

Hamkorlikda qaror qabul qilishda biznes etikasi va ma'naviyatiga bo'ysunish

Reja:

- 1. Biznesda muloqot turlari*
- 2. Biznesmenlar majlisi*
- 3. Muomala madaniyati: salbiy his-tuyg'ularga berilmaslik.*
- 4. Tabiati og'ir sherik bilan o'zaro munosabatlar etikasi*
- 5. Telefonda suhbatlashish odobi*
- 6. Kommunikativ faoliyat tushunchasi*

1. Biznesda muloqot turlari

Diskussiya bu ochiq bahs bo'lib, uning maqsadi turli nuqtayi nazarlarni solishtirish, haqiqiy fikrlarni aniqlash, munozarali masalaning to'g'ri yechimini topishdir. Bu ishontirishning eng samarali usulidir, chunki ma'naviyati yuksak biznesmen hamisha to'g'ri fikrni tanlab, ma'lum xulosaga keladi.

Disput – bu ilmiy va ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan ochiq bahs. Dastlab bu so'z ilmiy daraja olish uchun yozilgan ilmiy asarni himoya qilish nutqi bo'lgan. Keyinchalik biznes sohasida ham savdo-sotiq, mol ayirboshlash kabi qator masalalarda disput – ochiq bahs yuz beradigan bo'ldi va bunda biznesmenlar etika hamda muomala madaniyatiga qat'iy rioya qiladilar.

Polemika - bu bahs turi bo'lib, unda konfrontatsiya, tomonlar, g'oyalar, fikrlarning qarama-qarshiligi, kurashi yuzaga keladi.

Diskussiya, disput ishtirokchilari qarama-qarshi fikrlarni solishtirib, yagona yechimga kelishga, haqiqatni topishga birgalikda harakat qiladi. Polemikaning maqsadi raqib ustidan g'alaba qozonish, o'z nuqtayi nazarini himoya qilish va mustahkamlashdir. Bundan tashqari, polemika ishontirish, o'z fikrini aniq va inkor etilmaydigan dalil va ilmiy isbotlar bilan mustahkamlashdir.

“Debatlar” va “muhokamalar” deyilganda, odatda, majlis, yig'ilish va konferensiyalarda ma'ruza, xabar, so'zga chiqishlarni muhokama qilish tushuniladi. Bahsga kirishgan kishilarning maqsadi va so'zga chiqish sabablari turlicha: haqiqatni izlash, kimnidir ishontirish, g'alaba qozonish. Ularni psixologik sotsiologiya va konfliktologiya fanlari tadqiq etadi. Polemika malakasi biznes sohasidagi deyarli barcha kishilarga kerak. O'zaro hamkorlik sharoitida individlarning kommu-nikatsiya jarayoni turli qarashlar mavjudligini, ularni ko'rib chiqish va doimo harakatning optimal variantini tanlashni taqozo etadi. Polemika olib boruvchining xususiyatlari – bu katta bilimdonlik, bahs, psixologiya, etika bilan bog'liq masalalarda bilimga ega bo'lish, noan'anaviy tarzda fikrlash, muomala qilish, bahsga kirisha olish, diskussiyalarning kechishini tashkillashtirish malakasiga ega bo'lishdir. Hamkorlik intel-lektual ishining muvaffaqiyati - biznes muloqotini tashkilashtirish quyi-dagi omillarga bog'liq:

1. Mavzu, muammo (qarama-qarshilik)ni tanlash va uni shakllantirish.

2. Muhokama qilish uchun masalalar ishlab chiqish. Buning uchun muammoni yechishga halaqit beruvchi omillarni, sabablarni aniqlash lozim. Bu bosqich o'z mohiyati bilan muammoning dekompozitsiyasini tashkil qiladi.

1. Stsenariyni ishlab chiqish (kirish so'zi, muhokama qilinadigan masalalar, tinglovchilarni faollashtirishga qaratilgan, diqqatini jalb qiladigan va ushlab turadigan usullar va h.k.).

2. Tayyorgarlik ishi: dolzarb bo'lgan sohada o'z bilimini oshirish, mavjud bo'lgan nuqtayi nazarlar bilan tanishib chiqish va tahlil qilish, mutaxassislardan maslahat olish, o'z qarashlarini shakllantirish, diskus-siya ishtirokchilarini va ularning harakatlariga ta'sir etuvchi omillarni o'rganib chiqish.

3. Bilimdon, mazkur tadbirlarni o'tkazish qobiliyatiga ega barcha ishtirokchilarni muzokaraga qiziqtirib, unda ishtirok etishini tashkil qila oladigan, zukko rahbarni tanlash.

4. Diskussiya jarayonida bahslashish madaniyati qoidalariga rioya qilish, bir-biriga nisbatan yaxshi munosabatda bo'lish (muomala madaniyati), eshitish va ko'rish malakasi (eshitgan narsaning aytilgan narsaga nisbatan muqobilligi), xolislikka intilish, asosiy narsalarni ikkilamchi narsalardan farqlay olish, e'tiborni konfrontatsiya emas, bal-ki hamkorlik unsurlariga qaratishga harakat qilish.

5. Diskussiya natijalarini shunday tugatish kerakki, undan keyin hamkorlik qilishga imkoniyat qolishi va taranglashgan munosabatlar bartaraf etilishi lozim.

Aqliy hujum (breynstroming) aniq maqsadga ega bo'lishi va quyi-dagi bosqichlarni qamrab olishi lozim: g'oyalarni yig'ish, tartibga solmagan holda g'oyalarni sanab o'tish, ularni tushunib olish va maqsadga erishishda ahamiyatiga qarab, tartibga solish. Aqliy hujumning turlari: to'g'ri, teskari (g'oyalar tanqididan boshlanadi), ikki martali (ishtirokchilar soni tadbirning cho'zilganligiga qarab, optimal sondan ikki-uch marta oshib ketadi), g'oyalar konferensiyasi (odatda, 4-12 kishi uchun 2-3 kunga mo'ljallangan), individual aqliy hujum (o'z-o'ziga g'oya beradi va o'z-o'zini tanqid qiladi). Aqliy hujum ishtirokchilari-ning soniga kelganda shuni aytish joizki, bunda mutaxassislarning fikri farqlanadi: kimdir

“Miller soni” bo‘yicha, ya’ni 5-9 kishi aqliy hujumda ishtirok etishi kerak, deb qayd qilsa, boshqalar 7-15 kishi deb uqtiradi.

Aqliy hujumning o‘tkazish bosqichlari: guruhni “g‘oyalar beruv-chilar” va “tanqidchilar”ga bo‘lish (ish jarayonida ishtirochilar rollari bilan almashishi mumkin); 2) g‘oya beruvchilarning muammo yechimi-ga oid bo‘lgan har qanday takliflarini oldinga surish, takliflarni jamlash; 3) omadli, omadsiz va bahsli takliflarni saralash bo‘yicha tanqidchi-larning faoliyati; 4) bahsli takliflarni muhokama qilish; 5) qabul qilingan takliflarni muhokama etish, ularni qayta ishlash, texnik-iqtisodiy asos-larini ishlab chiqish, ahamiyatga ega bo‘lgan ustuvorliklarni, kamchilik-larni saralash va maqsadli boshqarish stsenariysiga muvofiq ishlash.

2. Biznesmenlar majlisi

Guruhda biznesga oid savollarni muhokama qilishning keng tarqalgan shakllariga majlislar va yig‘ilishlar kiradi.

Informativ suhbatlashish. Har bir ishtirokchi ish holati haqida boshliqqa xabar beradi. Bu esa yozma ravishda hisobot berishdan ozod qiladi va har bir ishtirokchining muassasadagi ish holati haqida ta-savvurga ega bo‘lishiga yordam beradi.

Qaror qabul qilish maqsadida o‘tkaziladigan majlis. Muayyan qaror qabul qilishda turli tashkilot, muassasalar vakillarining fikrlarini tartiblashtirish.

Ijodiy majlis. Yangi g‘oyalarni ishlatish, istiqboldagi faoliyat yo‘-nalishini ishlab chiqish.

Majlislarning boshqa bir qator tasnifi ham mavjud, shu jumladan, sohaga bog‘liq turlari, masalan: fan sohasida – konferensiya, seminar, simpoziumlar, ilmiy kengash majlisleri; siyosatda - qurultoy, plenum, mitinglar. Mavzuga qarab texnik, kadrlarga oid, ma’muriy, moliyaviy va boshqa majlislar bo‘ladi. axloqiy-tashkiliy yondashuvlardan kelib chi-qib, Amerika tadqiqotchilari diktatorlik, avtokratik, segregativ, diskus-sion va erkin majlislarni farqlaydi.

Diktatorlik majlislarida rahbar, odatda, hozir bo‘lganlarga ma’lum masalalar bo‘yicha o‘z qarorini bildiradi yoki yuqorida turgan tashkilotning nuqtayi nazari yo ko‘rsatmalari bilan tanishtiradi. Bu qaror va ko‘rsatmalar muhokama qilinmaydi. Ishtirokchilar faqat savollar berishi mumkin.

Avtokratik majlis diktatorlik majlisining bir ko‘rinishidir. Rahbar navbati bilan ishtirokchilarga savollar berib javoblarini tinglaydi. Taklif qilinganlar boshqalarning nuqtayi nazari qandayligini bilish uchun savol bermaydi.

Segrativ majlis (segregatsiya – *lot.* ajratish, chiqarib yuborish) rah-bar yoki uning ishongan kishisining ma’ruzasidan iborat bo‘ladi. Majlis ishtirokchilari raisning ko‘rsatmasi asosida tanlanadi.

Diskussion majlis demokratik mazmunga ega. Fikrlar erkin al-mashinadi, qaror umumiy ovoz berish asosida qabul qilinib, keyin rah-bar tomonidan tasdiqlanadi yoki ovoz bermasdan, rahbar tomonidan bildirilgan fikr va takliflar asosida qabul qilinadi. Erkin majlislar aniq shakllanmagan kun tartibi asosida o‘tkaziladi. Majlislarga bir qator axloqiy talablar qo‘yiladi. Ular boshliqlar va ishtirokchilar yoki ishtirok-chilarning o‘rtasidagi munosabatlarni tartibga solib turadi. Masalan, rahbarning o‘z kotibasi yoki telefoni orqali muhim masalani muhokama qilish uchun zarur xodimlarni majlisga taklif qilishi axloqiy tomondan o‘rinli bo‘ladi. Ma’lum qulayliklarni yaratish auditoriyaga nisbatan bo‘lgan hurmatni bildiradi (majlis o‘tadigan xonani ishtirokchilari soniga qarab tanlash, zarur yorug‘lik bilan ta’minlash, xonani shamol-latish, kerakli ma’lumotni yozib olish uchun imkoniyat yaratish va b.).

Majlis yoki yig‘ilishlarning asosiy unsuri – bu qaror qilinadigan masalalar bo‘yicha muhokama o‘tkazish. Uning bosh maqsadi haqiqatni izlash. Agar biznesmenlar o‘rtasida axloqiy me’yorlar saqlangan bo‘lsa, unda diskussiya o‘tkazish maqsadga muvofiq bo‘ladi. Masalan, I. Braim quyidagilarni ta’kidlaydi:

- diskussiyada boshqaning fikrini, hatto u mantiqsiz bo‘lsa ham hurmat qilish kerak. Birovning fikrini tushunish uchun, avvalo, toqat bilan uni tinglash kerak bo‘ladi;

- bahs o‘rtasida boshqa bir mavzu qo‘shilib ketishiga ahamiyat berish kerak. Diskussiyani nizoga aylantirish kerak emas. Bahsda fikr yaqinligini izlash kerak bo‘ladi, umumiy yechimni topishga harakat qilinishi zarur. Ammo “fikringiz to‘g‘ri bo‘lsa-yu, undan voz kechish kerak bo‘ladi”ga o‘xshash gapni bildirmaydi, biroq o‘z nuqtayi nazarini yana bir bor tanqidiy ko‘z bilan ko‘rib chiqish foydadan holi bo‘lmaydi;

- hatto eng keskin kechadigan diskussiyada ham so‘kinish va mas’uliyatsiz gaplarni (bu noto‘g‘ri, bu hech narsaga arzimaydi, ahmoqona gap qilmang va b.) qo‘llamaslik kerak. Muxolifning g‘ururiga tegmasdan va uni yerga urmasdan istehzo qilish mumkin;

- diskussiyada eng kuchli qurol faktlar va ularni haqqoniy ravishda talqin qilishdir;

- nohaqligini tan olish ham mard insonlarga xosligini unutmang;

- oliy himmatli bo‘ling: agar muxoliflaringiz yutqazgan bo‘lsa, ular ustidan kulmaslik, ularga o‘z obro‘sini saqlab qolishga imkon yaratib berish biznes etikasi va ma’naviyatining asosiy shartlaridandir.

3. Muomala madaniyati: salbiy his-tuyg‘ularga berilmaslik. Tajovuzkorlik

Salbiy munosabatlar holatlarini (maqsad yo‘lida paydo bo‘layotgan aniq yoki xayoliy to‘siqlar natijasida yuzaga keladigan) tadqiq qilish natijalari 1944 yilda amerikalik olim S. Rozensveyg tomonidan birinchi bor e‘lon qilingan edi. Uning ba‘zi bir ishlarida bu tajovuzkorlikni tadqiq etish deb nomlanadi. Tajovuz deganda muallif maqsadga yo‘nal-tirilayotgan harakatni (jismoniy yoki psixik) to‘xtatish natijasida yuzaga keladigan energiyani tushungan. Bu energiya tashqi dunyoga yo‘nal-tirilgan (tashqi tajovuz yoki tashqariga qaratilgan reaksiya), o‘ziga qaratilgan (ichki tajovuzkorona reaksiyalar) yoki to‘siqlardan o‘tishga qaratilgan (konstruktiv reaksiya) tajovuz bo‘lishi mumkin. Ular bir vaqtning o‘zida subyektiv borliqning biror bir jihatiga qaratilgan bo‘ladi.

To'siqlar bilan bog'liq bo'lgan ko'pgina sharoitlar har xil shaxslar tomonidan aksariyat hollarda bir xil talqin qilinadi. Talabni qondirishga qaratilgan xolis yo'naltirilgan (konstruktiv) munosabat juda samarali hisoblanadi. Misol tariqasida turli sharoit bilan bog'liq bo'lgan savol-larning javoblarini turli variantlarini ko'rib chiqish mumkin.

O'tib bo'lmas tuyuladigan to'siqqa nisbatan bildirilgan munosabat sifatida hajvning talqini qiziqdir. Uni tajovuzkorona energiyaning tarqab ketish usuli deb tushuntirsa ham bo'ladi. Salbiy his-tuyg'ular bilan ishlash texnikasining aksariyati tahlil sohasiga oid (sherikni katta yoshdagi shaxs holatida ushlab turish):

- munosabatlarni rasmiyatchilikka aylantiruvchi texnika (biror bir me'yoriy hujjatga ishora qilish);
- “salbiy” sherikni qabul qilib olish va sharoitni oydinlashtirishga olib keladigan savollarni unga berish texnikasi;
- chalg'itish, gapni boshqa mavzuga burish texnikasi (oddiy tilda, boshqa aybdorni topish);
- fikrni kontrargumentatsiyalash texnikasi (salbiy holatni yuzaga keltirishi mumkin bo'lgan savollar ro'yxati tuzilib, ular bahs mavzusi-dan chiqarib tashlanadi).

4. Tabiati og'ir sherik bilan o'zaro munosabatlar etikasi

Biznes etikasi va ma'naviyati ba'zida axloq me'yorlaridan chiqib ketadi. Bunday holatlarda ishtirokchilar o'zaro munosabatlarini yaxshi yo'lga qo'yishni istamaydilar, bir-birlarining manfaatlarini hurmat qilishmaydi va b. G'arb olimlari bunday qiyin sheriklarning tipologiya-sini taklif qilishgan. Bundan tashqari, ular bunday sheriklarning har biri bilan ishlash uslubini ishlab chiqqan (3-jadval).

3-jadval.

Tabiati og'ir bo'lgan sheriklarning tipologiyasi

Turi	Munosabat
<p>Tajovuzkor. Og'ir tabiatli "tank".</p> <p>Odatda, birdan hujumga o'tadi. Keskin, haqoratomuz, kutilmagan tarzda harakatlar qilib, hamsuhbatini qo'rqitishga o'tadi. Ular alohida olingan kishilarga hujum uyushtirib, ularni tanqid ostiga ko'mib tashlaydi. O'zlarining dunyoqarashi to'g'ri ekanligini isbotlamoqchi bo'ladi. Tajovuzkorlik va o'ziga ishonchni ular birinchi o'rinda tutadi va bunday xususiyatlarga ega bo'lmagan kishilarni qadrlamaydi.</p> <p>Tajovuzkor "Snayper"</p> <p>ochiqcha yondashishni ustuvor qo'yadi. Soxta do'stlikni ro'kach qiladi, bilvosita ishoralarni ishlatadi, kalaka qilishning hazilomuz usullarini ishlatmaydi, kinoya va g'ururga tegib ketadigan gaplarni qo'llaydi. O'zlarining verbal "o'qlari"ni, hazillarini noverbal belgi bilan to'ldirib boradi. Har qanday javob, zarba o'z-o'zini himoyalash emas, balki tajovuzkorlik shaklini olishga sharoit yaratadi. Boshqalarni bir-biriga yomon ko'rsatib, o'zlari yaxshi</p>	<p>Unga xohlaganicha gapirib olishga va tinchlanishiga imkon bering. Har qanday usullardan foydalanib, tashabbusni qo'lga kiriting. Uni tinchlanib, o'tirishiga harakat qiling. Uning e'tiborini o'zingizga jalb qiling. O'z fikringizni ishonch bilan bayon qiling. Uning gapini bo'lishga urinmang. Unga do'stona munosabatda bo'ling. Ularni fosh qilmang. Bavosita jang o'rniga muqobillikni taklif eting. Uning nuqtayi nazarida to'xtab qolmang, boshqalarni muhokamada ishtirok etishga torting. "Snayper" ishtirok etadigan nizoli holatda ishtirok etmasdan, mojaroni bartaraf etishga urinib ko'ring.</p> <p>Unga charchab qolishga imkon bering. Agar u gapdan to'xtamayotgan bo'lsa, unda biror bir betaraf gap bilan to'xtating. Uning gaplari siz uchun muhim ekanligini ayting. Tanaffus qilib, u bilan boshqa mavzular haqida gaplashib ko'ring.</p> <p>Uni jiddiy tinglang va fikriga tushunganligingizga ishonch hosil qiling. Tortishuvdan qoching, chunki u bir-birini takror-takror ayblash jarayoniga</p>

ekanliklariga ishonishadi.

Tajovuzkor “Granata uloqtiruvchi”. Jismoniy yoki psixologik tahdidni sezganda ularning harakati nazorat qilinmaydigan tajovuz tusiga kiradi. Ularning tipik munosabati – jahl, keyin esa ayblash.

Shikoyatchi.

Ular o‘zlarini hokimlik imkoniyati yo‘q, ammo nima qilish kerakligini yaxshi biladigan va bundan maslahat berishga qobiliyati bor deb biladi. Ular har qanday voqea bo‘yicha shikoyat qiladi va uni bartaraf etish uchun amaldagi ishni bajarmaydi. Ular ahvol qanday bo‘lishini yaxshi bilashadi va bu holatdan chekinish da‘vo paydo bo‘lishiga olib kelishiga ishonadi. Shikoyatchilar uchun da‘vo qilish mavjud bo‘lgan xatolarga ular javobgar emasligini tasdiqlash uchun o‘ziga xos bo‘lgan imkoniyatdir.

Kamgap hamsuhbat.

Tanqid eshitmaslik uchun jim turishni himoya vositasi sifatida ishlatadi. Jim turish qo‘rqinch, jahlni yashirishi mumkin; hamkorlik qilishdan voz kechishi ham mumkin.

aylanib ketadi. Aniq savollar, ma’lum faktlarni aniqlashga qaratilgan topshiriqlar berib yoki da’voni yozma ravishda yozib berishni iltimos qilib, gapni muammo yechimiga qaratilgan yo‘nalishga burishga harakat qiling. Jiddiy, do‘stona munosabat bildirib turing.

Harakat qiling. Jiddiy, do‘stona munosabat bildirib turing.

Turlicha javob olinadigan savollarni bering va uning javobini xotirjamlik bilan kuting. Yuzaga kelgan bo‘shliqlarni to‘ldirishga harakat qilmang. Suhbatga qancha vaqt ketishini kelishib oling. Agar suhbatdosh gap ochmasa, unda sodir bo‘layotgan holat haqida o‘z fikringizni bildiring va uning munosabatini kutib turing. Agar hamsuhbatingiz yana munosabat bildirmasa, unda suhbatni tugatib, boshqa uchrashuv haqida kelishib oling. Natija bo‘lmaganligi sababli, nimadirlar qilishingiz haqida uni ogohlantiring,

O‘tmishda shunga o‘xshash muammolarni yechish muvaffaqiyati haqida ko‘tarinki ruh bilan gapiring. Faoliyatda yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan salbiy holatlar haqida o‘zingiz gapiring. Inkor qiluvchilarga o‘xshash

Inkor etuvchi, shaxslar.

Tevarak-atrofga salbiy ko'z bilan qarovchilar.

Har bir gap, harakatdan kamchilik izlaydi. Odatda, bu kishilar o'ziga ishonmaydi. Bunday kishilar o'zini insoniyatdan ko'ngli sovuganligini boshqalar tushunadi deb biladi. Shu bilan birga oldiga qo'yilgan masalalarga jiddiy yondashishi mumkin. Ammo ularning o'zlari loyihaga rahbar bo'lmasa, ish samara bermaydi, chunki bu ishni ulardan boshqa hech kim qila olmasligiga ishonadi.

Hamma narsaning "bilimdoni".

Aqliy qobiliyatini boshqalar tomonidan tan olinishi ular uchun talabga aylangan. Ular tevarak-atrofdagilarda asabiylik, alam, jahl, ba'zida tajovuzlikning yuzaga kelishiga sababchi bo'ladi. O'zlarining qadrsizligini sezib qolsa, juda qayg'uradi. Ularning kurakda turmas gaplarini eshitish vaqtning bekorga sarflash bilan teng.

Ikkilanuvchi.

kishilarning arizalarini muhokama qilishdan bosh torting, ular siz va sizning tarafdorlaringizga ish haqida salbiy fikrlarni o'tkazish mumkin.

E'tibor bilan tinglab, keyin esa oldinga surilgan taklifning asosiy jihatlarini boshqa so'zlar bilan ayting. Agar biror-bir muammoni ko'tarmoqchi bo'lsangiz, unda bu ishni savol tariqasida amalga oshiring. Muammoni siz qanday tushunganingiz asosida unga aniq fakt va raqamlarni taqdim eting.

Unga qaror qabul qilishga halaqit beradigan yoki to'siqlar haqida gapirib berishni iltimos qiling. Mavzuga oid bo'lmagan gaplarga quloq soling. Ular sizni nizoning sabablari bilan tanishtirishi mumkin.

<p>Odatda, boshqalarga o‘z fikrini yetkazib berolmaydi. Stressni yenga olmaydi va shuning uchun vaqtni cho‘zadi. Bu esa sheriklardagi g‘ayratni susayishiga olib keladi va jamoa jipsligi yo‘qoladi. Ular tez xafa bo‘ladigan va hissiyoti kuchli kishilar. Agar ma’lumoti noto‘g‘ri ekanligidan va u boshqalar tomonidan noto‘g‘ri qabul qilinishidan qo‘rqsa, unda yanada odamovi bo‘lib qoladi.</p>	
--	--

Hayotda og‘ir tabiatli hamsuhbatlar juda ko‘p. 3-jadvalda berilgan ma’lumotlar ana shunday hamsuhbatlar ko‘ngliga yo‘l topishga yordam beradi.

5. Telefonda suhbatlashish odobi

Telefon, ayniqsa biznes olamining o‘ta zarur, o‘ziga xos “quroli”-dir. Shuning uchun telefonda suhbtlashish odobini bilish muhim. Chunki, telefonda so‘zlashuv paytida ro‘y bergan xatoliklar biznes sohasi uchun juda qimmatga tushishi, faoliyatining samarasini kamayti-rishi mumkin. Bu esa so‘zlashuv ishtirokchilariga katta mas’uliyat yuklaydi.

Telefonda gaplashishning asosiy talablaridan biri fikrlarni qisqa va aniq bayon etishdir. Gap orasida ortiqcha pauza, so‘z, iboralar va his-tuyg‘ular bo‘lmasligi lozim. Telefonda gaplashuvchilarga yana qator ta-lablar ham yuklatiladi. Hamsuhbatingiz qanday kiyinganingizni, kay-fiyatingiz, aft-angoringiz, qayerda ekanligingiz va bir qator noverbal jihatlarni bilmaydi. Biroq ba’zi bir noverbal rag‘batlar borki, ulardan telefonda gapirishda foydalanish mumkin. Ularga quyidagilar, ya’ni pauza uchun tanlangan vaqt, uning davomiyligi, jim turish, tashabbus va rozilikni yoki aks munosabatlarni ifoda etuvchi intonatsiya kiradi. Telefon go‘shagini qancha vaqt ichida qo‘lga olib, eshitish ham kishi qay darajada

bandligidan yoki ushbu qo'ng'iroq uning uchun qay darajada muhimligidan darak beradi. Jenr Yager telefonda so'zlashish-ning bir qancha tamoyillarini belgilab, tartib-qoidalarini, ya'ni madaniya-tini ko'rsatib bergan:

1. Sizni tanimaydigan manzilga qo'ng'iroq qilayotgan bo'lsangiz avval o'zingizni tanishtirib, nima uchun qo'ng'iroq qilayotganingizni tushuntirishingiz kerak.

2. Tezroq ulanish maqsadida, qo'ng'iroq orqali ulanmoqchi bo'lgan kishi sizning eng yaqin do'stingizligini kotibaga aytishingiz biznes etikasi me'yorlarining buzilishiga olib keladi.

3. Kimdir kutayotgan vaqtda qo'ng'iroq qilmaslik qo'pol ma'naviy buzilishdir. Qo'ng'iroq qilaman deya va'da berib, uni unutish ma'naviyat va mas'uliyat hissining pastligini bildiradi.

4. Agar sizga "qo'ng'iroq qiling" degan kishi siz qo'ng'iroq qilgan vaqtda joyida bo'lmasa yoki u turli sabablar bilan telefon oldiga kelol-masa, unda siz qo'ng'iroq qilganingiz haqida unga aytib qo'yishni ilti-mos qiling. Keyin yana bir marta qo'ng'iroq qilib, sizni qachon va qaerdan topish mumkinligi haqida xabar bering.

5. Agar suhbat vaqtingizni ko'proq oladigan bo'lsa, unda sherigin-gizning imkoniga qarab, u bilan suhbat olib borish vaqtini kelishib oling.

6. Hech qachon og'zingizda ovqat bilan telefonda gaplashmang, gaplashayotgan paytingizda saqich chaynamang, suyuqlik ichmang va homuza tortmang.

7. Agar bir telefonda gaplashib turgan paytingizda boshqa telefon jiringlab qolsa, birinchi abonent bilan gapni tugatib, keyin ikkinchi telefondan qo'ng'iroq qilgan odam bilan gaplashishga o'ting. Agar imkon bo'lsa, ikkinchi telefondan qo'ng'iroq qilgan kishiga qaysi ra-qamga va qachon qo'ng'iroq qilish mumkinligini aytish mumkin.

Telefon orqali muloqot madaniyatining boshqa qoidalari ham mavjud:

- telefon qo'ng'irog'iga javob berib, o'zingiz ishlayotgan tashkilot nomi, o'zingizning ism va sharifingizni aytasiz;

- u sizni eshitishi va tushunishi uchun qisqa va aniq gapirishga harakat qiling;

- suhbatdoshingizning gapini e'tibor bilan tinglang va aytilgan gaplarni qayta so'ramaslikka harakat qiling, gapning o'rtasida hamsuh-batingizning gapini bo'lmang, u bilan gaplashganda toqatsizlik qilmang;

- qo'ng'iroqlarga o'zingiz javob bering, agar gap muhim bo'lsa, telefon orqali aytadigan gaplaringizni boshqa birovga topshirmang;

- sizga biror bir masala bo'yicha bir necha marta qo'ng'iroq qilinishiga yo'l qo'ymang, iloji boricha suhbatdoshingizga batafsil ma'lumot berishga intiling. Agar siz tegishli ma'lumotga ega bo'lmasangiz, suhbatdoshingizga bu masalada mutasaddi kishiga murojaat etishni taklif qiling;

- telefon orqali olingan barcha muhim ma'lumotni yozib olish uchun imkoniyat yaratib qo'ying.

Telefon orqali gaplashishda quyidagi xatolar keng tarqalgan:

- 1) qo'ng'iroq qilgan odamning maqsadi noaniqligi;

- 2) asosiy mavzudan chekinish va gapni cho'zish;

- 3) qo'ng'iroq qilish uchun qulay vaqtning topilmaganligi;

- 4) oldindan kelishilmagan tajovuzkor qo'ng'iroq;

- 5) gapning chalkashib ketishi;

- 6) juda tez gapirish (suhbatdosh siz shoshilayotganingizga ishonadi);

- 7) monolog o'rnida dialog, teskari aloqa yo'q;

- 1) final, ya'ni xulosaning yo'qligi.

6. Kommunikativ faoliyat tushunchasi

Kommunikatsiya faoliyat jarayonida sodir bo'ladigan ma'lumotlarni o'zaro almashish, suhbat, shuningdek, ma'lumotlar uzatishdir. Qarorlar sifati va ularni amaliyotga joriy etilishi ko'p holatlarda tashkilotdagi kommunikatsiyaning samarasi bilan belgilanadi. Uning quyidagi turlari farqlanadi:

- 1) tashkilotning rasmiy qurilma o'rtasida amalga oshiriladigan rasmiy kommunikatsiyalar, ya'ni: darjalararo kommunikatsiyalar (quyi va yuqori

yo‘naltirilgan), gorizontal kommunikatsiyalar (tashkilot doirsida bir xil darajadagi bo‘linmalar o‘rtasidagi aloqalar), “rahbar –bo‘ysunuvchi”, “rahbar – ishchi guruhi” shaklidagi kommunikatsiyalar;

2) norasmiy kommunikatsiyalar (norasmiy guruhlar va xizmatga oid masalalar bilan bog‘liq bo‘lmagan kommunikatsiyalar, shuningdek, xizmat masalalari haqida mish-mishlar tarqatish). Rasmiy kommuni-katsiyaning oddiy vositasi og‘zaki va yozma nutqdir. Kommunikatsiya-larni amalga oshirishda “tushunmovchilik to‘siqlari”ni (semantik, stilis-tik, mantiqiy, fonetik, obro‘ bilan bog‘liq bo‘lgan to‘siqlar) e‘tiborga olish lozim. Bundan tashqari, mazkur to‘siqlardan o‘tish usullarini bilish kerak. Kommunikativ mutasaddilik tushunchasi shaxs tomonidan o‘ziga taalluqli quyidagi jihatlarni anglashni nazarda tutadi:

- ishlar texnikasi va qadriyatli yo‘nalishlariga nisbatan ehtiyoj va shaxsiy ehtiyoj;
- shaxsning pertseptiv malakasi, ya’ni tevarak-atrofnı subyektiv ravishda, buzmasdan, u yoki bu muammo, shaxs, ijtimoiy guruhlariga nisbatan jiddiy noto‘g‘ri tushunchalarsiz qabul qilish qobiliyati;
 - tashqi muhitdagi yangiliklarni qabul qilishga tayyor bo‘lish;
 - boshqa ijtimoiy guruh va madaniyatlarning me‘yor va qadriyat-larini anglashdagi imkoniyatlari;
 - tashqi muhit omillarining ta’siri natijasida o‘zining hislari va psixik holatlari;
 - tashqi muhitni personalizatsiyalashda o‘zining usullari. Ya’ni, ma’lum sabab va omillar ta’sirida tashqi muhitning qandaydir unsurlari-ga nisbatan egalik hissining paydo bo‘lishi;
 - yashash muhiti unsurlariga nisbatan paydo bo‘ladigan iqtisodiy madaniyat darajasi.

Kishining butun tabiat va ijtimoiy hayotga va ularning sintezi bo‘lmish o‘ziga nisbatan bo‘lgan munosabatini tartibga soluvchi kom-munikativ vazifalar g‘oyaviy-axloqiy toifa sifatida qabul qilingan.

Har bir shaxs rivojlanishining o'ziga xos xususiyatlari, uning ichki dunyosi va mehnat muhitining betakrorligi kommunikativ faoliyatning o'ziga xos tuzilmasi va mazmuni haqida dalolat beradi. Kommunikativ faoliyat tuzilmasiga mehnatning mazmuni va o'ziga xosligi, korxonasi turi, mehnat qurollarining o'ziga xosligi, mehnatning tashkillashtirilishi, xodimning maqomi va roli katta ta'sir etadi. Kommunikativ faoliyat mazkur korxonasi, jamoasi, xodim mavqei, ish joyi doirasida ko'rib chiqilishi lozim. Shu bilan birga, biznes sohasida ham xulqning umumiy qoidalari va me'yorlarini ajratish mumkin. Masalan, qonunlarga rioya qilish, ishga e'tiborli bo'lish, sof raqobat, xodimlarga nisbatan yaxshi munosabat kabi holatlarni biznes etikasining umumiy me'yorlariga kiritsa bo'ladi. Bunday me'yorlar kasbiy kodekslar, ishlayotgan korporatsiyalar kodekslariga xos bo'ladi. Shu bilan birga, xodimlar yordamida ulkan yutuqlarga erishish va ular tomonidan o'zi bajargan ishidan mag'rurlanish – bu har bir rahbarning maqsadi. Bunday natijalar uning shaxsiy faoliyati asosida qo'lga kiritiladi va har bir korxonasi va sharoitga nisbatan turlicha yechimga ega. Ijtimoiy-psixologik ta'lim berish jarayonida kommunikativ faoliyat rivojlanish xususiyatiga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Karimov I.A. Istiqlol va ma'naviyat. O'zbekiston, 1994 y.
2. Karimov I.A. Yuksak ma'naviyat-yengilmas kuch. -T.: Ma'naviyat, 2008 y.
3. Averyanov L.A. Iskusstvo zadavat voprosi, -M.: Moskovskiy rabochiy.
4. Avrintsev S.S. Poetika ranney vizantiyskoy literaturi. -M., 1977.
5. Agapova E.G. Konfliktologiya, -Samara, 2003.
6. Akshieva A.A., Formanovskaya N.I. Russkiy rechevoy etiket. – M.: Russkiy yazik 1982.
7. Alyaprinskiy B.S. Obschenie i ego problemi. – M.: 1982.
8. Ananov B.G. O problemax sovremennogo chelovekoznaniya. – M.: 1977.
9. Andreeva G.M. Sotsialnaya psixologiya – M.: MGK. 1988.
10. Andreeva V.I. Konfliktologiya (Iskusstvo spora, vedeniya peregovorov, razresheniya konfliktov) – M.: 1995.
11. Andreeva I.V. Etika delovix otnosheniy. Sankt-Peterburg «Viktor», 2005.