



V.A.Bayramov

F.Ə.Bayramova

UOT: 330.1.; 330.8; JEL: J89.

İqtisadi münasibətlərə təsir göstərən mental dəyərlərin psixoloji xüsusiyyətləri

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi: Mental dəyərlərin iqtisadi münasibətlərinə təsirinin əhəmiyyətlik dərəcəsini araşdırmaq. Tədqiqatın metodologiyası: Ümumiləşdirmə, analiz-sintez, sistemləşdirmə həmçinin, H.Ayzenk “Şəxsiyyət sorğusu”, “Rəhbərlik üslubunun özünü qiymətləndirməsi”, Sandra L. Bern “Şəxsiyyətin maskulinlik və feminlik dərəcəsinin tədqiqi”, T.V.Kornilova “Qərar qəbulun şəxsi faktorları”. Tədqiqatın nəticəsi: Xalqın mental dəyərlərinin onun şəxsiyyətlərarası münasibətlərinə, iş və həyat prosesinə, ictimai və iqtisadi həyatının formalaşmasına qanunauyğunluqlarına təsiri qaçılmazdır.

Açar sözlər: mental dəyərlər, iqtisadi münasibətlər, şəxsiyyətlərarası münasibətlər, kollektivizm və fərdiyyətçilik, maskulinlik və feminlik, arzulardan qaçış, gələcəyə yönəlmə, hökmranlıq distansiyası, demokrat, avtoritar, liberal, temperament tipləri: sanqvinik, fleqmatik, xolerik, melanxolik, rasionallıq və riskli qərar qəbulu, yaş dövrləri, istehlakçı

Giriş

İqtisadi göstəricilərin artımı üçün insanların göstərdikləri cəhdlər onların fərdi psixoloji xüsusiyyətlərindən, etnik düşüncələrindən, düşünmə tərzlərindən, koqnitiv qabiliyyətlərindən asılıdır. İqtisadiyyatın inkişafına təkan verən səbəblər çoxcəhətlidir. Lakin psixoloji aspektdən nəzər yetirsək, burada dəyərlər sisteminin rolu danılmazdır. Məhz bizim dəyərlər sistemimiz bizim keçmişimizi müəyyənləşdirib, indiki halımızı dəqiqləşdirir və gələcəyimizi proqnozlaşdırır. Əlbətdə, dəyərlərə fərdi - şəxsiyyət keyfiyyəti kimi yanaşılması faktını danmaq olmaz. Lakin mühit, tərbiyə, cəmiyyət insanlara təsir göstərir və insandan asılı olmayaraq onda mühitin tələblərinə uyğun mental dəyərlər formalaşmağa başlayır. Aydın məsələdir ki, dəyərlərin hər biri fərdi əhəmiyyət kəsb etsə də, ümumi anlayış mexanizminə tabedir. Məsələn, almanlar öz işində dəqiq, pedant, icraçı, yaponlar, koreyalılar və çinlilər əməksevərliyi və nizam – intizamlılıqları ilə digər ölkələrin mentalitetlərindən fərqlənirlər. Bu istiqamətdə bir çox tədqiqatçılar həm nəzəri, həm də praktik yöndə araşdırmalar, eksperimental tədqiqatlar aparmışlar. Həmin dəyərləri müxtəlif cür qruplaşdırma bilirik. Mental dəyərlərin həyatımızın müxtəlif sahələrinə təsirini bir çox elm tərəfindən öyrənilir. Cəmiyyətin “mental” dəyərlərinin öyrənilməsi problemini fəlsəfə, sosiologiya, psixologiya, tarix və mədəniyyətşünaslıq tərəfindən tədqiq edilmişdir. Millətin dəyər sisteminin onun tarixi inkişafına təsir xüsusiyyətlərini A.Tokvil, V.Şubart, Q.Lebon, Z.Freyd, L.Levi – Bryul, L.Fevr, M.Mocc, M.Prust, O.Şulman, P.Qureviç, P.Frankastel, P.Emerson, E.Panofski, E.From və başqaları araşdırmışdır. Mental dəyərlərin iqtisadi sferaya təsirini öyrənən iqtisadçı alimlər sırasında T.Men, C.Lokk, U.Petqi, A.Smit, T.Maltus, K.Marks, A.Marşall, C.M.Keyns və başqalarının adlarını çəkə bilirik. Mentalitetin cəmiyyətin iqtisadi inkişafında vacib rolu olduğunu tədqiq edənlər isə T.Veblen, U.Mitçel, C.Kommons, Q.Myurdal, E.Soto, M.Olson, C.Byekenen və digərləri olmuşdur.



Mental dəyərlərin iqtisadiyyat elminə təsirinin nəzəri aspektləri

Müasir dövrümüzdə bu sahədə tədqiqat aparən alimlərdən biri Bakkon Universitetinin iqtisadiyyat fakültəsinin professoru Qvido Tabellin olmuşdur. O, (Worldvaluessurvey) “Dünyada dəyərlər” – sorğusundan istifadə edərək ölkələrarası iqtisadiyyatın inkişafına təsir göstərən dəyərləri qruplaşdırmışdır. Onlara daxildir: respondentlərin ətrafa inam səviyyəsi, öz talelərinin özləri tərəfindən müəyyənlişməsi, digər insanlara hörmət (bunlar iqtisadiyyatın inkişafını yüksəldir), mövcud vəziyyətlə barışmaq və tabe olma xüsusiyyətləri (bunlar isə, iqtisadiyyatın inkişafını ləngidir). Aydın məsələdir ki, bir - birinə yardım göstərən, hörmət edən, inanıb etibar edən bir mədəniyyət sahibləri daha yüksək nəliyyətlər əldə edirlər. Qeyd etmək istərdim ki, hətta fobiya (şiddətli qorxular) millətin dəyərlərinə görə formalaşır. Burada millət olaraq insanların qorxuduğu, çəkdiyini situasiyalar mövcuddur. Məsələn, yaponların məhsulları, onları ixracının səviyyəsi məlumdur. Onlar iş və şəxsi həyatlarında qarşıdakı insanın xətrinə dəyməsinlər deyər daim davranışlarına diqqət edirlər. Çünki, millət olaraq yaponlara “qarşıdakı insanın xətrinə dəymə” fobiyası var. Məhz bu səbəbdən şəxsiyyətlərə münasibətlərə önəm verirlər. Digər alim O.S.Posipanova istehlakçıların seçim üstünlüklərini müəyyənlişdirmək üçün uyğun dəyərləri qruplaşdırmışdır. Onlara daxildir: fərdiyyətçilik, yenilikçiliyə meyillik, ənənəçi, konservativ, laqeyd və s. Bu dəyərlərə uyğun “İstehlakçının psixoloji portreti” adlı metodika işlənmişdir. O.S.Posipanova apardığı tədqiqatda məhz dəyərlərin yaş dövrünə uyğun aşağıdakı şəkildə qruplaşdırmışdır:

⇒ Körpəlik və uşaqlıq yaş dövrü: (0-11 yaş) Bu yaş dövründə olan insanların yerinə qəyyuqları qərar verdiyi üçün azad istehlakçı deyillər.

⇒ Yeniyetməlik yaş dövrü: (11, 12- 17 yaş) Bu yaş dövründə yeniyetmələr daha çox brendlərə, dəbdə olan mallara üstünlük verirlər. Onlar üçün keyfiyyət əsas deyil.

⇒ Gənəlik və yetginlik yaş dövrü: (18 - 50 yaş) Bu dövrdə insanlar üçün əsas olan kəmiyyət və keyfiyyətdir. Çünki, artıq həyat dəyişib, qayğılar artıb, tələbatlar dəyişib.

⇒ Yaşlılıq və qocalıq dövrü: (50, 60+) Bu dövrdə insanlarda artıq özlərinə “qıymama” anlayışı formalaşır. Onlar daha çox övladlarına, nəvələrinə dəyər verib özlərini unudurlar. [2,səh. 435]

Mental dəyərlərin iş fəaliyyətinə, biznesə və iqtisadiyyata təsiri

Keçən əsrin 60-70-ci illərində holland alimi Hert Xofsted mentalitet və onun iş fəaliyyətinə, biznesə və iqtisadiyyata təsirini araşdırmağa başlamışdır. O iqtisadiyyata təsir göstərən mədəniyyətin 6 xarakter xüsusiyyətlərini qeyd etmişdir:

- ⇒ Hökmranlıq məsafəsinin indeksi;
- ⇒ Fərdiyyətçilik;
- ⇒ Maskulizim;
- ⇒ Qeyri-müəyyənlikdən qaçış;
- ⇒ Praqmatizm;
- ⇒ Təkraçılıq.

Xofsted ABM kompaniyasının ofislərində 50 ölkə arasında tədqiqat aparmış, sorğuda 116 min respondent iştirak etmişdir. Bu anket tədqiqatın əsasına çevrilmişdir. Bir neçə ildən sonra ölkələrin sayı 70 - ə çatmışdır. H.Xofstedin qruplaşdırdığı mental dəyərləri əsas götürərək, Azərbaycanda da istifadə üçün hər bir dəyərə uyğun metodika istifadə olunmuş və eksperimental tədqiqat aparılmışdır.

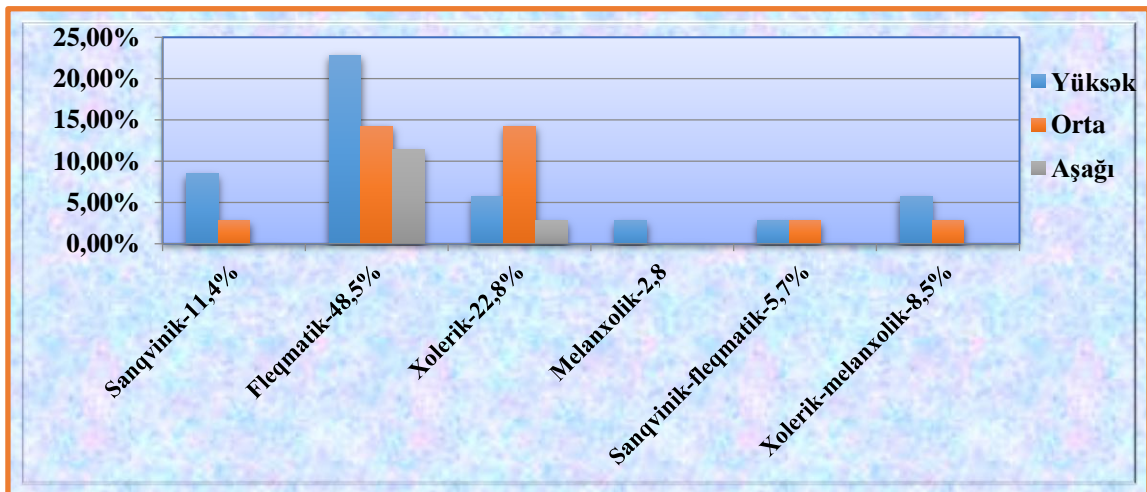
Hökmranlıq indeksinin distansiyası

H.Xofsted rəhbər və işçi arasında münasibətlərin nə səviyyədə olduğunu, hökmranlıq hər kəs tərəfindən qəbul edilib edilmədiyini müəyyənlişdirmək üçün bir neçə ölkədə tədqiqat aparmışdır. İndeksin mahiyyəti rəhbər və işçi arasında olan münasibətlərin,

üstünlüyün demonstrasiyası, məsuliyyətin bölünməsindən ibarətdir. Onlara görə, hökmranlıq yalnız prezidentə məxsus deyil, eyni zamanda işi yerinə yetirən hər kəs bu prosesdə iştirak etməlidir. Məhz bu səbəbdən də, onlar vətəndaşlıq mövqeyini dilə gətirməkdən, öz hüquqlarını qorumaqdan, onlar uğrunda mübarizə aparmaqdan çəkinmirlər. Və əksinə, əgər hökmranlıqda distansiya genişdirsə, o zaman gərək rəhbər öz üstünlüyünü nümayiş etdirdis: “Yuxarıdan aşağı baxsın”. Kompaniya səviyyəsində də işlər bu istiqamətdədir. Əgər rəhbər distansiyası böyük olan psixoloji iqlimdə özünü həddən artıq sadə aparırsa, işçilər onu rəhbər kimi görməyəcək. [10] Hökmranlıq indeksinin yüksək olan ölkələrdən Rusiya, Malaziya, Qvatemala, Panama və Fillipin ilk sıralardadır. Lakin gəlin Azərbaycanda rəhbər işçi münasibətlərinə nəzər salaq. Bizim müəssisələrdə psixoloji iqlim necədir? İşin gedişatından rəhbərin şəxsi psixoloji xüsusiyyətlərinin, həmçinin hökmranlıq səviyyəsinin, şəxsiyyət tipinin nə kimi asılılığı var? Vəziyyətə aydınlıq gətirmək üçün eksperimental – psixoloji tədqiqat aparmışıq. Tədqiqatda Tibbi icbari sığorta agentliyinin şöbə müdirləri iştirak etmişdir. Eksperimental tədqiqatda H.Ayzenkin “Şəxsiyyət tipologiya”sı, “Rəhbərlik üslubunun özünü qiymətləndirməsi” metodikalarından istifadə olunmuşdur. [1, səh.12-45] Qeyd etmək istərdim ki, rəhbərin şəxsi xüsusiyyətləri ilə onların idarə etdikləri şöbələrin illik hesabatlarına görə dəyərləndirilmişdir.

Şəkil 1.

İllik hesabatla əsasən rəhbərin şöbəni idarə etməsinə temperament tipinin təsiri



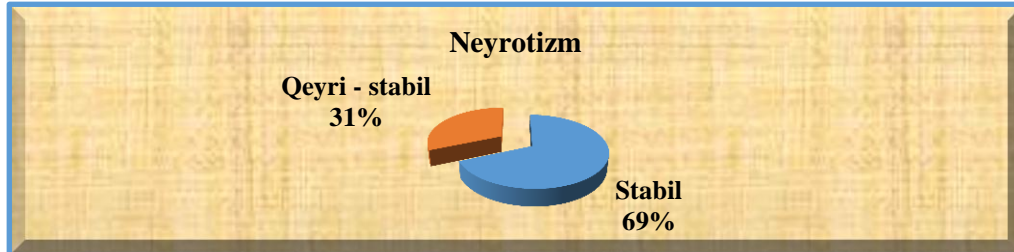
Mənbə: Aliyev C.Q., Mirzəyev R.N. İnsan tanımağın yolları. Bakı: Hərbi Nəşriyyat, 2011, H.Ayzenk “Şəxsiyyətin tipologiyası”.

Şəkil.1-də şöbə rəhbərlərinin temperament tipləri və onların illik hesabatla nəzərdən şöbələrinin fəaliyyəti ilə əlaqəsi qeyd olunmuşdur. Rəhbərlər arasında 11,4% - sanqvinik, 48,5% - fleqmatik, 22,8% - xolerik, 2,8%, melanxolik, 5,7% sanqvinik - fleqmatik, 8,5% xolerik - melanxolik temperament tipləri müəyyənlanmışdır. Rəhbərlərin temperament tipi ilə şöbənin idarəetmə fəaliyyəti arasındakı əlaqəyə nəzər yetirək: Sanqvinik temperament tipli rəhbərlər 8,5% yüksək, 2,8% - i orta səviyyədə fəaliyyət göstərən şöbə müdirləridir. Aşağı nəticə sanqvinik temperament tipli rəhbərlərdə aşkar olunmamışdır. Fleqmatik temperament tipli isə 22,8% yüksək, 14,2% - i orta, 11,4% - i isə aşağı, xolerik temperament tipli rəhbərlərin 5,7% - i yüksək, 14,2% -i orta, 2,8% - i aşağı fəaliyyət göstərən şöbənin rəhbərlərində müşahidə olunmuşdur. Melanxolik temperament tipi cəmi bir nəfərdə (2,8%) müşahidə edilmiş, lakin şöbənin illik fəaliyyəti yüksək dəyərləndirilmişdir. Qarışıq temperament tipləri olan sanqvinik – fleqmatik 2,8% yüksək, 2,8% orta və xolerik – melanxolik 5,7% yüksək, 2,8% orta səviyyədə fəaliyyət göstərən rəhbərlərdə özünü biruzə

vermişdir. Şəkil 2 – də rəhbərlərin narahatlıq, həyəcan, emosional cəhətdən dəyişkənlik, depressivlik mənasını ifadə edən neyrotizm şkalası ölçülmüşdür. Nəticələrə əsasən, qeyd edə bilirik ki, şöbə müdirlərinin 68,5% - i stabil, 31,4% - i isə qeyri - stabil neyrotizmə malikdir. Rəhbərlərin əksəriyyəti stabil nəticə göstərmişlər.

Şəkil 2.

Ayzenkin “Şəxsiyyət sorğusu” metodikasına əsasən neyrotizmin göstəricisi

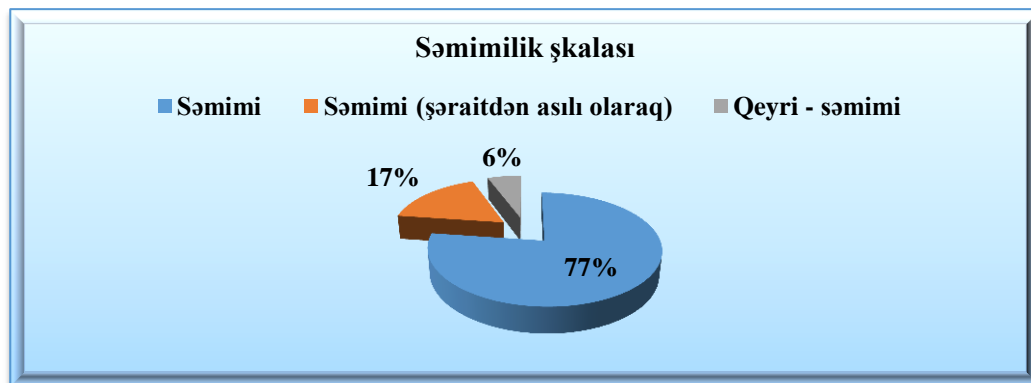


Mənbə: Aliyev C.Q., Mirzəyev R.N. İnsanı tanımağın yolları. Bakı: Hərbi Nəşriyyat, 2011, H.Ayzenk “Şəxsiyyətin tipologiyası”.

Şəkil 3-də səmimilik şkalasının nəticələri qeyd olunmuşdur. Nəticələrə əsasən, demək olar ki, 77,1% rəhbər səmimi, 17,1% şəraitdən asılı olaraq səmimi, 5,7% -i isə qeyri-səmimidir. Bu da bizə deməyə əsas verir ki, respondentlər metodikanın suallarına səmimi cavablandırmışlar.

Şəkil 3.

Ayzenkin “Şəxsiyyət sorğusu” metodikasına görə səmimilik şkalası

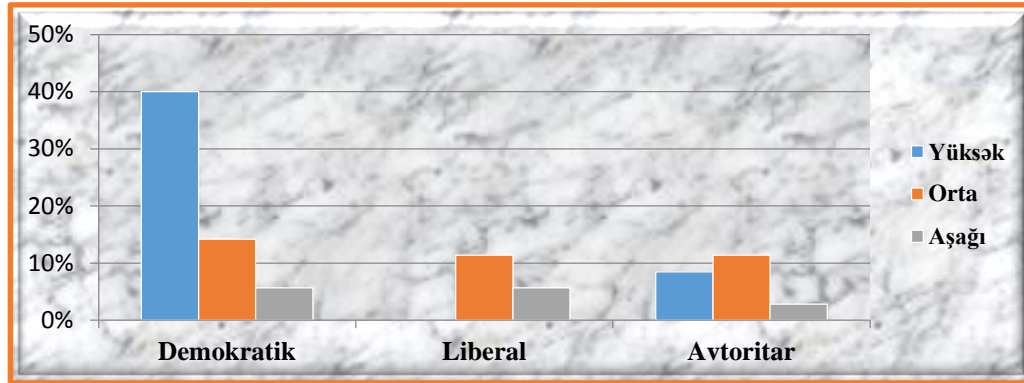


Mənbə: Aliyev C.Q., Mirzəyev R.N. İnsanı tanımağın yolları. Bakı: Hərbi Nəşriyyat, 2011, H.Ayzenk “Şəxsiyyətin tipologiyası”.

Şəkil 4-də rəhbərlik üslubları ilə şöbələrin fəaliyyətinin nəticələri müqayisəli şəkildə təhlil olunmuşdur. Əvvəla rəhbərlik üslublarının faizinə nəzər yetirək: cədvəldən görüldüyü kimi 60% - demokrat, 17,1% liberal, 22,8% - rəhbər isə avtoritar rejimdə şöbəni idarə edirlər. Rəhbərlərin idarəetmə üslubları ilə şöbələrin fəaliyyəti arasındakı əlaqəni müqayisə edək: Demokratlardan 40% yüksək, 14,2% orta, 5,7% aşağı, liberallardan 11,4% orta, 5,7% aşağı, avtoritarlardan 8,5% yüksək, 11,4% orta, 2,8% - isə aşağı qiymətləndirilmiş şöbələrin idarəetmə üslubunda əks olunmuşdur. Belə qənaətə gəlmək olar ki, ən yüksək nəticəni demokratik rəhbərlik üslubunda idarə olunan şöbələr göstərmişdir.

Şəkil 4.

Şöbə müdirlərinin rəhbərlik üslubları ilə şöbənin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi arasında asılılıq



Mənbə: Alıyev C.Q., Mirzəyev R.N. İnsan tanımağın yolları. Bakı: Hərbi Nəşriyyat, 2011, "Rəhbərlik üslubunun özünü qiymətləndirməsi"

Kollektivism və fərdiyyətçilik

Fərdiyyətçilik indeksi yüksək olanda insanlar şəxsi məqsədlərinin uğurla yerinə yetirmələrinə diqqətlərini konsentrasiya edirlər. İndividualizm yüksək olan ölkələrdə insanlar öz "balaca inam dairəsi" ilə ünsiyyətlərini məhdudlaşdırırlar. Lakin kollektivism yüksək olan ölkələrdə, daha geniş qohum əlaqələri: *dayı, xala, nənə, baba, əmiqızı və əmioğlu*. Konkret situasiyaya əsasən aparılan tədqiqatlara nəzərən deyə bilərik ki, Azərbaycanda kollektivism fərdiyyətçilikdən üstündür. Əgər şöbələrdə demokratiya prinsipinə əsaslanaraq səmərəli nəticə alınarsa deməli, kollektivism daha üstündür. Çünki avtoritar rejimdə idarə olunan müəssisələrdə kollektivizmdən söhbət gedə bilməz. Sadəcə verilən əmrlərin yerinə yetirilməsidir. Lakin ideyaların bölüşməsi məhdudlaşır. Həmçinin bizim etnik xüsusiyyətlərimizi nəzərə alaraq deyə bilərik ki, bizim xalq ictimai qınağa öz şəxsi həyatı qərarlarından üstün tuturlar. Nəticə daxili aləm ilə ətraf aləm konflikt şəraitində qalır. Qeyd etmək istərdim ki, maskulinlik Azərbaycanda aşağı səviyyədədir, bu da fərdiyyətçilikdən çox kollektivizmin ön planda olduğunu isbat edir. Mümkündür hər hansı bir sahədə kollektivçilik daha dominant mövqe olsun, lakin dəyər baxımından nəzər yetirsək, biz insanlarla ünsiyyətdən, onlarla iş görməkdən, kömək istəməkdən, əlaqələrin kəsilməməsindən yanayıq.

Maskulinlik və feminlik dərəcəsi

Maskulinlik və feminlik deyildiyi zaman iki xüsusiyyət nəzərdə tutulur, kişi xüsusiyyəti və qadın xüsusiyyəti. Maskulinlik dərəcəsinə aid xüsusiyyətlər: iddialılıq, uğura meyillilik, məsuliyyət, rəqabət, abisionizm, məntiqi mühakimə, rasionel düşüncə. Maskulinlik az olan cəmiyyətdə feminizm keyfiyyətləri hökm sürür, bu keyfiyyətlərə də aiddir:

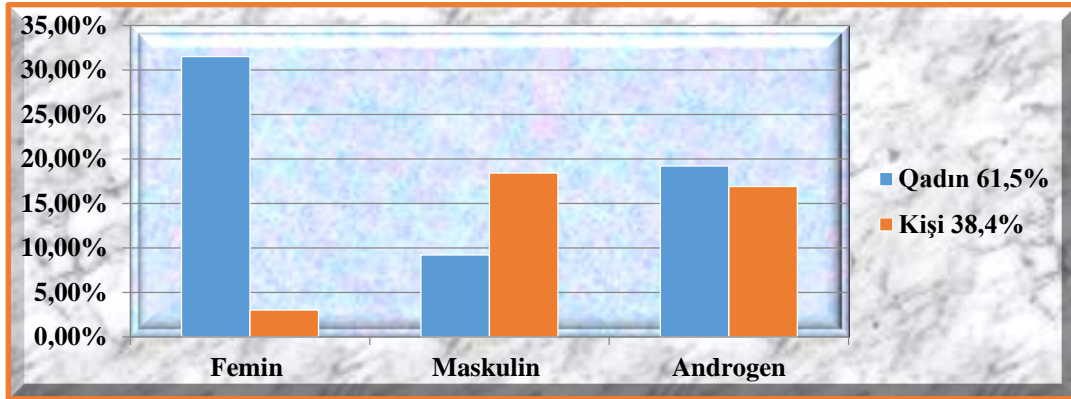
- ☞ Həyatı keyfiyyətlərin qayğısına qalmaq;
- ☞ Münasibətlərin qorunub saxlanması;
- ☞ Emosional davranış tərzi;
- ☞ Hisslərə aludə olmaq.

İqtisadiyyata təsirini nəzərə alsaq maskulinlik iqtisadiyyata daha müsbət təsir göstərir. Çünki o sağlam rəqabətə stimuly verir. Xofstedə görə ən yüksək maskulinlik dərəcəsi Yaponiyadadır, ən aşağısı isə İsveçdə. [10, səh.16-17]. Bəs Azərbaycanda maskulinlik yoxsa feminizm daha çox hökmrandır?! Problemi tədqiq etmək üçün Sandra L. Bernnin "Şəxsiyyətin maskulinlik və feminlik dərəcəsinin tədqiqi" metodikasından istifadə edərik

cəmiyyətdə sorğu təşkil etdik. 150 respondent arasında onların şəxsi xüsusiyyətlərini aşkara çıxarmaq üçün sorğunun cavabları aşağıdakı diaqramda öz əksini tapmışdır.

Şəkil 5.

Azərbaycanda maskulin və femin davranış göstəricisi



Mənbə: Ahiyev C.Q., Mirzəyev R.N. İnsan tanımağın yolları. Bakı: Hərbi Nəşriyyat, 2011, Sandra L. Bernin “Şəxsiyyətin maskulinlik və feminlik dərəcəsinin tədqiqi”.

Apardığımız tədqiqatdan belə nəticəyə gəlirik ki, cəmiyyətdə femin düşüncə maskulin düşüncədən üstündür. Diaqramdan da görüldüyü kimi maskulin qadınlarda 9,2% kişilərdə isə, 18,4% dir. Feminlik qadınlarda 31,5%, kişilərdə isə 3%, androgen tipli insanlar isə qadın – 19,2%, kişi 16,8% təşkil edir. H.Xofsted öz araşdırmalarında maskulin dəyərin iqtisadiyyatın inkişafına müsbət təsir göstərdiyini vurğulasa da, araşdırmalarının sonunda bəzi ölkələrin onun fərziyyəsini yanıtldığını bildirmişdir (Ekvador – maskulin).

Cədvəl 1.

Xofstedə görə femin və maskulin davranışın fərqlilikləri

Cəmiyyətdə hökmran olan davranışlar	
Femin davranış	Maskulin davranış
Digərlərinə qayğı, stabillik	Maddi uğur və yüksəliş
İnsanlarla isti, səmimi münasibət vacibliyi	Pul və əşyaların vacibliyi
Hər kəs ciddi olmalıdır	Kişilər özünəgüvənən, həqiqəti sevən olmalıdır
Həm qadınlar, həm də kişilər incə olmalı və münasibətlərin qayğısına qalmalıdır	Qadınlar incə olmalı və münasibətlərin qayğısına qalmalıdır
Zəiflərə simpatiya	Güclülərə simpatiya
Ehtiyacı olanlara kömək etmək lazımdır	Güclülərə dəstək olmaq lazımdır
Ən yüksək prioritet ətrafın qorunmasıdır	Ən yüksək prioritet iqtisadiyyatın inkişafına dəstək olmaqdır
Beynəlxalq konfliktlər danışıqlar və güzəştlər yolu ilə həll olunmalıdır	Beynəlxalq konfliktlər güc və müharibə yolu ilə həll olunmalıdır.

Mənbə: https://www.e-reading.club/chapter.php/104262/19/Kon_Muzhchina_v_menyayushchemsya_mire.html



Qeyri – müəyyənlikdən qaçış

Xofstedə görə qeyri müəyyənlikdən qaçış indeksi məlum olmayan situasiyadan qaçaraq həll etməyə meyilli olan bir cəmiyyətdir. Yəni situasiya risklidir və kütlə riskli qərar verməkdən çəkinirsə, həmin problemi sonrakı ana saxlayır. Qərar qəbul edərkən biz üç şəraitdə problemlərimizi həll edirik. Müəyyən situasiya, qeyri müəyyən situasiya, və riskli situasiya. Klassik nəzəriyyə qərar qəbulunun üç variantını (şəraitdən asılı olaraq) fərqləndirir:

☞ Müəyyənlik şəraitində qərar qəbulu; bu halda seçim birmənalıdır və rəşional yanaşma tətbiq edilir: Mümkin alternativlər əhəmiyyətlik dərəcəsinə görə “sıraya düzülür” və ən yaxşı variant seçilir.

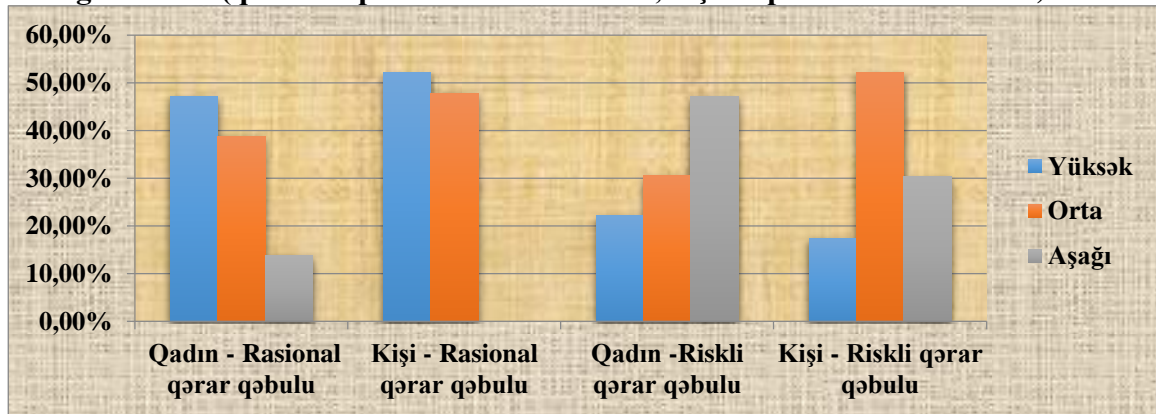
☞ Qeyri – müəyyənlik şəraitində qərar qəbulu; ilkin olaraq, qeyri – müəyyənliyin dərəcəsi qiymətləndirilir. Yəni, əgər, söhbət tam şəkilli qeyri – müəyyənlikdən yaxud sözün bütün mənalarda naməlumluqdan gedirsə, onda qərar qəbul edən şəxsin rəşionallığı təmin etmə imkanları ifrat dərəcədə məhdudlaşır. Belə olan halda, bir qayda olaraq qərar qəbulunun bəzi evristik qaydalarına (strategiyalarına) istinad olunur. Qeyri – müəyyənliyin natamam yaxud hissəvi təzahüründə isə, onun növ müxtəlifliyindən asılı olaraq qərar qəbulu həyata keçirilir. Aprior forma istisna olmaqla, qeyri – müəyyən şəraitdə qəbul edilən qərarların əsaslandırılması qərar qəbul edən şəxsin malik olduğu informasiya çərçivəsində alternativlər çoxluğunun sıxılmasına istinadla həyata keçirilirə

☞ Risk şəraitində qərar qəbulu; qeyri – müəyyənlikdən fərqli olaraq (nəticə məlumdur), risk şəraitində qərar qəbulu mövcud informasiyaya (situasiya haqqında olan) müəyyən ehtimalların daxil edilməsini nəzərdə tutur. Amma, bu halda qərar qəbul edən şəxs vəziyyətin necə olacağını və nail olunması mümkün olan situasiyalarda ehtimalların necə bölündüyü haqqında dəqiq biliyə malik olmur. Sübut etməyə ehtiyac yoxdur ki, risk – qərar qəbulu prosesinin başlıca amillərindən biri kimi alternativlər arasındakı seçimə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər. Bu aspekt psixoloji müstəvidə geniş diapazonda araşdırmaların obyektini kimi bu gün də öz aktuallığını saxlamaqdadır. N. Roqan və M. Vallaç hesab edirdilər ki, özünəinanan və müstəqil olan şəxslər riskin orta səviyyəsinə uyğun qərar qəbuluna üstünlük verirlər.

Xofstedə görə riskdən qaçmağa meyilli ölkələr dəyişikliyi hədə qorxu kimi qəbul edirlər. Adətən daha çox belə hallar dinin və ya sosial gözləntilərin, rolların hökm sürdüyü ölkələrdə baş verir. Yəni bu cür ölkələr problemin həllinə sosial rollar çərçivəsindən baxır, cəmiyyət tərəfindən qəbul olunmuş normalara görə davranır, ona əks gələn hər hansı bir davranışı hədə kimi qəbul edir. Riskə meyilli ölkələrdə isə cəmiyyət dəyişməyə, tendensiyaları yüngül qəbul etməyə, öz mövqelərini rahat şəkildə bildirməyə meyilli olurlar. Xofstedə görə ən az riskə meyilli ölkə Sinqapurdur. Bəs Azərbaycanda qərar qəbul etdiyimiz zaman riskli qərar qəbul edirik yoxsa rəşional qərar qəbul edirik. Cins amilini nəzərə alaraq şəxsiyyətin qərar qəbulunda rəşional və riskli təfəkkürün eksperimental tədqiqini həyata keçirtmişik. Tədqiqat T.V.Kornilovanın “Qərar qəbulun şəxsi faktorları” metodik sorğusunun [2] köməyi ilə Bakı Dövlət Universitetinin 118 tələbəsi arasında aparılmışdır. Fərziyyəmiz ondan ibarətdir ki, qərar qəbulu prosesində rəşional və riskli təfəkkür tərzi cinsdən asılıdır.

Şəkil.6.

Qərar qəbulu prosesində rasionel və ya riskli təfəkkürün cinsi amilindən asılılıq göstəricisi (qadın respondentlərin - 72 nəfər, kişi respondentlər - 46 nəfər).



Mənbə: Alıyev C.Q., Mirzəyev R.N. İnsan tanımağın yolları. Bakı: Hərbi Nəşriyyat, 2011.

Şəkil 6-dan görüldüyü kimi qadın respondentlərin rasionel qərar qəbulu 47,2% yüksək, 38,8% orta, 13,8% - i isə aşağı mövqelərdə dayanmışdır. Riskli qərarlara meyllilik isə qadınlarda 22,2% yüksək, 30,5% orta, 47,2%-i isə aşağı nəticə göstərmişdir. Cədvəldən aydın olur ki, qərar qəbulu zamanı riskli addımlar atmaqdan zərif cinsin nümayəndələri daha çox rasionel qərar qəbul etməyə meyllidirlər. Kişi respondentlərin isə rasionel qərar qəbulu 52,1% yüksək, 47,8% , riskli qərarlara meyllilik isə kişilərin 17,3% yüksək, 52,1% orta, 30,4% - i isə aşağı nəticə göstərmişdir. Cədvəldən aydın olur ki, kişi nümayəndələri də rasionel qərar qəbul etməyə üstünlük verirlər. Lakin qadın respondentlərindən fərqli olaraq onlarda rasionel qərar qəbulunun aşağı göstəricisi müşahidə olunur. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, kişi respondentlər birmənalı rasionel təfəkkürə üstünlük verirlər. Qeyd etmək lazımdır ki, kişi respondentlər rasionel təfəkkürə üstünlük versələr də orta səviyyədə (52,1%) riskli qərar qəbul etməyə meylli olduqları da müşahidə edilir.

Praktik istiqamətdə aparılan eksperimentin nəticəsindən aydın olur ki, qərar qəbulu zamanı riskli addımlar atmaqdan zərif cinsin nümayəndələri daha çox rasionel (47,2%) qərar qəbul etməyə meyllidirlər. Kişi respondentlər isə, kişi respondentlər birmənalı rasionel (52,1%) təfəkkürə üstünlük verirlər. Qeyd etmək lazımdır ki, kişi respondentlər rasionel təfəkkürə üstünlük versələr də, orta səviyyədə (52,1%) riskli qərar qəbul etməyə meylli olduqları da müşahidə edilir. Nəticədən aydın olur ki, rasionel və riskli qərar qəbulu cinsi fərqliliklərdən asılı olaraq fərqli şəkildə təzahür edir.

Gələcəyə yönəlmə və arzuların gerçəkləşməsi

Bu ölçüyə görə cəmiyyətin nə dərəcədə gələcəyi düşünməsi ilə bağlıdır. Alimə görə Şərqi ölkələri daha çox gələcəyi düşünməyə yönəlir. Ən çox gələcəyə plan qurma Çində, Honq-konqda, Tayvanda, Yaponiyada, Cənubi Koreyada müşahidə olunur. Amerikada 26 bal ilə dəyərləndirilir. Azərbaycanın mental dəyərlərinə nəzər yetirsək görürük ki, bizim mental dəyərlərimizdə gələcəyi planlaşdırma daha dominantdır. İndi və burda prinsipi bizim xalq üçün keçərli deyildir. Zənnimcə, bunu din amili ilə bağlamaq da olar. Cənnət və cəhənnəmə inam, imanlı insanlar bu gün ilə yaşaya bilməzlər. O cümlədən arzuların gerçəkləşdirilməsi dəyərinin mənası – yəni insanlar öz arzularının arxasınca düşürlər yoxsa, sosial normaları, ictimai qınağı əsas götürərək arzularından kənar həyatı seçirlər. Zənnimcə, Azərbaycanda arzularından kənar, sosial normalara, cəmiyyət tərəfindən qəbul ediləcək situasiyaları öz arzularından üstün tuturlar. Etnopsixologiyamıza nəzər yetirsək görürük ki,



bizim xalq üçün qeyd etdiyimiz kimi, ictimai qınaqdan çəkinib abrı – həyanı gözləmə, böyüyə hörmət etmə, əxlaq tərbiyə çərçivəsində qeyd olunur. Bunlar bizim xalqın bünövrəsidir.

Nəticə

Problem çərçivəsində apardığımız araşdırmalar həm nəzəri, həm də eksperimental aspektdən müəyyən nəticələrə gəlməyə imkan vermişdir. Belə nəticəyə gəldik ki, bəzi dəyərlər yaş dövrünə uyğun şəkildə insan davranışını müşayət edir. Məhz bu səbəbdən də, iqtisadiyyatın inkişafında mental dəyərlərin öyrənilməsi prosesində qarşılıq yaranır. Lakin mental dəyərlərin alqı-satqı prosesinə, xarici ticarətə, məşğulluq səviyyəsinə təsirinin araşdırılması gələcəkdə mühüm nəticələr əldə etməyə zəmin yaradır. H.Xofstedin dünya üzrə apardığı tədqiqatı əsas tutaraq Azərbaycanda praktik istiqamətdə apardığımız eksperimental – psixoloji tədqiqatlardan aşağıdakı nəticələr əldə etdik:

✎ Sanqvinik temperament tipli rəhbərlər 8,5% yüksək Fleqmatik temperament tipli isə 22,8% yüksək, xolerik temperament tipli rəhbərlərin 5,7% - i yüksək Aşağı nəticə sanqvinik temperament tipli rəhbərlərdə aşkar olunmamışdır. Melanxolik temperament tipi cəmi bir nəfərdə (2,8%) müşahidə edilmiş, lakin şöbənin illik fəaliyyəti yüksək dəyərləndirilmişdir. Qarışıq temperament tipləri olan sanqvinik – fleqmatik 2,8% yüksək, 2,8% orta və xolerik – melanxolik 5,7% yüksək, 2,8% orta səviyyədə fəaliyyət göstərən rəhbərlərdə özünü biruzə vermişdir.

✎ Şöbə müdirlərinin rəhbərlik üslubları ilə şöbənin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi arasında asılılıq. Şəkil 4 – da rəhbərlik üslubları ilə şöbələrin fəaliyyətinin nəticələri müqayisəli şəkildə təhlil olunmuşdur. Əvvəla rəhbərlik üslublarının faizinə nəzər yetirək: cədvəldən görüldüyü kimi 60% - demokrat, 17,1% - liberal, 22,8% - rəhbər isə avtoritar rejimdə şöbəni idarə edirlər. Nəticədə tədqiqatdan aydın olur ki, liberal (0)və avtoritar (8,5% yüksək) üslubları ilə idarə olunan kollektivlərin fəaliyyəti birmənalı səciyyə daşımır. Lakin, fleqmatik (40% yüksək) temperament tipinə malik demokratik rəhbərlik üslubuna xas şöbə müdirlərinin idarə etdikləri kollektivin fəaliyyəti daha səmərəli şəkildə təşkil olunmuşdur.

✎ Apardığımız tədqiqatdan belə nəticəyə gəlik ki, cəmiyyətdə femin düşüncə maskulin düşüncədən üstündür. Diaqramdan da görüldüyü kimi maskulin qadınlarda 9,2% kişilərdə isə, 18,4% dir. Feminlik qadınlarda 31,5%, kişilərdə isə 3%, androgen tipli insanlar isə qadın – 19,2%, kişi 16,8% təşkil edir.

✎ Praktik istiqamətdə aparılan eksperimentin nəticəsindən aydın olur ki, qərar qəbulu zamanı riskli addımlar atmaqdan zərif cinsin nümayəndələri daha çox rasiona (47,2%) qərar qəbul etməyə meyllidirlər. Kişi respondentlər isə, kişi respondentlər birmənalı rasiona (52,1%) təfəkkürə üstünlük verirlər. Qeyd etmək lazımdır ki, kişi respondentlər rasiona təfəkkürə üstünlük versələr də, orta səviyyədə (52,1%) riskli qərar qəbul etməyə meylli olduqları da müşahidə edilir. Nəticədən aydın olur ki, rasiona və riskli qərar qəbulu cinsi fərqliliklərdən asılı olaraq fərqli şəkildə təzahür edir.

Həmçinin onu da qeyd etmək lazımdır ki, istər nəzəri, istərsə də praktik istiqamətdə aparılan araşdırmalar, müasir dövrümüzdə dəqiq nəticələr əldə etməmiş, problem hələ də qabarıq şəkildə öz aktuallığını qorumaqdadır. Zənnimcə, əgər bir xalqa gələn miqrantların təsiri, o cümlədən xarici ölkələrin təsiri yoxdursa, o ölkələrin mental dəyərləri ilə iqtisadiyyatı əlaqələndirmək olar. Bir sözlə xalis köklü mental dəyərlərə sahib ölkələr ilə tədqiqatlar daha reprezentativ nəticələrə gətirib çıxarda bilər.



Ədəbiyyat

1. Aliyev C.Q., Mirzəyev R.N. İnsanı tanımağın yolları. Bakı: Hərbi Nəşriyyat, 2011, 403 s.
2. Bayramov Ə.S., Əlizadə Ə.Ə. Psixologiya, Bakı: Çinar çap, 2006, 620 s.
3. Лафта Дж.К. Эффективность менеджмента организации. М.:1999 .
4. Леонтьев Д.А.Индивидуальный стиль и индивидуальные стили взгляд из 1990.x//стиль человека. М.: 1990, 105 с. 182.
5. Л. В. Щербина.История экономики: конспект лекций. 180 стр.
6. Майерс Б.И., Майерс П.Б., МВТИ : определение типов. У каждого свой дар. Pretext, 2012, 224 с.
7. Психология личности.тексты.Под редакцией Гиппенрейтер Ю.Б., Пузыря А.А., Джемс У. Динамика и организация личности. М.: 1982, 55-59 с.
8. Роцин С. Ю., Разумова Т. О. [Текст]: Экономика труда. М.: ИНФРА-М, 2008
9. Сборник психологических тестов. Часть I: Пособие / Сост. Миронова Е.Е. Мн.: Женский институт ЭНВИЛА, 2005, 155 с
10. Hofstede G. and Associates.Masculinity and Femininity.The Taboo Dimension of National Cultures.SagePublications, 1998. P. 175
11. <http://www.dissercat.com/content/natsionalnyi-mentalitet-kak-institutsionalnyi-faktor-ekonomicheskogo-razvitiya-rossiiskoi-fe>

В.А.Байрамов
Ф.А.Байрамова

Психологические особенности ментальных ценностей влияющих на экономические отношения

Резюме

Цель исследования: изучить важность влияния ментальных ценностей на экономические отношения. Методология исследования: Обобщение, анализ-синтез, систематизация, Х. Айзенк «Опрос личности», «Самооценка управления», Сандра Л. Берн «Исследование мужественности и феминизма личности», Т. В. Корнилова «Факторы принятия решений». Результат исследования: влияние менталитета народа на его личные отношения, работу и жизненный процесс, а также на закономерность формирования социально-экономической среды неизбежны.

Ключевые слова: психические ценности, экономические отношения, межличностные отношения, коллективизм и индивидуализм, мужественность и феминизм, дрейф, ориентация на будущее, дистанция доминирования, демократ, авторитарный, либеральный, типы темперамента: сангвиник, флегматик, холерик, меланхолик, рациональное и рискованное принятия решение, возраст, потребитель



V.A.Bayramov

F.A.Bayramova

Psychological features of mental values affecting to economic relations

Summary

Objective: study the importance of the influence of mental values on economic relations. Research Methodology: Generalization, Analysis-Synthesis, Systematization, H. Eysenck "Personality Poll", "Management Self-Evaluation", Sandra L. Bern "Investigation of Masculinity and Feminism of Personality", T.V. Kornilova "Decision-Making Factors". The result of the study: the influence of the mentality of the people on their personal relationships, work and life process, as well as the pattern of formation of the socio-economic environment are inevitable.

Keywords: *mental values, economic relations, interpersonal relations, collectivism and individualism, masculinity and feminism, drift, orientation to the future, domination distance, democrat, authoritarian, liberal, types of temperament: sanguine, phlegmatic, choleric, melancholic, rational and risky adoption decision, age, consumer*

Elmi redaktor: *i.f.d., dos. Y.Məmmədov*

Daxil olub: *01.05.2019.*

Çapa qəbul olunub: *03.05.2019.*