вавилонского царя Хаммурапи и до недавнего прошлого бизнес осуществлялся по принципу «Покупатель будь бдителен». Но уже с середины XX века компании в силу названных выше причин стали уделять большее внимание внедрению этических норм в деятельность компании. Руководители компаний пришли к выводу, что есть большая разница между прибылью в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Несоблюдение этических норм действительно даст компании выгоду в краткосрочном периоде, но в долгосрочной перспективе убыток будет значительно существеннее. Основными причинами, в силу которых фирмам полезно поступать этично, являются следующие:

1. Если репутация фирмы получила серьезный урон, то это может повлечь к ее вытеснению с рынка.
2. Компания, которая не соблюдает этические нормы, не может иметь разумную систему управления.
3. Деловая репутация играет важную роль при привлечении потенциальных инвесторов.
4. Пренебрежение компаниями этических принципов приводит к трагедиям для населения, после которых обычно ужесточается государственное регулирование данной отрасли.
5. Высококвалифицированные кадры предпочитают не работать в компаниях с подмоченной репутацией. Поэтому эти компании вынуждены платить высокие заработные платы своим сотрудникам.

6. Соблюдение этических норм способствует наращиванию прибыли. Специалисты считают, что удержать своих старых партнеров в 5 раз дешевле, чем приобрести новых.

7. Действуя с позиции социально ответственной компании соблюдая этические нормы и принципы бизнес в значительной степени, способствует снижению социальной напряженности в обществе.

Ниже мы хотим привести некоторые рекомендации деловым людям специалистов, исследователей данной сферы:

- ✓ Формируйте в себе привычку: все, с чем вы приходится сталкиваться, рассматривать не только с позиции пользы для вашего дела, но и с точки зрения соблюдения нравственных ценностей.

- ✓ Соблюдайте обещания в срок, обязательно сдержите данное слово, если не смогли это сделать, назначьте другой, подходящий вам срок.

- ✓ Умейте быть внимательным и объективным к предлагаемым вам идеям, а подозрительные предложения деликатно отклоняйте.

- ✓ Воздержитесь от самоуверенности.

- ✓ Будьте собраны, больше всего портит репутацию бизнесмена его растерянность.

- ✓ Помните, что не всегда ваша позиция может быть оптимальной, учитывайте и мнения других.

- ✓ Тщательно анализируйте каждый случай сбоя, нравственного ущерба и промаха.

- ✓ Общаясь с людьми, стремитесь понять то, что не сформулировано.

- ✓ Используйте в бизнесе 3 «не»: не разбрасывайтесь, не горячитесь, не теряйтесь.

- ✓ Терпеливо относитесь к недостаткам окружающих вас людей.

- ✓ Не забывайте, что вы можете оскорбить человека, не желая этого

✓ Не будьте заносчивым, самонадеянным, избегайте категоричного тона в общении, свидетельствующим о неуважении к окружающим.

✓ Не унижайте человека и будьте справедливым.

В исламской религии специально подчеркивается приоритет нравственных ценностей и этических принципов перед материальными и экономическими благами. В Священном Коране, в отличие от других богодухновенных текстов, содержится повествование непосредственно от самого Бога, а не от третьих лиц. Коран для мусульман служит источником их нравственного поведения во всех сферах жизни, в том числе и в экономической. До начала периода колониализма в исламском мире действовала гибкая техника ведения коммерции, функционировали системы аренды, залога, векселей, ограниченные мусульманским правом и принимаемые мусульманами как систему запретов и указаний, определенных Аллахом.

В арабском языке термин этика выражается понятием «ахлак», который в переводе означает «поведение, мотивация». Мы знаем, что мотивация включает в себя внутреннюю решимость и силу волю, тогда как поведение – это образ жизни и действий человека. Как видим, основу поведения человека составляет мотивация. Поэтому мусульманская вера направлена на развитие стимулирующих мотивов к правильным, нравственным действиям и благочестивому образу жизни. Такая мотивация осуществляется как с помощью внутренней веры, так и с посредством религиозных обрядов. Здесь основная цель заключается в том, чтобы каждый мусульманин имел постоянное желание достичь духовного совершенствования и стремился обрести милость Аллаха, следуя его наказам.

Этика в исламской религии организует и регулирует все аспекты поведения личности. Нравственная составляющая жизни строится на вере и осознание божественной справедливости, которая обязательно проявится. Божья справедливость проявится в виде наказания за произвол и бесчестие, и в виде вознаграждения за благородство и праведность. Согласно исламской концепции этические нормы определяют личностный выбор каждого

человека, который основан не только на максимальной личной выгоде, но предполагает и общественную выгоду. Мусульманская экономическая система является сторонником частной собственности и совершенной рыночной конкуренции, но одновременно выступает за справедливое распределение благ. Согласно исламской религии, изначальным собственником всех богатств мира является - Аллах. Он передал эти богатства во временное пользование человеку. Человек в свою очередь должен эффективно использовать эти богатства, бережно относиться к природным дарам и сохранять природные ресурсы для следующих поколений.

Осмысление нежелательных последствий процентного капитала объясняет мотивы запрета общепринятых банковских операций и аргументирует создание такой денежно-кредитной системы, которая совпала бы с духом ислама. Мусульманские исследователи считают нежелательным и пагубным использование ссудного процента на капитал и обуславливают это нижеследующими аргументами:

- 1) Нарушается принцип справедливости. Заимодатель в любом случае должен выплатить оговоренную плату за кредит, даже если он потерпел убытки;
- 2) Увеличение потребительских, международных и государственных долгов;
- 3) Нарушение принципа равномерного распределения всех благ и доходов;
- 4) Сосредоточение экономической власти у ограниченной группы лиц;
- 5) Усиление темпов инфляции.

Мусульманская концепция этики распространяет принципы и нормы всеобщего равенства, которые отражены в Священном Коране и предусматривают равенство:

- людей, друг перед другом
- всех перед законом

- социальной ответственности
- мусульман перед Аллахом

Основные установки шариата не изменились с момента возникновения и до сегодняшнего дня. В исламской религии соединены политическая и экономическая система регулирования государством и управление образом жизни каждого человека в обществе. Хозяйственные отношения регулируются нравственными инструментами и нормами, которые ориентированы на эффективное использование ограниченных ресурсов, на защиту прав людей, и в целом, на развитие экономики. Известный исследователь-востоковед В.В.Бартольд писал об исламской религии, что христианин, чтобы следовать заповедям Бога, должен забыть и себя и своих близких, посвятить себя целиком Богу, а мусульманин может совершать молитвы, отдавать часть своего имущества нуждающимся не отрекаясь от земной жизни.[28] Ислам –это больше чем религия, это образ жизни людей. Он не отделяет ценности, относящиеся к вере от ценностей, используемых в быту, повседневной жизни человека. Поэтому у мусульманина нет раздвоения личности, связанного с делением жизни на разные составляющие и применение к различным жизненным ситуациям разных норм и правил. Все аспекты жизни управляются одной и той же Божественной силой, едиными, данными Богом законами и нормами, и действия человека, имеющие цель угодить Всевышнему, соблюдая Его предписания, будут расцениваться Исламом как поклонение в общем смысле этого слова. Исламская религия не является неопределенной религией, которая лишь довольствуется призывом к людям стать хорошими и добрыми. Ислам однозначен в отношении запретного, называемого харам и ясен в отношении обязательного, называемого фард. Разрешенные вещи называются халяль и оцениваются с помощью трех критериев: похвальных, порицаемых и нейтральных. Помимо Священного Корана каждый мусульманин в своем поведении может пользоваться и Сунной, где изложено, что делал сам пророк, как поступал он в тех или иных случаях в жизни, записаны хадисы, то есть его высказывания. Поэтому

мусульманину легко определить какое поведение является хорошим, а какое плохим. Если же он не найдет ответа на свои вопросы ни в Коране, ни в Сунне, это значит Всевышний не запретил данное действие. Сунна- это практическая интерпретация Корана. Помимо Корана и Сунны, которые руководят поведением каждого мусульманина, существует и Шариат- источник исламского законодательства. Из совокупности принципов составленная система мусульманского права, которая называется Фикх и касается всех аспектов человеческой жизни. Всевышний запретил лишь то, что является вредным и нежелательным для человека. Все то, что приносит вред людям, или ведет к их деградации, принижает достоинство человека, причиняет боль его телу, душе или разуму, причиняет непоправимый вред обществу- запрещены. Только Всевышний обладает такой всеобъемлющей мудростью, чтобы знать что вредно, а что полезно для каждого члена общества, тогда как люди, даже самые умные, ограничены в таком понимании. Чтобы люди могли позволить удовлетворить свои нужды, не прибегая к пагубному, Всевышний создал множество благотворных альтернатив среди безвредных вещей. Благие намерения не служат оправданием дурных поступков, и благоприятный результат не оправдывает противоправные средства достижения результата. В исламской религии нет вещей, которые запрещены женщинам, но разрешены мужчинам, которые запрещены бедным, но разрешены богатым гражданам; и нищим, и глава государства, и религиозный деятель- все они подчиняются одним и тем, же мусульманским законам.

Коран-это последняя священная книга, посланная людям и Ислам доказывает, что учение, нашедшее отражение в Коране- окончательное, неизменное и обязательное для всех людей, не зависимо от места и времени их проживания. Это означает, что независимо от того, какие в данное время в обществе мнения и ценности, исламские ценности и принципы - неизменны.

Мнения, взгляды большинства людей и людские прихоти никогда не смогут изменить Божественные принципы. На первый взгляд, может показаться, что Исламская религия против перемен и желает неизменного

общества, но это не так. Исламские ценности и принципы не привязаны ко времени и не меняются в силу того, что они являются вечными и неизменными духовными принципами, в соответствии с которыми каждый человек обязан построить свою жизнь. Таким образом, со временем привычки людей и стиль их жизни могут меняться, а принципы и нормы Ислама не могут быть модернизированы или приспособлены к людским желаниям, так они исходят от самого Господа Бога и направлены не на удовольствия, а для неизменного блага. Неразделенная общемусульманская культура была создана посредством объединения культур исламских народов, которые имели свои национальные традиции и исторические судьбы. Единая мусульманская культура определила на долгие века мировоззрение, нравственные ценности этих народов, их психологию и модель поведения.

1.3. Зарубежный опыт развития этики бизнеса

В данной диссертационной работе мы рассмотрим англо-саксонскую, российскую, японскую и в следующей главе более подробно исламскую модель экономического поведения.

Англо-саксонская модель. Данная модель большей приверженностью к риску и меньшей подконтрольностью государству. Домашние хозяйства в данной модели поведения отличаются большей экономической индивидуальностью. Англо-саксонская модель придерживается традиций «протестантского капитализма». Характеризуется активным, ориентированным на прибыль финансовым мышлением, который выражается проявленным индивидуализмом, запретом на затрату времени, опорой на средний класс, необходимостью интенсивного труда, сбережением и приумножением средств.

В данной модели поведения человек должен прикладывать всю свои старания, усилия для того, чтобы выполнять свои ежедневные, в том числе профессиональные, обязанности. В связи с этим, зарабатывание денежных

средств в рамках законной предпринимательской деятельности результатом добродетели и призвания. В США розничные акционеры, принимающие на себя высокие риски составляет свыше 25%, средние риски - около 50%.[51]. Многолетпоказатель нормы сбережений населения в Великобритании и США был намного ниже, чем в Японии и Германии. Экономическое поведение населения в Германии характеризуется с одной стороны присущими элементами японской системы, такими как консерватизм и низкий показатель финансовых рисков, с другой стороны гибкостью, агрессивностью и изобретательностью. В германской или как еще называют континентальной модели государственное регулирование выше, чем в англосаксонской модели, социальные обязательства, финансируемые из бюджета выше, объем венчурного финансирования в свою очередь ниже.

Российская модель поведения имеет ряд характерных черт:

- Экономика России находится между западной и восточной цивилизацией и исполняет роль связующего звена. Экономика близка к восточному типу. Государство играет большую роль в управлении экономикой. Население склонно к государственному патернализму. Правовые нормы регулирует само государство.

- Церковь не формализирует мирскую жизнь, но благословляет ее.

- Задачи спасения являются первостепенными по сравнению с экономической самостоятельностью и свободой.

- Сильные коллективные настроения при слабой личной инициативе.

- История наложила свой отпечаток на неразвитость частной собственности, в частности на землю. Здесь преобладает финансовый капитал над промышленным.

В 90-е годы прошлого века для России была характерна англосаксонская модель поведения. Но в последующие годы, а именно в 1999-2000 годы анализ сверхконцентрированной структуры собственности, российской приватизации, международной практики развивающихся рынков говорит о том, что в России целесообразно существование смешанной модели

финансовой системы. Для смешанной модели характерны следующие черты: акцент на увеличение роли банковского кредита; подчиненная роль капитализации, расширение участия розничных клиентов, расширение рынка корпоративного контроля и т.д. Российская модель имеет много схожих черт с континентальной и японской моделью, например, таких как: стремление к социальной защите, склонность к иерархии, низкие показатели принимаемого риска. Большое влияние на экономическое поведение людей оказывало и оказывает православие. Церковь положительно относится к институтам рынка, однако считает, что предпринимательские интересы должны подчиняться принципам духовной жизни и задачам государства. Концепция максимизации прибыли с принятием рисков критикуется. Прогнозируется рост в российской модели поведения исламских элементов финансирования.

Характерные особенности японской модели поведения это: стремление к иерархии, традиция лояльности лицам, которые стоят на высшей ступени руководства и система пожизненного найма. К числу характеристик также относится: желание к продвижению по служебной лестнице не по горизонтали, а по вертикали, то есть внутри самой фирмы, низкое стремление к рискованным ситуациям и желанием быть опекаемым. Руководство японских компаний предпочитает интересы персонала, нежели интересы акционеров. Содержание понятия «корпорация-семья» подразумевает отказ от увольнения работников, сохранение оплаты труда работников даже в ущерб акционерам, возрастающие социальные выплаты, систему оплаты труда, которая увеличивается с возрастом сотрудника. Японская модель характеризуется выраженным коллективизмом, подчинением общественному, нежели индивидуальному, склонностью к самоограничениям, высокой нормой сбережений населения и высоким практицизмом.

Вернер Зомбарт считал, что соответствующими носителями капиталистических идей являются представители иудаизма, а сторонники

идей М. Вебера считали, что именно протестантизм способствовал развитию капитализма.

Следующая модель исследования –это исламская модель поведения. Исламская модель исходит из взаимосвязи этических и экономических сторон человеческого поведения. Поэтому исламскую концепцию определяют как возможность реализации исламских этических принципов и ценностных ориентиров в экономической жизни людей и общества. Ислам в сравнении с другими религиями играет большую мировоззренческую роль и представляет собой универсальный источник, с помощью которого можно регулировать быт, общественную жизнь, сбыт, производство, обмен, потребление, распределение и накопление. Такое многогранное регулирование экономической и хозяйственной жизни нормами, принципами, имеющими религиозную базу наиболее сильно, по нашему мнению, проявляется именно в исламской концепции. Например, для сравнения отметим, что православие не имеет прямого к хозяйственной деятельности людей, выражается в поиске духовности и противоборстве земному миру.

В исламской модели отдельно подчеркивается верховенство этических принципов перед имущественными, финансовыми, материальными положениями. Труд рассматривается как правильный источник обогащения и благосостояния, в отличие от ростовщичества, стяжательства и других грешных способов обогащения. Эта модель экономического поведения выступает за справедливое распределение всех материальных благ после уплаты налогов и выполнения обязательных, добровольных пожертвований. Данная модель также предусматривает:

- введение этических границ на использование ссудного процента в финансово-кредитной системе.

- мотивация организации непосредственного долевого участия каждого работника в результатах хозяйственной деятельности.

На исламских финансовых рынках существует запрет на взыскание заранее определенного процента и на спекуляцию, то есть азартные игры.

Запреты распространяются и на срочные сделки и на сделки без покрытия продаж. Поэтому современные фондовые биржи создают специальные сегменты для мусульманских компаний. Исламизация рынка способствует упрощению структуры банков, уменьшению иностранных инвестиций, поскольку исламские рынки относительно закрытые.

Основные этические принципы ислама приведены в следующей таблице 1.2.:

Таблица 1.2.

Основные этические принципы ислама

1.	Желать другим людям того, чего желаешь самому себе
2.	Быть таким каким выглядишь, и выглядеть таким какой ты есть на самом деле
	К старшим - с уважением, к младшим- с любовью
4.	Не искать недостатков у других, уметь прощать и быть великодушным
5.	Уметь сдерживать свой гнев
6.	Сторониться алчности и скупости, быть щедрым
7.	Не сходить никогда с праведного пути

Рассматривая влияние исламской этики на экономические отношения, мусульманские теоретики анализировали взаимосвязь между нормами ислама, его нравственными ценностями и представлением личности, его экономическим поведением. Результаты исследования выявили черты характера, формирующего личность, которая способна к развитию, действует здравым смыслом, имеет силу воли и предприимчива. В исламской модели поменялось отношение к трудовой деятельности, умение трудиться для себя, своей семьи и общества возводится исламом в категорию нравственного долга. Модернизация исламского мира приводит к социализации хо-

зяйственной деятельности. В системе ценностей мусульманского мира особо подчеркивается честность и ответственность, выделяется то, что производство должно быть направлено на достижение благосостояния людей.

ГЛАВА II. Современное состояние исламской концепции бизнеса

2.1. Анализ современных форм организации исламского бизнеса

«Ислам»- в переводе с арабского языка означает «Быть покорным Аллаху». Сегодня мусульманское население мира очень быстро растет, ожидается, что к 2050 году оно будет больше, чем христианское население планеты. К мусульманским странам относятся: Азербайджан, Киргизия, Казахстан, Туркмения, Афганистан, Пакистан, Бруней, Турция, Малайзия, Катар, Палестина, Йемен, Ирак, Иран, Ливан, Таджикистан, Кувейт, Мальдивы, Иордания, Бахрейн, Бангладеш, Узбекистан, Индонезия. Также к исламским странам относятся: Оман, Сирия, ОАЭ, Египет, Сомали, Джибути, Судан, Эритрея, Алжир, Танзания, Ливия, Тунис, Мали, Марокко, Сенегал, Чад, Нигерия, Западная Сахара, Сьерра Леоне, Гамбия, Саудовская Аравия, Эфиопия, Мавритания, Нигер, Гвинея-Бисау, Буркина-Фасо, Коморские острова, Гвинея.

В таблице 2.1.указаны 10 ведущих стран с абсолютной численностью мусульман:

Таблица 2.1.

№	Страна	Численность мусульман
1.	Индонезия	более 221 млн.
2.	Индия	более 177 млн
3.	Пакистан	более 176 млн
4.	Бангладеш	более 144 млн
5.	Нигерия	более 88 млн
6.	Египет	более 79 млн
7.	Иран	более 77 млн
8.	Турция	более 74 млн
9.	Эфиопия	более 46 млн
10.	Алжир	более 36 млн

Источник: www.ansar.ru/analytics

На сегодняшний день на земле проживает 7миллиарда 68 миллиона 607тысячи 554 человека, из них мусульманином являются- 1 миллиард 757 миллион 292 тысячи 623 человека. То есть каждый четвертый –мусульманин (24, 87%).

Больше всего мусульман проживает в Азии, составляет примерно- 1 млрд. 179 млн., затем идет Африка- более 518 млн, следом Европа- 50 млн, в Южной и Северной Америке- свыше 10 млн, в Австралии и Океании – 0,7 млн.В таблице 2.2. приведены данные, показывающие увеличение мусульманского населения земли к 2050 году:

Таблица 2.2. Прогноз развития мусульманского населения земли к 2050 году

Страна	Численность 2010 год	Численность 2050 год
Египет	84,5 млн	129, 5 млн
Судан	43, 2 млн	75,9 млн
Танзания	45,0 млн	109,5 млн
Эфиопия	85, 0 млн	173,8 млн
Алжир	35,4 млн	49, 6 млн
Тунис	10,4 млн	12,7 млн
Нигер	15,9 млн	58,2 млн
Нигерия	158, 3 млн	289,1 млн
Афганистан	29,1 млн	74,0 млн
Иран	75,1 млн	97,0 млн
Пакистан	184,8 млн	335,2 млн
Турция	75, 7 млн	97,4 млн
Бангладеш	164,4 млн	223, 5 млн
Индонезия	232,5 млн	288,1 млн
Малайзия	27,9 млн	39,7 млн

Источник: www.islam-today.ru/muslim-word

Рассмотрим в таблице 2.3. увеличение численности мусульман в пяти постсоветских странах и в Азербайджане

Таблица 2.3.

Увеличение численности мусульман в пяти постсоветских странах и в Азербайджане

Страна	Численность 2010 год	Численность 2050 год
Азербайджан	9,2 млн	10,6 млн
Казахстан	15,8 млн	17,9 млн
Киргизстан	1,7 млн	6,9 млн
Таджикистан	7,1 млн	11,1 млн
Туркменистан	5,2 млн	6,8 млн
Узбекистан	27,8 млн	36,4 млн

Источник: www.islam-today.ru/muslim-word

Таким образом, к 2050 году мусульманское население составит 29% населения всей планеты, это составит выше 2652, 5 млн. человек, для сравнения в 1950 году число мусульман составляло 17, 5%. Как видим исламская цивилизация увеличивается быстрыми темпами, но надо учитывать, что многие мусульмане не знают законов Ислама, Шариата, а некоторые даже не признают основные идеи исламской веры.

Рассмотрим исторические условия создания экономической культуры в исламском мире.

Завоевания арабов в XII- XIIIвеках многих стран и включение их в состав исламского Халифата сыграли важную связующую роль в экономической жизни этих стран. Это объединение способствовало всестороннему общению регионов, раскрыло безграничные возможности для деления опытом, способствовало развитию ремесла, торговли и земледелия на базе шариатской практики.

Наряду с этим стандартизация политической жизни способствовала увеличению традиций и стала дополнительным стимулом для

распространения экономических связей, при которых все страны Халифата вносили свой вклад в экономическую жизнь. Большое влияние на экономику стран Халифата оказал подъем торговых отношений, когда объемы торговых сделок во много раз превышали торговые операции, коммерческие сделки в средневековой Европе. Развивались различные корпоративные формы и виды организаций. Коммерсанты объединялись в ассоциации, похожи на гильдии, которые играли значительную роль в жизни своих членов. Коммерсанты, купцы, гордились своей принадлежностью к какой-либо корпорации. Члены ремесленных картелей исправно платили налоги, устанавливали равные для всех нормы и правила. Эти объединения жили своей культурной жизнью, с праздниками и молениями.

Находились специальные чиновники, которые назначались полицией и исполняли свои обязанности под присмотром судей (кади) и несли ответственность за выполнение торговых обязательств. Изначально их даже именовали «главами рынка». Затем их функции увеличились, и они стали называться мухтасибами. Мухтасибы были ответственны за расчет и обязаны поощрять за «хорошее» и удерживать от совершения «дурного». Они обязаны были наблюдать за соблюдением правил профессиональной этики и норм общественной морали. В их обязанности входило также контролировать правильность весов, чтобы защитить потребителей от обмана, а в неурожайное время от – противозаконного повышения цен.

В течении 80-х годов XXвека в среде мусульманских предпринимателей все большее распространение стала получать идея возвращения к раннеисламской практике хозяйствования. Многих деловых людей в этой практике привлекала ее нацеленность на кооперирование усилий, применение взаимного страхования хозяйственного риска. Опора на исламскую традицию составили основу мусульманского предпринимательства. Теоретическое обоснование самой традиционной исламской опоры стало основным элементом формирования восточной экономической культуры. В новой

экономической культуре воссоединились сила прошлого опыта предков и современные моральные и материальные ресурсы экономического роста.

Не случайно, при возрождении ислама упор делался на восстановление раннемусульманского партнерского бизнеса. Традиционно на Востоке товарищества всегда занимали более сильные позиции, чем индивидуальное предпринимательство. Наибольшую активность в организации современного исламского бизнеса проявляют те эмигранты из восточных стран, которым удалось ознакомиться с практикой западной рыночной экономики. В настоящее время в мусульманском мире Востока набирает силу то течение исламской мысли, представители которой целенаправленно занимаются разработкой проблем нравственного и материального существования людей в современных рыночных условиях. Они рассматривают этот процесс с точки зрения ролевых функций каждого участника рыночных отношений.

Правовыми источниками мусульманской морали являются божественные законы, формирующие моральные принципы и предпочтения. В советском законодательстве право определялось общественной моралью, тогда как в религиозном законодательстве - божественными законами. Учения об источниках исламского законодательства являются наиболее разработанными в науке права. Весь комплекс мусульманской юриспруденции сосредоточен в Шариате, в котором раскрыты светские и религиозные вопросы. Шариат охватывает весь спектр предписаний, которые закреплены Кораном и Сунной. Эти предписания формируют моральные ценности и нравственную совесть людей, а также являются источником норм, которые регулируют их поведение. Коран-это Священное писание, Сунна- жизненная практика Пророка Мухаммеда, своими поступками, действиями, изречениями разъясняющая Божественное откровение. Влияние этих источников на жизнь мусульманских народов очень велико и психологию, логику действий мусульманина необходимо рассматривать с учетом всех обстоятельств, под

влиянием которых развивалась личность человека и в этом аспекте главенствующая роль Корана и Сунны неоспорима.

В мусульманском мировоззрении ценностные установки Шариата указывают на то Шариат-это гибкая система, которая обращена к земным проблемам и вопросам бытия.

Основную часть шариата составляет мусульманское право, которое называется фикх. Фикх дает правовую оценку разрешаемым действиям (халяль) и запретным действиям (харам), одобряемым и порицаемым действиям: мунтахаб и макрух соответственно. Мы знаем, что целью любых законов, будь то светские или божественные, является регулирование взаимоотношений между гражданами общества и торжество справедливости. Законы шариата отличаются от вышеназванных законов тем, что их создал сам Аллах и закрепил в Коране и Сунне, они являются вечными и не подлежащими изменению. Шариат направлен на служение интересов человека и удовлетворение его мирских потребностей, некоторые из которых являются необходимыми, другие-не столь необходимыми, а третьи и вовсе излишними. Ислам направлен на поддержание и покровительство следующих 5 основных норм шариата:

1. Религии,
2. Жизни
3. Разума
4. Собственности
5. Продолжения рода

В шариате рассматриваются условия аренды, стандарты сельскохозяйственной деятельности, вопросы производства, взыскание налогов и т.д. Безусловно, европейская экономическая теория внесла свои важные коррективы в жизнь мусульманского общества, однако многие ее сферы, в том числе хозяйственная, остались под влиянием экономических норм шариата. Исламскую экономику нельзя рассматривать как отдельное

экономическое учение, как изолированную систему, она имеет свою характерную методологию и инструментарий. Мусульманская экономика считается частью общественного устройства, с установленными божественными законами, учением пророка Мухаммеда. Главные вопросы концепции мусульманской экономики это вопросы собственности, исламских банков, ссудного, заемного процента и ростовщичества, а также вопросы нахождения методов ликвидации экономической отсталости исламского общества и преодоления проблем бедности населения. Одна из особенностей мусульманской этики- это ее способность отделять хозяйственную деятельность деловых людей от преступлений и беззаконий. Известный мусульманский теолог Абу Хамид аль-Газали писал: «Исламский строй, если его точно воссоздать, обеспечит высший уровень жизни для людей». [Абу Хамид аль-Газали / Цит. по: Ислам: проблемы идеологии, права, политики и экономики. Сб. статей под ред. А.И. Ионовой. М., 1985]. Все экономические составляющие, такие как богатство, производство, деньги рассматриваются мусульманином через призму этических норм и моральных ориентиров ислама.

Комиссия по вопросам понятий и методологии исламской экономики выразила нижеследующие основные положения исламской хозяйственной модели:

- Бытие и имущество от Аллаха;
- Человек все делает, — с согласия Аллаха;
- Частная собственность, согласно исламской религии, не выходит за рамки законных способов присвоения, расходования средств и уплаты финансовых долгов;
- экономическая система в исламе больше сбалансирована социальной справедливостью. Экономический порядок в Исламе сочетает сбалансированность с социальной справедливостью [7].

Этический кодекс мусульманской этики формирует у деловых людей и тех, кто вовлечен в бизнес, отвращение от несправедливости, беззакония и

безнравственности. В исламской хозяйственной концепции все действия совершаются для общественного блага, а не для личной выгоды. Вновь созданное благо распределяется между членами общества по справедливости, то есть от вклада и усилий каждого из них в процесс производства данного блага. Ислам не только стимулирует человека работать и использовать приобретенные блага для нужд себя и своих родных, семьи, но также узаконивает тяготение к приобретению материального благополучия.

Право на частную собственность признается священным и неприкосновенным, а принципы ее передачи сформулированы божественными предписаниями. Увеличение богатства ради увеличения финансового состояния побуждает людей к греховным и противоправным действиям. Исламская религия же стимулирует стремление к увеличению богатства с целью получения преимущества над богатством и получения выгоды из него. Мы знаем, что основу производственного процесса составляют производственные факторы, к которым относятся: земля (люди должны правильно распоряжаться им и уметь получать выгоду), капитал (который может передаваться другому лицу по завещанию или наследству), труд (каждый член общества должен трудиться в силу своих возможностей, которыми наделил его Бог). Эти факторы распространяются на каждого верующего мусульманина в зависимости от его способностей.

Труд в исламской модели – неотъемлемая часть религии. Тот человек, который честно трудиться, зарабатывает свои трудом на жизнь достоин наивысшей похвалы. Результаты своего труда человек почувствует не только в этой, но и в будущей жизни, и ничто из его деяний не укроется от Аллаха (99:6-8).

«Однажды Пророка Мухаммеда спросили: «Какое из приобретений является самым наилучшим?» Пророк сказал: «То, что человек приобрел трудом рук своих, а также то, что принесла ему добрая торговля».

В Священном Коране слово «работа» упоминается в 360 аятах, а его синоним - ал-фи'ал – встречается еще в 109 стихах. Все

эти аятаи подчеркивают важность и необходимость труда. Поэтому Ислам часто называют «религией действия».[положения, взятые непосредственно из текста Корана, приведенные здесь взяты из работы. Р. Беккин Исламская экономика: право каждого - благо всех Ислам.Ру - Независимый Исламский Информационный Канал].

Всеобщая исламская декларация прав человека содержит в себе концептуальные основы исламской экономики, которая включает следующие права человека и общества:

- в своей экономической деятельности, каждый человек имеет право использовать природные богатства;
- каждый человек имеет право находить средства для существования в соответствии с законодательством;
- все люди имеют право собственности;
- малоимущие имеют право на получение закята;
- все имеющиеся средства производства используются для нужд всей общины.

Ислам не допускает деятельность монополий, запрещает ростовщичество, использование насильственных мер при заключении деловых сделок, распространение лживой, поддельной рекламы.

- в обществе допускаются все виды хозяйственной деятельности, если они не причиняют вреда обществу, не попирают законы, нормы и ценности ислама.

Вышеназванные постулаты отражают основу исламского бизнеса, в системе которой осуществляются взаимоотношения между субъектами экономической деятельности. Распределение материальных благ в мусульманской экономике осуществляется по специальному налоговому законодательству. В исламском обществе такие налоги на имущество как: харадж, закят, ушр. Эти налоги являются обязательными. Кроме них есть еще добровольное пожертвование малоимущим, называемое садака. В обязанности государства, конституция которого следует принципам шариата,

входят те же обязанности, что и в обязанности другого государства, которое занимается обеспечением национальной безопасности, устранением бедности, формированием условий для занятости людей и экономического подъема, устойчивости цен, созданием условий для социальной справедливости и равномерного распределения доходов государства. Исламская экономика отличается четкой социальной ориентацией. Исламская модель ведения бизнеса не оправдывает экономическое развитие, которое идет в разрез с процессом социальной справедливости, поскольку экономический рост является не целью, а средством. Исламская модель хозяйствования является эффективной в цивилизованном мусульманском мире. Развитие современной экономической интеграции способствует тому, что происходит сближение исламских и неисламских бизнес-систем.

Исламская модель хозяйствования признает право каждого человека на собственность, которую он приобрел законным путем или получил в качестве дара, а также по наследству. Коран не ставит различия между собственностью на потребительские товары, собственностью на средства производства и общественной собственностью, в которую входит государственная и кооперативная собственность. Но особое значение придается частной собственности. В то же время оговаривается необходимость прекращения злоупотребления правом частной собственности. Это относится к отказу от ссудного процента, которое называется «риба» и обязательная выплата налога «зьякат». Соблюдение этих предписаний ускорит приближение исламского общества к идеалу равенства. Коран дает понять собственникам имущества, что на самом деле они являются лишь временными пользователями тех благ, которых им даровал Аллах. Ислам не запрещает людям приобретать имущества, но призывает делать это законным способом. Каждый человек приходит в этот мир с абсолютно пустыми руками и уходит из жизни таким же образом. Единственным и абсолютным владельцем всего в мире является и остается Аллах, который передает право собственности другим людям во временное

пользование. Исламская религия богатством испытывает человека на объект его пристрастий и устремлений. И поэтому каждый владелец состояния понимает ценность богатства и стремиться относиться к нему как средству достижения милости Бога путем траты средств не только на себя, но и нуждающимся. Неприкосновенность частной собственности носит в Священном Коране двоякий характер: с одной стороны гарантирует право на частную собственность, с другой стороны- дает обществу возможность использовать часть этой собственности. Государство, управляемое законами шариата, изымает часть из актива собственника и разделяет ее между малообеспеченными группами населения. Как мы уже знаем, ислам поощряет людей к приумножению своего состояния, и тем самым способствует росту производства. Однако, увеличение капитала возможно лишь в пределах, не попирающих социальную справедливость, не наносящих вред этическим нормам, нравственности. Если происходит обогащение немногих людей, а бедными становятся многие, то это разлагает общество, увеличивается зависть, возникает недоверие и другие порочные помыслы. Поэтому деловая этика мусульманина не позволяет ему в погоне за прибылью игнорировать интересы общества и нравственность. Основная цель деятельности человека –это приобретение мирских и божественных благ. Каждый мусульманин, будь то производитель или потребитель старается приумножить блага этого мира, для того чтобы получить блага духовной жизни. Именно нормы религиозной морали определяют их экономическую активность. Теория фирмы исламской экономики включает в себя следующие правила этики:

- максимальное увеличение социальной полезности интересов общества; (Это означает, что общественная выгода должна превалировать над частным интересом, особую роль играет взаимная помощь, особенно в экстренных случаях)

- цель деятельности фирмы должна сопоставляться с шариатом;

Очевидно, что структура различных отраслей экономики разных стран в

целом имеет сходства и это не зависит от религии в данной стране. Исламская модель экономики расценивает производство как процесс, ведущий к достижению целей, которые в свою очередь не противоречат шариату. Например, сельское хозяйство не должно заниматься свиноводством, а легкая промышленность-производить одежду, не соответствующую критериям скромности и сдержанности.

- в управлении принимается двойной контроль: божественный-опирается на внутреннюю веру и внешний-со стороны проверяющих органов;

- запрет нанесения ущерба другим людям и минимизирование общественных потерь;

Исламская фирма характеризуется соблюдением в своей деятельности этических правил шариата, стремлением удовлетворить основные потребности общества путем минимизации затрат и введения приемлемых цен. Фирма в исламской экономике стремится к получению прибыли в честной конкурентной борьбе, без применения лжи и мошенничества.

Руководитель фирмы может назначать более высокую зарплату при сопоставлении с уровнем заработной платы на рынке труда, осуществляет социальные программы, разрабатывает программы корпоративной социальной ответственности. Основные формы ведения бизнеса в исламе: мушарака, бей-салим, мудараба, истисна и другие принципы, освобожденные от гарара, рибы и мейсира.

Основная форма исламского предпринимательства- это мушарака, которая основывается на принципе осуществления совместной деятельности, в которой и прибыли и убытки распределяются пропорционально вложенному капиталу. Мы знаем, что согласно теории Ч.Р.Дарвина, основным двигателем эволюции является соперничество и борьба, и как следствие выживание сильнейших. Однако современные исследователи опровергают данную теорию и склоняются в пользу принципа «2К». Идея «2К» была впервые сформулирована в начале XXвека П.А.Кропоткиным, и

означает, что сообщество животных и людей движет вперед общение и сотрудничество.[28] В предпринимательстве применяется принцип «2К», приоритет коммуникации и кооперации при осуществлении деловых операций. Купеческие союзы, которые занимались и непосредственно торговлей и выдачей кредита возникали во многих мусульманских странах, таких как Сирия, Египет и др. Эти коммерческие объединения действовали на основе мушарака. Участники коммерческого объединения составляли договор, согласно которому каждый знал свою долю прибыли и убытков. Основы коммерческого партнерства, практиковавшиеся у мусульман детально изучены в работах по фикху. В средние века в исламском мире большое распространение имели долговые обязательства, такие как векселя. Кредитные и финансовые сделки заключались с соблюдением требований шариата и заверялись свидетелями. Нормы организации исламского бизнеса классифицируются по трем показателям:

1. Принцип непосредственного финансового участия
2. Принцип участия в прибылях и убытках деятельности
3. Принцип участия в доле окончательной продукции
4. Принцип косвенного финансового участия
5. Принцип торговой наценки
6. Принцип лизинга и предварительной покупки
7. Принцип участия на условиях благотворительности

Мушарака как основная форма организации исламского бизнеса реализуется с помощью соглашения, который отвечает интересам каждого партнера и является справедливым контрактом. Мушарака применяется также при заключении контракта о совместной деятельности между банками, компаниями, холдингами, корпорациями. Непосредственное управление деятельностью мушарака осуществляется одной стороной или двумя совместно. Договора по типу мушарака допускают определенные требования в финансирование. Условия финансирования зависят от целей

договаривающихся сторон, от характера распределения капитала и порядка исполнения контракта. Партнеры, заключившие контракт не обязательно, чтобы были мусульманами. Инвестируемые в систему мушарака средства должны быть высоко реализуемыми, то есть ликвидными, их происхождение, размер и принадлежность известны всем, с тем, чтобы предотвратить споры и конфликты, возникающие при ликвидации бизнеса и перераспределении прибыли. Неликвидная собственность должна иметь свою цену. Деньги партнеров содержатся на совместном счету в банке. Вместе с тем разграничиваются личные счета компаньонов с долями, которые образуют складочный капитал совместного предприятия. Прибыль каждого отдельного партнера устанавливается как количественно, так и в процентном отношении. Прибыль—это та часть, которая подлежит распределению и остается после вычета расходов, направленных на реализацию проекта. При определении прибыли при мушараке исполнитель проекта руководствуется внутренней нравственностью, отражает не скрывая финансовый результат деятельности. В то же время внутренняя мораль каждого участника проекта преклоняться божественным законам, требующим быть честным, великодушным, справедливым к своему ближнему. Основу договора о мушараке составляет – ручательство и доверие. Каждый участник имеет право пользоваться общими средствами. Контракт по мушараку аннулируется, если один партнер против сделки.

Деловое партнерство имеет следующие разновидности:

1. Муфавада;
2. Инан;
3. Вуджух;
4. Амаль; [27]

Рассмотрим каждую разновидность в отдельности.

1. По форме организации муфавада—это есть товарищество с неограниченной ответственностью, Муфавада предусматривает страхование

хозяйственного риска и оказание услуг посреднического характера. Участники данной формы организации имеют одинаковые доли в ее капитале, а прибыль распределяется между ними поровну.

2. Инан представляет собой общество с ограниченной ответственностью, участники которого вложили в дело различную сумму капитала и несут ответственность за ведение бизнеса. Каждый член инана получает разную прибыль, которая заранее определяется договором. Партнеры не превышают свои полномочия, если они не предусмотрены договором.

3. Следующая форма организации бизнеса-вуджух, которое представляет собой соглашение о выдаче кредита. Согласно вуджуху, компаньоны получают кредит на беспроцентной основе и действуют сообща. Прибыль оговаривается предварительно, убытки распределяются между каждым участником на сумму применяемой доли кредита.

4. Партнерство, которое предполагает непосредственное (физическое и интеллектуальное) участие членов без вложения, привлечения капитала называется амаль. Эта совместная деятельность исключает концентрацию капитала партнеров и выступает за объединение личных усилий участников партнерства. Прибыль амалья распределяется между участниками в соответствии с договором о вкладе отдельного участника в общее дело.

Мушарака используется в исламском банкинге и подразумевает совместное предприятие, куда инвесторы осуществляют свои вклады, прибыль и убытки распределяются между ними в соответствии с вложенным паем каждого участника.

Мудараба также как и мушарака является совместным долевым предприятием, главное отличие в том, что одним из инвесторов здесь выступает исламский банк. В отличии от мушарака, где все инвесторы инвестируют финансовые средства, в мударабе финансовые средства вкладывает только исламский банк, другие инвесторы – только свои знания, способности и труд.

Таким образом, мы пришли к выводу, что фирма-основной институт рынка, который не ограничивается прибылью, а служит обществу участвуя в благотворительных, культурных и общественных проектах.

2.2. Нормы исламской деловой этики

Все принципы осуществления этичного бизнеса согласно исламской модели поведения делятся на недопустимые «харам», то есть запретные действия и разрешенные и желательные действия - «ха-ляль».

Современное правоведение мусульман оценивает дозволенность или правильность разного вида бизнеса 2 критериями. Первый критерий связан с жизнью самого бизнесмена, с тем, как часто он руководствуется в своей жизни предписаниями сунны и Корана. Второй критерий связан с тем, насколько жизнь самого Пророка Мухаммеда является идеалом для подражания в деятельности предпринимателя. Любая хозяйственная деятельность считается законной, если она не входит в противоречие с Кораном и сунной. Противоречие может возникнуть в том случае, если деятельность бизнесмена наносит вред одному из субъектов взаимоотношений. Такое положение возможно при ростовщичестве, обмане, спекуляции, мошенничестве, при игре на неопределенности.

В Священном Коране подчеркивается необходимость каждого дееспособного человека заниматься полезным трудом, направленным на процветание как общества в целом, так и каждого члена в отдельности. Коран не только оговаривает необходимость трудовой деятельности, но призывает к правильному и этичному поведению в данной хозяйственной деятельности.

Рассмотрим основные принципы этичного, нравственного бизнеса:

1. Свобода деятельности предпринимателей при заключении договоров
2. Главенство законов
3. Соблюдение справедливости в бизнесе

4. Этичное взаимоотношение управляющих с управляемыми
5. Благотворительность, милосердие.

Основным фактором экономического прогресса считается свобода предпринимательства. Положение равенства всех людей перед Всевышним в хозяйственной деятельности трактуется как равные экономические возможности для каждого субъекта и свободная конкурентная среда. И предприниматель и наемный работник являются равноправным участником рыночных отношений. Деловой человек свободен в выборе сферы деятельности, за исключением запрещенных шариатом сфер. Исламская модель хозяйствования предполагает соблюдение справедливого обмена, свободного заключения деловых контрактов, необходимость четкого выполнения договоров, готовность и желание сторон идти на компромисс, порядочность, честность (наличие правдивой информации о качестве товара) и другие. Согласно исламу, демпинг, спекуляция, монополия запрещены. Соблюдение вышеперечисленных норм возможно только при деятельности на рынке равноправных, ответственных, информированных и свободных лиц.

Согласно Корану запрещается незаконное вторжение, вмешательство в чужую собственность. Истинному мусульманину не разрешается использовать чужую вещь без разрешения ее владельца. Пророк Мухаммед неприкосновенность имущества ставил в один ряд с неприкосновенностью чести и даже жизни. В Коране рассмотрены правила проведения торговли, все товары для международной коммерции получили разрешение, за исключением тех, которые приносят вред здоровью населения. Согласно исламу каждый человек должен придерживаться этических норм в независимости от вида и масштаба бизнеса и действий своих конкурентов. Исламская модель поведения призывает деловых людей вкладывать свой капитал в дело, приносящее законную прибыль и способствующая улучшению благосостояния общества. Сделки в бизнесе считаются действительными, если существует взаимная договоренность, которая не ущемляет ничьих прав и свобод. Сделка признается недействительной,

заключение договора происходило под давлением, с использованием мошенничества и умышленного обмана одной из сторон. Характер сделки должен быть честным и открытым. То есть при заключении сделки нельзя использовать элементы двусмысленности, которые могут быть истолкованы каждой из сторон в собственных интересах. Для пресечения подобных путей обмана и зарождения спорных ситуаций, Коран определяет условия заключения сделок, которые фиксируются письменно и при наличии свидетелей. Такой подход особенно оправдан в настоящее время, когда увеличиваются экономические преступления и поведение бизнесменов носит агрессивный, нечестный характер. Особенное значение имеет заключение трудового договора, в котором четко оговариваются период и характер работы, уровень заработной платы, для избегания угроз и неправомерных действий со стороны работодателя по отношению к наемному работнику. Священный Коран предостерегает от подделки документов, ложных обвинений. Принцип экономической свободы проявляется также при определении уровня зарплаты для работника на основе его личных качеств, уровня профессионализма и согласия между работником и работодателем. Зарплата работнику должна выплачиваться вовремя и в полной мере. В Коране указывается на то, что в зависимости от объема и качества выполненной работы работников необходимо вознаграждать, то есть дифференцированная система заработной платы способствует стимулированию работника к улучшению производительности труда и предотвращению потери рабочего времени. Работник в свою очередь должен стараться стать высококвалифицированным специалистом в своей сфере и компетентно выполнять свои обязанности. При проведении отбора кандидатов на новую вакантную должность необходимо учитывать профессионализм и заслуги кандидата, а не руководствоваться личными связями или взятками. Необходимо создание равноправных условий всем кандидатам для выявления лучшего компетентного работника. Таким образом, свобода в бизнесе- это прежде всего право на частную

собственность, равноправные отношения участников рынка, взаимная договоренность при заключении сделок, то есть наличие обоюдного желания, правильность и честность оформления соглашений.

Справедливость - это стержень мусульманских предписаний. В исламской религии люди различаются не по социальному, социальному признаку или имущественному положению, а по тому, кто больше привержен вере. Справедливость в бизнесе проявляется в следующем:

- в выполнении условий договора и данных устных обещаниях;
- в добросовестном исполнении обязанностей и справедливом вознаграждении труда;
- в точности количественных и качественных особенностей товара при продаже;
- в честности взаимоотношений;
- компетентности в работе;
- проверке деловой информации на правдивость.

В исламской деловой этике большое значение уделяется выполнению условий договора. Не разрешается нарушение условий соглашений, даже в случае появления сомнений о нарушении второй стороной условий договора. В случае если подобная ситуация возникнет, необходимо предупредить заранее компаньона о своем решении об аннулировании контракта. То есть необходимо быть справедливым в деловых соглашениях, даже в случае расторжения сделки. Как известно, для каждого предпринимателя имеет большое значение доверие клиента. Ведь для создания хорошей репутации и поддержания своего брэнда идут годы и огромные средства, поэтому мусульманин должен стараться, чтобы его брэнд был создан не одной рекламой, а стал отражением усилий его честной деятельности, потому что ислам велит быть искренним и правдивым как на словах, так и в деле, в бизнесе.

Одним из главных принципов исламской модели поведения является то, что все действия считаются разрешенными, если они не относятся к действиям, запрещенным шариатом. Критерием выбора того или иного вида

бизнеса для предпринимателя является законность бизнеса с позиции шариата. Если же человек не имеет возможности заниматься законным по шариату бизнесом, и эта работа является для него единственной возможностью заработать средства к существованию, то это не считается греховным, эта деятельность ему прощается, только при условии что он не прекращает искать законный способ зарабатывания денег. Шариат запрещает торговлю некоторых видов услуг и товаров, таких как:

- свинина и продукты, содержащих в составе свинину;
- напитки, содержащие алкоголь, табачные изделия, токсические и наркотические вещества;
- траффик, проституция
- все что несет вред обществу, людям и исламской религии.

Бартерные сделки по исламу должны исключать неравноценный обмен, иначе это может стать причиной рыбы. Рыба означает незаконный прирост прибыли. Показателен пример Пророка Мухаммеда, когда он приказал помощнику Билалу, который хотел обменять 2 коробки плохих фиников на 1 коробку хороших фиников, сперва продать некачественные финики, а затем на полученные от продажи деньги приобрести хорошие финики. Данный пример демонстрирует роль денег как средства обмена и меры стоимости. Реализация в кредит не должна влиять на цену, которая установлена в соглашении. При устном соглашении договор остается действительным, даже если при соглашении отсутствовали свидетели и не был определен залог.

Мягкость, деликатность и тактичность составляют основу крепких взаимоотношений и являются фундаментом здорового рабочего климата в коллективе. Коран призывает быть внимательным и вежливым при обращении к другим людям, оставаться учтивым даже в конфликтной ситуации, споре. Руководителю не разрешается без оснований продлевать рабочий день, устанавливать подчиненным дополнительные обязанности, которые не были обговорены изначально в трудовом договоре. Напротив он должен помогать каждому кто в затруднительном положении, сформировать

сплоченную команду для решения возникающих проблем. Руководитель компании должен уметь разрешать конфликты и споры, зарождающиеся в коллективе. Пророк говорил: «Мусульмане имеют право урегулировать конфликт при обоюдном согласии сторон, если при этом они не запрещают то, что дозволено, и не разрешают то, что запрещено. Мусульмане должны выполнять условия соглашений, если только эти условия не запрещают то, что дозволено, и не разрешают то, что запрещено»[28, 21].

Мусульманин должен уметь прощать и понимать чужие ошибки, не оскорблять другого в деловом конфликте, тем самым приобретать себе друга в лице ярого оппонента. Он также должен быть снисходительным в общении снуждающимися и даже если не может оказать им материальную помощь, его добрый совет и моральная поддержка являются долгом. Оказание материальной помощи при болезни, при непредвиденных несчастных случаях, предоставление социальной защиты, защита прав и свобод работников является прямой обязанностью работодателя. Исламская религия выступает за социально ответственный бизнес, который содействует развитию образования, нравственности и культуры общества.

Благотворительность в исламской модели поведения представляется в четырех направлениях. Первое направление включает оказание добровольной помощи в виде пожертвований. Непринужденная беспроцентная оплата долга – второе направление исламской благотворительности. Третьим направлением является обязательная выплата определенного процента от годового дохода предпринимателя, которая называется закят. И четвертое, самый лучший вид благотворительности – вечное пожертвование, называемое вакфом.

Закят оказывает большую социальную пользу. Благодаря закяту возможно избежание значимой поляризации общества. Эти обязательные выплаты снижают напряжение в обществе и способствуют формированию здорового психологического климата с помощью заботы о каждом участнике общества. Например, люди с малым достатком, нетрудоспособные имеют

средство удовлетворять свои насущные потребности и это избавляет их от унижении просить о подаении у других. Посредством закята выделяются деньги на военные потребности, на распространение исламских идей и ценностей среди сомневающихся мусульман, которые еще не являются истинными магометанами. Одна из важных преимуществ зяката состоит в его стимулировании предпринимательской деятельности путем инвестирования в экономику выведенных из оборота денежных средств.

Вообще, благотворительность, щедрость является одним из основных моментов в исламе. Доказательством особо важной значимости благотворительности в исламской религии служит тот факт, что целый ряд аятов Священного Корана упоминает это понятие. Под благотворительностью в исламе понимается не только поддержка нуждающихся, а все то, что может сделать человек для блага других людей. Хадис Пророка Мухаммеда гласит, казалось бы такие «мелочи», как улыбка другому незнакомому человеку, чистка колючек с дороги являются истинными благотворительными делами. Истинный мусульманин не должен хранить все для себя, а должен быть щедрым и делиться с ближними, нуждающимися. Гостеприимство и щедрость считаются наиболее ценными чертами мусульманина.

2.3. Характеристика качеств мусульманина -бизнесмена

Бизнесмен-мусульманин для проведения успешной бизнес деятельности должен иметь те же предпринимательские качества, что и представители других культур. К основным качествам удачливого предпринимателя относятся: предприимчивость, инициатива, быстрота принятия решений, гибкость, рационализм при оценке обстановки, способность к прогнозированию бизнес ситуаций, основательность при составлении планов, маневренность при реализации своих идей. Предпринимателя мусульманин отличается от предпринимателя западного мира уклонением от риска, западный предприниматель нацелен на успех и готов к риску. Бизнесмен- мусульманин

отдает предпочтение кооперированию усилий для совместного блага партнеров. Исламская этика не приемлет неоправданного риска, осуждает сделки с изначальной неопределенностью результатов для деловых партнеров. В мусульманском идеале бизнесмен должен иметь следующие моральные качества: честность, верность принятым обязательствам, бережливость, ответственность, доверие и т.д. Выдающийся российский исламовед конца XIX века Н.Н.Торнау указывал о влиянии исламской этики на становление личных качеств мусульманина: «Мусульманин, не исполняющий в полной точности внешние обряды религии, считается неблагонадежным, неблагочестивым лицом; он через это лишается в среде своих соверователей доверия...». [28,10] Деловая репутация, имидж бизнес партнера определяется степенью соблюдения канонов веры, удалением от всего недозволенного и запретного исламом как в бизнесе, так в быту, и в целом в общественной жизни. Согласно принципам ислама, если человек стремится к достойной жизни, он должен делать это честным путем, то есть упорным трудом и возвышенной нравственностью. К материальному благосостоянию предприниматель должен идти через духовное равновесие. В исламе высоко ценятся: честность в делах, правдивость, трудолюбие, уважение к правам свободам других людей, милосердие, ограниченность в личных потребностях. Одна из основных заповедей исламской религии: нельзя завидовать своему ближнему, если он преуспел в делах. Зависть- один из плохих пороков, который делает людей жалкими, подтачивает их души, забирает веру в справедливость Аллаха.

Вне зависимости от вида бизнеса каждый предприниматель должен следовать нравственным принципам и этике поведения. Верующий человек должен измерять свою внутреннюю мораль и поведение с божественными предписаниями, осознавать ответственность за каждый поступок. Несмотря на то, что разрешенный бизнес считается составной частью служения Аллаху, религиозные обязанности устанавливаются выше всего и подлежат обязательному выполнению. В Коране говорится, что во время часа молитвы

мусульманин должен оставить все свои дела и полностью отдался общению с Аллахом. Это время отрешения бизнесмена от преходящего мира и осмысления своей всецелой зависимости от Творца. По окончании молитвы каждый снова приступает к своим делам и обязанностям и желая обрести милость Творца, бизнесмен-мусульманин ищет лучшие пути претворения своих способностей. Многие исследователи ставят под сомнение возможность участия деловых людей в бизнесе, в общественной жизни общества с одновременным соблюдением всех строгих предписаний и многочисленных обрядов мусульманина. Однако, соблюдение исламских традиций не является ограничением, напротив, жизнь согласно нормам ислама дает человеку внутреннюю силу и большие возможности: правильно оценивать перспективу процессов, ориентироваться в расстановке ориентиров в личных и общественных делах. Энергия созидания, трудовая этика, опора на собственные возможности- это все то, что поможет преуспеть в жизни и этому учит ислам.

Мусульманин-предприниматель определяет ценность результатов своих действий по принесенной обществу пользе, а не по полученной выгоде. Священный Коран не осуждает материальное благополучие, не осуждает богатство, но призывает добиваться его соблюдая предписания Творца, помнить о высших целях человеческой жизни. В главной книге знаний, предписаний для мусульманина «Книге мудрости», посланной человечеству – Священном Коране – изъясняются также земные термины, касающиеся весов и меры, оплаты труда, предоставления займа, прибыли и убытков, мошенничества, купли и продажи. Эти данные подчеркивают важность верных и гармонических взаимоотношений между людьми для создания справедливого общества. Эти отношения являются неотъемлемой частью поклонения человека Всевышнему. Известный исследователь- востоковед Чарльз Торрей описывая взаимосвязь между Аллахом и человеком в своей исследовательской работе пишет, что отношения человека с Богом сходны с коммерческой деятельностью. Аллах является идеальным собственником и

он владелец всего во Вселенной. Если человек хорошо работает, выполняет все его предписания, то получает от Создателя свою плату уже в этой жизни. Некоторые ошибки человека Аллах прощает, он не жесткий кредитор. Неверующий, пишет Ч.Торрей, отклонил соглашение с Творцом, и в результате – он банкрот. Верующий и неверующий человек в конце мироздания получают свою заслуженную награду. Современные отечественные бизнесмены все чаще обращаются к традициям, заложенным в культуре и ценностям, нашедшим отражение в исламской религии. Такие качества отечественных деловых людей, как трудолюбие, добросовестность, выполнение обязанностей, честность будут способствовать созданию крепких, доверительных и стабильных взаимоотношений в развитии нравственного бизнеса.

ГЛАВА III. Совершенствование механизмов внедрения этических норм исламского бизнеса в современный отечественный бизнес

3.1. Развитие национальной модели предпринимательства

Развитие национальной модели предпринимательства должно происходить системно с одновременным развитием социальной, экономической, культурной, политической подсистемы. Соответственно этому этические ценности и ориентиры, которые характерны современному отечественному бизнесу, должны совершенствоваться. На сегодняшний день они представляют собой объединение стереотипов поведения, наследовавшихся нами из прошлой авторитарной экономики, заимствований из деловой культуры Запада и возрождающихся исламских традиций и норм поведения. Отечественные исследователи обосновывают невозможность строительства новой модели бизнеса на основе лишь религиозных представлений об этичности, нравственности этого бизнеса. Государство обязано создавать не только целостную систему законов и положений, определяющих деятельность деловых людей, но и анализировать состояние этики предпринимательства. Реформирование экономики для дальнейшего ее развития предусматривает и реформирование морали в обществе. Несоблюдение условий соглашений, низкое качество предлагаемых товаров и услуг оказывает негативное влияние на деловую репутацию бизнесмена и способствует его вытеснению с рынка. Поэтому основной задачей, стоящей перед государством, по мнению ученых и специалистов бизнеса, является изменение менталитета людей, развитие бизнеса, основанного на этических, нравственных принципах и формирование нового поколения деловых людей, идущих на сознательный «оправданный риск» несущих ответственность за принимаемые решения.

Современные тенденции развития отечественного бизнеса указывают на два противоречивых процесса. С одной стороны предпринимательская среда развивает формы отношений, принятые в современном мире: обязательность,

ответственность, нравственность и т.д. С другой стороны, из-за отсутствия гарантии неизменности законодательства в сфере предпринимательства, присутствия недоброжелательности со стороны определенных слоев общества, деловые люди вынуждены работать по правилам, которые отличаются от правил цивилизованного предпринимательства. Однозначно, что бизнес должен следовать этическим принципам и быть моральным. Поскольку, только моральный бизнес может приносить большую прибыль. Если предприниматель работает на перспективу, то он должен стремиться к тому, чтобы и его партнеры соблюдали моральные нормы.

Одним из важных моментов развития этического бизнеса является соблюдение предпринимателями правовых норм. Либерализация экономики, уменьшение административного контроля, интеграция отечественной экономики в международное хозяйственное сообщество привели к появлению значительных внешних и внутренних злоупотреблений в бизнесе. Большинство предпринимателей соблюдают законы, но во многих случаях фактически стремятся обходить их. Особенно широкое распространение это нашло в сфере уплаты налогов и сборов. Возможности для такого уклонения возникают из-за несовершенства и противоречивости хозяйственного законодательства. Предприниматель оправдывает свои собственные нарушения невозможностью соблюдать противоречивые законодательные положения. Кроме того, предприниматели не рассматривают судебные, арбитражные органы как эффективные средства регулирования конфликтных ситуаций. В эти органы они обращаются редко из-за того, что постановления этих органов выполняются с задержками, а иногда и не выполняются и вовсе.

Из-за отсутствия действенного законодательства и государственного контроля письменные контракты между компаньонами фактически теряют силу и легко нарушаются при первом же случае. Все это приводит к усилению значения неформальных хозяйственных отношений. Большое значение приобретают личные связи, обмен личными и деловыми услугами. И как следствие, большая часть экономики становится невидимой для

контроля государством и общественного мнения. Неформальные отношения принуждают предпринимателей предъявлять к партнерам свои требования, относящиеся к порядочности и обязательности. Они понимают, что нарушение деловых контрактов будет серьезным аргументом, повышающим степень неопределенности и риска в бизнесе. Помимо этого подрыв доверия из-за периодического невыполнения соглашений, приводит к излишним издержкам на получение информации о надежности и ответственности партнера. Особую практическую этическую значимость имеет благотворительная деятельность предпринимателей. Термин «благотворительность» у людей ассоциируется с милосердием, состраданием, добровольной безвозмездной помощью нуждающимся в ней людям. Существуют различные точки зрения о том, на что должна быть ориентирована современная отечественная благотворительность: на западный опыт или на исламские традиции? На наш взгляд, лучше совместить исламские ценности с лучшими традициями западной практики, учитывая ментальные особенности народа. Мы также не считаем правильным относить спонсорство к благотворительной деятельности. Спонсорство имеет коммерческую природу и является составной частью маркетинговой политики фирмы. Оно формирует образ компании ее корпоративную идеологию. В отличие от спонсорства благотворительность- это интимное, личное дело, которое совершается для себя, а не для публики. Стремление по собственному желанию к социально-ответственному поведению способствует формированию нравственных основ в мире бизнеса. Азербайджанские предприниматели всегда славились своей филантропической деятельностью. Миллионеры-благотворители: Ага Муса Нагиев, Ашурбейова Набат Ходжа кызы, ГаджыЗейналабдин Тагиев, Муртуза Мухтаров, Хаджи Хаджи ага Дадашев, ШамсиАсадуллаев, Ага ЮсифДадашев и многие другие заложили нормы и принципы меценатства в Азербайджане. Несмотря на богатые традиции способствовать росту благотворительности в стране, существуют определенные препятствия для нее на законодательном уровне.

Одним из сдерживающих причин развития благотворительности являются ограниченные стимулы для оказания благотворительности. Низкий интерес местного бизнеса к благотворительности обусловлен также отсутствием налоговых льгот, которые бы способствовали ее развитию. На физические и юридические лица не распространяются никакие льготы по грантам и пожертвованиям, переданным или нуждающимся им благотворительным организациям. Вместе с тем в последние годы институт благотворительности, меценатства стал активно развиваться в Азербайджане. По данным международной благотворительной организации «CharitiesAidFoundation» Азербайджан на сегодняшний день занимает 67-ое место среди 150 государств в мировом рейтинге по благотворительности. [45].

Современные азербайджанские бизнесмены, такие как Арас Агаларов, Фархад Ахмедов, Мубариз Мансимов и другие продолжают развивать традиции меценатства в Азербайджане.

3.2. Внедрение этических кодексов поведения на предприятиях

Этический кодекс представляет собой свод правил и стандартов поведения, которого придерживаются все члены группы. С помощью этических кодексов определяются единые для всех стандарты отношений в совместной бизнес деятельности. Первыми кодексами, включающими в себя совокупность общечеловеческих ценностей являлись своды религиозных правил, например 10 Заповедей Ветхого Завета. Первым профессиональным этическим кодексом- кодексом для врачей- можно считать клятву Гиппократов. Этические кодексы подразделяются на три вида: профессиональные, корпоративные и организационные. Недостаточность универсальных норм для регулирования поведения людей в конкретных, специфических ситуациях привела к потребности в использовании частных кодексов, например, кодексы профессий, учреждений, объединений. Частные

кодексы конкретизируют общие этические принципы применительно к характерным особенностям деятельности. Кодекс- это конвенция, соглашение, которое договаривающиеся члены группы обязуются выполнять, порядок самоорганизации бизнес сообщества, улучшающий его престиж, статус и профессионализм. Разработка и принятие этического кодекса формирует более благоприятную социальную и моральную среду в коллективе. Основная цель кодекса- добиться более слаженной, контролируемой и предсказуемой деятельности договаривающихся сторон.

В случае несоблюдения положений кодекса предусматриваются санкции за невыполнение правил. В современных крупных корпорациях этические кодексы как обязательные для всех нормы, правила поведения, цели и ценности становятся главным инструментом согласования поведения работников. В этическом кодексе компании записаны те нормы поведения сотрудников в различных ситуациях, которые не прописаны в других документах, например, в Трудовом кодексе или в должностных инструкциях. Широкое зарождение профессиональных кодексов в Европе было связано со стремлением повысить ответственность за итоги профессиональной деятельности, доверием к профессионалам и их престижем. С помощью кодекса профессиональная группа боролась против недобросовестной конкуренции. Профессионалы владели секретами умения, которые обычно передавались внутри семейного клана. Ремесленники, испортившие репутацию цеха, исключались из него. Интересен устав стокгольмских сапожников, который предусматривал взыскание за каждую дырку в сапоге. Устав группы запрещал работать в цеху ночью, брать в подмастерья людей со стороны, в одно и то же время работать на несколько подрядчиков. Каждое изготовленное изделие имело клеймо мастера, и это означало личную ответственность мастера за качество производимого товара. Цеховой кодекс исключал обман между коллегами, кражу инструментов, нечестную конкуренцию, унижения и оскорбления. Члены группы с помощью кодексов

выступали нечестной конкуренции. Кодексы способствовали самосохранению трудового коллектива и позволяли отличать своих людей от чужаков.

Современный вид кодекса зародился в США в начале XX века. Первоначально они были в форме коротких формулировок основных идей. С начала 1950 –х годов начинается новый этап развития кодексов, когда в них стали включать положения антимонопольных законов США, которые запрещали фирмам идти на сговор с конкурентами. Массовая разработка этических кодексов в развитых странах приходится к 80-ым годам XX века. Целью этих кодексов является выработка правил, обязательных для соблюдения работниками компании. Особенность этических кодексов состоит в том, что они принимаются коллективом на добровольной основе и разрешают вопросы, связанные с профессиональной ответственностью, соблюдением принятых ценностей и норм, а также поясняют какое поведение является правильным, этичным, а какое - нет. Корпоративный этический кодекс считают «визитной карточкой» компании, ведущей к усилению корпоративной идентичности. Репутационная составляющая кодекса состоит в показе прозрачности компании, что способствует выработке доверия к фирме со стороны внешнего окружения. Благодаря наличию этических кодексов снижается риск совершения нарушений в компании, а в большинстве случаев предотвращается их появление полностью. Наличие кодекса повышает деловую репутацию компании как надежного партнера, повышает ее инвестиционную привлекательность для иностранных партнеров. Таким образом наличие у компании корпоративного кодекса – это общемировой образец ведения бизнеса. Одна из основных задач этического кодекса- создание благоприятных условий труда, комфортного психологического климата в организации. Этический кодекс способствует сплочению всех членов коллектива, формированию корпоративной культуры. Сотрудник, усвоивший законы фирмы лучше разбирается в сложных ситуациях на работе, а новичку легче адаптироваться в коллектив, так как он уже знает, что от него ждут. Согласно кодексу

договаривающиеся стороны добровольно принимают на себя обязательства, которые отражают реальные ценности и моральные стандарты, распространяемые от руководителей к подчиненным. Сотрудники, ориентируясь на эти стандарты, не только замечают отклонения от принятых норм поведения, но и добиваются их искоренения. Рассмотрим структуру этического кодекса. Обычно кодекс состоит из двух главных частей: 1) краткая часть, включает миссию и кредо компании; 2) развернутая нормативная часть. Первая часть называется также идеологической. Здесь описываются конкретные для всех сотрудников фирмы нормы поведения, особенности обращения с корпоративной информацией, регламентируются нормы поведения сотрудников в тех или иных ситуациях, например, при взаимодействии с клиентами, партнерами. Во второй части кодекса приводятся стандарты экологии, техники безопасности и другие.

Корпоративный кодекс включает ценности, принципы, моральные стандарты и нормы поведения, которые являются руководством к приему решений, проведению переговоров и других видов бизнес деятельности, основанных на соблюдении и уважении прав всех сотрудников и участников.

Миссия организации связана с высоким признанием, ее предназначением. Миссия означает то, чего хочет компания в широком смысле, то есть эта формулировка ее основной цели. Компания начинает свою деятельность формированием четкой миссии, видения своего дела. Четко сформулированная миссия «невидимой рукой» направляет своих сотрудников, позволяя им работать самостоятельно и в то же время сообщая в коллективе о достижении общих целей компании. Разработку миссии необходимо осуществлять, ориентируясь на рынок. Миссия выражает статус предприятия, заявляет принципы его работы, информирует о действительных ожиданиях и намерениях руководства компании. При создании миссии на первом месте стоят интересы и ценности потребителей. Миссия устремлена в будущее, она не зависит от настоящего момента, а показывает на что будут направлены усилия компании и какие ценности при этом будут

приоритетными. Несмотря на то, что основная цель бизнеса-получение максимальной прибыли, об этом в миссии не принято указывать. Кроме миссии в идеологическую часть этического кодекса входит и кредо. В кредо отсутствует детальная регламентация поведения работника. Оно содержит базовые ценности фирмы. Например, кредо американской холдинговой компании Johnson&Johnson, имеющей в более чем 250 компаний в различных странах мира и производящей лекарственные препараты, санитарно-гигиенические товары и медицинское оборудование, состоит из 4 развернутых ценностей. Эти ценности следующие:

1. ответственность перед покупателями;
2. ответственность перед служащими;
3. ответственность перед общественностью
4. ответственность перед акционерами.

Базовые принципы компании Matsushita Electric Corporation – «Семь духов»: преданность и честность; борьба за улучшение; гармония и сотрудничество; учтивость и скромность; признательность, адаптация и восприимчивость. При отсутствии кредо нет и подлинного кодекса. Кредо – это дух компании, который воплощается в правилах бизнес этики, в нормах профессионального призвания.

Развернутый этический кодекс получил распространение с 80-х гг. XX века. В данных кодексах дается подробная регламентация поведения сотрудников, фиксируется политика по отношению к потребителям, заказчикам, государству. Примером развернутого кодекса делового поведения можем привести кодекс Coca-Cola Company, который не только информирует сотрудника с принципами и нравственными ценностями компании, но и на конкретных ситуациях поясняет типичные ситуации, которые могут происходить в компании. Например, в кодексе имеется раздел «Использование рабочего времени, активов и оборудования компании», в котором приводится случай использования сотрудником рабочего времени и

рабочего компьютера для составления и распечатки приглашений на свадьбу. Данные действия работника оцениваются как не соответствующие этическому кодексу компании, поскольку он не по назначению использовал активы компании.

На сегодняшний день во многих западных корпорациях корпоративный кодекс считают настольной книгой каждого сотрудника, так как именно в нем собраны все правила поведения сотрудников и политика компании. В эту книгу собирают всю основную информацию, которая будет помогать сотруднику сориентироваться в деятельности фирмы. В кодекс записаны и основные телефонные номера контактных лиц, с которыми можно совещаться по вопросам заработной платы, компенсаций, обучения т.д. настольная книга каждого работника-это гид по компании, и чем масштабнее фирма, тем больше возникает необходимость пользоваться подобным инструментом. Такую настольную книгу сотрудника можно отпечатать в типографии или завести в электронном виде на официальном сайте компании. Мы считаем необходимым внедрение подобной практики создания настольных книг для каждого сотрудника в отечественных компаниях, вне зависимости от размеров и сферы деятельности бизнеса.

Корпоративный кодекс будет эффективно работать лишь в тех компаниях, где к ее созданию подошли осознанно, учитывая специфику компании и ее историю. Поэтому для создания кодекса нужно привлекать сотрудников самой компании. Часто кодексы пишут по заказу, по шаблону, не вникая в особенности культуры данной компании. Или же создают кодексы, отдавая дань моде, и в результате эти кодексы не воспринимаются сотрудниками компании. Существует определенная процедура принятия кодекса. Во-первых, необходим опыт для его обсуждения и разработки, так как он вынуждает сотрудников в компании осмысливать свое предопределение и свои обязанности по отношению к компании, друг к другу, к покупателям, клиентам, и в целом, к обществу. Во-вторых, уже принятый кодекс должен широко обсуждаться и совершенствоваться. В-

третьих, если раньше работники не думали о своей ответственности, то теперь кодекс дает им представления об их ответственности и моральных правах. В-четвертых, кодекс позволяет не только отличить правильное от неправильного, этичное от безнравственного, но может стать документом, на который работники будут ссылаться при возникновении конфликтных ситуаций. В –пятых, принятие кодекса необходимо для демонстрации широкой публике, что компания придерживается нравственных принципов. Таким образом, мы пришли к выводу, что внедрение этических кодексов играет безмерную роль в создании нравственной атмосферы в коллективе. Но в то же время этого недостаточно для слаженной работы коллектива. Сам руководитель должен стать образцом в соблюдении деловой и личной этики. Никакой письменный кодекс не сможет заставить сотрудников ему следовать, если руководитель сам будет нарушать этические нормы. Другой важной проблемой кодексов является то, что они ориентированы в большинстве случаев на потребности компании, но не к персоналу компании. В кодексах не записываются обязанности самой компании перед ее работниками. При таком составлении кодекса он теряет силу эффективного средства социального менеджмента. Такие кодексы показывают, что предпринимателей больше волнует имидж в глазах партнеров и клиентов, чем отношения в коллективе. Поэтому подобные кодексы остаются декларациями и зарубежные инвесторы отказываются сотрудничать с подобными компаниями, уклоняющимися от социальных обязательств. Этический кодекс- это добавочные моральные ограничения, которые по собственному желанию предприятия возлагает на себя. Если компания не имеет такие обстоятельства, то она нарушает условия конкуренции. До внедрения этический кодекс должен пройти ряд этапов:

I. Исследование и анализ ситуации. Здесь выявляются потенциальные сферы конфликта интересов, определяются области возможных нарушений. На этом этапе формируется цель программы.

II. Разработка концепции. Руководитель создает образ идеального работника и описывает его желаемый образ действий в конфликтных и прочих сложных ситуациях. На этом этапе разрабатывается проект текста кодекса. Формируется база собственных понятий о нравственных нормах в компании. Затем с помощью службы персонала создаются основные разделы этического кодекса. Разработка кодекса должна проходить с участием сотрудников всех уровней. В результате обсуждений выявляются проблемы профессионального характера и на конкретных примерах показываются желательные поведения сотрудников. Таким образом, фиксируются неписанные правила, существующие в любой организации, - от требований относительно одежды сотрудников до правил взаимоотношений с конкурентами, клиентами и т.д. необходимо помнить, что положения кодекса должны быть выполнимыми.

III. Корректировка, принятие кодекса. Сотрудники всех уровней знакомятся с проектом кодекса, им объясняют его значимость для каждого сотрудника и компании в целом. Затем корректируют, дорабатывают кодекс и он утверждается руководством компании.

IV. Внедрение-заключительная стадия, которая осуществляется при помощи специально организованной системы, включающей:

- 1) Распространение этических стандартов внутри организации;
- 2) Обучение сотрудников;
- 3) Контроль за исполнением этических норм и выявление возможных нарушений;
- 4) Реагирование на выявленные нарушения.

И в заключении этический кодекс полностью принимается и утверждается президентом компании, который является гарантом его выполнения.

Таким образом, этические кодексы поведения являются не только способом осознания идентичности с коллективом, но свидетельствуют также

о важности развития гражданского общества. В этих кодексах находят отражение все потребности в самоорганизации, которые характерны для любого коллектива и имеют цели: мотивирования сотрудников, интеграции, взаимодействия и повышения экономической эффективности бизнеса.

3.3. Корпоративная социальная ответственность азербайджанских компаний

Еще в начале XX века многие деловые люди считали, что компании обязаны использовать свои ресурсы таким образом, чтобы общество оказывалось в выигрыше. Понятие «корпоративной социальной ответственности» зародилось в США. Глава американской корпорации US-Steel Эндрю Карнеги издал книгу, которая называлась «Стратегия богатства», в которой раскрывалась сущность и основные принципы понятия корпоративная социальная ответственность. Данное понятие здесь рассматриваются как обязательства бизнеса перед тем обществом, в котором он функционирует. Сам Э.Карнеги, занимаясь производством стали, вложил свыше 350 млн.долларов в общественные программы и построил более двух тысяч публичных библиотек. Концепция, согласно которой прибыльные предприятия должны жертвовать определенную часть своих средств на благо общества была рассмотрена Эндрю Карнеги в работе, под названием «Евангелие процветания», и опубликована в 1900 году. [3,93] Однозначно, что данное тогда определение корпоративной социальной ответственности сегодня претерпело значительные изменения. В связи с изменением политической, социальной обстановки, изменением законов в стране меняется и определение корпоративной социальной ответственности. Например, известно, что в 70-х годах прошлого столетия в состав корпоративной социальной ответственности входили экологические нормы, сегодня же эти нормы обязательны для исполнения в законодательном порядке, то есть несоблюдение этих норм преследуется законом.

В настоящее время мы видим новые тенденции в данной сфере в добывающих отраслях промышленности, когда транснациональные и многонациональные компании, которые работают в странах, где имеется высокий уровень коррупции, меняют позиции в отношении прозрачности декларации доходов действующих в этих странах правительств.

Например, нефтяные компания «BP» и «SHELL»обязуются обнародовать свои данные об отчислениях в бюджет тех стран, где они работают. Несомненно, что определенную долю в их действиях сыграло давление коалиции гражданских организаций, которое проходило под лозунгом «Опубликуй то, что платишь».

На Западе деловые люди уже поняли, что если они не будут сами по своей воле принимать участие в программах корпоративной социальной ответственности (КСО), то их к этому вынудит государство, но при этом они потеряют свой имидж. В Азербайджане также действуют законы, которые обязывают компании соблюдать программы КСО, например, законы по охране окружающей среды, а также законодательство, регулирующее технику безопасности в бизнесе.

Однако, мы считаем, что наше правительство должно принимать множество активных действий для стимулирования фирм, компаний в данном направлении, таких например, как внедрение налоговых льгот, для компаний, которые финансируют социальные программы. По-нашему мнению, не смотря на это, в Азербайджане действует множество компаний, которые производят благотворительные отчисления из чистой прибыли.

Понятие КСО включает в себя несколько основных, базовых элементов.

Рассмотрим каждый из этих элементов в отдельности:

1. Управление кризисными ситуациями. В 1970-х и в 1980-х годах, когда западную экономику сотрясали высокая инфляция, ставшая результатом выросших цен и расходов на энергоносители, невероятно высокие расходы, связанные с соблюдением законодательства, направленного на снижение уровня загрязнения окружающей среды и другие расходы,

заставили предпринимателей пересмотреть принципы КСО. Одним из первых кто выступал против корпоративной социальной ответственности был Милтон Фридман. Именно его считают глашатаем тенденций, согласно которым бизнесмен должен был только делать деньги, а правительство должно думать о нуждах общества, использовать деньги бизнеса, которые поступают в форме налогов. После таких тенденций деловые люди стали сокращать расходы на соблюдение техники безопасности своего персонала, на приобретение новой техники и оборудования, обучение персонала, и все это, в конечном счете, стало приводить к неизбежным авариям.

Одна из самых катастрофических аварий произошла 3 декабря 1984 года на заводе по производству пестицидов в индийском городе Бхопал. В американской компании UnionCarbide произошла утечка ядовитого газа.

В результате данной аварии погибло 2000 людей и 200000 работников пострадало. Расследование раскрыло ужасную картину работы руководства завода: устройства, отвечающие за технику безопасности вышли из строя, состав рабочей силы был сокращен в половину, система сигнализации вышла из строя, при этом ни персонал компании, ни люди, проживающие в этом районе не были осведомлены то том, что завод выпускает опасную для здоровья продукцию. Такая примитивная и простая мера, как кусок мокрой ткани на лицо, могла спасти сотни людей. Финансовые потери от этой катастрофы составили больше полтора миллиарда долларов. По одним только судебным искам пришлось выплатить 470 миллионов долларов. Помимо этого, множество средств было потрачено на модернизацию оборудования и усовершенствование техники безопасности. На фондовой бирже акции данной компании упали так низко, что компания понесла убытки в размере свыше 900 миллионов долларов. И именно этот случай послужил наглядным примером для тех компаний, которые не придавали особое значение принципам корпоративной социальной ответственности. После данного случая многие компании стали создавать программы по

выходу из кризисных ситуаций, планы, состоящие из краткосрочных мер и долгосрочных мероприятий. [3,95]

Конечно, очень трудно, практически невозможно предусмотреть все возможные виды несчастных случаев, но каждая компания может оценить вероятность возникновения проблемы, принять превентивные меры предосторожности и четко распределить обязанности по устранению кризиса между сотрудниками компании. Мы часто являемся свидетелями того, как работники часто сами пренебрегают элементарными правилами безопасности, например, сварщик, работающий с очками на лбу, или водитель, который курит около бензозаправки. Ведь для обеспечения своей собственной безопасности достаточно придерживаться простых приемов техники безопасности. И как следствие, нарушение правил безопасности несет за собой значительные финансовые потери для компании.

2. Безопасность производимой компанией продукции

Каждая компания должна нести ответственность за безопасность производимой ею продукцию и соответствие качества данного товара и его рекламы. Одним из методов обеспечения безопасности продукции является создание конкурентной среды на рынке, наличие достаточного ассортимента продукции. В последнее время средства массовой информации регулярно сообщают потенциальным потребителям о различных подделках, функционирует несколько НПО, работающих в данной области, например, Союз свободных потребителей. В Азербайджане на государственном уровне действует Государственная служба Антимонопольной политики и защиты прав потребителей при Министерстве Экономического Развития Азербайджанской Республики.

3. Этика окружающей среды

Фактором, повлекшим за собой превращение местного движения за охрану окружающей среды в США в вопрос повестки дня национальной политики стала серия катастроф в нефтяной отрасли. Конкретно в нефтяном

секторе это привело к созданию Фонда ликвидации последствий нефтеразливов в размере в 1 миллиард долларов и к принятию конгрессом США Акта о загрязнении окружающей среды при нефтеразливах.

Мы слышим часто обвинения со стороны соседских государств о нарушении экологического баланса на Каспии, которое приводит к значительному сокращению поголовья осетровых рыб. Мы также являемся свидетелями, того, что теряем многолетние породы ценных пород деревьев в предгорных районах, например, в Загаталы, которые вырубаются из-за высокого спроса на дорогие материалы из натурального дерева.

4. Действие бизнеса на жизнь местного населения. Кодескы этики состоят из положений, согласно которым запрещается нарушать покой местного населения, создавать неудобства жителям той местности, где расположен бизнес.

5. Этическое отношение к культуре народа

Бизнес должен уважительно относиться к культуре и истории народа. Постепенное изменение исторического облика Ичери–шехер и превращение его в бизнес-центр в неомавританском стиле говорит о неуважении отечественных и иностранных компаний к культурно-историческому наследию нашего народа. Но были и положительные примеры в отечественном бизнесе, когда компания ВР финансировала работу небольшой группы азербайджанских археологов, которая в некоторых случаях сумела убедить компанию несколько передвинуть маршрут основного экспортного трубопровода Баку-Джейхан и обогнуть древние городища неподалеку от Гобустана.

6. Образование и бизнес

Многие отечественные компании финансируют образовательные программы, или принимают стажеров для прохождения обучения трудовым навыкам. Особенно распространена такая практика в летнее время, то есть в период отпусков и студенческих каникул. Подобного рода практика является

взаимовыгодной, поскольку в данное время компания получает себе временно бесплатных сотрудников, а стажеры- необходимый опыт работы.

7. Чрезмерное потребление и голод

Есть определенные проблемы западной корпоративной этики, которые обходят наши отечественные компании, такие как чрезмерное потребление экономических ресурсов небольшой группой развитых стран и голод в отсталых странах. В развитом западном мире и по сей день ведется полемика о том, до какой степени Запад должен нести ответственность и помогать развивающимся странам.

8. Прозрачность в социальных отчетах

Программы корпоративной социальной ответственности предусматривают постоянную отчетность бизнеса перед обществом, в котором он действует. Эта отчетность может быть, например, в форме регулярного освещения СМИ деятельности компании, оказывающей воздействие на окружающую среду или имеющий высокую социальную значимость. Когда мы говорим о прозрачности, то имеется в виду, то, что компании оповещают общественность о планируемых важных проектах. Например, компании, входящие в консорциум строительства трубопровода «Баку-Тбилиси-Джейхан» проводили консультации, обсуждения с общественностью в течение 2002-2003 гг. относительно воздействия прокладки трубопровода на жизнь людей, то есть местного населения. Местные и иностранные некоммерческие правительственные организации проводили проверку процесса выплаты компенсации местному населению за использование земельных участков в Азербайджане, Турции и в Грузии.

Как известно, обязательства фирм, компаний имеют определенные разумные границы. Из-за малоэффективной системы социальной защиты, высокого уровня безработицы, большого количества социально незащищенных людей и низких доходов населения с относительно невысокими доходами в частном секторе компании не могут удовлетворить

запросы всех нуждающихся. Частный бизнес не может подменить собой государственную систему социальной защиты. Еще одним аспектом, сдерживающим расходы на социальные запросы, является по-нашему мнению, так называемый «инстинкт иждивенца». Многие люди, стараются получить бесплатную помощь, даже в том случае, когда они меньше всего в этом нуждаются. Многие частные клиники в Баку периодически проводят акции по оказанию бесплатных медицинских услуг бедным слоям населения. И сотрудникам данных клиник порой бывает очень трудно определить кто является действительно нуждающимся пациентом, а кто нет. Порой бывает так, что человек состоит в родстве или в личном знакомстве с состоятельным бизнесменом, который усердным трудом сделал свой бизнес. И этот человек полагает, что бизнесмен просто обязан помогать ему на основании того, что он родственник или знакомый. Деловой человек понимает, что он не должен не должен оплачивать обучение в частном вузе сына своей знакомой, поскольку есть альтернативные варианты для обучения, такие как бесплатные вузы и т.д.

Большинство отечественных компаний имеют этические кодексы, в которых заложены корпоративные обязательства, а в бюджете предусматриваются отчисления на социальные нужды. Но в то же время существуют и компании, которые не имеют четкого плана в этом направлении. По-нашему мнению, компании могли бы выработать дополнительный внутренний документ, в котором будут отражаться основные направления социальной программы компании. Например, сосредоточиться только на проектах, предусматривающих помощь образовательным учреждениям, таких как ремонт школ, организация праздников, покупка необходимых для библиотек книг и т.д. Было бы разумно ограничиться одним видом социальных пожертвований, например, финансирование медицинских услуг, таких, как финансирование медицинских услуг лиц в домах престарелых и т.д., и обязательно установить лимит денежной суммы, которую фирма могла бы потратить на тот или иной проект.

Социальные ожидания касательно бизнеса с годами претерпевали изменениям, и эти изменения внесли свой вклад в понимание обществом роли бизнеса. Здесь необходимо разграничить юридическую и социальную ответственность. Следование законам и нормам государственного регулирования является юридической ответственностью, то есть данный тип ответственности определяет, что может делать компания, а что —нет. Компания, которая соблюдает эти законы и нормы считается юридически ответственной. Юридически ответственная компания не означает социально ответственная компания. Социальная ответственность предполагает добровольную поддержку решения социальных проблем общества. Это имеет место по отношению к тому, что находится за границами определяемых законами требований. Так, например, концерт, в котором учувствовала всемирно известная рок-группа, чтобы помочь собрать миллионы долларов для голодающих, или для тяжело больных детей, можем считать примером социально ответственного поведения, так как никакой закон не обязывал музыкантов поступать таким образом. Споры, дискуссии о роли бизнеса в обществе способствовали появлению многочисленных аргументов за и против социальной ответственности.

Существуют две точки зрения на корпоративную социальную ответственность. Сторонники одной точки зрения, а именно той, которая имеет аргументы против корпоративной социальной ответственности, считают, что бизнес должен заботиться только о максимальной прибыли, при этом максимально эффективно используя имеющиеся у себя ресурсы. Сторонники другой точки зрения, выступающей с аргументами за осуществление расходов на социальные программы, считают что, компания- это нечто большее, чем экономическая целостность и внешнее окружение способствует тому, что определенная часть ресурсов должна расходоваться на социальные нужды. Ниже в таблице №3.1. мы приведем аргументы за и против социальной ответственности бизнеса.

Таблица 3. 1. Аргументы за и против
корпоративной социальной ответственности

Аргументы за КСО	Аргументы против КСО
1. Положительные для бизнеса долгосрочные планы	1.Нарушение основного правила бизнеса-максимизации прибыли
2. Морально-этические обязательства	2.Размывание конкретной цели
3.Создание хорошего имиджа в обществе	3.Расходы
4.Улучшение внешней среды	4.Избыточность власти
5.Ограничение государственного регулирования	5. Недостаточность опыта и необходимых навыков
6.Сбалансированность ответственности и власти	6.Недостаточность ответственности
7.Наличие ресурсов	7. Недостаточность поддержки со стороны общественности
8.Увеличение доходов по акциям предприятия	

Источник: таблица составлена автором

Наиболее распространенный аргумент против расходов на общественные программы- это отсутствие опыта и времени для проведения таких программ. Однако, мы считаем, что можно найти выход. Для начала можно поискать в компании сотрудников, которые добровольно захотят сделать благородное дело после работы, а может даже привлечь членов своих семей. Другим выходом может стать обращение к услугам неправительственных организаций, владеющим всеми необходимыми ресурсами. Фирмам не следует уходить от расходов на социальные нужды из-за того, что они несут за собой дополнительные расходы. Одним из способов оказания социальных услуг может стать объединение усилий множества мелких компаний. Например, в Москве множество мелких фирм пожертвовали небольшие суммы на постройку храма Христа Спасителя, в то время как на строительство храма Жен Мироносиц в Баку пожертвования сделал один московский бизнесмен, азербайджанец А.Курбанов.[49]

Подобно отдельным индивидуальным членам общества компании должны действовать социально ответственным образом и укреплять

моральные основы общества. Так как законы не могут охватить все случаи жизни, фирмы должны следовать правилам социально ответственного поведения, чтобы таким образом поддерживать общество, которое основано на упорядоченности и законности. Предприятия, которые не несут затрат на социальные нужды, оказываются в неблагоприятном положении в конкурентной борьбе. И как следствие снижается их объемы сбыта на внутреннем и международном рынке, что ведет в результате к ухудшению их финансового положения.

Практика показала, что такие данные возмещаются за счет рекламы и увеличения объемов рынка сбыта. Многие малые компании заблуждаются, думая, что нельзя провести хорошую социальную акцию за несколько сотен манатов, которые они могут потратить. Это, конечно, в корне неверный подход. Например, на эти деньги можно провести Праздник Новруза в детском доме. Многие отечественные компании оказывают помощь в виде предоставления тех товаров и услуг, которые они производят. Например, кондитерская фирма может отвозить вчерашние, но свежие булочные изделия в ближайшие детские дома, или фотоателье может бесплатно сфотографировать праздники в детском доме и т.д.

Мы знаем, что согласно исламской религии один из пяти ее предписаний является «зьякят» и многие отечественные бизнесмены отчисляют небольшие денежные суммы не от имени компании, а от себя лично. Такого рода пожертвования являются прекрасным примером для воспитания своих сотрудников.

Вовлечение молодых сотрудников компании в благотворительные дела для воспитания- эта стратегия, которая направлена в будущее. Достаточно вспомнить имя Зейналабдина Тагиева, который сделал очень многое для своего народа. З.Тагиев-это меценат, который провел в Баку первый общественный трубопровод, провел электрическое освещение улиц, создал первую светскую гимназию для девочек-азербайджанок, которая затем

переросла в педагогическое училище, школу для мальчиков, отправил свыше 500 молодых людей за границу на учебу и многое другое.

Кроме З.Тагиева в Азербайджане было очень много миллионеров благотворителей, таких как Ага Муса Нагиев, АгабалаХаджигулуоглы Гулиев, Ашурбейова Набат Ходжа кызы, Хаджи Хаджи ага Дадашов,ГаджинскийИса бек Абдульсалам бек оглы, Муртуза Мухтаров, ШамсиАсатуллаев, Теймур бек Ашурбеков, Теймур бек Гулубеков, Ага ЮсифДадашев.

На сегодняшний день в транснациональных компаниях, на предприятиях с иностранным капиталом, в большинстве отечественных компаниях реализуются социальные программы, а в некоторых азербайджанских компаниях общественные проекты проходят в качестве личной благотворительной инициативы их владельцев. Мы считаем, что сегодня настало уже время для отечественных компаний осознать свои обязательства перед обществом и разработать свою собственную политику корпоративной социальной ответственности. Это необходимо им для того, чтобы выжить в условиях долгосрочной конкуренции с учетом возрастающих требований общества, которое ждет ответственного поведения от фирм, компаний. Обществом ожидается от бизнеса не только высоких экономических показателей, результатов, но и существенных достижений с точки зрения социальных целей общества. Азербайджанская экономика развивается как социально-ориентированная рыночная экономика, и ее успехи на этом пути будут прямо пропорциональны уровню достижений отечественного бизнеса в сфере корпоративной социальной ответственности.

Заключение

Для достижения высоких результатов в бизнесе предпринимателю необходимо иметь определенный набор сведений и представлений о форме и способах осуществления бизнеса, владеть информацией о законодательстве страны, в которой осуществляет свою деятельность, и знать принципы делового общения. В религиозных обществах регулятором поступков, образа действий выступает религия. Согласно теологии, этика, основанная на «высшей нравственности» раскрыта всем людям Аллахом, и именно сам Всевышний является судьей поступков людей.

Сегодня компании, которые работают в условиях правового, цивилизованного рынка, придерживаются следующих основных моральных ценностей: а) прагматизм и высокая эффективность; б) баланс между прибылью и социальной справедливостью; в) свобода действий в рамках закона и одинаковые возможности для всех субъектов рынка; г) признание свободы других, терпимое отношение к их проблемам.

Основными причинами, в силу которых фирмам полезно поступать этично, являются следующие:

8. Если репутация фирмы получила серьезный урон, то это может повлечь к ее вытеснению с рынка.

9. Компания, которая не соблюдает этические нормы, не может иметь разумную систему управления.

10. Деловая репутация играет важную роль при привлечении потенциальных инвесторов.

11. Пренебрежение компаниями этических принципов приводит к трагедиям для населения, после которых обычно ужесточается государственное регулирование данной отрасли.

12. Высококвалифицированные кадры предпочитают не работать в компаниях с подмоченной репутацией. Поэтому эти компании вынуждены платить высокие заработные платы своим сотрудникам.

13. Соблюдение этических норм способствует наращиванию прибыли. Специалисты считают, что удержать своих старых партнеров в 5 раз дешевле, чем приобрести новых.

14. Действуя с позиции социально ответственной компании соблюдая этические нормы и принципы бизнес в значительной степени, способствует снижению социальной напряженности в обществе.

В исламской религии специально подчеркивается приоритет нравственных ценностей и этических принципов перед материальными и экономическими благами. Ислам – это больше чем религия, это образ жизни людей. Он не отделяет ценности, относящиеся к вере от ценностей, используемых в быту, повседневной жизни человека. Поэтому у мусульманина нет раздвоения личности, связанного с делением жизни на разные составляющие и применение к различным жизненным ситуациям разных норм и правил. Все аспекты жизни управляются одной и той же Божественной силой, едиными, данными Богом законами и нормами, и действия человека, имеющие цель угодить Всевышнему, соблюдая Его предписания, будут расцениваться Исламом как поклонение в общем смысле этого слова.

В исламской модели подчеркивается верховенство этических принципов перед имущественными, финансовыми, материальными положениями. Труд рассматривается как правильный источник обогащения и благосостояния, в отличие от ростовщичества, стяжательства и других грешных способов обогащения. Эта модель экономического поведения выступает за справедливое распределение всех материальных благ после уплаты налогов и выполнения обязательных, добровольных пожертвований. Данная модель также предусматривает:

- введение этических границ на использование ссудного процента в финансово-кредитной системе.

- мотивация организации непосредственного долевого участия каждого работника в результатах хозяйственной деятельности.

Этический кодекс мусульманской этики формирует у деловых людей и тех, кто вовлечен в бизнес, отвращение от несправедливости, беззакония и безнравственности. В исламской хозяйственной концепции все действия совершаются для общественного блага, а не для личной выгоды. Вновь созданное благо распределяется между членами общества по справедливости, то есть от вклада и усилий каждого из них в процесс производства данного блага. Ислам не только стимулирует человека работать и использовать приобретенные блага для нужд себя и своих родных, семьи, но также узаконивает тяготение к приобретению материального благополучия.

Всеобщая исламская декларация прав человека содержит в себе концептуальные основы исламской экономики, которая включает следующие права человека и общества:

- в своей экономической деятельности, каждый человек имеет право использовать природные богатства;
- каждый человек имеет право находить средства для существования в соответствии с законодательством;
- все люди имеют право собственности;
- малоимущие имеют право на получение закята;
- все имеющиеся средства производства используются для нужд всей общины.

Ислам не допускает деятельность монополий, запрещает ростовщичество, использование насильственных мер при заключении деловых сделок, распространение лживой, поддельной рекламы.

- в обществе допускаются все виды хозяйственной деятельности, если они не причиняют вреда обществу, не попирают законы, нормы и ценности ислама.

Основные формы ведения бизнеса в исламе: мушарака, бей-салиам, мудароба, истисна и другие принципы, освобожденные от гарара, рыбы и мейсира. Исламская фирма характеризуется соблюдением в своей деятельности этических правил шариата, стремлением удовлетворить основные

потребности общества путем минимизации затрат и введения приемлемых цен. Фирма в исламской экономике стремится к получению прибыли в честной конкурентной борьбе, без применения лжи и мошенничества.

Основные принципы этичного, нравственного бизнеса:

6. Свобода деятельности предпринимателей при заключении договоров
7. Главенство законов
8. Соблюдение справедливости в бизнесе
9. Этичное взаимоотношение управляющих с управляемыми
10. Благотворительность, милосердие.

Согласно принципам ислама, если человек стремится к достойной жизни, он должен делать это честным путем, то есть упорным трудом и возвышенной нравственностью. К материальному благосостоянию предприниматель должен идти через духовное равновесие. В исламе высоко ценятся: честность в делах, правдивость, трудолюбие, уважение к правам свободам других людей, милосердие, ограниченность в личных потребностях.

Современные отечественные бизнесмены все чаще обращаются к традициям, заложенным в культуре и ценностям, нашедшим отражение в исламской религии. Такие качества отечественных деловых людей, как трудолюбие, добросовестность, выполнение обязанностей, честность будут способствовать созданию крепких, доверительных и стабильных взаимоотношений в развитии нравственного бизнеса. Только честный бизнес рассматривается в исламской религии как средство получения щедрости Аллаха.

Список использованной литературы

1. AristotelSiyasət. Böyüketika / Aristotel ;tərc. F. Təbibî ; red. N. Zeynalov. - Bakı : XXI-YNE, 2006.
2. Aristotel (e.ə.384 - e.ə.322) Nikomaxetikası / Aristotel ;tərc.ed. F.Təbibî; red. Q. Əliyev. - Bakı :Qanun, 2007
3. Səfəraliyeva, Rəna. İşgüzarətika :Azərbaycanbiznesmenləriüçünvəsait / R. Səfəraliyeva, S. Məmmədov, V. Qaziyev ;red. F. Musayev. - Bakı :YeniNəşrlərEvi, 2004.
4. Etika, peşəetikasıvəpsixologiyaNaidəHacıyevaBakı, “Şərq-Qərb” NəşriyyatEvi, 2012
5. Biznesintəşkilivəidarəedilməsi /Dərslik, Bakı, İqtisaduniversitetininəşriyyatı, 2011, 464 səh.
6. «İslam” ensiklopediklüğət, “Naina”, 1991, Moskva
7. Абу Хамид аль-Газали / Цит. по: Ислам: проблемы идеологии, права, политики и экономики. Сб. статей под ред. А.И. Ионовой. М., 1985
8. Андреева И.В. Бизнес-этикет / И.В. Андреева, О.Б. Бетина. – М.: Вектор, 2006.
9. Архангельская М.Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам / М.Д. Архангельская. – М.: Вектор, 2006.
10. Ахмедов А. Социальная доктрина ислама М., 1998
11. Р. Беккин Исламская экономика: право каждого - благо всех Ислам.Ру - Независимый Исламский Информационный Канал
12. Бериев А.Х. Деловое общение и служебный этикет / А.Х. Бериев, Б.И. Кретов, В.А. Старовойт. – Владикавказ: Тикси, 2001.
13. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб.: Питер-пресс, 1996.
14. Булыгина А. Этика делового общения / А. Булыгина. – Новосибирск, 1995.
15. Бэннет К. Деловой этикет и протокол. Краткое руководство для профессионала / К. Бэннет. – М.: Омега-Л, 2006.

16. Вогель Д.Д. Этика бизнеса: прошлое и настоящее // Уроки организации бизнеса / Д.Д. Вогель. – СПб., 2003. – 316 с.
17. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер // Избр. произв. – М.: Наука, 2000.
18. Венедиктова В.И. Деловая репутация: Личность, культура, этика, имидж делового человека / В.И. Венедиктова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
19. Де Джордж Р. Деловая этика. Т. 1, 2 / Р. Де Джорж. – М.: Прогресс, 2001.
20. Жмуйда Л.В. Исламские принципы в экономике Пакистана. Ислам в странах Ближнего и Среднего Востока. М., 1982
21. Кемпер М. Мусульманская этика и «дух капитализма» //Татарстан, 2003
22. Керимов Г.М. Шариат и его социальная сущность. М., 1988
23. Козловски П. Этика капитализма / П. Козловски. – СПб.: Нева, 2000.
24. Коллинз Д. Этика и этикет в бизнесе / Д. Коллинз. – М.: Феникс, 2006.
25. Кузнецов И.Н. Бизнес-этика / И.Н. Кузнецов. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К*», 2008. – 498 с.
26. Лучко М.Л. Этика бизнеса – фактор успеха / М.Л. Лучко. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 320 с. – (Профессиональные издания для бизнеса).
27. Мاستенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации / У. Мастенбрук; пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1996.
28. Нуруллина Г. Исламская этика бизнеса, Умма, Москва 2004
29. Нурумаев А.А. Милосердие и благотворительность в исламе. //Милосердие, М.,1999
30. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов: учеб. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 352 с.
31. Прохорова В.М. Перевод смыслов Корана. М., 1997.
32. Роттенгер Р. Культура предпринимательства / Р. Роттенгер. – М.: Новое изд-во, 2002.

33. Семенов А.К. Психология и этика менеджмента и бизнеса: учебное пособие / А.К. Семенов. – М.: Маркетинг, 2000. – 160 с.
34. Смирнов Г.Н. Этика деловых отношений / Г.Н. Смирнов. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 184 с.
35. Теория морали и этика бизнеса / под ред. В.А. Гвозданного. – М.: ИНФРА-М, 1995.
36. ХаммудахАбдуллати Ислам, какой он есть. Баку, 1999
37. ХанифС. Что должен знать каждый об исламе и мусульманах. Киев, 1998.
38. Хуссейн Хамид Хасан Право на труд в исламе , Новосибирск , 1996
39. Честара Дж. Деловой этикет / Дж. Честара. – М.: Зерцало, 2003.
40. Шейнов В.П. Психология и этика делового контакта / В.П. Шейнов. – Минск: Амалфея, 2003.
41. Шепель В.М. Управленческая этика / В.М. Шепель. – М.: МосВемо, 2002.
42. Экономическая история. Предпринимательство и предприниматели. Под ред. Ю.З.Розалиева, М.2009
43. Экологическая этика и религия // <http://www.ecolife.org.ua>
44. Уткин Э.А. Этика бизнеса. М., 2001
45. <http://www.dom-hors.ru>
46. www.ansar.ru/analytics
47. www.islam-today.ru/muslim-word
48. <http://www.slideshare.net/mahesh01992/business-ethicsebook09042011>[http](http://www.slideshare.net/mahesh01992/business-ethicsebook09042011)
49. http://www.iblfrussia.org/upload/iblock/3f1/ethics_business.pdf
50. http://delovoyimir.biz/ru/biznes_statyi/tag/etika-biznesa
51. www.nyse.comNYSEShareownershipStudy

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi- islam biznes etikasının təşkili üsullarının təhlili əsasında müasir ölkə biznesinə etik prinsiplərin tətbiqinə dair elmi əsaslandırılmış təkliflər hazırlamaqdır.

Tədqiqatın vəzifələri. Bu məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələri həll etmək lazımdır:

- dinin insanların iqtisadi davranışlarına təsir xüsusiyyətlərini müəyyən etmək; formal və qeyri-formal qurumların qarşılıqlı təsirini öyrənmək;
- islam biznesinin konseptual xüsusiyyətlərini təhlil etmək;
- islam biznesinin etik prinsiplərini təsnifləşdirmək;
- islam biznesinin müasir təşkilati formalarının effektivliyini əsaslandırmaq;
- müasir ölkə biznesinə islam biznesinə xas olan etik normaların tətbiqi mexanizminin təkmilləşdirilməsinə dair təklifləri hazırlamaq.

Dissertasiya üç fəsildən ibarətdir.

Dissertasiyanın **birinci fəsilində** biznes etikasının nəzəri aspektləri və onun iqtisadi sistemə təsirinə baxılıb.

İkinci fəsildə islam konsepsiyasının müasir vəziyyəti təhlil edilib.

Dissertasiyanın **üçüncü fəsili** müasir ölkə biznesinə islam biznesinin etik normalarının tətbiqi mexanizminin təkmilləşdirilməsinə həsr olunub.

Summary

The aim of scientific research is to develop scientifically based recommendations on the introduction of ethical principles of conducting business into modern domestic business on the basis of the analysis of methods for organization of the Islamic business ethics.

Objectives of the study. To achieve the assigned goal you need to solve the following tasks:

- to reveal the features of the influence of religion on the economic behavior of people, to study the interaction of formal and informal institutions;
- to explore the conceptual framework of the Islamic business;
- to give a comprehensive description of the principles of the Islamic business, to reveal the qualities of a modern Muslim businessman;
- to substantiate the efficiency of contemporary forms of organization of the Islamic business;
- to develop recommendations on improving the mechanisms for introducing ethical norms of the Islamic business into modern domestic business.

The dissertation is divided into three parts.

The first chapter of the dissertation examines theoretical aspects of the business ethics and its impact on the economic system.

The second chapter analyzes the current state of the Islamic concept of business.

The third chapter is devoted to enhancing the mechanisms for introducing ethical norms of the Islamic business into modern domestic business.