



MULOQOTNING BIZNESDAGI O'RNI

Xo'jamurodov Elbek Ahmat o'g'li

Toshkent davlat agrar universiteti agrologistika
va biznes fakulteti raqamli iqtisodiyot yo'nalishi
22-133-guruh birinchi bosqich talabasi.
Tell:+998900712907

E-mile: xujamuratovelbek1@gmail.com

Karimjonov Ibrohimjon Xotam o'g'li

Toshkent davlat agrar universiteti agrologistika
va biznes fakulteti marketing yo'nalishi
22-141-guruh birinchi bosqich talabasi
Tell:+998903801770

E - mile: karimjonovibrohim1770@mail.com

Qo'ziboyev Azizbek Kamoliddin o'g'li

Toshkent davlat agrar universiteti agrologistika
va biznes fakulteti raqamli iqtisodiyot yo'nalishi
22-133- guruh talabasi
Tell:+ 937038953

E- mile: qoziboyev34@gmail.com

Murodov Jahongir Xusan o'g'li

Toshkent davlat agrar universiteti agrologistika
va biznes fakulteti raqamli iqtisodiyoti yo'nalishi
22-133-guruh talabasi
Tell: +998912128426

E-mile: Jahongirmurodov43@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7578186>

ARTICLE INFO

Received: 22th January 2023

Accepted: 26th January 2023

Online: 28th January 2023

KEY WORDS

raqobat, korxonalar, bankrot,
kommunikatsiya jarayonlari,
biznes, vizual muloqot,
raqobatbardosh.

ABSTRACT

Hammamizga ma'lumki hozirgi keskin va shiddat bilan rivojlanayotgan zamonda deyarli har bir sohada biz raqobatni ko'rishimiz mumkin. Bu javhalarda biz raqobatbardosh bo'lishimiz uchun esa muloqotning o'rni beqiyos hisoblanadi. Agar biznesda muloqot tizimi yaxshi ishlamas u korxonalar bankrotga uchrashi shubhasizdir. Ushbu maqolada biznesda qanday qilib kommunikatsiya jarayonlari, vizual muloqotlarni to'g'ri yo'lga qo'yish va boshqa muhim jihatlar batafsil yoritib berilgan.

Dastlab biz muloqot va uning to'laqonli ta'rifini ko'rib o'tsak. Aslida, muloqot tushunchasining turlicha ta'riflari mavjud. Muloqot ikki yoki undan ortiq odamlar o'rtasidagi bilish yoki affektiv-baholash xususiyatiga ega bo'lgan axborot almashinuvida ularning o'zaro ta'sirlashuvi sifatida ta'riflanadi. Yoki: muloqot – odamlar o'rtasida hamkorlik faoliyati ehtiyojidan yuzaga keladigan va axborot almashinuvi, o'zaro ta'sirning yagona yo'lini ishlab chiqish, boshqa odamni idrok qilish va tushunishdan iborat bo'lgan aloqalarni o'rnatish va rivojlantirishning murakkab, keng qamrovli jarayoni. Bu muloqot tushunchasining eng to'liq va aniq ta'rifidir. Muloqot barcha tirik jonotlarga xosdir, lekin odam darajasida u eng takomillashgan shakllarga ega bo'ladi, nutq vositasida anglanadi. Muloqotda quyidagi nuqtayi

nazarlarga ajratiladi: mazmun, maqсад va vositalar. Insonning nutq faoliyati inson ongining barcha qirralari bilan chambarchas bog'langan.

Nutq – inson psixik kamolotining, shaxs sifatida shakllanishining qudratli omilidir. Nutq ta'siri ostida qarashlar, e'tiqodlar, intellektual, ma'naviy va estetik hissiyotlar tarkib topadi, iroda va fe'l-atvor shakllanadi. Nutq yordamida barcha bilishga oid psixik jarayonlar erkin va boshqariladigan tus oladi. Shunday ekan, nutq – bilishga oid psixik jarayon bo'lib, inson tomonidan talaffuz qilinayotgan va eshitib turilgan tovushlar uyg'unligidan iborat, ayni vaqtda shu tovushlarga mos yozuv belgilari tizimi orqali ifodalangan ma'no va mazmunga ega.

Muloqot mazmuni – bu individualliklararo aloqalarda bir tirik jonzotdan ikkinchisiga etkaziladigan axborot. Muloqot mazmuniga tirik mavjudotning ichki motivatsion yoki emotsional holati haqidagi ma'lumotlar kirishi mumkin. Muloqot orqali bir tirik mavjudotdan ikkinchisiga, tirik mavjudotni ma'lum tartibda aloqaga kirishishga yo'naltiruvchi, ularning emotsional holatlari (mamnunlik, shodlik, g'azab, qayg'u, hijron va shu kabilar) haqidagi ma'lumotlar o'tishi mumkin. Bunday axborot odamdan odamga etkaziladi va shaxslararo aloqalar o'rnatish vositasi bo'lib xizmat qiladi.

Hammamizga ma'lumki barcha sohalarda muomala madaniyati turlicha hisoblanadi. Shunday qilib, biznes aloqasining ham bir nechta umumiy qoidalari mavjud:

- ❖ Birinchi qoida - aniq, tushunarli nutq. Tinglovchi suhbatdoshning nima haqida gapirayotganini tushunishi kerak.
- ❖ Ikkinchi qoida - suhbat davomida monotonlikdan qochishdir. Monoton nutq har qanday odamni g'amgin his qilishi mumkin. Hissiy rangsiz nutq suhbatdoshdan qochib qutulish istagini uyg'otadi.
- ❖ Uchinchi qoida ma'ruzachi o'rtacha tezlikda gapirishni nazarda tutadi. Juda sekin gapirish suhbatdoshga qiziqishsizlikka olib keladi. Bu ma'ruzachini ma'lumotdan chalg'itishga majbur qiladi. Va juda tez gapirish, aloqa sherigi shunchaki ma'ruzachining fikrlash pog'onasiga mos kelmasligiga olib keladi.

Haddan tashqari tez yoki sekin nutq tezligi bo'lsa, yaxshi muloqot ishlamaydi. Qisqa va uzun jumalarni almashtirishga harakat qilishingiz kerak. Chunki uzoq, tiqilib qolgan jumalarni o'qish qiyin va faqat qisqa iboralardan iborat nutq to'g'ri taassurot qoldirmaydi. Savollar malakali tarzda berilishi kerak. Suhbatda ochiq va yopiq savollar bir xil darajada muhimdir. Suhbat davomida suhbatdoshni eshitishni o'rganish kerak. Suhbatni biznes takliflari bilan boshlash tavsiya etilmaydi. Bu faqat suhbatdoshning rad etilishiga olib kelishi mumkin. Siz to'g'ridan-to'g'ri maslahatlardan qochishga harakat qilishingiz kerak. Nuqtai nazarni muloyimlik bilan va befarqlik bilan ifodalash kerak, shu bilan birga bu mavzuning sub'ektiv ko'rinishi ekanligini doimo ta'kidlash kerak. Muammo bo'yicha o'z-o'zini fikrlashni rag'batlantirish kerak. Tayyor yechimlar haqida xabar berish tavsiya etilmaydi. Qabul qilingan madaniy me'yorlar va o'dob-axloq qoidalariga rioya qilish kerak. Axir, umuman olganda, kasbiy faoliyatning muvaffaqiyati ularga rioya qilishga bog'liq. Ishbilarmonlik muloqoti boshqa shaxslararo muloqot turlaridan o'zining tartibga solinishi bilan farq qiladi. Bunday muloqotni jarayonning barcha ishtirokchilari o'zlarining shaxsiy rollariga qat'iy rioya qilishlari bilan tavsiflash mumkin. Bu shuni anglatadiki, turli kasbiy vaziyatlarda shaxs ham rahbar, ham bo'ysunuvchi, hamkor va hamkasb bo'lishi mumkin. Ishbilarmonlik o'zaro munosabatlarining har bir ishtirokchisining o'z natijasi uchun yuqori mas'uliyati biznes aloqasining asosiy xususiyatidir. Ishbilarmonlik aloqalari va aloqalarining muvaffaqiyati ko'p

jihatdan tanlangan aloqa strategiyalari va taktikalari bilan belgilanadi, bu aloqa o'zaro ta'sirining maqsadlarini aniq shakllantirish, sheriklarning manfaatlarini to'g'ri aniqlash qobiliyatini nazarda tutadi. Biznes aloqa uslublari ishbilarmonlik aloqalari doirasi sub'ektlar hayotining huquqiy, boshqaruv, ijtimoiy jihatlarini qamrab oladi. Shuning uchun rasmiy ishbilarmonlik muloqot uslubi kasbiy faoliyat va umuman hayotning amaliy talablari bilan belgilanadi. U yozma shaklda (masalan, elektron pochta orqali ish yozishmalar, normativ hujjatlar va boshqalar) va og'zaki (masalan, uchrashuvlar, muzokaralar) amalga oshirilishi mumkin. Zamonaviy jamiyatda ishbilarmonlik muloqoti uslubidan foydalanish oqilona - bu o'zingizni barqaror martaba ko'tarilishini ta'minlash, shaxsiy mavqeingizni oshirish va biznes faoliyatining barcha sohalarida muvaffaqiyatga erishishdir. Biznes uslubi, o'z navbatida, bir nechta kichik turlarga bo'linadi - qonun chiqaruvchi kichik tip, diplomatik va ma'muriy ish yuritish kichik turi. Ushbu kichik turlarning har biri o'ziga xos xususiyatlarga, kommunikativ shakllarga va nutq klışelariga ega. Masalan, memorandum, nota diplomatik aloqada qo'llaniladi. Ma'muriy va ish yuritish uslubida tilxat, memorandum, guvohnoma, ishonchnoma, xarakteristika, buyruq kabilar qo'llaniladi. Qonunchilik uslubida - qonun, paragraf, nizom, chaqiruv qog'ozi, kodeks va boshqalar. Nutqdagi eng aniqlik biznes uslubining muhim tarkibiy qismidir. Bunga, birinchi navbatda, keng tarqalgan va yuqori ixtisoslashgan bo'lishi mumkin bo'lgan maxsus atamalardan foydalanish orqali erishiladi. Bugungi kunda ishbilarmonlik aloqasi uslubi rasmiy o'zaro munosabatlarning kundalik amaliyotida eng keng tarqalgan hisoblanadi. Ishbilarmonlik aloqalari uslublari manipulyativ, marosim va gumanistik uslublarni o'z ichiga oladi. Manipulyativ uslub bir suhbatdoshga boshqasiga ishlab chiqarish vositasi sifatida qarashni va undan vazifalarni bajarish yoki aniq natijalarga erishish uchun foydalanishni o'z ichiga oladi. Belgilangan vazifalarning bajarilishi ustidan shaxsiy nazorat bunday aloqalarning odatiy misolidir. Muloqotning marosim uslubidagi sheriklarning asosiy vazifasi jamiyatda kerakli tasvirni yaratishdir. Bunday muloqotlarda suhbatdoshlarning shaxsiy yoki ishbilarmonlik fazilatlarini emas, balki ularning holati muhim ahamiyatga ega. Gumanistik uslubning asosiy yo'nalishi suhbatdoshlarning bir-birini qo'llab-quvvatlashi va muammolarni birgalikda muhokama qilishdir. Hamkorlarning individual xususiyatlari tushunilmaydi va ijobiy yoki salbiy fazilatlarga bo'linmaydi. Shaxs to'liq idrok qilinadi. Bu yondashuv shaxsning shaxsiy fazilatlarini va uning individual xususiyatlarini ta'kidlaydi. Biroq, ba'zi hollarda, o'zaro ta'sirning bunday uslubi mos kelmaydi. Aloqa va ishbilarmonlik aloqa vositalarining xususiyatlarini bilish kasbiy faoliyatning muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

Ishbilarmonlik aloqalari bugungi kunda jamiyat hayotining barcha sohalariga kirib bormoqda. Barcha mulk shaklidagi korxonalar, jismoniy shaxslar tijorat, tadbirkorlik munosabatlariga kirishadilar. Ishbilarmonlik aloqalari sohasidagi kompetentsiya har qanday biznesdagi muvaffaqiyat yoki muvaffaqiyatsizlikka bevosita bog'liq: fan, san'at, ishlab chiqarish, savdo. Menejerlar, tadbirkorlar, ishlab chiqarish tashkilotchilari, menejment sohasida ishlaydigan odamlarga kelsak, ushbu kasblar vakillari uchun kommunikativ kompetentsiya ularning professional imidjining eng muhim qismidir. "Biznes odamlar bilan gaplashishdir", deydi tashabbuskor amerikaliklar.

Xulosa, Muloqot biznesning hayotiy kuch manbaidir. Hech qanday biznes samarali muloqot tizimi mavjud bo'lmaganda rivojlana olmaydi. Muloqot biznesning qandayligi va o'lchamidan qat'i nazar tashkilotni birgalikda ushlab turuvchi poydevordir.

Insonlarning tashkilot ichida bir-birlari bilan muloqot qilishlari ichki muloqot, tashkilotdagi xodimlarning tashkilotdan tashqaridagi shaxslar bilan muloqotlari tashqi muloqot deb ataladi. Jamoada yaxshi ishlash qobiliyati, qo'l ostidagilaringizni boshqarish va sizdan yuqori lavozimdagi shaxslar, xaridorlar va hamkasblar bilan munosabatingiz sizning muloqot qilish mahoratingizga bog'liq bo'ladi. muloqot eng muloqot biznesning ajralmas va asosiy qismi bo'lgan hozir ham shunday va albatta bundan keyin ham shunday bo'lishi shubhasizdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. G'oziev E.G. Umumiy psixologiya. Toshkent. 2002.1-2 kitob.
2. Югай А.Х., Мираширова Н.А. "Общая психология" – Ташкент 2014.
3. Дружинина В.. "Психология ". Учебник. "Питер", 2003.
4. Болотова А.К., Макарова И.В. Прикладная психология: учебник для вузов. –М., Аспект Пресс, 2002. – 383с.
5. Borozdina G.V. Ishbilarmonlik aloqasi psixologiyasi. Moskva nashriyoti, Infra-M 2000.
6. Botavina R.N. Ishbilarmonlik munosabatlari etikasi: Darslik. qo'llanma.-M., 2001.
7. Braim M.N. Ishbilarmonlik kommunikatsiyalari etikasi, Minsk, 1996 yil 8.Bulygina A. Ishbilarmonlik aloqalari etikasi, Novosibirsk, 1995 yil
8. <https://fayllar.org/download/muloqotning-biznesdagi-orni-v3.doc>

INNOVATIVE
ACADEMY