

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

“AZƏRBAYCANDA FƏALİYYƏT GÖSTƏRƏN BANKLARDA ETİK
DAVRANIŞLARIN TƏHLİLİ”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Qədimli Rəhim Gündüz

BAKI-2021

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh oğlu
_____ **imza**
“ _____ ” _____ **20__-ci il**

“AZƏRBAYCANDA FƏALİYYƏT GÖSTƏRƏN BANKLARDA ETİK
DAVRANIŞLARIN TƏHLİLİ”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060407-Menecment

İxtisaslaşma: Menecment (sahələr üzrə)

Qrup: 236

Magistrant:
Qədimli Rəhim Gündüz oğlu
_____ **imza**

Elmi rəhbər:
i.e.n., dos. Ələsgərova Aygün
Ağasəlim qızı
_____ **imza**

Proqram rəhbəri:
i.ü.f.d., dos. Şamxalova Samirə
Oqtay qızı
_____ **imza**

Kafedra müdiri:
i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar
Atakişi oğlu
_____ **imza**

BAKI-2021

Elm andı

Mən, Rəhim Qədimli Gündüz and içirəm ki, “Azərbaycanda fəaliyyət göstərən banklarda etik davranışların təhlili” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

AZƏRBAYCANDA FƏALİYYƏT GÖSTƏRƏN BANKLARDA ETİK DAVRANIŞLARININ TƏHLİLİ

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktuallığı: İşgüzar etika hər bir dövlət qurumun idarə edilməsi mədəniyyətinin dərəcəsini səciyyələndirən əsas amildir. İdarəetmə və icra qurumlarının fərqli səviyyələrində qəbul olunan qərarların daxili və yaxud kənar münaqişələrinin riskləri, qərar qəbul edənlərin nüfuzunun enməsi, sistemin səmərəsinin azalmasıyla müşayiət edildiyi hər şəraitdə daxili mədəniyyətin əsas elementi olan işgüzar etiket risklərin azalmasına kömək edir.

Tədqiqatın məqsədi: Magistr dissertasiyasının əsas məqsədi mövcud olan qloballaşma şəraitində işgüzar etiket qaydalarının elmi və təcrübəvi cəhətlərini çıxarılması əsasında tədqiqatlar aparmaqdan ibarətdir. Vəzifələri aşağıdakılardır:

- Bank xidmətləri və onların xarakterik cəhətlərini müəyyənləşdirmək;
- Bank marketinqi - bank xidmətlərinin istehlakçılara təsirini araşdırmaq;
- Ölkəmizdə bank sektorunun mövcud vəziyyətini təhlil etmək.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Tədqiqat prosesində empirik, statistik, müqayisəli təhlil, sintez metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: AMEA Mərkəzi Elmi Tədqiqat İnstitutunun, Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin, Təhsil Nazirliyinin, İqtisadiyyat Nazirliyinin və digər təşkilatların və dövlət orqanlarının statistik və analitik materialları və nəticələri təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqatın həyata keçirilməsinə əngəl olan nəzəri-metodoloji çatışmazlıqlar, yetərli informasiya bazasının olmamağı və s.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Elmi yenilikləri aşağıdakılardır

• Banklarda müxtəlif hesablaşma əməliyyatlarının auditinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir

• Kredit və ssuda əməliyyatları auditinin hüquqi bazası, məlumat mənbələri və aparılma metodikası öyrənilmişdir

• Real sektor və bank sistemi münasibətlərinin təkmilləşdirilməsində auditin rolu müəyyən edilmişdir

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: Dünya sistemində və ölkəmizdə fəaliyyət göstərən təşkilatlarda maliyyə fəaliyyətinin tez və düzgün formada həyata keçirilməsini və buna uyğun olaraq, biznesin inkişafının sürətləndirilməsində tövsiyə rolunda çıxış edir.

Açar sözlər: marketinq, istehlakçı, bank, kredit, audit

ANALYSIS OF ETHICAL BEHAVIOR IN BANKS OPERATING IN AZERBAIJAN

SUMMARY

The actuality of the subject: Business ethics is a key factor in characterizing the level of management culture of any government agency.

Purpose and tasks of the research: The main purpose of the master's dissertation is to conduct research based on the extraction of scientific and practical aspects of business etiquette in the current conditions of globalization. The responsibilities are as follows:

- To determine banking services and their characteristics;
- Bank marketing - to study the impact of banking services on consumers;

Used research methods: Empirical, statistical, synthesis methods were used in the research process.

The information base of the research: consists of statistical and analytical materials and results of the Central Scientific Research Institute of ANAS, the State Statistics Committee of Azerbaijan, the Ministry of Education, the Ministry of Economy and other organizations and government agencies.

Restrictions of research: Theoretical and methodological shortcomings that hinder the implementation of the research.

The novelty and practical results of investigation: Scientific innovations are as follows

- Directions for improving the audit of various settlement operations in banks have been identified

- The legal framework, sources of information and methods of conducting credit and loan operations audit were studied

- The role of audit in improving the relationship between the real sector and the banking system has been identified

Scientific-practical significance of results: It serves as a recommendation for the rapid and correct implementation of financial activities in the world system and organizations operating in our country.

Keywords: marketing, consumer, banking, credit, audit

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

ABB	Azərbaycan Beynəlxalq Bankı
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
BƏT	Beynəlxalq Əmək Təşkilatı
IBRD	Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankı
POS	Point Of Sale (Satış nöqtəsi)
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	8
I FƏSİL. İDARƏETMƏ ETİKASININ FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAFINA NƏZƏRİ-METODOLOJİ YANAŞMA	11
1.1. İdarəetmə etikasının iqtisadi mahiyyəti, onun idarəetmədə rolu və etika konsepsiyaları.....	11
1.2. Milli - mədəni dəyərlərin formalaşması və inkişafı.....	19
1.3. Təşkilatların strateji aləti kimi təşkilati mədəniyyət, onun növləri və onu müəyyən edən amillər	27
II FƏSİL. BANK SİSTEMİNDƏ ETİK DAVRANIŞ QAYDALARININ TƏZAHÜRÜNÜN MÜASİR SƏVİYYƏSİNİN TƏHLİLİ	39
2.1. Müştərilərə göstərilən bank xidmətlərinin analitik qiymətləndirilməsi.....	39
2.2. Bank sistemində etika kodeksləri və etik davranış qaydalarının tətbiqinin müasir səviyyəsi və şirkətdaxili etik problemlər	50
2.3. Bank sistemində korporativ sosial məsuliyyətin təzahürünün müasir durumu	56
III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA BANK SİSTEMİNDƏ İŞGÜZAR DAVRANIŞIN ETİKLİLİK SƏVİYYƏSİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ MƏSƏLƏLƏRİ	62
3.1. Bank sistemində işgüzar davranışın etiklik səviyyəsinin yüksəldilməsi yolları	62
3.2. Bank sistemində işgüzar münasibətlər etikasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri	64
3.3. Xidməti etiket və onun təkmilləşdirilməsi məsələləri	70
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	76
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	80
Cədvəllərin siyahısı	84
Sxemlərin siyahısı	84

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Müasir zamanda işgüzar etika hər bir dövlət qurumun (hökumətin və qeyri-hökumətin, dövlət və özəl) idarə edilməsi mədəniyyətinin dərəcəsini səciyyələndirən əsas amildir. İdarəetmə və icra qurumlarının fərqli səviyyələrində qəbul olunan qərarların daxili və yaxud kənar münaqişələrinin riskləri, qərar qəbul edənlərin nüfuzunun enməsi, sistemin (özəl, dövlət orqanı və yaxud dövlət müəssisəsi) səmərəsinin azalması ilə müşayiət edildiyi hər şəraitdə daxili mədəniyyətin əsas elementi olan işgüzar etiket risklərin azalmasına kömək edir. Bu fikirlərin düzgünlüyünü bu gün iri şirkətlərin müflisləşməsi, məşhur siyasi xadim və eyni zamanda menecerlərin nüfuzdan düşməsi təsdiqləyir. Misal üçün, yaxın keçmişdə baş vermiş Koreya və İtaliya hökumətlərində, Elf və Enron kimi böyük şirkətlərdə baş vermiş korrupsiya proseslərini xatırlaya bilərik. İnsan fəaliyyətinin müxtəlif sektorlarında etik normalara riayət olunmasının aktuallığının kəskin artışı nə ilə izah edilə bilər? Belə düşünülür ki, davranış normalarının gözlənilməsinin əhəmiyyətinin çoxalmasının əsas səbəbləri düzgün olmayan qərarların hətta həmin qərarı qəbul edən əsas qurumun özünə, eyni zamanda bir çox hallarda cəmiyyətə baha başa gəlməsi; əks tərəfdən isə hər işi və hadisəni qanunvericiliklə düzgün formada tənzimləməyin mümkün olmamasıdır. Hər hansı qurumun, məsələn, müəssisənin və yaxud təşkilatın daxilində insanların davranışını tənzimləmək ümumiyyətlə çətindir. Cəmiyyətdə demokratikləşmə və məlumatların azad olunması fenomenləri də davranışın müəyyən formada etik normalara uyğun edilməsinin aktuallaşmasında öz rolunu oynayır. Yalnız bu amillər sayəsində qlobal şəkildə qərarları gizlətmək və cəzadan yayınmaq mümkün olmur.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: İşgüzar etika kodeks adlandırılan işçilərin davranış qaydalarının ümumi formada ifadəsini tapır. İşgüzar etika demokratik ölkələrdəki şirkətlərin çoxunun və xüsusən transmilli şirkətlərin önəmli daxili sənədidir. İşgüzar etika inkişaf etmiş demokratik ölkələrdə qeyri-hökumət və hökumət qurumlarında işçilərin davranışını düzgün formada nizamlayan vacib sənəddir. Qeyd olunmalıdır ki, işgüzar etika kodeksləri konkret qurum üçün fərdi formada planda tərtib edilir. Bu kodekslərdə oxşarlıqların olmasına

baxmayaraq şirkət və yaxud hökumət orqanı üçün əhəmiyyətli olan xüsusi fəaliyyət aspekti hər zaman mövcuddur. Müasir şirkətlərin, xüsusən də beynəlxalq bazarlarda iştirak edən şirkətlərə işgüzar etika mədəniyyətini təkmilləşdirmək zəruridir. Bu, onların uğuru getməsinə zəmanətdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Magistr dissertasiyasının əsas məqsədi mövcud olan qloballaşma şəraitində işgüzar etiket qaydalarının elmi və təcrübəvi cəhətlərini çıxarılması əsasında tədqiqatlar aparmaqdan ibarətdir. Aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- Bank xidmətləri və müasir şəraitdə onların xarakterik cəhətlərini müəyyənləşdirmək;
- Bank marketinqi - bank xidmətlərinin istehlakçılara təsirini araşdırmaq;
- Bank fəaliyyətinin marketinq modelinin təşkili xüsusiyyətlərinə nəzər salmaq;
- Ölkəmizdə bank sektorunun mövcud vəziyyətini təhlil etmək.

Magistr dissertasiyasında işgüzar etiketin müasir şəraitdə yeri və rolunun müəyyənləşdirilməsi tədqiqatın praktiki əhəmiyyətə malik olmasına dəlalət edir. Aparılan araşdırmalar nəticəsində etikanın və işgüzar etiketin tədqiqi irəli sürülən təklif və tövsiyələrin tətbiq edilmə imkanlarını daha da genişləndirir.

Tədqiqatın obyektı və predmeti: Obyektı: Banklar etik davranışdır, predmenti isə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən banklarda etik davranış qaydalarının tətbiq edilməsidir.

Tədqiqat metodları: Tədqiqat prosesində empirik, statistik, müqayisəli təhlil və sintez metodlarından geniş istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: AMEA Mərkəzi Elmi Tədqiqat İnstitutunun, Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin, Təhsil Nazirliyinin, İqtisadiyyat Nazirliyinin və digər təşkilatların və dövlət orqanlarının statistik və analitik materialları və nəticələri təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqatın həyata keçirilməsinə əngəl olan nəzəri-metodoloji çatışmazlıqlar, yetərli informasiya bazasının olmamağı və s. Ölkəmizdə və başqa ölkələrdə işgüzar etiket barədə müasir idarəetmə nəzəriyyə və təcrübəsinin müddəaları, sosial-institutsionalizm cərəyanından doğan əsas fikirlər,

insani münasibətlər, menecmentin klassik, empirik, sosial sistemlər və eyni zamanda strategiya məktəblərinin həyata keçirdiyi elmi ümumiləşmələr və sistemləşmələr təşkil edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Elmi yenilikləri aşağıdakı kimi göstərə bilərik:

- Banklarda müxtəlif hesablaşma əməliyyatlarının auditinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir

- Kredit və ssuda əməliyyatları auditinin hüquqi bazası, məlumat mənbələri və aparılma metodikası öyrənilmişdir

- Real sektor və bank sistemi münasibətlərinin təkmilləşdirilməsində auditin rolu müəyyən edilmişdir

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Etik əxlaq, əxlaq təlimidir. Etika bizim üçün hər şeydən əvvəl bir bilik qolu, insan münasibətlərini, eləcə də insanların davranışlarını müəyyən ağlabatan, ümumiyyətlə qəbul edilmiş normalara uyğunluğu baxımından nəzərdən keçirməyə və qiymətləndirməyə imkan verən xüsusi bir elmdir. Sözdə “peşə etikası” və xüsusən də “iş etikası” mövcuddur. Tətbiq sahələri, mövzu ilə əlaqəli bank sahəsində işləmək istəyənlər, ətraflı məlumat toplamaq istəyənlər araşdırılanlar tətbiq edə bilər.

I FƏSİL. İDARƏETMƏ ETİKASININ FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAFINA NƏZƏRİ-METODOLOJİ YANAŞMA

1.1. İdarəetmə etikasının iqtisadi mahiyyəti, onun idarəetmədə rolu və etika konsepsiyaları

Ticarət etikasını geniş mənada təşkilatların və üzvlərinin idarəetmə və sahibkarlıq sahəsindəki fəaliyyətlərinə rəhbərlik etməsi lazım olan etik prinsip və normaların məcmusudur. Buraya müxtəlif sifarişli fenomenlər daxildir: bütövlükdə təşkilatın həm daxili, həm də xarici siyasətinin etik qiymətləndirilməsi; təşkilat üzvlərinin mənəvi prinsipləri, yəni peşəkar əxlaq; təşkilatdakı mənəvi mühit; işgüzar davranış qaydaları rituallaşdırılmış xarici davranış normalarıdır.

Fərqli terminlərin - “etika” (Yunan) və “əxlaq” (Latın) sözlərinin istifadəsi təsadüfi deyil. Sadalanan problemləri nəzərdən keçirərkən istifadə olunan və oxşar Slavyan kökündən (mənası, xarakteri) yaranan “əxlaq” sözü də vardır. Bu üç terminin mənaları arasındakı fərqi etik (əxlaq elmində olduğu kimi) və fəlsəfədə bir tarixi var. Ticarət etikasını problemlərinə həsr olunmuş ədəbiyyatda, müəlliflər “etikanı” “əxlaq” dan ayırmağı ümumiyyətlə zəruri hesab edirlərsə, bir qayda olaraq etik cəhətlərin sosial qarşılıqlı münasibətlərdə, əxlaqi cəhətlər isə insanın daxili qiymətləndirmələrində təqdim olunduğu güman edilir. Ancaq hər iki vəziyyətdə də yaxşı ilə şər, ədalətlə haqsızın, yaxşı ilə pisin ayrılmasından danışırıq (Səfərəliyeva R. 2012: s.345).

ABŞ-da iş həyatının etik məsələlərinə xüsusi diqqət yetirilmişdir. Məcburi etika kursları təkcə fəlsəfə və teologiya şöbələrində deyil, müxtəlif biznes məktəblərində də tədris olunur. Böyük şirkətlər işçiləri üçün etik kurslar təşkil edirlər. Bir çox firma, şirkətin etik prinsiplərini, davranış qaydalarını və rəhbərliyin işçiləri qarşısında məsuliyyətini yazaraq formalaşdıran korporativ etik kodlar yaradır. Bununla birlikdə, bir etik kodeksin verilməsi çox vaxt ictimai rəyə sadə bir güzəştdir və etik məsələlərin həllində həm ilk, həm də son addımdır. Menecerlərin mənəvi səviyyəsi digər peşələrin nümayəndələrindən daha aşağıdır.

Bununla belə, ictimaiyyətin etik məsələlərə diqqəti təşkilat rəhbərlərini fəaliyyətlərinin etik təhlilini aparmağa məcbur edir. Etik araşdırmalarda ümumi bir yer olan əxlaqın tutulmayan və idarəolunmaz mahiyyəti ilə bağlı şikayətlərdən, bir təşkilatın fəaliyyətinin etik aspektlərinin planlı və nəzarət edilən bir nizama çevrilməsinə, əxlaqın institusionalizasiyasına keçməyə cəhd edilir.

Həm bir fərdin, həm də bütöv bir təşkilatın əxlaqi inkişaf səviyyəsi hal-hazırda iyirminci əsrdə formalaşanlara istiqamətlənmə ilə müəyyən edilir. Ümumdünya ədalət prinsipləri: insan hüquqlarının bərabərliyi və fərdi şəxs olaraq insanın ləyaqətinə hörmət (Kolberg L.); həyata hörmət prinsipi (Schweitzer A.). A.Pecceinin məşhur “İnsani keyfiyyətlər” kitabında təşkilatın hədəflərini müqayisə etmək üçün istifadə edilə bilən “bəşəriyyət üçün altı hədəf” öz əksini tapmışdır (Səfərəliyeva R. 2012: s.345).

- “Xarici hüdudlar “ - insanın yer üzündə mövcudluğunun biofiziki hədləri problemini başa düşmək, insanla təbiət arasındakı əlaqəni uyğunlaşdırmaq;

- “Daxili məhdudluqlar” - insanın fiziki və psixoloji imkanlarının öyrənilməsi;

- Xalqların və millətlərin mədəni xüsusiyyətlərinin qorunması və qorunması;

- “Dünya birliyi” - eqosentrik dövlətlər sisteminin öz aralarında koordinasiya edilmiş və coğrafi və qərar qəbul etmə mərkəzləri sisteminə tədricən çevrilməsinin yollarını müəyyənləşdirmək;

- Yaşayış yeri, insan məskənləri üçün əsas dünya planı;

- İstehsal sistemi.

Korporativ etik kodlar, son dörd əsrdə inkişaf etmiş və müəyyən dərəcədə maksimum etik tələbləri məhdudlaşdıran digər etik prinsiplərə əsaslanırlar:

- Faydacı prinsip - ən çox insana ən böyük fayda verir;

- Fərdi prinsip - kiminsə uzunmüddətli maraqlarına çatmağa yönəldilmişdir.

Təşkilatın dəyərləri, məqsədləri və fəlsəfəsinə dair mücərrəd müddəaların korporativ etik kodlara daxil edilməsi şirkət rəhbərliyinin onlara sadəcə gözəl sözlər kimi münasibətini istisna etmir, eyni zamanda cəmiyyətin təşkilatlara qoyduğu tələblərin etik standartları çox yüksəkdir. Korporasiyalardan müxtəlif sosial

problemləri həll etmək tələb olunur: işçilərin həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, ətraf mühitin qorunması, xeyriyyə işləri, cəmiyyətin bütün vətəndaşlarının həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması. Təşkilatın sosial məsuliyyəti üçün leyhinə və əleyhinə olan mübahisələrə diqqət yetirək (Səfərəliyeva R. 2012: s.345):

“Leyhinə”

- Sosial məsuliyyət, şirkətin gücü ilə şirkətin məsuliyyəti arasında tarazlıq yaradır.

- Könüllü sosial məsuliyyət məcburi dövlət tənzimlənməsindən yayınır.

- İctimaiyyət hesabatlı olan və nəticədə onların uğur qazanmasına kömək edən təşkilatları dəstəkləyir.

- Buna uyğun olaraq fəaliyyət göstərən təşkilat cəmiyyətin problemlərini həll etməsinə kömək edir.

- Ətraf mühitin çirklənməsi kimi təşkilatlar tərəfindən yaradılan sosial problemlər bu təşkilatlar hesabına həll olunmalıdır.

- Təşkilatlar böyük problemləri həll etmək üçün mənbələr toplamağa çalışırlar.

- Təşkilatların cəmiyyətə kömək etmək üçün mənəvi borcu var.

Nəticə etibarlı ilə sosial məsuliyyət dərəcəsinin yüksəldilməsinin təşkilatların uzunmüddətli hədəflərinin həyata keçirilməsinə töhfə verdiyi və onlar üçün faydalı olduğu baxımından bəhs olunur.

“Əleyhinə”

- Bu cür davranışın qiyməti, şirkətin gəlir maddələrinin azaldılması və istehlakçı üçün məhsulların qiymətinin artmasıdır.

- Sosial məsuliyyətin böyük bir hissəsini daşıyan bir şirkət digər şirkətlər tərəfindən rəqabətdə kənara atıla bilər.

- Sosial məsuliyyət üçün ödəniş aşağı əmək haqqı, aşağı dividend, yüksək qiymət şəklində ola bilər.

- Sosial məsuliyyət götürmək, bir təşkilatın üzvlərini əsas məqsədləri barədə səhv yönləndirə bilər.

- Sosial məsuliyyət götürmək, həqiqətən bir təşkilatın gücünü azalda bilər.

- Sosial problemlərin məsuliyyəti şirkətlərin deyil, şəxslərin üzərinə düşür.

- Korporativ liderlər sosial problemləri həll etmək üçün öyrədilməmişdir.

Əxlaqi şüur üçün spesifik olan, iş etikasında mövcud olanla mövcud olan arasındakı ziddiyyət təşkilatın mənəvi və etik hədəfləri ilə onun əsas hədəfləri - uğur və qazanc əldə etmək arasındakı obyektiv ziddiyyətdən irəli gəlir. Etik prinsiplər realılıqla qarşıdurmayaya tab gətirə bilməz. Əxlaqı ticarətlə məşğul olmayan, heç kimə rəhbərlik etməyən və bunu necə edəcəyini bilməyənlər öyrədirlər və əksinə rəhbərlik edənlər səmimi şəkildə etikanı faydasız və mücərrəd bir elm hesab edirlər.

Bir təşkilatın mənəvi mühiti təşkilati mədəniyyəti ilə müəyyən edilir. Təşkilatın qanuni məqsədlər, missiya, dəyərlər şəklində formal, qanuni olaraq müəyyən edilmiş cəhətləri, fəaliyyətin həqiqi hədəfləri və məzmunu və təşkilatda inkişaf edən insanların münasibətlərinin təbiətindən fərqlənə bilər, buna görə formal, qanuni təşkilati mədəniyyət və kölgə və ya həqiqi təşkilati mədəniyyət haqqında danışa bilərik. Üzvi mədəniyyətlə əlaqəli ictimai təşkilatlardakı mənəvi mühit, dövlət işçilərinin ciddi şəkildə riayət etməli olduqları, rəsmi olaraq qəbul edilmiş qanun və məcəllələrə - bu dövlət təşkilatlarının üzvləri tərəfindən, dövlətdə bürokratik təşkilati mədəniyyətlə əlaqəli olan ictimai və mənəvi dəyərlərin cəmi ilə müəyyən edilir. Kommersiya təşkilatlarında hədəflər mənəvi motivasiya daxil olmaqla təşkilatın üzvləri olan işçilərin yüksək davamlı motivasiyasının yaradılması yolu ilə həyata keçirilir (Axundova N.F. 2014: s.456).

Bir təşəbbüskar təşkilati mədəniyyət üçün etik doktrina, təşkilatın hər bir üzvü üçün maksimum mənfəət güdən egoistlik prinsipləri üzərində qurulmalıdır. Kollektivizmin əsasları üzərində qurulmuş üzvi təşkilati mədəniyyətin etik prinsipləri, komanda üzvlərinin hər biri üçün maksimum bərabərlik, bərabər hüquq və bərabər məsuliyyət əldə etməyi nəzərdə tutur. Bürokratik təşkilati mədəniyyət öz-özlüyündə ikidir, çünki hiyerarşik bir təşkilata malikdir və bildiyiniz kimi “yuxarıların əxlaqı” və “altların əxlaqı” həmişə bir-birindən fərqlənir. Onları maksimum məsuliyyət nümayəndəliyi, yəni təşkilatın bütün üzvlərinin məsuliyyətsiz davranışı və bu “güc piramidası” nın zirvəsində olan insanlar arasında güc funksiyaları və məsuliyyətinin maksimum cəmlənməsi birləşdirir. Bu səbəbdən “yuxarı” prinsipi “istədiyinizi et”, “alt” prinsipi isə “müdirin dediklərini etmək” dir.

Bürokratik mədəniyyət üçün ən çox xarakterik olan bu bölünmüş, özgəninkiləşdirilmiş, “bədbəxt şüur” vəziyyətidir.

Boss və tabe olan şəxs arasındakı münasibət üç model ilə təsvir edilə bilər (Axundova N.F. 2014: s.456):

- Tabe özünü ətrafdakı və ya patronun yaratdığı və tamamilə ona yüklədiyi şərtlərdən bir qurban kimi görür, bu səbəbdən də tabeçiliyində olanların başına gələn hər şey üçün müdir tam mənəvi məsuliyyət daşıyır;

- Tabe olan şəxs, təşkilatın təyin etdiyi rola uyğun hərəkət edən “boş gəmi” dir və yalnız bu rolda bu təşkilatda qoyulan gözləntiləri və ya reçeteleri necə yerinə yetirdiyinə görə cavabdehdir;

- Tabe olan yalnız patronu məmnun edə bilməyən, həm də özünü incitməyəcək ağıllı bir ifaçıdır. Bu, “durğun” dövrlərdə dedikləri kimi “bosslar maaş almış kimi, tabeliyində olanlar isə işləyən kimi göstərdikləri zaman” ikili əxlaqın zirvəsidir.

İştirakçı təşkilati mədəniyyət, bütün üzvlərin onlar üçün ümumi məsələlərdə bacarıq və məlumatlılığından asılı olaraq, komandanın hər bir üzvünün maksimum özünü inkişaf etdirmə və iştirak prinsipləri üzərində qurulur. Əxlaqi tənzimləmənin rolu artır və ədalət prinsipi əsas prinsipə çevrilir.

Bir təşkilatda münasibətlərin mənəvi tənzimlənməsinə rəşional münasibət, əxlaqın institusionalizasiyası, liderin iki etik cəhətdən eyni hərəkət metodu arasında seçim etmək məcburiyyətində qaldığı, lakin etməyəcəyinə qərar verməli olduğu zaman çətin problem vəziyyətlərinin, etik dilemmaların həlli ilə bağlı xüsusi praktik tövsiyələrin verilməsinə ehtiyac yaradır. özünə və ya təşkilata və ya hər ikisinə faydalı olsa da etik olmayan sayıla biləcək bir şey etmək. Məsələn, gəlirli bir müqavilə əldə etmək üçün rüşvət vermək etikdirmi? Şirkətinizin təhlükəli tullantıları təhlükəli formada atmasına icazə vermək etikdirmi? Yaxşı bir işçinin iş yerini dəyişdirməsinə qərar verə biləcək məlumatları gizlətmək etikdirmi? İş yerində şəxsi iş aparmaq etikdirmi?

Liderlər və menecerlər bu cür dilemmalarla yalnız bosslar və tabe olanlar arasındakı münasibətdə deyil, həm də müştərilər, rəqiblər, təchizatçılar və dispetçerlərlə qarşı-qarşıya qalırlar. Nəticə etibarilə, getdikcə daha çox təşkilatın

rəhbərlərə çətin şərtlərdə qərar qəbul edərkən etik prinsiplərini aydınlaşdırmasına və öz intizamını tətbiq etməsinə kömək etmək üçün etik təlim proqramlarına ehtiyac duyulur. Məsələn, bu etik problemlərlə qarşılaşanda kömək edə biləcək çox faydalı bir siyahıdır (Axundova N.F. 2014: s.456):

Mənəvi seçim vəziyyətləri ilə necə davranmaq olar?

Addım 1. Dilemmanı tanıyın və aydınlaşdırın.

Addım 2. Bütün mümkün həqiqətləri əldə edin.

Addım 3. Bütün seçimlərinizi sadalayın.

Addım 4. Üç sual verərək hər bir seçimi sınayın:

“Qanuni?”

“Bu düzdür?”

“Bu faydalıdır?”

Addım 5. Qərar vermək.

Addım 6. İki sual verərək həll yolunu iki dəfə yoxlayın:

“Ailəm qərarımı öyrənsə özümü necə hiss edəcəm?”

“Qərarım yerli mətbuatda elan olunarsa özümü necə hiss edəcəm?”

Addım 7. Hərəkət edin.

Təəssüf ki, hər birimiz əxlaqsız davranışı rəşional olaraq əsaslandırma bilərik. Bu cür hərəkətlərin məqbul olduğuna özümüzü inandıra bilərik. Əxlaqsız hərəkətlərin qarşısını almağın ən yaxşı yolu bu bəhanənin qüsurlu və özünə xidmət edən məntiqə söykəndiyini qəbul etməkdir. Qeyri-etik davranışa haqq qazandırmaq üçün dörd ümumi rəşional üsula qarşı tamamilə silahlı olmaq faydalıdır:

- Davranışın əslində etik və ya qanunsuz olmadığına özünüzü inandırın;

- Təşkilatın və ya ən yaxşı maraqlarınız naminə hərəkət etdiyinizi bildirərək davranışa bəhanə gətirmək;

- Davranışı normal kimi göstər, çünki bunu heç kim bilmir;

- Ümid edirəm ki, müdirləriniz sizi dəstəkləyəcək və işlər düz getmirsə sizə kömək edəcəkdir.

Təşkilatın mənəvi ab-havasının formalaşmasında təşkilat rəhbərinin mənəvi mövqeyi və onun şəxsi mənəvi keyfiyyətləri xüsusi rol oynayır.

Liderin mənəvi məsuliyyəti:

- Təşkilatın üzləşdiyi hər hansı bir problemin dəyər aspektlərinin təhlili.
- Təsirləri və duyğuları idarə etmək - həm özünü, həm də ətrafınızdakılar.
- Qeyri-müəyyən anlayışlar olan “məlumatlılıq”, “iştirak”, “öhdəlik”

kateqoriyalarında təşkilatdakı üstünlüklərin təhlili.

- Etik seçimin həyata keçirilməsi - “istədiyinizi yox, gərək olduğunuz şeyi edin”.

Etika geniş mənada universal və tətbiq olunan xüsusi əxlaqi tələblər və davranış normaları ictimai həyat prosesidir. Buna görə iş etikasını ictimai həyatın sahələrindən birini vurğulayır. Universal əsaslanır norma və davranış qaydaları, xidmət münasibətlərinin etik standartları var. İş etikasını getdikcə daha çox verilmişdir. Bu, təhsil proqramlarının həcmindəki artımda özünü göstərir. Ümumi Etik Kursları davranışlar bəzi məktəb proqramlarına, sistemə daxil edilir. İşəgötürənlər getdikcə daha çox iş etikasını və kədr seçimi və işə qəbulunda şəxsi münasibətlər və həm də işçiləri tərəfindən birbaşa həyata keçirilmə müddətində peşəkar rol oynayır. Ticarət etikasına uyğunluq münasibətlər peşəkarlığı qiymətləndirmək üçün əsas meyarlardan biridir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu yanaşma yalnız xidmət əlaqələri sahəsi üçün, həm də istifadə edin genişləndirilməməlidir. Bir daha vurğulamaq lazımdır ki, etika bir sistemi əhatə edir. Təbii ki, bir çox norma bir iş şəraitində əlaqələr gündəlik həyat üçün ədalətlidir və əksinə, şəxsiyyətlərarası münasibətlərin demək olar ki, bütün qaydaları xidmət etikasında əks olunur.

Ticarət etikasını sözün geniş mənasında, təşkilatların və üzvlərinin idarəetmə və sahibkarlıq sahəsindəki fəaliyyətlərinə rəhbərlik etməli olan etik prinsip və normaların məcmusudur. Müxtəlif sifarişli hadisələri əhatə edir (Axundova N.F. 2014: s.456):

- Bütövlükdə təşkilatın daxili və xarici siyasətinin etik qiymətləndirilməsi;
- Təşkilat üzvlərinin mənəvi prinsipləri (peşə əxlaqı);
- Mənəvi davranış nümunələri;
- İş etiket qaydaları .

Ticarət etikasını azadlıq kimi universal bir insan dəyərinə əsaslanır. Bu o deməkdir ki, menecer rəqiblərinin işlərinə müdaxilənin, hətta kiçik şeylərdə də onların mənafeələrinin pozulmasının yolverilməzliyi ilə ifadə olunan sərbəstliyini qiymətləndirməlidir.

İş etikasını idarəetmə prosesindəki insanlar arasındakı münasibətləri tənzimləyir. İş etikasını müəyyən normalara, tələblərə və prinsiplərə əsaslanır.

Ticarət etikasının əsas tələbi tolerantlıqdır, bu tərəfdaşların, müştərilərin və ya təbə olanların zəif və zəif tərəflərini aradan qaldırmanın mümkünsüzlüyünün şüurunda olmasıdır. Dözümlülük qarşılıqlı inam, anlaşma və səmimiyyətə səbəb olur, münaqişə vəziyyətlərindən qaçmağa kömək edir.

İşgüzar münasibətlər həmişə müxtəlif çətinliklər və münaqişələrlə doludur, buna görə də nəzakət və incəlik tələb edirlər. Bu cür ünsiyyətdə nəzakət yalnız hədəflərin və davranış normalalarının uyğunluğunu başa düşmək deyil, həm də etik normaları müəyyən bir şəxsə tətbiq etmək bacarığıdır. Cinsiyyət, yaş, milliyət, temperament, vərdişlər və s. Xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq bərabər bir insan şəxsiyyəti olaraq ortağınızdan, müştərinizdən və ya tabeliyinizdən xəbərdar olmaq hər vəziyyətdə taktiki olmaq deməkdir.

Zəriflik ünsiyyətdə nəzakət və diqqətli olmaq, həmkarlarının qururunu əsirgəməmək bacarığı kimi başa düşülür. Bu, yalnız yüksək peşəkar menecerlər və iş adamlarına xas olan ünsiyyətdə düzgünlük və səmimiyyət nümayiş etdirməyin xüsusi bir formasıdır. Zəriflik, iş problemlərinin ən az mənəvi və psixoloji xərclərlə həll olunmasına kömək edən ən sadə iş əlaqəsidir.

Ticarət etikasını, ədalət kimi bir konsepsiyaya da diqqət yetirir ki, bu da insanların şəxsi və işgüzar keyfiyyətlərinin və fəaliyyətlərinin qiymətləndirilməsini, şəxsiyyətlərinin tanınmasını, tənqidlərə açıq və özünü tənqid etməyi nəzərdə tutur (Соломанидина Т.О. 2015: с.411).

Ticarət etikasında ən çox işlənmiş məsələlər bunlardır: korporativ və ümumbəşəri etika arasındakı əlaqə, idarəetmə fəaliyyətinin sosial məsuliyyəti problemi, ümumi etik prinsiplərin konkret qərar qəbul etmə vəziyyətlərinə tətbiqi,

təşkilatın etik səviyyəsinin yüksəldilməsi yolları, dini və mədəni dəyərlərin iqtisadi davranışa təsiri və digərləri.

Ənənəvi olaraq iş etikasını ümumiyyətlə makroetika və mikroetika olaraq bölünür. Makroetika, cəmiyyətin sosial və iqtisadi quruluşunun hər iki makro subyekti arasında mənəvi münasibətlərin xüsusiyyətlərini nəzərə alan iş etikasının bir hissəsi kimi başa düşülür, yəni. korporasiyalar, bütövlükdə dövlət və cəmiyyət və onun hissələri. Mikroetika, bir şirkət daxilində, bir əxlaqi subyekt kimi bir şirkət ilə işçiləri, eləcə də səhmdarları arasında mənəvi münasibətlərin xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi kimi başa düşülür.

1.2. Milli - mədəni dəyərlərin formalaşması və inkişafı

Bu, korporativ etik kodeksin digərlərindən daha asan nəzarət və tənzimlənməsi olan hissəsidir. Bəzən bütün inzibati iş etikasının yalnız etiket qaydaları qalır. Etik davranış davranışı tənzimləyən düzgün əxlaqi metodlarla əlaqəli deyil, buna görə fəlsəfi etik lüğətlərdə bu barədə məqalələr belə yoxdur. Xarici davranış formalarını ciddi şəkildə tənzimləyərək etiket qaydaları insana seçim sərbəstliyi vermir. Bundan əlavə, etiket qaydalarının həyata keçirilməsi yalnız xarici davranışa aiddir və mənəvi şüur sahəsinə təsir göstərmir.

“Etiket qaydaları” sözü müəyyən bir sosial sahədə müəyyən edilmiş davranış qaydasını bildirir: saray, diplomatik, hərbi, yüksək cəmiyyət, kilsə, idman, elmi icmaların etiket qaydaları; sahibkarlıq və idarəetmə sahəsində - iş qaydaları. Etik davranış qaydaları tanışlıq, salamlama və vidalaşma formaları, minnətdarlıq və rəğbət ifadə etmə, nitq mədəniyyəti və söhbət aparmaq bacarığı, süfrədəki davranış qaydaları, təbriklər, hədiyyələr və s. İşgüzar etiket qaydalarındakı bütün bu vəziyyətlər bir iş üçün müraciət edərkən və iş yerlərini dəyişdirərkən davranış qaydaları, müdirlə tabeliyində olanlarla münasibət qaydaları, ofis telefonu ilə danışmaq qaydaları, iş yazışmaları, ofis daxili bəzəkləri, iş əlaqəsi müddətində qadın və kişi münasibətləri ilə tamamlanır (Уткин Э.А. 2015: с.345).

Bəzi milli və korporativ xüsusiyyətlərə malik olmasına baxmayaraq, işgüzar davranış qaydaları ümumiyyətlə beynəlxalq işgüzar ünsiyyətdə qəbul edilir. Bir

təşkilatda iş etiketi, ümumilikdə təşkilatda iş ünsiyyəti üçün işgüzar ünsiyyət və liderliyin hansı üslubunun (avtoritar, demokratik, liberal və ya icazə verilən) xüsusiyyətlərindən, həmçinin təşkilatın fəaliyyətindən, rəhbərliyinin zövqlərindən və ənənələrindən asılıdır. Etik qaydaları ilə bağlı xüsusi tövsiyələrə xüsusi ədəbiyyatda rast gəlmək olar. Amerikalı tədqiqatçı, sosioloq, işgüzar ünsiyyətdə nəzakət qaydalarının təbliğatçısı Jen Yager tərəfindən formalaşdırılan altı əsas iş etiket qaydaları (Соломанидина Т.О. 2015: с.411).

1. Hər şeyi vaxtında edin!

Gecikmək nəinki işə müdaxilə edir, eyni zamanda insana etibar edilə bilməyəcəyinin ilk əlamətidir. Vaxtında çatmaq bəzən çox erkən deyil, rəhbərlərinizin qarşısına gəlmək deməkdir. Gündəlik cədvəlinizdəki əsas şey səhər vaxtında çatmaqdır. Birdən gecikməli olduğunuz və bu barədə əvvəlcədən bildiyiniz bir şey baş verərsə, ofisə zəng vurun və katibinizə və ya müdirlərdən birinin xəbərdar olduğuna əmin olun.

İş vaxtının təşkili və bölüşdürülməsini araşdıran mütəxəssislər, fikrinizcə, bu işi başa çatdırmaq üçün tələb olunan müddət üçün əlavə 25% əlavə etməyi məsləhət görürlər. Murphy qanununu xatırlayın: hər şey düşündüyünüzdən daha uzun çəkir və ortaya çıxacaq bütün maneələr ortaya çıxmalıdır. Buna görə proqnozlaşdırıla bilən çətinliklər üçün vaxt ayırın.

2. Çox danışmayın!

Bu prinsipin arxasında duran əsas budur ki, bir şirkətin, qurumun və ya müəyyən bir əməliyyatın sirlərini şəxsi sirləriniz kimi diqqətlə saxlamalısınız.

Həmkarından, menecerdən və ya tabeliyində olan birindən şəxsi həyatı barədə eşitdiklərinizi heç vaxt heç kimə danışmayın.

3. Mehriban, mehriban və qonaqpərvər olun!

Müştəriləriniz, müştəriləriniz, müştəriləriniz, həmkarlarınız və ya tabeliyinizdə olanlar sizə istədikləri qədər qüsur tapa bilər, fərqi yoxdur: onlarla hələ nəzakətli, mehriban və xeyirxah davranmalısınız. Obez, şübhəli və kövrək insanlarla işləməyi kim bəyənir? Yalnız başqalarına qarşı səmimi münasibət zirvəyə çatmağa imkan verəcəkdir (bu, növbətçi ünsiyyət qurmalı olduğunuz hər kəslə dost olmaq demək

deyil). Ətrafınızdakı hər kəs zövq almağı bildiyinizi iddia edirsə, deməli doğru yoldasınız. Yaxşı yetişdirmə və xeyirxahlığın vacib elementlərindən biri də ehtiyac duyulanları söyləmək sənətidir. Hərəkətlərinizdə eyni prinsipə riayət etməlisiniz və bunlar çıxışlarınızda əks olunur.

4. Yalnız özünüzü deyil, başqalarını düşünün!

Hansı işlə məşğul olursanız olun, bir müştərinin və ya müştərinin baxış bucağını tapmaq ehtiyacı iqtisadiyyatın demək olar ki, bütün sahələrində - sənayedən və nəşriyyatdan tibb və telekommunikasiyaya qədər irəliləməyinizə imkan verəcəkdir. Başqalarına diqqət yalnız müştərilərə və ya müştərilərə münasibətdə göstərməlidir, həm də iş yoldaşlarına, müdirlərə və təbəçilərə də aiddir. Başqalarının fikirlərinə hörmət edin, niyə bu və ya digər baxımdan olduqlarını anlamağa çalışın. Həmişə həmkarlarından, müdirlərindən və tabeliyində olanlardan tənqid və tövsiyələrə qulaq asın. Biri işinizin keyfiyyətini soruşduqda dərhal çırpmağa başlamayın; başqalarının düşüncələrinə və təcrübələrinə dəyər verdiyinizi göstərin. Özünə inam təvazökar olmağınıza mane olmamalıdır (Соломанидина Т.О. 2015: с.411).

5. Düzgün geyin!

Heç bir halda unudulmamalı olan ən vacib prinsip, ilk növbədə, xidmətdəki mühitinə və bu mühit içərisində - səviyyənizdəki işçilər kontingentinə uyğunlaşmağa çalışmalısınız. Bəzi mütəxəssislər iş üçün “olduğu kimi” deyil, istədiyiniz kimi geyinməyi məsləhət görür, lakin bu tövsiyəyə əməl etməmək daha yaxşıdır. İndi şirkətdə hansı rolda olursunuzsa olun, “uyğunlaşmalısınız”, eyni zamanda ən yaxşı görünməlisiniz, yəni zövqlə geyinməli, üzünüə uyğun rənglər seçməlisiniz, aksesuarları diqqətlə seçməlisiniz: ayaqqabıdan qalstuk qədər.

6. Düzgün danışın və yazın!

Danışılan və yazılan sözlərdən düzgün istifadə etmək nə deməkdir? Bu o deməkdir ki, dediklərinizin hamısı, yazdıqlarınızın da, istər daxili qeydlər, istərsə də şirkət xaricində başqalarına göndərilən hər hansı bir məktub, yaxşı dildə ifadə olunmalı və bütün adlar səhsiz çatdırılmalıdır. Heç vaxt söyüş söyməməyinizə əmin olun: ola bilsin ki, bir söhbətin, sizin fikrinizcə, tamamilən özəl olsun, dağda bir

adam istəmədən bütün karyeranızı bağlı olan bir adam sizi eşitsin. Nədənsə üçüncü bir şəxs tərəfindən istifadə edilən pis sözləri təkrarlayırsınızsa - sitat olaraq və ya bir vəziyyəti təhlil edərkən - çox söyüş söyməyin.

Ölkəmizdə hüquqi dövlət qurulması, vətəndaş cəmiyyətinin formalaşması hüququn rolunu xeyli artırdı. Bu gün hüquqşünaslar olmadan edə biləcək bir sosial həyat sahəsi tapmaq çətindir. Qanunverici, icraedici və məhkəmə orqanlarında, prokurorluqda və hüquq peşəsində çalışırlar. Müəssisələrdə, sosial-mədəni, tədqiqat, təhsil müəssisələrində, ticarət strukturlarında, ictimai birliklərdə, hüquq şöbələri, bürolar yaradıldı, müntəzəm hüquqşünas vəzifələri gətirildi. Hüquq mütəxəssisləri nəzarət və təftiş orqanlarında (ticarət, maliyyə və s.) İstifadə olunur, dövlət və bələdiyyə idarəetmə orqanları yanında müxtəlif komissiyaların işində fəal iştirak edirlər. Hüquqşünaslar qanunverici komitələrə və qanunverici (nümayəndəli) orqanların digər komitələrinə rəhbərlik edirlər (Спивак В.А. 2014: с.211).

Hüquq işi çox mürəkkəb və çoxşaxəli bir fəaliyyətdir. Məzmunu, bir tərəfdən, təsbit edilmiş vətəndaşların hüquqlarını qorumaq, digər tərəfdən hər bir şəxs tərəfindən qanuni normalara ciddi riayət edilməsini, cinayətlərə qarşı qətiyyətli bir mübarizəni, hər hansı bir antisosial davranış və qanunsuz hərəkətlərlə təmin etmək ehtiyacı ilə müəyyən edilir.

İşgüzar ünsiyyət bu və ya digər növ obyektiv fəaliyyətin təşkili və optimallaşdırılması məqsədi ilə şəxsiyyətlərarası ünsiyyətdir: istehsal, idarəetmə, elmi, ticarət və s.

İşgüzar ünsiyyət bu və ya digər növ obyektiv fəaliyyətin təşkili və optimallaşdırılması məqsədi ilə şəxsiyyətlərarası ünsiyyətdir: istehsal, idarəetmə, elmi, ticarət sahələri və s. Bu tərif işgüzar ünsiyyətin məqsədini - məhsuldar əməkdaşlığın təşkilini vurğulayır və bunun insan fəaliyyətinin müxtəlif sahələri ilə ayrılmaz şəkildə əlaqəli olduğunu qeyd edir. Nəzərə alınmalıdır ki, işgüzar ünsiyyət iştirakçıları, bir qayda olaraq məmurlar, vəzifələrini icra edən məmurlardır.

Tədqiqatçılar müxtəlif növ rabitə növlərini təhlil edir, onun spesifik xüsusiyyətlərini təsvir edirlər. Qanuni fəaliyyət sahəsindəki ünsiyyət üçün də xarakterik olan əsas xüsusiyyətləri adlayaq.

Hər şeydən əvvəl, bu tənzimləmə - müəyyən edilmiş qaydalara və məhdudiyyətlərə itaətdir. İşgüzar ünsiyyətdə işçinin vəzifə hüquqları və vəzifələri, kollektivin ənənələri, işgüzar ünsiyyət növü, rəsmi olma dərəcəsi, müəyyən bir iclasın məqsəd və vəzifələri, milli və mədəni adətlər ilə müəyyən edilən qəbul edilmiş davranış standartları mövcuddur (СПИВАК В.А. 2014: с.211).

Müntəzəmlik müəyyən sosial qrupların yığılmış təcrübəsini, mənəvi münasibətlərini və zövqlərini əks etdirən işgüzar etiket qaydalarına riayət etməyi nəzərdə tutur. İş etiketinə salamlama və təqdimat qaydaları daxildir, söhbət zamanı, danışıqlar zamanı, qəbulda, masada davranışı tənzimləyir; vizit kartlarından necə istifadə olunacağını, iş yazışmalarının aparılmasını və s. qaydaları iş adamlarının xarici görünüşünə, geyimlərinə, mənfi və müsbət emosiyaları idarə etmək bacarığına və danışıq tərzinə çox diqqət yetirilir.

İşgüzar ünsiyyətin tənzimlənməsi həm də müəyyən bir müddətlə məhdudlaşması deməkdir. İş adamları vaxtın dəyərini bilir, ondan səmərəli istifadə etməyə çalışırlar və adətən iş günlərini saatlarla dəqiqələrlə təyin edirlər. Buna görə də, bir qayda olaraq, işgüzar görüşlər ciddi bir cədvələ malikdir və ayrılan vaxtdan səmərəli istifadə olunması üçün müzakirə olunan məsələlərin çeşidini dəqiq müəyyənləşdirmək və görüşə diqqətlə hazırlamaq vacibdir.

Nəzərə alınmalıdır ki, hüquq praktikasında bir mütəxəssisin bir çox hərəkəti hüquqi sənədlərlə tənzimlənən prosessual qanunvericiliklə müəyyən edilir, yəni müəyyən dərəcədə rəsmiləşdirilir.

İşgüzar ünsiyyətin vacib bir xüsusiyyəti, iştirakçıların rol oynayan rollara ciddi şəkildə riayət etməsidir. Həyatda daim müxtəlif rollar oynayırıq, “oynayırıq”. Qarşılıqlı əlaqə müddətində, müxtəlif vəziyyətlərdə olan bir iş adamı həm müdir, həm tabe olduğu bir həmkar, həm ortağ, həm də bir şəxs və bir hadisənin rəsmi nümayəndəsi və s. olmalıdır. Bunu nəzərə almaq və tələblərə uyğun olaraq davranmaq lazımdır, konkret vəziyyət və qəbul edilmiş rolla təqdim olunur. Bəzən bir-biri ilə qohum, dost, dost, yaxın münasibətlər quran insanlar bunu unudurlar. Başqa işçilərin, kənar şəxslərin iştirakı ilə tanış davranırlar, sizinlə ünsiyyətə

keçirlər, rəsmi şəraitdə yersiz ifadələr işlədirlər ki, bu da məmuru yöndəmsiz vəziyyətə gətirir, nüfuzuna xələl gətirir (Соломанидина Т.О. 2015: с.411).

İşgüzar ünsiyyətdə rol oynayan rola riayət edilməsi iş axınını sabitləşdirir və bununla da onun səmərəliliyini təmin edir. İşgüzar ünsiyyətin xüsusiyyətləri, nəticəyə görə iştirakçıların məsuliyyətinin artırılmasını əhatə edir. Axı uğurlu iş qarşılıqlı əlaqəsi əsasən seçilmiş ünsiyyət strategiyası və taktikası ilə, yəni söhbətin məqsədlərini düzgün formalaşdırmaq, tərəfdaşların maraqlarını müəyyənləşdirmək, öz mövqeyi üçün bir əsas yaratmaq və s. ilə müəyyən edilir. və iştirakçıları itirənlərin çoxu ilə qarşılaşacaqlar (işdən çıxarılma, müqavilənin ləğvi, maliyyə itkiləri və s.). Bu səbəbdən də işgüzar ünsiyyətdə iş adamlarının bağlılıq, səliqə, sözə sədaqət, əxlaqi və etik standartlara və prinsiplərə sadıqlıq, adekvat davranış kimi mühüm keyfiyyətləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. İşgüzar ünsiyyət iştirakçıları tərəfindən nitq vasitələrindən istifadəyə qarşı daha sərt münasibət tələb edir. İşgüzar ünsiyyətdə söyüş və ədəbsiz ifadələrə, xalq dilinə icazə verilmir, məhdud istifadə dairəsi (jargon, dialektizm, arxaizm və s.) Sözlərinin istifadəsi arzuolunmazdır.

İşgüzar ünsiyyət insanların müəyyən bir sahədəki (istehsal, idarəetmə, tibb, nəqliyyat, hüquq və s.) Müəyyən bir peşə fəaliyyəti ilə əlaqəli olduğundan, iştirakçılardan ixtisaslarının dilini yaxşı bilməsi tələb olunur. Peşəkar bir dildə səriştəlilik bu sahənin əsas konsepsiyalarına yiyələnməyi, terminlərin, xüsusi sözlərin və ifadələrin düzgün istifadəsini əhatə edir. Nəzərə alınmalıdır ki, eyni ixtisasda olanlar və fərqli olanlar, eyni zamanda mütəxəssis olmayan mütəxəssislər bir-biri ilə ünsiyyət qura bilirlər.

Nəzərə alınmalıdır ki, işgüzar qarşılıqlı fəaliyyətə təşkilatın iyerarxiyası, işçilər və şöbələr arasında qurulan şaquli və üfüqi əlaqələrin xarakteri əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. İşdə davamlı olaraq karyera pilləkənlərinin müxtəlif səviyyələrində dayanan insanlarla, həmkarları, eyni səviyyəli işçilərlə ünsiyyət qurmalsınız. Subordinasiya münasibətləri həmsöhbətlərin sosial vəziyyəti və inzibati və hüquqi normalarla müəyyənləşdirilir (məsələn, menecer tabedir). Rütbə və ya vəzifə baxımından kiçiklərin ağsaqqallara ciddi şəkildə tabe olmaları, rəsmi intizam qaydalarına riayət etmələri ilə xarakterizə olunurlar. Rəhbər tabe olan şəxs üçün

məcburi olan qərarlar qəbul edir. İşgüzar təşkilatlarda rəhbərlik bacarığının bir növüdə başqa işçilər üçün mühüm, çox şey vəd edən və məhsuldar işin müəyyən edilməsidir. Mürəkkəb və çox planlı fəaliyyət bir rəhbər üçün yorucu olduğundan o çalışır ki, səlahiyyəti, məsuliyyəti kiminləsə bölüşsün (Тарахов Г. 2012: с.126).

Cədvəl 1: Səlahiyyətlərin bölüşdürülməsi ilə bağlı olan qazanc və itkilər

Q a z a n c	İ t k i l ə r
Gərginliyin azlığı	Keyfiyyət aşağı düşə bilər
İşçi qrupunun müvəffəqiyyəti üçün imkanlar artır	İş yerinə yetirilməyə bilər
Tabelikdəkilər yaxşılığa doğru dəyişir	Tabelikdəkilərlə daha geniş əalqələr tələb olunur
Hər hansı məsələyə reaksiya vermək üçün tələb olunan vaxt	Güclü şəxsiyyətlər tərəfindən təhlükə gözlənilə bilər
Qrup halında görülən İş sürətlənir	Qərar qəbuletmə prosesi mürəkkəbləşir
İşə daha yaradıcı yanaşılır	Menecerlərdə stimular azalır

Mənbə: Səfərəliyeva R. 2012: s. 32

Məlumat mübadiləsi yolu ilə şifahi və yazılı işgüzar ünsiyyət mövcuddur.

Şifahi işgüzar ünsiyyət növləri, öz növbəsində, monoloji və dialoqa bölünür.

Monoloq növləri bunlardır: salamlama nitqi, satış nitqi (reklam), məlumat nitqi, hesabat.

Dialoq növləri: işgüzar söhbət (əsasən qısamüddətli əlaqə, əsasən bir mövzuda), işgüzar söhbət (uzun müddətli məlumat mübadiləsi, fikir mübadiləsi, tez-tez qərar qəbul etmə ilə müşayiət olunur), danışıqlar (hər hansı bir mövzuda razılaşma bağlamaq məqsədi ilə müzakirə), görüş, müzakirə, görüş, Press konfrans.

Birbaşa təmasda və birbaşa şifahi və ya şifahi olmayan ünsiyyət ən böyük əhəmiyyətə malikdir.

Telefonla mesajlaşma və ya mesaj göndərmək ən geniş yayılmış ünsiyyət formalarıdır, birbaşa təmas və çoxsaylı ünsiyyət üsulları ilə seçilir ki, bu da istənilən mesajın iş (rəsmi) və şəxsi (qeyri-rəsmi) hissələrini asanlıqla birləşdirməyə imkan verir.

Yazılı işgüzar ünsiyyət növləri çoxsaylı rəsmi sənədlərdir: işgüzar məktub, protokol, hesabat, sertifikat, memorandum və izahnamə, akt, bəyanat, razılaşma, nizamnamə, vəzifə, təlimat, qərar, sərəncam, təlimat, sərəncam, etibarnamə və s.

Məzmununa görə ünsiyyəti aşağıdakılara bölmək olar (Тарахов Г. 2012: с.56):

- Material - obyektlərin və fəaliyyət məhsullarının mübadiləsi;

- İdrak - bilik mübadiləsi;

- Motivation - motivlər, hədəflər, maraqlar, motivlər, ehtiyacların mübadiləsi;

- Fəaliyyət - hərəkətlər, əməliyyatlar, bacarıq, bacarıq mübadiləsi.

- Ünsiyyət vasitəsi ilə aşağıdakılara bölmək mümkündür.

- Canlıya verilən təbii orqanların köməyi ilə həyata keçirilən birbaşa əlaqə: əllər, baş, gövdə, səs telləri və s.;

- Vasitəçilik - xüsusi vasitələrin və vasitələrin istifadəsi ilə əlaqəli;

- Birbaşa - ünsiyyət aktında bir-biri ilə ünsiyyət quran şəxslərin şəxsi təmaslarını və birbaşa qavrayışını əhatə edir;

- Dolaylı - digər insanlar ola biləcək vasitəçilər vasitəsilə həyata keçirilir.

Ən ümumi ünsiyyət forması söhbətdir.

İstifadəsi sahəsinə görə söhbətlər şərti olaraq gündəlik, gündəlik həyatımızla əlaqəli, məişət məsələlərinin həlli və iş ilə bölünür. İşgüzar söhbət müəyyən bir problemin həllinə yönəlmiş fikir mübadiləsi, baxış nöqtələri, fikirlər, məlumat mübadiləsini əhatə edən şəxsiyyətlərarası şifahi ünsiyyət kimi başa düşülür.

Müəyyən məsələlərin müzakirə olunduğu mühitin təbiətinə görə işgüzar söhbətlər rəsmi və qeyri-rəsmi ola bilər, yəni. müəyyən qaydalara və rəsmiyyətlərə riayət etməklə və riayət etmədən. İşgüzar söhbətlər ofisdə, iş yerində, yemək otağında, restoranda, gəzinti zamanı, mehriban ziyafətdə və s.

Müzakirə olunan *məsələlərin mahiyyətinə* görə aşağıdakı işgüzar danışmaq növləri ən geniş yayılmış hesab olunur: kadrlar (işə qəbul, işdən azad olunma, vəzifəyə keçmə); əmək intizamının pozulması, rəsmi vəzifələrdən yayınma və s. ilə əlaqəli intizam; tapşırığı yerinə yetirmə texnologiyasını təyin edən təşkilatı; bir layihə konsepsiyasının inkişafına həsr olunmuş yaradıcı, tapşırıq və s.

1.3. Təşkilatların strateji aləti kimi təşkilati mədəniyyət, onun növləri və onu müəyyən edən amillər

Hər hansı bir müasir kollektiv fəaliyyətin müvəffəqiyyətinin əsasını münaqişə və qarşıdurmadan fərqli olaraq əməkdaşlıq və qarşılıqlı yardım münasibətləri təşkil edir. Birgə davranış müəyyən şərtləri nəzərdə tutur. Kooperativ qarşılıqlı asılılığın formalaşması şərtləri bunlardır (Соломанидина Т.О. 2013: с.345):

- Məlumat mübadiləsi azadlığı və açıqlığı;
- Hərəkətlərin qarşılıqlı dəstəyi, onların əsaslandırılmasına inam;
- Tərəflərin münasibətlərində inam, dostluq.

Öz növbəsində tərəflərin qarşılıqlı etimadı: qarşılıqlı müvəffəqiyyəti asanlaşdıran bitərəf şəxslərin olması; başqasının hərəkətləri haqqında ilkin məlumat almaq bacarığı; qarşılıqlı əlaqədə iştirak edənlərin fərdi xüsusiyyətləri.

Bir qrupun psixologiyası, bir komandada daxili əlaqələrin formalaşması, üzvlərinin ehtiyaclarını qarşılıqlı təmin etmə formaları və metodları əsasında formalaşması və fəaliyyət göstərməsi müddətində ortaya çıxan müəyyən sosial-psixoloji hadisələrin məcmusudur. Buraya mənəvi və psixoloji iqlim, ünsiyyət üsulları, ictimai rəy və əhval-ruhiyyə, adət və ənənələr, liderlik problemi, qrupdaxili qarşıdurmaların mahiyyəti və s.

İşçi qrupunun üzvləri arasındakı münasibətlərin məzmununun təhlili çərçivəsində aşağıdakı sahələri ayırmaq olar: peşəkar, dəyər-dünyagörüşü və şəxsiyyətlərarası münasibətlər sahəsi.

Peşəkar sahə istehsal problemlərinin həlli prosesində inkişaf edən münasibətləri əhatə edir.

Dəyər-dünyagörüşü sahəsi müəyyən bir sosial qrupda hökm sürən şəxsi və korporativ dəyərlər, əxlaqi münasibətlər arasındakı əlaqə ilə əlaqələndirilir.

Şəxslərarası münasibətlər sahəsi, kollektiv daxilində fərdi ünsiyyət və özünü təsdiq etmə ehtiyacının, peşə fəaliyyətlərindən məmnunluq dərəcəsinin, rəsmi və qeyri-rəsmi statusunun reallaşdırılması ilə əlaqələndirilir.

Mühüm amillərdən biri də müəyyən bir işçi qrupunda hökm sürən mənəvi və psixoloji mühitdir.

Komandanın inkişafının ilk mərhələsində formal bir quruluş hökm sürür: işçilər tutduqları mövqelərə uyğun davranış stereotiplərinə üz tuturlar, bir-birlərinə baxırlar, həqiqi hisslər tez-tez gizlənilir, məqsəd və iş metodları birlikdə müzakirə olunmur, komanda işi zəifdir (Тарахов Г. 2012: с.56).

İkinci mərhələdə liderin şəxsi və işgüzar keyfiyyətləri yenidən qiymətləndirilir, həmkarlar haqqında fikir formalaşır, komanda daxilində qrupların formalaşması prosesi başlayır və liderlik uğrunda mübarizə mümkündür. Anlaşmazlıqlar daha açıq şəkildə müzakirə olunur və işçi qrup daxilində münasibətləri yaxşılaşdırmağa cəhd edilir. Nəhayət, “daşlama” başa çatır, qeyri-rəsmi quruluş aydın şəkildə görünür, komanda üzvlərinin hərəkətlərinin müəyyən bir koordinasiyasına çatır.

Yaranan qrup birliyi pozitiv, mənfi və ya konformist bir istiqamətə sahib ola bilər. Birinci halda, birinci qrup üzvlərinin, insanların ən yaxşı işgüzar və mənəvi keyfiyyətlərini bu komandaya mənsub olmaları, ortaya çıxan problemlərin işgüzar, təşəbbüskar və yaradıcı bir şəkildə həll edildiyini qəbul edir. İkinci halda, komandanın enerjisinin çox hissəsi müxtəlif qruplar, qeyri-rəsmi və rəsmi liderlər arasındakı qarşıdurmalarda iştirak etməyə, digər şöbələrlə əlaqələrə aydınlıq gətirməyə sərf olunur. İstehsal problemləri arxa plana keçdi. Konformist oriyentasiya işçilərin əmək fəaliyyətinin nəticələrinə, xarici kollektiv səylərə laqeyd münasibətlərinin tamamilə xarici, təmtəraqlı marağı ilə xarakterizə olunur. İşçilərin maraq dairəsi işçi qrupun xaricindədir: ictimai və siyasi fəaliyyət, ailə, şəxsi problemlər və s.

İşçi qrupunun mənəvi və psixoloji iqlimi mahiyyət etibarilə onun quruluşundan asılıdır. Komanda quruluşu, yəni. qrup üzvləri arasında birgə fəaliyyət və ünsiyyət prosesində yaranan həqiqətən mövcud olan münasibətlər toplusu iki səviyyədə - rəsmi və qeyri-rəsmi səviyyədə araşdırılır. Rəsmi quruluş qrup üzvlərinin rəsmi statusu ilə əlaqələndirilsə, sifariş verilsə, qeyri-rəsmi quruluş kollektiv üzvlərinin psixoloji keyfiyyətləri ilə şərtlənən münasibətlər əsasında formalaşır.

Qeyri-rəsmi quruluş kollektiv fəaliyyətin tənzimlənməsi psixoloji mexanizmlərinin - uyğunlaşma, ünsiyyət, identifikasiya və inteqrasiya təsiri altında formalaşır.

Qrup dinamikası, kiçik bir qrupun bütün həyat dövrünü və onun mərhələlərini xarakterizə edən qrup daxili sosial-psixoloji proseslərin və hadisələrin məcmusudur: formalaşma, işləmə, inkişaf, durğunluq, geriləmə, çürümə. Qrup dinamikası proseslərinə aşağıdakılar daxildir:

- Liderlik və liderlik;
- Qrup qərar vermə;
- Normanın formalaşması;
- Qrup fikirlərini, qaydalarını və dəyərlərini inkişaf etdirmək;
- Qrupun funksional və rol strukturunun formalaşması; mitinq;
- Münaqişələr;
- Qrup təzyiqi;
- Və fərdi davranışı tənzimləyən digər yollar.

Bütün bu proseslər qrupda mövcud olduğu müddətdə baş verən psixoloji dəyişiklikləri qeyd edir və təmin edir. Bir qrupdakı psixoloji dəyişikliklər həm qrup həyatının xarici şərtləri, həm də daxili ziddiyyətləri ilə əlaqədardır.

Qrup birliyi, üzvlərinin bir qrupuna bağlılıq dərəcəsini xarakterizə edən qrup dinamikası proseslərindən biridir. Qrup birləşməsinin göstəriciləri bunlar ola bilər: şəxsiyyətlərarası münasibətlərdə qarşılıqlı simpatiya səviyyəsi - qrupun bir-birlərini nə qədər çox sevir, birliyi o qədər yüksək olur; qrupun üzvləri üçün cəlbediciliyi (faydalılığı) dərəcəsi - qrupda qalmalarından razı qalan insanların sayı nə qədər çox olarsa, cazibə və birləşmə gücü o qədər yüksəkdir (Соломанидина Т.О. 2015: с.411).

Qrup birliyi konsepsiyasının qurucularının fikirlərinə görə (Levin K., Festinger L., Kartwright D., Zander A.) insanları qrupda saxlayan qüvvələrin “nəticəsidir”. Qrup birliyinin əsas amillərinə ən çox qrup üzvlərinin dəyər istiqamətlərinin oxşarlığı, qrup hədəfinin aydınlığı və qəti olması, demokratik rəhbərlik üslubu, qrupun nisbətən kiçik olması və nüfuzu daxildir. Birlik amillərinin sayı və keyfiyyəti qrupdakı səviyyəsini təyin edir.

Uyğunluq, bir insanın, əvvəlcə onunla bölüşülməyən əksəriyyətin mövqeyinə uyğun davranış və münasibətlərini dəyişdirməkdə özünü göstərən real və ya xəyal

edilən qrup təzyiqlərinə uyğunlaşmasıdır. Xarici (ictimai) və daxili (şəxsi) uyğunluğu ayırın. Birincisi, qrupun tətbiq etdiyi rəyə nümayişkaranə bir təslimdir. Qrupdakı şəxslərin təsdiqini almaq və ya qınamaqdan və bəlkə də daha ciddi sanksiyalardan qaçmaq üçün. İkincisi, fərdi münasibətlərin həqiqi çevrilməsidir. Başqalarının mövqeyinin daxili qəbulu nəticəsində. Daxili uyğunluq, bir qayda olaraq, xarici ilə müşayiət olunur və xarici mütləq daxili ilə uyğun gəlir. Bütün fərqliliklərə baxmayaraq, uyğunluğun hər iki forması qrupdakı şəxsi və dominant fikir arasındakı şüurlu qarşıdurmanın sonuncunun lehinə həll edilməsinin spesifik yolları kimi xidmət etməsi baxımından yaxındır.

Eyni asılılığın xüsusi bir növü negativizmdir (qeyri-konformizm) - nəyin bahasına olursa olsun, hakim əksəriyyətin mövqeyinə zidd hərəkət etməkdir. Ampirik dəlillərə görə uyğunluq səviyyəsi qrup təzyiqinə məruz qalan fərdin xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilir; təzyiq mənbəyi olan qrup xüsusiyyətləri, fərd və qrup arasındakı əlaqənin xüsusiyyətləri, tapşırığın məzmunu, bir insanın ona marağının dərəcəsi, səriştəsi. Uyğunluq və negativizmə alternativ özünü inkişaf etdirməkdir. Və öz mövqelərini qorumaq. Müstəqillik fərdin qrupla həmrəyliyi istisna etmir, ancaq təzyiq üzündən deyil, onunla razılışma əsasında.

İnsanın doğuş və formalaşmasının sosial mikro mühiti olan sosial-psixoloji konteksti açıqlamadan sosial həyatda fərdi təzahürlərin müxtəlifliyinə elmi bir açıqlama vermək mümkün deyil. Sosial qruplar məhz belə bir mühitdir. Buna görə müxtəlif növ sosial qrupların formalaşması və işləmə qanunauyğunluqlarını müəyyənləşdirmək həm mikro mühit səviyyəsində, həm də bütün cəmiyyət səviyyəsində baş verən prosesləri elmi cəhətdən izah etməyə kömək edir.

Müxtəlif sosial funksiyaları yerinə yetirən insan, hər biri şəxsiyyət şüurunun formalaşmasına müəyyən dərəcədə təsir göstərən çoxsaylı sosial qrupların üzvü olur. Şəxsiyyət müxtəlif qrupların baxışlar, fikirlər, normalar, dəyərlər sistemində daxil edilir. Qrup şəxsiyyət formalaşmasının “mikro mühiti”-dir.

Kiçik qrupların seçilməsi və işə qəbulu meyarlarını inkişaf etdirən tədqiqatçılar hesab edirlər ki, qrup işlərinin müvəffəqiyyətini yalnız birgə fəaliyyət iştirakçılarının fərdi xüsusiyyətləri əsasında proqnozlaşdırmaq mümkün deyil.

Cəmiyyət fərdlərdən ibarət deyil, əksinə bu fərdlərin bir-birinə bağladığı əlaqələrin və sapmaların cəmini ifadə edir.

Fərdlər arasındakı fərq, qarşılıqlı əlaqələrinin və özləri kimi fərdlərin inkişafının əsas hərəkətvericisidir. Ziddiyyətlər (lakin həddindən artıq deyil) sistemin, bu vəziyyətdə insan qruplarının inkişafına səbəb olur. Bir qrup insanın səssiz iştirakı belə bir insanın zehni fəaliyyətini dəyişdirir, onu fərqli davranmağa məcbur edir.

Beləliklə, kollektiv fəaliyyətinin səmərəliliyinin tənzimlənməsində müxtəlif amillər sistemi iştirak edir (УТКИН Э.А. 2015: с.281):

1. Qrup xaricində (fiziki və sosial);
2. Qrup (normalar, şəxsiyyətlərarası münasibətlər);
3. Şəxssiz (homojenlik - fərdi psixoloji parametrlər baxımından heterojenlik);
4. Daxili (qrup üzvlərinin fərdi psixoloji xüsusiyyətləri, vəziyyəti, ilkin fikirləri, qiymətləndirmələri).

Bütün bu sistemləri bir-birinə bağlayan, onlara nüfuz edən amil sosial əhəmiyyət amilidir, bir qrup insanın birgə fəaliyyətidir. Bu, qrupun şəxsən əhəmiyyətli və sosial baxımdan dəyərli istiqamətlərini optimal şəkildə birləşdirən əsas istiqamətdir. Qrupu hansı növə aid etsək də, nəzərə alınmalıdır ki, qrupun mövcudluğu, onun idealları, davranış normaları bir çox cəhətdən (əksəriyyətdə olmasa da) liderdən (rəsmi və ya qeyri-rəsmi), nüfuzdan zövq alan və qrup üçün qərar verməyə hazır olan şəxsdən asılıdır. və onlarla birlikdə mövcudluğu üçün məsuliyyət və s.

İlkin danışıqlarda tərəfdaşlar arasında münasibətlərin qurulması üçün altı əsas qayda və bunların həyata keçirilməsi üçün Amerika mütəxəssisləri tərəfindən təklif olunan tövsiyələr diqqətəlayiqdir. Bu qaydalar danışıqlar zamanı qüvvədə qalır.

1. Rasionallıq. Təmkinli davranmaq lazımdır. İdarəedilməz duyğular danışıqlar prosesini və ağıllı qərarlar qəbul etmə qabiliyyətini mənfi təsir edir.

2. Anlaşma. Tərəfdaşın baxış bucağına diqqət çatışmazlığı qarşılıqlı məqbul həllər inkişaf etdirmə qabiliyyətini məhdudlaşdırır.

3. Ünsiyyət. Tərəfdaşlarınız çox maraqlı deyilsə, onlarla məsləhətləşməyə çalışın. Bu əlaqələrin qorunub saxlanmasına və yaxşılaşdırılmasına kömək edəcəkdir.

4. Etibarlılıq. Yalan məlumatlar düşüncənin gücünü zəiflədir və nüfuzuna da mənfi təsir göstərir.

5. Mentorluqdan çəkinin. Bir tərəfdaşa dərs vermək qəbul edilməzdir. Əsas metod inandırmaqdır.

6. Qəbul. Qarşı tərəfi tutmağa və ortağınızdan yeni şeylər öyrənməyə açıq olmağa çalışın.

İşgüzar ünsiyyətin psixoloji aspektləridir.

Psixoloji təmas, ünsiyyət quranların qarşılıqlı cazibəsini yaratmaq, inkişaf etdirmək və davam etdirməkdir. Psixoloji təmas qurmağın və inkişaf etdirməyin müvəffəqiyyəti əsasən insan münasibətlərinin harmoniyası, ünsiyyət arasında psixoloji əlaqələrin inkişafı ilə əlaqədardır. İnsanlar bir-birlərinə maraqlı və ya inamla qarşıdırlarsa, aralarında psixoloji təmas qurulduğunu deyə bilərik.

Həm söhbətlər arasındakı təmasın inkişafı psixoloji olaraq üç mərhələdən keçir (Axundova N.F. 2014: s.456):

- Qarşılıqlı qiymətləndirmə;

- Qarşılıqlı maraqlı;

- Qarşılıqlı təcrübə. Bunu bir axşam çox yaxşı görmək olar, teatra kollektiv çıxış və s.

Qiymətləndirərkən bir-birinin xarici qavrayışı və ilk təəssüratın formalaşması var. Bir-biri ilə tanış olduqdan sonra insanlar şüuraltı olaraq təmasın nəticəsini proqnozlaşdırırlar. Qarşılıqlı qiymətləndirmənin nəticəsi ünsiyyətə daxil olmaq və ya ondan imtina etməkdir. Sonra ünsiyyət iştirakçıları yaxınlaşma istiqamətində diqqətli addımlar atırlar. Bir-birinizə maraqlı var, digər insanlarla məlumat mübadiləsi azalır. Bütün bunlar söhbət üçün ortaq bir mövzu seçilməsinə və nəticədə təcrübə olunmasına gətirib çıxarır. Bu mərhələnin vacib göstəriciləri tez-tez baxışların, təbəssümlərin mübadiləsi və tərəfdaşlar arasındakı məsafənin azalmasıdır.

Əlaqə müvəffəqiyyətli bir şəkildə qurulması və inkişafı üçün təcrübəli bir hüquqşünasın maraqlı obyektin şəxsi xüsusiyyətlərini əks etdirən bir plan hazırlaması məsləhətdir. Onun təmasda olan marağının formalaşması obyektin bir qanuni işçinin şəxsiyyətindəki marağının təmin edilməsi və onunla ünsiyyət qurulması yolu ilə həyata keçirilir (Axundova N.F. 2014: s.456).

İnsanlar arasında psixoloji təmasların qurulması və inkişafı yolunda psixoloji maneələr yaranır. Şəxsiyyət xüsusiyyətlərindən asılı olaraq bu maneələr laqeydlik, inamsızlıq, düşmənçilik, uyğunsuzluq və toxluq şəklində hərəkət edə bilər.

Artıq qeyd etdik ki, ünsiyyət prosesi tanışlıqdan başlayır və bu prosesin diqqətlə planlaşdırılması ilə təmin olunur. Birgə fəaliyyətlərin olub-olmaması, əgər varsa, nə qədər uğurlu və uzunmüddətli olması qarşılıqlı qavrayışın nəticələrindən asılıdır.

Tanışlıq üçün bəhanə seçimi çox vacibdir. Hüquq işi praktikasını göstərir ki, birbaşa “yazım” insanlarda psixoloji narahatlıq vəziyyətinə səbəb olur və ilk təəssüratda mənfi bir mənə verir. Buna görə, tanışlıq sözünün təbii və izahlı olduğu ortaya çıxsa, ünsiyyət qurulur və olduqca asanlıqla inkişaf edir. Baş söz anlaşılmazdırsa və vəziyyətə uyğun gəlmərsə, əlaqənin inkişafı mane olur və perspektivi aydın deyil. Bəhanə həmin şəxsə müraciəti əsaslandırmaqla yanaşı, söhbəti davam etdirmək imkanı da verməlidir. Burada xüsusilə vacibdir ki, vəkilin bacarıqlılığı, ağılı, özünəməxsusluğu sayəsində obyekt təbiidir və hiss edilmədən söhbətə cəlb olunur.

Vəkil işçisinin ilk təəssüratı, əlaqədar şəxslə əlaqə qurmaqda və inkişaf etdirməkdə böyük rol oynayır. Buna görə bir vəkilin özündə əlverişli bir təəssürat yaratmağı öyrənməsi lazımdır (Уткин Э.А. 2015: с.281).

Tədqiqat göstərir ki, ilk təəssüratlar qavrayışa əsaslanır:

- 1) Bir şəxsin görünüşü;
- 2) İfadəli reaksiyaları (mimika, jestlər, yerləş və s.);
- 3) Səslər və nitq.

Təcrübəli bir vəkilin ünsiyyət zamanı bir şəxs haqqında biliklərinin xüsusiyyəti, dərk edən subyektin yalnız tərəfdaşın xarici xüsusiyyətlərinin

şərtliliyini deyil, həm də niyyətlərini, planlarını, subyektiv dünyasını anlamağa çalışmasıdır.

İlk təəssüratın formalaşması prosesinin məntiqi olaraq bir neçə mərhələyə bölündüyü iddia edilə bilər.

Birinci mərhələ obyektiv xüsusiyyətlərin qavranılmasıdır. Budur, yaxınlaşan ünsiyyətdəki tərəfdaş zahirən anlaşılan xüsusiyyətlərə (cinsiyyət, boy, üz ifadələri, geyim, yerləş, rol əlamətləri və s.) fiziki bir fərd kimi qəbul edilir. Bunlar sanki özləri üçün danışan keyfiyyətlərdir. Bu baxımdan, bunlara ünsiyyətin şifahi olmayan komponentləri deyilir. Psixoloq V.A. Labunskaya şifahi olmayan davranışın ən azı 15 funksiyanı müəyyənləşdirir (ortaq obrazı yaratmaq, istənilməyən xüsusiyyətləri gizlətmək və s.).

İkincisi, emosional və davranış təzahürlərinin qəbulu, ünsiyyət tərəfdaşının ümumi zehni vəziyyətidir.

Üçüncü mərhələ, bir tərəfdaşla əlaqəli keçmiş təcrübəmizi və öz niyyətlərimizi birləşdirən rəşional nəticələrimizin, emosional təəssüratlarımızın sintezi və onu uyğunlaşdırən sosial rol və fərdi şəxsiyyət xüsusiyyətlərinin sahibi kimi digərinə dair qiymətləndirmə fikirlərini özündə cəmləşdirən bir dinamik ortaqla əlaqəli əlaqəli əlaqələr və sözdə dinamik imicin yaradılmasıdır və ya bu şərtlər altında əlaqə üçün uyğun deyil.

İnsanlar arasında ünsiyyət prosesində ümumiyyətlə şüuraltı səviyyədə inkişaf edən simpatiya və ya antipatiya yaranır. Kontaktın inkişafı, təbii olaraq, yalnız bir-birinə qarşı müsbət münasibət olduğu təqdirdə, yəni qarşılıqlı rəğbət olduqda davam edir. Əlaqəni inkişaf etdirmək üçün bir qanuni işçinin əlaqəli şəxsdən rəğbət hissi oyatması lazım olduğu tamamilə başa düşüləndir. Maraqlı şəxs xoşagələ hadisəni dözümlü səylərlə gözlədiyi təqdirdə vəkil işçisinə simpatiyası baş verəcəkdir. Başqa sözlə, “qazanmaq” “qiymət” dən çox olduqda simpatiya yaranır.

Psixoloji müşahidələr göstərir ki, oxşar dəyər yönümlü insanlar yaxınlaşmağa meyllidirlər, bir-birlərinə rəğbət bəsləyirlər. Şəxsi dəyərlər bir çox insan üçün xüsusilə vacibdir: xeyirə və şərə münasibət, ümumbəşəri insan əxlaq normaları, zənginləşmə, bilik və s. Çox insanın həyatını tənzimləyən sosial dəyərlər və

münasibətlər də böyük əhəmiyyət daşıyır. Bir insan onu dəstəkləyənlərlə yaxınlaşmağa can atır. Özünə qarşı rəğbət oymatmaq üçün bəzən həmfikir birisi rolunu məharətlə oynamalıdır. İnsanlar onları müəyyən müsbət keyfiyyətlərə sahib bir insan kimi gören birinə doğru cazibə çəkir. Narahatlığın təzahürlərindən biri də maraqlandığımız insanın daxili təcrübələrini başa düşmək istəyidir. Sübut edilmişdir ki, bir insan başqasını səmimi qəlbədən başa düşmək istədikdə, sonuncusu bu insanı yaşadıkları dünyaya buraxır, ona rəğbət bəsləyir.

Nəzərə alınmalıdır ki, ümumi bir söhbət hər həmsöhbət tərəfindən dəstəklənməyəcəkdir. Uyğun olmayan bir söhbət mövzusu da nəticələrlə doludur: ünsiyyət quranlar arasında yöndəmsizlik yaradır və uyğunsuzluq baryeri yaradır.

Bir söhbətdə problemlə vəziyyətin qurulmasını planlaşdırarkən, obyektin xarakteroloji xüsusiyyətlərini, erudisiyasını və sosial-psixoloji məlumatlarını nəzərə almaq lazımdır. Əsas diqqət obyektin cəmiyyətdəki sosial roluna yönəldilməlidir.

Əxlaq normaları ideoloji ifadəsini ümumi fikirlərdə, əmrlərdə, necə davranmalı olduğuna dair prinsiplərdə alır. Əxlaq həmişə müəyyən bir əxlaqi idealın, tarixi zamanında və sosial məkanında məzmunu və mənası dəyişən təqlid üçün bir modelin mövcudluğunu nəzərdə tutur, yəni. müxtəlif tarixi dövrlərdə və fərqli xalqlar arasında. Bununla birlikdə, əxlaqda edilməli olan şey həmişə reallıqla, həqiqətən mövcud olan bir əxlaq həqiqəti ilə, insan davranışının həqiqi normaları ilə üst-üstə düşür. Üstəlik, əxlaqi şüurun inkişafı boyunca dəyişmənin daxili nüvəsi və quruluşu “varlıq və gərəklər arasında ziddiyyətli və gərgin bir əlaqədir”.

Varlıq və varlıq arasındakı bu ziddiyyətdə, ünsiyyət motivasiyasının (işgüzar ünsiyyət və insan davranışı daxil olmaqla) ziddiyyətli mahiyyəti də vardır. Bir tərəfdən, mənəvi cəhətdən düzgün davranmağa çalışır, digər tərəfdən, həyata keçirilməsi çox vaxt əxlaq normalarının pozulması ilə əlaqəli olan ehtiyaclarını ödəməlidir.

Yüksək ideal və praktik hesablama, əxlaqi vəzifə və dərhal istək arasındakı bu daxili ziddiyyət həyatın bütün sahələrində və hər zaman mövcuddur. Ancaq özünü xüsusilə işgüzar ünsiyyət etikasında sıx şəkildə göstərir, çünki qurduğu əsas mövzu bu ünsiyyət növündə fərqlər üçün xaricidir.

Şəxsiyyətin ictimailəşməsi və onun özünü həyata keçirməsi ünsiyyət prosesindədir. Aristotelə görə, ünsiyyət qurma qabiliyyəti insanı “varlıqların mənəvi mənasında zəif inkişaf etmiş” və “fövqəlinsan” dan fərqləndirir. Buna görə də, “ünsiyyətə girə bilməyən və ya özünü təmin edən bir varlıq hesab edən, heç bir şeyə ehtiyac duymayan, artıq bir heyvan ya da tanrı halına gələn bir dövlət elementi təşkil etmir”.

İşgüzar ünsiyyətin spesifikliyi, məhsul istehsalı və ya iş effekti ilə əlaqəli müəyyən bir fəaliyyət növü ilə əlaqəli olaraq ortaya çıxması ilə əlaqədardır. Eyni zamanda, işgüzar ünsiyyət tərəfləri, insanların davranışının zəruri norma və standartlarını (etik daxil olmaqla) müəyyən edən rəsmi (rəsmi) statuslarda hərəkət edirlər. Hər hansı bir ünsiyyət növü kimi, işgüzar ünsiyyət də tarixi bir xarakter daşıyır, özünü sosial sistemin müxtəlif səviyyələrində və müxtəlif formalarda göstərir. Fərqli xüsusiyyəti, özünə yetərli bir mənə daşımaması, özlüyündə bir məqsəd olmaması, başqa məqsədlərə çatmaq üçün bir vasitə kimi xidmət etməsidir. Bazar münasibətləri şəraitində bu, ilk növbədə, maksimum mənfəət əldə etməkdir.

Ənənəvi cəmiyyətdə işgüzar ünsiyyət etikası. Sosial-fəlsəfi müstəvidə işgüzar ünsiyyət etikası cəmiyyətin sosial-iqtisadi quruluşu, sosial təşkilatının quruluşu və hakim ictimai şüur tipi ilə müəyyən edilir. Ortaq bir sosial həyata, kollektiv fikirlərə, mifoloji şüura və şəxsiyyətlərarası münasibətlərə əsaslanan ənənəvi bir cəmiyyətdə (Emile Durkheimə görə “mexaniki həmrəylik” cəmiyyəti) işgüzar ünsiyyətin əsas mexanizmi ritual, ənənə və adətdir. İş etikasının normaları, dəyərləri və standartları onlara uyğundur.

Bu tip icmanın fərqli bir xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, işgüzar ünsiyyətin etik normaları ilə inkişaf etmiş bazar münasibətləri olan bir cəmiyyətdə ortaya çıxacaq əxlaqi həyat haqqında ümumi fikirlər arasında hələ də heç bir boşluq yoxdur. Ümumi əxlaq normaları eyni zamanda işgüzar ünsiyyət normalarıdır. Əksər hallarda, iş həyatı şəxsi həyata qarşı olmadığı kimi, hələ bir-birlərindən ayrılmamışlar və bir-birlərinə qarşı deyillər. Ancaq ənənəvi bir cəmiyyət çərçivəsində özəl və korporativ maraqlar meydana gəlsə belə, ümumi əxlaq normaları yenə də böyük rol oynamağa davam edir.

Əmtəə fetişizmi və ümumi özgəninkiləşmə olmadığı təqdirdə, əsərin yaxşı yerinə yetirilməsi mənəvi borc sayılır və fərdin özünütəsdiqinin əsas yolu kimi xidmət edir. Ənənəvi bir cəmiyyətin adamı hələ özündə bir düşüncə psixologiyası inkişaf etdirməyib və hər şeydə müdirini razı salmağa çalışaraq arxasını əyməz, çünki etik dəyərlər burada özünə yetərli bir mənə daşıyır.

Ədalət, şərəf, ləyaqət, azadlıq, məsuliyyət kimi anlayışlar burada insan varlığı üçün həyati bir varlıq mənasına malikdir və mücərrəd deyil, real həyat məzmunu ilə doludur. İnsanlar tez-tez bu dəyərləri qorumaq üçün həyatlarını qurban verdilər. Bu tip rabitənin pafosları Martin Lüterin sözləri ola bilər: “Mən bunun üzərində dayanıram və başqa cür edə bilmərəm!”

İşgüzar ünsiyyət etikasının bu xüsusiyyətini onsuz da qədim Hindistanda tapırıq. İşgüzar sahədə də daxil olmaqla bütün insan davranışı və ünsiyyəti burada ən yüksək (dini) dəyərlərə tabedir. Bu cəmiyyətin adamı olmalıdır. “Başqalarının bizim haqqımızda dediklərinə və düşündüklərinə və etdiklərinə diqqət yetirməmək; əsgərlərin döyüşə getməsi kimi işə get, nəticələrini nəzərə almadan; yaxşı bir şöhrət, şərəf, ad, əlverişli şərtlər, rahatlıq, insan sevgilərini dini öhdəlik onları qurban verməyi tələb edərsə heç bir şey olaraq qiymətləndirmək”.

II FƏSİL. BANK SİSTEMİNDƏ ETİK DAVRANIŞ QAYDALARININ TƏZAHÜRÜNÜN MÜASİR SƏVİYYƏSİNİN TƏHLİLİ

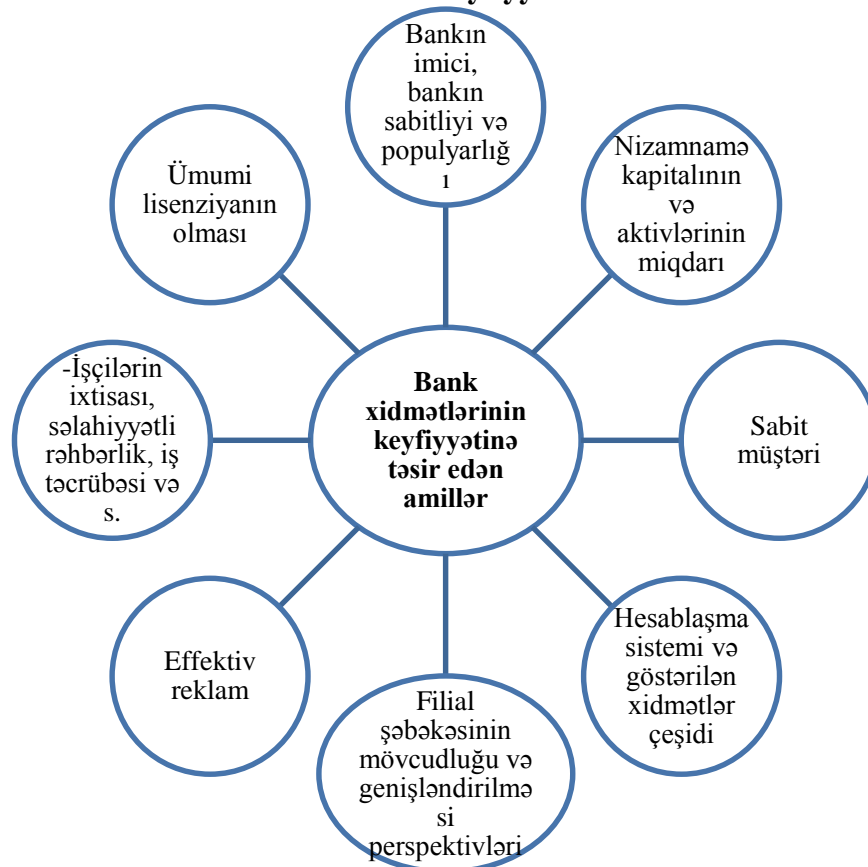
2.1. Müştərilərə göstərilən bank xidmətlərinin analitik qiymətləndirilməsi

Əlavə bank xidmətlərinə bank tərəfindən zəmanətlərin qəbulu və zəmanətlərin verilməsi, etibar xidmətləri, faktoring, lizinq, bank bazası xidmətləri, habelə məlumat və istinad xidmətləri aiddir.

Banklarda fiziki və hüquqi şəxslərə göstərilən xidmətlər çeşidlər üzrə demək olar ki, çox zaman eyni olur. Lakin olar həcm etibarı ilə bir - birindən fərqlənə bilər. Fiziki şəxslərə göstərilən əsas xidmətlər borc vermə, depozit və cari hesabların açılması xidmətləridir.

Bütün bu xidmətlər bank xidmətləri siyahısının yalnız kiçik bir hissəsidir. Hal-hazırda banklar daha çox müştəri cəlb etmək və gəlir bazasını artırmaq üçün saylarını artırmaq və xidmətlərinin keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq istəyir.

Sxem 1: Bank xidmətlərinin keyfiyyətinə təsir edən amillər



Mənbə: <https://www.angloinfo.com/how-to/azerbaijan/money/banking> - Banking sytem in Azerbaijan 2020.

Həm ölkə daxilində, həm də xaricdə olan mütəxəssislər, bu gün bank xidmətləri sahəsində rəqabətin müvəffəqiyyətini təyin edən müştəri xidmətinin keyfiyyəti olduğunu müdafiə edirlər. Bank xidmətlərinin keyfiyyəti, müştərilərin ehtiyaclarını ödəmək imkanı verən bank xidmətlərinin xüsusiyyətləri məcmusunu təşkil edən bir kateqoriyadır.

Müştərilər üçün bank xidmətlərinin keyfiyyət meyarları bunlardır: xidmət sürəti, əməliyyatların aktuallığı, bankın iş saatları, işdə səhv və qeyri-müəyyənliklərin olması, konsaltinq keyfiyyəti.

Bank üçün keyfiyyət meyarları bunlardır: daxili iş proseslərinin sürəti, səhvləri düzəltmək üçün xərc səviyyəsi, əmək məhsuldarlığı, bank işçilərinin motivasiyası və bank xidmətləri üçün xərc səviyyəsiylə müqayisə edilən digər amillər.

Amerikalı tədqiqatçıların fikrincə, hər hansı bir müştəri tərəfindən bank xidmətlərinin keyfiyyətini müəyyənləşdirmək üçün ən vacib meyar, xidmət işçilərinin keyfiyyətləri və ətraf mühitdir.

Müştərilərlə işləmək bank mütəxəssisindən yalnız ixtisaslı təlim tələb etmir, həm də psixoloji bacarıq, işgüzar etika və danışıqlar aparmaq və s. bacarıqlarını tələb edir. Bir çox hallarda müştərinin xidmət keyfiyyətinin əsas ölçüsünü - bir bankirin keyfiyyətini qiymətləndirməsi çətin və ya demək olar ki, qeyri-mümkündür. Buna görə ətraf mühit və əlavə xidmətlərin mövcudluğu mühüm əhəmiyyət kəsb edir: şəxsi diqqət, nəzakət, xidmət işçilərinin cavabdehliyi, müştərinin dilində danışmaq (empati), dinləmək bacarığı.

Bununla birlikdə, iqtisadi ədəbiyyatlarda bank xidmətlərinin keyfiyyətinin praktikada necə effektiv və sürətli bir şəkildə ölçülməsiylə bağlı bir neçə təkliflər mövcuddur. Bank xidmətlərinin keyfiyyətini ölçmək üçün bank xidmətlərinin keyfiyyətinin nə olduğunu başa düşmək ilkin tələbdir.

Müəllif nöqtəyi-nəzərindən bank xidmətləri sahəsindəki keyfiyyət, bank xidmətlərinin bütün tənzimləmə tələblərinə cavab verən xüsusiyyətləri və müştərilərin ehtiyac və maraqlarına uyğunluğu kimi müəyyən edilə bilər.

Bank sektorunun keyfiyyəti və səmərəliliyinin hərtərəfli təhlili üçün aşağıdakı metodologiyayı nəzərdən keçirmək vacibdir:

1) Bank xidmətləri sektorunun inkişafının institusional aspektləri - bütövlükdə bank xidmətləri sektorunun təhlili (tədqiq olunan bölgədəki iqtisadi vəziyyət haqqında yığcam məlumatlar, filial və əlavə ofislər daxil olmaqla kredit təşkilatlarının sayı);

2) Bank xidmətlərinin göstərilməsi:

- Bank xidmətlərinin institusional təminatı;
- Kredit təşkilatlarının sayı;
- Aktivlər;
- Ümumi regional məhsul;
- Kreditlər üçün bank xidmətlərinin maliyyə təminatı ;
- Ayrılmış vəsaitin həcmi;
- Ümumi regional məhsul.

3) Bank xidmətlərinin quruluşu (müvafiq bölgədə və hər hansı bir bankda göstərilən bank xidmətlərinin təsnifatı).

Bank xidmətlərinin strukturunu təhlil edərkən aşağıdakı metodlardan istifadə etmək məsləhətdir:

Müqayisə metodu – Buraya ümumi xüsusiyyətləri və ya fərqləri müəyyən etmək üçün əvvəllər öyrənilən bank xidmətlərinin müqayisəsi (planın həyata keçirilmə dərəcəsini qiymətləndirmək üçün planlı və həqiqi göstəricilərin müqayisəsi; inkişaf meyllərini müəyyənləşdirmək üçün həqiqi göstəricilərin əvvəlki illərin göstəriciləri ilə (hesabat dövrləri) müqayisə edilməsi və fəaliyyətə təsir edən iqtisadi proseslər; optimal sistem seçmək üçün idarəetmə qərarları üçün müxtəlif variantların müqayisəsi və s.

Bank xidmətlərinin effektivliyinin qiymətləndirilməsi gəlirlilik göstəriciləri, bankın müəyyən növ xidmətlərin göstərilməsindəki payı ilə və s. ilə həyata keçirilə bilər:

- Bank gəlirliliyi;
- Bankın müştəri xidmətindəki payını hesablamaq üçün aşağıdakı göstəricilər tətbiq oluna bilər: aktivlərin ümumi həcmində kreditlərin payı, öhdəliklərin ümumi

həcmində əhalidən cəlb olunan vəsaitlərin payı, bank tərəfindən göstərilən hər bir xidmətin bank xidmətlərinin ümumi həcmində payı (Бочарова И.Ю. 2014: с.456):

- Kreditlərin payı;
- Bank kredit portfeli;
- Bank aktivləri;
- Əmanətlərin payı;
- Bank öhdəlikləri.

Bu göstəriciləri hər bir bank üçün hesablanır və bölgə üçün ümumi göstəricini əks etdirir.

4) Kredit təşkilatlarının maliyyə vəziyyəti (bankın maliyyə nəticələrinin təhlili, bankın gəlirli xidmətlərinin müəyyənləşdirilməsi, bank likvidlik standartlarının hesablanması, kredit və bazar riskinin təhlili);

5) Bank xidmətlərinin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi (müşətilərin informasiya təhlükəsizliyinin qiymətləndirilməsi; müştəri tərəfindən təklif olunan xidmətin qiymətləndirilməsi; bank rəhbərliyinin səriştəlilik səviyyəsi; bankın rus və dünya ekspertlərinin qiymətləndirməsinə görə reytingi və s.

6) Analizin nəticələrinə əsasən bank xidmətləri sahəsində xidmətin keyfiyyəti barədə mütləq nəticə verilməlidir. Bu mərhələdə qrafik metoddan (həndəsi işarələrdən istifadə edərək təhlil) və analitik məlumatların cədvəl şəklində göstərilməsindən istifadə etmək məsləhətdir (analiz nəticələri ümumiyyətlə cədvəl şəklində təqdim olunur).

Bank xidmətlərinə təsir göstərən amillər və bank xidmətlərinin təsnifatını nəzərdən keçirərək bank xidmətləri barədə aşağıdakı müəllif tərifini verə bilərik: bank xidməti, müştərinin pulunu idarə etməsinə kömək məqsədi daşıyan bazar araşdırmaları, müştəri ehtiyacları əsasında formalaşan bank məhsulunun bir hissəsidir. Bank xidmətlərinin inkişafına aşağıdakı amillər təsir göstərir.

Hüquqi əsas;

- 1) Banklarla əlaqəli dövlət siyasəti;
- 2) Əhalinin sosial vəziyyəti;

- 3) Kredit təşkilatının yerləşdiyi yer;
- 4) Bankın təşkilatı və iqtisadi xüsusiyyətləri
- 5) Bank tərəfindən göstərilən xidmətlər;
- 6) Müştəriyə xidmət etikasası və mədəniyyəti;
- 7) Kadrların peşə ixtisas səviyyəsi.

Nəticə etibarlıyla deyə bilərik ki, 2008-2019-cu illərdə bank xidmətləri sektorunda dinamik inkişaf meyli olmuş, kredit və səhm əməliyyatlarının həcmi, plastik kartların buraxılışı artmış və istehlak kreditləşməsi həcmində də artım olmuşdur. Ancaq eyni zamanda vaxtı keçmiş borcların artım sürəti, xüsusilə istehlak kreditləşmə sektorunda, kreditləşmə artım tempini xeyli üstələmişdir ki, bu da bank risklərinin idarəetmə keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün bank cəmiyyətinin daha çox səy göstərməsini tələb edir.

Bank xidmətləri sektorunun səmərəliliyini və keyfiyyətini yüksəltmək üçün bankın kapitallaşması və mənfəətinin artmasına səbəb olacaq aşağıdakı tədbirlər də təklif edilə bilər:

Bank xidmətləri çeşidinin genişləndirilməsi və mövcud bank xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi.

Hal-hazırda bankların göstərilən xidmətlərin siyahısını daim genişləndirən, maddi xərclərini azaldan, depozit, kredit və nağd hesablaşma xidmətlərinin keyfiyyətini artıran, onlara müxtəlif növ məsləhətlər və əlavə xidmətlər göstərən rəqabətə davam gətirə bilər. Təqdim olunan bank xidmətlərinin siyahısının genişləndirilməsi və müştəri xidmətinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi onların resurslar və yeni müştərilərin cəlb edilməsində rəqabət qabiliyyətlərini artırmağa imkan verir. Yüksək rəqabət şəraitində ticarət bankları müştərilərinin ehtiyaclarını qarşılıyaraq yeni xidmətlər (etibar, konsaltinq, lizinq, faktoring, valyuta mübadiləsi, zəmin və s.) təklif etməyə başlayır.

Respublikadakı yeni bank xidmətləri növləri arasında konsaltinq, informasiya və analitik xidmətlər, habelə faktoring, lizinq, məsafədən bank işi və öz qiymətli kağızlarının buraxılması kimi az istifadə olunan maliyyə xidmətləri təklif edilə bilər.

Bank xidmətlərinin təchizatı və strukturu ümumi regional məhsulun artımı, məhsul və xidmətlər istehsalının artım tempi, təsərrüfat subyektlərinin investisiya fəaliyyəti, sahə quruluşundakı dəyişikliklər, əhalinin real gəlirlərinin dinamikası, inflyasiya səviyyəsi və respublikanın inkişafının digər sosial-iqtisadi göstəriciləri ilə müəyyən edilməlidir.

Yeni bank xidmətlərinin tətbiqi bank risklərinin artması ilə müşayiət olunur ki, bu da aktivlərin idarə olunmasında keyfiyyətin yüksəldilməsini, risklərin daimi monitorinqinin təmin edilməsini, daxili nəzarət sistemlərinin səmərəli fəaliyyət göstərməsini, cinayət yolu ilə əldə edilmiş gəlirlərin leqallaşdırılması prosesinin maliyyələşdirilməsinə qarşı mübarizə sahəsində işlərin təkmilləşdirilməsini tələb edir.

Yeni bank xidmətlərini təqdim etməklə yanaşı, mövcud xidmətlərin keyfiyyətini də artırmaq lazımdır. Məsələn, respublikada kredit sistemini inkişaf etdirmək üçün digər bölgələrdə dinamik inkişaf edən banklarla ticarət şirkətləri arasında əlaqələrin inkişaf etdirilməsini təklif etmək mümkündür, çünki alıcılar uzun müddət aldıkları malların ödənişini (soyuducular, paltaryuyan maşınlar, kompüterlər və s.) hissə-hissə ödəməyi üstün tuturlar. Müştəri baxımından bu tip kreditləşmə onun üçün zərurət yarandığı anda kredit alması və banka kredit istəyi ilə müraciət etməsinə ehtiyac olmaması baxımından vacibdir.

Ümumiyyətlə, kiçik sahibkarlıq subyektlərinə, aqrosənaye kompleksinə kredit vermə və daha intensiv ipoteka kreditləşməsi prosedurlarının sadələşdirilməsinə yönəlmiş tədbirlər də görülməlidir.

Bank sektorunun sabitliyinin artırılmasında əhəmiyyətli bir amil ödəmə sisteminin daha da təkmilləşdirilməsi, o cümlədən nağdsız ödənişlərin həyata keçirilməsi və müasir texnologiyaların tətbiqi, o cümlədən elektron ödəniş sisteminin tətbiqi ilə bağlı tədbirlərin həyata keçirilməsidir (bank daxilində əməyin elmi təşkili, vəzifələrin düzgün bölüşdürülməsi və iş saatları).

Respublikada bank xidmətlərinin təşviq edilməsinin digər perspektivli metodu mobil nağd xidmət məntəqələrinin yaradılması, bölgələrdə bank xidmətləri

sektorunun infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi üçün vasitə kimi təqdim olunan uzaqdan bank xidmətlərinin tətbiqidir.

Respublikanın hər bir kredit təşkilatında bank ofislərinin xarici və daxili dizaynına dair standartların hazırlanması və tətbiqi məqsədəuyğun görünür ki, bu da müştərilər arasında hörmət və etibar əmri verən rəqabətçi və demokratik bir bank qurumu imicinin gücləndirilməsinə kömək edəcəkdir.

Hər bir müştərinin qeydiyyat tarixini, istəklərinin və problemlərinin xüsusiyyətlərini hərtərəfli bilən şəxsi menecer xidmətinin yaradılması kimi bir xidmət təklif etmək məqsədəuyğundur. Səriştəli bir yanaşma və informasiya texnologiyalarından geniş istifadə ilə bu cür xidmətlər müştəri xidmətinin keyfiyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artırmaqla yanaşı, bankdaxili işi də yaxşılaşdıracaq, daxili xərcləri azaldacaq və əlavə xidmətlərə tələbat yaradacaqdır.

Müştərilərə bir anda bütün müştəri hesablarına giriş imkanı (borc, depozit, hesablaşma) təmin edəcək Telebank - Müştəri sisteminin tətbiq olunmasını da təklif etmək olar. Bu sistem vasitəsi ilə kommunal xidmətlər, plastik kartlar doldurula, pul köçürmələri edə, İnternet provayderlərinin xidmətlərini ödəmək olar.

Təqdimat strategiyasının dəqiq bir tərifini bank üçün olduqca vacibdir və bu, yalnız reklam yanaşmaları və müştərini cəlb etmək üçün istifadə olunan vasitələr haqqında deyil. Bunun əsas səbəbi bu məqamda reklamın kifayət qədər güclü olmamasıdır. Bu gün çoxlu sayda fərqli reklam üsulları mövcuddur. Buna görə bank reklam kampaniyalarından əlavə olaraq təşviq tədbirlərindən də istifadə etməlidir.

Həvəsləndirici tədbirlərin tipik nümunələri müsabiqələr və lotereyalar, məsləhət günlərinin (saatlarının) təşkili ola bilər. Banklar satışları stimullaşdırmaq üçün innovativ olaraq şərtləri yeniləyə bilər. Məsələn, hər bir əmanətçiyə yeni il depoziti açarkən şirniyyat və bir şüşə şampanın hədiyyə verilməsi buna bariz bir nümunə ola bilər. Digər nümunəvi tədbir “Baharın ilk günü” aksiyasıdır. O gün banka gələn bütün qadınlar üçün bahar çiçəyi almaq xoş bir sürpriz ola bilər. Bu sistem xarici ölkələrdə geniş şəkildə istifadə olunur.

Bankın rəqibsiz imicinin formalaşmasında bir neçə məqamı vurğulaya bilərik:

1. İnternet vasitəsilə reklam ən çox yayılmış reklam formasıdır. Bütün banklarda bundan geniş şəkildə istifadə olunur. Buna bütün bank xidmətləri üçün şərtlərin və tariflərin yerləşdirildiyi saytları misal göstərmək olar:

2. Televiziya;

3. Radio;

4. Xarici reklam;

5. Müştərilərini artırmaq üçün respublikanın kredit təşkilatları jurnalistlərlə bank mövzularında pulsuz seminarlar keçirə bilirlər;

6. Bank menecerlərinin peşəkar inkişafı.

Bank xidmətinin keyfiyyətinə müştərinin nəzakətlə qarşılınması, onların bütün suallarına savadlı və anlaşıqlı bir şəkildə cavab verilməsi, onlar üçün maraqlı və sərfəli ola biləcək xidmət növünün seçilməsinə kömək etmək və s. misal göstərə bilərik.

Bank işçisinin peşəkar iş prosesini gücləndirməkdən əlavə olaraq, işçilərin motivasiyasını tələb edən - işə olan şəxsi marağını da artırmaq lazımdır.

Maddi motivasiyaya aşağıdakıları aid edə bilərik:

- İşçilərə faizsiz kreditlərin verilməsi;
- İşçilərin sağlamlığına qayğı;
- Sanatoriyaya çəklərin ödənişi;
- İdman mərkəzlərinə abunəlik;
- İşçilər üçün səyahət xərclərinin ödənilməsi;
- Mənzil yardımı (güzəştli şərtlərlə və ya pulsuz kreditlər, mənzil əldə edilməsinə kömək və s.);
- Əmlak sığortası (daşınmaz əmlak, avtomobillər və s.);
- İşçilər üçün pulsuz tibbi xidmət;
- Mobil rabitə vasitələrinin təmin edilməsi, mobil rabitə xərclərinin qismən ödənilməsi;

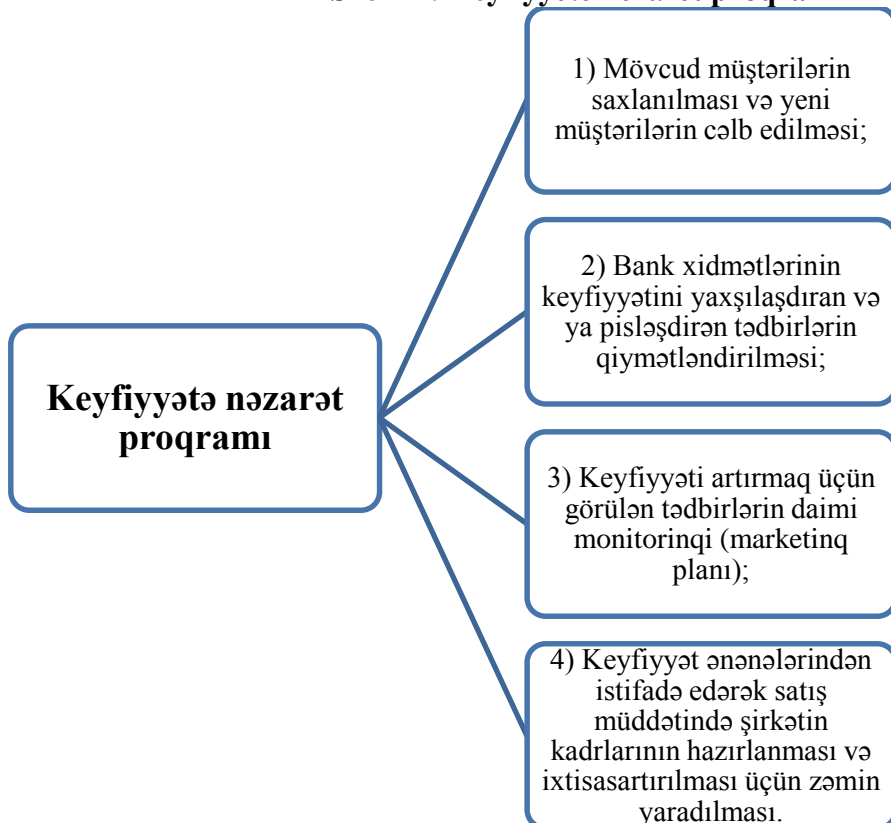
- Nəqliyyat xərclərinin ödənilməsi (ictimai nəqliyyatda səyahət, rəsmi nəqliyyat vasitələrinin verilməsi, nəqliyyat vasitələrinin alınması üçün borclar, benzin xərclərinin ödənilməsi);

- İş günü ərzində yemək xərcləri üçün kompensasiya (yemək üçün ödəniş);
- Təhsil və peşə inkişafı xərclərinin qismən ödənilməsi.

Müasir şəraitdə yalnız fərdi işçinin iş keyfiyyəti əməyin stimullaşdırılmasından deyil, həm də fəaliyyətin səmərəliliyindən, bankın inkişaf perspektivlərindən və qazancından asılıdır. Maddi stimullar işçilərin maarifləndirilməsinin mənəvi və psixoloji prosesini gücləndirir.

Müştəri meneceri “müştərinin dilində danışa” bilməlidir (yəni, bank işi üzrə mütəxəssis olmayan müştərilərə fərdi xidmətlərin ümumiyyətlə pul problemlərini necə həll edə biləcəyini və pul qazanmalarına kömək edə biləcəyini açıq və aydın izah etmək). Beləliklə, şöbənin iş planına keyfiyyətə nəzarət proqramının hazırlanması da daxil edilməlidir. Keyfiyyətə nəzarət proqramı hazırlayarkən keyfiyyət idarəetmə şöbəsi aşağıdakı məqsədləri rəhbər tutmalıdır:

Sxem 2: Keyfiyyətə nəzarət proqramı



Mənbə: <http://www.e-qanun.az/framework/5825> - Banking strategy 2020.

Qarşıya qoyulmuş hədəflərə çatmaq üçün banka rəqabət üstünlüyü təmin etməklə bərabər, öz növbəsində maliyyə və iqtisadi fəaliyyətin nəticələrinə və qoyulmuş kapitalın gəlir dərəcəsinin artmasına da təsir göstərəcəkdir.

Yuxarıda göstərilən fəaliyyət qanunauyğunluqları nəzərə alınmaqla kredit təşkilatlarında effektiv işgüzar rabitəni formalaşdırarkən aşağıdakı əsas prinsiplərə əsaslanmaq vacibdir (Axundova N.F. 2014: s.246).

1. Xidmət yönümlülük prinsipi (müşətilərin ehtiyaclarını ən yaxşı şəkildə təmin edən xidmətlərin yaradılması; yüksək mədəniyyət meyarlarına cavab verən müvafiq səlahiyyət və səriştəyə sahib kadrların formalaşdırılması).

2. Şaxələndirmə prinsipi. Bu prinsip xarici mühitin daima mürəkkəbləşməsi və müxtəlifliyi şəraitində həm rabitə obyektlərinə təsir göstərən kommunikativ vasitələrin, həm də mövcud kommunikasiyaların buna görə şaxələndirilməli olmasıyla əlaqədardır.

3. İnformasiya şəffaflığı prinsipi. Bu prinsip maliyyə və bank strukturlarının vahid bir məlumat məkanı yaratması ilə əlaqədardır. Bu imkanlarından istifadə həm də real iş əlaqələrini optimallaşdırır, həm də fərdi yanaşma və şəxsi rabitə vasitələrinin istifadəsi əsasında yeni iş əlaqələri qurmağa kömək edə bilər.

4. Marketing prinsipi.

5. İdarəetmələrin funksiyalarına uyğun olaraq qruplaşdırılmasını təmin edən funksional təşkilat prinsipi.

Ümumiyyətlə, bankın rəqabətçi mövqeyinə uyğun olaraq işgüzar rabitə kompleksinin fəaliyyətini müəyyənləşdirə bilən strategiya seçmək lazımdır. Məsələn:

1. Liderlik strategiyası - təqdim olunan böyük həcmli xidmətlər, qabaqcıl informasiya texnologiyalarının mövcudluğu.

2. Bank xidmətlərinin fərqləndirmə strategiyası, müşətilərin istəklərini nəzərə almağa imkan verən eyni xidmətin müxtəlif variantlarının yaradılmasını təmin edir.

3. Seqmentə fokuslanma strategiyası oxşar tələbləri olan bir qrup istehlakçı tərəfindən təmsil olunan və aydın şəkildə müəyyən edilmiş bir seqmentə yönəlməyi təmin edir.

4. Bazarda analoqu olmayan bir xidmət inkişaf etdirilərkən innovativ rəqabət strategiyasından istifadə etmək mümkündür.

Bu keyfiyyət idarəetmə modelinin bankda tətbiq edilməsi gəlirlilik və kapitallaşma səviyyəsində artımı təmin etməklə bərabər, eyni zamanda bank qurumlarına yeni müştərilərin cəlb edilməsinə və mövcud müştərilərin maraqlarının təmin olunmasına da kömək edəcəkdir.

Beləliklə, respublikanın kredit qurumları rəqabətə tab gətirmək üçün müştərilərə göstərilən xidmət növlərini daim genişləndirməlidirlər. Bank xidmətləri çeşidinin genişləndirilməsi və müştəri xidmətinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi onların resursları və yeni müştəriləri cəlb etməkdə rəqabət qabiliyyətlərini artırmağa imkan verir.

Bank xidmətləri sektorunun əsas problemləri əhaliyə göstərilən bank xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə yönəlmiş proqramlar hazırlanaraq həll edilməlidir. Buna misal olaraq yerli hakimiyyət orqanlarının bank sektoru ilə qarşılıqlı əlaqədə səlahiyyətlərinin genişləndirilməsini göstərmək olar. müasir dövrdə dövlətin bank sektorunun inkişafındakı roluna yeni bir nəzər salmaq lazımdır, çünki milli layihələrin həyata keçirilməsi və bölgələrin sosial-iqtisadi inkişafı kontekstində dövlətin rolunun gücləndirilməsi obyektiv reallıq, habelə ciddi bir zərurətdir.

2.2. Bank sistemində etika kodeksləri və etik davranış qaydalarının tətbiqinin müasir səviyyəsi və şirkətdaxili etik problemlər

Bank sistemində uğurlu strategiya əldə etmək üçün etika kodeksləri və etik davranışlar müştərilər, habelə kadrlar heyəti və əməkdaşlar arasında olduqca vacib məsələdir. Bank xidmətlərini həyata keçirən hər bir işçi bankın mənafeyini müdafiə edərək müştəriylə ünsiyyətdə olarkən aşağıdakılara əməl etməlidir:

- Peşəkar səviyyədə xidmət;

- Düzgün, ədalətli və qərəzsiz münasibət;
- Öhdəliklərin vaxtında yerinə yetirilməsi;
- Müştərilər haqqında məlumatların məxfiliyinə hörmət;
- Müştərilərə qayğı;
- Məhsul və xidmətlərin keyfiyyətinin daima təkmilləşdirilməsi və münasib qiymətlərin tətbiqi;

- Məhsul və xidmətlərin düzgün və qərəzsiz reklam edilməsi.

Müştərinin fikirlərinə, hisslərinə və təsəvvürünə anlayışlı yanaşmaq mütləqdir. Bu zaman işçilər şəxsiyyətini müsbət qəbul etməli - müştərinin çatışmamazlıqlarından asılı olmayaraq onu şəxsiyyət kimi görməli və ona hörmətlə yanaşmalıdır. Müştəri ilə qarşılıqlı əlaqədə razılaşma əldə etmək bir-birini anlamağa cəhd göstərmək və qarşılıqlı münasibətlərin əməkdaşlıq formasında inkişaf etdirilməsinə çalışmaq lazımdır.

İşçilərin rəsmi davranışının əsas prinsipləri və qaydaları

İşçilər peşə fəaliyyətlərini aşağıdakı prinsiplərə əsaslanaraq həyata keçirməlidirlər:

- Qanunilik;
- Vətəndaşların hüquqlarının, azadlıqlarının və qanuni mənafelərinin üstünlüyü nəzərə almaq;
- Vətənpərvərlik və rəsmi vəzifəyə sadiqlik;
- Dövlətin və cəmiyyətin mənafelərinə sədaqət;
- Ədalət, dürüstlük və qərəzsizlik, maraqlar toqquşmasının qarşısını almaq.

Konfidensiallıq şərtləri

Bu Məcəllə Bank fəaliyyətinin bütün sahələrini əhatə etdiyi üçün əməkdaşlar aşağıdakı məlumatların mütləq konfidensiallığını (məxfiliyini) təmin etməlidir:

- Bankın şəxsi məlumatları;
- Bankın şəxsi iş prinsipləriylə bağlı qaydalar;
- Bankın müştəriləri haqqında məlumatlar;
- Bank personalı haqqında məlumatlar;

- Vəzifə mövqeyinə görə bankın işçisinə məlum olan və ölkənin milli təhlükəsizliyi ilə bağlı məlumatlar və s.

İşçilərdən tələb olunur:

- Rəsmi vəzifələrin icrasında dövlət prinsipləri və tələbləri ciddi şəkildə rəhbər tutulmaq;

- Rəsmi vəzifələrini vicdanla, yüksək peşəkar səviyyədə yerinə yetirmək;

- Səlahiyyətləri daxilində qəbul edilmiş yuxarı dövlət orqanlarının və vəzifəli şəxslərin qərarlarını (əmrələrini) vaxtında və səmərəli şəkildə icra etmək;

- Fəaliyyətlərini qanunvericilik və daxili sənədlərlə müəyyən edilmiş rəsmi səlahiyyətləri daxilində həyata keçirmək;

- Rəsmi vəzifələrini yerinə yetirərkən hər hansı bir şəxsə, qrupa və ya təşkilata üstünlük verməmək, onların təsirindən asılı olmamaq, vətəndaşların hüquqlarını, vəzifələrini və qanuni maraqlarını nəzərə almaq, ayrıseçkilik faktlarının qarşısını almaq;

- Xidməti vəzifələrinin vicdanla yerinə yetirilməsinə mane olan hər hansı şəxsi, əmlak və digər mənafeələrin təsiri ilə əlaqəli hərəkətləri istisna etmək;

- Normativ hüquqi aktlar və departament aktları ilə müəyyən edilmiş məhdudiyyət və qadağalara riayət etmək, vəzifələrini qəti şəkildə yerinə yetirmək;

- Digər ölkə xalqlarının adət və ənənələrinə hörmət göstərmək, müxtəlif etnik, sosial qruplar və konfessiyaların mədəni və digər xüsusiyyətlərini nəzərə almaq, ictimai sabitliyi, millətlərarası və dinlərarası harmoniyayı təşviq etmək;

- Rəsmi vəzifələrinin vicdanla yerinə yetirilməsinə şübhə yarada biləcək davranışlardan çəkinmək, habelə nüfuzlarına və ya bir dövlət orqanının nüfuzuna xələl gətirən münaqişə vəziyyətlərindən çəkinmək;

- Dövlət orqanlarının, digər təşkilatların, onların vəzifəli şəxslərinin, habelə vətəndaşların fəaliyyətinə əsassız təsir göstərmək üçün rəsmi mövqedən istifadə etməmək;

- Siyasi, iqtisadi məqsədəuyğunluq, habelə şəxsi motivlər və digər subyektiv səbəblər dövlət qulluqçuları tərəfindən qanunun və etik davranış qaydalarının tələblərinin pozulması üçün əsas ola bilməz.

- Qanunla başqa hal nəzərdə tutulmayıbsa, işçilərin vəzifələrini yerinə yetirmələri ilə əlaqədar fiziki və ya hüquqi şəxslərdən hər hansı maddi dəyərlər və ya digər faydalar alınması qadağandır.

- İşçilər korrupsiyanın təzahürlərinə qarşı mübarizə aparmaq və onun qarşısının alınmasına fəal töhfə vermək məcburiyyətindədirlər.

- İşçilər qanun pozuntularına səbəb olmaq üçün onlarla əlaqə quran bütün hallar, habelə digər dövlət qulluqçularının özləri üçün məlum olan cinayət halları barədə menecerini və ya hüquq-mühafizə orqanlarını xəbərdar etməyə borcludurlar.

- Rəhbərlər qanun pozuntularıyla bağlı şikayətlərində və ya müraciətdə yer alan ifadə edilmiş rəy və tənqidlərə görə fərdlərin işdən çıxarılmamasını və ya başqa bir şəkildə təqib edilməməsini, eyni zamanda fərqli formada tənqidlərlə danışmalarını təmin etməlidirlər.

- İşçilər qanunla müəyyən edilmiş qaydada məsuliyyət daşıdıqlarına görə peşə fəaliyyətləri zamanı özlərinə məlum olan məlumatların təhlükəsizliyini və məxfiliyini təmin etmək üçün bütün tədbirləri görməyə borcludurlar.

Maraqların toqquşması

1. İşçilər rəsmi vəzifələrini yerinə yetirərkən maraqlar toqquşmasına səbəb olan və ya səbəb ola biləcək şəxsi maraqlara yol verməməlidirlər.

İşçilərin vəzifələrinin obyektiv və qərəzsiz yerinə yetirilməsinə təsir göstərən və ya təsir göstərə biləcək şəxsi marağı olduqda, maraq toqquşması meydana gəlir.

İşçilərin şəxsi marağı şəxsən onlar üçün və ya yaxın qohumları, habelə yaxın və ya işgüzar münasibətlərdə olduqları digər şəxslər üçün hər hansı bir fayda və ya üstünlük əldə etməyi əhatə edir.

Maraqların toqquşması halında işçilər dərhal rəhbərlərinə məlumat verməlidirlər.

Mənafeələr toqquşmasının mövcudluğu barədə məlumat alan menecer bunun həlli üçün vaxtında tədbir görməyə borcludur.

2. İşçilərin sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaları qadağandır.

İşçilər fəaliyyət göstərməməli, habelə öz vəzifə borclarını lazımınca yerinə yetirmə ilə uyğun olmayan və ya onlar üçün zərərli bir vəzifə tutmamalıdır. Heç bir halda, bir işçi, özünə aid olmayan rəsmi vəzifəsindən şəxsi fayda əldə edə bilməz.

İşçilər mənafe toqquşmasının qarşısını almaq üçün tədbirlər görmək məqsədiylə menecerinə kommersiya təşkilatlarının nizamnamə kapitalında iştirak barədə məlumat vermək məcburiyyətindədirlər.

3. İşə təyin olunarkən və vəzifə borclarını yerinə yetirərkən, işçilər şəxsi vəzifələrinin düzgün yerinə yetirilməsinə təsir edən və ya təsir göstərə biləcək şəxsi maraqlarının mövcudluğunu və ya ehtimalını bildirməyə borcludur.

2020 – ci ilin aprel ayında beynəlxalq bankda “pərakəndə” pulu olmayan əməliyyatlar əmək haqqı və pensiya kartları ilə nağdsız alış-veriş dövründə Azərbaycan Beynəlxalq Bankında POS terminallara köçürülür.

Pulun 1% -i müştəri kartı hesabına, qalan 1% -i müştəri hesabına yığılaraq Coronavirus Dəstək Fonduna köçürüldü.

Fonda köçürülmə zamanı bu ianələrin Azərbaycan Beynəlxalq Bankının pensiya və əmək haqqı kartları müştəriləri hesabına qurulduğu bildirildi.

Bu proqram kredit / ipoteka ödəmələri, kommunal xidmətlər, büdcə ödənişləri, maliyyə qurumları ödəmələri, sığorta ödənişləri, elektron pul kisəsi, mobil ödənişlər, pul əməliyyatları, kartdan karta və pul köçürmə əməliyyatlarına tətbiq edilmir. Bu hal müştərilərdə etibar hissi yaradır. Bu proqram layihəsi əsas etibarlı ilə bank tərəfindən “Qayğı” proqramı adlandırılır.

Bank tərəfindən həyata keçirilən digər bir layihə isə tibb işçilərinə heç bir ödəniş tələb etmədən xidmətlərin göstərilməsidir. Azərbaycan Beynəlxalq Bankı (ABB) COVID-19 pandemiyasına qarşı mübarizə aparan səhiyyə işçilərinin Ümumdünya Səhiyyə Günü münasibətilə fədakar əməyini qiymətləndirərək 2020-ci il 7 aprel tarixində yeni bir kampaniya elan etmişdir. Kampaniya ay sonuna kimi etibarlı idi.

Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankı (IBRD) müştərilərin rahat və əlverişli şəraitdə kredit almaq istəyini əsas gətirərək yay aylarında yeni bir kampaniya elan etdi. “Bu cür kredit alacaqlar!” Kampaniya çərçivəsində bank maaşı və təqaüd kartı olan hər kəs artıq illik 18% və 15.000 manata qədər faizsiz bankdan təminatlı pul çıxara bilər. Bank ilk dəfə olaraq Azərbaycan Beynəlxalq Bankının müştərilərinə xüsusi endirimlər etdi. İllik faiz dərəcələrinə əlavə olaraq uzunmüddətli borc vermək müştərilərə aylıq ödənişlərini azaltmağa və aylıq borclarını çətinlik çəkmədən ödəməyə imkan yaradır.

Tanıtım xüsusiyyətləri:

Kreditin məbləği 20.000 manata qədərdir

Kredit müddəti - 60 aya qədər

İllik faiz dərəcəsi 18%

Kredit 15.000 manata qədərdirsə - zəmanət verilmir

Kampaniya 30 avqusta kimi davam edəcək.

Müasir dövlətə məxsus Azərbaycan Beynəlxalq Bankının məhsulları və xidmətləri haqqında məlumat bankın 39 filialından, www.iba.az veb saytından, 937 məlumat mərkəzindən əldə edilə bilər.

Müştəri məmnuniyyətini qazanmaq üçün bank kredit ala biləcək şəxslərin siyahısını da yeniləmişdir:

- ABB kartları ilə maaş və ya təqaüd alan işçilər
- Müəssisədə ən azı 6 ay iş təcrübəsi olan işçilər
- Kreditin son günü minimum yaş 20, maksimum 70 yaşında olan şəxslər.

Kredit müraciəti zamanı tələb olunan sənədlər aşağıdakılardır:

- Borcalan və zəmanət üçün: şəxsiyyət vəsiqəsi
- Kampaniya çərçivəsində kredit məbləği 15.000 AZN-dən az olduqda zəmanət tələb olunmur.

Bütün bu qeyd olunan məlumatların nəzərə alınmasıyla istər bank sektoru, istərsə də digər bütün sektorlarda müştəri məmnuniyyətinə nail olmaq mümkündür.

2.3. Bank sistemində korporativ sosial məsuliyyətin təzahürünün müasir durumu

Banklar həm dövlət səviyyəsində, həm də beynəlxalq səviyyədə maliyyə sisteminin strukturunda mühüm rol oynayırlar. Bu səbəbdən bank xidmətləri səviyyəsinin yüksəldilməsi həm dövlət, həm də bütövlükdə cəmiyyət üçün olduqca vacib məsələdir. Bu, bankların iş etikasını problemlərinə marağın artmasını izah edir və bu da banklarla müştərilər arasında münasibətlərin inkişafına səbəb olur. Bu paragrafda bir neçə aparıcı ölkənin nümunəsindən istifadə edərək bank işində iş etikasını problemlərini araşdırırıq (ДЕМЕНТЬЕВ В.Е., ЛЬВОВ Д.С. 2015: с.120).

İndiyə qədər banklar, ilk növbədə İngiltərə - Amerika bankları, müvafiq davranış qaydalarını hazırlayaraq güclü “etik proqramlar” həyata keçirmiş, işçilərinə “etik təlimlər” keçirmiş və hətta etik məsələlər üzrə xüsusi şöbələr yaratmışlar. Məsələn, Böyük Britaniyanın əsas bankı olan İngiltərə Bankı, iş vəzifəsinə, etik ilə əlaqəli bütün mövzularda İngilis banklarına məsləhət verməkdən ibarət olan bir iş etikasını müşaviri təqdim etmişdir.

1991-ci ildə İngiltərədə banklar, xüsusən 3 milyona yaxın kiçik müəssisə ilə əlaqəli siyasətlərinə görə ciddi tənqid olundu. Müştərilərin narazılığı, maliyyə qurumlarının davranış qaydalarını qəbul etməsinə səbəb oldu. O vaxtdan bəri İngiltərədəki böyük banklar etik proqramlar hazırlayaraq və minlərlə müştəriyə dəstək məktubları göndərərək müştəri əlaqələrini yaxşılaşdırmaq üçün ictimaiyyətlə əlaqələrdən geniş istifadə etdilər.

1970-ci ildə İngiltərə Bankı valyuta bazarı iştirakçılarına xüsusi bir müraciət göndərirdi. Səlahiyyətli bank dilerləri, müxtəlif bank məhsullarının ticarəti ilə bağlı tövsiyələr hazırladılar və əvvəllər problemlərin yarandığı əməliyyatlar üçün prosedurları təsvir etdilər. Bu yanaşma bir çox problemin həllinə kömək etdiyi üçün faydalı oldu. Bir neçə il sonra bu sənəd genişləndirildi və İngiltərədəki valyuta bazarında Davranış qaydalarının yenilənməsi üçün əsas rolunu oynadı.

İngiltərədə banklar və Əmanət Bank Birliyi (Bank Qanunu) tərəfindən hazırlandığı kimi Müştəri Dostu Kodunun hazırlanması da bənzərsiz bir tapıntı kimi qəbul edilə bilər. Ölkədə hətta bir növ ombudsman vəzifəsi var - müştəri

şikayətlərini həll etmək üçün İngiltərə hökumətinin nümayəndəsi. Bu və digər tədbirlər müştərilərə yüksək etik standartın qorunmasında həm hökumətin, həm də bankların öz paylarının olmasını təmin etməyə imkan verdi.

Fransada kredit sahəsində etik mövzunun aktuallığının anlaşılması artır. Müzakirə müxtəlif cəmiyyətlərdə, seminarlarda və s. baş tutur. Məsələn, Fransa bankları, sahibkarların peşə birlikləriylə sıx əməkdaşlıq edərək, tərəflərin qarşılıqlı öhdəliklərini, bank və müəssisələr üçün bir növ davranış qaydalarını müəyyənləşdirən Bank və Müəssisələr üçün Davranış Partiyası hazırladılar.

Bank və müəssisələr arasındakı münasibətlərin keyfiyyəti iqtisadi inkişafı şərtləndirən amillərdən biridir. Tərəfdaşlar davranışlarında əks məntiqə tabe olduqda aralarında etibar yaratmaq daha çətin olur.

1997-ci ilin may ayında hökumət nümayəndələri, bank və sahibkarlar tərəfindən imzalanan Müəssisələr Nizamnaməsi məhz bu məqsədə cavab verir. Bunlar: birincisi, tərəflərin qarşılıqlı öhdəliklərini qəbul etməsi əsasında bankla müəssisə arasındakı münasibətlərin keyfiyyətini artırmaq; ikincisi, bir-birlərinə müvafiq məlumatlar təqdim etməklə tərəfdaşlar arasında daha yaxşı qarşılıqlı anlaşmanı təşviq etmək; və nəhayət, tərəflər üçün aydın davranış qaydaları qəbul edərək mübahisələr və fikir ayrılıqları riskini məhdudlaşdırmaq.

Nizamnamədə sadalanan tərəflərin öhdəlikləri bərabərlik, sədaqət və şəffaflıq kimi üç anlayışa əsaslanıb bilən qarşılıqlı etimad münasibətləri qurmaq üçün həqiqi istəklərini əks etdirir. Banklar hesabların necə işlədiyini açıq şəkildə müəyyənləşdirməyə, müştərilərin tələblərinə cavab verməyə, xüsusilə kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə kreditlərin verilməsinin yeni yollarını axtarmağa və mübahisələrin həllinə sadıqdır.

Müəssisə rəhbərləri, öz növbəsində, bankla razılaşdırılaraq, öz fəaliyyətləri barədə mütəmadi olaraq lazımi şəkildə ətraflı və keyfiyyətli məlumat verməyi, habelə bank nümayəndələrinin öz müəssisələrini ziyarət etmələrini təmin etməyi öhdələrinə götürürlər.

Hollandiyada bankirlərin “etik bankçılıq” ın inkişafına cəlb edilməsinə dair bir çox nümunə var. Peter Blom, İngiltərədə, Belçika və Hollandiyada ofisləri olan

“etik” Triodos Bankına rəhbərlik edir. Etik Bank yalnız müştəriləri aldatmayan bir bank deyil. Triodos Bankın digərlərindən fərqi budur ki, bu bank 20 ilə yaxındır ki, “sosial məsuliyyətli investisiya” bazarının inkişafında fəal iştirak edir.

Hollandiyada kollec məzunları arasında aparılan sorğular insanların sosial məsuliyyəti korporativ siyasət prioriteti kimi ön plana çıxmayan şirkətlərdə işləmək istəmədiklərini göstərir.

Müştərini bankın borc və məsuliyyətinə inandırmaq və onunla etibarlı münasibət qurmaq vasitələrindən biri, yüksək etik və mənəvi baxımdan qüsursuz fəaliyyət proqramlarının icrası yolu ilə bankın yüksək nüfuzunun yaradılmasıdır. “Müştərilərin maraqlarının təmin edilməsinin yüksək keyfiyyəti” in diqqətəlayiq bir sübutu, UniCredit Bankda xüsusi İş Etikasını Proqramının mövcudluğudur. Bankın fəaliyyəti riayət edilən iş etikasını və korporativ mədəniyyət normalarını əks etdirir. Bu sənədin əsas məqsədlərindən biri də bank işçiləri arasında rəsmi vəzifələrini və bankın vəzifələrini yerinə yetirmələri üçün müştərilər, iş ortaqları və səhmdarlara fərdi məsuliyyət barədə məlumatlılığın artırılmasıdır.

Xarici bankların təcrübəsinin öyrənilməsi nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, iş etikasını sahəsində qanunlar olduqca azdır və mövcud davranış qaydaları yalnız nəsihət xarakterlidir və bu baxımdan iş üçün ciddi bir etik zəmin yaratmağı sürətləndirmək lazımdır. Müxtəlif tədqiqatların nəticələri sübut edir ki, maliyyə məhsullarının keyfiyyəti ilə yanaşı, müştərinin banka sədaqətinin formalaşması üçün həlledici şərt banklardakı xidmətlərdən məmnunluq səviyyəsidir.

Azərbaycan Beynəlxalq Bankı korporativ müştərilər üçün yerli, habelə xarici valyutada təklif etdiyi əmanət tarifləri hesabına gəlir əldə etməyi və öz vəsaitlərinin təhlükəsiz, tam məxfi qorunması imkanını yaradır.

Cədvəl 2: Bank şərtləri

Əmanətin minimal məbləği	fərdi baxılır
Əmanətin müddəti	fərdi baxılır
Faizlərin hesablanması	fərdi baxılır
Əmanətin valyutası	Manat və ya ABŞ dolları

Mənbə: <https://ibar.az/az/korporativ/emanetler> - Korporativ əmanətlər.

Cədvəl 3: Faiz dərəcəsi

<i>Əmanətin müddəti</i>	<i>AZN ilə</i>	<i>USD ilə</i>
3 ay	fərdi baxılır	fərdi baxılır
6 ay	fərdi baxılır	fərdi baxılır
12 ay	fərdi baxılır	fərdi baxılır

Mənbə: <https://ibar.az/az/korporativ/emanetler> - Korperativ əmanətlər.

Bankın əsas korperativ xidmətlərindən biri də layihələrin maliyyələşdirilməsidir. Bunun üçün bank aşağıdakı ticarət və layihə maliyyələşdirmə xidmətlərini təklif edir:

Müştərinin tələbi ilə ABB hesabına ticarət və layihə maliyyələşdirilməsi;

Müştəri müraciəti əsasında xarici maliyyə qurumları hesabına ticarət və layihə maliyyələşdirilməsi.

Müştərinin tələb etdiyi layihə maliyyələşdirilməsi və sığortası ilə Kredit Agentliklərinin sığortalanması;

Ticarət və Layihə Maliyyələşdirməsinə dair Məsləhət xidmətləri;

Qısa, orta və uzunmüddətli maliyyələşdirmə;

Mal və avadanlıqların alınması, həmçinin tam və orta ölçülü layihələr daxil olmaqla qısamüddətli və uzunmüddətli maliyyələşdirmə:

Qısamüddətli - 3 ilə qədər;

Uzunmüddətli - 3 ildən 10 ilə qədər.

Digər korperativ xidmətlərdən biri də inkasso xidmətidir. Xidmətin üstünlükləri aşağıdakılardır:

İnkasso - ixrac və ya idxal edən müştərilər üçün rahat hesablaşma növüdür.

İnkasso xidmətindən faydalanmaq üçün ABB-də hesaba malik olmaq və inkasso üçün sənədlərin qəbuluna dair banka tapşırıq vermək lazımdır.

Xidmətdən istifadə şərtləri aşağıdakı kimidir:

- Müqavilə tərəflərinin maraqlarının qorunması təmin edilir.
- Müqavilə öhdəliklərinin əlavə təminatı: idxal edən müştəri yalnız bütün sənədlərin bankdan əldən edilməsindən sonra ödənişi aparır.

• Əməliyyat standartlaşdırılmış beynəlxalq qaydalara uyğun olaraq həyata keçirilir.

Cədvəl 4: İnkasso xidmətində tariflər

İnkasso əməliyyatları	
Sənədlərin inkassoya qəbulu	0.1% (min. 100 USD ekvivalenti)
Yerli poçt xidmətləri (hər göndərməyə görə)	10 AZN
Xarici poçt xidmətləri (hər göndərməyə görə)	70 AZN

Mənbə: <https://ibar.az/az/korporativ/emanetler> - Korporativ əmanətlər. 2020

Digər korporativ xidmətlərdən biri də iri korporativ müştərilərin kreditləşdirilməsidir. Ölkənin ən böyük bankı olan Azərbaycan Beynəlxalq Bankı, iqtisadiyyatın istənilən sahəsində fəaliyyət göstərən iri şirkətləri uğurla maliyyələşdirir.

Bank korporativ müştərilərə (kredit xətləri) əsasən aşağıdakı məqsədlər üçün kreditlər verir:

Əsas vəsaitlərin alınması üçün kreditlər - Bu növ kreditlər yeni istehsal sahələrinin yaradılması üçün əsas fondların (maşın, avadanlıq, yeni texnologiya və s.) alınması üçün mövcud olanların modernləşdirilməsi və ya genişləndirilməsi üçün verilən kreditlərdir.

Dövriyyə kapitalını artırmaq üçün - Bu növ borclar, şirkətin cari iqtisadi fəaliyyətinin davamlılığını təmin etmək üçün dövriyyə kapitalı kimi istifadə üçün verilən kreditlərdir;

Layihə maliyyələşdirilməsi üçün - Bu tip kreditlər borcalan tərəfindən yeni və mövcud iş layihələrinin kompleks maliyyələşdirilməsi məqsədi ilə verilən kreditlərdir;

Borcalanın digər banklar qarşısında öhdəliklərini yenidən maliyyələşdirmək üçün kreditlər;

Borcalan tərəfindən istənilən şirkətin səhmlərinin satın alınmasını maliyyələşdirmək üçün verilən kreditlər.

Kreditlərin məbləği, müddəti, faiz dərəcəsi və ödəmə şərtləri müştərinin cari sifarişindən və layihəsindən asılı olaraq ayrıca müəyyən edilir. Sifarişin (layihənin) xüsusiyyətindən asılı olaraq, borcun əsas hissəsini ödəmək üçün endirim müddəti təyin edilə bilər. Təminatlı borc vermək borcalanın maliyyə vəziyyətinə, kredit tarixçəsinə, nüfuzuna və s. amillərlə müəyyən edilir.

Bank həm öz hesabına, həm də yerli (Sahibkarlığın İnkişafı Fondu, İpoteka və Kredit Zəmanət Fondu, Aqrar Kredit və İnkişaf Agentliyi və s.) və xarici maliyyə qurumlarının topladığı pullar hesabına kredit ayırır.

Azərbaycan Beynəlxalq Bankına kredit verilməsinin üstünlükləri:

Böyük kreditlər vermək imkanı;

İstənilən valyutada borc vermək imkanı;

Biznes layihəsindən asılı olaraq əlverişli ödəniş şərtlərinin müəyyənləşdirilməsi.

Kredit müraciətləri Bankın müştəri xidməti strukturlarıyla əlaqə quraraq və ya “corporaterm@ibar.az” elektron poçtuna göndərilə bilər.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA BANK SİSTEMİNDƏ İŞGÜZAR DAVRANIŞIN ETİKLİLİK SƏVIYYƏSİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ MƏSƏLƏLƏRİ

3.1. Bank sistemində işgüzar davranışın etiklik səviyyəsinin yüksəldilməsi yolları

Etik prinsiplərin, normaların və standartların iş həyatında reallığa çevrilməsi üçün bunlar mütləq olmalıdır. İş təcrübəsində olduğu kimi idarəetmənin bütün səviyyələrində qərar qəbul etmə prosesinə daxil edilməlidir. Dünya praktikasında işgüzar etikaya tətbiq edilən biləcəyiniz yeddi əsas mexanizm var. Bunlara daxildir (Muradov R.Ş. 2015: s.223):

- 1) etik qaydalar;
- 2) etik komitələr;
- 3) təlim;
- 4) sosial yoxlamalar;
- 5) hüquq komitələri;
- 6) vətəndaşların etik məsələlərə dair iddialarına baxan xidmətlər;
- 7) korporativ strukturdakı dəyişikliklər.

Etik qaydalar ən çox istifadə olunan mexanizmlərdir. Məlumdur ki, təxminən 90% xarici şirkətlər kodlar vasitəsilə fəaliyyətlərinə etik standartları tətbiq etdilər. Etik kodlar bütövlükdə şirkət üçün və ya fərdi funksional üçün inkişaf etdirilə bilər. Bir qayda olaraq, bir etik kod xüsusi hazırlanmış bir orqan tərəfindən hazırlanır - komitə, komissiya və s. İntizam tədbirləri kodda göstərilməlidir, bu kodu pozanlar üçün tətbiq olunur.

Korporativ Etika Komitəsinin bir sıra funksiyaları vardır:

- yüksək səviyyəli menecer və ya idarə heyəti tərəfindən müzakirə üçün etik məsələlərin gündəmə gətirilməsi;
- etik qaydaların əsas tələblərinin bütün səviyyələrdə menecerlərin diqqətinə çatdırılması və adi işçilər;
- kodun dəstəklənməsi üçün tədbirlərin hazırlanması;

- illik daxili korporativ hesabatlara əsasən və asılı olaraq kodun təhlili və reviziyası

təşkilatın xarici mühitindəki dəyişikliklər, xüsusən də mənəvi dəyərlər və fikirlər sistemi;

- İdarə Heyəti üçün komitənin fəaliyyətinə dair hesabat tərtib etmək;

- etik məsələlər üzrə mütəxəssis tövsiyələri ilə ən yüksək səviyyəli rəhbərliyin təmin edilməsi.

İdarəetmə etik təhsili bir növ etik standartların menecerlər üçün ümumi praktik təlim proqramına daxil olan etik modullar alt və orta səviyyə məcmusudur. Beləliklə, etik komitələr ən yüksək səviyyəyə xidmət edir. Bu yaxınlarda ortaya çıxan sosial audit, sosial qiymətləndirmə cəhdidir. Cəmiyyətin cəmiyyətdəki davranışı, yəni. yoxlanılması və bunun haqqında məlumat verilməsi nəzərdə tutulur. Korporasiyanın hərəkətləri cəmiyyətin gözləntilərinə nə dərəcədə uyğundur. Bununla birlikdə, bir ölkə və ya bir fərd daxilində çətinlik və tətbiqetmə qiymətinin yüksək olması səbəbindən sənaye, bu mexanizm dəyərinə baxmayaraq, hələ də geniş inkişaf etdirilməyib və yalnız korporasiyaya aiddir (Muradov R.Ş. 2015: s.223):

✓ Bu gün təşkilatın fəaliyyətinin tələblərə necə cavab verdiyini müəyyənləşdirmək;

✓ Sağlamlıq, təhlükəsizlik və çirklənməyə nəzarət üzrə dövlət qaydaları;

✓ Hüquq Komitəsi, o cümlədən bütün qanunlara korporativ uyğunluğa nəzarət etməkdən məsuldur;

✓ Etik cəhətdən sayı və qaydaları: ətraf mühitin qorunması, qorunması insan hüquqları və s.

Bu cür xidmətlərin işçiləri şikayətlərə, münaqişələrə, etik məsələlərə dair iddialara baxırlar, həm təşkilatın işçilərindən, həm də xaricdən gələnlər. Həm də məlumatlara görə, qlobal iqtisadiyyatı səciyyələndirən yalnız bir neçə şirkət daxili qəbul edir. Etik prinsip və normaların işgüzar münasibətlər praktikasına tətbiqi üçün başqa bir mexaniz geniş və geniş yayılmış olan universitet məzunlarının işə götürülməsidir. Bu mexanizm baxımından ən məhsuldardır.

Nəzərə alınmalıdır ki, şirkətlərin fəaliyyətində etik standartların tətbiqi ola bilər. Başqa sözlə, iş etikasının tətbiq olunmasında bütün problemləri xarici və daxili maneələrə bölmək olar.

Daxili maneələr:

1. Yeniliklərə şübhə və mənfi münasibət.
2. Məsuliyyəti başqasına vermək.
3. Mənəvi tutarlılıqlarında qeyri-müəyyənlik.
4. Rəqabətlik qorxusu.
5. Prinsiplərin etibarlı olmadığına görə praktik olaraq işləyəcəyinə şübhə edin məcburi icra.

Xarici maneələr:

1. Qanun və qaydalarda tez-tez dəyişikliklər.
2. İctimai rəyin formalaşması.
3. Kölgə və cinayət iqtisadiyyatı iş etikasının formalaşmasında əlavə amillər kimi.
4. Məmurlar tərəfindən çox sayda qəsb faktları, inkişaf səviyyəsinin aşağı olması öz heyəti, öz şəxsi heyəti, maddi qeyri-sabitlik.

Yuxarıda göstərilən amillərə əsaslanaraq, etik kodunun preambulasını tərtib edərkən şirkətin reallığını qısaca təsvir etməsi lazımdır. Uzun müddətdir dünyanın hər yerindəki universitetlərdə, müxtəlif biznes məktəblərində dinləyicilərə və tələbələrə bu elmin əsasları öyrədilir. Bakalavr və magistr hazırlığı sahələrində gələcək menecerlər və iqtisadçıların tədris planlarında “iş etikasını” tədris olunmalıdır.

Ümumiyyətlə, “İş etikasını” intizamına yiyələnmə nəticələrinə əsasən tələbə: (Спивак В.А. 2016: с.366).

a) bilməli olunanlar:

- əxlaqın doktrinası kimi etikanın mahiyyəti, tarixi cəhəti və kateqoriyaları;
- iş münasibətlərinin etik standartları;
- iqtisadiyyat, güc kimi təməl hadisələrin nisbəti və nüfuz etməsi, mədəniyyət və idarəetmə;

- idarəetmə mədəniyyətinin əsas prinsipləri, funksiyaları və kateqoriyalarını, quruluşunu;
- dəyərlər haqqında əsas elmi fikirlər;
- insan davranışının normativ tənzimlənməsi forması kimi əxlaqın məqsədi;
- İqtisadiyyat sahəsində işgüzar etikanın və işgüzar ünsiyyətin əsas anlayışları, prinsipləri və formaları və idarəetmə;
- etik idarəetmə mədəniyyətinin kəmiyyət və keyfiyyət komponentlərinə təsir formaları məhsuldarlığını stimullaşdıran əmək sistemləri;
- mədəniyyətin təsirinin sosial-iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirmə meyarları və göstəriciləri idarəetmə;
- biznesin sosial məsuliyyəti anlayışı və mənası;
- mikro və makroetika kateqoriyalarının mahiyyəti.
- xarici ölkələrin xalqlarının idarəetmə mədəniyyətlərinin, ənənələrinin və adətlərinin xüsusiyyətləri.
- əsas mədəniyyət və idarəetmə etikasını müəyyənləşdirmək;
- təşkilatın dəyərlərini və fərdin dəyər yönümlərini müəyyənləşdirib təhlil etmək;
- təşkilatda müəyyən edilmiş normaların, ənənələrin tətbiq olunmasını qiymətləndirmək;
- əxlaq və qanun arasındakı ortaqlığı müəyyənləşdirmək;
- idarəetmə işi sahəsində iş etikasının əsas prinsiplərini formalaşdırmaq;
- iqtisadi və ya digər struktur bölmənin idarə olunmasını təşkil etmək
- əsasən sosial-mədəni metodlardan və idarəetmə metodlarından istifadə edən təşkilatlar fəaliyyətlər;
- işləyərkən idarəetmə mədəniyyətinin imkanlarını cəlb etmək üçün təkliflər hazırlamaq;
- dəyər odaklı bir yanaşma istifadə edərək işçilərin motivasiyasını yaxşılaşdırmaq üçün tövsiyələr hazırlamaq;
- təşkilatda işləyərkən ən əhəmiyyətli davranış prinsiplərini tətbiq etmək;

- ünsiyyətin və müxtəlif formaları həyata keçirməyin universal etik prinsiplərini başa düşmək

işgüzar ünsiyyət;

- idarəetmə problemlərinin həllində mədəniyyət və idarəetmə etikasının üstünlüklərini müəyyənləşdirmək.

c) öz fəaliyyət:

- təşkilatda etikanın, o cümlədən etikanın mövcudluğu üçün məqbul şərait yaratmaq bacarığı peşəkarlıq;

- dəyər idarəetməsinin texnoloji metodlarının tətbiqi yolları;

- münaqişə vəziyyətlərinin qarşısını almaq bacarığı;

- daxil olmaqla, müxtəlif işgüzar ünsiyyət formalarının təşkili və aparılması bacarıqları milli etik standartlara uyğun olaraq.

3.2. Bank sistemində işgüzar münasibətlər etikasının təkmilləşdirilməsi istiqlamətləri

“İşgüzar danışıqlar” termininin özü bu gün hər bir insanın həyatında danışıqların mövcud olması səbəbindən aktualdır. İşgüzar münasibətlərin uğuru yalnız müzakirə olunan mövzunun yaxşı öyrənilməsindən deyil, həm də işgüzar danışıqların aparılması texnikasının hərtərəfli bililməsindən asılıdır. İşgüzar ünsiyyət etikasının tərifi belədir: peşə etikas, əmək kollektivinin əmək bazarında sağ qalmasına və xarici dünya ilə əlaqələri ahəngdar şəkildə qurmasına imkan verən, istehsal fəaliyyətləri dövründə insanların əlverişli qarşılıqlı əlaqəsini təmin edən qayda və normaların məcmusudur. Ümumi etik standartlar iş etikasının bir hissəsidir, lakin təbiət baxımından spesifikdir. Məsələn, “İnsanlarla sizinlə rəftar etmələrini istədiyiniz kimi davranın” şəklində ifadə edilə bilən “əxlaqın qızıl qaydası”, iş etikasında üç formada təqdim olunur (СПИВАК В.А. 2016: с.366).

1. “Bir patron olsanız, tabeliyinizdəki bir adamın bir patronun sizə qarşı davranmasını istədiyiniz kimi davranın.” Bütün komandanın yanında fərdi bir şəxsin tənqidinə yol verməməlisiniz. Vəziyyəti sakit qiymətləndirmək və ya “sendviç qanunu” ndan istifadə etmək lazımdır. D. Carnegie'nin dediyi kimi: “Əvvəlcə bir

iltifat edilir, sonra bir çatışmazlıq göstərilir və sonra bossun işçinin gələcək uğurlarına inandığı deyilir”.

2. “Bir tabedirsinizsə, müdirə tabe işçilər tərəfindən necə davranılmasını istəyirsinizsə, elə də davranın.” Çıxışınız zamanı kəsilməyiniz üçün - etməyin özün et. Tabeliyində olanların məqsədyönlü işləməsi, yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal etməsi, mehriban, icraçı olması, onlara nümunə olması üçün.

3. Müəssisənin işçisisinizsə, “iş ortaqlarınızla sizinlə rəftar etmələrini istədiyiniz kimi davranın.” Məsələn, həmkarınız xəstədirsə, onu əvəz etmək istəyini rədd etməməlisiniz, çünki özünüz onun yerində ola bilərsiniz.

Bu gün iki danışıqlar strategiyası mövcuddur: hər bir iştirakçının üstünlüklərinə əsaslanan mövqeli bazarlıq və danışıqların özləri. Bunlardan birini seçmək alternativini danışıqların aparıldığı vəziyyətə əsaslanır. Mövqe sövdələşməsi, tərəflərin qarşılıqlı məqsədi və mübahisə apardıqları, bu müddət ərzində mövqelərini əldə etməyə və bəyan etməyə çalışdıqları bir danışıq siyasətidir.

Öz növbəsində üstünlüklərin qarşılıqlı nəzərə alınmasına əsaslanan danışıqlar tərəfdaşlıq yanaşması şəklində təqdim olunur. Bu strategiya tərəflərin hər bir iştirakçının üstünlüklərini təmin edən ortaq bir həll hazırlamaq üçün qarşılıqlı istəklərini nəzərdə tutur. Mənafehlərin qarşılıqlı nəzərə alınmasına əsaslanan danışıqlara üstünlük verilir, çünki tərəflərin heç birinin üstünlükləri yoxdur və danışıqlar iştirakçıları əldə olunmuş razılaşmaları problemin obyektiv və ən məqbul həlli kimi təhlil edirlər.

Bir iş söhbətində yaxşı bir münasibət qurmaq, söhbət əsnasında özünəməxsus bir imicin qorunmasını tələb edir.

Məsələn, suallar verərkən söhbətin sorğuya çevrilmədiyindən əmin olmalı, həyasız ola bilməz. Söhbət əsnasında iş ortağınıza bəzən iltifat etmək yaxşıdır. İltifat bir insanın həqiqi ləyaqətlərinin qiymətləndirilməsi və ona yaxşı münasibətin əlamətidir. Mədəniyyətli bir insan xüsusi olaraq komplimentləri üst-üstə qoymağa çalışmır, dolay yolla edir, lakin bu vəziyyətdə çox xəyal və yaradıcı düşüncə tələb olunur.

Ticarət etikasının mərkəzində işgüzar münasibətlərin təməl mənasını möhkəmləndirən bir sıra əxlaq normaları və qəbul olunmuş davranış qaydaları durur. Bu ümumi qəbul edilmiş tədbirlərin dəyəri qarşılıqlı inamı artırmaq, işçilərə niyyətləri barədə davamlı məlumat vermək, məlumatları təhrif etmək və işçini yoldan çıxarmaqdır. İşgüzar ünsiyyəti qorumaq üçün bir təşəbbüskar, bankir və s. Üçün peşəkar şərəf kodları yaradıldı.

İşgüzar ünsiyyət etikası konsepsiyasının özü yalnız təşkilat rəhbərlərinin sosial məsuliyyətini təsir etmir, eyni zamanda biznesin məqsədi və vasitələri ilə əlaqəli geniş bir məsələni nəzərdən keçirir. Ticarət pragmatizmi tərəfdarları bəzən məqsədlərinə çatmaq üçün qanunsuz metodlardan istifadə edirlər, məsələn, rüşvət, rüşvət və s. Bununla yanaşı, işgüzar ünsiyyət hədəflərinin də etik olmayan olma şansı var. Üstəlik çöldən olan ünsiyyət qanunsuzluqlara görə deyil, buna görə qeyri-etik görünə bilər. İşgüzar ünsiyyətin məqsədlərinin əxlaq normaları ilə uyğunsuzluğu. Misal olaraq ətraf mühiti çirkləndirən müəssisələrin inşası üçün əməliyyatların, müqavilələrin bağlanması ola bilər.

Beləliklə, işgüzar ünsiyyətdə işgüzar ünsiyyət bacarıqlarının istifadəsində, məhsulların və xidmətlərin əlaqəsi ilə yanaşı keyfiyyət təminatı da vacib bir komponentdir. İnsanları idarə etmək bacarığı ilə məhsul istehsal etmə qabiliyyəti arasında bir tarazlığa da ehtiyac var. İsveçrə alimi Artur Riçin qeyd etdiyi kimi: “başqasına münasibətdə haqsız olan, iqtisadiyyatın ehtiyaclarını nəzərə almayan ədalətli ola bilmədiyi kimi doğru ola bilməz”.

Məcəllə, işçilərinin vəzifələrindən asılı olmayaraq Bankdakı vəzifələrini yerinə yetirmə müddətində təqib etmələri lazım olan əsas peşə etikası prinsipləri və peşə davranış qaydaları məcmusudur. Məcəllə Bank işçilərinin vəzifə borclarında səmərəliliyini artırmaq üçün hazırlanmışdır. Bank işçilərinin Məcəllənin müddəalarını bilməsi və onlara əməl etməsi onların peşə etikası və peşə davranışlarının keyfiyyətini qiymətləndirmək üçün bir meyardır. Bankın hər bir işçisindən Məcəllənin müddəalarına riayət etmək üçün bütün lazımi addımların atılması tələb olunur.

Bank işçiləri aşağıdakılara əməl etməsi tələb olunur (Спивак В.А. 2016: с.366).

1. Qanun ilə müəyyən edilmiş bankın funksiyalarının həyata keçirilməsini təmin etmək;
2. öz fəaliyyətlərini Bankın federal qanunlarla müəyyən edilmiş səlahiyyətləri daxilində, habelə tənzimləyici və digər aktlarına vəzifə təlimatlarına uyğun olaraq həyata keçirmək;
3. hər hansı bir peşə və ya sosial qrup və təşkilata üstünlük verməmək, ayrı-ayrı vətəndaşların, peşə və ya sosial qrup və təşkilatların təsirindən asılı olmamaq;
4. siyasi partiyaların və ictimai birliklərin qərarları ilə rəsmi fəaliyyətlərinə təsir imkanları istisna olmaqla qərəzsizliyə riayət etmək;
5. xidməti vəzifələrinin vicdanla yerinə yetirilməsinə mane olan hər hansı bir şəxsi, əmlak (maliyyə) və digər maraqların təsiri ilə əlaqəli hərəkətləri istisna etmək;
6. rəsmi, peşə etikası normalarına və ticarət davranış qaydalarına əməl etmək;
7. Bankdakı vəzifələrinin icrası ilə əlaqədar Bankın normativ və digər aktları ilə müəyyən edilmiş məhdudiyyət və qadağalara riayət etmək;
8. digər dövlətlərin xalqlarının adət və ənənələrinə tolerantlıq və hörmət göstərmək, müxtəlif etnik, sosial qrupların və etirafların mədəni və digər xüsusiyyətlərini nəzərə almaq, millətlərarası və dinlərarası harmoniyanı təşviq etmək;
9. vətəndaşlara və vəzifəli şəxslərə münasibətdə düzgün və diqqətli olmaq;
10. Bank işçilərinin vicdanlı fəaliyyətinə şübhə yarada biləcək davranışlardan çəkinmək, habelə nüfuzlarına və ya Bankın səlahiyyətlərinə xələl gətirə biləcək vəziyyətlərdən çəkinmək;
11. maraqlar ziddiyyətinin qarşısının alınması və həlli üçün Rusiya Federasiyası qanunvericiliyi, Bankın tənzimləyici və digər aktları ilə nəzərdə tutulmuş tədbirlər görmək;
12. Bankın fəaliyyəti, rəhbərliyi ilə bağlı açıq bəyanatlardan, mühakimələrdən və qiymətləndirmələrdən çəkinmək;
13. Bankın müəyyən etdiyi kütləvi çıxış və rəsmi məlumatların verilməsi qaydalarına riayət etmək;

14. daim məsuliyyət daşdıqları qaynaqların ən səmərəli idarə olunmasını təmin etmək üçün səy göstərin.

Bankın digər işçiləri ilə əlaqəli təşkilati və inzibati səlahiyyətlərə sahib olan Bankın işçiləri, onlar üçün peşəkarlıq, qüsursuz nüfuz nümunəsi olmağa, səmərəli iş üçün əlverişli mənəvi və psixoloji mühitin formalaşmasına töhfə verməyə, şəxsi davranışları ilə dürüstlük, qərəzsizlik, ədalət nümunəsi göstərməyə çağırılır.

Bankın digər işçilərinə münasibətdə təşkilati və inzibati səlahiyyətlərə sahib olan Bank işçiləri, tabe olduqları işçilərin peşə etikası prinsiplərini və rəsmi davranış qaydalarını pozduqları hərəkət və ya hərəkətsizliyə görə ölkə qanunvericiliyinə, qaydalarına və digər aktlarına uyğun olaraq məsuliyyət daşıyırlar.

Bankın işçiləri fəaliyyətlərində konstitusiya müddəalarına əsasən bir şəxsən, onun hüquq və azadlıqlarının ən yüksək dəyəri olduğu və hər bir vətəndaşın məxfilik, şəxsi və ailə sirləri, şərəf, ləyaqət və yaxşı adının qorunması hüququna sahib olması. Bankın əməkdaşları xidmət davranışları ilə komandada işgüzar münasibətlər qurmağı və bir-biri ilə konstruktiv əməkdaşlığı təşviq etməyə çağırılır. Bankın işçiləri vətəndaşlara və həmkarlarına münasibətdə nəzakətli, xeyirxah, düzgün, diqqətli olmalı və tolerantlıq nümayiş etdirməlidirlər. Bankın əməkdaşları Bankın işgüzar nüfuzunu və imicini qorumağa, həm şəxsi uğurlara, həm də Bankın fəaliyyətində uğur qazanmağa səy göstərməyə çağırılır.

Rəsmi davranışlarında Bankın işçiləri aşağıdakılardan çəkinirlər (Спивак В.А. 2016: с.366):

✓ Cins, yaş, irq, milliyət, dil, vətəndaşlıq, sosial, əmlak və ya ailə vəziyyəti, siyasi və dini üstünlüklərə görə ayrı-seçkilik xarakterli hər cür bəyanat və hərəkətlər;

✓ Kəbudluq, alçaldıcı bir ton nümayiş etdirmək, təkəbbür, qərəzli fikirlər, yersiz, layiqsiz ittihamlar təqdim etmək;

✓ Təhdidlər, təhqiramiz dil və ya ifadələr, normal ünsiyyətə müdaxilə edən və ya qanunsuz davranışa səbəb olan hərəkətlər;

✓ İş yerlərində və bankın və politexnik iş mərkəzinin digər yerlərində siqaret çəkmək (siqaret çəkmək üçün xüsusi ayrılmış yerlər istisna olmaqla).

Rəsmi vəzifələrini yerinə yetirərkən Bankın bir işçisinin görünüşü, rəsmi, təmkinli, dəqiqliyi ilə seçilən və vətəndaşların Banka hörmətinin formalaşmasına kömək edən ümumi qəbul edilmiş iş tərzinə uyğun olmalıdır.

İnsanlarla uyğun bir şəkildə davranmaq bacarığı, işdə, işdə və ya işdə uğur qazanmağın şansını təyin edən ən vacib, ən vacib amillərdən biridir. Hələ 30-cu illərdə Dale Carnegie bir insanın maliyyə işlərində, hətta texniki sahədə və ya mühəndislik sahəsindəki müvəffəqiyyətinin yüzə on beş faizinin peşə biliklərindən, yüzə səksən beş nisbətində insanlarla ünsiyyət qurma qabiliyyətindən asılı olduğunu gördü.

Ümumiyyətlə, bu gün cəmiyyətlə qarşılıqlı əlaqə insanlara təsir göstərə biləcək bütün amillərin və şirkətə, onun mallarına və ya xidmətlərinə münasibətinə dair dərin təhlillərə və anlayışlara əsaslanmalıdır.

Son illərdə bir çox müəssisə və təşkilat birbaşa xarici bazara çıxmaq hüququ əldə etdi və bu da onları etnik xüsusiyyətlərlə əlaqəli ünsiyyət xüsusiyyətlərinə yönəltməyə məcbur etdi.

Zəmanəmizdə bütün səviyyələrdə əlaqələrin davamlı genişlənməsi var, bu da daha çox sosial mobillik deməkdir. Bir çox mütəxəssis səhv etməmək üçün ortaqlarınızın, həmkarlarınızın, tabeliyinizdə olanların, rəqiblərinizin psixoloji xüsusiyyətlərini öyrənmək lazım olduğunu müdafiə edir.

Bütün bunlar müasir iş adamı üçün böyük etik tələblər doğurur. Bazar şəraitində bir iş adamı liderlik xüsusiyyətlərinə sahib olmalıdır:

- bərabər olmaq sənəti, yəni yaşlıları ilə münasibətlər sistemi qurmaq və saxlamaq bacarığı;
- lider olmaq sənəti - təbəçilərə rəhbərlik etmək, insana güc və məsuliyyətlə yanaşı gələn bütün çətinlik və problemlərin öhdəsindən gəlmək bacarığı;
- münaqişələrin həlli sənəti - münaqişədə iki tərəf arasında vasitəçi kimi çıxış etmək, psixoloji stressdən yaranan problemləri həll etmək bacarığı;
- məlumatların emalı sənəti - bir təşkilatda rabitə sistemi qurmaq, etibarlı məlumat almaq və effektiv qiymətləndirmək bacarığı;

- standart olmayan idarəetmə qərarları qəbul etmə sənəti - fəaliyyət, məlumat və hədəflər üçün alternativ variantların aydın və ya şübhə doğurduğu şəraitdə problem və həll yolları tapmaq bacarığı;

- bir təşkilatda resursların bölüşdürülməsi sənəti - doğru alternativ seçmək, vaxt məhdud bir mühitdə ən yaxşı variantı tapmaq və digər növ mənbələrin olmaması;

- bir təşəbbüskarın hədiyyəsi - əsaslandırılmış riskləri almaq və təşkilata yeniliklər gətirmək bacarığı;

- introspeksiya sənəti - liderin mövqeyini və təşkilatdakı rolunu başa düşmək bacarığı, liderin quruma təsirinin necə olduğunu görmək bacarığı.

Hər halda, iş adamı, işinin davamlı yenidən qurulması, dəyişikliklər və irəliləyişlər etmək, hər şeyə yenidən başlamaq bacarığı, ətraf mühitin ətalətini və rutinini aradan qaldırmaq bacarığı və daha çox xüsusiyyətləri ilə xarakterizə olunur ki, bu da yerli menecerlərin davranışlarında hələ müşahidə edilə bilməz.

İdarəetmədə etik məsələlər gəlir, xərclər və mənfəət ilə ölçülən bir təşkilatın iqtisadi göstəriciləri ilə həm təşkilat daxilindəki digər insanlar qarşısında öhdəliklər baxımından ifadə edilən sosial məsuliyyət göstəriciləri arasındakı qarşıdurma və ya ən azından belə bir qarşıdurma ehtimalı ilə əlaqəlidir. cəmiyyətdə.

Qeyri-etik korporativ davranışları tez-tez nümayiş etdirən yüksək səviyyəli liderlərdən əlavə, təşkilatda olan hər kəs etikadan kənar davranışa bilər. Bu, məsələn, şirkət üçün nəzərdə tutulan şeylərdən şəxsən özü üçün istifadə etmək fürsətidir. Qanun pozuntuları açıq olan insanların qeyri-etik hərəkətləri arasında dövlət tənzimləmə xidmətlərinə göndərilən sənədlərin saxtalaşdırılması, vəsaitlərin mənimsənilməsi və s.

3.3. Xidməti etiket və onun təkmilləşdirilməsi məsələləri

İllər boyu insan cəmiyyəti bu cəmiyyət üzvlərinin davranışları mühakimə olunan ümumi dəyər sistemləri formalaşdırmışdır. Bu dəyərlər yerdən və topluluqdan asılı olaraq çox fərqlidir. Tarixən bir dəyər sisteminin formalaşmasının ilk əsası, əlbəttə ki, bir topluma həyatda və yaşamaqda kömək edən hərəkətləri

qiymətləndirmə ehtiyacı olmuşdur. Cəmiyyətin inkişafı ilə burada dini, iqtisadi, hüquqi, siyasi və digər amillər də əlavə olunur.

Qiymətləndirmə meyarları hər zaman şərtlidir və mədəniyyətdən, siyasətdən, inanclardan, dindən və s. asılıdır. İnsanların hərəkətləri, fəaliyyət sahəsindən, şəraitindən və mühitindən asılı olaraq müxtəlif meyarlar əsasında qiymətləndirilir ki, bu da fikir ayrılıqlarına və münaqişələrə səbəb ola bilər. Çox vaxt fikir ayrılığının əsası qanun pozuntusu deyil, fərqli əxlaqi və ya siyasi inanclardır, yəni qanunla icazə verilən şey mütləq dürüst və mənəvi cəhətdən düzgün deyil. Estoniyada belə bir nümunə İngilis dilində “Qanuni olaraq hər şey düzdür” ifadəsidir (danışiq dilində eyni mənəni verir: uğursuz başa çatıb, hazır, hazırdır) (Спивак В.А. 2013: с.321).

İnformasiya texnologiyaları üfqi inkişaf etmişdir ki, bu da bütün iqtisadi sahələrə nüfuz edən bir fəaliyyət sahəsi deməkdir və bu səbəbdən də İT mütəxəssislərinin peşəkar fəaliyyəti ilk növbədə biznes və dövlət sektoru nümayəndələri üçün görünür (lakin təəssüf ki, başa düşülən deyil). Sonuncular isə yerli mədəniyyət, hüquq və sosial sahə ilə çox yaxından əlaqəlidir.

Müəyyən olunmuş qaydadan asılı olaraq, etik normaların pozulması siyasi və ya peşə karyerasında ciddi nəticələrə səbəb ola bilər. Skandinaviya ölkələrində siyasətçilərin kredit kartlarından düzgün istifadə etməmələri səbəbindən istefaları və digər tərəfdən aparıcı siyasətçilərin böyük şirkətlərin rəhbərlərinə yüksəldilməsi (korrupsiya ruhu ilə) nümunələri var, bu da yalnız bəzilərinin müəyyən nüfuzunun aşağı düşməsinə səbəb oldu. Dar mütəxəssislər dairəsində etik standartların pozulması, bir qayda olaraq, yalnız bir karyeraya təsir göstərir. Qiymətləndirmə əvvəlcədən müəyyən edilmiş sosial müqavilələr əsasında aparılır.

Orta əsr emalatxanalarında, hər pozuntuya görə pul cəzaları da nəzərdə tutulurdu. Həmkarlar ittifaqlarının müasir sənədlərində bu cür müddəalar artıq mövcud deyil. Ancaq həmkarlar ittifaqları üzvləri və məsələn, İT sahəsində açıq etik qaydalar, geniş bir kompüter istifadəçisi üçün yaradılan fəaliyyət qaydaları mövcuddur.

Daha dar mənada, hər bir istehsal komandası və təşkilatı ümumi etik qaydaların tətbiq olunduğu bir cəmiyyətdir.

Hər bir etik kod, mahiyyət etibarilə, müəyyən bir peşəkar fəaliyyət sahəsində ən zəruri və eyni zamanda ən populyar olan cəmiyyətin dəyərlərinin təzahürüdür. Biliyə əsaslanan bir cəmiyyətdə bu, şübhəsiz yaradıcılıq, sosial çıxış və mədəniyyətə hörmət, ədalət, dürüstlük, təhlükəsizlik və s. Daimi özünü inkişaf etdirməyə hazırlıq da xüsusi bir yer tutmalıdır. Daha geniş şəkildə, müəssisə sədaqəti, etik kodeksdə göstərilən ortaq dəyərlərə əsaslanmalıdır.

Avropa Peşəkar İnformatika Cəmiyyətləri Şurasının (CEPIS) tövsiyələri aşağıdakı kimidir.

Peşə işlərində ictimai mənafelərin qorunması və qanunlara riayət olunması bunlardır (Спивак В.А. 2013: с.321).

- Cəmiyyətdə sağlamlığın, təhlükəsizliyin, yaşayış yerinin, ənənələrin və mədəniyyətin qorunması

- Üçüncü şəxs hüquqlarının tanınması və əqli mülkiyyətin qorunması

- Fərdi şəxslərin və fərdi qrupların məlumatın məxfiliyi hüquqlarının tanınması

- Müvafiq qanunları, müqavilələri və standartları bilmək və işlərində tələblərinə uyğun olmaq və ümumi insan hüquqlarının bərabər tanınması, habelə onları pozan fəaliyyətlərdən çəkinmək

- İnformasiya texnologiyalarının istifadəsinin bütün təsirləri barədə ictimaiyyəti xəbərdar etmək.

İşəgötürən və müştərilər qarşısında məsuliyyət:

- İşəgötürənin və müştərilərin tələblərinə cavab verən işi peşəkar səviyyədə yerinə yetirmək və peşə biliklərinə məhəl qoymamağın nəticələrinə sonuncunun diqqətini cəlb etmək.

- İşləri vaxtında və müəyyən olunmuş müddətdə yerinə yetirmək və işəgötürənə və müştərilərə tələbləri yerinə yetirilə bilməyəcəyi təqdirdə problemlər barədə əvvəlcədən məlumat vermək.

- Peşəkar işin kökündən gözlənilən nəticələri üçün tam məsuliyyət.

- Peşəkar iş zamanı müştərilərdən aldığı iş məlumatları ilə üçüncü şəxsləri tanış etmək üçün cazibə və imkanlardan qaçınmaq.

Peşənin ləyaqəti və hədəfləri ilə tanış olmaq aşağıdakılardan ibarətdir.

- İnformasiya texnologiyaları ixtisasının dəyərlərini və peşəkar informasiya texnologiyaları standartlarının hazırlanmasında, istifadəsində və yayılmasında şəxsi iştirakını qorumaqda, həmçinin peşənin yaxşı nüfuzuna xələl gətirən hərəkətlərdən çəkinmək.

- Ümumiyyətlə, yüksək səviyyədə peşəkar bilik və İT ixtisasının şərəfini qorumaqda, peşə üçün zərərli və səhv anlayışlardan və mövqelərdən çəkinmək və mümkünsə təkzib etmək.

- İxtisasın inkişafı və gənc mütəxəssislərə dəstək olmaq, onlara informasiya texnologiyaları ixtisasında qayğı və dəstək göstərmək baxımından.

- Həmkarlarına və digər ixtisas insanlarına qarşı dürüst davranışda, həm də ixtisasına və ümumi nüfuzuna zərərli fəaliyyətlərdən qaçınmaqda.

Səriştə, etik və qərəzsizlik bunlardır:

- Peşəkar bacarıqların həyata keçirilməsi və informasiya texnologiyalarının müvafiq inkişaf sahələri ilə tanışlıq.

- Mövcud bacarıqların peşə / səriştənin tələb etdiyi daha yüksək səviyyəli bir bacarıq lehinə rədd edilməsi.

- Tabeçiliyində olanların və həmkarlarının işi daxil olmaqla iş üçün peşəkar məsuliyyətin tanınması.

- Əsassız hallar istisna olmaqla, yüksəliş üçün dəstək.

- Müştərilər və tərəflər arasında maraqların toqquşmasına səbəb olan vəziyyətlərdən qaçınmaq, işlərin vəziyyəti barədə bütün məlumatları bütün tərəflərə açıqlamaq.

Etik olmayan iş təcrübələrinin genişlənməsinin səbəblərinə aşağıdakılar daxildir (Спивак В.А. 2013: с.321).

1. Etik düşüncələri kənarlaşdıran rəqabət;

2. Üç ayda bir gəlirlilik səviyyəsini göstərmək istəklərinin artması, yəni. rüblük hesabatlarda;

3. Etik davranışa görə menecerlərə lazımi dərəcədə mükafat verilməməsi;

4. İş yerindəki etik olmayan davranışları tədricən bəhanə edən cəmiyyətdəki etik dəyərlərin ümumi azalması;

5. Öz şəxsi dəyərləri ilə menecerlərin dəyərləri arasında kompromis tapmaq üçün adi işçilərə təşkilatın təzyiqi;

6. İnkişaf etmiş bir bazarın olmaması, yəni. məhsul və xidmətlərin alqı-satqısına, əmlakla münasibətə, satıcı və alıcının maraqları tarazlığına əsaslanan bərabər üfüqi münasibətlər şəbəkəsi;

7. Mədəni mədəniyyətin, etikanın olmaması, yəni. cəmiyyət tərəfindən inkişaf etdirilən və qəbul edilən dəyərlər, sosial normalar, münasibətlər, davranış nümunələri, mərasimlər lazımı dərəcədə.

İş inkişafının sürətləndirilməsinə ziyan vuraraq, cinayətkar qəsbkarlardan və vicdansız rəqiblərdən qorunmağa, dövlət və biznes korrupsiya-rüşvətin məcburi şəkildə “bəslənməsinə”, əlavə keyfiyyət yoxlamalarına və iş ortaqlarının və öz işçilərinin mümkün nəzarəti üçün əhəmiyyətli mənbələr xərcləməyə məcburdurlar. Ağılı başında olan təşəbbüskarları açıq şəkildə “qaydalarsız oyun” dan yorulublar və bu səbəbdən beynəlxalq və ən yaxşı iş etikasını standartlarına əsaslanan “mədəni iş” ə toplu şəkildə meyl edirlər.

Bazara daxil olan xarici sahibkarlar və investorlar rəqib biznes iştirakçılarının qeyri-etik və hətta cinayətkar davranışlarından açıq şəkildə çəkindirirlər. Ən məşhurları bürokratiya, korrupsiya, mafiya ilə işgüzar əlaqələr, qəsb, sahibkarların qaçırılması və ya hətta rəqibləri ortadan qaldırmağın bir yolu kimi öldürmə problemləri. Belə bir investisiya mühiti, sahibkarların fiziki rifahı üçün hətta həddən artıq risk və təhdid səbəbiylə xarici kapital üçün qəbul edilməzdir.

Nəticə olaraq, müasir iş etikasını idarəetmədə təməl “oyun qaydaları”dır, bunsuz problemsiz, riskli və gözlənilməz olaraq qalır. Buna görə də, iş etikasını prinsiplərinə riayət etməyin faydaları barədə artan bir məlumat var: işgüzar münasibətlərdə ədəb, etibarlılıq və dürüstlük digər iqtisadi idarəetmə kateqoriyalarına paralel hala gəlir.

Ticarət etikasını korporativ idarəetmədə xüsusilə aktualdır - səhmdarlar, direktorlar şurası, menecerlər, şirkət işçiləri və şirkətin digər maraqlı tərəfləri: mal və xidmətlər tədarükçüləri, distribyutorlar, satıcılar, son istifadəçilər, yerli icmalar

və hakimiyyət orqanları arasındakı münasibətlərin kompleks sistemini tənzimləyən vacib amil kimi.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Etik əxlaq, əxlaq təlimidir. Etika bizim üçün hər şeydən əvvəl bir bilik qolu, insan münasibətlərini, eləcə də insanların davranışlarını müəyyən ağlabatan, ümumiyyətlə qəbul edilmiş normalara uyğunluğu baxımından nəzərdən keçirməyə və qiymətləndirməyə imkan verən xüsusi bir elmdir. Sözdə “peşə etikası” və xüsusən də “iş etikası” mövcuddur.

Ticarət etikası sözün geniş mənasında, təşkilatların və üzvlərinin idarəetmə və sahibkarlıq sahəsindəki fəaliyyətlərinə rəhbərlik etməli olan etik prinsip və normaların məcmusudur.

Bu yazıda iş etikası problemlərini araşdırdıq. Buna mütəxəssislərin kitabları və məqalələri və şəxsi təcrübə kömək etdi. Nümunələr yerli sahibkarlarımızın sahibkarlıq sahəsindəki insanların münasibətləri üçün vahid qaydalar sisteminə hələ qoşulmadığını göstərir. Zaman keçdikcə bu bazar oyun qaydalarının, etik qaydaların və bir sahibkarın lider kimi davranış normalarının ölkəmizdə də reallığa çevriləcəyini ümid edirik.

İşçilər tərəfindən qeyri-etik qərarların qəbul edilməsində əsas təsir onların rəhbərlərinin davranışlarıdır. Beləliklə, rəhbər özünü etik apararaq tabeliyində olanların etikasına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər.

Bununla birlikdə, müəyyən “bazar əleyhinə” davranış münasibətlərini və düşüncə stereotiplərini inkişaf etdirdik. Bu, bazar mexanizmlərinin istifadəsinə əsaslanan səmərəli iqtisadiyyata doğru irəliləməni təxirə salan ictimai şüurun təzahürlərinə aiddir. Şübhə yoxdur ki, yeni yaranmaqda olan işimizin mənfi cəhətləri ümumi əxlaqın ümumi vəziyyətinin bir növ törəməsidir.

“Etik qaydalara hörmət edən” insanların sayında artım ölkəmizi uzun müddət mədəni bazarın mövcud olduğu ölkələrlə bir sıraya qoyacaq.

İşi yekunlaşdıraraq işin tapşırıqlarının həll olunduğunu qeyd edirik:

- iş etikasının mahiyyəti və əsas prinsipləri müəyyən edilmişdir;
- iş etikasının tətbiqetmə xüsusiyyətləri açıqlandı;
- mədəni etikanın formalaşması üçün şərtlər nəzərdən keçirilir.

İş etikasını və iş mədəniyyəti bütün işlərdə müvəffəq olmaq üçün vacibdir: istər rəhbərlik, istərsə də siyasət.

Təəssüf ki, yerli sahibkarlar, insanların sahibkarlıq sahəsindəki əlaqələri üçün vahid qaydalar sisteminə hələ qoşulmayıblar. Ümid edək ki, həmvətənli sahibkarlar xarici iş adamlarının təcrübəsini mənimsəyəcək və bazar oyunu qaydalarına qoşulacaqlar.

Biznes təkcə kapitalın artırılması arzusuna deyil, həm də ümumiyyətlə cəmiyyətə başqalarına fayda gətirmək istəyinə əsaslanmalıdır; yaradıcılığı rəhbərliyə gətirmək.

Ayrıca ehtiyacınız var:

- peşəkarlığa və səriştəyə hörmət etmək. Çalışmağı istəyənləri və bilənləri anlayın və dəstəkləyin, özünü həyata keçirmək üçün səy göstərin;

- ədalətli rəqabətə ehtiyac olduğunu başa düşmək, digər sahibkarlara hörmətlə yanaşmaq;

- qanunlara, dövlət hakimiyyətinə, hər hansı bir əmlaka, sosial sifarişə hörmət etmək;

- yeniliklərə can atmaq, mədəniyyət və təhsilə dəyər vermək, elm və texnologiyanın inkişafında fəal iştirak etmək və ekoloji cəmiyyətləri dəstəkləmək;

- son qərarı müstəqil, lakin məsuliyyətini tabeçiliyində olanlara vermək;

- işçilərin şəxsi hədəflərinə zidd olmayacaq şəkildə iş planlayın;

- başqalarının çatışmazlıqlarına dözünlü, heç vaxt kimisə alçaltmayın.

Tədqiqat iş etikasının idarəetmədə rolunu ortaya qoydu. Onun prinsiplərinə (ünsiyyət mədəniyyəti, işlərini hərtərəfli bilmə, nəzakətlilik, düzgünlük, hər şeydə nisbət hissi və iş adamının bəzi digər “atributları”) sadıq qalmağın, idarəetmədəki müvəffəqiyyətin yarısının zəmanətində olmasıdır. Öz növbəsində, bilik və iş etikasına riayət etmək, yalnız fərdi deyil, həm də yerli işin uğurlu olmasına maraq və işdəki sağlam ehtiras, işlərinin əhatəsini genişləndirmək istəyən xarici sahibkarların diqqətini çəkəcək, ölkəmizə iqtisadi sabitlik qazanmağa kömək edəcək “ünsür” olacaqdır. və beynəlxalq bazarda daha yüksək səviyyəyə qalxacaqdır.

Hal-hazırda, menecerlərin əksəriyyəti yekdil fikirdədirlər ki, sahibkarlığın etik əhəmiyyətinə və beynəlxalq iş etikası prinsiplərinə əməl etmək ölkəmizdə “mədəni işgüzar münasibətlər” və “mədəni sahibkarlıq” qurmağın zərurətidir. Bunsuz kapitalın artırılması və əhəmiyyətli bir iş inkişafı problem olaraq qalacaq. İş etikası və korporativ idarəetmə, iş dünyasının beynəlxalq kapital bazarlarına inteqrasiya və Dünya Ticarət Təşkilatına üzv olmaq üçün ödəməli olduğu qiymətin bir hissəsidir.

Etik davranış, şirkətlərinin nüfuzlarını yaxşılaşdırmağa, etibarlı tərəfdaşları cəlb etməyə, ən yaxşı işçiləri işə götürməyə və saxlamağa, daha yaxşı şərtlərlə xarici kapital cəlb etməyə, səhmdar inamını artırmağa və beynəlxalq iş standartlarına cavab verməyə imkan verir.

Lakin, hazırda müşahidə olunur:

1. Sahibkarlarımızın xidmət etmək, xidmət etmək vərdisləri və əhəmiyyətinin demək olar ki, tamamilə olmaması, ən açıq şəkildə xidmət işçiləri arasında özünü göstərir. Təsadüfi deyil ki, çoxsaylı müştərəm müəssisələrə (mağazalar, kafelər, otellər) işçi heyətini cəlb edərkən müraciət edənlər üçün məcburi tələb dövlət ticarətində, ictimai iaşə və otel sənayesində təcrübənin olmamasıdır.

2. “Aşağılıq” kompleksi, itaət, “sona qədər” getmək qorxusu, böyük risk etmək. Psixologiya qalib deyil, həmişəlikdir oyun başlamazdan əvvəl itirən. Və eyni zamanda - demək olar ki, ani, möhtəşəm bir inkişafa ümid edirəm, ancaq heç bir halda öz gücünə, əzminə güvənməyin.

3. Əvvəlkinin güzgü əks olunması - aqressivlik, dözümsüzlük, alçaltmaq istəyi. Əcnəbilər xalqımız arasında münaqişə səviyyəsinin artdığını, kompromis istəmədiklərini qeyd edirlər.

4. İş adamlarımızın psixologiyası bir tərəfdən aşağı yaşayış səviyyəsi ilə, digər tərəfdən gələcəyə dair qeyri-müəyyənliklə açıq şəkildə ifadə edilir, izah olunur.

5. Rəqabəti, inhisarçılığın məhdudlaşdırmağa çalışmaq, öz mövqelərinə, cəmiyyətdəki statuslarına güvənmək.

6. İş adamı, təşəbbüskar düşüncə tərzində, geyinmə tərzində, liderlikdə özünü göstərən bir imic çatışmazlığı. Qərbdə xoş təəssürat yaratmağa çox diqqət yetirilir.

Səliqəsiz geyinmiş bir insanla sadəcə məşğul olmalı olmayacaqlar. Bununla birlikdə, böyük bir kostyum olmadan yaxşı bir təəssürat yarada bilərsiniz.

Müəyyən bazar əleyhinə davranış münasibətləri və düşüncə stereotipləri inkişaf etmişdir. Bu, bazar mexanizmlərinin istifadəsinə əsaslanan səmərəli iqtisadiyyata doğru irəliləməni təxirə salan ictimai şüurun təzahürlərinə aiddir. Bir çox yeni rus iş adamları “Nəyin bahasına olursa olsun qazanc”, “Pul qoxusu gəlmir”, “Ticarətdə hər şeyə icazə verilir”, “Aldatmırsan, satmırsan” kimi prinsiplər əsasında fəaliyyət göstərirlər.

Ancaq bazar öz-özlüyündə əxlaqsız, saxtakar deyil, mənfəət, pul qazanmaq, alıcıya və rəqiblərinə hörmətsizlik ruhu gətirən insanlardır. Şübhə yoxdur ki, yeni yaranmaqda olan hökumətimizin mənfurları ümumi ictimai əxlaq vəziyyətinin bir növ türevidir.

Buna görə, yeni menecerlər sinfinin etikası mürəkkəb və ziddiyyətli bir fenomendir. Fərqli qüvvələrdən, fərqli etik ənənələrdən və dəyər sistemlərindən təsirlənir, çünki ticarəti, fərqli iqtisadi əsaslara sahib fərqli millətlərdən, fərqli dinlərdən və fərqli etik baxışlardan olan bir çox insanı çalışır. Bundan əlavə, 90-cı illərdə, fəaliyyəti müəyyən Qərb etikasının kanonlarına əsaslanan biznesinə xarici ölkələrin vətəndaşları gəldi. Onlarla təmaslar, bərpa edilmiş milli rus xüsusiyyətlərinin qlobal xüsusiyyətlərlə çox özünəməxsus bir şəkildə toxunmasına gətirib çıxarır ki, bu da işinin dünya iş etik standartları sistemində daxil edilməsini qismən asanlaşdırır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. “Etik davranış qaydaları haqqında ” Azərbaycan Respublikasının 31 may 2007-ci il tarixli 352-IIIQD nömrəli Qanunu
2. Axundova N.F. (2014). “Təşkilati davranış” Bakı, “Azər nəşr”, 456 səh.
3. İşgüzar etika. Azərbaycan biznesmenlər üçün vəsait. Bakı, 2004.
4. Quliyev R.H. (2017). “Korporativ sosial məsuliyyət”, Bakı, “Elm”, 322 səh.
5. Məmmədov Z. (2015). “Orta əsr Azərbaycan filosofları”. Bakı, “Elm”, 211 səh.
6. Muradov R.Ş. (2015). “Biznes etikası” Dərs vəsaiti. Bakı, “Azər nəşr”, 223 səh.
7. Niftullayev V. (2015). “Sahibkarlığın əsasları”. Bakı, “Elm”, 534 səh.
8. Piroqov K.M., Temnova N.K., Quskova İ.V. (2012). “Biznesin təşkilinin əsasları”. Bakı, “Elm”, 123 səh.
9. Səfərəliyeva R. (2012). “İşgüzar etika” Bakı, “Elm”, 345 səh.
10. Şahbazov K.A. (2014). “Menecment”. Bakı, “Azər nəşr”, 423 səh.

Rus dilində

1. Антонова В.Г. (2015) «Корпоративный менеджмент». Москва, 210 стр.
2. Бочарова И.Ю. (2014) «Корпоративный управление». Москва. 456 стр.
3. Венсин В.Р. (2015) «Управление персоналом». Москва, 156 стр.
4. Грибов Б.Д. (2017) «Основы бизнеса». Москва, 567 стр.
5. Дементьев В., Авдатьяева С. Тенденции эволюции официальных финансово-промышленных групп в 2000-2001 годах \ \ РЭЖ, 2013, № 3. стр.23-39.
6. Дементьев В.Е., Львов Д.С. (2015) Финансово-промышленные группы в российской экономике. М. 120 стр.
7. Карлоф Б. (2014) «Деловая стратегия». Москва, 378 стр.
8. Колодко Г. «Глобализация и сближения уровней экономического развития». // Вопросы экономики. 2015, №10, стр.39 -50.

9. Мазур И.И., Шапиро В.Д. (2016) «Корпоративный менеджмент». Москва, 377 стр.
10. Пиз. А., Гарнер А. (2015) «Язык разговора». Москва, 231 стр.
11. Соколов М.И., Деметьева А.Г. (2014) «Управление человеческими ресурсами». Москва, 112 стр.
12. Соломанидина Т.О. (2015) «Организационная культура компании». Москва, 411 стр.
13. Спивак В.А. (2013) «Организационное поведение и управление персоналом». Москва, 321 стр.
14. Спивак В.А. (2016) «Корпоративная культура». Москва, 366 стр.
15. Таранов Г. (2016) «Этика делового общения». Москва, 56 стр.
16. Уткин Э.А. (2015) «Этика бизнеса». Москва, 281 стр.
17. Частер (2015) «Деловой этикет». Москва, 335 стр.
18. Шимшилов С. (2015) Стратегия современного предпринимательства и социального развития корпораций. М.: Дашков и К*, 246 стр.

İnternet resuslari

1. <https://ibar.az/az/korporativ/emanetler>
2. <https://www.taxes.gov.az/az/page/etik-davranis-qaydalari>
3. https://www.seferberlik.gov.az/service/uploads/sx_senedler/etik_davranis_az.pdf
4. <https://solydus.ru/az/ob-etike-v-bankovskoi-sfere-etika-delovyh-otnoshenii.html>
5. <http://www.ethicsacademy.az/index.php/2014-08-15-10-07-43/bankda-etiket>

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Səlahiyyətlərin bölüşdürülməsi ilə bağlı olan qazanc və itgilər.....	25
Cədvəl 2: Bank şərtləri.....	57
Cədvəl 3: Faiz dərəcəsi.....	57
Cədvəl 4: İnkasso xidmətində tariflər.....	58

Sxemlərin siyahısı

Sxem 1: Bank xidmətlərinin keyfiyyətinə təsir edən amillər.....	38
Sxem 2: Keyfiyyət nəzarət proqramı.....	46