

AUDİT 2023, 2 (40), səh. 121-128.
AUDIT 2023, 2 (40), pp. 121-128.
АУДИТ 2023, 2 (40), стр. 121-128.

DOI: 10.59610/bbu2.2023.2.13

Zeynalova Ülkər İbrahim qızı,
doktorant,
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC),
E-mail: ulker.zeynalova95@gmail.com
© Zeynalova Ü. İ., 2023

UOT:338.2

BİZNES ETİKASININ STRATEJİ MENECMENTDƏ ŞİRKƏTİN RƏQABƏTLİLİYİNƏ TƏSİRİ

X Ü L A S Ə

Tədqiqatın məqsədi – biznes etikasının strateji menecmentdə rolu və şirkətin rəqabətliyi təsirini müəyyən etməkdir.

Tədqiqatın metodologiyası – tədqiqat prosesində nəzəri və sistemlik təhlil, sistemli yanaşma, elmi və məntiqi ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın nəticələri – tədqiqat nəticəsində biznesin etikasının şirkətin daxili faktoru olaraq strateji menecmentdə rəqabətliyə təsiri açıqlanmışdır.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti – müasir dövrdə rəqabət hər yerdədir, xüsusi ilə də biznes sahəsində. Rəqabətli bazarda sağlam mübarizə aparmaq üçün strateji menecmentdən istifadə olunur. Strateji menecmentə müxtəlif faktorlar təsir edir ki, bunlardan biri də biznes etikasıdır.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – araşdırma zamanı, ilk növbədə, biznes etikası, daha sonra strateji menecment və biznes etikası arasında əlaqə tədqiq edilmişdir. Daha sonra biznes etikasının şirkətin onun rəqabətliyi təsiri əsaslandırılmışdır.

Açar sözlər: biznes, biznes etikası, korporativ etika, strateji menecment, rəqabət.

G İ R İ Ş

Bu gün global iqtisadiyyatda bizneslər yüksək rəqabət qabiliyyətinə malik olub və korporativ etikanın idarə edilməsi şirkətlərin 2-ci plana sala bilməyəcəyi aktual məsələlərdən birinə çevrilib. Firmanın biznes etikası rəqabət üçün əvəzolunmaz qeyri-maddi aktivlərdən biri kimi müəyyən edilmişdir. Ümumiyyətlə, qeyri-maddi aktivlər sürətlə dəyişən daxili və global bazarlarda getdikcə daha rəqabətli əhəmiyyət kəsb edir. Müqayisə edilə bilən maddi aktivlərin əldə edilməsi sürətləndikcə, fərqli global rəqabət üstünlüklərini saxlamaq istəyən firmalar öz unikal qeyri-maddi aktivlərini, xüsusən də dürüstlüyünü qorumalı və gücləndirməlidirlər [12]. "Rəqabətli Üstünlük" rəqiblər üzərində uzunmüddətli üstünlükdür. Bu, rəqiblərin təqlid etməkdə çətinlik çəkdiyi bir üstünlükdür [9].

Cohen və digərləri (1997) etik şirkətlərin rəqibləri üzərində üstünlüyü olduğunu iddia edirlər. "İstehlakçılar məhsulu satan şirkətlərə necə münasibət bəsləsələr də, onları almağa alışırlar. Lakin dəyərlərə əsaslanan şirkət əksər korporasiyaların xəyal etdiyi müştəri sədaqətini qazanır, çünki o, müştərilərini məhsuldan daha çox şey əsasında cəlb edir" [5].

Bir şirkət hər hansı cari və ya potensial rəqib tərəfindən eyni vaxtda həyata keçirilməyən dəyər yaradan strategiya həyata keçirdikdə, o zaman şirkətin rəqabət üstünlüyünə malik

AUDIT 2023, 2 (40), səh. 121-128.
AUDIT 2023, 2 (40), pp. 121-128.
АУДИТ 2023, 2 (40), стр. 121-128.

olduğunu söyləyə bilərik. Potensial və ya faktiki rəqiblər bu strategiyanın faydalarını təkrarlamağa bilmədikdə, şirkətin biznes etikasından irəli gələn rəqabət üstünlüyünə malik olduğunu söyləyə bilərik [12].

Rəqabət üstünlüyü, digər rəqiblərin təmin etməkdə çətinlik çəkəcəyi “bazarda dəlik” tapmaqdır. Güclü və müşahidə oluna bilən biznes etikanız və əsas dəyərləriniz varsa, böyük rəqabət üstünlüyünə sahibsiniz, çünki siz digərlərindən fərqlisiniz [14].

Bu arqumentlərlə deyə bilərik ki, işgüzar etika təkcə korporasiyanın imicini artırmaq üçün istifadə olunmur, həm də hər bir biznesin uğurunun əsasını təşkil edir. Şirkətlər başqalarının təqlid edə bilməyəcəyi strategiyanı həyata keçirdikdə qlobal davamlı rəqabət üstünlüyü yarada bilirlər. Bundan əlavə, şirkət davamlı rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün dəyişikliklər etməlidir.

Strateji menecment və biznes etikası arasında əlaqə

Ümumi şəkildə baxdıqda müəyyən edilən biznes etikası firma və onun səlahiyyətli nümayəndələri tərəfindən görülən hərəkətlərin firmanın maraqlı tərəfləri tərəfindən əxlaqi cəhətdən münasib olmasının müəyyən edildiyi bir sıra standartlara aiddir [7,8]. Ən azı, təşkilatlar qanuni məhdudiyyətlərə və qaydalara əməl etməyə məcburdurlar. Çox vaxt rəhbər işçilər qanunilik məsələsinə onların “etik davranış”ın qiymətləndirilməsini nəzərdə tutaraq ona minimum davranış standartı kimi baxırlar. Artan sayda maraqlı tərəf qrupları hədəflənmiş firmalara təsir göstərdiyinə görə, firmaların etik davranış gözləntiləri çox vaxt qanuni tələbləri xeyli üstələyir. Firmalar işçilərin hərəkətlərin və nəticələrin daha ətraflı qiymətləndirilməsi ilə məşğul olmağa məcbur edilirlər. Beləliklə, rəhbər işçilər hansı fəaliyyət növlərinin uyğun olduğunu (yəni, “etik”) müəyyən etmək üçün öz subyektiv mühakimələrindən və mülahizələrindən istifadə etməlidirlər [4]. Bundan əlavə, maraqlı tərəflər tez-tez icraçıların təzminatı, idarəetmə strukturları, ətraf mühitə nəzarət, ictimaiyyətin iştirakı və işçilərlə münasibətlər kimi məsələləri etik məsələlər kimi qələmə verirlər [7,17]. Maraqlı tərəflərin etik gözləntilərinin firmalardakı strateji proseslərə təsir göstərdiyi aşkar edilsə də [13], etik qərarların firmalara təsiri hələ də tədqiqatçılar arasında müzakirə olunur [10]. Bu mövzu ilə bağlı çoxsaylı tədqiqatları nəzərdən keçirməyimiz müxtəlif, bəzən də ziddiyyətli nəticələrin geniş spektrini təklif edir.

Aparılan bir araşdırma, etika ilə bağlı investisiya qərarlarında açıq şəkildə iştirak etməyən investisiya fondları ilə müqayisədə, portfel investisiyaları üçün etika ilə əlaqəli meyarları təmin edən Kanada investisiya fondlarının performansını və risk profillərini araşdırdı. Bu tədqiqatın sübutları “etik” pay fondları ilə onların ənənəvi həmyaşdamları arasındakı performans fərqi statistik olaraq əhəmiyyətsiz olduğu mövqeyini dəstəkləyir [3]. Bu nəticələr etik qərarların qəbul edilməsi təqdirəlayiq ola bilsə də, bu cür qərarların firmanın fəaliyyətini mütləq yaxşılaşdırmadığı fikrini gücləndirir.

Başqa bir cari təhlil sosial yönümlü etik investisiya ekranlarından istifadə edən qarşılıqlı fondlar üçün əyri xətti (U-şəkilli) maliyyə performansı modelini tapdı. Bu tədqiqat, qarşılıqlı fond tərəfindən istifadə edilən sosial ekranların sayı artdıqca, maliyyə göstəricilərində ilkin azalma aşkar etdi [2]. Maraqlıdır ki, müəyyən edilmişdir ki, müəyyən bir firmanın qeyri-etik davranma ehtimalının, rəhbər işçilər strateji qərarlar qəbul etmək üçün əsas vəsait mənbəyi kimi şəxsi münasibətlərə çox etibar etdikdə daha yüksək olacağı gözlənilir. Şəxsi münasibətlərə güvənmək, rəhbər işçilərin yeni məlumat axtarışını və firma resurslarından optimal istifa-

AUDIT 2023, 2 (40), səh. 121-128.
AUDIT 2023, 2 (40), pp. 121-128.
АУДИТ 2023, 2 (40), стр. 121-128.

dəni məhdudlaşdırıla bilər [1]. Bu nəticələr göstərir ki, firmalar xaricdəki məlumat və girişləri özündə birləşdirən strateji qərar prosesinə malik olmaqdan faydalanırlar.

Bir çox belə tədqiqatların əsas problemi onların "etik qərarları" fərqli şəkildə müəyyən etmələri və firma üçün alternativ fəaliyyət kurslarını qiymətləndirmək üçün müxtəlif fəlsəfi perspektivlərdən istifadə etmələridir. Bundan əlavə, əksər böyük təşkilatlar bir çox maraqlı tərəflər tərəfindən müəyyən edildiyi kimi, hamısını deyil, bəzilərini tez-tez "düzgün" edirlər. David Vogel (2007) təklif edir ki, insanların çoxu (o cümlədən rəhbər işçilər) mürəkkəb varlıqlardır və nadir hallarda hər şeyi başqalarının "etik və ya sosial cəhətdən məsuliyyətli" olaraq təyin etdiyi tərzdə edirlər. Müəllif buna misal olaraq, Andrew Carnegie və JohnD Rokfellerlərdən nümunələr gətirir. Belə ki onlar "amansız" iş adamları kimi tanınan, eyni zamanda çox səxavətli xeyriyyəçi idilər. Əgər fərdlərin bu xüsusiyyətini qəbul etsək, təşkilatlar daha mürəkkəbdir, burada çoxlu sayda insanlar qərar verirlər. Bundan əlavə, strateji qərarlar bəzən dəyərlərin və "etikanın" fərqli ola biləcəyi bir çox ölkədə fəaliyyət göstərən bir çox iri bölmələr (törəmə şirkətlər) tərəfindən qəbul edilir. Burada Vogel qlobal iqlim dəyişikliyi ilə bağlı narahatlıq doğuran liderlərdən biri hesab edilən, lakin bu yaxınlarda Alyaska neft boru kəmərinə səmərəsiz və qeyri-kafi texniki xidmət səbəbiylə böyük sızıntıya görə tənqid edilən BP-yə istinad edir [16].

Əslində, tədqiqatlar göstərir ki, əksər firmalar etik qərarların qəbulunun vacibliyini vurğulamaq üçün açıq şəkildə təşəbbüslər irəli sürmüşlər. Əvvəlki araşdırmalar göstərdi ki, korporasiyaların 90%-dən çoxu etika və etik davranışı əsas narahatlıqlarından birinə çevirib; həqiqətən, 73%-nin çoxunda yazılı etik qaydalar var [11,15]. Bir çox rəhbər işçilər uzun müddətdir ki, mülkiyyətçi olmayan paydaşların etik cəhətdən uyğun davranışı müəyyən etmək söylərini problemlə hesab edirlərsə də, son sübutlar göstərir ki, dünyanın ən uğurlu firmalarından bəzilərinin rəhbərləri maraqlı tərəflərin etik tələbləri ilə üst-üstə düşə bilən iqtisadi imkanlarda böyük potensialı qəbul edirlər. Məsələn, General Electric-in baş direktoru Ceffri İmmelt ətraf mühitə nəzarəti biznes liderlərinin hazırkı nəslinin qarşısında duran əsas prioritetlərdən biri kimi müəyyən etdi [11]. Həmçinin, Fortune jurnalı Honda, Tesco, Patagonia, Alcan, S.C. Johnson & Co, PG&E və Goldman Sachs-ı ətraf mühit etikası çağırışının təqdim etdiyi imkanları mənimsəməkdə ən fəal firmalar kimi tanıdı.

Əhəmiyyətli məsələlərdən biri də odur ki, təşkilat daxilindəki mədəniyyət həm də firmanın çoxsaylı maraqlı tərəflərin etik tələblərini effektiv şəkildə tarazlaşdırmaq bacarığı ilə sıx bağlıdır. Maraqlı tərəflərə dəstək mədəniyyətini qəsdən inkişaf etdirən firmalar, maraqlı tərəflərin tələblərini hərtərəfli başa düşməkdə daha təsirli olmalıdırlar [15]. Maraqlı tərəflərin müvafiq etika ilə bağlı narahatlıqlarının başa düşülməsi həm də bu firmalara bu cür narahatlıqlarla bağlı iqtisadi imkanların tanınmasında üstünlük təmin etməlidir. Bununla belə, reallıq qalır ki, sübutlar etik qərarların qəbul edilməsinin firmalara performans faydaları baxımından təsiri ilə bağlı qəti şəkildə qarışıqdır. Kollektiv tədqiqat göstərir ki, strateji qərarların qəbulu zamanı istifadə olunan məlumatların müxtəlifliyi və keyfiyyəti etika ilə bağlı narahatlıqlardan daha çox şirkətin fəaliyyətinə təsir göstərir. Maraqlı tərəfləri və onların etik qaygılarını əhatə edən və şirkətin strateji qərar qəbul etmə prosesinə yüksək keyfiyyətli müxtəlif daxilolmalar daxil edən mədəniyyətə malik firmalar etik narahatlıqlardan irəli gələn iqtisadi imkanları daha çox dərk edəcəklər. Bu cür imkanların müəyyən edilməsi artıma və artan mənfəət qabiliyyəti

AUDIT 2023, 2 (40), səh. 121-128.
AUDIT 2023, 2 (40), pp. 121-128.
АУДИТ 2023, 2 (40), стр. 121-128.

yətinə səbəb ola bilər. Nəticə etibarilə, etik qərarların qəbulu dolayı yolla firmanın fəaliyyətinin yaxşılaşmasına kömək edə bilər.

Biznes etikası və rəqabətlik arasında əlaqə

Korporativ dünyanın diqqət mərkəzində olması korporasiyaların səhmdarların və maraqlı tərəflərin etibarından sui-istifadə etdiyini ortaya qoydu. Son zamanlar baş verən çoxsaylı korporativ qalmaqallardan sonra (məs. Enron, Satyam) siyasətçilər və qanunvericilər korporativ dünyanın reputasiyasını bərpa etmək üçün daha sərt hesabat və nəzarət təklif ediblər.

2001-ci ilin oktyabrında üzə çıxan Enron qalmaqalı sonda Texasın Hyuston şəhərində yerləşən Amerika enerji şirkəti Enron Korporasiyasının iflasına və dünyanın ən böyük beş audit və mühasibat ortaqlığından biri olan Artur Andersenin ləğvinə səbəb oldu. O dövrdə Amerika tarixində ən böyük iflas yenidən təşkili olmaqla yanaşı, Enron, həmçinin ən böyük audit uğursuzluğudur. Enronun qeyri-şəffaf maliyyə hesabatları səhmdarlar və analitiklərlə əməliyyatlarını və maliyyəsini aydın şəkildə təfərrüatlandırmırdı. Bundan əlavə, onun mürəkkəb biznes modeli sərhədləri genişləndirdi və mühasibat uçotu, şirkətin mənfəəti idarə etmək üçün mühasibat məhdudiyətlərindən istifadə etməsini və onun fəaliyyətinin əlverişli təsvirini göstərmək üçün balans hesabatını dəyişdirməsini tələb edildi.

Bununla belə, ciddi hesabat, təfərrüatlı davranış qaydaları və qaydalar, əlbəttə ki, zəruridir, lakin kifayət deyil. Yaxşı reputasiyaya malik olan firma, fərdi agentin etik dəyərlərinə uyğun gələn və müvafiq olduqda yaxşı münasibətləri gücləndirən imici olan şirkətdir [6].

Rəqabətli və gəlirli olmaq biznesdə qalmaq üçün müstəsna amillər hesab edilsə belə, etika həmişə eyni dərəcədə əvəzəlməz tərkib hissəsi kimi özünü təsdiq edəcəkdir. IBM-in keçmiş sədri Con Akers israr edir ki, əxlaqlı olmaq yaxşı məna kəsb edir və hətta sərt işgüzar şərtlərdə də öz bəhrəsini verir; çünki biz cəmiyyət olaraq rəqabət aparırıq. Heç bir cəmiyyət heç bir yerdə bir-birinin kürəyindən bıçaqlanan insanlarla çox uzun və ya uğurla yarışmayacaq; bir-birindən oğurlamağa çalışan insanlarla; notarial qaydada təsdiq edilmiş məhkəmə çəkişmələrini tələb edən hər şeylə; hökümətin tənzimləyici qanunlar yazması, dürüst olması üçün biznesin əl-ayağını bağlaması ilə. Akers burada biznes praktikasında, Qərb dünyasının adı olan problemləri nəzərdə tutur: qiymət müharibələri ilə arxadan bıçaqlanma, korporativ planların oğurlanması, patent hüquqlarının pozulması nəticəsində yaranan məhkəmə çəkişmələri və s. Bununla belə, oxşar problemlər Afrika iş dünyasında da yox deyil. Buna misal olaraq, “Kenyanın əsrin fırıldaqları”, “hətta Herkul Puaronu belə çaşdıracaq qədər qarışıq süjet” kimi təsvir edilən və yalnız Amerikalılarla müqayisə edilən Qoldenberq fırıldaqçılığıdır (Kenyanın ümumi daxili məhsulunun 12,5%-ni təşkil edir). Dallas Akkranın Nigeriyaya istinad edərək qeyd etdiyi kimi, Afrikada bank və telekommunikasiya sektorlarında, ictimai xidmətlərdə və s. fırıldaqlarla bağlı əsl problem onların adı və hətta zəruri kompensasiya kimi qəbul edilməsidir. Buna görə də, bu təcrübələr kvazilegal sistem tərəfindən təsdiqlənir, idarəetmə məlumatının təşkil edilmiş görünməz ruhu ilə bitən hər kiçik çəkişmə ilə biznesə dair etik perspektivlərin dinamikası, verilən hallarda və ya qeyri-qanuni olana qarşı iddiaların necə edildiyini görmək üçün təhlilə layiqdir. Etik dilemmalarımızı, seçimlərimizi və müdaxilələrimizi necə həll etdiyimizi təkmilləşdirmək üçün “olmalı” və ya edilməli olan anlayışlar hərəkətlərimizi xəbərdar edir.

AUDIT 2023, 2 (40), səh. 121-128.
AUDIT 2023, 2 (40), pp. 121-128.
АУДИТ 2023, 2 (40), стр. 121-128.

Y E K U N

Bazarda ədalətli rəqabət şəraitinin olması həm sahibkarlar, həm də istehlakçılar üçün əlverişlidir. Biznesdə rəqabət mühiti ədalətli olarsa, yüksək etikanın tələblərinə cavab verir. Bu da eyni zamanda iqtisadi inkişafın fundamental mənbələrindən biridir. Biznesə dürüst yanaşma keyfiyyətli məhsulların düzgün və etibarlı şəkildə çatdırılmasını asanlaşdırır, beləliklə, istehlakçılar mal və xidmətlərin mümkün olan ən yaxşı qiymətlərini, miqdarını və keyfiyyətini əldə edə bilirlər. Beləliklə, şirkətlər bilməlidirlər ki, etik mühiti daim təkmilləşdirmək müştərilər, işçilər, səhmdarlar, icmalar, biznes tərəfdaşları və investorlar tərəfindən üstünlük verilən seçimə çevrilməyin vacib elementidir. Etik biznesin olması həqiqətən biznesin davamlı və rəqabət qabiliyyətli olmasında xüsusi rola malikdir, ona görə də etikəni şirkətin strategiyasına daxil etmək və onu rəqabət üstünlüyü əldə edəcək və maraqlı tərəflərə dəyər əlavə edəcək şəkildə həyata keçirmək getdikcə daha da vacibdir. Belə ki, bu, biznes mühitində ömürlük rəqabət qabiliyyəti ilə nəticələnə bilər. Həmçinin firmalar arasında rəqabətdə bir çox problemlərə baxmayaraq, etik davranış şirkətin yaxşı reputasiyasının qorunmasında mühüm rol oynayır və təşkilatın gələcək illərdə rəqabətə davamlı qalmasına kömək edir.

Əgər firmalar rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün qeyri-etik və ya qeyri-qanuni, sosial cəhətdən qeyri-məhsuldar vasitələrdən istifadə edərlərsə, rəqabət sosial baxımdan arzu olunan nəticələrə gətirib çıxarmaya bilər və ya bir çox dağıdıcı nəticələrə səbəb ola bilər. Qeyri-etik davranış firmanın nüfuzuna xələl gətirə və onu maraqlı tərəflər üçün daha az cəlbedici edə bilər. Nəticədə mənfəət azala bilər. Müqayisə üçün yaxşı etik standartlara malik şirkət uzunmüddətli perspektivdə uğur qazanmağa bəslənir, çünki o, böyüməyə kömək edir və gəliri artırır. Şirkət dürüstlük və dürüstlüklə hərəkət etdiyinə görə reputasiyadan qazanc əldə etmək niyyətindədir. Beləliklə, güclü rəqabət mədəniyyətinin qurulması reputasiya, böyümə və maliyyə baxımından çox vacibdir və təşkilatın çox dəyərli uzunmüddətli aktivinə ola bilər.

Biznes mühitində rəqabət təşkilatların səmərəliliyini yoxlamaq deməkdir. Rəqabətin mövcudluğu biznesin daha dinamik və innovativ olmasına kömək edir ki, özünü rəqiblərindən daha yaxşı etsin. O, həmçinin bəzən biznesi ədalətsiz ticarət təcrübələrinə müraciət etmək kimi mənfəət fəaliyyətlərlə məşğul olmağa təşviq edir. Bu prosesin mənfəət xüsusiyyəti odur ki, bəzi şirkətlərin qeyri-etik davranışları nəticəsində biznes oyunçuları üçün çox stresli ola bilər. Və qeyri-etik davranışın müəssisələrə təsiri şirkət üçün zərərli və müştərinin şirkətə olan inamına zidd olan bir hadisə çox vaxt onların etibarını məhv etmək üçün kifayət edir. Buna görə də şirkətlər etik davranmaq üçün qərarlar qəbul etməlidirlər, əks halda öz bizneslərində və nümayəndələrində qeyri-etik hərəkətlərin zərərli təsirləri ilə üzləşməlidirlər.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı:

1. Adobor, H. The role of personal relationships in inter-firm alliances: Benefits, dysfunctions, and some suggestions. *Business Horizons*, 2006, 473–486
2. Barnett, M., & Salomon, R. Beyond dichotomy: The curvilinear relationship between social responsibility and financial performance. *Strategic Management Journal*, 2006,

AUDIT 2023, 2 (40), səh. 121-128.
AUDIT 2023, 2 (40), pp. 121-128.
АУДИТ 2023, 2 (40), стр. 121-128.

1101–1122.

3. Bauer, R., Derwal, J., & Otten, R. The ethical mutual fund performance debate: New evidence from Canada. *Journal of Business Ethics*, 70(2), 2007, 111–124

4. Bernard, T. Shell shock: Why do good companies do bad things? *Corporate Governance: An International Review*, 14(3), 2006, 181–193.

5. Cohen, B. Et. Al. Ben & Jerry's Double Dip: Lead With Your Values and Make Money, Too, 2017 Retrieved from <https://www.referenceforbusiness.com/small/Bo-Co/Business-Ethics.html?fbclid=IwAR3KBWEisteU3GrAm0IemjIUpqO9ChcSBJd881TFQ6eID1-oQ0LrMNLIPYQ>

6. Gunther, M. Green is good. *Fortune*, 2007, March 22. Retrieved from http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2007/04/02/8403418/index.htm

7. Heath, J. Business ethics without stakeholders. *Business Ethics Quarterly*, 16(4), 2006, 533–557.

8. Jones, T. M., Felps, W., & Bigley, G. A. Ethical theory and stakeholder-related decisions: The role of stakeholder culture. *Academy of Management Review*, 32(1), 2007, 137–155

9. Kar, B. Re: Does corporate ethics lead to a competitive advantage?, 2014. Retrieved from: https://www.researchgate.net/post/Does_corporate_ethics_lead_to_competitive_advantage2/53deb555d3df3e86338b469d/citation/download

10. Kassinis, G., & Vafeas, N. Stakeholder pressures and environmental performance. *Academy of Management Journal*, 49(1), 2006, 145–159.

11. Kelly, M. The ethics revolution. *Business Ethics*, 19, 2005, 6(summer).

12. Morales, J. Re: Does corporate ethics lead to a competitive advantage? 2014. Retrieved from: https://www.researchgate.net/post/Does_corporate_ethics_lead_to_competitive_advantage2/53deb555d3df3e86338b469d/citation/download

13. Stevens, J. M., Steensma, H. K., Harrison, D. A., & Cochran, P. L. Symbolic or substantive document? The influence of ethics codes on financial executives' decisions. *Strategic Management Journal*, 26(2), 2005, 181–195.

14. Triplett, J. How Your Business Ethics Can Be a Great Competitive Advantage & Profitable Sales Tool, 2015. Retrieved from <https://www.businessbankoftexas.com/business-resource-center/how-your-business-ethics-can-be-a-great-competitive-advantage-profitable-sales-tool.htm>

15. Velthouse, B., & Kandogan, Y. Ethics in practice: What are managers really doing? *Journal of Business Ethics*, 70(2), 2007, 151–163.

16. Vogel, D. When do good firms go bad? *Los Angeles Times*. 2007, February 13. Retrieved from <http://www.latimes.com/news/opinion/la-oe-vogel13feb13,0,4670297.Story?coll=la-opinion-righttrail>

17. Windsor, D. Corporate social responsibilities: Three key approaches. *Journal of Management Studies*, 43(1), 2006, 93–114.

Ulkar Ibrahim Zeynalova,

Ph.D. Student,

Azerbaijan State University of Economics (UNEC),

E-mail: ulker.zeynalova95@gmail.com

© U.İ. Zeynalova, 2023

THE INFLUENCE OF BUSINESS ETHICS ON THE COMPANY'S COMPETITIVENESS IN STRATEGIC MANAGEMENT

A B S T R A C T

The purpose of the research is to determine the role of business ethics in strategic management and its impact on the competitiveness of the company.

The methodology of the research - theoretical and systematic analysis, systematic approach, scientific and logical generalization methods were used in the research process.

The results of the research - the effect of business ethics on competitiveness in strategic management as an internal factor of the company was revealed.

The practical importance of the research – in today's era, competition is everywhere, especially in the business field. Strategic management is used to fight healthy in the competitive market. Strategic management is influenced by various factors, one of which is business ethics.

The originality and scientific novelty of the research - during the research, the relationship between business ethics and strategic management and business ethics was studied first. Then, the impact of business ethics on the competitiveness of the company is substantiated.

Keywords: business, business ethics, corporative ethics, strategic management, competition.

AUDİT 2023, 2 (40), səh. 121-128.
AUDIT 2023, 2 (40), pp. 121-128.
АУДИТ 2023, 2 (40), стр. 121-128.

Зейналова Улькер Ибрагим кызы,
докторант,
Азербайджанский Государственный
Экономический Университет (UNEC),
E-mail: ulker.zeynalova95@gmail.com
© Зейналова У.И., 2023

ВЛИЯНИЕ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИИ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ

Р Е З Ю М Е

Цель исследования - определить роль деловой этики в стратегическом управлении и ее влияние на конкурентоспособность компании.

Методология исследования – в процессе исследования использовались теоретико-системный анализ, системный подход, методы научного и логического обобщения.

Результаты исследования - в результате исследования выявлено влияние деловой этики на конкурентоспособность в стратегическом управлении как внутренний фактор компании.

Практическая значимость исследования - в настоящее время конкуренция есть везде, особенно в сфере бизнеса. Стратегический менеджмент используется для здоровой борьбы на конкурентном рынке. На стратегическое управление влияют различные факторы, одним из которых является деловая этика.

Оригинальность и научная новизна исследования - в ходе исследования впервые была изучена взаимосвязь деловой этики со стратегическим менеджментом и деловой этикой. Также обосновывается влияние деловой этики на конкурентоспособность компании.

Ключевые слова: бизнес, деловая этика, корпоративная этика, стратегическое управление, конкуренция.

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur:
13.03.2023
Təkrar işləməyə göndərilmişdir:
27.03.2023
Çapa qəbul olunmuşdur: 03.04.2023

The date of the admission of the article
to the editorial office: 13.03.2023
Send for reprocessing: 27.03.2023
Accepted for publication: 03.04.2023

Дата поступления статьи в
редакцию: 13.03.2023
Отправлено на повторную
обработку: 27.03.2023
Принято к печати: 03.04.2023