



MORAL PROBLEMS IN CORPORATE RELATIONS

Yusufjon Avazkhonov

Doctoral candidate at the Department of Philosophy

National University of Uzbekistan

E-mail: avazxonovyusufbek94@gmail.com

Tashkent, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: Corporate ethics, ethical issues, business culture, national values, cross-cultural research, corporate governance, social responsibility, transparency, cultural dimensions.

Received: 30.05.25

Accepted: 01.06.25

Published: 03.06.25

Abstract: This article analyzes the ethical problems arising in modern corporate relations, mechanisms for their elimination, as well as the influence of national culture on business ethics. The author substantiates the importance of the Code of Corporate Ethics, the necessity of the principles of transparency and social responsibility. Also, based on cross-cultural research by Gert Hofstede and other scientists, the influence of national culture on the business environment is highlighted. The issue of forming a corporate ethical culture in the context of Uzbekistan was discussed separately.

KORPORATIV MUNOSABATLARDA AXLOQIY MUAMMOLAR

Yusufjon Avazxonov

Falsafa kafedrasi tayanch doktoranti

O'zbekiston Milliy universiteti

E-mail: avazxonovyusufbek94@gmail.com

Toshkent, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: Korporativ etika, axloqiy muammolar, biznes madaniyati, milliy qadriyatlar, kross-madaniy tadqiqot, korporativ boshqaruv, ijtimoiy mas'uliyat, shaffoflik, madaniy o'lchamlar.

Annotatsiya: Ushbu maqolada zamonaviy korporativ munosabatlarda yuzaga keladigan axloqiy muammolar, ularni bartaraf etish mexanizmlari, shuningdek, milliy madaniyatning biznes etikasiga ta'siri tahlil qilinadi. Muallif korporativ etika kodeksining ahamiyatini, shaffoflik va ijtimoiy mas'uliyat tamoyillarining zarurligini asoslaydi. Shuningdek, Gert Xofstede va boshqa olimlarning kross-madaniy tadqiqotlari asosida

milliy madaniyatning ishbilarmonlik muhitiga ta'siri yoritiladi. O'zbekiston sharoitida korporativ axloqiy madaniyatni shakllantirish masalasi alohida muhokama etilgan.

ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В КОРПОРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Юсуфжон Авазжонов

Аспирант кафедры философии

Национальный университет Узбекистана

E-mail: avazxonovyusufbek94@gmail.com

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: Корпоративная этика, этические проблемы, бизнес-культура, национальные ценности, кросс-культурные исследования, корпоративное управление, социальная ответственность, прозрачность, культурные измерения.

Аннотация: В данной статье анализируются этические проблемы, возникающие в современных корпоративных отношениях, механизмы их преодоления, а также влияние национальной культуры на деловую этику. Автор обосновывает важность кодекса корпоративной этики, необходимость принципов прозрачности и социальной ответственности. Также на основе кросс-культурных исследований Гирта Хофстеде и других ученых освещается влияние национальной культуры на деловую среду. Отдельно обсуждался вопрос формирования корпоративной нравственной культуры в условиях Узбекистана.

Kirish

Zamonaviy korporativ munosabatlar tobora murakkablashib borar ekan, bu jarayonlar axloqiy mezonlar nuqtai nazaridan ham ko'plab savollarni yuzaga keltirmoqda. Tashkilotlarda rahbariyat va xodimlar o'rtasidagi ishonch, manfaatlar muvozanati, shaffof boshqaruv va axloqiy javobgarlik masalalari bugungi kundagi eng dolzarb masalalardan biridir. Ayniqsa, O'zbekiston sharoitida shaxsiy manfaatdorlik va "sadoqat" mezonining ustuvorligi, axborot notekisligi, korrupsiya xavfi kabi omillar korporativ etikaning rivojlanishiga jiddiy to'siq bo'lib qolmoqda. Shu bois, korporativ etika masalasiga kengroq, jumladan, milliy madaniyat va global tendensiyalar nuqtai nazaridan yondashish zaruratga aylandi.

Korporativ munosabatlarda axloqiy muammolar va ularni hal etish mexanizmlari. Zamonaviy korporativ munosabatlar o'z mohiyatiga ko'ra, murakkab axloqiy muammolar bilan to'yingan. Bu muammolarni samarali hal etish uchun aniq yondashuvlar ishlab chiqilishi, hamda korporativ munosabatlarda ishtirok etuvchi tomonlar – ishchilar, menejerlar va korporatsiyalar bilan jamiyat o'rtasidagi manfaatlar muvozanatini ta'minlovchi "o'yin qoidalari" belgilanishi

zarurdir. Aynan mana shu yondashuvlar orqali korporativ tuzilmalar ichida paydo bo'ladigan ziddiyatlar konstruktiv tarzda bartaraf etilishi, hamda tashkilot va jamiyat o'rtasidagi axloqiy hamkorlik mustahkamlanishi mumkin.

Yirik kompaniyalar va korporatsiyalar doirasidagi ishchi-menejer munosabatlari, asosan, rahbariyat tomonidan ishlab chiqilgan ichki me'yorlar asosida shakllanadi. Afsuski, bu me'yorlar ko'pincha shaffof emas — boshqaruv va moliyaviy faoliyatga oid katta miqdordagi axborotlar “tijorat siri” degan maqom bilan berkitiladi. Bunday holatlar oddiy xodimlarning manfaatlari va qonuniy huquqlarining cheklanishiga olib keladi, bu esa tashkilotda axloqiy muvozanatni buzadi.

Bu borada korporativ etika kodeksi muhim vosita sifatida qaralishi mumkin. U, qisman, tashkilot rahbariyati va xodimlari o'rtasidagi axloqiy «ijtimoiy shartnoma» rolini bajaradi. Kodeks orqali barcha uchun umumiy axloqiy me'yorlar belgilanadi. Xodimlar aynan ushbu asosda o'z huquqlarini, xususan, halol mehnat shartnomalarida ishtirok etish uchun zarur bo'lgan axborotlarga bo'lgan huquqini himoya qilish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Ayniqsa, bu — tashkilotdagi to'lovlar taqsimoti, mehnat faoliyatining baholanish mezonlari, lavozim o'sishi uchun qo'yiladigan talablar kabi masalalarga oid ma'lumotlarga bo'lgan ochiq va oshkorlik talabiga taalluqlidir.

Shu nuqtai nazardan qaraganda, korporativ etika — bu nafaqat tashkilot ichki madaniyatini shakllantiruvchi vosita, balki u odatda uchraydigan axloqiy muammolarni aniqlash va hal qilishda yordam beradigan nazariy va amaliy mexanizmdir. Ammo shuni ham unutmaslik lozimki, ko'plab axloqiy muammolar o'z tabiatiga ko'ra, tashkilot ichkarisidagi emas, balki butun jamiyatdagi, aniqrog'i, milliy ishbilarmonlik madaniyatiga xos bo'lgan muammolardir.

O'zbekiston sharoitida bu ayniqsa dolzarbdir. Chunki, jamiyatda hali-hanuz shaffoflik, hisobdorlik va ijtimoiy mas'uliyat madaniyatining to'laqonli shakllanmaganligi korporativ munosabatlarda axloqiy muammolarning kuchayishiga olib kelmoqda. Tashkilot ichidagi axborot notekisligi, korrupsiya xavfi, “shaxsiy sadoqat” mezonining “kasbiy yaroqlilik”dan ustun qo'yilishi — bularning barchasi axloqiy muammolarning ildizi jamiyat miqyosida chuqur ildiz otganligini ko'rsatadi. Shu boisdan ham, korporativ etikaning rivojlanishi faqat tashkilot darajasida emas, balki milliy biznes madaniyatini rivojlantirish bilan chambarchas bog'liq bo'lishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, korporativ etika — bu tashkilot ichida axloqiy barqarorlikni ta'minlovchi vosita bo'lish bilan birga, jamiyatdagi kengroq axloqiy qadriyatlarning aks etish maydonidir. Uning samarali joriy etilishi korporatsiyalar va jamiyat o'rtasidagi ishonch muhitini mustahkamlashda hal qiluvchi omil sifatida maydonga chiqadi.

Milliy xususiyatlarning biznes madaniyatiga ta'siri: nazariy yondashuvlar va kross-madaniy tadqiqotlar .

So'nggi yillarda milliy xususiyatlarning ishbilarmonlik madaniyatiga ta'sirini o'rganishga qiziqish sezilarli darajada ortdi. Bu mavzu zamonaviy menejment, inson resurslarini boshqarish, madaniyatshunoslik va sotsiologiya kabi fanlar kesishgan nuqtada turgan muhim ilmiy yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Ko'plab olimlar va amaliyotchi mutaxassislar ushbu yo'nalishda izlanishlar olib bormoqda, xalqaro korporatsiyalar faoliyatidagi muammolarni o'rganishda kross-madaniy yondashuvlar tobora keng qo'llanilmoqda.

Milliy madaniyat xususiyatlarining korporativ madaniyat shakllanishiga ta'sirini o'rganishda eng ko'zga ko'ringan nazariyalardan biri — gollandiyalik olim Gert Xofstedening (Gert Hofstede) «mental dasturlar» konsepsiyasidir. Uning tadqiqotlari global miqyosda turli mamlakatlar ishbilarmonlik madaniyatining asosiy o'ziga xosliklarini aniqlashda asosiy nazariy tayanchga aylangan. Xofstede insonlar xatti-harakatlarini belgilovchi asosiy madaniy o'lchamlarni — masalan, kuch masofasi, kollektivizm va individualizm, noaniqlikdan qochish darajasi, erkaklik va ayollik (masculinity/femininity), uzoq va qisqa muddatli yo'naltirilish kabi omillarni aniqlab bergan. Ushbu parametrlar turli madaniyatlarda ijtimoiy va korporativ munosabatlarning qanday shakllanishini chuqur tahlil qilish imkonini beradi.

Madaniyatshunoslik doirasida boshqa nazariy yondashuvlar ham mavjud. Jumladan, Gari Triandis (Harry Triandis) tomonidan ishlab chiqilgan modelda turli madaniyatlar orasidagi farqlarni aniqlovchi bir nechta asosiy omillar — soddalik va murakkablik, ochiqlik va yopiqlik darajalari keltirib o'tiladi. U har bir madaniyatning ijtimoiy muhit bilan o'zaro aloqasi qanday qurilganiga asoslanib, inson xatti-harakatining madaniy ildizlarini o'rganadi .

Shuningdek, Edvard Xoll (Edward Hall) tomonidan ilgari surilgan “madaniy grammatika” konsepsiyasi ham muhim ahamiyatga ega. Bu yondashuv madaniyatni murakkab muloqot tizimi sifatida talqin qiladi va ushbu tizimda har bir ishora, imo, tana harakati va nutq uslubi madaniyatga xos bo'lgan «grammatik qoidalar» asosida shakllanadi.

Kross-madaniy tadqiqotlarda madaniyatlar o'rtasida intensivlik va ekstensivlik, etnik bag'rikenglik yoki intolerantlik darajasi kabi mezonlar bo'yicha qiyosiy tahlillar ham keng qo'llaniladi. Bunday yondashuvlar global ishbilarmonlik muhitida faoliyat yuritayotgan kompaniyalar uchun muhim axborot manbai bo'lib xizmat qiladi.

Biroq, ko'plab mutaxassislarning fikriga ko'ra, aynan G.Xofstede tomonidan ishlab chiqilgan «mental dasturlar» modeli biznes madaniyatlarini tavsiflash va qiyoslashda eng samarali va amaliy yondashuv hisoblanadi. U xalqaro menejment va inson resurslarini boshqarish sohalarida keng qo'llanilmoqda, xususan, transmilliy korporatsiyalar faoliyatida

milliy madaniyat xususiyatlarini hisobga olish zarur bo'lgan hollarda bu model dolzarb ahamiyat kasb etadi.

O'zbekiston sharoitida ham milliy an'analar, diniy qadriyatlar, mahalliy ijtimoiy strukturalar va tarixiy xotiraning ishbilarmonlik madaniyatiga ta'sirini chuqur tahlil qilish zarurdir. Bu mamlakatimizda korporativ boshqaruvning axloqiy asoslarini mustahkamlash, halollik, ochiqlik va ijtimoiy mas'uliyatni yuksaltirishda asosiy omil bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Girt Xofstede tadqiqotlari asosida madaniy o'lchamlar va ularning ishbilarmonlik madaniyatiga ta'siri:

Girt Xofstede tomonidan olib borilgan keng qamrovli empirik tadqiqotlar natijasida turli milliy madaniyatlar doirasida mavjud bo'lgan strukturaviy birliklar, tushunchalar va tasavvurlarning madaniy kontekstdan kelib chiqadigan farqlari aniqlangan. Olimning fikricha, bu tushunchalarga bo'lgan munosabat har bir jamiyatning o'ziga xos madaniyati bilan belgilangan bo'lib, aynan shu munosabatlar turli mamlakatlarda ishbilarmonlik madaniyatining shakllanishida asosiy rol o'ynaydi.

Xofstede tadqiqotlarida madaniyatni o'lchash imkonini beruvchi beshta asosiy mezon — ya'ni madaniy o'lchamlar (cultural dimensions) tizimi ishlab chiqilgan. Ushbu o'lchamlar quyidagilardan iborat:

«Hokimiyat masofasi (Power Distance) — bu o'lcham jamiyatda tengsizlikka bo'lgan munosabatni ifodalaydi. Katta hokimiyat masofasi mavjud jamiyatlarda rahbarlar va oddiy xodimlar o'rtasidagi ierarxik tafovutlar tabiiy va o'z-o'zidan tushunarli deb qabul qilinadi. Aksincha, kichik hokimiyat masofasi bo'lgan madaniyatlarda tenglik, ochiqlik va muloqotga asoslangan rahbar-xodim munosabatlari ustuvor ahamiyatga ega.

Individualizm – kollektivizm (Individualism vs. Collectivism) — bu mezon shaxsiy erkinlik, mustaqillik va individual manfaatlar bilan jamoaviy manfaatlar, ijtimoiy birlashmalarga sadoqat o'rtasidagi nisbatni ko'rsatadi. Individualistik jamiyatlarda insonlar mustaqil qaror qabul qilishga intiladilar, kollektivistik jamiyatlarda esa shaxsiyatdan ko'ra guruh manfaatlari ustuvor hisoblanadi.

Erkaklik va ayollik (Masculinity vs. Femininity) — bu o'lcham jamiyatda qadrlanadigan dominant fazilatlarni aks ettiradi. “Erkak” madaniyatlarda raqobatbardoshlik, yutuqqa intilish va moddiy muvaffaqiyat qadrlanadi. “Ayol” madaniyatlarda esa g'amxo'rlik, hamkorlik va sifatli hayotga intilish ustuvor bo'ladi.

Noaniqlikka nisbatan bag'rikenglik (Uncertainty Avoidance) — bu o'lcham jamiyat a'zolarining noma'lumlik va noaniq holatlarga qanday munosabatda bo'lishini ifodalaydi.

Yuqori darajadagi noaniqlikdan qochish holatida jamiyat qat'iy qoidalar, tartib-intizom va xavfsizlikni afzal ko'radi. Past darajadagi noaniqlikdan qo'rqmaslik esa innovatsiyalar, o'zgarishlarga ochiqlik va fleksibil yondashuvlarga moyillik bilan tavsiflanadi.

Kelajakka yo'naltirilganlik (Long-Term vs. Short-Term Orientation) — bu o'lcham jamiyatning vaqtga bo'lgan munosabatini belgilaydi. Uzoq muddatli yo'naltirilganlik madaniyatida insonlar sabr-toqatli, strategik fikrlaydigan va kelajak muvaffaqiyatiga sarmoya kiritishga tayyor bo'ladilar. Qisqa muddatli yo'naltirilganlik esa an'anaviy qadriyatlarga sodiqlik, bugungi kun muvaffaqiyati va barqarorlikka intilish bilan bog'liq bo'ladi» .

Ushbu madaniy o'lchamlar korporativ madaniyatning shakllanishi, xodimlar o'rtasidagi kommunikatsiya, liderlik uslublari, menejment strategiyalari va axloqiy qadriyatlarning qabul qilinishi kabi jarayonlarga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Ayniqsa transmilliy korporatsiyalar faoliyatida, ushbu o'lchamlarni hisobga olish ishchi muhitdagi madaniyatlararo tushunmovchiliklarning oldini olish, muvozanatli korporativ etika tizimini shakllantirish va ijtimoiy mas'uliyatli boshqaruvni amalga oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

O'zbekiston kabi boy tarixiy-madaniy merosga ega bo'lgan mamlakatda ushbu o'lchamlar asosida milliy ishbilarmonlik madaniyatining o'ziga xos jihatlari o'rganish, milliy va global menejment amaliyotini uyg'unlashtirish uchun zarur nazariy asosni yaratadi.

Girt Xofstede tasnifida Rossiya ishbilarmonlik madaniyatining “o'rtacha” tipdagi xususiyatlari va ularni O'zbekiston kontekstida tahlil qilish

XX asrning 90-yillar o'rtalarida Girt Xofstede o'zining ilgari olib borgan keng ko'lamli tadqiqotlariga asoslangan holda, sobiq ittifoq davlatlarida ishbilarmonlik madaniyatini o'rganishga qaratilgan taxminiy tavsifini ilgari surgan. Shuni alohida ta'kidlash joizki, Xofstede tomonidan O'zbekistonga oid bevosita empirik tadqiqotlar olib borilmagan, chunki XX asrning 90-yillari boshlarida Xofstede ishlagan IBM kompaniyasining Sobiq Ittifoqdagi mustaqil respublikalarning ko'pida bo'linmalari mavjud emas edi. Shunga qaramay, olim turli bilvosita manbalar asosida ishbilarmonlik madaniyatiga oid qator kuzatishlar bildirgan.

Unga ko'ra, “Rossiya va Ukraina madaniyati «срединная» ya'ni “o'rta darajadagi” madaniyat sifatida tavsiflanadi. Bu tavsif, avvalo, Rossiya va Ukraina ishbilarmonlik muhitida qadriyatlar tizimining ko'plab mezonlari bo'yicha не индивидуалистик, не коллективистик tomon og'magan, balki o'rta pozitsiyada joylashganini anglatadi. Masalan, quyidagi mezonlar bo'yicha Rossiya va Ukraina madaniyati qiymat ko'rsatkichlari qiymat shkalasining markaziy (neytral) nuqtalariga yaqinlashadi:

Maqsadga yo'naltirilganlik – shaxsga yo'naltirilganlik

Past kontekst – yuqori kontekst

Neytral munosabat – hissiy ifodaviylik

Individualizm – kollektivizm” .

Bu holat O‘zbekiston madaniyatida qaror qabul qilishda ham manfaatga asoslangan yondashuv, ham shaxsiy munosabatlar muhim ahamiyat kasb etishini anglatadi. Shu bilan birga, kommunikatsiyada ma’lumotning to‘g‘ridan-to‘g‘ri emas, balki bilvosita (yuqori kontekstli) shaklda ifodalanishi, shuningdek, ishbilarmonlik jarayonida hissiy holatlarning namoyon bo‘lishi holatlari ham kuzatiladi.

Xulosa

Xulosa sifatida aytish mumkinki, korporativ etika nafaqat tashkilot doirasida axloqiy barqarorlikni ta’minlovchi vosita, balki jamiyatdagi umumiy axloqiy qadriyatlarning aks etgan ifodasi sifatida ham qaralishi zarur. Girt Xofstede kabi olimlarning kross-madaniy tadqiqotlari asosida milliy madaniyatning ishbilarmonlik muhitiga bevosita ta’sirini tahlil qilish korporativ boshqaruvning milliy modelini shakllantirishda muhim ahamiyatga ega. O‘zbekiston sharoitida esa bu jarayon faqatgina tashkilot ichidagi islohotlar bilan emas, balki butun biznes muhitda halollik, ochiqlik va ijtimoiy mas’uliyat tamoyillarini chuqur singdirish orqali amalga oshirilishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati:

1. Хофстеде Г. Культурные последствия: международное влияние ценностей, связанных с работой. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2004.
2. De George R.T. Business Ethics. 7th Edition. – Pearson Education, 2010.
3. Donaldson T., Werhane P.H. Ethical Issues in Business: A Philosophical Approach. – Prentice Hall, 2008.
4. Carroll A.B., Buchholtz A.K. Business and Society: Ethics and Stakeholder Management. – Cengage Learning, 2009.
5. Triandis H.C. Culture and Social Behavior. – McGraw-Hill, 1994.
6. Hall E.T. Beyond Culture. – Anchor Books, 1976.
7. Schwartz M. “Corporate Social Responsibility: An Ethical Approach.” – Broadview Press, 2011.
8. ISO 26000:2010 – Guidance on social responsibility.
9. Ўзбекистон Республикаси Mehnat kodeksi (amaldagi tahrirda).
10. O‘zbekiston Milliy axborot agentligi. “Ish joyidagi axloqiy tamoyillar” // www.uza.uz