

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

ЎЗБЕКИСТОН ХАЛҚАРО ИСЛОМ АКАДЕМИЯСИ

Азамат Назаров

**МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ
ПСИХОЛОГИЯСИ**

ЎҚУВ ҚЎЛЛАНМА

**5210200- Психология (Дин социопсихологияси) йўналиши
талабалари учун**

**Тошкент
“Innovatsiya-Ziyo”
2020**

УДК:15.338 (076)

КБК 88.8

Н-19

Назаров Азамат

**Менежмент ва маркетинг психологияси /ўқув қўлланма/ Тошкент:
“Innovatsiya-Ziyo”, 2020, 333 б.**

Ушбу ўқув қўлланма Ўзбекистон халқаро ислом академияси 5210200-Психология (Дин социопсихологияси) йўналиши талабалари учун мўлжалланган бўлиб, “Менежмент ва маркетинг психологияси” фани ўқув дастурига асосланиб тайёрланган. Қўлланмада ҳар бир мавзу бўйича талабани келгусида бошқарув фаолиятига касбий жиҳатдан йўналтиришга қаратилган ўқув материаллари, маъруза дарсларининг технологиялари, мавзунини мустаҳкамлаш учун назорат саволлари ва адабиётлар рўйхати келтирилган. “Менежмент ва маркетинг психологияси” ўқув қўлланмасидан мазкур соҳа билан шуғулланувчи ўқитувчи-мураббийлар, илмий изланувчилар ҳам фойдаланишлари мумкин.

Такризчилар

Б.М.Умаров	ЎзХИА “Дин психологияси ва педагогика” кафедраси профессори, психология фанлари доктори
Х.А.Рухиева	ЎзМУ “Психология” кафедраси профессори, психология фанлари номзоди
Ш.Х.Абдуллаева	ТДШУ “Педагогика ва психология” кафедраси мудирини, психология фанлари доктори
М.Б.Калонов	ТДИУ “Бухгалтерия ҳисоби” кафедраси профессори, иқтисодиёт фанлари доктори

*Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг
2020 йил 6 октябрдаги 522-сонли буйруғига асосан нашр этишга рухсат
этилган.*

КИРИШ

Ўзбекистон Республикасида амалга оширилаётган давлат ва жамият қурилишидаги ўзгаришлар менежмент масаласига тубдан янгича ёндашишни талаб қилмоқда ҳамда замонавий раҳбар ходимларга масъулият ҳиссини ошириш вазифасини юкламоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг барча маърузалари ва чиқишларида кадрлар муаммосига тааллуқли ғоялар, таклифлар мужассамлашган. Бугунги кунда ҳокимлар ва қўйи босқичдаги раҳбарлар шахсияти олдига қўйилаётган қатъий талаблар дастурий хусусиятга эга бўлиб, давлат ва жамият равнақи кўп жиҳатдан уларнинг фаолиятига боғлиқ эканлиги таъкидланмоқда.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси ҳамда ижтимоий, маънавий-маърифий соҳалардаги ишларни янги тизим асосида йўлга қўйиш бўйича 5 та муҳим ташаббусда илгари сурилган ғояларни амалга ошириш учун профессионал, раҳбарлик компетенциясига эга ёш, истиқболли, мутахассисларга жамиятимизда эҳтиёж тобора ортмоқда. Хусусан, цивилизациялашган жамиятдаги раҳбар ўзининг маънавияти, баркамоллиги, фидоийлиги, иймон-эътиқодлилиги, ватанпарварлиги, алоҳида қобилиятга эга эканлиги билан бошқалардан ажралиб туриши керак. Юқори лавозимда фаолият кўрсатаётган раҳбарларга ҳукумат раҳбари томонидан қўйилаётган талаблар ўрта бўғиндаги кадрларга ҳам бевосита тааллуқлидир.

Ўзбекистон Республикасининг “Кадрлар тайёрлаш Миллий дастури” моҳиятида ҳам малака ошириш тизимини такомиллаштириш масаласи қўйилган. Бундан келиб чиққан ҳолда раҳбар кадрлар тайёрлаш самарадорлигини ошириш муаммоси ечимини топиш юзасидан бўлғуси мутахассисларга билим бериш мақсадга мувофиқдир. Чунки бугунги кундаги раҳбар, бошқарувчи, ўзининг ижтимоий-маънавий, ижтимоий-психологик сифатлари билан ўтмишдошларидан кескин фарқ қилиши керак. Изланувчан,

тадбиркор, салоҳиятли, фидойи раҳбаргина бозор иқтисодиёти муҳитига мослаша олади. Юқори ташкилотлардан буйруқ кутадиган, боқимандалик кайфияти устунлик қиладиган кадр раҳбар бўлиб фаолият кўрсатишнинг уddасидан чиқмайди. Менежмент тўғрисида ҳам юқоридаги мулоҳазаларни билдириш мумкин.

Менежмент ва маркетинг психологияси курсининг асосий мақсади - психология, социология, иқтисод факультетлари (бўлимлари) талабаларини социал психологиянинг таркибий қисмларидан бири ҳисобланган менежмент ва маркетинг (жамоа, ташкилот, муассаса, бирлашма, бошқарма, завод, фабрика, корхона, кооператив, марказ) қонунлари ва қоидаларига доир билимлар тизими билан қуроллантириш, ўзлаштирилган кўникмаларни амалиётга татбиқ қилишга ўргатишдан иборатдир.

Ўқув қўлланма менежмент ва маркетинг психологияси фанининг предмети, вазифалари, бошқарув субъекти ва табиати, бошқарув ва бошқарув фаолиятининг ижтимоий-психологик хусусиятлари, бошқарув фанининг ривожланиш тарихи, бошқарув ва менежментнинг умумий хусусиятлари, профессионал фаолиятнинг психологик тузилиши, бошқарув фаолиятининг психологик жиҳатлари, менежмент психологиясининг назарий асослари, менежмент психологиясининг моҳияти, бошқарувнинг илмий–амалий йўналишлари, бошқарув жараёнида низо, музокаралар олиб боришнинг психологик усуллари, замонавий менежмент психологиясининг асосий йўналишлари, маркетинг психологияси ва унинг муаммолари, тадбиркорлик психологияси каби долзарб муаммолар билан таништиради, шунингдек, бўлажак ўқитувчиларга келгусида меҳнат фаолиятини ташкил этишда ҳамкасблар, ота-оналар ҳамда ўқувчилар билан олиб бориладиган муносабатларнинг ўзига хос хусусият ва йўналишлари, уларнинг ходим, раҳбар сифатида шаклланиши, унда маънавий-ахлоқий сифатларнинг ҳосил бўлишига таъсири борасидаги назарий ва амалий билимларни беради.

Қўлланма бўйича талабалар:

- менежмент ва маркетинг психологияси, унинг ривожланиши ва

шаклланиш моҳияти, қонуниятлари, амалга оширишга алоқадор бўлган амалий масалалар, бошқарувнинг моҳияти, усуллари тўғрисида билимларга;

- илмий бошқарувнинг асосий масалалари, раҳбарликка қўйиладиган муҳим талаблар; мотивлар ва раҳбарлик усуллари қўллаш кўникмаларига;

- бошқарувда шахснинг хулқ-атворини ўрганиш бўйича инсон фаолиятидаги эҳтиёжлар, мотивлар ва қизиқишларни тадқиқ этиш, муомаланинг турли воситаларини диагностика қилиш бўйича малакаларга;

- маркетинг хизматларини психологик ташкил этиш, рекламада психология тамойилларини қўллаш, тадбиркорлик фаолиятини психологик ташкил этиш ва қўллаш билан боғлиқ умумқасбий компетенцияларга эга бўладилар.

Ҳозирги замон менежмент ва маркетинг психологияси фани давр талабига жавоб бериши, кадрларнинг мукамал тарзда шаклланишига ўз ҳиссасини қўшиши лозим. Кадрлар шахсиятидаги айрим нуқсонларнинг олдини олиш ёки уларни тубдан бартараф этиш учун ижтимоий тренинглар, ишбилармонлик ўйинларидан унумли фойдаланиш тараққиётнинг заруриятидир. Ватаннинг равнақи ва унинг келажаги баркамол авлод фаолиятига бевосита боғлиқ бўлганлиги туфайли курсда кўриладиган барча масалалар ўзининг долзарблиги билан муҳим аҳамият касб этади.

Мазкур ўқув қўлланма талабалар, докторантлар-тадқиқотчилар ва олий таълим ўқитувчиларига мўлжалланган.

1-БОБ. БОШҚАРУВ ЖАРАЁНИНИНГ НАЗАРИЙ- **МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ**

1-МАВЗУ. МЕНЕЖМЕНТ ПСИХОЛОГИЯСИ ФАНИНИНГ МАҚСАДИ, ВАЗИФАЛАРИ ВА МУАММОЛАРИ

Режа:

- 1. Менежмент психологияси фанининг ривожланиш тарихи*
- 2. Бошқарув ва менежментнинг умумий хусусиятлари*
- 3. Бошқарув фаолиятининг психологик жиҳатлари*
- 4. Менежмент психологиясининг моҳияти*
- 5. Менежмент психологиясининг тамойиллари ва усуллари*

Таянч сўзлар: менежмент, менежер, бошқарув, рационал бюрократия, инсон муносабатлари мактаби, бошқарув мактаби, бошқарувда вазиятли ёндашув.

1.1. Менежмент психологияси фанининг ривожланиш тарихи

Бошқарув - тараққиётнинг ҳар қандай босқичида жамиятга хос бўлган ички хусусиятдир. Бу хусусият умумий характерга эга. У ижтимоий жамоа меҳнатида, турмуш ва меҳнат жараёнида кишиларнинг ўзаро алоқада бўлиши, ўз моддий ва маънавий фаолиятининг маҳсулотини алмаштириш заруриятидан келиб чиқади.

Меҳнат ҳамма даврларда ижтимоий характерда бўлган. Чунки, жамият қонунлари шуни тақозо этади. Инсонлар дунёга келиб, онгли ҳаётларини бошлаши биланок биргаликда ишлашга эҳтиёж сезганлар. Бу зарурат турли даврларда турлича кечган. Барча даврларга хос ягона хусусият бошқарув жараёни билан изоҳланади. Жамият тараққиётининг маълум бир босқичида жамиятнинг алоҳида қобилият ва билимларга эга бўлган кишилар томонидан

бошқарилишига эҳтиёж пайдо бўла бошлади. Кейинчалик бошқарувчи кишилар сони кўпайиб, алоҳида ижтимоий гуруҳга, сўнг табақага айландилар. Бу ижтимоий табақа кенгайиб, давлат деб номланадиган бошқарув органи пайдо бўла бошлади.

Одамларни бошқариш ва уларга раҳбарлик қилишга инсониятда ҳар доим, ибтидоий жамият тузумидан бошлаб уруғнинг, қабиланинг барча аъзоларини ов ва биргаликдаги меҳнат, хужум ва мудофаа учун саъй-ҳаракатларни мувофиқлаштириш зарур бўлган пайтдан қизиқиш уйғотган. Ривожланишнинг ҳар бир босқичида ҳар қандай давлат жамиятни бошқариш ва бўйсунмас инсонларни мажбурлашнинг ўзига хос хусусиятларига эга бўлиб, бунинг учун турли ҳокимият институтлари ва кўплаб бошқарув ходимларидан фойладанилган.

Қадимги Шумерда (милоддан 5 минг йил аввал) ёзувнинг ривожланиши билан бирга савдо ишларини, амалий ёзишмаларни олиб борган коҳинларнинг алоҳида табақаси пайдо бўлди. Шумерлик коҳинлар дунёдаги биринчи ишбилармонлар эди.

Қадимги Мисрда (милоддан 3000 йил аввал) етарлича ривожланган давлат бошқарув аппарати ва унинг ходимлари (коҳинлар, котиб-мансабдорлар ва бошқалар) мавжуд бўлган. Миср эҳромлари ва бошқа ноёб иншоотларни аниқ режалаштиришсиз, кўплаб одамларнинг ишини оқилона ташкил этишсиз, уларнинг ишини қатъий назорат қилишсиз тасаввур қилиш қийин. Буюк истилолар, шунингдек, қўшинларни моҳирона бошқармасдан ва уларга раҳбарлик қилмасдан амалга ошиши мумкин эмас эди.

Бошқарувга алоҳида фаолият соҳаси сифатида илмий тавсиф берган биринчи инсон қадимги юнон файласуфи Сукрот (милоддан 470-399 йиллар аввал) эди. У бошқарувнинг кўп қиррали тамойилини эълон қилди. Унинг шогирди Афлотун давлат бошқаруви шакллариини ишлаб чиқди, бошқарув органларининг вазифаларини ажратиб, уларни “Давлат” китобида акс эттирди. Аристотель (милоддан 384-322 йиллар аввал) давлат бошқаруви ҳақидаги ғояларни ривожлантириб, давлатнинг энг яхши шакллари деб

монархия, аристократия, мўътадил демократияни, энг ёмон шакллари деб эса зулм, олигархия, охлократияни (оломоннинг ҳукмронлиги) ҳисоблади.

Италиялик сиёсий мутафаккир Никколо Макиавелли (1469-1527) Европа бошқарув тизимининг асосчиси ҳисобланади. У шундай деб ёзган эди: "Етакчининг нуфузи ёки кучи тарафдорларининг қўллаб-қувватлашига асосланади. Етакчи ҳар доим ўз тарафдорлари учун донолик ва адолат намунасидир". Макиавелли "Ҳукмдор" китобида Италиянинг сиёсий бўлинишини фақат кучли давлат ҳокимияти енгизиши мумкинлигини таъкидлаган эди. Бундай ҳокимиятни мустаҳкамлаш учун эса ҳар қандай восита қўл келади. Ахлоқий меъёрларни эътиборсиз қолдирадиган бундай шафқатсизлик бошқарувда "макиавеллизм" деб номлана бошланди.

XIX асрнинг бошларида инглиз олими Роберт Оуэн хусусий мулк, синфлар, эксплуатация, ақлий ва жисмоний меҳнат ўртасидаги низолардан маҳрум бўлган ўзини ўзи бошқарадиган "умумийлик ва ҳамкорлик қишлоқлари"ни яратиш орқали жамиятни тубдан қайта қуриш дастурини илгари сурди. Унинг ишлаб чиқаришни бошқаришни инсонпарварлаштириш ғоялари, шунингдек, ўқитиш, ишчиларнинг иш шароитлари ва турмуш даражасини яхшилаш зарурлигини эътироф этиши бугунги кунда ҳам долзарбдир.

XX асрнинг биринчи ярмида америкалик муҳандис Ф.У.Тейлор илмий бошқарув назариясини ишлаб чиққан ва амалга оширган бўлиб, унинг мақсади меҳнат интенсивлигини максимал даражада ошириш ва меҳнат ҳаракатларини илмий жиҳатдан рационализация қилиш орқали даромад олишдан иборатдир. Тейлор ўзининг "Фабрикани бошқариш" (1903) ва "Илмий менежмент тамойиллари" (1911) асарларида ишчиларни танлаш, жой-жойига қўйиш ва рағбатлантиришнинг илмий ёндашувларини асослаб берди. Унинг хизмати шундаки, у "илмий менежмент" назариясини ривожлантира бошлаган эди.

1921 йилда немис социологи ва иқтисодчиси Макс Вебер "рационал бюрократия" тушунчасини таклиф қилди. У илгари сурган тезисга кўра,

бюрократия (сўзма-сўз – “канцеляриянинг хукмронлиги”.Французча *bureau*—“бюро”, ”канцелярия” ва юнонча *kratos*—“куч”,”ҳокимият”, “хукмронлик”) бу қоидалар билан белгиланган тартиб — инсонлар ташкилотининг энг самарали шаклидир. Унинг фикрига кўра, бюрократик бошқарувнинг камчиликлари бу демократияни ҳар томонлама ривожлантириш орқали бартараф этилиши мумкин бўлган расмийчилик, коррупция ва мансабдор шахсларнинг ўзбошимчаликлари ҳисобланади.

XX асрнинг 30-йилларида психология ва социологиянинг ютуқлари бошқарувда жорий этила бошланди, "инсон муносабатлари мактаби" пайдо бўлди. Ушбу назариянинг асосчиси Элтон Мэйо эди. У ишчилар гуруҳи ички назоратга бўйсунувчи ижтимоий тизим эканлигини аниқлади. Агар ижтимоий тизимга муайян тарзда таъсир кўрсатилса (масалан, одамларга эътибор қаратилса), унда меҳнат натижалари яхшиланиши мумкин.

XX асрнинг 60-йилларида компьютерларнинг пайдо бўлиши ва математикадан фойдаланиш билан бошқарувда "бошқарув мактаби" ривожланди, қарорларни имитацион моделлаштириш, ноаниқлик шароитида таҳлил қилиш усуллари, кўп мақсадли бошқарув қарорларини баҳолашнинг математик таъминоти каби ички бошқарувни режалаштиришнинг янги элементлари жорий этилди.

Бошқаришдаги тизимли ёндашувда ташкилотга одамлар, тузилмалар, вазифалар, технологиялар, захиралар каби ўзаро боғлиқ элементларнинг мажмуи деб қаралади. Тизим назариясининг асосий ғояси шундаки, ҳеч қандай ҳаракат бошқалардан ажралиб амалга оширилмайди. Ҳар бир қарор бутун тизим учун оқибатларни келтириб чиқаради. Бошқарувдаги тизимли ёндашув бир соҳада қарор қабул қилиш бошқасида муаммо туғдирадиган вазиятларга йўл қўймаслик имконини беради.

XX асрнинг 70-йилларида "бошқарувда очиқ тизим" пайдо бўлди. У турли хил ички муҳитга ҳам, ташқи муҳитдаги ўзгаришларга ҳам мослашиш тенденциясига эга. Ташкил этиш очиқ тизим сифатида ташқи энергия, ахборот ва материалларга боғлиқдир.

"Бошқарувда вазиятли ёндашув" энг иқтисодий-тежамли ёндашув саналади. Унинг моҳияти шундаки, шакллар, усуллар, тизимлар, бошқарув услублари мавжуд вазиятга қараб фарқланиши керак. Вазиятли ёндашув бошқарув назариясини ривожлантиришга катта ҳисса қўшди. Унда ташкил этишнинг ташқи ва ички муҳит шароитлари ва шартларига қараб, бошқарув амалиётида илмий қоидаларни қўллаш бўйича аниқ тавсиялар мавжуд.

XXI асрга инсоният билан бирга кириб келган замонавий бошқарув тушунчаларининг ўзига хос хусусияти ҳақида гапирганда, биринчи навбатда уларнинг узлуксизлиги, танланиш хусусияти ва интегративлигини таъкидлаш лозим. Дунёда давлат тузилмалари фаолиятида намоён бўладиган демократик ва гуманитар ғояларнинг ёйилиши бошқарувни босқичма-босқич демократизациялаш ва инсонпарварлаштиришга ҳам таъсир кўрсатади.

1.2. Бошқарув ва менежментнинг умумий хусусиятлари

Амалий фаолиятда "бошқарув" ва "менежмент" атамалари кўпинча синоним сифатида ишлатилади. Бироқ, назарий маънода "бошқарув" атамаси "менежмент" атамасидан кенгроқ бўлиб, лойиҳалаштириш, иқтисодий захираларни режалаштириш, ечимларни моделлаштириш, математик ахборотни қайта ишлаш ва бошқалар билан боғлиқ турли фаолият турларига нисбатан қўлланилади.

Менежмент (ингл. manage – “бошқармоқ”) ташкилот даражасида ижтимоий-иқтисодий жараёнларни бошқариш - хўжалик фаолияти ва ходимларни бошқаришни англатади. Менежмент ва бошқарувга қуйидаги таърифларни бериш мумкин.

Менежмент ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш ва даромадни кўпайтириш учун ишлаб чиқилган ва қўлланиладиган ишлаб чиқаришни бошқаришнинг тамойиллари, усуллари, воситалари ва шакллари мажмуидир.

Ижтимоий жараён сифатида бошқарув бу объект (жамият, гуруҳ, жамоа)ни тартибга солиш, сифатли спецификани сақлаш, такомиллаштириш ва ривожлантириш мақсадида унга нисбатан бошқарув субъектининг муайян фаолияти (операциялари, усуллари, йўллари)дир.

Бошқарувнинг *мақсадлари* қуйидагилар бўлиши мумкин: мотивацияни ривожлантириш, касбий билим, маҳорат ва кўникмаларни шакллантириш, профессионал муҳим фазилатларни, ижобий ҳис-туйғуларни ва кайфиятни тарбиялаш, ишлаб чиқариш муаммоларини ҳал қилиш, қўл остидагиларни муайян ҳаракатларни амалга оширишга ундаш ва ҳ. Агар аниқ мақсад бўлмаса, бошқарув тартибсиз амалга ошади. Агар мақсадга қисқа вақт ичида эришилмаса, бошқарув самарасиз бўлади.

Раҳбар (менежер) бошқарувнинг *субъектидир*. Мисол учун, АҚШдаги давлат хизматчилари орасида барча менежерлар ўн саккизта даража¹ бўйича таснифланади: 1-дан 8-гача — энг паст даражадаги ходимлар (офис ходимлари, машинисткалар); 9-дан 12-гача — энг паст даражадаги раҳбар ходимлар; 13-дан 15-гача — ўрта даражадаги раҳбарлар (давлат муассасаларида улар менежерлар деб аталади); 16-дан 18-гача — юқори профессионал раҳбарият (вазирлар ва уларнинг ўринбосарлари, бошқарма бошлиқлари ва ҳ.).

Бошқарув *объекти* бу бир киши (қўл остидаги) ёки бир гуруҳ одамлар, ходимлар, жамоа, жамиятдир. Бундан ташқари, бошқарув объекти яна жараён, вазият ёки бошқарув таъсирига йўналтирилган объектив воқеликнинг бошқа бир қисми бўлиши мумкин.

Жамият ҳар доим ўз аъзолари, гуруҳлари ва жамоаларига маълум талабларни қўяди. Ушбу талабларни бажаришга қараб, жамият ривожланади ёки таназзулга юз тутди. Жамият ривожланишининг ҳар бир босқичида бошқарув *механизмининг* иккита: онгли ва тартибсиз турлари мавжуд.

Бошқарувнинг *онгли* механизмлари бу мамлакатни қонунлар ва узок муддатли дастурлар (иқтисодий, сиёсий, таълим, маданий ва б.) асосида илмий жиҳатдан бошқарадиган ижтимоий институтлардир. Масалан, давлат ҳокимияти учта таркибий қисм — қонун чиқарувчи, ижро этувчи ва суд ҳокимияти шаклида энг муҳим вазифаларни бажаради ва халқ олдида масъулдир.

¹ Қаранг: Подольак Я. В. Психология управления: теория и практика менеджмента. - Харьков, 2004. –Б.18.

Бошқарувнинг тартибсиз механизми олдиндан айтиб бўлмайдиган тарзда ишлайди - бу, одатда, давлатнинг хабардорлигисиз тез-тез пайдо бўладиган турли кучларнинг тўқнашуви, кўпинча низоли омилларнинг, тасодифий ягона ҳаракатларнинг натижасидир. Масалан, бозор иқтисодиёти капитализмнинг асосий бошқарув кучи бўлиб, у нафақат ишлаб чиқаришни ташкил этади, балки одамларнинг ҳаётини қайта тиклайди, ўзига хос ахлоқни ва кутилмаган ижтимоий муносабатларни яратади.

Жамиятнинг илмий бошқаруви ижтимоий қонуниятларни билиш ва халқ манфаати учун ҳақиқий фаолият дастурларини ишлаб чиқишни ўз ичига олади. Илмий бошқарувнинг моҳияти тизимда тўртта жиҳатнинг ўзаро боғлиқлиги бўлиб, улар қуйидагилардир:

1) информатив жиҳат (тизимнинг мақсади ва вазифалари, функциялари ва имкониятлари);

2) лойиҳавий-дастурий жиҳат (ҳақиқий шарт-шароитларни ҳисобга олган ҳолда лойиҳалаштириш, дастурлаш, режалаштириш);

3) буйруқли жиҳат (бошқарув қарорлари асосида дастурларни амалга ошириш);

4) назорат-таҳлил жиҳати (тизимнинг ишлашини назорат қилиш ва таҳлил қилиш).

Ушбу жиҳатлардан ҳар бирини такомиллаштириш умуман бошқарув тизимининг самарадорлигини оширишга имкон беради.

Ижтимоий тузилмаларда амалга ошириладиган бошқарув ўзига хос хусусиятларга эга ва турли хил билимлардан, инсон ақли мослашувчанлигидан, хотирадан, кучли иродали фазилатлардан фойдаланишни ўз ичига олади. Мураккаб ижтимоий тузилмаларда самарали бошқарувни амалга ошириш учун яқуний мақсадни аниқ белгилаш, эришиш учун мумкин бўлган йўлларни белгилаш, турли бошқарув таъсирларида ва ташқи вазиятлардаги ўзгаришларда бошқариш тизимининг хатти-ҳаракатларини олдиндан кўра билиш (тахмин қилиш) зарур.

Бошқарувни илмий ташкил этиш тадқиқотчи ва раҳбар томонидан вазиятни тизимли таҳлил қилишни, бошқариладиган объектнинг ва ундаги юзага келиши мумкин бўлган ўзгаришларнинг моделини (ақлий тасаввурлар ёки моддийлаштирилган схемалар, режалар шаклида) яратишни, муайян ижтимоий-психологик тузилмани ташкил этувчи шахснинг касбий фаолияти жараёнларини моделлаштириш (профессиограммаларни яратиш) ва хулқ-атворини (одамларнинг психограммаларини) моделлаштиришни қўллашни талаб қилади.

Ижтимоий тузилмалардаги бошқарув нафақат одамлар ўртасидаги психологик муносабатларни, балки ижтимоий гуруҳларнинг мақсадларини амалга ошириш учун муҳим саналган иқтисодий, маданий, сиёсий, ҳуқуқий, ишлаб чиқариш, экологик ва бошқа муносабатларни ҳам ўз ичига олиб, бу соҳаларда инсонларнинг муайян фаолияти амалга оширилади. Бугунги жамиятнинг ҳаёти ишлаб чиқариш, илм-фан ва техниканинг ривожланиши, янги ҳуқуқий тузилмаларнинг шаклланиши, жамиятнинг демократлашуви билан боғлиқ ҳолда қанчалик мураккаб ва кўп қиррали бўлса, бошқарув жараёнлари мазмуни, ҳажми ва усулларига кўра шунчалик мураккаблашади.

Ижтимоий тизимни ҳам ўз ичига олган мураккаб бошқарув тизимлари ҳар доим иккита асосий қуйи тизимга: бошқарув (раҳбарлик) ва бошқариладиган (ижрочилар)га бўлинади. Уларнинг ҳар бирига ўз навбатида ўзига хос кичик тизимларга эга мустақил тизимлар сифатида қараш мумкин.

Демак, мураккаб тизимлар кўп босқичли иерархик тузилишга эга бўлиб, уларнинг ҳар бир бўғини (қуйи тизими)да тўғридан-тўғри ва тескари алоқаларнинг маҳаллий йўналишлари мавжудки, улар ўз-ўзини бошқаришнинг ички контурларини ташкил қилади. Юқорида айтиб ўтилганидек, ҳар бир бошқарув тизимида субъект – бошқарувчи бўғин (бошқарувчи қуйи тизим) ва бошқарув объекти (бошқариладиган қуйи тизим) мавжуд бўлади.

Ишлаб чиқаришни самарали бошқариш учун ҳокимият органлари расмий ташкилотларни, яъни корхоналар, фирмалар, муассасалар, идоралар

ва бошқа меҳнат тузилмаларини ташкил қилади. Расмий ташкилотлар билан бир қаторда норасмий ташкилотлар ҳам ўз-ўзидан пайдо бўлади.

Ташкилот бу умумий мақсадларга эга бўлган бир гуруҳ одамлардир. Ташкилот ўзини ушбу гуруҳнинг бир қисми деб ҳисоблайдиган камида икки кишини ўз ичига олади. Ташкилотнинг мавжуд бўлиши учун асосий жиҳат фойда олишга қаратилган мақсаднинг бирлиги ва биргаликдаги фаолият ҳисобланади. Ташкилот ички ва ташқи муҳитга сезиларли даражада боғлиқдир. Ташкилотнинг асосий хусусиятлари қуйидагилардир: ташкилотнинг мақсадлари, ташкилотнинг вазифалари, ташкилий тузилмаси, технологиялари ва ресурслари².

Ташкилотнинг мақсадлари бу меҳнат жамоасининг эришмоқчи бўлган яқуний ҳолати ёки исталган натижасидир.

Вазифалар олдиндан белгиланган муддатларда олдиндан белгиланган тартибда бажарилиши керак бўлган ўрнатилган иш ёки унинг бир қисми (операциялар, процедуралар)дир.

Ташкилий тузилма бу ташкилотнинг мақсадларига эришиш ва муаммоларини ҳал қилиш учун энг таъсирчан тарзда имкон берадиган шаклда қурилган бошқарув даражалари ва функционал соҳаларнинг мантиқий ўзаро муносабатидир.

Технология бу материаллар, ахборот ва инсонларда керакли ўзгаришларни амалга ошириш учун зарур бўлган малакали кўникмалар, ускуналар, инфратузилма, воситалар ва тегишли билимларнинг бирикмасидир.

Ресурслар бу одамлар, асосий ва айланма маблағлар, технологиялар ва маълумотлардир.

Ташқи муҳит омиллари қуйидагилардир: ҳокимият органлари, банклар, етказиб берувчилар, миждозлар, касаба уюшмалари, мулк эгалари, рақобатчилар, ёлланма ишчилар.

² Қаранг: Подоляк Я. В. Психология управления: теория и практика менеджмента. - Харьков, 2004. –Б.13-15.

Ташкилотнинг *ички муҳити* сифатида қуйидагилар намоён бўлади: ташкилотнинг мақсадлари, ташкилий тузилмаси, вазифалари, технологияси, меҳнат ресурслари, штатдаги ходимлари. Ички омиллар бошқарув қарорларининг натижаси ҳисобланади. Ички муҳитнинг энг муҳим жиҳати - бу меҳнат ресурслари - ташкилотнинг мақсадларига меҳнати орқали эришиладиган инсонлар ҳисобланади.

Ташкилотнинг бошқаруви қуйидаги бешта асосий йўналиш бўйича амалга оширилади:

1. Умумий раҳбарлик – ташкилот фаолиятининг асосий, истиқболли йўналишларини ишлаб чиқиш ва ҳаётга татбиқ этиш.

2. Технологик раҳбарлик - илғор технологияларни ишлаб чиқиш ва жорий этиш.

3. Иқтисодий раҳбарлик - стратегик ва тактик режалаштириш, ташкилотларнинг иқтисодий фаолиятини таҳлил қилиш, иш рентабеллигини таъминлаш.

4. Оператив бошқарув - оператив режаларни тайёрлаш ва алоҳида ижрочиларга етказиш, ижрочиларни иш жойларига қўйиш, уларга йўл-йўриқ бериш, ишлаб чиқариш жараёнининг боришини мунтазам назорат қилишни ташкил этиш.

5. Ходимларни бошқариш - ташкилотнинг меҳнат ресурсларини танлаш, жой-жойига қўйиш ва ўстириш.

Ташкилотни бошқариш жараёнида "бошқарувчилар" - раҳбарлар, менежерлар, мутахассислар ва ёрдамчи ходимлар иштирок этади. Ҳар бир бошқарувчи ўз вазифаларига эга. Раҳбарлар (менежерлар) ташкилот фаолиятининг энг муҳим масалалари бўйича қарорларни қабул қилади, қуйи бўғинлар ишини бошқаради ва мувофиқлаштиради. Мутахассислар бошқарув қарорларини тайёрлаш ва амалга ошириш вазифалари (бошқарув ва ижро вазифалари)ни бажарадилар. Ёрдамчи ходимлар (техник ижрочилар) бошқарув аппаратида хизмат кўрсатади.

Бошқарув иши бу алоҳида ижрочиларнинг ҳам, умуман ташкилотнинг ҳам мақсадли, мувофиқлаштирилган фаолиятини таъминлаш асосий вазифаси бўлган ижтимоий меҳнатнинг ўзига хос бир туридир. Бошқарув меҳнатининг хусусиятлари қуйидагилар ҳисобланади:

- бошқарув аппарати ходимларининг ақлий меҳнати;
- моддий бойликларни яратишда бевосита эмас, балки билвосита бошқаларнинг меҳнати орқали иштирок этиш;
- меҳнат предмети - ахборот;
- меҳнат воситалари - ташкилий ва ҳисоблаш техникаси;
- меҳнат натижаси - бошқарув қарорлари.

Ҳар бир мамлакатда миллий менежмент ривожланмоқда ва такомиллаштирилмоқда. Ҳозирги вақтда Япония бошқаруви энг самарали бошқарув тизими ҳисобланиб, унинг самараси ўлароқ иқтисодий жиҳатдан қолоқ ва урушда хонавайрон бўлган мамлакат етакчи поғоналарга чиқди.

Япониялик менежмент бўйича мутахассис Х.Йосихаранинг фикрига кўра, Япония бошқарув тизимининг саккизта характерли хусусияти мавжуд:

1. Иш билан таъминлаш кафолати ва ишонч муҳитини яратиш.
2. Ташкилотнинг ошкоралиги ва қиймати.
3. Ахборотга асосланган бошқарув.
4. Сифатга йўналтирилган бошқарув.
5. Ишда менежернинг доимий иштироки.
6. Озодалик ва тартибни сақлаш.
7. Узлуксиз таълим ва ўзини такомиллаштириш тушунчаси.
8. Қарор қабул қилишнинг масъулияти ва ўз вақтида бажарилиши.

Барча мамлакатларда менежмент махсус функциялар ёрдамида амалга ошириладиган даврий жараёндир.

Менежмент функциялари менежернинг муайян бошқарув фаолияти бўлиб, у махсус усуллар ва йўллар билан амалга оширилади, шунингдек, ташкилотнинг ва алоҳида ҳар бир ходимнинг фаолиятини назорат қилади.

Менежментнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат: режалаштириш, ташкил этиш, мотивация ва назорат.

1. Р е ж а л а ш т и р и ш функцияси ташкилотнинг келажақдаги ҳолатининг ижтимоий-иқтисодий модели, муайян вақт ичида қандай йўлни босиб ўтишини белгилайди. Бошқарув даражасига қараб стратегик, тактик ва оператив режалаштириш турлари амалга оширилади. Барча учта режа бош режа ёки бизнес режаси деб аталадиган умумий тизимни ташкил қилади.

2. Т а ш к и л э т и ш функцияси менежер ва ижрочилар фаолиятининг техник, иқтисодий, ҳуқуқий ва ижтимоий-психологик томонларини тартибга солишни таъминлайди.

3. М о т и в а ц и я функцияси ижрочиларни турли мукофотлар (мақтов, мукофот, лавозим бўйича кўтарилиш) орқали ташкилотнинг мақсадларига эришишга ундашдир.

4. Н а з о р а т функцияси эришилган натижаларни режалаштирилган кўрсаткичлар билан солиштиришга (таққослашга) қаратилган. Назорат дастлабки, жорий, якуний бўлиши мумкин. Назорат жараёнида олинган маълумотлар режалаштириш, ташкил этиш ва ходимларни рағбатлантириш босқичида қўлланилиши мумкин.

1.3. Профессional фаолиятнинг психологик тузилиши

Бошқарув ҳар доим муайян professional фаолият доирасида амалга оширилади.

Маълумки, инсон фаолияти фаннинг ҳам ички, ҳам фанлараро тадқиқотларнинг предмети бўлиб, фаолият меҳнат ҳақидаги фанларнинг психологик мажмуида ўрганилади. Фаолият, шунингдек, мамлакат умумий психологиясининг асосий тушунчаларидан биридир, чунки инсоннинг мавжудлигини тавсифловчи тоифалар орасида у энг муҳим ўрнини эгаллайди. Онг ва фаолиятнинг бирлиги тамойилини, психик жараёнларни, ҳолатларни ва хусусиятларни ўрганишда қўллаш, аввало, тушунарсиз

туялган кўплаб ҳодисаларни тушунтириш, инсон психик ривожланишининг муҳим қонуниятларини аниқлаш имконини берди.

Изоҳли ва лингвистик луғатлар, энциклопедиялардаги маълумотлар ва илмий ишларнинг таҳлили "фаолият" тушунчаси фалсафада, физиологияда, социологияда ва психологияда шаклланадиган экан, ўзаро кесишма ўзгаришлар натижасида тўртта асосий: меҳнат, иш, фаолият ва ҳуқ-аҳвол каби маъноларга эга бўлганини кўрсатади.

"Фаолият" атамаси биринчи марта немис классик фалсафасида қўлланилган. Кейинчалик "иш" атамасига жуда яқин бўлган меҳнат фаолияти (меҳнат) атамасини жорий этган К.Маркс уни фалсафий ва ижтимоий ривожланишга эга бўлди.

Ҳуқ-аҳвол "фаолият" атамасининг эквиваленти сифатида бизнинг ижтимоий ва умумий руҳиятимизга, бир томондан, реакция тизими сифатида талқин қилинган ҳуқ-аҳвол психологиясидан, ва бошқа томондан эса, Ғарб социологиясидаги "ижтимоий бихевиоризм" атамаси орқали кирди (хатти-ҳаракатлар тизими).

Фаолиятни эҳтиёжлардан келиб чиқадиган ҳамда ташқи дунё ва инсоннинг ўзини билиш ва ўзгаришга қаратилган фаолликни англаш билан бошқариладиган ўзига хос инсоний фаолият сифатида белгилаш мумкин. Фаолиятда психик деб аталадиган шахснинг жараёнлари, ҳолатлари ва хусусиятларининг бутун тизими у ёки бу кўринишда шаклланади, ривожланади, намоён бўлади.

Инсоннинг меҳнат фаолияти жараёнида мантиқан қарама-қарши бўлган - профессионал ва непрофессионал фаолият турларини ажратиш кўрсатиш мумкин.

Профессионал фаолият касб сифатида, яъни махсус тайёргарлик, иш тажрибаси натижасида олинган махсус назарий билимлар ва амалий кўникмаларга эга бўлган инсоннинг меҳнат фаолияти тури сифатида белгиланади.

Нопрофесионал фаолият аксинча, махсус билим ва кўникмаларни талаб қилмайдиган, лекин инсон иш кучининг оддий сарфини ифодаловчи меҳнат фаолияти сифатида белгиланиши мумкин. Професионал тайёргарликнинг давомийлиги ва унинг профессионаллиги профессионал ва нопрофесионал фаолият ўртасидаги фарқнинг амалий мезони бўлиши мумкин.

Умуман олганда, қуйидаги самарали профессионал фаолият омилларини ажратиб кўрсатиш мумкин:

1) субъектив:

- профессионал тайёргарлик даражаси;
- профессионал муҳим хусусиятлар;
- ходимнинг ҳолати;

2) объектив:

- атроф-муҳитга боғлиқ (фаолиятни ташкил қилиш, вазиятнинг объектив шартлари, яшаш шароитлари);
- аппаратга оид (иш жойини ташкил этиш, ахборот оқими, фаолиятни назорат қилиш).

Професионал фаолиятни психологик ўрганиш ҳақида гап кетганда, одатда, бу индивиднинг фаолияти ёки индивидуал фаолиятни англатади. Сўнги йилларда амалиёт сўровларининг таъсири остида кўшма профессионал, гуруҳли, шу жумладан, жамоавий фаолият психологик тадқиқот объектига айланди.

Фаолиятнинг тузилиши ҳақидаги тасаввурлар фаолият назариясининг асосини ташкил этади. Инсон фаолияти мураккаб иерархик тузилишга эга.

Ҳаракат - бу фаолиятни таҳлил қилишнинг асосий бирлиги. Ҳаракат нима? У мақсадни амалга оширишга қаратилган жараёндир.

Мақсад - инсон ҳаракатларининг табиати ва усулларини белгилайдиган исталаётган натижанинг тасвири. Мақсад инсоннинг ўзи томонидан шакллантирилади ва олдинга силжиш феномени ҳисобланади. Шакллантирилган мақсад муҳим профессионал фаолиятда амалга

оширилади. Шу билан бирга, фаолиятнинг мураккаблиги мақсаднинг фаолият объектидан қанчалик узоқ бўлишига, шунингдек, шахснинг маблағлари (ва эгалик даражаси) га боғлиқ.

Одатда, фаолият кетма-кет амалга ошириладиган ҳаракатлар тизими сифатида амалга оширилиб, уларнинг ҳар бири мақсадга қаратилган қадамни кўйгани сингари, шахсий муаммони ҳал қилади. Мақсад бу фаолиятнинг энг юқори регуляторидир (ҳар бир қадам сайин муайян вазифага айланади).

Ҳаракатларни бажариш усули ***операция*** деб аталади. Қўлланилаётган операцияларнинг табиати ҳаракатнинг амалга ошириладиган шартларига боғлиқ. Операциялар ҳаракатларнинг техник хусусиятларини очиб беради.

Профессионал фаолиятни такомиллаштиришга интилиш, ҳаракатларни машқ қилиш автоматлаштирилган ҳаракатлар — кўникма ва одатларни шакллантиришга олиб келади.

Одат бирон бир ҳаракатга эҳтиёж, шахснинг ушбу ҳаракатга боғлиқлиги сифатида кўрилади. Битта турдаги фаолият билан боғлиқ кўникмалар тизими асосида ***маҳоратлар*** ҳосил бўлади. Маҳоратли ҳаракат ҳар доим ўз ишини билган ҳолда бажариладиган ҳаракатдир. Билимлар тизими билан кўникмалар тизими инсоннинг олдида қўйилган вазифаларни мустақил ҳал этишга тайёрлигини яратади. Автоматлаштирилган ҳаракатлар сифатидаги кўникма ва одатлар учун стереотиплик ҳосидир. Маҳорат эса янги муаммоларни ҳал қилишда ўзини намоён қилиб, ижодкорлик жиҳатларини ўз ичига олади.

Билимлар, маҳоратлар ва кўникмаларнинг ривожланиш даражаси инсон меҳнатининг умумий маданияти ва унинг профессионал маҳорати билан белгиланади. Лекин профессионал маҳорат бу билан тўхтаб қолмайди. Амалий фикрлашда намоён бўлган ижодкорлик унинг зарур таркибий қисми саналади.

Профессионал фаолиятнинг тузилишини таҳлил қилган ҳолда, қуйидаги саволга жавоб бериш керак: инсонни мақсадларни белгилашга ва уларни амалга оширишга нима ундайди?

Бунга жавоб бериш учун “эҳтиёж” ва “мотив” тушунчаларига мурожаат қилиш лозим бўлади.

Эҳтиёж - инсоннинг бирор нарсага бўлган объектив эҳтиёжининг ички ҳолати, муайян яшаш шароитларига боғлиқлиги.

Мотив - эҳтиёжнинг предмети сифатида тавсифланади. Эҳтиёжнинг предметлаштирилиши ва мотивнинг пайдо бўлиши ортидан хулқ-атворнинг тури кескин ўзгаради - йўналишга эга бўлади. Мотив бу ҳаракат нима учун амалга ошириладиган нарсадир.

Эҳтиёжнинг предмети (мотив) идеал бўлиши мумкин, масалан, ҳал қилинмаган профессионал, бошқарув вазифаси. Битта мотивнинг ўзи турли ҳаракатларга ундаши мумкин, шунингдек, битта ҳаракатнинг ўзи турли мотивлар билан белгиланиши мумкин.

Мотив ва мақсад фаолиятнинг йўналишини белгиладиган "фаолият вектори"ни, шунингдек, уни амалга оширишда субъект томонидан амалга ошириладиган саъй-ҳаракатларнинг қийматини ташкил қилади.

Муайян мотивдан келиб чиқадиган фаолият қандай бўлиши мақсадга қараб белгиланади. Мотив фаолиятга ундайдиган эҳтиёжга, мақсад эса фаолият йўналтирилган ва уни амалга ошириш жараёнида маҳсулотга айлантирилиши керак бўлган объектга тегишли бўлади. Мотив ва мақсад тўлиқ мос келиши, сезиларли даражада фарқ қилиши ва ҳатто бир-бирига зид бўлиши мумкин.

"Мотив - мақсад" вектори фаолиятнинг энг юқори регулятори ва унга киритилган психик жараёнлар бўлиб, идрокнинг танлаш хусусиятини, эътибор ва хотиранинг ўзига хос хусусиятларини, ахборотни фикрлашда ўзгартириш усулларини белгилайди.

Мавжуд концепцияларни таҳлил қилиш асосида Б.Ф.Ломов асосий "шакллантирувчи" фаолиятларни аниқлади. Булар: мотив, мақсад, фаолиятни режалаштириш, жорий ахборотни қайта ишлаш, оператив қиёфа (ва концептуал модель), қарорни қабул қилиш, ҳаракат, натижаларни текшириш ва ҳаракатларни тузатиш.

Профессионал фаолиятнинг мақсади икки жиҳатда: келажакдаги натижанинг идеал ёки хаёлий тасаввури ва шахснинг даъво қилаётган ютуқлари даражасида намоён бўлади.

Фаолият режаси уни вақт ва маконда ташкил қилади, ҳаракатлар ўртасидаги алоқани таъминлайди. Режада фаолиятни амалга оширишнинг стратегияси ва тактикаси унинг бажарилишининг объектив ва субъектив шартлари асосида акс эттирилади.

Фаолият объектини ўзгартириш учун инсон (фаолият субъекти) нафақат образга - мақсад ва режага эга бўлиши, балки объектнинг ҳозирги ҳолати ҳақида маълумотни ҳам англаши керак. Фаолият объектида ўзгартирилган объектнинг махсус идеал тасвири оператив қиёфа сифатида намоён бўлади.

1.4. Бошқарув фаолиятининг психологик жиҳатлари

Қарорни қабул қилиш ҳар қандай фаолиятга киритилган бўлиб, умуман бутун фаолиятга, алоҳида ҳаракатларга ёки унинг таркибий қисмларига тегишли бўлиши мумкин. Масалан, бошқарув объектига унинг ҳолатини ўзгартириш учун бошқарув субъектининг таъсирини белгиловчи субъектив вазифа оператив қиёфа билан мақсадли қиёфа ўртасидаги ўзига хос "келишмовчилик" сифатида намоён бўлади. Бу қарор қабул қилиш йўналишини белгилаб, унинг жараёнида фаразлар пайдо бўлади, уларни текшириш ва баҳолаш, яъни қарорни қабул қилиш рўй беради.

Қўшма профессионал фаолиятда умумий мақсад инсонларни бирлаштирадиган омил бўлиб, гуруҳнинг эҳтиёжлари билан яхлит тузилма сифатида боғлиқ бўлади. Индивидларнинг мотивлари бир-бирига боғланган бўлиб, биргаликдаги фаолиятда қўшилиши мумкин. Умумий режа, энг аввало, ушбу фаолият иштирокчилари ўртасидаги функционал муносабатларни белгилайдиган мувофиқлаштирувчи вазифани бажаради. Ҳар бир инсон фойдаланадиган умумий ахборот жамғармаси мавжуд. Қўшма профессионал фаолиятда тақлид қилиш, сингдириш, ўзаро ҳиссий қувват олиш ва бошқа ҳодисалар кузатилади.

Бошқарувчи, раҳбарнинг фаолияти индивидуал фаолият (масалан, қўл остидаги ходимга психологик таъсир кўрсатиш), гуруҳдаги фаолият (масалан, тенглик асосида коллегиял қарор қабул қилиш)нинг характериға эға бўлиши мумкин, лекин кўп ҳолларда бу ўзига хос, камдан кам учрайдиган фаолият тури бўлиб, шахсға бўлган талабни оширади. Бунда қуйидагилар зарур бўлади:

- янада юқори ички мотивация, ўз хоҳишиға кўра ташкилот олдида турган энг мураккаб вазифаларни ҳал қилиш истаги ва маҳорати;

- индивидуал фаолият ва, айниқса, масъулиятнинг бўлинганлиги ёки ҳатто анонимлиги кузатиладиган гуруҳ фаолиятида бўлгандан янада юқори масъулият. Муваффақиятсизлик рўй берган тақдирда бутун жамоа, бутун ташкилот жабр кўриши мумкин;

- “ўз оркестрининг дирижёри бўлиш” маҳорати – бу ҳар доим турли хизматлар ва уларнинг раҳбарлари, ходимлари билан мулоқотда бўлишни, хотирада катта ҳажмдаги турли хил, лекин муаммоларни ҳал этиш учун зарур бўлган ахборотни сақлаган ҳолда унга бўлган юкламани оширишни англатади;

- ўз жамоаси, ташкилотини янгидан тақдим этиш, ютуқларни намоёйиш қилиш, реклама (бу талабларға ҳар доим ҳам индивидуал ва гуруҳ фаолияти даражасида риоя этилавермайди);

- раҳбарнинг прогностик имкониятларига, келажакка ёки ташқаридан қараш қобилиятиға юқори талаблар (геликоптер эффекти);

- агар муваффақиятсизликка учралса, раҳбар тез-тез гуноҳкорға айланишини ёдда тутмоқ;

- раҳбар шахсиятининг стрессға чидамлилиги, ахлоқий қиёфаси ва ҳукуқий онгни ривожлантириш даражаси ва б.

Бошқарув фаолиятининг умумий хусусиятлари профессионал фаолият турларидан бири сифатида (В.Ф.Рубахиннинг илмий ишларида энг кўп тизимланган) қуйидаги хусусиятларға эға:

* социотехник характер (техник ва ижтимоий-ишлаб чиқариш тизимларининг бир вақтнинг ўзида бошқарилиши);

* бошқарув иерархиясининг турли даражаларида битта тур доирасида жуда кўп хилдаги фаолият турлари;

* тез-тез ўзгариб турадиган, кўпинча карама-қарши вазият, шароит етарли бўлмаган маълумот билан боғлиқ фаолиятнинг ижодий табиати; ҳал қилинадиган бошқарув вазифаларининг ёрқин прогностик табиати;

* ўткир вақт танқислиги шароитида кўплаб бошқарув функцияларини амалга ошириш;

* коммуникатив функцияларни кучайтириш.

Раҳбарнинг функциялари таркибига турли муаллифлар қуйидагиларни киритади:

- маъмурий, стратегик, эксперт-маслаҳат, коммуникатив-тартибга солиш, интизомий, тарбиявий, психотерапевтик;

- мақсадли, ташкилий, техник, ижтимоий-психологик, оператив;

- умумий раҳбарлик, режалаштириш, ходимларни бошқариш;

- умумий раҳбарлик қилувчи ва махсус (режалаштириш-иқтисодий, технология-бошқарув ва ходимлар);

- жамоанинг мақсадини белгилаш, режалаштириш, мувофиқлаштириш, рағбатлантириш, назорат қилиш, тарбиялаш вазифалари.

Функцияларни таснифлашни ягона асосда амалга ошириш тўғрироқдир. Бошқарув объекти бунда ягона асос бўлиши мумкин.

Раҳбар фаолиятининг психологик таркибида учта асосий компонентни ажратиш кўрсатиш мумкин. Булар:

* муаммоли вазиятнинг яхлит қиёфасини акс эттиришни мақсад қилган раҳбарлик объекти билан билим олишга йўналтирилган ўзаро алоқа;

* ижодий ҳамкорлик, яъни раҳбарлик объекти бўйича ўзаро бошқарувчи алоқани ишлаб чиқиш (қарорларни қабул қилиш);

* ўзаро ташкилотчилик алоқаси. Унинг давомида раҳбар ижрочиларда фаолият вакилларининг муносиб қиёфасини шакллантиради ва уларнинг мотивация соҳасини фаоллаштиради.

1.5. Менежмент психологиясининг моҳияти

Менежмент психологияси замонавий ижтимоий психологиянинг энг муҳим тармоқларидан бири бўлиб, у бошқарув фаолиятининг психологик қонуниятлари (турли ижтимоий тузилмалардаги инсонларнинг мулоқоти ва ўзаро алоқаси муаммолари)ни ўрганади.

Ушбу йўналиш, асосан, бошқарув қарорларининг психологик мазмуни ҳақидаги билимларни бирлаштиришга мўлжалланган. Бошқарув ҳар доим тирик инсонлар билан боғлиқ бўлиб, кўпинча бошқарув жамият, жамоа, инсонга маълум мақсадга эришиш учун ижтимоий-психологик таъсир кўрсатиш тизими сифатида намоён бўлади. Шу билан бирга, у бошқарув ва бўйсуннишдан иборат икки томонлама жараёндир, шунинг учун унинг самарадорлиги, яъни белгиланган мақсадга қисқа вақт ичида эришиши иккита шартни: оқилона раҳбарлик ва ишончли бўйсуннишни таъминлаш орқали амалга ошади.

Онгли раҳбарлик, ўз навбатида, ҳам менежмент психологиясини яхши билиш, ҳам раҳбардаги бошқарув фаолиятининг катта тажрибаси натижасидир. Оқилона раҳбарлик ишончли бўйсуннишни таъминлайди.

Шунинг учун, менежмент психологияси ўз ривожланишининг иккита асосий манбаига эга эканлигини айтиши мумкин. Булар:

- 1) инсонни бошқариш объекти ва субъекти сифатида ўрганиш ҳамда ҳисобга олишни талаб қилувчи амалиёт эҳтиёжлари;
- 2) руҳий ҳолатни, жараёнларни, хусусиятларни ва умуман инсон фаолиятини бошқариш муаммосини ҳал қилишга ёрдам берадиган психология фанининг ривожланиш эҳтиёжлари.

Менежмент психологияси илмий-амалий йўналиш сифатида бошқарув назарияси, менежмент, ижтимоий психология, шахс психологияси, дифференциал психология, конфликтология, педагогика, иқтисод, қарор

қабул қилиш назарияси қаби фанлар билан боғлиқ. Бошқарув психологияси таҳлил методологияси ва усуллари психология фанидан олади, қўл остидагиларни тарбиялаш ва ўқитиш муаммоларини эса педагогика ҳамда андрагогика ёрдамида ҳал қилади. Шу билан бирга, менежмент психологияси социология, айниқса, ташкилотлар социологияси билан яқин алоқага эга.

Менежмент психологиясининг *предмети* инсон томонидан бошқарув тажрибасини ўзлаштиришнинг асослари, механизмлари, қонуниятлари ва бу ўзлаштириш жараёнидан келиб чиқадиган раҳбарнинг бошқарув субъекти сифатидаги интеллектуал ва шахсий ривожланиши даражасида ўзгаришлар ҳисобланади.

Менежмент психологиясининг асосий *вазифаси* бу барча даражадаги раҳбарлар ишининг самарадорлиги ва сифатини яхшилаш учун психологик шароит ва бошқарув фаолиятининг хусусиятларини таҳлил қилишдир. Шу билан бирга, менежмент психологиясининг вазифалари яна қуйидагиларда намоён бўлади³:

- 1) менежмент ва бошқарув назарияси ва амалиётини ўрганиш;
- 2) раҳбарнинг психологик тайёргарлиги даражаси ҳамда шахсга ва жамоага таъсир ўтказиш усуллари ўртасидаги алоқани аниқлаш;
- 3) бошқарув усуллари ва йўллари оптималлаштириш;
- 4) бошқарувчи шахсининг бўйсунувчиларга бошқарадиган таъсир қилиш механизмлари ва қонуниятларини ўрганиш;
- 5) коммуникатив муҳитни ўрганиш ва раҳбарнинг коммуникатив малакасини ошириш;
- 6) ташкилот, гуруҳ ва жамоани бошқариш хусусиятларини аниқлаш;
- 7) амалий мулоқотни оптималлаштириш ва амалий суҳбатларнинг сифатини ошириш;
- 8) раҳбарлар ва ходимларни психологик танлаш механизмлари, қонуниятлари, мезонларини аниқлаш;

³ Қаранг: Подоляк Я. В. Психология управления: теория и практика менеджмента. - Харьков, 2004. –Б. 23-25.

9) бошқарув услубини аниқлаш ва уни такомиллаштиришнинг психологик асосларини ишлаб чиқиш;

10) низоли ҳолатлар сабабларини ўрганиш ва низоларни бошқариш усулларини ишлаб чиқиш.

Шундай қилиб, менежмент психологияси бошқарув жараёнининг психологик жиҳатларини ўрганиш соҳасида турли фанларнинг ютуқларини бирлаштирадиган, раҳбарлар ва кўл остидагиларнинг индивидуал фарқларини, уларнинг ўзаро алоқаси ва мулоқотини ўрганадиган ҳамда ташкилотнинг профессионал фаолиятини оптималлаштиришга қаратилган кенг қамровли билимлар соҳасидир.

1.6. Менежмент психологиясининг тамойиллари ва усуллари

Менежмент психологиясининг *тамойиллари* бу бошқарув функцияларини амалга ошириш бўйича менежерларнинг асосий ғоялари, психологик қонуниятлари ва хатти-ҳаракатлари қоидаларидир. Менежмент психологиясининг *асосий тамойиллари* қуйидагилардир:

1. Бошқарув инсон турмушининг ажралмас қисмидир. Бошқарувсиз инсонларнинг биргаликдаги фаолиятининг амалга ошиши мутлақо мумкин эмас. Бошқарув инсонларнинг кучли психологик фазилатларини самарали амалга ошириш, заифларни эса бартараф қилиш имконини беради.

2. Маданий ва тарихий анъаналар таъсири остидаги бошқарув барча мамлакат раҳбарларининг психологиясига чуқур кириб, бунда улар ,асосан, бир хил вазифалар ва функцияларни бажарадилар.

3. Ҳар қандай ташкилот барча ишчиларни бирлаштирадиган оддий ва аниқ мақсадларга муҳтож бўлади. Менежмент психологиясининг вазифаси жамоага ва унинг ҳар бир аъзосига ўз қобилиятларини ўстириш, шахсий хислатларини яхшилаш ва эҳтиёжларни тўлиқ қондириш имкониятини беришдир.

5. Ҳар бир ходимнинг ишни бажариши шахсий интизом ва тайинланган иш учун масъулиятга асосланган бўлиши лозим; у ўз вазифаларини аниқ тасаввур этиши ва умумий иш учун қўшган шахсий ҳиссасини баҳолаш имкониятига эга бўлиши керак.

Бошқарувнинг хусусий тамойилларига қуйидагилар киради:

- * бошқарувнинг илмий асосланганлик тамойили;
- * давлат қонунчилиги тамойили;
- * бошқарув объекти ва субъектининг органик яхлитлиги тамойили;
- * иерархиялик ва қайта алоқа тамойили;
- * режалилик тамойили;
- * марказлаштириш ва марказсизлаштиришни бириктириш тамойили;
- * мотивация тамойили;
- * хусусий автономия ва эркинлик тамойили;
- * ташкилотдаги ҳар бир ходимнинг ҳуқуқлари, мажбуриятлари ва масъулиятини бирлаштириш тамойили;
- * бошқарув тизимининг барқарорлиги ва ҳаракатчанлиги тамойили;
- * бошқарувни демократизациялаш тамойили.

Муаммоларни ҳал қилиш ва бошқарув тамойилларини амалга ошириш турли усулларни қўллаш орқали амалга оширилади.

Бошқарув ***усуллари*** бу белгиланган мақсадларга эришиш учун бошқариладиган объектга таъсир қилишнинг йўллари ва воситалари тўпламидир. Асосий бошқарув усуллари қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ташкилий-маъмурий усуллар;
- иқтисодий усуллар;
- ижтимоий-психологик усуллар;
- эвристик усуллар.

Бошқарувнинг ***ташкилий-маъмурий усуллари*** жамоа ишининг аниқ, интизомли ва тартибли бўлишини таъминлайди. Раҳбар бу усулларни маъмур ҳамда ҳокимият субъекти сифатида меҳнат ва хўжалик қонунчилигининг

хуқукий ҳужжатларига асосланган ҳолда қўллайди. Ушбу усуллардан фойдаланишнинг асосий мақсадлари - меҳнат муносабатларини ҳуқукий тартибга солиш, қонунийликни мустаҳкамлаш, корхона ва унинг ходимларининг ҳуқуқлари ҳамда қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш.

Ташкилий ва маъмурий усуллар шахс ва жамоага бевосита ёзма ёки оғзаки равишда берилган буйруқлар, фармойишлар, оператив кўрсатмалар, уларнинг ижроси устидан назорат, меҳнат интизомини қўллаб-қувватлаш бўйича маъмурий воситалар тизими ва бошқалар орқали таъсир кўрсатади.

Раҳбар ташкилий-маъмурий усулларни қуйидаги шаклларда қўллаши мумкин:

- * мажбурий кўрсатмалар (буйруқ, таъқиқ);
- * мувофиқлаштирувчи чора-тадбирлар (маслаҳат, келишув);
- * тавсиялар, тушунтиришлар, тилаклар, таклифлар.

Аслида, ташкилий ва маъмурий усуллар бу, айниқса, ишдан қочадиган ходимлар учун мажбурий усул ва воситалардир.

Онгли ишчилар учун бу усуллар тавсия ва тилаклар шаклидаги хайрихоҳлик мазмунига эга бўлиши керак. Вазифаларни белгилаш ва уларни ҳал қилиш учун рағбатлантирувчи шарт-шароитларни яратиш орқали амалга ошириладиган билвосита таъсир усуллари янада самарали ҳисобланади.

Бошқарувнинг *иқтисодий усуллари* ходимларга таъсир кўрсатишнинг асосий воситасини ифодалайди. Бунинг сабаби шундаки, улар бутун жамоанинг эҳтиёжларини, хусусан, шахснинг эҳтиёжларини қондиради. Иқтисодий усуллар меҳнат қилиш фаоллигига ва ташкилотнинг захираларини аниқлашга ёрдам беради. Бугунги кунда моддий рағбатлантириш интизомни мустаҳкамлаш ва меҳнат унумдорлигини оширишда муҳим омил бўлиб қолмоқда. Раҳбар одам ходимнинг шахсий иқтисодий манфаатларидан фойдаланиб, унинг бутун ташкилот фойдаси учун юқори фидойилигига эришиши мумкин.

Иқтисодий усуллар ташкилотнинг мустақиллигини кенгайтириш шароитида, жамоа моддий жамғармалар, олинган даромад (фойда), иш

ҳақини тасарруф қилганда ва ўзининг иқтисодий манфаатларини амалга оширганда янада самарали бўлади. Ташкилот бошқарувидаги иқтисодий муаммоларни ҳал қилиш учун режалаштириш, нархлаш, молиялаштириш ва ҳ.л.арнинг математик моделларига асосланган иқтисодий ва математик усуллар ҳам қўлланилади.

Бошқарувнинг *ижтимоий-психологик усуллари* ходимларнинг ижтимоий фаоллигини ошириш, жамоада соғлом маънавий-психологик муҳитни яратиш, жамоатчилик туйғусини, ўзаро дўстона ҳамжиҳатликни тарбиялаш мақсадида қўлланилади. Улар меҳнат учун ахлоқий рағбатлардан фойдаланишга асосланган бўлиб, маъмурий топшириқларни онгли бурчга, ходимнинг ички эҳтиёжига айлантириш мақсадида шахсга психологик усуллар ёрдамида таъсир кўрсатади. Бунга шахсий намуна, ишонтириш, сингдириш, рағбатлантириш, мажбурлаш каби усуллар орқали эришилади.

Бошқарувнинг *эвристик усуллари* - бу мантиқий усуллар ва интуитив тахминлар тизими бўлиб, у раҳбарга ўзи ўрганган билим ва кўникмалар билан ҳал этилмайдиган муаммоларни ечишга имкон беради. Ушбу усуллар бошқарувчи кутилмаган, ўта оғир шароитларда, алгоритмга, тўлиқ маълумотга ва вариантларни қидириш учун вақтга эга бўлмасдан қарорни ишлаб чиқишида қўлланилади.

Раҳбарнинг эвристик фаолияти усулларига анаксиоматизация (юнон. *axia* - “қиймат” ва *an* – “салбий заррача”) киради ва у иккинчи даражали белгиларни чиқариб ташлаш, вазиятнинг айрим шароитларини эътиборсиз қолдиришдан иборатдир. Анаксиоматизация математик моделларни яратиш ва компьютердан фойдаланиш учун зарур бўлган шарт ҳисобланади. Компьютер мумкин бўлган вариантларни кўриб чиқади ва расмий муаммоларни ҳал қилади, бошқарувчи эса муҳим бўлмаган маълумотларни чиқариб ташлаган ҳолда асосий жиҳатларга эътибор беради. Ост онг, сезги раҳбарга бошқарув қарорини ишлаб чиқиш учун энг муносиб бўлган эвристикани маслаҳат беради.

Назорат саволлари:

1. Менежмент ва бошқарув тушунчаларининг ўзаро боғлиқлиги қандай?
2. Бошқарувнинг асосий функцияларини санаб тушунтириб беринг.
3. Илмий бошқарув асосларини таърифлаб беринг.
4. Менежмент психологиясининг предметига ойдинлик киритинг.
5. Менежмент психологиясининг асосий ёндашувларини очиб беринг.
6. Бошқариш объекти ва субъектига таъриф беринг.
7. Бошқарув фаолиятининг ўзига хос хусусиятларини таърифланг.
8. Менежмент психологиясини ўрганишнинг асосий усуллари тавсифланг.
9. Менежмент психологияси тамойилларининг моҳиятини очиб беринг.

Мавзу юзасидан тестлар:

1. Менежмент психологияси психологиянинг шундай тармоғики, у ...
 - А. Бошқарув фаолияти билан боғлиқ бўлган муаммоларни, шахс ва шахслар гуруҳи томонидан бошқа гуруҳлар фаолиятини самарали ташкил этиш ва биргаликдаги фаолиятини амалга оширишнинг психологик механизмларини ўрганади;
 - Б. Бошқарувчи ва ходим муносабатларини ўрганади;
 - В. Раҳбарлик фаолиятининг режалаштириш, тақсимлаш, назорат вазифаларини ўрганади;
 - Г. Раҳбар шахси психологиясини ўрганади.
2. "Инсоний муносабатлар мактаби" назариясининг асосчиси ким?
 - А. Никколо Макиавелли
 - Б. Джон Локк
 - С. Элтон Мэйо
 - Д. Тейлор
3. "Бошқарув мактаби" қачондан бошлаб ривожлана бошлади?
 - А. XX асрнинг бошларидан
 - Б. XX асрнинг 60-йилларидан
 - С. XX асрнинг 60-йилларидан

Д. XX асрнинг 50-йилларидан

4. “У турли хил ички муҳитга ҳам, ташқи муҳитдаги ўзгаришларга ҳам мослашиш тенденциясига эга”. Ушбу таъриф жавоб вариантларининг қай бирига хос?

А. Макиавеллизм

Б. Бошқарув мактаби

С. Бошқарувда вазиятли ёндашув

Д. Бошқарувда очиқ тизим

5. Ким "илмий менежмент" назариясини ривожлантира бошлаган эди?

А. Тейлор

Б. Макс Вебер

С. Элтон Мэйо

Д. Никколо Макиавелли

6. Қўйидаги давлатларнинг қайси бирида давлат хизматчилари орасида барча менежерлар ўн саккизта даража бўйича таснифланади?

А. АҚШ

Б. Япония

С. Хитой

Д. Британия

7. Тизимнинг мақсади ва вазифалари, функциялари ва имкониятлари, бу-

...

А. Информатив жиҳат

Б. Лойиҳавий-дастурий жиҳат

С. Буйруқли жиҳат

Д. Назорат-таҳлил жиҳати

8. Стратегик ва тактик режалаштириш, ташкилотларнинг иқтисодий фаолиятини таҳлил қилиш, иш рентабеллигини таъминлаш, бу қандай раҳбарлик?

А. Умумий раҳбарлик

Б. Технологик раҳбарлик

С. Иқтисодий раҳбарлик

Д. Оператив бошқарув

9. Менежментнинг асосий вазифалари тўғри кўрсатилган жавоб вариантлари кўрсатинг.

А. Режалаштириш, ташкил этиш, назорат

Б. Режалаштириш, ташкил этиш, мотивация

С. Режалаштириш, ташкил этиш, мотивация ва назорат

Д. Режалаштириш, ташкил этиш

10. Раҳбар фаолиятининг психологик таркибидаги асосий компонентлар нимадан иборат?

А. Муаммоли вазиятнинг яхлит қиёфасини акс эттиришни мақсад қилган раҳбарлик объекти билан билим олишга йўналтирилган ўзаро алоқа;

Б. Ижодий ҳамкорлик, яъни раҳбарлик объекти бўйича ўзаро бошқарувчи алоқани ишлаб чиқиш (қарорларни қабул қилиш);

С. Ўзаро ташкилотчилик алоқаси. Унинг давомида раҳбар ижрочиларда фаолият вакиллариининг муносиб қиёфасини шакллантиради ва уларнинг мотивация соҳасини фаоллаштиради;

Д. Барча жавоблар тўғри.

Адабиётлар:

1. Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.

2. Полукаров В.Л., Петрушин В.И. Психология менежмента. -М.: 2013.

3. Подоляк Я. В. Психология управления: теория и практика менежмента. Харьк.: 2004.

4. Психология менежмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. -СПб.: 1997.

5. Психологическое обеспечение профессиональной деятельности /Под ред. Г. С. Никифорова. СПб.: 1991.

2-МАВЗУ. ШАХС БОШҚАРУВНИНГ ҲАМ ОБЪЕКТИ, ҲАМ СУБЪЕКТИ СИФАТИДА

Режа:

1. *Шахснинг индивидуал-психологик, ижтимоий-психологик сифати*
2. *Шахснинг ижтимоий-психологик сифатлари типологияси*
3. *Шахснинг ижтимоий-психологик сифатларига индивидуал хусусиятларнинг таъсири*
4. *Менежер - шахс сифатида*

Таянч сўзлар: Индивид, шахс, индивидуаллик, ижтимоий эҳтиёж, маънавий эҳтиёж, ижтимоий хис-туйғу, ижтимоийлашув, ижтимоий мезон, пикник, атлетик, астеник, экстрове́ртлик, интрове́ртлик, темперамент, инстинкт, эгофил тур, генофил тур, альтруистик тур, тадқиқотчи тур, доминант тур, либертофил тур, дигни́тофил тур, психопатия, намоишкорона тур, педантик тур

2.1. Шахснинг индивидуал-психологик, ижтимоий-психологик хусусиятлари

Инсон шахси ва унинг шаклланиши каби муаммолар юзасидан психология билан бир қаторда фалсафа, педагогика, социология, генетика, тиббиёт каби фанлар ҳам шуғулланади. Психологик адабиётларда шахс тушунчаси индивид тушунчасидан фарқлидир. Биринчиси, инсоннинг ижтимоий хусусиятларини англатади. Маълумки, одам шахс сифатида дунёга келмайди, балки унинг шаклланиши, аввало, ҳаёт шароитларига боғлиқ. Инсон ҳаёти давомида мураккаб ривожланиш жараёнини бошидан кечиради, натижада шахсга айланади. Шу сабабли шахсни маълум ижтимоий тузумнинг маҳсули деб тушуниш лозим.

Ривожланиш деганда, шахснинг ҳам жисмоний, ҳам ақлий ва маънавий камол топиш жараёни тушунилади. Ҳар бир жамиятда шахснинг шаклланиши, камол топиши муҳим муаммолардан ҳисобланади. Шу сабабли шахснинг шаклланиши масалаларига тўғри ёндашиш учун шахснинг табиатини, тузилишини, унинг хулқ-атворини ва унга таъсир қилувчи сабаб ва воситаларини билиш зарур.

Шахснинг ривожланиш жараёни бир қанча омиллар таъсирида содир бўлади. Булар ирсият, яъни биологик омил, муҳит, таълим ва тарбия, шахс фаоллиги кабиларда намоён бўлади.

Индивид ижтимоий тизимда асосий бўғим, бошқарув объекти ва субъектидир. Индивидни доимо кимдир бошқаради. Ўзини муваффақиятли бошқариш учун ўз қизиқишларининг тавсифини, ўз имкониятлари ва турли вазиятларда нуқтаи назарини яхши билиши лозим. У, аввало, ўз имкониятларини, кейин эса улардан фойдаланиш йўллариини англаб олган бўлиши керак. Онг инсоннинг воқеликни тўғри акс эттириш қобилияти сифатида, инсоннинг ижтимоий-руҳий воситалари йиғиндиси сифат фаолияти дастурини тузиш, яқин мақсадлар қўйиш, уларга эришишга ёрдам беришга имконият яратади. Чунки кишиларнинг билими раҳбар касбий ваколатининг кўрсаткичидир.

Инсон ижтимоий муносабатлар тизимига қўшилганда ва мустақил фаолият учун арзигулик ижтимоий сифатга эга бўлганда **шахс** бўлиб қарор топади. Инсон ўз эҳтиёжини қондиришга интилиб шахс турли меҳнат ва ижтимоий фаолият соҳасига кириб боради. Бунда шахснинг эҳтиёжи ранг-барангдир. Уларни қуйидагича таснифлаш мумкин:

- *биологик эҳтиёж*: озиқ-овқат, ҳаво, кийим-кечак, ҳаракат ва ҳоказоларга бўлган талаб;
- *ижтимоий эҳтиёж*: ижтимоий фаоллик, шахснинг жамиятда ўз ўрнини излаши ва бошқалар;
- *маънавий эҳтиёж*: ташқи дунёни идрок этиш, ахборотлар (илмий, ахлоқий, мафкуравий ва б.) олиш.

Маслоу бўйича эҳтиёжлар даражаси қуйидагича: физиологик, хавфсизлик ва муҳофаза, тегишлилик ва севги, ўз-ўзини қадрлаш, ўз-ўзини фаоллаштириш (ўз-ўзини англаш).

Индивидуаллик - бу - хулқ-атворнинг ўзига хослиги ва муайян фаолият турига мувофиқлигини белгиловчи шахснинг хусусияти. Бу шахснинг биоижтимоий ўзига хослиги, унинг такрорланмаслигида намоён бўлади.

Айни шу турли индивидуал хусусият (жўшқинлик)га эга шахслар билан раҳбарнинг ишлашига тўғри келади. Жўшқинлик турини билиш унга муайян шахсга у ёки бу фаолият талаби билан тўғри ёндашиш, муомаланинг шакл ва усуллари танлаш, жамоани уюштириш учун имкон беради.

Шахснинг меҳнат ва ижтимоий соҳадаги фаолиятининг муҳити ва натижасини белгиловчи индивидуал хусусият *ҳис-ҳаяжон ва хис-туйғу, уқув ва ақлий фаолият, табиат ва ирода* ҳисобланади.

Хис-ҳаяжон - бу шахснинг атроф-муҳитга, одамларга ва ўз-ўзига бевосита ташвиш шаклида муносабатда бўлиш усули. Ҳаётдаги кўпгина вазиятлар турли хис-ҳаяжонларнинг юзага келиши билан боғлиқдир: ижобий ва салбий, чуқур ва юзаки ва ҳ. к.

Хиссиёт - шахснинг бирор нарса ёки ҳодисага муносабатини ифода этувчи барқарор муносабатига оид хис-ҳаяжон. Хис-туйғу қуйидагича бўлиши мумкин:

- *маънавий*: шахснинг ўзи ва бошқа кишиларнинг хатти-ҳаракатлари хусусидаги маънавий кечинмалари жараёнларида юзага чиқади (ижтимоий бурч, виждон, ғурур, севги ва б.);

- *интеллектуал*: шахснинг ижодий идрок этиш эҳтиёжи ва манфаатларини қондириш билан боғлиқ (эксперимент натижаларидан олимнинг хурсанд бўлиши ёки кўнгли тўлмаслиги, конструкторнинг яратган техникавий объектидан мамнун бўлиши ёки кўнгли тўлмаслиги ва ҳ. к.);

- *эстетик* : шахснинг ўзини қуршаб турган оламдаги ва санъатдаги гўзалликлардан таъсирланиши белгилайди.

Уқув - бу шахс табиий қобилиятининг ривожланган ҳолати. У қуйидагича бўлиши мумкин:

- *умумий*: диққат, кузатувчанлик, эслаб қолиш, ижодий тасаввур, мулоҳазалилик ва б.;

- *махсус*: тасаввурий (чизиқлар, мутаносибликлар ва бошқаларни сезиш), математик (абстракт фикрлаш, таҳлил ва синтезга мойиллик), ташкилотчилик ва бошқа хислатлар.

Бундай уқувлар инсонни ўқитиш ва тарбиялаш жараёнида белгиланади, шунингдек, унинг фаол меҳнат ва ижтимоий фаолияти мобайнида шаклланади.

Ақлий фаолият: прагматик маънода - бу ҳаётнинг мазмунини англаш, мақсад ва вазифаларни белгилаш, уларни ҳал этишнинг самарадор усуллари излаш. Бу ноаниқликни камайтиришга йўналтирилади. Америкалик шахсшунос Д. Келли таъкидлашича инсонлар асосан келажакни кўзлайдилар: "Ўтмиш эмас айти шу келажак инсонларни хавотирга солади. У ҳамиша "ҳозир" деб аталмиш дарча орқали келажакка интилади".

Табиат (характер) - бу индивидуал руҳий хусусиятлар мажмуи. Инсонда одатдаги шароитларда намоён бўлади ва шундай шароитларда унга хос хатти-ҳаракат усулларида ифодаланади. Табиатнинг умумий кўриниши шахснинг фуқаролик масъулияти, бурчи, одамларга ва ўз-ўзига муносабатида акс этади. Инсон табиатининг бу жиҳатлари (ижобий ва салбий) 1- жадвалда келтирилди.

1- жадвал

Инсон табиатининг умумий жиҳатлари

	Шахснинг муносабат тури	Инсон табиатининг жиҳатлари	
		Ижобий	Салбий
	Фуқаролик масъулияти ва	Меҳнатсеварлик, соф виждонлилик,	Палапартчилик, лоқайдлик,

	бурчга муносабат	қатъиятлилик, тежамкорлик ва ҳ.к.	исрофгарчилик ва ҳ.к.
	Одамларга бўлган муносабат	Олийжаноблилик, мулойимлик, ҳайрихоҳлик ва ҳ.к.	Биқиқлик, фаросатсизлик, ичиқоралик ва ҳ.к.
	Ўз-ўзига бўлган муносабат	Камтарлик, субутлилик, тартиблилик.	Каландимоқлик, мақтанчоқлик, ўзини юқори туттишлик.

Авлоддан авлодга генетик йўл билан ўтадиган ва ҳар бир шахсда турлича бошланғич имконият асосида ривожланувчи индивидуал-психологик сифатдан фарқли ўлароқ, **ижтимоий-психологик сифат** ижтимоий орттирилган (юзага чиққан) ҳисобланади. Булар жамиятнинг турмуш тарзи, шахс атрофидаги одамлар ва ўзини ривожлантириш учун олиб борган фаолият таъсирида шаклланади.

Қуйидагилар шахснинг ижтимоий-психологик сифатлари ҳисобланади: ижтимоий хис-туйғу, кўзланган қадриятлар, ижтимоий мезон, иштиёқ-умидворлик, қилиқлар, шахс "маънавий жамғарма"си.

Ижтимоий хис-туйғу - кишиларнинг моддий ва маънавий эҳтиёжи, уларнинг ижтимоий мулоқотга бўлган эҳтиёжидан қониқиши, шунингдек, маълум тоифа одамлар гуруҳига тааллуқлилиги оқибати ўлароқ юзага келадиган хиссиёт, диний эътиқод, ватанпарварлик каби ижтимоий сезгини келтириши мумкин.

Ижтимоий хис-туйғу одамларни бирлаштириши ёки қарама-қарши, битта жамоага уюштириши ёки тарафма-тараф қилиб қўйиши мумкин.

Кўзланган қадриятлар - шахснинг моддий ва маънавий қизиқишларини танлаб муносабатда бўлиши. Булар унинг учун мақсади ёки ўз эҳтиёжини қондириш воситаси ҳисобланади. Уларнинг шаклланишида бошланғич гуруҳ, ижтимоий муҳит, демографик қатлам ва бошқалар муҳим аҳамият касб этади.

Ижтимоий мезон - руҳий ҳолат, бунда инсон объект ёки субъектга ўз турмуш тажрибаси асосида илиқ ёки совуқ муносабатда бўлади. Ижтимоий мезон шахснинг информацияни қабул қилиш, шунингдек, унга кўрсатадиган муносабат омили сифатида намоён бўлади.

Иштиёқ-умидворлик шахснинг жисмоний ва қалб иштиёқи ранг-баранглиги ва нозиклигини акс эттиради. Масалан, махсус маълумот олиш, қандайдир турмуш муаммосини ҳал этиш, раҳбарият томонидан қандайдир эътиборга молик бўлиш ва ҳ. к. Иштиёқ-умидворлик раҳбарнинг ходимлар билан яқка тартибда ишлашида катта аҳамият касб этади.

Одатлар - шахс онгида барқарор сақланиб қолган тимсоллар ва тасаввурлар. Булар эмоционал-экспрессив бўёқли одатлар ёки муҳим баҳо ҳисобланади. Шахс онгида чуқур ўрнашиб қолган у ёки бу қилиқ ижодий идрок этишга рағбатлантириши ёки тўсқинлик қилиши, бошқача фикрловчиларга ижобий ёки салбий муносабатни белгилаши мумкин. Одатлар кўпинча раҳбарга янги ғояларни қабул қилишга ҳалақит қилади, ташкилот фаолиятини тизимли идрок этишга тўсиқ бўлади.

Шахс «маънавий жамғармаси» - туб ахлоқий қадриятларга таянувчи илмий дунёқараш. Булар шахс онгининг «маънавий ўзаги» ҳисобланади. Ўзлигини намоён этиш қай даражадалиги, дунёқарашнинг руҳий қадрияти шахсий эътиқоднинг етуқлиги ва барқарорлигига кўра белгиланади. Чин эътиқод шахснинг ижтимоий ҳуққини энг яхши тартибга солувчиси, меҳнат ва ижтимоий фаолиятда асосий тўғри мўлжалдир.

Шахс индивидуал-руҳий ва ижтимоий-руҳий сифатини билиш раҳбарнинг кадрлар муаммосини ҳал этишида, ходимлар касбий мувофиқлигини белгилашида қўл келади.

Бошқарув фаолиятининг муваффақияти кўп жиҳатдан раҳбар ходимларни **меҳнатга манфаатдорона муносабатини** - ходимда ўз касбий фаолияти натижасидан фахрланишни уйғотадиган бўлиши лозим. Фақат ихтиёрий фаолиятгина инсонни яхши натижаларга етказди.

Меҳнатни рағбатлантириш тартиби - бу ижтимоий-иқтисодий, этик, педагогик-психологик шартлар **кишилар онгида** меҳнатга ҳалол муносабатда бўлиш, юқори натижаларга эришишга интилишни шакллантириш мақсадида уйғотишга йўналтирилган шакл ва усуллар.

Демак, биринчи ўринда кишилар онгига таъсир, яъни меҳнатга кизиқтиришнинг психологик усуллари туради. Қуйидагилар шундай усуллар ҳисобланади:

- асосий эҳтиёж ва манфаатларни қондириш усули;
- рағбат ва асослар биргаликда таъсир этиши усули.

Эҳтиёжлар ва манфаатлар кишиларни ҳаракатга ундайди, хатти-ҳаракатини асослайди ва муайян йўналиш бағишлайди. Лекин фаолиятга тайёргарлик аниқ кўринишга эга бўлиши учун рағбат ва асослар биргаликда ҳаракатланиш усули амалга ошириши керак. Инсон фаолиятсиз қолиши, манфаатга эришишида иродасизлик қилиши мумкин.

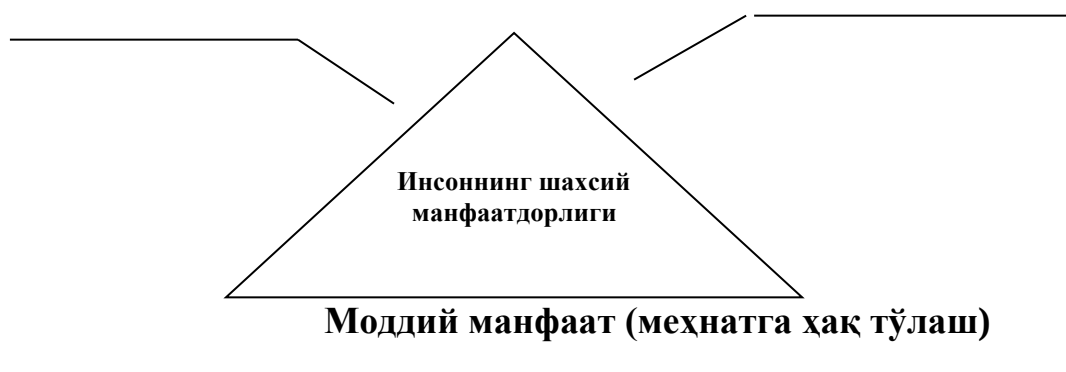
Қуйидагилар меҳнат фаолиятида энг барқарор асослар бўлиши мумкин: *пул топиш иштиёқи, шахснинг ўзини кўрсатиши (ўз қадрини баланд тутиши), Ватанни юксакка кўтариши (альтруизм), ҳуқуқий ёки ахлоқий жиҳатдан қораланишдан қўрқиш.*

Инсоннинг меҳнатга онгли муносабатда бўлишининг психологик асоси - шахсий манфаатдорлик бўлиб, эҳтиёж ва манфаатларга тааллуқли мақсадларни амалга оширишдир. Шахсий манфаатдорликни учбурчак тарзида тасаввур қилиш мумкин (2- расм), унинг бир томони - иқтисодий манфаат (меҳнатга ҳақ тўлаш), иккинчиси - ижтимоий манфаат (дориломон муомала), учинчиси - маънавий манфаатлар. Ҳар бир томон қанчалик узун бўлса учбурчак эгаллаган майдон шунча катта, демак, инсон шахсий манфаатдорлиги ҳам:

- моддий ва маънавий рағбатлантириш бирлигини таъминлаш лозим;
- рағбатлантириш ва жазолаш кишиларни моддий ва маънавий моҳиятлашнинг аниқ чораси бўлиши лозим.

Ижтимоий манфаат

Маънавий манфаатлар



2-расм. Инсоннинг шахсий манфаатдорлигини белгиловчи асосий омиллар

Мазкур ҳолда қуйидаги тамойилларга амал қилиш мақсадга мувофиқдир: **ўз вақтидалик** (рағбатлантириш ёки жазолашнинг мавридлилиги); **ошкоралик** (кенг хабардорлик ва рағбатлантириш чораси ҳамда меҳнат натижаларининг таққосланиши); **кўрғазмалилик** (рағбатлантириш чорасининг яққол кўринарли бўлиши).

Юқорида айтилган фикр, мулоҳазаларни инобатга олган ҳолда айтиш мумкинки, раҳбарнинг касбий ваколатлилигининг кўрсаткичи бўлиб, одамларни билиш уларнинг индивидуал ва ижтимоий-психологик сифатлари ҳисобланади. Эмоция ва ҳис этиш, уқув ва ақлий фаолият, хусусият ва ирода индивидуал-психологик сифатлардир. Бу ҳислатлар авлоддан-авлодга ирсият орқали ўтади. Булардан фарқли ўлароқ ижтимоий-психологик сифатлар ижтимоий орттирилган ҳисобланади. Қуйидагилар шуларга киради: ижтимоий ҳиссиёт, кўзланган қадриятлар, ижтимоий мезон, иштиёқ-умидворлик, қилиқлар, шахснинг «маънавий жамланмаси». Бошқарув фаолиятидаги муваффақият кўп жиҳатдан раҳбарнинг ходимларни меҳнатга қизиқиб муносабатда бўлишдан қанчалик манфаатдор қила олишига боғлиқ. Меҳнатни рағбатлантириш усули ижтимоий-иқтисодий, этик ва психологик-педагогик шароитлар мажмуи, кишиларда меҳнатга онгли муносабатда

бўлиш, юқори натижаларга эришишга интилишни шакллантириш мақсадида кишилар онгига таъсир этишга йўналтирилган шакл ва усуллардан иборатдир.

2.2. Шахснинг ижтимоий-психологик хусусиятлари типологияси

Психология фани бошқа билим соҳалари билан биргаликда одам танасининг ўзига хос анатомик-физиологик тузилиши унинг баъзи ижтимоий-психологик сифатларининг ривожланишини ҳам олдиндан белгилаши тўғрисидаги хулосага келди¹. Шундай уч тоифадаги одамлар – пикниклар, атлетиклар ва астениклар мавжудлиги тўғрисида гапириш мумкин, уларга бошқа одамлар билан ўзаро мулоқот, ҳаракат ва муносабатларнинг маълум хусусиятлари хосдир.

XX асрнинг иккинчи ярмида муаммони замонавий ижтимоий-психологик технологиялар ёрдамида ўрганиш давом этди. Натижада шахснинг психикаси шаклланишида физиологик тавсифлар муҳим ўрин тутиши ва унинг ижтимоий хулқ-атвориغا таъсир қилиши аён бўлди. Бу бихевиоризм оқимининг пайдо бўлишига сабаб бўлди ва унда шахснинг физиологик тавсифларига қараб қуйидаги *шахс турлари* ажратилди:

Пикниклар, одатда, юқори даражада шахслараро мулоқот ва ижтимоий муҳитга мослашувчанлиги, бошқа барча одамлар билан маълум тарзда муносабатлар ўрнатишга интилиши билан ажралиб туради. Бу уларнинг атрофдагилар билан жиддий низога киришмай ўз манфаатлари ва қизиқишларини ҳимоя қилишга имкон беради. Улар, одатда, юқори нуфузга эга бўлишни мақсад қилмайди, лекин шу билан бир вақтда ўз “юзини йўқотмасдан” ва ортиқча ташвиш тортмасдан ўз тутган ўринларини осон ҳимоя қиладилар.

Пикник – гўштдор, жуда семиз, паст ёки ўрта бўйли, бадани семиз ва қорни катта, калта бўйин ва юмалоқ бошли. Унинг ҳис-туйғулари қувонч ва ғам ўртасида ўзгариб туради, у одамлар билан осон муносабатга киришади ва

қарашлари реалдир. Кречмер кўрсатилган тана тузилишини ўзи ажратган уч темперамент туридан бири – циклотимикка боғлайди.

Атлетиклар, одатда, жуда киришимли ва ижтимоий фаолдир, диққат марказида бўлишга ва бошқа одамлар орасида етакчи ўрин эгаллашга интилади, кўпинча қайнаб турадиган экспрессиялик билан фарқланади. Уларда ҳам ижобий, ҳам салбий ижтимоий ютуқларга эришиш намоён бўлиши мумкин, бу бошқа одамлар томонидан кўпинча ёмон қабул қилинади, чунки ҳар доим ҳам ҳаммага уларнинг импульсив ва бировларнинг манфаатларини четга сурувчи назорат қилинмайдиган фаолликлари ёқавермайди.

Атлетик – мушаклари яхши ривожланган, танаси бақувват, баланд ёки ўрта бўйли, елкалари кенг, тоси ингичка одам. Бу хотиржам, таассуротга берилмайдиган, мимикаси ва имо-ҳақаратлари вазмин, тафаккури ўзгаришсиз, кўпинча назари паст одамдир. Кречмер бу кўрстатилган тана тузилишини ўзи ажратган уч темперамент туридан бири – иксотимикка боғлайди.

Астениклар, одатда киришимли эмас, бошқа одамлар билан ҳамкорликда босиқ, гуруҳдаги фаол ўзаро муносабатларда эҳтиёткор, ўз мақоми ёки ижтимоий ўрни ўзгаришига жуда таъсирчан, клаустрофобиядан қийналади. Улар, одатда, атрофдагиларга сездирмасдан жамиятда эътироф қозонишга интилади ва ҳеч кимга ҳеч қачон уни туширишга йўл қўймайди, шу каби ҳар қандай уринишни оғир қабул қилади.

Астеник танасининг нозиклиги, бўйининг баландлиги, ясси кўкрак қафас, тор елкалари, оёқ-қўлларининг узун ва ориқлиги (летосоматик) ёки танасининг шаклсиз, нотўғри тузилиши (диспластик), тана тузилишининг турли деформациялари – ҳаддан зиёд баланд бўйи, номутаносиб тузилиши ва ҳ.к. билан тавсифланади. Ўзгалар учун ёпиқ, кайфияти ўзгарувчан, қайсар, ўз қарашлари ва тамойилларини ўзгартиришга мойил эмас, атрофдагиларга қийин мослашади. Кречмер бу кўрстатилган тана тузилишини ўзи ажратган уч темперамент туридан бири – шизотимикка боғлайди.

Одамнинг ижтимоий-психологик тавсифини тузаётганда унда кечаётган рухий жараёнлар индивидуал динамикасининг ўзига хослигини, маълум турдаги олий нерв фаолиятига мансублигини ҳам эътиборга олиш керак.

Одамнинг олий нерв фаолияти (ОНФ) асабларнинг қўзғалиши ва тормозланиши нерв жараёнларининг кечиши билан тавсифланади, уларни ўз навбатида куч, вазминлик ва ҳаракатчанлик бўйича тавсифлаш мумкин.

Шу муносабат билан, И.П.Павлов *тўртта яққол намоён бўладиган ОНФ тури*ни ва шунга мувофиқ тўрт турдаги темпераментни ажратган.

Темпераментнинг психологик тавсифи:

1. *Кучли.* Бу турдаги одамга кучли асаб қўзғалиши ва тормозланиши жараёнлари хосдир. Уларнинг ўртасида мувозанат мавжуд. Бу турдаги ОНФга сангвиник темперамент мувофиқдир.

2. *Мувозанатсиз.* Асабнинг қўзғалиши ва тормозланиши жуда кучли ва ҳаракатчан. Бироқ бу жараёнлар мувозанатда эмас. Бу турдаги ОНФга холерик темперамент мувофиқдир.

3. *Инерт.* Асабнинг қўзғалиши ва тормозланиши жараёнлари кучли, вазмин, бироқ камҳаракат. Бу турдаги ОНФга флегматик темперамент мувофиқдир.

4. *Кучсиз.* Асабнинг қўзғалиши ва тормозланиши жараёнлари кучсиз кечади. Улар камҳаракат ва мувозанатланмаган. Бу турдаги ОНФга меланхолик темперамент мувофиқдир.

Қўзғалиш ва тормозланиш нерв жараёнлари тавсифи:

Нерв жараёнлари кучи одам нерв тизимини ташқи муҳит қўзғатувчилари таъсирига дош бериши нуқтаи назаридан тавсифлайди, яъни куч деганда нерв ҳужайраларининг ишлаш қобилияти, уларнинг кучли шиддатга тормозланиш ҳолатига тушиб қолмасдан дош бериш лаёқати тушунилади.

Нерв жараёнларининг вазминлиги одамдаги қўзғалиш ва тормозланиш жараёнлари нисбатининг хусусиятларини кўрсатади.

Нерв жараёнларининг ҳаракатчанлиги кўзғалиш ва тормозланишнинг бир-бири билан тез алмашиши лаёқатини кўрсатади.

У вазиятнинг кутилмаганда ва кескин ўзгаришларига мувофиқлашишини, янги жамоага мослашишини, бир фаолият туридан бошқасига ўтишини таъминлайди.

Олий нерв фаолияти хусусиятларига қараб қуйидаги *темперамент турлари* ажратилади: сангвиник, флегматик, холерик, меланхолик.

Сангвиниклар ,одатда, яхши кайфиятда бўлади, тезкор ва самарали тафаккури, юқори ишлаш қобилияти билан ажралиб туради. Уларнинг кучли, вазмин, ҳаракатчан нерв тизими тез ва ўйланган жавобларни, доимий яхши кайфиятни, одамлар, ўзгарувчан ижтимоий вазиятлар, қизиқиш, ҳис-туйғу ва қарашлар ўзгарувчанлигига яхши мувофиқлашишини таъминлайди. Сангвиникларда ҳис-туйғулар осон юзага келади ва алмашади. Уларнинг мимикаси бой, ҳаракатчан ва ифодали. Жиддий мақсадлар, чуқур фикрлар, ижодий фаолият бўлмаганда, сангвиникларда юзакилик ва бетайинлик пайдо бўлиши мумкин.

Флегматикларга, одатда, ҳаяжон ва хавотир ётдир. Хотиржамлик, атроф билан тинч қониқиш – уларнинг одатий ҳолатидир. Улар кучли, вазмин, инерт нерв тизимига эга, бу турғун кайфият, ҳис-туйғулар, қизиқишлар, қарашларнинг барқарорлигини, чидамлилиқ, узоқ муддатли ташвишларга бардошлилик, асталиқ, ишдаги қатъийликни таъминлайди. Агар урушни сангвиниклар бошласа, холериклар жанг қилади, урушдан кейин шаҳар ва қишлоқларни флегматиклар тиклайди. Флегматиклар хулқ-атворининг янги шакллари секин пайдо бўлгани билан барқарор бўлади. Одатда флегматиклар бир маромда ва хотиржам, камдан-кам ҳолатларда хуноб бўлади, аффектларга мойил эмас. Шароитларга қараб бир ҳолатда флегматикларда ижобий қирралар: сабр-чидам, босиқлик, чуқур фикрлаш ва ҳ.к. шаклланса, бошқа ҳолатда – ланжлик, атрофга нисбатан бефарқлик, эринчоқлик ва иродасизлик шаклланиши мумкин.

Сангвиниклар ва флегматиклар бошқа одамлар билан муносабатда етарлича вазминдирлар, жуда кам ҳолатларда шахслараро низоларга борадилар, гуруҳ ва ижтимоий жараёнларда ўз ўрни ва ролларини тўғри баҳолайдилар. Бироқ бунда сангвиниклар, одатда, ўз хатти-ҳаракатларини ақл-идрок ва юзага келган шахслараро вазиятни чуқур ва тўғри ҳал қилиш қобилиятлари ёрдамида бошқаришга интиладилар, флегматиклар эса ижтимоий келишув ва низосизликка ўзлари юзага келтирган шахслараро зиддиятлар ва низолар фактларига хотиржам, баъзан эса бефарқ муносабат орқали эришадилар.

Холерикларнинг хатти-ҳаракатлари кескинлиги, шиддатлилиги билан ажралиб туради. Уларнинг ўз жонини сақлашга интилиш инстинкти кучсизлашган ва устунлик қилиш, қадр-қимматини сақлаш ва тадқиқотчилик инстинктлари устунлик қилади. Табиатнинг ўзи уларни жангчилар, янгилик яратувчилар, тадқиқотчилар, йўлбошчилар (лидерлар), умуман олганда – қаҳрамонлар ва рицарлар бўлишга буюрган. Холериклар кучли мувозанатсиз нерв тизимига эга, шунинг учун улар сўзлаганда ва ҳаракатларда шошқалоқ, низоларда босиқ эмас, кайфиятлари ва ишлаш қобилиятлари ўзгариб туради. Улар таассуротга берилувчанлиги, асабнинг тез қўзғалиши, ҳис-туйғуга берилувчанлиги билан ажралиб туради. Кўпинча ўзига жуда ишонган ва димоғдор бўлиб кўринади. Сангвиниклар осон эришадиган кўнгил хотиржамлиги туйғуси холерикларга нотаниш: улар фақат энг кескин фаолиятдангина ҳаловат топиши мумкин. Холерик темпераментнинг намоён бўлиши шахснинг йўналганлигига кўпдан боғлиқ. Жамият манфаатлари бўлган одамларда у ташаббускорлик, куч-қувват, принципиалликда акс этади. Маънавий ҳаёт қашшоқ бўлган ҳолда холерик темперамент кўпинча салбий кўриниш - асабийлик ва аффективликда намоён бўлади.

Меланхоликлар ҳаракатларининг танглиги, қарор қабул қилишда иккиланиш ва эҳтиёткорлиги билан ажралиб туради. Уларнинг нерв тизими кучсиз, кескин стресс ҳолатлар (имтиҳон, мусобақалар, низолар ва хавф)да кўпинча саросимага тушиб ва секинлашиб, фаолият натижаларининг

ёмонлашишига ёки тўхтаб қолиш ва гангишга олиб келади. Уларнинг реакцияси кўпинча қўзғатувчининг кучига мос келмайди, уларда айниқса, ташқи тормозланиш фаолдир. Улар узоқ муддат бир нарсага диққатларини жамлашлари қийин. Кучли таъсир меланхоликларда кўпинча давомий тормоз реакциясини келтириб чиқаради. Нормал ҳаёт шароитларида улар чуқур ва бамаъни одамлардир. Ноқулай шароитларда меланхоликлар ўзгалар учун ёпик, қўрқоқ, ташвишли одамларга айланиши мумкин.

Олий нерв фаолияти турига қараб, одамлар дастлаб муайян ҳис-туйғулар ҳукмронлигига мойил бўлади: баъзилари қизиқиш, қувонч, ажабланишга (сангвиниклар), бошқалар - ғазаб, нафрат, душманликка (холериклар), учинчилари – ғам-қайғуга (меланхоликлар) мойил. Одамнинг юзага келиши мумкин бўлган реакциясини билиш унинг ижобий хусусиятларига таяниш ва салбий хусусиятларини енгишга имкон беради. Шундай қилиб, холерикнинг шиддатлилигига хушмуомалалик ва босиқлик билан жавоб бериш, флегматикнинг инертлигига фаолликни қарши қўйиш, меланхоликнинг ҳис-туйғуларга берилувчанлиги ва хафагарчилигини оптимизм билан зарарсизлантириш мумкин.

Одамнинг ижтимоий-психологик тавсифлари унинг экстравертивлиги ёки интровертивлиги билан тўлдирилади.

Экстраверсия (лотинча extra – ташқари) шахс ўз диққат-эътиборини, баъзан ўз манфаатлари ҳисобига, шахсий аҳамиятини камситган ҳолда, ташқи дунёга, ташқи объектларга қаратадиган психологик хусусиятларини кўрсатади. Экстравертларга импульсив хулқ-атвор, имо-ишоралардаги фаоллик, киришимлилик, ташаббус (баъзан ортиқча) кўрсатиш, ижтимоий мослашувчанлик, ички оламнинг очиқлиги хосдир.

Интроверсия (лотинча intro — ичдан) шахснинг диққатини ўз қизиқишлари, ички дунёсига қаратиши билан тавсифланади. Интровертлар ўз манфаатларини энг муҳим деб ҳисоблайдилар ва уларни юқори баҳолайдилар. Улар киришимли эмас, ўзгалар учун ёпик, ижтимоий пассив,

ўз-ўзини таҳлил қилишга мойил, ижтимоий мослашиши қийинлиги билан тавсифланади.

Экстрове́ртлик ва интрово́ертлик олий нерв фаолияти турлича одамларнинг хусусиятларини тўлдиради.

Сангвиник-экстраверт: барқарор шахс, ижтимоий, ташқи дунёга йўналган, киришимли, баъзан сергап, беташвиш, қувноқ, етакчиликни севади, кўп дўстларга эга, ҳаётни яхши кўради.

Холерик экстраверт: беқарор шахс, тез хафа бўлади, кўзувчан, мувозанатсиз, агрессив, импульсив, оптимист, фаол, лекин ишлаш қобилияти ва кайфияти беқарор ва даврий. Стресс ҳолатларда у истерик-психопатик реакцияларга мойил.

Флегматик-интраверт: барқарор шахс, сусткаш, тинч-хотиржам, пассив, ҳовлиқмайди, эҳтиёткор, ўйчан, тинчликсевар, босиқ, ишончли, муносабатларда тинч, соғлиққа зарар келтирмаган ва кайфиятни бузмаган ҳолда узоқ муддатли муносабатларга бардош беришга қодир.

Меланхолик-интраверт: беқарор шахс, ташвишли, пессимист, зоҳиран босиқ, лекин қалбида жуда ҳис-туйғуга берилувчан, таъсирчан, хафа бўлади ва ташвишга тушади, ташвиш, депрессия, қайғуга мойил, қийин вазиятларда тушқунликка тушиши ёки фаолияти ёмонлашиши мумкин ("куён стресси").

Ҳар қандай одамда эрта болаликдан нерв тизимининг туғма динамик хусусиятлари доминант инстинктлар билан узвий боғлиқ.

Инстинктлар – бу генетик кодда белгилаб қўйилган мослашиш, ўз жонини сақлашга интилиш ва насл қолдириш, ўзига ва бошқаларга муносабат дастуридир. Инстинктлар генетик мослашиш дастури сифатида ҳайвонларда ҳам мавжуд, лекин одам инстинктлари ҳайвонларга қараганда сифат жиҳатидан фарқланувчи бошқа мослашув дастуридир.

Ўз жонини сақлашга интилиш инстинкти ва насл қолдириш инстинкти асосий бўлиб, улар одам ва одам турларининг жисмоний яшовчанлигини таъминлайди.

Ўзига хос одабий инстинктлар бўлган тадқиқотчи инстинкти ва эркинлик инстинкти одамнинг бирламчи ижтимоийлашувига, устунлик ва кадр-қимматни сақлаб қолиш инстинкти эса ўз шахсиятини намоён қилиш, инсоннинг жамиятда ўз-ўзини сақлаб қолишига хизмат қилади.

Альтруизм инстинкти бошқа барча инстинктларнинг мувофиқлашиш моҳиятини ижтимоийлаштиради. Одатда ,одамда бир ёки бир нечта доминант инстинктлар бўлади, қолганлари эса камроқ намоён бўлади.

У ёки бу инстинкт ҳукмронлигидан одамларнинг бирламчи фарқи келиб чиқади. *У ёки бу инстинкт ҳукмронлиги бўйича одамларни етти турга ажратиш мумкин.*

Эгофил тур. Ўз жонини сақлашга интилиш ҳукмрон. Эрта болаликдан бошлаб ўта эҳтиёткорлик ила она билан ўткир биотик алоқага мойиллик (бола бир лаҳзага онани қўйиб юбормайди), шубҳаланиш, оғриққа мурасизлик, номаълум нарсалар ҳақида ташвишланиш, эгоцентриклик. Дунёқараш (кредо) – “Хавфсизлик ва саломатлик барча нарсадан юқори”. Бу типдаги одамларнинг эволюциявий (тадрижий) мақсадга мувофиқлиги шундан иборатки, улар ўзларини сақлаб қолиш билан бирга, насл генофондини сақловчилар ҳамдир. Аммо эгофил тур ортиқча эгоизм, гумонсираш, шубҳа, жазава, қўрқоқлик билан ифодаланадиган "оғир характер"нинг бундай варианты шаклланишининг сабабларидан бири бўлиши мумкин.

Генофил тур. Насл қолдириш инстинкти ҳукмрон. Болаликданок қизиқишлар оилага қаратилган ва бундай бола бутун оила жам, ҳамма саломат ва ҳамманинг кайфияти яхши бўлгандагина хотиржам бўлади. Дунёқараш – “оила манфаатлари ҳамма нарсадан устун”, “менинг уйим – менинг қалъам”. Улар фарзандлари ва оилалари учун ўзларини қурбон қилишга тайёр.

Альтруистик тур. Альтруизм инстинкти ҳукмрон. Болаликдан меҳрибонлик, яқинларига ғамхўрлик қилиш, бошқаларга охирги, ҳатто ўзига керак бўлган нарсаларни бериш қобилияти намоён бўлади. Ҳаётини давлат

манфаатларига, заифларни ҳимоя қилишга, касал ва ногиронларга ёрдам беришга бағишлаган фидойи инсонлар – бу альтруист одамлардир. Дунёқараш – “меҳр дунёни кутқаради, меҳр ҳамма нарсадан устун”. Эволюция нуқтаи назаридан бу тур зарур, улар меҳрибонлик, ҳаёт, инсонийлик қўриқчиларидир.

Тадқиқотчи тури. Ўрганиш (тадқиқ этиш) инстинкти ҳукмрон. Болаликдан бошлаб, юқори қизиқувчанлик, ҳар бир нарсанинг тубига етиш истаги, “нима учун?” деб чексиз саволлар бериши кузатилади. Бундай болалар юзаки жавобларга қаноат қилмайди, кўп ўқийди, тажрибалар ўтказади. Охир-оқибат улар нима билан қизиқишмасин, ижодкор инсонлар бўлиб етишади. Буюк саёҳатчилар, ихтирочилар, олимлар - бу турдаги одамлар. Дунёқараш – “ижод ва тараққиёт ҳамма нарсадан устун”. Ушбу турнинг эволюциявий (тадрижий) мақсадга мувофиқлиги аён.

Доминант тур. Ҳукмронлик инстинкти устун. Болаликдан бошлаб, ўйинлар ташкил қилиш қобилияти, мақсад қўйиш ва унга эришиш учун ирода, одамларни тушуниш ва уларга етакчилик қилиш, ишбилармонлик намоён бўлади. Кейинчалик мақомли эҳтиёжлар устуворлиги (карьеризм), бошқаларни назорат қилиш эҳтиёжи кучайиши, бир муайян инсон манфаатларини менсимаган ҳолда бутун жамоа манфаатларини ҳисобга олиш қобилияти намоён бўлади. Дунёқараш – “иш ва тартиб ҳамма нарсадан юқори, ҳаммага яхши бўлса – ҳар бир кишига яхши бўлади”. Лидерлар (сардорлар), раҳбарлар, сиёсатчилар, ташкилотчилар, ва шу билан бирга ўзбошимча, золимларнинг “оғир хислатлари” шу тур асосида пайдо бўлади.

Либертофил тур. Эркинлик инстинкти ҳукмронлик қилади. Бешикданок бу турдаги бола йўргаклашга норозилик билдиради, унинг эркинлигини ҳар қандай чеклашга қарши норозиликка мойиллик у билан бирга ўсади. Ҳукмрон хислатлар - мустақилликка интилиш, ўжарлик, оғриққа, йўқчиликка бардошлилик, хавф-хатарга мойиллик, мутаассибликка, бюрократияга мурасасизлик. Ўз жонини сақлашга интилиш ва насл қолдириш инстинктлари бостирилади, бу эса оилани тарк этишга

мойилликни намоён қилади. Дунёқараш – “эркинлик барча нарсадан устундир”. Бундай одамлар, табиийки, доминант тур тенденциясини чеклайди. Улар ҳар бир кишининг эркинлиги, манфаатлари, индивидуаллигининг ва бу билан улар ҳаётининг қўриқчиларидир.

Дигнитофил тур. Қадр-қимматни сақлаш инстинкти ҳукмрон. Болаликдан бошлаб бундай бола истехзо, масхарани илғаб олишга қодир ва камситишнинг ҳар қандай шаклига мутлақо чидамсиз. Бу бола билан фақат уни ишонтириб ва меҳр билан келишиш мумкин. Бундай инсон ўз шаъни ва қадр-қимматини сақлаш йўлида ўз ҳаёти, эркинлиги, карьераси, касбий қизиқишлари ва оиласини қурбон қилишга тайёр. Дунёқараш – “бизнинг оиламизда (уруғимизда, наслимизда) кўрқоқлар ва аблаҳлар бўлмаган! Номус ва шаън ҳамма нарсадан устун!”. Бу турдаги кишилар мавжудлигининг эволюциявий (тадрижий) мақсадга мувофиқлиги шундаки, улар шахснинг шаъни ва қадр-қиммати қўриқчилари ва бу билан инсонга муносиб ҳаётга қўриқчилардир.

2.3. Шахснинг ижтимоий-психологик сифатларига индивидуал хусусиятларнинг таъсири

20-50% одамларда айрим психологик хусусиятлар шу қадар ўткирлашиб, бошқа хислатлар зарарига ҳаддан ташқари ривожланиб кетадики, уларнинг ўзига хос “оғиб кетиш”, акцентуация юзага келади, натижада бошқа одамлар билан ўзаро муносабатлар ёмонлашади, бир турдаги қийинчилик ва низолар келиб чиқади. Акцентуацияларнинг ифодаланиши турлича: енгил, фақат яқин атрофдагиларга сезиларлиликдан то психопатия йўқмикан деган гумон пайдо бўладиган оғир вариантларгача бўлиши мумкин.

Психопатия - характернинг оғриқли мажруҳлиги (инсон ақл-заковати сақланган ҳолда), бошқа одамлар билан муносабатларнинг кескин бузилишига олиб келади, психопатлар бошқалар учун ҳатто ижтимоий хавфли бўлиши ҳам мумкин. Аммо психопатиядан фарқли ўлароқ, характер

акцентуациялари доимий равишда намоён бўлмайди ва йиллар давомида улар бутунлай йўқолиши мумкин. Акцентуациялар ўсмир ва ёшларда (50-80%) катталарга нисбатан кўпроқ тарқалган, чунки ҳаётнинг айна шу даврлари характерни шакллантириш, унинг ўзига хослиги ва индивидуаллигини намоён этиш учун энг муҳим ҳисобланади. Кейин акцентуациялар йўқолиб боради, ёки аксинча, кучайиб, неврозларга ёки психопатияларга айланади.

Ижтимоий ҳуқ-атворнинг индивидуал акцентуацияси муҳим турларини билган ҳолда олимлар ижтимоий-психологик шахс хусусиятларини ҳиссий, коммуникатив ва бошқа хусусиятлар бўйича аниқ таснифлашни аллақачон ўргандилар. Биз учун ана шу белгилар бўйича ўн иккита шахс турини аниқлаш тизими ҳам катта қизиқиш уйғотади, уларга, одатда, қуйидагилар киради:

1. *Намойишкорона тур.* Унинг ташувчиларига зиддиятли ҳуқ-атвор, гумон, ортиқча шахслараро тажовузкорлик ва шу каби уларнинг одамлар билан доимий қарама-қаршилигига сабабчи бўлган ҳамда одамларнинг яққол ёқтирмаслигини келтириб чиқарадиган ижтимоий-психологик сифатларнинг намоён бўлиши хосдир. Ушбу тур вакиллари диққат марказда бўлишга ҳаракат қиладилар ва ҳар қандай йўл билан: жанжаллар, ўзини касалга солиш, мақтанчоқлик, нооддий қизиқишлар ва ёлғон билан ўз мақсадларига эришадилар. Улар ўзларининг ноўй ҳаракатларини осонгина унутади. Улар одамларга юқори мослашувчанликка эга.

2. *Педантик тур.* Юқори ижтимоий ригидлик, виждонлилик, батартиблик, жиддийлик, ишда ва ҳис-туйғуларни ифодалашда ишончлилик билан ажралиб туради. Атрофдагилар учун мазкур тур вакиллари ўзларининг виждонлилиги, батартиблиги, жиддийлиги, иш ва муносабатлардаги ишончлилиги учун жозибадордир. Лекин бундай одамлар учун ёқимсиз хусусиятлар: расмиятчилик, лўттибозлик, мижғовлик, муҳим қарор қабул қилишни бошқаларга солиш, хиралик ҳам хосдир.

3. *“Туриб қолган (қотиб қолган) тур”*. Кучли ҳиссий кечинмаларнинг ҳаддан ташқари турғунлиги ва жуда юқори қимматга эга ғояларни шакллантиришга мойиллик ҳамда бошқаларга нисбатан ўз шахсиятини жуда юқори баҳолаш билан ажралиб турадиган одамлар. Улар ранж-аламни унутмайдилар ва озор етказганларга жавоб қайтарадилар. Уларда ишда ва маиший шароитда терслик ва ўжарлик, узоқ муддатли фитна-фасод кузатилади. Зиддиятларда улар кўпинча фаол ўрин тутадилар ва ўзлари учун дўстлар ва душманлар доирасини белгилаб оладилар. Ходимларга уларнинг ҳар қандай ишда юқори кўрсаткичларга эришишга интилишлари, ўзига нисбатан юқори талаблар қўйиш, адолатга чанқоқлик, принципааллик, кучли, барқарор қарашлари ёқади. Лекин шу билан бирга, бу турдаги одамларда бошқаларни улардан қайтарувчи хусусиятлар: гина, гумон, ўч олиш, иззатталаблик, ўзига ҳаддан зиёд ишониш, фанатизм даражасига етадиган адолат туйғуси мавжуд.

4. *Қўзғалувчан тур*. Бу тур ташувчиларнинг характерли хусусиятлари бўлган юқори ижтимоий импульсивлик, ўз ҳис-туйғулари, мотивлари ва ҳаракатлари устидан суст назорат, натижада бошқа одамлар билан мулоқот қилишда низолар ва қийинчиликларга олиб келади. Бу тур вакилларида тез асабийлашиш, мувозанатсизлик, ғамгинлик, мижғовлик намоён бўлади, бироқ хушомад ва хизмат қилишга тайёрлик (ниятларни яшириш учун) ҳам бўлиши мумкин. Улар фаол ва тез-тез тўқнашадилар, раҳбарият билан жанжаллашишдан қочмайдилар, жамоада муроса қилолмайдилар, оилада зулмкор ва шафқатсиз бўладилар. Атрофдагиларга уларнинг асабийликлари, қизиққонликлари, ноадекват жаҳл ва шафқатсизликнинг лов этиб сўнишлари, ўз хатти-ҳаркатларини суст назорат қилишлари ёқмайди.

5. *Интровертив тур*. Бу тур киришимли эмаслиги ва ўзгалар учун ёпиқлиги билан тавсифланади. Улар, одатда, ўзларини четга олиб турадилар ва бошқа одамлар билан зарур бўлгандагина мулоқотга киришадилар. Кўпинча, улар ўзларига, ўз фикрларига чўмадилар. Улар гап кўтара олмайдилар, ўзлари тўғрисида гапирмайдилар ва ўз ҳис-туйғулари билан

бўлишмайдилар. Ҳатто ўз яқинларига ҳам совуқ муносабатда бўладилар. Бу одамлар ёлғизликни яхши кўради ва шовқинли компания ўрнига ёлғиз бўлишни афзал билади. Камдан-кам ҳолатда, фақат бошқа одамлар ўз ички дунёсига босиб киришга урингандагина низога боради. Уларда ўз яқинларига кучли ҳиссий совуқлик ва заиф боғлиқлик намоён бўлади. Атрофдагиларга вазминлиги, босиқлиги, ўйлаб хатти-ҳаракат қилиши, мустаҳкам эътиқоди ва принципиаллиги билан ёқади. Лекин улар ҳақиқий бўлмаган манфаатларини, қарашларини, ва кўпчилик фикридан кескин фарқ қиладиган ўз нуқтаи назарини қатъий ҳимоя қилиши одамларга ёкмайди. Атрофдагиларнинг хиралиги, такаллуфсизлиги ва кўполлиги бу тур вакилларининг ўзгалар учун ёпиқлигини кучайтиради.

6. *Дистимик тур.* Бу тур вакилларида доимо тушкун кайфият, қайғу, ўзгалар учун ёпиқлик, камгаплик, ноумидлик кузатилади. Бу одамларга шовқинли жамиятлар малол келади, ҳамкасблари билан яқинлашмайди. Улар камдан-кам ҳолларда низоларга киришади ва кўпинча пассив томон бўлади. Улар ўзларига дўст бўлган ва бўйсуннишга мойил бўлган одамларни жуда қадрлашади. Атрофдагиларга бу одамларнинг жиддийлиги, юксак ахлоқи, виждонлилиги ва адолатлилиги ёқади. Аммо пассивлик, пессимизм, хафагарчилик, секин фикрлаш, жамоадан ажралиш каби хусусиятлари атрофдагиларни улар билан танишиш ва дўстлашишдан қайтаради. Уларда қизгин фаолият талаб қилинадиган вазиятларда низолар кузатилади. Одатий турмуш тарзининг ўзгариши бу одамларга салбий таъсир кўрсатади.

7. *Ҳавотирли - қўрқоқ тур.* Бу тур ташувчилари орасида доимий равишда ижтимоий муҳит томонидан хавф етиши эҳтимолини ошириб юбориш, ортиқча ижтимоий кечинмалар, журъатсизлик ва қўрқоқликка мойиллик, учраб туради. Ушбу турдаги одамлар паст кайфият фони, журъатсизлик, ўзига ишонмаслик билан ажралиб туради. Улар ўзлари ва яқинлари учун қўрқадилар, муваффақиятсизликдан анча вақт ташвиш тортиб юрадилар ва ўз хатти-ҳаркатларининг тўғрилигига шубҳа қиладилар. Улар камдан-кам ҳолларда низоларга киришади ва уларда пассив рол ўйнайди.

Атрофдагиларга уларнинг самимийлиги, ўз-ўзини танқид қилиш қобилияти ва айтилган нарсани бажаришлари ёқади. Аммо бу одамларнинг ҳимоясизлиги, қўрқоқлиги ва шубҳаланиши кўпинча уларни ҳазил объектига айлантиради.

8. *Циклотимик тур*. Бу тур вакиллари учун кайфиятнинг даврий равишда кўтарилиши ва тушиши хосдир. Бу уларни чарчатади, хатти-ҳаракатларини олдиндан айтиб бўлмайдиган, зиддиятли, авантюрага олиб борадиган қилиб кўяди. Кайфият кўтарилган даврда циклотимиклар катъиятли, бақувват бўлади. Кайфият тушкун даврда улар қийинчиликларни жуда оғир қабул қилади, ҳатто ўз жонига қасд қилишгача боради. Руҳий ҳолатларининг тез-тез ўзгариб туриши бундай одамларни чарчатади, уларнинг хатти-ҳаракатларини беқарор, олдиндан айтиб бўлмайдиган қилиб кўяди.

9. *Гиперфаол тур*. Бу тур вакилларига безовталиқ ва бахтни ўзига хос урғу бериб кечириш, кайфиятнинг тез-тез ўзгариши (биридан бирига, ижобийдан салбийга тез ўтиши), турли воқеа-ҳодисаларни бўрттириб қабул қилиш (масалан, қувончли ҳодисадан ўта завқланиш, кўнгилсизликлар ҳолатида умидсизликка тушиш) хосдир. Ушбу тур вакиллари жуда кучли, мустақил, етакчилик, хавф ва авантюрага интилади. Улар танқидга эътибор бермайди, ўз-ўзини танқид қилмайди. Атрофдагиларга уларнинг енгилтаклиги, ахлоқсизликка мойиллиги, ўзларига юкланган вазифаларга жиддий муносабатда бўлмаслиги, ортиқча асабийлиги ёқмайди.

10. *Ҳиссий тур*: ҳис-туйғуга таъсирчан кишиларга мос. Кайфиятлари ўзига хос теранлиги, ҳис-туйғулар оқимининг нозиклиги билан ажралиб туради, ижтимоий манфаатлари эса, аввало, жамият ҳаётининг маънавий жиҳатларига қаратилган. Ушбу тур вакиллари ҳаддан ташқари нозик ва энг кичик муаммоларни бошдан оғир кечиради. Улар танқидга, муваффақиятсизликка ўта таъсирчан, тор дўстлар доирасини, яқин одамлари ва маслақдошларини афзал билади. Улар ранж-аламни ташқарига чиқармайдилар, ичларида сақлайдилар. Атрофдагиларга уларнинг

альтуристлиги, раҳм-шафқатлилиги, бошқаларнинг муваффақиятларидан кувонишлари ёқади. Бу одамлар жуда яхши ижрочи, уларда бурч хисси юқори.

11. *Ўта хурсанд тур (хушчақчақ)* вакилларига жуда ўзгарувчан кайфият, гапдонлик, ташқи ҳодисаларга тез чалғиш хосдир. Уларнинг ҳис-туйғулари яққол ифодаланган ва яхши кўриб қолишда ўз аксини топади. Альтруизм, меҳр-шафқат туйғуси, бадий дид, бадий истеъдод, ҳис-туйғуларнинг ёрқинлиги ва дўстларга боғлиқлик каби хусусиятлари суҳбатдошларига ёқади. Аммо ортиқча таъсирчанлик, эҳтиросилик, ваҳимачилик, умидсизликка берилиш уларнинг яхши хислатлари қаторига кирмайди.

12. *Конформ тур.* Бу турдаги одамлар жуда киришимли, гаплашишни яхши кўриши эзмаликкача боради. Одатда улар ўз фикрига эга эмас ва ўта мустақил эмаслар, улар ҳамма каби бўлишга ва “оломондан” ажралиб турмасликка ҳаракат қиладилар. Бу одамлар тартибсиз ва итоат этишни афзал биладилар, дўстлари билан мулоқотда ва оилада етакчилиқни бошқаларга топширадилар. Атрофдагиларга бу одамларнинг бошқалар дардини тинглашга тайёрликлари, яхши ижрочиликлари ёқади. Аммо шу билан бирга, бу одамлар “ўз бошига подшо эмас”, бировнинг таъсирига мойилдирлар. Улар ўз ҳаракатлари ҳақида ўйламайдилар ва эрмакка ўчлар. Зиддиятлар мажбурий ёлғизлик ва назорат йўқлиги ҳолатларида келиб чиқиши мумкин.

2.4. Менежер - шахс сифатида

Менежер, шубҳасиз, шахс бўлиши керак яъни, ақлли, маълум бир ҳаётий позицияга эга, ўзини жамиятнинг фуқароси сифатида ҳис этувчи, янги Ўзбекистонни, иқтисодиётнинг янги турини яратишда фаол ташаббускор қатлам вакилидир. Ёш мутахассис раҳбарлар - Ўзбекистоннинг "Таълим тўғрисида"ги Қонунида белгиланган маълумотли шахснинг асосий фазилатлари, шунингдек, замонавий цивилизациялашган менежерга хос сифатларга эга бўлиши керак. Бу:

- дунёни, ижтимоий воқеликни, ўз касбининг ўрни ва ижтимоий аҳамиятини илмий асосларини тушуниш;

- Ўзбекистон жамияти ва одамларининг қадриятларини, уларнинг тарихини, миллий ғурурини билиш ва ҳурмат қилиш; уларни бирлаштириш;

- Ўзбекистон жамияти ва унинг фуқарolari дуч келадиган муаммоларни ҳал қилишга ижобий ижтимоий ҳисса қўшиш истаги;

- гуманизм, демократик ҳаётнинг қадриятлари ҳақидаги қоидаларини тушуниш, инсон ҳуқуқлари, уларнинг эркинлиги, ахлоқий меъёрлар;

- ирқий, миллий, этник, диний, ижтимоий, жинсидан қатъий назар, ахлоқий етуклик ва барқарорлик, ҳалоллик ва одоблилик, одамларга, уларнинг ҳуқуқлари ва эркинликларига ҳурмат;

- фаолиятда нафақат моддий ва пул натижаларига, балки ижтимоий аҳамиятга эга, ахлоқий, маънавий нарсаларга интилиш;

- ҳуқуқий саводхонлик, барча касбий вазифаларни фақат қонун доирасида, қонунларни бузмасдан ҳал қилиш;

- ўзларининг эркинликларини нафақат қонун билан чекланган, балки ахлоқ ва виждон билан чегараланган ҳолда эркин тушуниш; одамлар томонидан ҳурматга муҳтожлик; формулага мувофиқ эркинлигини тушуниш, яъни "Менинг эркинлигим ва ҳуқуқларим бошқа шахснинг ҳуқуқ ва эркинликлари бузилиши мумкин бўлмаган жойда бошланади";

- соғлом турмуш тарзи ва унга етакчилик қилиш истаги ҳақида билим.

Менежер фаолияти асосий шахсий-психологик хусусиятларга ҳам боғлиқ, шундан уларнинг касбий ривожланиши жуда аҳамиятли. Касбий ривожланиш бу:

- **Касбий йўналтириш** - менежернинг танлаган касбида ўзининг барча кучларини ишга солиши, ўз-ўзини англаши, ўзини ўзи тасдиқлаши ва шу асосда касбий рағбатлантиришидир. Бу ривожланган касбий мотивларда ўз ифодасини топади: бошқарувда иштирок этиш орқали ўз эҳтиёжларини қандай қондириш ва ҳаёт режаларини амалга оширишга бўлган профессионал ўз тақдирини белгилаш, режалар, эътиқодлар, касбий

мукаммаллик идеаллари, касбий мақсадлар (яқин ва узоқ), махсус истаклар, қизиқишлар, ишда ўзини бағишлаш учун мотивлар, мақсадларга эришиш воситалари ва усуллари танлаш, касбий даъволар;

- меҳнатга, бошқа одамларга ва ўзига нисбатан ахлоқий ва характеристик муносабат (ахлоқий ва психологик);

- турли хил фазилатлар ва қобилиятларнинг умумий ва касбий ривожланиши (когнитив, ихтиёрий, ҳиссий, ишбилармон, ташкилий, жисмоний).

Назорат саволлари:

1. Шахсий хусусиятларга умумий тавсиф беринг.
2. Шахснинг ижтимоий-психологик хусусиятларини шакллантиришга қандай омиллар таъсир қилади?
3. Ижтимоийлашув нима ва унинг инсон сифатида шахс ривожланишида тутган ўрни қандай?
4. Лидер шахсининг ижтимоийлашуви омиллари ва босқичларини айтиб беринг.
5. Лидер шахсининг ижобий ижтимоийлашуви учун асосий ижтимоий-психологик шароитларни санаб ўтинг.
6. Индивид, шахс, субъект ва индивидуаллик деганда нимани тушунаси?
7. Темпераментнинг асосий хусусиятлари, турларини тавсифланг.
8. Лидер шахсининг ижтимоий-психологик хусусиятларининг моҳияти ва ўзига хослигини изоҳланг.
9. Шахснинг тўлиқлигини нима аниқлайди?
10. Шахсиятнинг асосий ижтимоий-психологик турларини айтиб беринг.
11. Менежер шахсининг хусусиятларини таърифлаб беринг.

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. Инсоннинг шахсий манфаатдорлигини белгиловчи асосий омилни белгиланг.

- А. Моддий манфаат
- Б. Ижтимоий манфаат
- С. Барча жавоблар тўғри
- Д. Маънавий манфаат

2. Рағбатлантириш ёки жазолашнинг мавридлилиги- бу...

- А. Кўргазмалилик
- Б. Ошкоралик
- С. А ва Б
- Д. Ўз вақтидалик

3. Кенг ҳабардорлик ва рағбатлантириш чораси ҳамда меҳнат натижаларининг таққосланарлилиги- бу...

- А. Ошкоралик
- Б. Ўз вақтидалик
- С. Кўргазмалилик
- Д. Тўғри жавоб йўқ

4. Рағбатлантириш чорасининг яққол кўринарли бўлиши нима дейилади?

- А. Ошкоралик
- Б. Ўз вақтидалик
- С. Кўргазмалилик
- Д. Намойишкороналик

5. ... гўштдор, жуда семиз, паст ёки ўрта бўйли, бадани семиз ва қорни катта, калта бўйин ва юмалоқ бошли одам.

- А. Атлетик
- Б. Пикник
- С. Астеник
- Д. Дигнитофил

6. ... мушаклари яхши ривожланган, танаси бақувват, баланд ёки ўрта бўйли, елкалари кенг, тоси ингичка одам.

- А. Атлетик
- Б. Пикник
- С. Астеник
- Д. Дигнитофил

7. ... танасининг нозиклиги, бўйининг баландлиги, ясси кўкрак қафас, тор елкалари, оёқ-қўлларининг узун ва ориқлиги (летосоматик) ёки танасининг шаклсиз, нотўғри тузилиши (диспластик), тана тузилишининг турли деформациялари – ҳаддан зиёд баланд бўйи, номутаносиб тузилиши ва ҳ.к. билан тавсифланади.

- А. Атлетик
- Б. Пикник
- С. Астеник
- Д. Дигнитофил

8. Ўз жонини сақлашга интилиш ҳукмронлик қилувчи тур - бу...

- А. Альтруистик тур
- Б. Генофил тур
- С. Эгофил тур
- Д. Тадқиқотчи тур

9. Қадр-қимматни сақлаш инстинкти ҳукмронлик қилувчи тур - бу...

- А. Дигнитофил тур
- Б. Доминант тур
- С. Либертофил тур
- Д. Эгофил тур

10. Эркинлик инстинкти ҳукмронлик қилувчи тур- бу...

- А. Эгофил тур
- Б. Тадқиқотчи тур
- С. Либертофил тур
- Д. Альтруистик тур

Адабиётлар:

1. Боймуродов Н. Раҳбар психологияси. - Т.: 2007.
2. Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.
3. Полукаров В.Л., Петрушин В.И. Психология менежмента. -М.: 2013.
4. Старобинский Э.Е. Как управляют персоналом. М.: 1995.
5. Чалдини Р. Психология влияния. — СПб.: 2000.
6. Швальбе Б., Швальбе Х. Личность, карьера, успех. — М.: 1993

2-БОБ. РАҲБАРЛИК ПСИХОЛОГИЯСИ

3-МАВЗУ. РАҲБАРЛИК ПСИХОЛОГИЯСИ

Режа:

1. *Хориж ва собиқ совет тадқиқотлари, илмий ва ўқув адабиётларида менежер шахси ва унинг психологияси ҳақида*
2. *Маданиятли раҳбарнинг психологик портрети*
3. *Бошқарув ва менежмент бўйича таълим*
4. *Бозор, иқтисодий ва саноат тайёрлиги*
5. *Менежер маҳорати. Менежер қобилияти*
6. *Раҳбар этикаси*

Таянч сўзлар: Компетенция, ижтимоий кўникма, инсоний фазилатлар, етакчилик кўникмалари, муваффақият, мотивация, вазиятли компетенция, ўзига ишонч, перцептуал жараёнлар, мнемик жараёнлар, маданиятли раҳбар, психологик портрет, бошқарув таълими, раҳбар этикаси

3.1. Хорижий ва собиқ совет тадқиқотлари, илмий ва ўқув адабиётларида менежер шахси ва унинг психологияси ҳақида

Хорижий тадқиқотлар, илмий ва ўқув адабиётларида менежер шахси ва унинг психологияси ҳақида муаллифлар “Унга қўйиладиган барча талабларга жавоб берадиган муваффақиятли менежер қандай бўлиши керак?” деган саволга жавоб беришга ҳаракат қиладиган бир нечта тадқиқотлар мавжуд. Уларнинг энг қизиқарли ва эътиборга лойиқларидан бир нечасини ажратиб кўрсатиш мумкин.

Лори Муллинс менежернинг профессионаллигини учта сифат билан боғлайди:

- *техник компетенция* - муайян муаммоларни ҳал қилишда, биринчи навбатда, бўйсинувчиларни ўқитиш, шунингдек, ҳозирги товарлар ёки хизматлар ишлаб чиқариш билан боғлиқ операцияларни ташкил қилиш учун маълум билим, усул ва кўникмаларга эга бўлиш зарурати;

- шахслараро муносабатлар ва баҳолаш фаолиятида зарур бўлган *ижтимоий кўникмалар ва инсоний фазилатлар*. Менежер муваффақиятининг ўзига хос хусусияти инсон ресурсларидан самарали фойдаланишни кафолатлаш қобилиятидир. Бу ўзаро ҳамкорликни ташкил этиш, етакчилик ва ҳаракатларни мувофиқлаштириш, вазиятларга тезкор муносабат ва бошқарув услубининг мослашувчанлигини ўз ичига олади;

- *ташкilotнинг ҳаракатларини*, шу жумладан, атроф-муҳитни бир бутун ҳолда кўриш учун зарур бўлган концептуал қобилият, бу стратегик режалаштириш ва корхонада ҳамма нарсани ўз мақсадларига эришиш учун бўйсундиришга имкон беради.

Ушбу таркибий қисмлар ҳар бирининг ўзига хос тортишиш ва аҳамиятлилиги турли даражадаги назорат учун қизиқиш билан боғлиқлигини намоиш этади: менежер қанчалик кўп ишласа, унинг концептуал қобилиятлари, ижтимоий кўникмалари ва инсоний фазилатлари шунчалик муҳимдир.

Муваффақиятли менежернинг янада батафсил, аммо кам тизимли моделини *М. Педлер, Дж Бергине ва Т. Бойделл* таклиф этади (4-расм).

Р.Хеллер томонидан олинган маълумотлар Европанинг етакчи компанияларини ўрганиш асосида анъанавий фазилатларга эга менежерларнинг асри тугаганлигини ва бошқа афзалликларга эга янги менежерларга эҳтиёж борлигини таъкидлайди. У янги авлод менежерларига хос бўлган ўн та ривожланиш стратегиясини аниқлайди:

- 1) етакчилик кўникмаларини ривожлантириш;
- 2) туб ўзгариш истаги;
- 3) маданиятни юқори қўйиш;
- 4) олдинга доимий интилиш;

5) «ташкilot» фаолияти - менежмент ва фаолиятни ташкил этишга янги ёндашувлар излаш;

6) муваффақиятга эришишнинг янги йўлларида фойдаланган ҳолда рақобат муҳитини сақлаб қолиш;

7) турғунликнинг энг кичик белгиларини доимий равишда янгилаб туриш ва олдини олиш учун сўзсиз истак;

8) одамлар ўзларини мотивация қилишларига эришиш;

9) жамоадаги ишлаш қобилияти:

10) энг юқори сифат менежментига эришиш.

G.Xinterxuber ва *K.Popp* томонидан ишлаб чиқилган моделда компания бошқарувининг ваколати функционал, вазиятли, интеллектуал ва ижтимоий компетенциялар йиғиндисидир, деб таърифланади. Биринчиси маҳсулот ишлаб чиқариш, компаниянинг маркетинг ва молия тўғрисидаги билимларини ўз ичига олади.



4-расм. Муваффақиятли менежернинг сифатлари (Педлур, Бергине ва Бойделлга кўра)

Вазиятли компетенция фирма ҳаёт циклининг турли босқичлари (пойдевори, ўсиши ва бошқалар) ва хусусиятларини тушуниш билан боғлиқ. Интеллектуал компетенция мураккаб муносабатлар тоифаларида фикрлаш қобилияти билан биргаликда таҳлилий фикрлашнинг мавжудлигини ўз ичига олади; рационал аналитик ва мавҳум фикрлаш қобилияти (қийин вазиятларда муаммоларни тан олиш ва тузиш, шунингдек, турли хил ечимларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш учун зарурий шарт). Ижтимоий компетенция ички алоқада ҳам ташқи муҳит билан ўзаро алоқада бошқарув алоқаси ва интегратив қобилиятларни ўз ичига олади. Модель муаллифларига кўра, функционал ва вазиятли компетенция профессионалик, интеллектуал ва ижтимоий - менежернинг психологик ҳаётийлиги билан тавсифланади.

Ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида менежернинг ижтимоий ваколати тобора муҳим аҳамият касб этаётганлиги тан олинган. *М. Аргиле* унга қуйидаги таркибий қисмларни киритади.

1) *мотивацион*: ҳукмронлик қилиш қобилияти - катта ижтимоий фаоллик, бошқа одамларга таъсир қилиш, мақсадга эришиш, танқид қилишдан кўра ишонтириш, мувофиқлаштириш ва тушунтириш орқали эришиш қобилияти;

2) *сезувчанлик*: сўз билан ифодаланмаган психологик изоҳлаш қобилияти - ташқи кўриниш, юз ифодалари, имо-ишоралар, қарашлар, ҳиссий интонация, хатолар, урғу ва ҳ.к.;

3) *реакция шакли*: бошқа одамлар билан алоқани синхронизация қилиш қобилияти, ким, қачон ва нима айтиши кераклигини аниқлаш қобилияти;

4) *"ўзидан воз кечиш" ва ўзига ишонч*: нафақат совуққон бўлиш, бошқа одамларнинг олдида ўзини юқори кўтармасдан муносиб равишда намоён бўлиш.

Юқорида келтирилган менежернинг шахсий ва касбий маҳорати тўғрисидаги хорижий муаллифлар фикрларининг ўзига хос хусусияти

уларнинг бир-бирини такрорламаслигидадир. Ушбу фикрларга асосланиб, муваффақиятли ва маданиятли менежер қандай бўлиши керак деган саволга аниқ жавоб бериш қийин.

Менежер шахси ва унинг психологияси ҳақида собиқ совет илм-фанида ҳам турли хил қараш ва фикрлар мавжуд. Бироқ раҳбар шахсияти ва профессионаллиги хусусиятларини шахс назариясига, унинг ўзига хос психологик хусусиятларига, шунингдек, профессионаллик тузилишини ўрганишга асосланган ҳолда ҳар томонлама тақдим этишнинг ижобий жиҳати кузатилади. Тизимли-структуравий ёндашувга амал қилган ҳолда, етакчининг бу хусусиятларини, унинг фаолияти ва талабларининг ўзига хос хусусиятларига мос келадиган жиҳатларини аниқлашга интилишади. Афсуски, аксарият муаллифлар ҳар қандай бошқарув фаолияти мавзусини тавсифлайдилар ва бозор ташкилотлари менежерининг шахсий хусусиятларига жуда кам эътибор берадилар. Бироқ, уларнинг баъзилари улар орасидаги фарқлар мавжудлигини инкор этишга йўналтирилганлиги билан ажралиб туради.

Бошқарув фаолияти предметининг бундай умумий хусусиятига мисол қилиб А.В. Карповнинг "Менежмент психологияси" деб номланган ўқув қўлланмасини келтириш мумкин. Унда психика ва шахс хусусиятларининг классик тузилишига асосланган тавсифи берилган. Унинг асосий таркибий қисмлари қуйидагилар.

1. **Перцептуал жараёнлар** - идрок қилиш жараёнлари. Одамлар, гуруҳлар ва ўзини тўғри ижтимоий идрок этишнинг етакчиси учун муҳимлиги, бошқарув фаолиятининг информацион асоси, ташкилотнинг операцион қиёфаси ажратиб кўрсатилади.

2. **Мнемик жараёнлар** - хотира жараёнлари. Раҳбарнинг хотираси учун юқори талаблар қайд этилади, улар ҳар хил турларга эга бўлиши керак (визуал, тинглаш, оғзаки-мантиқий ва бошқалар), аммо тезкор хотира, айниқса, ишлаб чиқилиши керак (талаб қилинадиган ҳаракатлар охиригача

маълумотни аниқ сақлаш) ва узоқ муддатли, раҳбарнинг бутун тажрибасини сақлаган ва, хусусан, индивидуал бошқарув концепциясида мужассамланган.

3. Тафаккур - 1944 йилда В.М. Термал томонидан аниқланган амалий фикрлаш ривожланишининг аҳамиятини таъкидлайди ва унинг баъзи онтогеник хусусиятлари ажратиб кўрсатилади.

4. Бутун когнитив соҳанинг умумлаштирилган кўриниши сифатида тавсифланган, шахс хусусиятлари ва унинг психикаси таъсири билан ажралиб турадиган ақл, бошқарув субъекти учун муҳим аҳамиятга эга. Бу жараён нафақат амалий, балки ижтимоий бўлиши ҳам муҳимдир. У психологик онгга - сафарбарликка тайёрлик, фаоллик, прогноз, ижодкорлик (янги ғояларни илгари суриш қобилияти), янги туйғу, ўзига хос фикрлаш, танқидийлик, рефлексивлик ва ноаниқликка қаршилик кўрсатишда ўзига хос хусусиятларни киритади. Метакогнитив хабардорлик каби интеллектуал мулк ҳам таъкидланган, етарли даражада ўзини идрок қилиш, унинг ақл-заковати ва мавжуд камчиликларини яшириш қобилиятидан фойдаланиш.

5. Тартибга солувчи жараёнлар - қарор қабул қилиш ва амалга оширишнинг ажралмас мотивацион, когнитив, ихтиёрий, ҳиссий жараёнлари. Раҳбар учун барча ҳаракатларнинг шахсий маъноси, қатъиятлилиқ, режалаштириш ва дастурлаш учун ривожланган қобилият, қарорлар қабул қилиш маҳорати ва ривожланган ўзини ўзи бошқариш муҳимдир.

6. Коммуникатив жараёнлар. Етакчига хос бўлган ҳар қандай коммуникатив фазилатлар, шунингдек, рефлексив хатти-ҳаракатлар қобилиятининг намоён бўлиши.

7. Ҳолатнинг ҳиссий-иродавий тартибга солиниши, назорат предметининг ҳиссий ва ихтиёрий ҳолатларнинг экспрессив намоён бўлишини, умуман уларнинг хатти-ҳаракатларини бошқариш қобилияти билан боғлиқ; қуйи бўғинларга экспрессив таъсир кўрсатиш воситаларига эга бўлиш ва ташқи кўринишдаги шароитларни ташхислаш.

8. Мотивация - ютуқларнинг юқори мотивацияси яъни, ўзини ўзи рағбатлантириш етакчи учун муҳимдир.

9. Бошқарув ва етакчи - улар учун қобилиятга эга бўлишнинг аҳамияти таъкидланади, шахсият ва иш услубининг маълум бир тури.

10. Бошқарув фаолияти учун қобилиятлар қуйидагиларга бўлинади:

1) бошқарув хусусиятлари (ёши, жинси, маданий ва таълим даражаси, ижтимоий-иқтисодий ҳолати ва касбий фазилатлари): устунлик, ўзига ишонч, хиссий барқарорлик, стрессга қаршилик, хоҳиш, ютуқларга, корхонага, жавобгарликка, топшириқларни бажаришдаги ишончлилиқка, мустақиллиқка, мулоимлик;

2) ташкилот миқёсидаги қобилиятлар (таниқли психолог Л.И.Уманский томонидан олинган маълумотларга кўра тасвирланган), жамоат кучи;

3) умумий қобилиятлар (ақл, фаолият, ўзини ўзи бошқариш, ўрганиш);

4) махсус қобилиятлар (идрок, эътибор, хотира, фикрлаш, тасаввур ва бошқалар).

Менежер модели тафсилотларига тўхталмасдан, психологик тузилишни аниқламасдан психодиагностика усуллари банкини яратиш ҳақида тўлиқ тасаввурга эга бўлиш мумкин эмас.

Р.Л.Кричевский менежер моделини тузишнинг қатъий психологиясига интилмасдан, эмпирик таҳлил мантиғига асосланган фазилатлар рўйхатини тақдим этади:

- натижаларни яратиш қобилияти, уларга эришиш учун кўп меҳнат қилиш истаги;
- топширилган вазифа учун жавобгарликни ўз зиммасига олиш ва таваккал қарорлар қабул қилиш истаги ва қобилияти;
- ўзгаришларни бошлаш, уларни бошқариш ва ташкилот манфаатларига мувофиқ фойдаланишга тайёрлик;
- очик бошқарув усулидан фойдаланишга тайёрлик ва ҳамкорликка интилиш;
- тез қарор қабул қилиш маҳорати;
- ҳозирги ва келажакка эътибор қаратиш қобилияти;

- ташкилот ичида ҳам, ундан ташқарида ҳам рўй бераётган ўзгаришларни кўра билиш ва улардан фойдаланиш имконияти;

- яқин ижтимоий муносабатларга тайёрлик;
- умумий бошқарувга тайёрлик;
- ўз ишларига ижодий ёндошиш;
- доимий равишда ўзини такомиллаштириш ва яхши ақлий, жисмоний ривожланиш;

- вақтдан тўғри фойдаланиш қобилияти;
- ўзини ва ходимларни рағбатлантиришга тайёрлик;
- пухта тайёрланган профессионал кадрлар бошида ишлашга тайёрлик;
- ижтимоий етакчиликка тайёрлик;
- халқаро дунёқараш.

И.Н. Герчикованинг тадқиқотларида бозор ўзгаришлари даврида етакчи шахс ва алоҳида ишбилармон шахснинг қатор муҳим сифатлари ўрганилган. Қуйида унинг менежер мажбуриятлари ҳақидаги фикрларига эътибор қаратамиз:

- корхоналарни бошқариш соҳасида умумий билимларга эга бўлиш;
- компанияга тегишли бўлган соҳада ишлаб чиқариш технологиялари масалалари бўйича ваколат;

- нафақат маъмурият, балки тадбиркорликдан олдин кўникмаларга эга бўлиш;

- бозорлардаги вазиятни ўрганиш, ташаббускорлик ва компания ресурсларини қўллашнинг энг фойдали соҳаларида фаол равишда тақсимлаш қобилияти;

- қуйи менежерлар ва ходимлар билан келишув асосида хабардор ва ваколатли қарорлар қабул қилиш ва уларнинг бажарилишида ҳар бирининг иштирокини тақсимлаш;

- компания ишлаётган ёки ишлашни истаган асосий бозорлар ёки уларнинг сегментларини таҳлил қилиш соҳасидаги амалий тажриба ва билимлар.

Рақобатдош фирмаларнинг фаолияти ва ҳаракатларини таҳлил қилиш қобилияти:

- ишбилармонлик муҳитининг ривожланиш тенденцияларини, айниқса, талабни, ўз мамлакатида ва компания ўз мавқеини мустаҳкамлашга ёки сақлаб қолишга интилаётган бошқа мамлакатларда иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солиш чораларини башорат қилиш қобилияти;

- ҳар доим имкон қадар йўналтирилган бўлиш;

- ижодкор бўлиш, ресурслардан унумли фойдаланиш ва компания фаолияти самарадорлигини таъминлаш. Ушбу рўйхатга одамларни бошқариш қобилиятини қўшади:

i. тўғридан-тўғри бўйсунувчиларини, уларга ишониб топширилган муайян ишни бажариш қобилиятлари ва қобилиятларини такомиллаштириш бўйича билимлар;

b. корхона ва ходимларни боғлайдиган шартларни билиш, уларнинг манфаатларини адолатли ҳимоя қилиш;

c. бирдамлик ва компания фаолиятининг йўналишини сақлаб қолиш.

Менежернинг шахсияти ва профессионаллигининг мавжуд моделларини баҳолаб, шунини таъкидлаш керакки, ижтимоий хусусиятларнинг мавқеини ошириш, жамият ижтимоий ҳаётининг пульсациясини ҳис қилиш қобилияти ва максимал фойда олиш истагини мамлакатнинг ижтимоий муаммоларини ҳал қилишда тўлиқ ёрдам билан бирлаштириш керак.

Маълум вақт давомида ҳукм сурган "бизнес мақсади - бу максимал фойда" тушунчаси Ғарб капитализмига катта урушни йўқотганидан кўра кўпроқ зарар келтирган деган Америка бошқарувининг назариётчилари ва тарихчиларининг хулосасини эслаш керак.

3.2. Маданиятли раҳбарнинг психологик портрети

Умумий ёндашув

Бошқарув ёки менежмент бу махсус фазилатлар ва шахс тайёргарлигини талаб қиладиган махсус касб. Менежер нафақат бошқарув соҳасидаги яхши мутахассис, балки менежмент соҳасидаги етук мутахассисдир. Кўпинча, менежмент санъат деб аталган, яъни, истеъдод, юқори даражадаги маҳорат ва ривожланган қобилиятларни талаб қиладиган ишдир. Аммо менежмент назарияси ва амалиётининг бошиданоқ фақат илмий бошқарув самарали деб ишонилган яъни, уни амалга ошириш учун тегишли илмий тайёргарликка эга бўлган шахс томонидан ўтказилади. Аслида, истеъдод - қобилият ва юқори маҳоратдир. Шунинг учун менежер илмий сифат ва менежмент томонидан ишлаб чиқилган мезонларга тўла жавоб берадиган, шахсий фазилатларни ривожлантириш ва бошқарув тайёргарлиги юқори даражадаги профессионалдир. Бундан ташқари, замонавий менежер ўз даврининг одами бўлиб, унинг фаолияти шахсияти ва касбий маҳоратига бўлган талабларни белгилайди, унинг психологик портретининг асосини ташкил этади.

Психология ва менежмент фани нуқтаи назаридан келиб чиққан ҳолда, турли тадқиқотчилар, назариётчилар хулосаларига таяниб, замонавий маданиятли ва муваффақиятли менежернинг психологик портретининг қуйидаги асосий таркибий қисмларини ажратиб кўрсатиш мумкин:

- 1) раҳбарнинг шахс сифатидаги умумий хусусиятлари;
- 2) бошқарув ва бошқарувчилик илмига эга бўлиши;
- 3) бозор-иқтисодий ва саноат ишлаб чиқариш жараёнига тайёрлиги;
- 4) бошқарув кўникмалари;
- 5) ишбилармонлик ва тадбиркорлик қобилиятлари;
- 6) одамлар билан ишлаш қобилияти ва унга тайёргарлиги.

3.3. Бошқарув ва менежмент бўйича таълим

Менежернинг иши унинг юқори ва ҳар томонлама тайёргарлигини талаб қилади. Унинг асоси юқори бошқарув, бошланғич ёки ўрта ва қўшимча таълимни тақоза қилади. Бу менежер бошчилигидаги ишлаб чиқаришнинг бошқа соҳалари билан бирлашганда янада самара беради. Шунинг учун ҳеч бўлмаганда, махсус курсларда ўқиш учун менежмент бўйича сертификат ёки дипломга эга бўлиши лозим.

Таълим - бу мураккаб, умумий илмий ва махсус, назарий ва амалий, фундаментал ва амалий, кенг ва ўзига хос билимлар, қарашлар, тушунчалар, эътиқодлар, шунингдек, интеллектуал қобилиятлар тизими. Бу қуйидагиларга имкон беради:

1) замонавий-ижтимоий ва илмий позицияларда ўзларининг касбий соҳасини жамият ҳаёти тизимида ва давлат фаолиятида аҳамиятини тўғри тушунадилар;

2) ижтимоий ва касбий талабларни, муносабатлар, боғлиқлик, унинг барча таркибий қисмларининг ишлаш мезонларини (мақсадлар, вазифалар, истиқболлар, тенденциялар, вазиятлар, қарорлар, ҳаракатлар, усуллар, натижалар ва бошқалар) мустақил равишда баҳолай олиш;) ўз фаолиятини умуман ва аниқ касбий вазиятларда мустақил равишда тартибга солиш.

Бундай лавозим маълумотли мутахассисга муайян вазиятда бевосита кузатиладиган доирадан ташқарида бўлган нарсани тушунишга, унинг узок уфқларини ақлий кўришга имкон беради. Улар инсон ақли дунёдаги энг юқори чўққидир, деб бежиз айтилмаган. Ва улар мавжуд бўлганда унинг афзалликларидан фойдаланиш керак. Касб-ҳунар таълими мутахассиснинг ижтимоий, касбий ривожланиши, интеллект, касбий маданият ва маънавиятни юксалтиришга муҳим ҳисса қўшади. У маълумотли мутахассиснинг муҳим интеллектуал фазилатини - тизимдан ташқари касбий фикрлашни шакллантиради. Бу нафақат ўзига хос хусусиятларидан ва лаҳзали мулоҳазаларидан, балки фаолиятдаги ва ҳаётдаги ўрнидан келиб

чиққан ҳолда муайян вазиятларда одамнинг хулқ-атвори йўналишини, усулини танлаш имконияти ва одатидир.

Тизимли вазиятдан келиб чиқадиган *касбий фикрлаш* - бу дунёқарашнинг кенглиги, нима бўлаётганини тушуниш доираси ва чуқурлигидир. Бу шахсга ҳамма нарсани ва вазиятни кўришга имкон беради ва шунинг учун муваффақиятли ҳаракат қилади.

Бошқарув таълими - жамиятнинг менежмент билан боғлиқ бўлган жиҳатларига танланган эътибор, қизиқиш ва муносабатни англатади. Улар профессионаликка жуда қизиқишади, у уларни бошқаларга қараганда яхшироқ тушунади, такомиллаштиришнинг маъноси ва усуллари тушунади. Шу асосда жамият ҳаётига ва ҳатто инсоният ҳаётига дахлдорлик ҳисси мавжуд, инсоннинг ҳаёти ва касбий фаолияти, уларнинг муаммолари чуқурроқ тушунилади; одамлар ва ҳукуматнинг ҳаётни яхшилаш бўйича умумий ҳаракатлари билан боғлиқлик мавжуд; улар бозор фаолияти ва бошқарувнинг жамият ҳаётидаги ўрнини, уларнинг ижтимоий алоқалари ва қарамлигини, ўз меҳнати билан фуқаролар ҳаёти, жамият, унинг халқаро обрўсига ҳисса қўшиш зарурлигини тушунадилар.

Ҳеч ким, ҳаттоки хусусий тадбиркорликнинг ашаддий рақиби ҳам, менежерлар ўзларини ёқтирганлари учун жавобгарликсиз иш тутадилар деб айтишга журъат этмайдилар. Кўпинча жамият олдида жавобгарлик фойда учун қурбон қилинади ва бу маданиятсиз бошқарув ва ўқитиш кўрсаткичидир.

Менежер шахсини тарбиялаш ва ривожлантириш унинг фаолиятининг ижтимоий маъносини, унинг давлат ва одамлар ҳаётидаги миссиясини, унинг ижтимоий-иқтисодий мақсадини ва натижада маданиятли мотивацияни тушунишда намоён бўлади:

· Цивилизациялашган бошқарувнинг эҳтиёжлари ва ўлчамларини тушуниш, уларсиз цивилизациялашган, ижтимоий йўналтирилган ва ривожланаётган иқтисодиёт бўлиши мумкин эмас;

- менежерлар жамоасига ижтимоий-психологик интеграция, унинг касбий тафаккури, кадриятлари, жамиятга, бошқа ижтимоий гуруҳларга ва фуқароларга бўлган муносабати стереотипларини ўзлаштириш; хулқ-атвор, одатлар, урф-одатлар, урф-одатлар, тил (жаранг, жаргон) ва ҳоказолар;

- у учун менежментнинг хусусиятлари ва талабларини тушуниш, унинг ижобий ва эҳтимол унчалик ёқимли бўлмаган хусусиятларини билиш, лекин уни севишга, ўз касбидан ғурурланишга, ғайрат билан ишлашга халақит бермаслиги керак;

- бошқарув менежменти асосларини билиш;

- бозор менежменти каби менежмент фанини, унинг ички ва халқаро тажрибасини пухта билиш;

- бошқарувнинг аниқ соҳасида йўналишни, бошқарувнинг барча вазифаларини ва ишнинг нозик томонларини тушуниш қобилиятига асосланган йўналтирилганлик;

- менежер ҳаракатларининг ақлий тартибга солувчиси бўлган, ишлаб чиқилган ва илмий асосланган индивидуал бошқарув концепциясининг мавжудлиги; мақсадлар, вазифалар, мажбуриятларда кўзда тутилган барча махсус ҳаракатларни бенуқсон сифатли бажариш қобилияти;

- ташкилий менежментнинг барча масалаларини батафсил тушуниш, бошқариш ва ташкилий тартибни сақлаш қобилияти; вазиятни ўрганиш ва баҳолашнинг илмий усуллариغا эга, вазиятли қарорларни тайёрлаш, қабул қилиш ва амалга ошириш; замонавий интенсив ва юқори технологияларни билиш;

- ўзини, фаолиятини ва эришилган натижаларни тўғри баҳолай олиш, шунингдек, ўз ишини тизимли равишда, илмий асосда ташкил этиш ва малакасини ошириш қобилияти;

- менежерлар жамоаси таркибида муваффақиятли ҳаракат қилиш қобилияти;

- ўз меҳнат маҳсулоти миқдори ва сифатини ошириш учун захираларни топиш ва улардан фойдаланиш қобилияти;

- менежментнинг иқтисодий ва ижтимоий таркибий қисмлари, уларнинг вазибалари ва муаммоларини мувозанатлаш қобилияти тўғрисида аниқ тасаввурга эга бўлиш;

- рақобат, қарама-қаршилик ва қарама-қаршилик шароитида рақиблардан устунлик;

- *касбий маданият* (касбий маънавият) - менежментнинг барча универсал, ижтимоий, ахлоқий, ҳуқуқий жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда талабларни бажаришга тайёрлик. Бу билим ва профессионал меҳнатни энг юқори стандартларга, ахлоқ ва қонунларга мувофиқ қуриш қобилияти.

- *касбий ўзини ўзи англаш* (профессионал ўзини англаш, касбий ўзини ўзи тасвирлаш, ўз-ўзини англаш) - шахсий маънонинг онглилиги - касбдаги ўзлик: мен учун касб, мен қандай касб эгаси бўлишни хоҳлайман, бошқа одамлар мени қандай деб билишади каби фикрларга аниқ жавобнинг мавжудлиги. Бу шахснинг ўзини профессионал сифатида баҳолашидир.

3.4. Бозор, иқтисодий ва саноат тайёрлиги

Менежер учун раҳбарлик қиладиган корхона учун хос бўлган ишлаб чиқариш технологиялари масалаларида ваколатлар мажбурийдир ва бу тўғрида И.Н. Герчикова шундай дейди: “Менежер қандай ишлаб чиқариш, қандай савдо қилиш, битимлар тузиш ва мурсага келишни билиши керак. Умумий маъмурий кўникмалар ҳар қандай корхонани бошқаришга имкон беради деган фикрга менежментнинг ўзига хос касбий фаолияти сифатидаги тушуниши бу хатодир”.

Менежер фаолиятининг муваффақияти маълум бир ишлаб чиқариш, унинг технологиялари, маҳсулот сифатига боғлиқлиги ва уни такомиллаштиришнинг техник усуллари, янгиланиши, реконструкцияси, инновацияси ва ҳоказоларга боғлиқ. Бунда ишлаб чиқаришда турли мутахассислар лавозимларида иштирок этиш ёки етакчи корхонада дастлабки

амалиёт ўтказиш муҳим роль ўйнайди. Менежер нимани бошқаришни ичидан тушуниши лозим.

Менежментнинг классик вазифаларини бажариш қобилиятига қўшимча равишда - мақсадларни белгилаш, режалаштириш, қарор қабул қилиш ва уларни амалга ошириш, ташкил этиш ва назорат қилиш - бозор иқтисодиёти шароитида компания бошқарувига янги талаблар қўйилади:

- стратегик фикрлаш - ҳаракатлар соҳаларини ривожлантириш ва уларни ҳамкасблари ва бўйсунувчиларнинг тушунишини таъминлаш, бошқарувга доир заиф сигналларга асосланган тенденцияларни олдиндан билиш, келажакка йўналтирилган альтернативаларни ишлаб чиқиш ва уларни тўлдириш қобилияти;

- тадбиркорларнинг ўзини тутиш услуби - мижозлар ва бозорга йўналтирилганлик, товарлар ва хизматларнинг сифати ва истеъмол хусусиятларига ҳар томонлама йўналтирилганлик;

- ривожланиш жараёнларини бошлаш ва қўллаб-қувватлаш учун ўрнатиш - ташқи ва ички муҳит ўзгариши ҳолатларига ва ҳар хил ўзгаришларга тайёрлик, мунозаралар жараёнига ишонтириш ва уни бошқариш, коммуникатив бошқарув услуби; менежер корхонанинг бугунги эҳтиёжларини қондира олиши ва унинг келажagini таъминлашга тайёр бўлиш;

- корхонада ташкилий маданиятни яратиш зарурияти - хатти-ҳаракатларнинг қадриятлари ва қонунийлигини, коммуникативлигини, низолар ва келишмовчиликларни тез, муваффақиятли ҳал этиш, ижтимоий ҳамда иқтисодий қадриятларнинг мувозанатли тизимига эътиборни қаратиш орқали бошқариш;

- корхона ва жамият сиёсатида йўналтирилган фикрлаш - корхона ва ташқи муҳит ўртасидаги ўзаро боғлиқликни тушуниш ва улардан фойдаланиш қобилиятини, ижтимоий-сиёсий жиҳатларни ва ташқи муҳит тўғрисидаги бошқа маълумотларни ҳисобга олган ҳолда бошқарув қарорларини қабул қилишда ўзгарувчанлик хусусияти кўра ўзгартириш,

жамоатчилик билан мулоқотни англаш. Бунда менежер корхона учун мамлакатнинг ички ва ташқи сиёсати, итисодиёти ҳамда фойдаси учун муносиб ўрин топиши керак.

Корхона томонидан иқтисодий ва молиявий муаммоларни муваффақиятли ҳал қилиш ва ўзини ҳимоя қилиш, ташкилот ва унинг ходимлари ҳаётини сақлаб қолиш ва рақобат муҳитида банкротликнинг олдини олиш учун зарур шартдир. Бу ўз навбатида тадбиркорлик билан шуғулланувчи барча шахсларнинг шахсий хусусиятларига юқори талабларни қўяди ва бу менежер учун мажбурийдир. Бунинг учун унга қуйидаги тадбиркорлик қобилияти ва фазилатлари лозим бўлади:

- тижорат йўналиши;
- бозор элементлари ва рақобатдошликда муваффақиятга эришиш истаги ва ўзини ишонтириш билан тавсифланадиган ютуқ мотивлари;
- жасорат ва қатъиятлилиқ, хатарларни қабул қилишга тайёрлиқ ва бозорнинг ўз-ўзини бошқаришдаги ҳаракатларидан қониқиш ҳисси;
- эҳтиёткорлиқ, ишчанлиқ қобилияти;
- одамлар билан осон алоқа ўрнатиш, уларга яқинлашиш ва алоқани ўзи учун зарур бўлган томонга буриш қобилияти; мулоқот жараёнини охиригача етказиш учун ирода ва қобилият;
- қийинчиликлардан, тўсиқлардан қўрқмаслиқ, уларни сабр ва матонат билан енгишга тайёрлиқ;
- ишбилармонлиқ шиддаткорлиги (ташаббусни қўлга киритиш, рақиблардан устун туриш, қаршиликларни енгиш, мақсадга эришиш), вақтинча муваффақиятсизликларга ва ҳаётга қаршилиқ кўрсата билиш;
- юқори даражадаги меҳнатсеварлиқ;
- жамоани шакллантириш қобилияти; доимий ички руҳий хотиржамлиқ, сафарбарлиқ, доимо ҳушёр бўлиш қобилияти. Раҳбар сифатида бозор иқтисодиёти ва тадбиркорлик назарияси ва амалиётини чуқур билиши;
- бозорнинг ҳозирги ҳолатини, унинг ўзгариш тенденцияларини яхши билиш ва корхона учун тўғри хулосалар чиқариш;

- қабул қилинган қарорлар ва ҳаракатларнинг иқтисодий ва ижтимоий оқибатларини ҳисобга олишга қодирлик;
- баъзи ҳолларда ижтимоий аҳамиятга молик мақсадларга эришиш учун имтиёзлардан воз кечишга тайёр бўлиш;
- ҳар доим ижтимоий адолат тамойилларига амал қилишга мойиллик ва истакнинг мавжудлиги;
- илмий-техник тараққиёт ва бозор инновацияларининг ютуқларидан самарали фойдаланиш;
- ишнинг манфаати нуқтаи назаридан ўз позициясига зид бўлган таклифлардан фойдаланиш қобилияти;
- вазият мутлақо ноаниқ бўлган ҳолатларда ностандарт қарорлар қабул қилиш, оқилона хатарларни қабул қилиш, ҳаракат қилиш ва муаммоларни ҳал қилишда жасорат кўрсатиш.

3.5. Менежер маҳорати

Ҳар бир *профессонал маҳорат* - бу касбий билим, кўникма ва қобилиятлар комбинациясидир. Менежер кўникмаларининг асосий таркибий қисми бошқарув услубидир. Ҳар бир менежер аслида менежер сифатида менежмент фаолияти асосларига, асосий ҳаракатларни бажариш техникасига эга бўлиши керак. У бошқарувчи сифатида ташкилотларнинг назарий ва амалий асосларини пухта билиши, асосий бошқарув ҳаракатларини - мақсадларни белгилаш, режалаштириш, ташкиллаштириш, қарорлар қабул қилиш, назорат қилиш, баҳолаш, тартибга солиш ва ҳоказоларни амалга ошириш учун кўникма ва малакаларга эга бўлиши керак. Маҳоратнинг ушбу компоненти менежернинг бошқа бошқарув соҳаларига тайёргарлиги билан боғлиқ.

Этикавий (ахлоқий-психологик) тайёргарлик - раҳбарнинг ички ва ташқи соҳадаги мақсадлар, вазифалар, имкониятлар, воситалар ва усуллар билан боғлиқ этикавий (ахлоқий-психологик) меъёрларни билиши ва уни

англаб етишидир. У бозор шароитида менежментнинг ижтимоий таркибий қисми ҳақида фалсафий эмас, балки амалий тушунчани тақдим этиши лозим. Бу ахлоқнинг ажралмаслиги, ҳаракатларининг ижтимоий-ахлоқий жиҳатлар билан ўзаро боғлиқлиги, у билан ҳисоблашиш истагининг мавжудлиги, бошқарув вазифаларини ахлоқий меъёрларга мувофиқ равишда тўғри ҳал қилиш қобилиятини англатади.

Мутахассиснинг этикавий тайёргарлигининг таркибий қисмлари қуйидагилардан иборат:

а) ахлоқий билимлар ва эътиқодлар;

б) юқори ахлоқий хатти-ҳаракат кўникма, қобилият ва одатлари;

в) маънавий-ахлоқий меъёрлар ва қадриятлар - маъмур томонидан маънавий меъёрларни сўзсиз қабул қилишини ифода этувчи, чуқур шахсий маъно ва туйғу билан ранг-баранг бўлиб, бошқариш ва ҳал қилишда мезонга айланган, зарур, рухсат этилган установка;

г) касбий муҳим ахлоқий ва психологик - менежер ўз ишида барқарор намоён бўладиган шахсий хусусиятлар.

Менежер профессионализмини ташкил қилувчи бошқа компонентларнинг асосий таркибий қисмлари қуйидагилардан иборат:

- тадбиркорлик маҳорати - иқтисодий ва молиявий муаммоларни ҳал қилиш қобилияти;

- ишлаб чиқаришни бошқариш маҳорати;

- ходимлар билан ишлаш маҳорати;

- коммуникатив компетенция, очиқлик;

- экстремал шароитларда хавфсизликни таъминлаш имкониятига ва бу борадаги ҳаракатларга тайёрлик.

3.6. Менежер қобилияти

Классик профессионаллик ҳар доим юқори ривожланган қобилиятларга боғлиқ бўлади. Менежер учун интеллектуал қобилият муҳим аҳамиятга эга.

Бунда когнитив фазилатларнинг ажралмас тўплами ва унинг юқори чўққиси тафаккур ҳисобланади. Менежер ақлли шахс бўлиши талаб этилади. Унинг ақл-идроки кенглиги (тизимли, панорамик, кенг қамровли, ўта вазиятли) ва ижтимоий ҳамда бозор ҳақиқатини, унинг ичидаги фаолияти, амалийлиги, аналитик ва синтетик характери ("ҳамма нарсани жой-жойига қўйиш" қобилияти) билан фарқ қилиши керак. Тасаввур, равшанлик, мантиқлилик, танқидийлик, башорат, тезлик, ҳаракатчанлик, жасорат (фикрларни тан олиш ва бошқалар учун имконсиз бўлиб кўринадиган нарсани жиддий кўриб чиқиш қобилияти), ноаниқликка қаршилиқ кўрсата билиш.

Интеллектнинг ижодий намоён бўлиши (ижодий қобилият) менежер томонидан қуйидагича ифодаланади:

- a) янгиликни доимий қидириш ҳисси;
- b) ўз фаолият соҳаси билан боғлиқ сўнгги илмий ва амалий ишланмаларни кузатиш;
- c) ижодий иштиёқ билан бошқаларни руҳлантириш қобилияти;
- d) илмий ва технологик тараққиётнинг энг яхши ютуқларидан самарали фойдаланиш қобилияти;
- e) тезкорлик, зукколик, ижодкорлик (бу сифатнинг асосий кўрсаткичи, мумкин бўлган ҳамма нарса амалга оширилганда, умидсиз бўлиб туюлган вазиятлардан чиқиш йўллари топиш қобилиятидир);
- f) демократик тафаккур - бўйсунувчиларнинг фикрлари ва хатти-ҳаракатларига тўсқинлик қилмаслик, бошқаларнинг таклифларини тинглашга ва уларни диққат билан кўриб чиқишга тайёрлик. Лекин бошқаларнинг таъсирига ҳаддан ташқари мойиллик шарт эмас ва муҳокама қилинган, қабул қилинган қарорларни бажаришда қатъийлик кўрсатиш;
- g) янги маҳсулотлар ва таклифларни малакали баҳолаш, фойдали, бизнесни проекцион, саргузаштлардан ажратиш қобилияти;
- h) ишнинг манфаати учун бошқаларнинг таклифларидан, гарчи улар ўзларининг позицияларига зид бўлса ҳам, фойдалана олиш, лекин ундан ўзининг устунлигини намоён қилиш.

Менежер ўзининг ихтиёрий фазилатлари билан боғлиқ бўлган асосий иш қобилиятига: фаоллик, қатъиятчилик, ташаббускорлик, мустақиллик, ташкилотчилик, аниқлик, интизом, мулоимлик, қатъийлик, чидамчилик, жасорат қабиларга эга бўлиши мақсадга мувофиқдир. Жавобгарликни ҳис қилиш, жавобгарлик юкининг оғирлигини ва жавобгарликни ўз зиммасига олиш жуда муҳимдир.

Ишбилармонлик қобилиятининг махсус гуруҳи бу ташкилий қобилиятдир. Л.И.Уманский томонидан ишлаб чиқилган тузилмага қуйидагилар киритилади:

- жамоатчилик шижоати - одамларга ҳиссий-ихтиёрий таъсир этиш, мисол орқали таъсир қилиш, тушунтиришларнинг ишонарлилиги, таклиф кучи, ишонч, ўзига ва бошқаларга нисбатан қатъийлик;

- тадбирларни ташкил этишга мойиллик - ташкилий ишларга ташаббускорларни жалб қилиш, ташкилотчининг вазифалари ва масъулиятини, ташкилий фаолиятда номувофиқлик, ташкилий иш пайтида соғлиқнинг ҳиссий-ижобий ҳолати;

- психологик танловчанлик - психологик кузатиш, тез, аниқ ва кўпинча онгсиз равишда бошқа одамларнинг психологик хусусиятлари ва шароитларини англаш; бошқа одамлар дуч келадиган нарсаларга ҳамдардлик; одамларнинг психологик аҳамиятли хусусиятларини тавсифлашда юқори сезувчанлик ва ҳис-туйғулар, уларнинг ҳамда бошқа одамларнинг хулқ-атворини психологик таҳлил қилиш ва психологик изоҳлашга мойиллик;

- амалий психологик онг - одамларнинг шахсий хусусиятларини яхши ҳисобга олган ҳолда вазифалар ва мажбуриятларни моҳирона тақсимлаш; одамларни тушуниш қобилиятини талаб қиладиган вазиятларда тезкор йўналиш; шахсий ёқтириш ва ёқтирмасликларни, вазифаларни бажариш учун гуруҳларни ёллашда одамлар ўртасидаги муносабатларни ҳисобга олиш; одамларни рағбатлантириш қобилияти;

- *психологик тактика* - одамларга етарлича таъсир кўрсатиш даражасини танлаш; суҳбатдошнинг индивидуал хусусиятларига мос равишда нутқни мослаштириш; алоқа мазмунини индивидуаллаштириш; одамлар билан муносабатларда эҳтиёткорлик, ҳамдардлик; алоқада соддалик ва табиийлик, турли одамларга мурожаат қилишда адолат ва холислик ҳисси.

Менежер учун *экстремал қобилият* - бозор хусусиятларига кўра кутилмаган, қийин, хавфли вазиятларда ўзини тутиши ва ҳаракатлари талабларига жавоб берадиган индивидуал хусусиятларининг юқори даражаси алоҳида аҳамиятга эга. Улар орасида: экстремал психологик барқарорлик, хавфга қаршилиқ, ҳаддан ташқари стрессга берилиш, шовқин иммунитети, узок муддатли барқарорлик, асабий жараёнларнинг кучи ва бошқалар алоҳида ўрин тутди. Экстремал барқарорлик ва форс-мажор ҳолатларида самарали ҳаракат қилиш қобилияти, шунингдек, махсус экстремал тайёргарликка ҳам боғлиқ: экстремал хабардорлик, экстремал машғулотлар, шахсий хавфсизликни таъминлашга тайёрлик.

Менежердан нафақат потенциал қобилиятларга эга бўлиш, балки мавжуд фазилатларни намоён қилиш ва яхшилаш имкониятига эга бўлиш ҳам талаб этилади. Бунда энг муҳими профессионал ривожланган психологик фазилатларда ифодаланган касбий ривожланган қобилиятлардир. Улардан энг муҳимлари орасида:

- бозор ва иқтисодий фикрлаш;
- бошқарув фикрлаши;
- кузатув;
- хотира;
- алоқа;
- ташкилийлик, аниқлик ва мажбурият;
- хушёрлик, касбий психологик барқарорлик ва ўзини ўзи бошқариш қобилиятлари ва одамлар билан ишлашга тайёрлик.

Одамлар билан ишлаш қобилияти ўзаро тушуниш ва ишонч, садоқат, умумий қарашлар ва ахлоқий қадриятларни баҳам кўришни, бир-бирларини

қўллаб-қувватлашни талаб қилади. Бу муносабатлар корхонанинг ичида ҳам, ундан ташқарида ҳам ташқи шерикларнинг, умумий ва алоҳида шахсларнинг манфаатларини ҳисобга олган ҳолда қурилган ва улар учун фойдали бўлиши керак.

Менежернинг одамлар билан ишлаши қўшимча равишда унинг касбий (касбий-педагогик ва касбий-психологик) тайёргарлигига боғлиқ. Илмий бошқарув фақат одамлар билан илмий асосланган иш олиб борилганда иш беради, бу эса ушбу икки турдаги тайёрликни шакллантиришни тақозо этади. Биринчидан, психология фанининг тавсияларига асосланган психологик баркамол етакчиликка тайёрлик, иккинчидан, педагогика тавсиялари асосида одамларни ўқитиш ва ривожлантиришга тайёрлик. Иккала фан ҳам менежернинг махсус психологик ва педагогик маҳорат, қобилият, одатлар, ички нуқтаи назар ва технологиялар билан ишлашнинг психологик ва педагогик масалалари бўйича аниқ билимларга эга бўлиши учун хизмат қилади.

3.7. Раҳбар этикаси

Раҳбар этикавий хатти-ҳаракатларининг аҳамияти унинг қуйи бўғинлар билан муносабатида намоён бўлади. Бу барча хорижий нашрларда қайд этилган ва менежерлардан амалий ишларда талаб қилинади. Хориж матнларида ҳам «ахлоқ» сўзининг маъноси ўзбек тилидаги «ахлоқ» ва «ахлоқий» сўзларига тўғри келади. Биз бошқарувнинг ижтимоий масъулияти ҳақида гапирганимизда унинг марказида бу масъулиятни ва унга мувофиқ хатти-ҳаракатни тушуниш, таъқиқланган ва мажбурий қадриятларга қатъий риоя қилиш, адолат, меҳрибонлик, шараф, садоқат, сўз ва хатти-ҳаракатларга содиқлик ва бошқалар ётади.

Собиқ совет даврида Ўзбекистонда социалистик режалаштирилган иқтисодиётнинг бозор иқтисодиётига ўтиши натижасида содир бўлган воқеалар, ҳатто уларни яратувчиларнинг ўзлари ҳам ахлоқий жиҳатдан жуда

паст баҳоланади. Бу мамлакат учун зарур бўлган ижтимоий-иқтисодий соҳадан жуда узоқдир ва мавжуд ижтимоий-иқтисодий деформацияларни бартараф этиш, бошқа чоралар қаторида, менежерларнинг юқори этикасини талаб қилади.

Жаҳон амалиётида корхоналар ўзлари менежерлар ва оддий ишчиларнинг ахлоқий хатти-ҳаракатларини, айниқса, мижозлар билан ишлашда ошириш учун турли хил чоралар кўради.

Ахлоқий стандартлар ишлаб чиқилган ва ташкилотнинг фикрига кўра, умумий кадриятлар ва ахлоқий қоидалар тизимини тавсифлайди. Баъзи ташкилотларда ахлоқий одатларни ҳар куни баҳолаш учун доимий равишда ахлоқий меъёрлар ишлаб чиқиш билан шуғулланадиган қўмиталар тузилади. Бундай қўмиталарнинг деярли барча аъзолари юқори даражадаги менежерлардир. Баъзи ташкилотлар бундай қўмиталарни шакллантирмайдилар, лекин иш этикаси бўйича мутахассисни ёллайдилар. Унинг вазифаси ташкилотнинг хатти-ҳаракатлари билан боғлиқ ахлоқий масалалар бўйича қарорларни ишлаб чиқиш, шунингдек, ташкилотнинг "ижтимоий виждон" функцияларини бажаришдир.

Ижтимоий аудитлар ташкилотнинг ҳаракатлари ва дастурларининг ижтимоий таъсирини баҳолаш ва ҳисоботларни тузиш учун ўтказилади. Ушбу турдаги ҳисоботлар ташкилотларнинг ижтимоий жавобгарлигининг ҳақиқий даражасини кўрсатиши мумкин ва юқори даражадаги раҳбарият уни ошириш чораларини кўриши учун асос бўлиб хизмат қилади.

Ахлоқий хулқ-атворга ўргатиш ҳамда менежерлар ва бошқа ходимларнинг ахлоқий хатти-ҳаракатларини ташқи мажбурлаш чораларидан ички мажбурлаш эҳтиёжига айлантириш учун касбий ва ахлоқий ривожланиш жуда муҳимдир. Менежерлар меҳнат фаолияти ахлоқи билан яхши таниш бўлиши керак, бу уларнинг ахлоқий муаммоларга мойиллигини оширади, натижада ахлоқий меъёрларга риоя қилиш одат тусига киради ва кейинчалик эҳтиёжга айланади. Шунинг учун бу иш менежерлар касбий тайёргарлигининг ажралмас қисми бўлиши керак.

Албатта, рақобат, максимал фойда олиш истаги ва бозор ҳаётининг бошқа ҳолатлари кўпинча, менежерни фойда олиш учун ахлоқий меъёрларни, виждонни, шахсий кадр-қимматни менсимасликка ундайди. Аммо ўқитувчилар, шифокорлар, ҳисобчилар, судьялар ва бошқа касб вакиллари, шу жумладан, оддий ходим ҳам худди шундай ниятларга эга. Аксарият ҳолларда ахлоқий тарбиялаш, одоб-ахлоқ, виждонлилик, ўзига ҳурматни йўқотишни истамаслик кўринишидаги ички «тормозлар» ғалаба қозонади. Бозор фаолияти субъектлари учун ўзларининг асослилиги бундан мустасно, улар ўз ҳаракатларининг "охирги натижа воситаларини оқлайди" формуласига биноан ўзларининг хатти-ҳаракатларини оқлайдиган асослар мавжуд эмас. Адолатсиз воситалар орқали мақсадга эришиш менежернинг ахлоқий принципларига зиддир.

Назорат саволлари:

1. Хорижий тадқиқотларда раҳбар ёки менежер шахси қандай тавсифланади?
2. Психологик портрет (модел) ва хусусан раҳбарнинг психологик портрети деганда нима тушунилади?
3. Замонавий маданиятли ва муваффақиятли менежернинг психологик портретининг асосий таркибий қисмлари нималардан иборат?
4. Замонавий муваффақиятли менежерни тарбиялашнинг асосий элементларини айтиб беринг.
5. Менежернинг касбий ривожланишини ва шахсининг асосий психологик хусусиятларига таъриф беринг.
6. Менежер учун маданиятли мотивация қандай жиҳатларга эга?
7. Менежернинг тайёргарлиги оддий бошқарувчиникидан тубдан фарқ қилиши керак, деган фикрга қўшиласизми?
8. Менежернинг юқори ишлаб чиқариш тайёргарлиги бозорнинг турли сегментларида ишлаш учун менежерларни ўқитишдаги фарқни аниқлатадими?
9. Менежер қандай кўникмаларга эга бўлиши керак?

10. Менежер одамлар билан муваффақиятли ишлаши учун қандай кўникмалар ва тайёргарликлар зарур?

11. Замонавий менежернинг ахлоқий тайёргарлиги нималарда кўринади?

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. ... менежернинг профессионаллигини учта сифат билан боғлайди.

А. М. Педлер

Б. Лори Муллинс

С. Дж Бергине

Д. Т. Бойде

2. ... томонидан олинган маълумотлар Европанинг етакчи компанияларини ўрганиш асосида анъанавий фазилатларга эга менежерларнинг асри тугаганлигини ва бошқа афзалликларга эга янги менежерларга эҳтиёж борлигини таъкидлайди.

А. Лори Муллинс

Б. Дж Бергине

С. М. Педлер

Д. Р.Хеллер

3. ... томонидан ишлаб чиқилган моделда компания бошқарувининг ваколати функционал, вазиятли, интеллектуал ва ижтимоий компетенциялар йиғиндиси, деб таърифланади.

А. В.М. Термал

Б. Р.Л.Кричевский

С. G.Xinterhuber ва K.Popp

Д. А.В. Карпов

4. Бошқа одамлар билан алоқани синхронизация қилиш қобилияти, ким, қачон ва нима айтиши кераклигини аниқлаш қобилияти - бу...

А. реакция шакли

Б. "ўзидан воз кечиш" ва ўзига ишонч

С. сезувчанлик

Д. мотивацион

5. Қўйидаги олимлардан қаси бири "Менежмент психологияси" деб номланган ўқув қўлланма муаллифи?

- А. В.М. Термал
- Б. Р.Л.Кричевский
- С. G.Xinterxuber ва K.Popp
- Д. А.В. Карпов

6. Амалий фикрлаш ривожланиши ким томонидан аниқланган?

- А. В.М. Термал
- Б. Р.Л.Кричевский
- С. G.Xinterxuber ва K.Popp
- Д. А.В. Карпов

7. Ким менежер моделини тузишнинг қатъий психологиясига интилмасдан, эмпирик таҳлил мантиғига асосланган фазилатлар рўйхатини тақдим этади?

- А. В.М. Термал
- Б. Р.Л.Кричевский
- С. G.Xinterxuber ва K.Popp
- Д. А.В. Карпов

8. Менежер учун раҳбарлик қиладиган корхона учун хос бўлган ишлаб чиқариш технологиялари масалаларида ваколатлар мажбурийдир ва бу тўғрисида ким ўз китобидаги хатбошида келтириб ўтади?

- А. А.В. Карпов
- Б. В.М. Термал
- С. И.Н. Герчикова
- Д. Р.Л.Кричевский

9. ... - ҳаракатлар соҳаларини ривожлантириш ва уларни ҳамкасблари ҳамда бўйсунувчиларнинг тушунишини таъминлаш, бошқарувга доир заиф сигналларга асосланган тенденцияларни олдиндан билиш, келажакка йўналтирилган альтернативаларни ишлаб чиқиш ва уларни тўлдириш қобилияти.

- А. Стратегик фикрлаш
 - Б. Тадбиркорларнинг ўзини тутиш услуби
 - С. Ривожланиш жараёнларини бошлаш ва қўллаб-қувватлаш учун ўрнатиш
 - Д. Корхонада ташкилий маданиятни яратиш зарурияти
10. ... одамларга ҳиссий-ихтиёрий таъсир этиш, мисол орқали таъсир қилиш, тушунтиришларнинг ишонарлилиги, таклиф кучи, ишонч, ўзига ва бошқаларга нисбатан қатъийлик.
- А. Тадбирларни ташкил этишга мойиллик
 - Б. Психологик танловчанлик
 - С. Жамоатчилик шижоати
 - Д. Амалий психологик онг

Адабиётлар:

1. Боймуродов Н. Раҳбар психологияси. - Т.: 2007.
2. Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.
3. Старобинский Э.Е. Как управляют персоналом. М.: 1995.
4. Хараш А. У. Руководитель, его личность и деятельность. — М.: 1981.

4-МАВЗУ. БОШҚАРУВ УСЛУБЛАРИНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИГИ

Режа:

1. Менежер модели.
2. Бошқарув стратегияси.
3. Раҳбарнинг ташкilotни стратегик билиши ва зиммасидаги вазифасини шакллантириши.
4. Бошқарув усуллари.
6. Бошқарув услубларининг психологик хусусиятлари.

Таянч сўзлар: Менежер модели, бошқарув, режалаштириш, ваколатлилик, инсонпарварлик, инновациявийлик, прагматика, ортоботиклик, бошқарув стратегияси, бошқарув усуллари, авторитар услуб, демократик услуб, либерал услуб.

4.1. Менежер модели

Бошқарувчи ишлаб чиқариш организмнинг мустақил аъзолари ҳаракатидан фарқ қилиб, бутун организм ҳаракатидан келиб чиқадиган умумий вазифаларни бажаради. Образли қилиб айтганда, якка скрипкачи ўзини ўзи идора қилади. Лекин оркестр дирижёрга муҳтождир. Демак, тўғри бошқарувнинг муҳим шarti - бошқарувчининг, яъни раҳбарнинг фаолиятидир.

Бошқарувнинг моҳияти объектив ва субъектив шарт-шароитларини шундай нисбатда уйғунлаштиришни таъминлашдан иборатдир. Бу мўлжалланган мақсадга эришиш имконини беради. Шунинг учун яхши раҳбар одамларга камроқ буйруқ беради, бунинг ўрнига уларнинг меҳнат фаолияти учун зарур бўлган *самарали шароит* яратади.

Раҳбар - менежер, у одамлар билан ишлайди, уларнинг касбий ютуқлари ва хавфсизлиги учун жавоб беради, вазифаларни бажариш учун улар куч-гайратини уюштиради ва уйғунлаштиришни амалга оширади.

Маълумки, жамият *иқтисодий, ижтимоий-сиёсий* ва *маънавий* соҳаларни ўз ичига қамраб олади. Шунга мувофиқ тарзда бошқаришнинг ҳам учта асосий йўналиши мавжуддир. Энг асосийси, *иқтисодий бошқарувдир*. Чунки, иқтисод – моддий ишлаб чиқариш жамият ҳаёти ва тараққиётининг негизини ташкил этади. Республикамиз мустақилликка эришган ҳозирги даврда иқтисодни бошқаришга жиддий эътибор берилаётгани бежиз эмас. Миллий тикланиш иқтисодни қайта қуришдан бошланади. Иқтисодий жиҳатдан Ўзбекистоннинг ривожланган мамалакатларга етиб олиши иқтисодий бошқарувни тўғри йўлга қўйилиши билан чамбарчас боғлиқдир.

Ижтимоий-сиёсий бошқарув кишиларнинг турли жамоалари (ижтимоий гуруҳлар, миллатлар, жамоалар ва б.) ўртасидаги муносабаталарни бошқаришдир. Бошқарувни бу турининг асосий моҳияти - турли гуруҳлар иттифоқини янада мустаҳкамлаш ва тараққий эттиришдан иборат.

Меҳнат жамоаларининг ижтимоий ривожланишида бошқариш катта аҳамият касб этади. Чунки барча иш ва режалар тақдири кўп жиҳатдан жамоа муносабатларининг такомиллашув даражасига, ижтимоий микроимухитнинг соғлом бўлишига боғлиқдир. Шу жиҳатдан бу турдаги бошқарувдан кўзланган мақсад давлат бошқарувини такомиллаштириб, ижтимоий ўз-ўзини идора қилишга айлантиришдир.

Жамиятни ва айрим аъзолар *маънавий* ривожланишини бошқарув – бошқаришнинг яна бир асосий туридир. Илмий техника ривожланиш асрида маънавий ишлаб чиқариш соҳасини бошқариш ғоят катта аҳамият касб этади. Бу шаклдаги бошқариш, ўқув муассасалари, халқ таълими органлари, фан, адабиёт, санъат, маданият соғлиқни сақлаш каби соҳаларни бошқаришни ўз ичига олади.

Бошқарув инсон миясига таққосланади, бунда шахснинг яратувчилик имкониятлари мужассамланган, ундан унинг ижодий қобилияти намоён

этилишига кўрсатма берилади. Инсоният томонидан фан-техника, иқтисодиёт ва ижтимоий мувафаққиятлар тобора оширилиб боришига кўра бошқарув фаолиятининг *илмга бўлган талаби* ҳам тўхтовсиз ўсиб боради. Бундай илмий ёндашиш эҳтиёжини қуйидаги ҳолатлар билан изоҳлаш мумкин:

- биринчидан, бошқарувнинг нодир хусусияти: яратувчанлик (йўқдан бор қилиш), тарқоқ унсурлардан тизим тузиш;

- иккинчидан, раҳбар тасарруфида бўлган ёки у жавобгар ҳисобланган кадриятлар кўламининг жадал ошиши;

- учинчидан, инсонлар куч-ғайратига асосланган бошқарувнинг яратувчилик самараси раҳбариятдан ҳар томонлама маълумотлилик, ўз касбининг устаси бўлиш ва тизимли ёндашишни талаб қилади.

Бошқарув фаолияти ўз моҳияти ва хусусияти бўйича жамият ҳаётида ақлий тартибга солиш каби аҳамиятга эга.

Маъмурий раҳбарлар бошқарув бўйича куч-ғайратининг учдан икки қисмини ўз ходимлари орқали амалга оширади, яъни уларнинг кадр-қиммати *мақсадни кўзлаш, ходимларни ишга жалб эта билиш, жамоадаги ўзаро муносабатни белгилай билиш иқтидори билан ўлчанади.*

Бошқарув ҳар доим оқилона бўлиши лозим. Юқори малакали раҳбарларнинг мавжудлиги жамоа иши самарадорлигининг ҳал қилувчи шартидир. *Ҳар қандай ташкилотнинг меъёрда фаолият кўрсатиши бошқарув тизимидаги ҳокимиятни тўғри тақсимлашга боғлиқ.*

Ҳар бир раҳбарнинг ҳокимлик имконияти унинг лавозим ваколатига кўра белгиланади, бу улар хизмат вазифасини бажариши учун зарур. Олдиндан кўра билиш, режалаштириш, уйғунлаштириш, назорат қилиш, рағбатлантириш, ўқитиш, ижтимоий ақлни тузиш раҳбарнинг асосий вазифаларидандир.

Энг юқори ҳокимлик имкониятига “биринчи шахслар” – тузилмага бошчилик қилувчилар (ОТМ ректори, касб-хунар коллежлари ва академик лицейларни директорлари ва б.лар) эгадир. Улар ташкилот ҳаётий фаолияти

истикбол дастурини белгилаб беради, кадрлар сиёсатини амалга оширади. Анча қуйи даражадаги раҳбар (иккинчи ва учинчи даражали шахс)лар биринчи шахслар уларга берган ваколат доирасида иш юритади.

Ишлаб чиқаришни бошқариш омиллари - бошқарув меҳнатининг махсус турларини, бошқарилувчи объектларга таъсир кўрсатишнинг йўналишларидир. *Режалаштириш, ташкил қилиш, созлаш, назорат қилиш, ҳисоб-китоб қилиш амаллари бошқарув омиллари ҳисобланади.*

Режалаштириш - бошқарилувчи объектларни ривожлантириш ва моделлаштиришни, прогноз қилишни ўз ичига олади. *Ташкил қилиш* эса ишлаб чиқариш объектининг тузилишини ва бошқарув тузилишини танлаб олиш ҳамда шакллантиришдир. Тизимнинг элементлари ўртасидаги муносабатларнинг ўзаро ҳаракатини белгилашдир. *Созлаш* – тизимнинг турли элементлари ўртасида режа-топшириқлардан четга чиқиб кетишга йўл қўймасликка қаратилгандир. Бундан ташқари, ҳар бир ходимнинг фаолиятини созлаб боришни ҳам англатади. *Нazorat қилиш* – ишлаб чиқаришнинг амалдаги жараёнини ва тараққиётини режага қанчалик мувофиқлигини кузатиб ва текшириб туришдан, шунингдек, ҳар бир ходим фаолиятини текширишдан иборатдир. *Ҳисоб-китоб* қилиш эса, режани қандай бажарилаётганлигига яқун яшадир. Ҳисобга олиш ахборотларни яқунлашга, уни тизимга солишга имкон беради. Шунингдек, у мазкур тизимнинг кейинги даврга мўлжалланган иш дастурини ишлаб чиқиш учун ахборот базасидан тўлиқ фойдаланишга имкон беради.

Бошқарув тизимидаги тартибга туширилган мақомлар исталган тузилманинг меъёрида фаолият кўрсатишнинг муҳим шарти ҳисобланади.

Турли раҳбарлар лавозим ваколоти катта-кичиклигига қарамай улар учун қуйидаги тамойилларга кўра бошқарув ахлоқининг умумий негизи хосдир:

- ваколатлилик — лозим ваколатини малакали бажариш учун зарур билим, тажриба ва ўқувга эга бўлиш;

•инсонпарварлик – хизмат хулқидаги инсонни севиш ва эзгу ахлоқий хислат, одамлардаги энг яхши шахсий ишга қобиллик сифатларини очишга интилиш;

•инновациявийлик - янгиликни излаш, унга интилиш иштиёқи, асосли таваккал қила олиш қобилияти;

•прагматика – натижаларга кўра ишлаш, иш вақтидан самарали фойдаланиш, фаол инвестиция фаолияти;

•ортоботиклик - ўз ҳаётини кадрлай билишни англаш, келажакка бўлган барқарор ишонч, атроф-муҳитга ғамхўрлик билан муносабатда бўлиш.

Маъмурий раҳбар (биринчи шахс) муваффақияти кўп жиҳатдан у ўз ҳокимиятини бошқа раҳбарлар билан қанчалик бўлиша олиши ва ўзига бўйсунувчиларнинг ишбилармонликларидан қанчалик кенг фойдалана олишига боғлиқ. Шунга боғлиқ равишда маъмурий раҳбар хатти-ҳаракатининг тўрт услубини шартли равишда фарқлаш мумкин:

- автократик : раҳбар – бажарувчи;
- бюрократик: бошқарув “номенклатура ғилдираги” – бажарувчи;
- демократик: раҳбар – бошқарув “ижтимоий ғилдираги” – бажарувчи;
- аристократик: раҳбар - меҳнатни рағбатлантириш тизими – бажарувчи.

Бошқарув фаолияти назарияси ва амалиёти менежер моделини юзага келтирди. Мазкур моделга мувофиқ у етук шахс бўлиши керак. У истараси иссиқлик, очик кўнгиллилик, оқиллик ва иродалилиқ каби тизим ташкил этувчи юксак инсоний сифатларга эга бўлиши лозим. Менежер жисмонан баркамол бўлиши керак : соғлом танда – соғлом ақл деб бежиз айтилмаган. Очик кўнгиллиликни менежер ачиниш ва ҳамдардлик қилиш каби хислатларда намоён эта билиши, виждон амрига қулоқ солиши керак. Менежер фикрлайдиган, ўз ақлий қобилияти нималарга қодирлигини билиши ва идроклай олиши лозим. Менежерда ,албатта, мустаҳкам ирода бўлиши шарт, чунки бошқарув, бу ҳамиша ҳокимиятдир. Менежернинг

маданиятлилик даражаси - инсон тафаккури ва бадиий ижодиёти энг яхши натижалари даражасида бўлишлик хусусидаги доимий эҳтиёж, бу унинг этика, эстетика, сиёсатшунослик, социология ва психология бўйича етарли билим ва малакаларга эга бўлишида намоён бўлади. Бошқарув фаолиятига антропологик ёндашиш менежерни кенг маданий тайёргарликка эга бўлиши зарурлигини тақозо этади.

Антропологик билимлар менежерга ўз касб вазифасини бажариш жараёнида одамлар билан мулоқотда бўлиш ва биргаликда ҳаракат қилиш, шахсий ишбилармонлик сифатларини намоён этиш ва энг яхши касбий натижаларга эришиш учун зарурдир. Булар ,айниқса, таълим, хизмат кўрсатиш, тиббиёт, савдо ва тадбиркорлик каби фаолият соҳаларида катта аҳамият касб этади.

Кўпчилик ривожланган мамлакатларнинг олий таълим муассасаларида ва бизнес билан боғлиқ барча мактабларда ихтисослаштирилган инсоншунослик фанлари ўқитилади: саноат психологияси, ишлаб чиқариш социологияси, тадбиркорлик одоби, ишбилармонлик иқтидори ва б. Кўпчилик университетларда шоирлар, рассомлар, маданият арбобларининг маърузалари режалаштирилган. Раҳбарларни инсоншунослик бўйича тайёрлашда Европа Маъмурий бошқарув институти (Франция)да, Бошқарув халқаро институти (Швейцария) ва Барселона олий бошқарув таълим институтида қизиқарли тажриба тўпланган. Раҳбарлар тайёрлаш бўйича Токиодаги марказ жаҳонга маълум.

Менежернинг инсоншунослик маълумоти, бу антропологик билимлар тизими бўлиб, унинг менталитети фаолиятининг сўзлар ёрдамида образ яратиш негизи ҳисобланади. Қуйидагилар мана шу негизга тааллуқли: бошқарув психологияси, бошқарув педагогикаси, бошқарув одоби, бошқарув социологияси, бошқарув риторикаси, бошқарув ортобиотикаси, бошқарув имижшунослиги.

Менежернинг инсоншунослик технологиявийлиги - бу уқувлар мажмуи, шу туфайли антропологик бўлимлар унинг амалий хатти-

ҳаракатлари (ахборот тўплаш, бошқарув қарорлари қабул қилиш, футурологик лойиҳалаш, ишбилармонлик салоҳияти)да амалга оширилади. Инсоншунослик технологиясидан тўғри фойдалана билиш раҳбарга фаолиятини яхши олиб боришни кафолатлайди.

4.2. Бошқарув стратегияси

Яхши стратегия ва стратегияни аъло даражада амалга ошириш - яхши бошқарувнинг энг ишончли белгиси. Истиқболни аниқ башорат қилиш учун стратегия зарурдир. Чунки, стратегия - бу истиқболни тадқиқ қилиш, турли сценарийларни таҳлил этиш санъати ҳамда истиқболда рақобат курашида афзаллик берувчи ғоядир. Бошқарув стратегияси - бу стратегик мақсадни амалга оширишга қаратилган фаолиятдир. Шунинг учун яхши стратегия ва стратегияни аъло даражада амалга ошириш - яхши бошқарувнинг энг ишончли белгиси.

Бошқарув стратегияси бешта бир-бирига боғлиқ масалани ҳал этишга асосланади:

- 1. Ташкилот бажариши лозим бўлган стратегик вазифаларни кўра билиш, ҳаракатларнинг узоқ муддатли йўналишини шакллантириш.*
- 2. Стратегик кўра билиш ва зиммадаги вазифани аниқ мақсад ҳамда топшириққа айлантириш.*
- 3. Мақсадлар ва вазифаларга эришиш стратегиясини ишлаб чиқиш.*
- 4. Қабул қилинган стратегияни малакали ҳамда самарали тадбиқ этиш ва амалга ошириш.*
- 5. Иш натижаларини баҳолаш, янги йўналишларни ўрганиш ва ривожланишнинг узоқ муддатли йўналиши, стратегия мақсадлари ёки амалдаги тажрибага асосан уни амалга ошириш усуллари, ўзгарувчан шароитлар, янги ғоялар ва имкониятларга нисбатан тўғриловчи хатти-ҳаракатларни амалга ошириш.*

4.3. Раҳбарнинг ташкилотни стратегик кўра билиши ва зиммасидаги вазифасини шакллантириши

Бу вазифани бажаришда ташкилотларнинг раҳбарлари қуйидаги саволга жавоб бериши лозим: *”Биз нима қилмоқчимиз ва нимага эришамиз?”* Зиммадаги вазифа баён қилинганда ташкилот фаолиятининг тавсифи аниқлашади ва у мижозлар учун нима қилиши кераклиги белгиланади. Ўз ходимларида “мақсад туйғуси”ни юзага келтириш учун раҳбар уларни ташкилотнинг стратегик мўлжали ва зиммадаги вазифа тўғрисида хабардор қилиши лозим.

Яхши ўйланган стратегик мўлжал ташкилотни истиқболга тайёрлайди, ривожланишнинг узоқ муддатли йўналишини белгилашга ёрдам беради.

Мақсадларни белгилаш. Зиммадаги вазифа ва режлаштиришнинг йўналишлари тўғрисидаги раҳбариятнинг баёнини ўзгартириш натижаси бўлиб, ташкилот ишининг аниқ мақсад ва вазифалари ҳисобланади. Улар тигиз, аммо эришса бўладиган бўлиши лозим. Митчелл Лейбовиц (Per Boys-Mannu, Moe and Jack компаниясининг директори) шундай деган эди: *«Агар сиз ўртача натижага эришмоқчи бўлсангиз, унда ўз олдингизга ўртача мақсадларни қўйинг»*. Мақсадлар -ташкилот иш сифати ва тараққиётини кўрсатувчи мўлжалдир.

Раҳбарият томонидан белгиланадиган мақсадлар *қисқа* ва *узоқ* муддатлига ажралади. Қисқа муддатли мақсадлар раҳбарият яқин вақт ичида эга бўлиши лозим бўлганларни белгиласа, узоқ муддатлилиги анча узоқ вақт мобайнидагисини белгилайди. Қиска ва узоқ муддатли мақсадларни уйғунлаштириш керак бўлган ҳолларда кейингиси устувор ҳисобланади.

Мақсадларни белгилашда барча раҳбарлар иштирок этиши лозим. Ташкилотнинг барча бўлинмалари олдига аниқ вазифалар қўйилади, буларни ҳал этиш умумий мақсадга эришилишига муайян ҳисса бўлиб қўшилади. Мазкур ҳолда тизимли ёндашишдан фойдаланилади: *бўлинмалар вазифаси*

ташкилот умумий мақсадларининг узвий қисми ҳисобланади. Агар барча даражадаги раҳбар тегишли мақсад ва вазифаларнинг бажариши учун масъулиятни ўз зиммасига олса, бунда ташкилотда ишчанлик муҳити қарор топади, бу ишда юқори натижаларга эришишга йўналтирилган бўлади.

Мақсадга эришиш стратегиясини ишлаб чиқиш. Стратегияни ишлаб чиқишда асосий бошқарув муаммоси, яъни ташкилот аҳволини ҳисобга олган ҳолда самарали натижаларга ва унинг истиқболига қандай эришиш белгиланади. Стратегия натижаларга эришиш *воситаси* ҳисобланади. Бундай ҳаракат тарзига ташкилот, мақсад ва вазифаларга эришиш учун раҳбарлар амал қилиши шарт. Ташкилот стратегияси асосий бошқарув вазифасини ҳал этишга йўналтирилган ўзаро боғлиқ ҳаракатлар ва ишга ёндашувлар мажмуидан иборатдир.

Стратегияни ишлаб чиқиш ташкилот ички ва ташқи ҳолатига *ташхис қўйишидан* бошланади. Чунки тўғри ташхиссиз ёки умуман бусиз чуқур ўйланмаган стратегик ҳаракат қабул қилиниши мумкин.

Ташкилот стратегияси, қоидага кўра, қуйидаги мутаносибликлардан иборат бўлади:

- *пухта ўйланган ва мақсадга йўналтирилган ҳаракатлар;*
- *агар қутилмаган йўналиш юзага чиқса ва зарур бўлса, унга жавобан хатти-ҳаракатлар, масалан рақобат тазйиқи содир бўлса ва ҳ. к.*

Амалдаги стратегия тархи 5- расмда берилди.

Расмдан кўринадики, янгича вазият (ўзгарувчан шароит)лар юзага келиши натижасида режадаги стратегия ўзгариши мумкин экан. Таълим соҳасидаги бундай вазиятларга фан, техника, технология, иқтисод, маданият, таълим ва ҳ. к.даги янги натижаларни; янги қонунлар юзага келиши ёки ҳукумат сиёсатининг ўзгариши; таълим хизматига қизиқишнинг ошиши ва ҳ. к.ларни киритиш мумкин.

Ташкилот стратегияси бир вақтнинг ўзида ҳам режадаги ва адаптив (мослашувчан) ҳисобланади.



5- расм. Амалдаги стратегиянинг юзага келиш тарихи.

Ташкилот стратегиясини тез-тез *"заргарона созлаш"* ёки *бошқариш* одатдаги ҳол ҳисобланади. Булар ташқи ва ички ўзгаришлар миқдори сезиларли даражада жамланиши бўйича амалга оширилади. Шунинг учун стратегия узоқ муддат мобайнида камдан-кам ҳолдагина ўзгармай қолади. Бироқ стратегияни тубдан ўзгартириш камдан-кам юз беради, қоидага кўра, танг вазиятлардагина шундай бўлиши мумкин. Стратегик кўра билиш ва вазифанинг шаклланиши, мақсаднинг аниқланиши ва стратегияни қабул қилиш - бу ривожланиш йўналишини ишлаб чиқиш жараёнининг асосий вазифаси. Булар барчаси биргаликда стратегик режани ташкил этади.

4.4.Стратегияни жорий этиш ва амалга ошириш

Стратегияни жорий этиш асосий маъмурий вазифадир, у ўз ичига қуйидаги асосий жиҳатларни олади:

- *стратегияни муваффақиятли амалга оширишга қобил ташкилот тузиш;*
- *стратегик соҳа муваффақияти учун муҳим бўлган ресурсларни йўналтирувчи молиявий режани ишлаб чиқиш;*
- *ходимлар учун кўзланган мақсадга жадал эришишга йўналтирилган асосларни ишлаб чиқиш;*
- *мукофотлаш тизимини қўйилган мақсадларга эришиш натижалари билан боғлаш;*
- *ташкилотда стратегияни муваффақиятли амалга ошириш учун имконият тугдирувчи муҳит ва ишчанли вазиятни юзага келтириш;*

- ташкилотнинг ҳар бир аъзосига кунма-кун ўз вазифасини самарали бажаришига имкон берадиган қўллаб-қувватлаш ички тизимини барпо қилиш;

- мунтазам такомиллаштириш амалиёти ва режасини (малака ошириш ёки қайта тайёрлашни) татбиқ этиш;

- стратегияни олдинга силжитишни бошқариш ва уни амалга оширишни мунтазам яхшилаш учун зарур бўлган ички етакчилик тизимини жорий этиш.

Маъмурий вазифа нима қилиняпти ва стратегияни самарали амалга ошириш учун нималарни қилиш кераклигининг мутаносиблигига эришишдан иборатдир.

Стратегия билан ташкилий имкониятлар, стратегия билан мукофотлаш тизими, стратегия билан қўллаб-қувватлаш ички тизими, шунингдек, стратегия билан ташкилий маданият (кадриятлар ва эътиқодлар шаклида намоён бўлувчи) ўртасида мутаносиблик қанча юқори бўлса, стратегия шунча муваффақиятли амалга оширилади.

Ишларни баҳолаш, янги йўналишларни ўрганиш ва тўғриловчи ҳаракатларни амалга ошириш. Бошқарув стратегиясининг юқорида кўриб ўтилган тўрт вазифасини бирданига ва тугал ҳал этиб бўлмайди. Узоқ муддатли мақсадлар ўзгартиришни тақозо этиши мумкин: улар оширилиши ёки пасайтирилиши эҳтимолдан ҳоли эмас, бу тўпланган тажриба ва келажақдаги истиқбол билан боғлиқ. Ташкилотнинг стратегиясини амалга ошириш йўллари қабул қилиш таҳлил этилади ва янги, янада самаралироқ йўللарни излаш амалга оширилади.

Ташкилот вазифаси, мақсади ва стратегияси, шунингдек, стратегияни амалга оширишга ёндашишлик ҳеч қачон тугал бўлмайди. Ишларни баҳолаш ва тўғрилаш ҳаракатларини амалга ошириш меъёрий ҳол ҳисобланади ва стратегик бошқарув жараёнининг узлуксиз давом этадиган зарур унсурлари бўлиб қолади.

Санаб ўтилган стратегик вазифалар раҳбарнинг бошқа лавозим мажбуриятлари (кундалик ишни назорат қилиш, танг вазиятларни ҳал этиш, йиғилишлар ўтказиш, ҳисоботлар тузиш, инсонларга оид муаммони ҳал қилиш, махсус топшириқлар, жамоатчилик мажбуриятларини бажариш ва ҳ.к.)лардан ажралган ҳолда мавжуд бўлмайди. Кейингилар бутуқлар, бўлиб тана - стратегик бошқарув вазифаси атрофида жойлашади.

Юқорида берилганлардан келиб чиқиб шундай хулоса қилиш мумкин, яъни бошқарув стратегияси бешта ўзаро боғлиқ вазифани бажаришга асосланади: стратегик кўра билиш ва ташкилот вазифасини шакллантириш; мақсадларни белгилаш; мақсадларга эришиш стратегиясини ишлаб чиқиш; стратегияни жорий этиш ва амалга ошириш; ишларни баҳолаш, янги йўналишларни ўрганиш ва тўғирловчи ҳаракатларни амалга ошириш.

4.5. Бошқарув усуллари

Бошқарув усуллари-бу белгиланган мақсадларга эришиш учун бошқариладиган объектга таъсир қилишнинг усуллари ва йўллари тўпламидир. Қуйидаги асосий бошқарув усуллари мавжуд: ташкилий-маъмурий усуллар; иқтисодий усуллар; ижтимоий-психологик усуллар; эвристик усуллар.

Бошқарувнинг ташкилий-маъмурий усуллари жамоа ишининг аниқ, интизомли ва тартибли бўлишини таъминлайди. Раҳбар бу усулларни маъмур сифатида, ҳокимият субъекти сифатида меҳнат ва ҳўжалик қонунчилигининг ҳуқуқий ҳужжатларига асосланган ҳолда қўллайди. Ушбу усуллардан фойдаланишнинг асосий мақсадлари: меҳнат муносабатларини ҳуқуқий тартибга солиш, қонунийликни мустаҳкамлаш, корхона ва унинг ходимларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш.

Ташкилий ва маъмурий усуллар шахс ва жамоага бевосита ёзма ёки оғзаки равишда берилган буйруқлар, фармойишлар, оператив кўрсатмалар,

уларнинг ижроси устидан назорат, меҳнат интизомини қўллаб-қувватлаш бўйича маъмурий воситалар тизими ва бошқалар орқали таъсир кўрсатади.

Раҳбар ташкилий-маъмурий усулларни қуйидаги шаклларда қўллаши мумкин:

- * мажбурий кўрсатмалар (буйруқ, таъқиқ);
- * мувофиқлаштирувчи чора-тадбирлар (маслаҳат, келишув);
- * тавсиялар, тушунтиришлар, тилаклар, таклифлар.

Аслида, ташкилий ва маъмурий усуллар бу, айниқса, ишдан қочадиган ходимлар учун мажбурий усул ва воситалардир.

Онгли ишчилар учун бу усуллар тавсия ва тилаклар шаклидаги хайрихоҳлик мазмунига эга бўлиши керак. Вазифаларни белгилаш ва уларни ҳал қилиш учун рағбатлантирувчи шарт-шароитларни яратиш орқали амалга ошириладиган билвосита таъсир усуллари янада самарали ҳисобланади.

Бошқарувнинг иқтисодий усуллари ходимларга таъсир кўрсатишнинг асосий воситасини ифодалайди. Бунинг сабаби шундаки, улар бутун жамоанинг эҳтиёжларини ва ,хусусан, шахснинг эҳтиёжларини қондиради. Иқтисодий усуллар меҳнат қилиш фаоллигига ва ташкилотнинг захираларини аниқлашга ёрдам беради. Бугунги кунда моддий рағбатлантириш интизомни мустаҳкамлаш ва меҳнат унумдорлигини оширишда муҳим омил бўлиб қолмоқда. Раҳбар одам ходимнинг шахсий иқтисодий манфаатларидан фойдаланиб, унинг бутун ташкилот фойдаси учун юқори фидойилигига эришиши мумкин.

Иқтисодий усуллар ташкилотнинг мустақиллигини кенгайтириш шароитида, жамоа моддий жамғармалар, олинган даромад (фойда), иш ҳақини тасарруф қилганда ва ўзининг иқтисодий манфаатларини амалга оширганда янада самарали бўлади. Ташкилот бошқарувидаги иқтисодий муаммоларни ҳал қилиш учун режалаштириш, нархлаш, молиялаштириш ва ҳ.ларнинг математик моделларига асосланган иқтисодий ва математик усуллар ҳам қўлланилади.

Бошқарувнинг ижтимоий-психологик усуллари ходимларнинг ижтимоий фаоллигини ошириш, жамоада соғлом маънавий-психологик муҳитни яратиш, жамоатчилик туйғусини, ўзаро дўстона ҳамжиҳатликни тарбиялаш мақсадида қўлланилади. Улар меҳнат учун ахлоқий рағбатлардан фойдаланишга асосланган бўлиб, маъмурий топшириқларни онгли бурчга, ходимнинг ички эҳтиёжига айлантириш мақсадида шахсга психологик усуллар ёрдамида таъсир кўрсатади. Бунга шахсий намуна, ишонтириш, сингдириш, рағбатлантириш, мажбурлаш каби усуллар орқали эришилади.

Бошқарувнинг *эвристик усуллари* - бу мантикий усуллар ва интуитив тахминлар тизими бўлиб, у раҳбарга ўзи ўрганган билим ва кўникмалар билан ҳал этилмайдиган муаммоларни ечишга имкон беради. Ушбу усуллар бошқарувчи кутилмаган, ўта оғир шароитларда, тўлиқ маълумот ва вариантларни қидириш учун вақтга эга бўлмасдан қарорни ишлаб чиқишида қўлланилади.

Раҳбарнинг эвристик фаолияти усулларига анаксиоматизация (юнон. *axia* - қиймат ва *an* - салбий заррача) киради ва у иккинчи даражали белгиларни чиқариб ташлаш, вазиятнинг айрим шароитларини эътиборсиз қолдиришдан иборатдир. Анаксиоматизация –математик моделларни яратиш ва компьютердан фойдаланиш учун зарур бўлган шарт ҳисобланади. Компьютер мумкин бўлган вариантларни кўриб чиқади ва расмий муаммоларни ҳал қилади, бошқарувчи эса муҳим бўлмаган маълумотларни чиқариб ташлаган ҳолда асосий жиҳатларга эътибор беради. Ост онг, ҳис-туйғу раҳбарга бошқарув қарорини ишлаб чиқиш учун энг муносиб бўлган эвристикани маслаҳат беради.

4.6. Бошқарув услубларининг психологик хусусиятлари

Раҳбарлик ва етакчилик соҳасидаги энг қизиқарли ва ўрганилган масалалардан бири бошқарув *услубидир*. Бу йўналишда немис психологи К.Левин анча самарали иш олиб борган. К.Левин тадқиқотларининг объекти

ўспирин болалар (11-12 ёшдаги ўғил болалар) гуруҳлари бўлиб, улар катталар раҳбарлиги остида ота-она ниқобларни яшашган. Тажрибаларнинг мантиғига кўра, улар уч гуруҳга бўлинган эди. Ҳар бир гуруҳнинг бошида "авторитар", "демократик" ва "бепарволик" (баъзан "анархистик" деб таржима қилинган) деб номланган раҳбарликнинг турли услубларини намоёниш этган ёши катта одам бор эди.

Тажриба давомида аниқланган хулосалар ва қонуниятларга асосланиб, Левин авторитар, демократик ва бепарволик каби классик бошқарув услубларининг ҳар бирини тавсифлаб берди. Адабиётда уларнинг турли номлари мавжуд: авторитарни директив, бепарволикни анархистик, нейтрал, расмий, рухсат берувчи, либерал деб ҳам аташади. Ушбу услубларнинг ҳар бирининг мазмунини очиб беришда "авторитар", "демократик" ва "либерал" тушунчалари қўлланилади.

К.Левин ва унинг ходимлари ўзларининг тажрибалари асосида ушбу муайян вазият учун энг мақбул раҳбарлик услуби бу демократик услуб эканлигини аниқладилар. Биринчидан, бу услуб янада қулай муҳитни яратади ва гуруҳ аъзоларини биргаликдаги фаолиятга янада фаол жалб қилишга ёрдам беради. Иккинчидан, раҳбарликнинг бундай услубида гуруҳ юқори қониққанлик, ижодкорликка интилиши билан ажралиб туради. Ва ниҳоят, учинчидан, бу услуб раҳбар ва гуруҳ ўртасида энг қулай муносабатларни ўрнатишни таъминлайди.

Раҳбарликнинг авторитар услуби ёрдамида гуруҳ демократик услубга қараганда кўпроқ ишларни амалга оширди, аммо бу ерда унда нисбатан паст мотивация, ҳаракатларнинг ўзига хослиги кузатилади. Бундай гуруҳларда жамоавий фикрлаш йўқ бўлиб, кўпроқ тажовузкорлик пайдо бўлади. Унда раҳбарга ва гуруҳнинг бошқа иштирокчиларига нисбатан ўзини четга олиш, руҳий тушқунлик ва ташвиш белгилари, қарамлик ва итоаткор хатти-ҳаракатлар кузатилди.

Раҳбарликнинг демократик услуби билан таққослаганда, либерал услубида иш ҳажми камайди, сифати пасайди, кўпроқ ўйин намоён бўлди ва

сўровларда демократ етакчининг афзаллиги қайд этилди. К.Левин тадқиқотлар асосида ҳар бир услубнинг тахминий тавсифини ва уни қўллашнинг мақсадга мувофиқлигини келтириб берди⁴.

1. *Авторитар услуб*. Қарор якка раҳбар томонидан қабул қилинади. У қўл остидагиларга нисбатан ҳукмронлик билан таъсир кўрсатади, иштирокчиларнинг вазифасини қатъий белгилайди, батафсил назоратни амалга оширади, бошқарувнинг барча асосий функцияларини ўз қўлида жамлайди. Ушбу услуб яхши тартибга солинган (тузилган) вазиятларда, қўл остидагиларнинг фаолияти алгоритмик (белгиланган қоидалар тизимига мувофиқ) аҳамиятга эга бўлганда энг самарали ҳисобланади. Алгоритмли муаммоларни ҳал қилишга қаратилган.

2. *Демократик услуб*. Қарорлар раҳбар томонидан қўл остидагилар билан биргаликда қабул қилинади. Бундай услубда раҳбар гуруҳни қўл остидагилар билан уларга эркинлик берган, ўз қарорларини муҳокама қилишни ташкил этган, ташаббусларни қўллаб-қувватлашга интилан ҳолда биргаликда бошқаришга интилади. Ушбу услуб заиф тузилган вазиятларда ўта самарали ҳисобланади ва шахслараро муносабатларга, ижодий муаммоларни ҳал қилишга қаратилган бўлади.

3. *Либерал услуб*. Қарорлар қўл остидагилар томонидан раҳбарга мажбуран ўтказилади. У гуруҳнинг фаол бошқарувидан деярли четлаштирилади, ўзини оддий иштирокчидек тутати, гуруҳ иштирокчиларига тўлиқ эркинликни беради. Гуруҳ аъзолари ўз истакларига мувофиқ ўзини тутати, уларнинг фаолияти бетартиб амалга оширилади. Ушбу услуб гуруҳ фаолиятининг энг самарали йўналишларини излаш ҳолатларида унумлироқ ҳисобланади.

Шундай қилиб, бошқарув услуби бу биргаликдаги фаолият мақсадларига мувофиқ раҳбарнинг қўл остидагиларга таъсир қилиш усуллари, воситалари ва шакллари нисбатан барқарор тизимидир. Бу муайян раҳбар фаолиятининг субъектив-шахсий хусусияти, қўл остидагилар

⁴ Қаранг: Урбанович А. А. Психология управления: Учеб. пособие. — Мн., 2004. — С. 62-65.

билан ишлашнинг ўзига хос психологик услубдир. Ҳар бир муайян раҳбар фақат битта услубга эга бўлиши мумкин эмас. Шаклланаётган муайян вазиятга қараб, кўпинча турли услубларнинг улардан бирининг ҳукмронлиги билан ажралиб турадиган ўзига хос хусусиятларининг бирлаштирилиши кузатилади. Учта услубдан бири бошқарувнинг шахсий услубида ўзининг аниқ тимсолини топади. Индивидуал услуб раҳбарнинг замонавий бошқарув тамойилларини, бошқарув назарияларининг асосий меъёрларини амалиётда қўллашида, бошқарув стандартларидан фойдаланишида намоён бўлади.

Раҳбарлар олдида турган янги вазифалар бошқарув услубини жиддий такомиллаштириш заруратини туғдирди. Қабул қилинган қарорларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш учун қўлланиладиган усуллар ва шакллар жуда хилма-хилдир. Ҳатто иккита бутунлай бир хил ташкилотларда ҳам кўпинча турли хил бошқарув услублари мавжуд бўлади. Ахир ҳар бир раҳбар бошқарув, ҳокимлик ва қўл остидагилар билан ишлаш услуби ҳақида ўзининг фикрига эгадир.

Бу борада бир қатор муҳим фикрлар мавжуд:

* соф шаклида кўрсатилган раҳбарлик услублари жуда кам учрайди. Одатда, турли услубларнинг бирлашиши кузатилса-да, бироқ бирор бир услубнинг белгилари устунлик қилади;

* баён этилган бошқарув услублари орасида барча ҳолатлар учун мос бўлган универсали йўқ, ёмони ёки яхшиси ҳам йўқ. Барча услублар муайян афзалликларга эга ва ўзининг муаммоларини келтириб чиқаради;

* раҳбарликнинг самарадорлиги, биринчи навбатда, муайян услубнинг ижобий томонларидан фойдаланишда мослашувчанлик ва унинг заиф томонларини бартараф этиш маҳоратига боғлиқ.

Демак, гап фақат муайян вазиятга, муайян шароитларга, муайян эҳтиёжларга муносиб ёки номуносиб бўлган у ёки бу бошқарув услубидан фойдаланиш ҳақида бориши мумкин. Масалан, ўта қийин шароитларда авторитар етакчилик услуби жуда муҳимдир. Кундалик ҳаёт шароитида, дўстона ва тайёрланган жамоа мавжуд бўлганда эса демократик етакчилик

услуги муваффақиятли бўлади. Ижодий изланиш шароитлари либерал услуб жиҳатларидан фойдаланишнинг мақсадга мувофиқлигини белгилайди.

Раҳбар томонидан муайян раҳбарлик услубини танлаш бир катор объектив ва субъектив омиллар билан белгиланади.

Объектив омиллар:

- ташкилот тури (ишлаб чиқариш, таъминот-савдо, илмий ва б.);
- ташкилот асосий фаолиятининг ўзига хослиги (ишлаб чиқариш, таъминот-савдо, ўқув, илмий ва б.);
- ҳал қилинадиган муаммоларнинг ўзига хослиги (оддий ва мураккаб, янги ва оддий, навбатдаги ва фавқулодда; стандарт ва ностандарт; жорий ва тўсатдан ва б.);
- вазифаларни бажариш шартлари (қулай, ноқулай, экстремал ва б.);
- ташкилот фаолиятининг усуллари ва воситалари (индивидуал, гуруҳли ва б.);
- ташкилотнинг ривожланиш даражаси;
- юқори раҳбарнинг раҳбарлик услуги, шакллари ва усуллари;
- раҳбар жойлашган бошқарув иерархиясининг поғонаси.

Психологларнинг тадқиқотлари шуни кўрсатадики, ушбу поғона қанчалик юқори бўлса, раҳбар авторитар ҳаракатларга шунчалик мойил бўлади, лекин бу авторитаризм янада мураккаб ва ёпиқ шаклларга эга бўлади;

- раҳбардаги раҳбарлик услубининг қўл остидагиларнинг билдираётган тахминлари билан мос келиши. Психологлар аъзолари юқори даражадаги ривожланиш ва таълим даражасига эга бўлган гуруҳларда раҳбар томонидан кўпроқ демократик ҳаракатлар амалга оширилиши кутилишини аниқладилар. Ва аксинча, аъзолари кам ривожланиш даражасига эга бўлган гуруҳларда раҳбарнинг кўпроқ қатъий ва аниқ ҳаракатлари кутилади. Авторитар бошқарув, шунингдек, қийин шароитларда ҳам содир бўлади.

Субъектив омиллар:

- * раҳбар шахсиятининг индивидуал-руҳий хусусиятлари (фёли, мижози, қобилиятлари, кучли хислатлари ва б.);

* раҳбарнинг обрўга эга бўлиши. Обрўли раҳбар одатда демократ бўлади, чунки обрў қўл остидагиларга нисбатан бевосита бошқарув таъсиридан ташқари таъсир қиладиган кучдир. Аксинча, обрўнинг етишмаслигини раҳбар қаттиқ, директив ҳаракатлар билан тўлдиришга ҳаракат қилади;

* умумий ва бошқарув маданияти, таълим даражаси (хусусан, бошқарув назарияси асосларини билиши);

* эгаллаган умумий ва бошқарувчилик тажрибаси.

Шундай қилиб, ташкилотни бошқариш услубини танлашга таъсир қилувчи омиллар жуда кўп бўлиб, уларнинг барчаси бир-бирига ҳамбарчас боғлиқ, бир-бирини тўлдиради ва баъзан бир-бирига зид бўлади. Шу боис раҳбарга муайян вазиятда қандай муносабатда бўлишни белгилаб олиш учун ягона қоида йўқ. Буларнинг барчаси раҳбарнинг қанчалик профессионал ва психологик жиҳатдан билимдонлиги ва тайёрланганлигига боғлиқдир. Профessional ва психологик омилкорликнинг юқори даражаси унга қачон, қаерда ва қандай ҳаракат қилиш кераклигини тўғри аниқлашга ёрдам беради.

Назорат саволлар

1. Маъмурий раҳбарларнинг ҳуқ-атвор услублари ҳақида сўзлаб беринг.
2. Менежер моделини тушунтиринг.
3. Менежернинг инсоншунослик ваколати нимадан иборат?
4. Бошқарув стратегияси нимадан иборат?
5. Ташкилотнинг стратегик кўра билиши ва вазифаси қандай шаклланади?
6. Ташкилот мақсади қандай белгиланади?
7. Мақсадга эришиш стратегияси қандай ишлаб чиқилади?
8. Стратегияни жорий этиш ва амалга оширишнинг асосий жиҳатларини айтиб беринг.

9. Бошқарув услубларининг психологик хусусиятлари нималардан иборат?

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. ... – тизимнинг турли элементлари ўртасида режа-топшириқлардан четга чиқиб кетишга йўл қўймасликка қаратилгандир.

- А. Режалаштириш
- Б. Созлаш
- С. Назорат қилиш
- Д. Ҳисоб-китоб

2. Натижаларга кўра ишлаш, иш вақтидан самарали фойдаланиш, фаол инвестиция фаолияти, бу ...

- А. Инсонпарварлик
- Б. Инновациявийлик
- С. Прагматика
- Д. Ортобиотиклик

3. Бошқарув “номенклатура ғилдираги” – бажарувчи маъмурий раҳбар хатти-ҳаракатининг услуби - бу...

- А. Демократик
- Б. Аристократик
- С. Бюрократик
- Д. Автократик

4. Раҳбар - меҳнатни рағбатлантириш тизими – бажарувчи маъмурий раҳбар хатти-ҳаракатининг услуби - бу...

- А. Автократик
- Б. Аристократик
- С. Демократик
- Д. Бюрократик

5. “Бу мантиқий усуллар ва интуитив тахминлар тизими бўлиб, у раҳбарга ўзи ўрганган билим ва кўникмалар билан ҳал этилмайдиган муаммоларни ечишга имкон беради”.

- А. Иқтисодий усуллар
- Б. Эвристик усуллар
- С. Бошқарувнинг ижтимоий-психологик усуллари
- Д. Информацион усуллар

6. Ташкилотнинг мустақиллигини кенгайтириш шароитида, жамоа моддий жамғармалар, олинган даромад (фойда), иш ҳақини тасарруф қилганда ва ўзининг иқтисодий манфаатларини амалга оширганда янада самарали бўлади.

- А. Иқтисодий усуллар
- Б. Эвристик усуллар
- С. Бошқарувнинг ижтимоий-психологик усуллари
- Д. Информацион усуллар

7. Ходимларнинг ижтимоий фаоллигини ошириш, жамоада соғлом маънавий-психологик муҳитни яратиш, жамоатчилик туйғусини, ўзаро дўстона ҳамжиҳатликни тарбиялаш мақсадида қўлланилади.

- А. Иқтисодий усуллар
- Б. Эвристик усуллар
- С. Бошқарувнинг ижтимоий-психологик усуллари
- Д. Информацион усуллар

8. К.Левин тадқиқотларининг объекти...

- А. 11-12 ёшдаги қиз болалар
- Б. 11-12 ёшдаги ўғил болалар
- С. ўспиринлар
- Д. 20-32 ёш оралиғидаги компания ходимлари

9. Қайси бошқарув услубида қарор яқка раҳбар томонидан қабул қилинади?

- А. Демократик услуб
- Б. Либерал услуб
- С. Инновацион услуб
- Д. Авторитар услуб

10. Қайси бошқарув услубида қарорлар қўл остидагилар томонидан раҳбарга мажбуран ўтказилади?

- А. Авторитар услуб
- Б. Либерал услуб
- С. Демократик услуб
- Д. Тўғри жавоб берилмаган

Адабиётлар:

- 1.Боймуродов Н. Раҳбар психологияси. - Т.: 2007.
- 2.Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.
- 3.Психология менеджмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. -СПб.: 1997.
- 4.Полукаров В.Л., Петрушин В.И. Психология менежмента. -М.: 2013.
- 5.Руденский Е.В. Основы психотехнологии общения менеджера. -М.: 1997.
- 6.Секач М.Ф. Психологическая устойчивость руководителя. -М.: 1997.
- 7.Старобинский Э.Е. Как управляют персоналом. М.: 1995.

5-МАВЗУ. БОШҚАРУВ МУЛОҚОТИНИНГ ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖАБХАЛАРИ

Режа:

- 1.Мулоқот ижтимоий-психологик ҳодиса сифатида.*
- 2.Фаолият билан мулоқотнинг ўзаро алоқадорлиги.*
- 3.Мулоқотнинг асосий функциялари.*
- 4.Мулоқотнинг психологик тузилиши.*
- 5.Бошқарув мулоқотининг психологик хусусиятлари.*
- 6.Раҳбарнинг қўл остидагилари билан мулоқот психологияси.*
- 7.Расмий мулоқотининг хусусиятлари ва шакллари.*

Таянч сўзлар: Мулоқот, ижтимоий муносабатлар, шахслараро муносабатлар, фаолият, мулоқотнинг ривожлантирувчи функцияси, англаш ёки идрок қилиш функцияси, йиғиш ёки тўплаш функцияси, мулоқотнинг мотивацион-мақсадли томони, мулоқотнинг коммуникатив томони, коммуникатор, вербал мулоқот, невербал мулоқот.

5.1. Мулоқот ижтимоий-психологик ҳодиса сифатида

Гуруҳ фаолияти муайян муаммоларни (иқтисодий, саноат, таълим, ҳуқуқни муҳофаза қилиш ва бошқалар) биргаликда ҳал қилишда шахсларнинг ўзаро таъсиридан иборат. Гуруҳларда одамларнинг ўзаро таъсирининг энг муҳим шarti бу мулоқотдир. Ушбу тушунчанинг моҳияти нимада?

Мулоқот - бу одамлар ўртасида биргаликдаги фаолиятга бўлган эҳтиёжлардан келиб чиққан ҳолда алоқаларни ўрнатиш ва ривожлантириш жараёни. Мулоқот қуйидагиларни ўз ичига олади:

- манфаатдор томонлар, гуруҳлар ва ташкилотлардаги ходимлар, шунингдек, гуруҳлар ўртасида маълумот алмашиш;

- мулоқот предметларини ўз ичига олган биргаликдаги фаолият стратегиясини ишлаб чиқиш;

- биргаликдаги муаммоларни ҳал қилиш жараёнида одамлар бир-бирларини тушунишлари ва идрок этишлари.

Баъзида “мулоқот”, “ижтимоий муносабатлар”, “шахслараро муносабатлар” тушунчаларини аниқлаш мақсадида ҳам қўлланилади. Бироқ, бу тушунчалар ўзаро боғлиқ бўлиб, бир-бирига ўхшаш эмас, чунки улар ўзига хос хусусиятларга эга. Мулоқот тушунчаси кенгроқ маънога эга. Мулоқот одамларнинг ижтимоий муҳит ва ташқи гуруҳлараро муносабатларидаги ташқи алоқалар тизимидаги биргаликдаги ҳаётий фаолияти натижасида объектив равишда вужудга келади.

Ижтимоий муносабатлар одамларнинг шахс сифатида эмас, балки ижтимоий синф вакиллари (иш берувчи ва ходимнинг муносабатлари), иқтисодий тузилмалар (товарларни сотувчи ва харидор), иерархик расмий ташкилотлар (ҳуқуқни муҳофаза қилиш органларининг вилоят ва туман бўлимлари) ва бошқалар вакиллари сифатида намоён бўлади. .

Шахслараро муносабатлар ишбилармонлик ва ҳиссий баҳолаш, шунингдек, одамларнинг бир-бирларини афзал кўриши асосида қурилади.

Шундай қилиб, одамлар ва шахслараро муносабатлар ҳар доим алоқада вужудга келган ва фақат шу нарсада амалга оширилиши мумкин. Мулоқот - шахсларни бирлаштириш усули, айтиш пайтда уларнинг шахсий ва касбий нуқтаи назардан ривожланиши йўли сифатида намоён бўлади. Бу ижтимоий муносабатларнинг воқелиги ва шахслараро муносабатларнинг узвийлиги сифатида алоқа мавжудлигини англатади. Эҳтиёж билан мулоқот турли хил инсоний муносабатларда, яъни ижобий ва салбий ижтимоий, шунингдек, шахслараро муносабатларда ҳам амалга оширилади.

Айтиш мумкинки, мулоқот одамлар ҳаёти ва фаолиятида катта роль ўйнайди. Мулоқотнинг турли шаклларида одамлар ўз фаолияти натижалари, тўплаган тажрибасини, ўзаро билим, фикр, ғоялар, қизиқишлар, ҳис-туйғуларни алмашади, ҳаётий интилишлари, эҳтиёжлари ва мақсадларини

мувофиқлаштирадilar, психологик ҳамжамиятни ривожлантирадilar ва ўзарo тушунишга эришадilar.

Мулоқот жараёнида умумий дастур ва биргаликдаги фаолиятнинг умумий стратегияси шаклланади. Мулоқот туфайли инсоннинг тафаккур уфқлари кенгаяди, индивидуал тажрибанинг чекланган табиати енгиледи. Шунинг учун мулоқот инсон тараққиётида муҳим ўрин тутди.

Психология фанида одамлар ўртасидаги мулоқот моҳиятини тушунишга бир нечта ёндашувлар мавжуд:

- мулоқот - турли хил алоқа воситалари ва механизмларидан фойдаланган ҳолда маълумотни бир предметдан бошқасига ўтказиш жараёни. Мулоқотнинг мақсади ўзарo тушунишга эришишдир (А. Г. Ковалёв);

- мулоқот - бу одамларнинг ўзарo муносабати ва маълумотни узатиш фақат зарурий шартидир, аммо алоқанинг моҳияти эмас (А. А. Леонтев);

- мулоқот - бу гуруҳдаги ижтимоий хусусиятлар шаклланадиган жамоадаги одамлар ўртасидаги муносабатлар жараёни (К. К. Платонов);

- мулоқот - бу маълумот алмашиш, одамларнинг ўзарo ҳаракатлари ва ўзарo муносабатлари йиғиндисидир (Б. Д. Паригин).

Мулоқотга психологларнинг бундай ёндашувлари унинг ролини баҳолашининг муҳимлигини кўрсатади. Қарама-қаршиликлар билвосита ва бевосита бошқа ажралмас психологик ҳодисалар - муносабатлар, ўзарo таъсирлар ва фаолиятнинг ўзи билан, шунингдек, бу муносабатлардаги алоқанинг моҳиятини такомиллаштириш қийинлигини кўрсатади.

5.2. Фаолият билан мулоқотнинг ўзарo алоқадорлиги

Мулоқот, бир қатор муаллифлар томонидан берилган таърифлардан кўриниб турибдики, одамлар фаолияти билан узвий боғлиқ. Бу мулоқотни фаол ёндашув нуқтаи назаридан кўриб чиққан барча психологлар тан олишган. Бироқ бунда мулоқотнинг табиати бошқача тушунилади.

Баъзи бир муаллифлар (А. Н. Леонтьев) мулоқотни фаолиятнинг муайян томони деб ҳисоблашади: у ҳар қандай фаолиятга киритилган, бу - унинг элементи, шартидир.

Бошқа психологлар мулоқотни ўзига хос фаолият тури деб билишади. Улардан баъзилари (Д. Б. Элконин) уни инсон тараққиётининг маълум бир босқичида мустақил бўлган (масалан, мактабгача ёшдаги болалар ва ,айниқса, ўсмирлик даврида) коммуникатив фаолият (ёки алоқа фаолияти) деб аташади; бошқалар (А. А. Леонтьев) - фаолият турларидан бири (масалан, нутқ фаолияти)деб ҳисоблайди.

Учинчи нуқтаи назар (Б. Ф. Ломов) шундан иборатки, фаолият ва мулоқот параллель ва мавжуд бўлган ўзаро боғлиқ фаолият сифатида эмас, балки шахснинг ижтимоий мавжудотининг икки томони, унинг турмуш тарзи сифатида кўриб чиқилади. Мулоқотга алоҳида аҳамият бериб, Б. Ф. Ломов инсоннинг ҳақиқий ҳаёти фақат мазмунли ва амалий фаолият билан чекланиб қолишини ёзади. Мулоқот унда ғоялар, қизиқишлар алмашиш, характер хусусиятларини узатиш, шахсга бўлган муносабатни, унинг позициясини шакллантиришнинг махсус функцияларини бажаради.

Шундай қилиб, баъзи бир фарқларга қарамай, барча нуқтаи назарларнинг муаллифлари фаолият ва мулоқот ўртасидаги боғлиқликни тан олишади, гарчи улар буни турли йўллар билан очиб беришса ҳам.

5.3. Бошқарув фаолиятида мулоқотнинг асосий функциялари

Мулоқот кичик гуруҳларнинг ҳаётида ва биргаликдаги фаолиятида бир қатор функцияларни бажаради. Аввало, бу *когнитив функция*. Мулоқот шахс учун жамиятда содир бўлаётган воқеалар, гуруҳга тегишли бўлган соҳада, гуруҳнинг ички ҳаётида, гуруҳ аъзолари томонидан бир-бирларини тушунишлари, ниятлар, ҳолатлар ва ҳаракатлар тўғрисидаги маълумотларнинг муҳим манбаи эканлигидан иборат. Гуруҳнинг бошқа аъзолари, уларнинг ҳаётидаги воқеалар, биргаликдаги фаолиятнинг

натижалари, гуруҳнинг алоҳида аъзолари ҳақида фикрлар ва бошқалар айнан мулоқот жараёнида содир бўлади ва ойдинлашади. Охир оқибат, мулоқот ўзаро тушуниш манфаатларига хизмат қилади. Ўзаро англашув ва гуруҳ ривожланишининг энг юқори даражаси - жамоа, яъни ҳамфикр бўлган одамлар иттифоқидир.

Мулоқотнинг *ривожлантирувчи функцияси* унинг онтогенезида шахснинг ижтимоийлашуви орқали намоён бўлади. Кичик гуруҳда бу ижтимоийлашув гуруҳ аъзолари ўртасида тўғридан-тўғри ва вақт талаб қиладиган алоқа натижасида ривожланиб боради ва алоҳида тезликда давом этади. Кўп томонлама билимлар, мулоҳазалар, фикрлар, ҳис-туйғулар, қадриятлар ва идеаллар, мотивлар ва қизиқишлар алмашинуви амалга оширилади, натижада гуруҳ аъзоларининг психологик хусусиятлари ва фазилатлари ўзгаради. Умуман олганда гуруҳнинг хусусиятлари гуруҳ аъзоларига таъсир қиладиган, уларнинг билимлари, муносабатлари, ҳаракатлари, кўникмалари, одатлари ва ҳоказоларнинг уйғунлигини таъминлайдиган умумий омил бўлиб хизмат қилади ва шу билан бирга, улар ривожланишининг индивидуаллашуви учун имкониятлар очадиган бўшлиқни англатади. Табиийки, гуруҳнинг ривожланаётган таъсирининг табиати унинг фаолияти, ҳаёти ва структурасининг ташкил этилиши, унинг етакчилик даражаси, қизиқишлар, қадриятлар, қарашлар, урф-одатлар, анъаналар, муносабатлар ва бошқа гуруҳдаги ижтимоий-психологик ҳодисаларга боғлиқ. Бунда мулоқот гуруҳ ҳаётидаги барча жабҳаларда устунлик қилади, гуруҳга хос бўлади ва гуруҳ аъзолари ўртасидаги алоқа хусусиятларида намоён бўлади.

Англаш ёки идрок қилиш функцияси шундан иборатки, мулоқот кичик гуруҳ аъзолари хулқ-атворининг ижтимоий боғлиқлигининг муҳим омилларидан бири, уларнинг қизиқишлари, мақсадлари, режалари, мотивлари, истаклари, эҳтиёжлари, ҳаракатлари ва хатти-ҳаракатлари, шунингдек, уларнинг ташқи кўринишини тартибга солишдир. Мулоқот маълум руҳий ҳолатлар, жараёнлар, фаолият натижаларининг пайдо бўлиши,

кучайиши ва ,аксинча, уларни ўз ичига олиши, олдини олиши заифлаштиришга ёрдам беради.

Йиғиш ёки тўплаш функцияси гуруҳда гуруҳ аъзолари ўртасида ягона фикрнинг пайдо бўлишига, ўзаро тушуниш, келишувга эришиш, муросага келиш, яқин муносабатлар ўрнатиш, синхронизация, ҳаракатларни мувофиқлаштиришга хизмат қилади.

Кичик гуруҳнинг менежменти, *етакчилик ёки бошқариш функцияси* мулоқотни ташкилий омил сифатида ишлатиш, гуруҳ ҳаёти ва фаолиятида ташкилий тартибни ўрнатишга, қўшма фаолият жараёнида гуруҳнинг барча аъзолари томонидан аниқ ўзаро таъсир кўрсатишига мақсадларига эришиш ва ҳар бирининг манфаатларини қондириш орқали амалга оширилади.

5.4. Мулоқотнинг психологик тузилиши

Мулоқотнинг мотивацион-мақсадли томони. Мураккаб психологик ҳодиса сифатида мулоқот бир қатор таркибий қисмларни ўз ичига олган психологик тузилишга эга.

Мотивация-мақсад компоненти мулоқот мотивлари ва мақсадлари тизимидир. Кичик гуруҳ аъзолари билан мулоқот қилиш учун сабаблар қуйидагича бўлиши мумкин:

а) мулоқотда ташаббус кўрсатадиган бир кишининг эҳтиёжлари, қизиқишлари;

б) иккала мулоқот шерикларининг эҳтиёжларини ва манфаатларини, уларни мулоқот қилишга ундовчи сабаблар;

в) биргаликда ҳал этиладиган вазифалардан келиб чиқадиган эҳтиёжлар.

Мулоқот учун мотивларнинг нисбати тўлиқ тасодифдан тортиб то тўқнашувгача давом этади. Шунга кўра, мулоқот дўстона ёки қарама-қарши(душманлик руҳида) бўлиши мумкин.

Мулоқотнинг асосий мақсадлари қуйидагилар бўлиши мумкин:

- фойдали маълумотларни олиш ёки узатиш;

- зўриқишни енгиллаштирадиган шерикларни фаоллаштириш;
- биргаликдаги ҳаракатларни бошқариш;
- дўстларга ёрдам ва таъсир.

Мулоқотда қатнашувчиларнинг мақсадлари бир-бирига зид келиши ёки бир-бирини истисно қилиши мумкин. Бу мулоқотнинг табиатига боғлиқ.

Мулоқотнинг коммуникатив томони. Мулоқотнинг коммуникатив томони ёки сўзнинг тор маъносидаги алоқаси мулоқот қилувчи шахслар ўртасида маълумот алмашишдан иборат. Биргаликдаги фаолият давомида кичик гуруҳ аъзолари, юқорида айтиб ўтилганидек, ўзаро фикрлар, қизиқишлар, ҳис-туйғулар ва бошқаларни алмашади. Буларнинг барчаси маълумот алмашиш жараёнини ташкил этади. Бу қуйидаги хусусиятлар билан тавсифланади:

- агар кибернетик қурилмаларда маълумотлар фақат узатилса, у ҳолда одамлар билан мулоқот қилиш шароитида у нафақат узатилади, балки шакллантирилади, аниқланади, ишлаб чиқилади;
- икки қурилма ўртасидаги оддий "ахборот ҳаракати" дан фарқли ўлароқ, одамлар билан мулоқот қилишда улар бир-бирига бўлган муносабат билан бирлаштирилган;
- одамлар ўртасида маълумот алмашинуви табиати, тизим белгиларидан фойдаланиш орқали шериклар бир-бирига таъсир қилиши ва шерикнинг ҳулқ-атворида таъсир қилиши мумкинлиги;

Ахборот алмашиш натижасида коммуникатив таъсирга фақат маълумот юборувчи (коммуникатор) ва уни қабул қилувчи (олувчи) бир хил ёки ўхшаш кодлаш ёки декодлаш тизимида эга бўлгандагина мумкин бўлади. Оддий тилда ушбу қоида қуйидаги сўзлар билан ифодаланади: "ҳамма бир хил тилда гаплашиши керак".

Одамлар мулоқотида муайян алоқа тўсиқлари пайдо бўлиши мумкин. Улар табиатан ижтимоий ёки психологик бўлади. Коммуникацион тўсиқларнинг ижтимоий табиати одамларнинг ижтимоий, сиёсий, миллий, касбий фарқлари, уларнинг дунёқараши ва эътиқодлари натижасида вужудга

келган бир хил тушунчалар, воқеаларни бошқача талқин қилишда намоён бўлади. Коммуникацион тўсиқларнинг психологик табиати улар ўзаро мулоқот қилувчи одамларнинг индивидуал психологик хусусиятлари (уятчанлик, махфийлик, «алоқасизлик») натижасида ёки улар орасидаги ўзига хос психологик муносабатлар: адоват, ишончсизлик ва бошқалар натижасида юзага келиши мумкинлигида намоён бўлади. Бундай ҳолда, мулоқот ва муносабат ўртасидаги алоқа аниқ ажралиб туради.

Коммуникатордан келадиган маълумотлар икки хил бўлиши мумкин: рағбатлантириш ва аниқлаштириш. Рағбатлантирувчи маълумотлар буюртма, маслаҳат, сўровда кўрсатилади. У баъзи ҳаракатларни рағбатлантириш учун мўлжалланган. Назорат қилувчи маълумотлар хабар шаклида пайдо бўлади, у турли хил таълим тизимларида содир бўлади.

Мулоқот (алоқа) вербал, невербал ва энергетик бўлиши мумкин. Ижтимоий психологияда ушбу тушунчалар кўпинча мулоқот воситалари деб аталади ва улар орасидаги қўйидаги тизимларни ажратиб кўрсатади:

- 1) оптик тизим (ташқи кўриниш ва ҳаракат);
- 2) акустик тизим (тембр, овоз баландлиги, интонация, нутқ суръати);
- 3) кинетик тизим (тегиниш, пайпаслаш);
- 4) фазовий-вақтинчалик хусусиятлар тизими (улар орасида хронотиплар аниқ ҳолатлар, масалан, транспорт воситаси ҳамроҳидир);
- 5) энергия тизими (К. С. Станиславский - "нурланиш ва руҳий оқимларни нурли қабул қилиш").

Вербал мулоқот нутқ ёрдамида амалга оширилади, сўзларда маълумотлар кодлаштиради ва декодлайди: коммуникатор гаплашиш жараёнида кодлайди (уни нутққа таржима қилади) ва қабул қилувчи тинглаш жараёнида ушбу маълумотларни декодлайди (қабул қилади, ассимиляция қилади). Нутқ орқали мулоқот иштирокчилари алоҳида тарзда ўзаро ҳаракат қилишади, бир-бирларини ишонтиришади, яъни хатти-ҳаракатларнинг маълум бир ўзгаришига эришишга интилишади.

Вербал мулоқот (ёки мулоқот воситалари) қуйидагиларни ўз ичига олади:

- сўзлар, иборалар, таклиф мантикийлиги, нутқ аппарати (ҳажм, суръат, дикция, талаффуз, тембр);
- экспрессивлик - нутқнинг экспрессивлиги (тоналлик, ҳиссийлик, тасаввур, ифодали сўзлар билан тўйинганлик, нутқнинг бурилишлари, товушли қўшимчалар - қаҳқаҳа, хўрсиниш ва бошқалар).

Новербал мулоқот воситалари оғзаки сўзлашув билан бирга келади ва қуйидаги нуқталарга қисқартирилади:

- юз ифодалари, имо-ишоралар;
- таксика (тегиниш - қўл сиқиш, қучоқлаш, юз ва қўлларни ўпиш);
- пантомимика (ҳолат ва тана ҳаракатлари - туриш, эгилиш, бош кийимини ечиш, жойни ўзгартириш, суҳбатдошга яқинлашиш усули);
- проксемастик (бир-бирига нисбатан алоқада бўлганларнинг жойлашуви);
- масофа ва жойлашиш усули - иккаласи ҳам ўтирган, бири тик турган, иккинчиси ўтирган ва бошқалар).

Уларнинг барчаси, мулоқот қилишда, маълум бир маълумотни ўз ичига олади.

Новербал мулоқот, шунингдек, одамлар томонидан ишлаб чиқилган махсус белгилар-ишоралар тизимидир: ҳаракатни бошқариш белгилари, кийимлар, оренлар, мукофотлар ва бошқалар.

Новербал мулоқот воситалари мулоқот имкониятларини сезиларли даражада кенгайтиради, кўпинча экспрессив ва лаконик турларда. Шундай қилиб, расмий ишлаб чиқариш жамоалари ва норасмий гуруҳлар ўзларининг фаолият турларини, ижтимоий мавқеини, жойлашишини ва бошқаларни кўрсатадиган етарлича рамзийликни топишга интилишади. Норасмий гуруҳларда фақат ташаббускорларга тушунарли бўлган рамзийлик мавжуд: кийим имиджи, соч турмаги ва бошқалар.

Онтогенез жараёнида, тарбия ва ўқитиш шароитида, сўнгра малака оширишда ҳар бир киши вербал ва новербал мулоқот тизимига эга бўлади.

Мулоқотнинг интерактив томони. Мулоқотнинг интерактив томони одамларнинг биргаликдаги фаолиятини ташкил этиш, уларнинг ўзаро таъсири (ҳамкорлиги) билан боғлиқ.

Интерактив мулоқот функцияси коммуникатив функция билан ўзаро боғлиқ, аммо айна пайтда ўзига хос хусусиятларга эга. Гуруҳ фаолияти нуқтаи назаридан унинг иштирокчилари учун нафақат маълумот алмашиш, балки гуруҳнинг ҳар бир аъзоси алоҳида ҳисса қўшадиган қўшма тадбирларни ташкил этиш муҳимдир. Шу билан бирга, ҳаракатлар алмашинуви, умумий фаолиятни режалаштириш ҳам мавжуд. Бундай режалаштириш билан (В.Ф. Ломов таъкидлаганидек) бир кишининг ҳатти-ҳаракатларини "бошқасининг ҳаёлида пишган(тайёрланган) режалар" билан тартибга солиш мумкин, бунда фаолият чиндан ҳам жамоавий бўлиб қолади ва унинг ташувчиси энди алоҳида шахс бўлмайди. Ушбу жараён мулоқотнинг интерактив томонининг моҳиятидир.

5.5. Интеракция турлари (ўзаро таъсир воситалари)

Гуруҳ фаолияти жараёнида одамлар турли хил шовқинларга киришадилар, шунинг учун уларнинг таснифларини тузишга кўп уринишлар мавжуд. Энг кенг тарқалган мулоҳаза бу ўзаро таъсирнинг барча турларини икки турга бўлиш мумкин бўлган икки томонлама тасниф - ҳамкорлик ва рақобатдир.

Ҳамкорлик деганда, биргаликдаги фаолиятни ташкил этишга ёрдам берадиган ўзаро таъсир турлари тушунилади. Бу ерда фаолиятнинг психологик механизми одамларнинг ўзаро ёрдамига, уларнинг ҳамкорлигига асосланган. Ҳамкорлик доирасида рақобат табиатда антагонистик бўлмаган ва ҳатто ўзаро ёрдам элементини қамраб оладиган ўзаро таъсир сифатида юзага келиши мумкин.

Рақобат - бу қандайдир тарзда қўшма фаолиятни бузадиган ўзаро таъсирларни қамраб оладиган хатти-ҳаракатлар тури. Шу билан бирга, ижтимоий психология рақобатни фақат салбий ҳодиса деб ҳисобламайди, чунки бозор иқтисодиёти шароитида бундай ўзаро таъсир рағбатлантирувчи таъсир кўрсатиши мумкин. Қарама-қаршилик тушунчаси махсус тадқиқотлар объекти бўлган рақобат муносабатлари билан ҳам боғлиқ.

Ҳамкорлик ва рақобат ижтимоий ташкилотларда одамлар ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг турли шакллари бўлиб, ҳар бир ҳолатда уларнинг мазмуни ҳамкорлик ва рақобатни ўз ичига оладиган фаолиятнинг кенгрок тизими билан белгиланади. Шу сабабли, одамлар ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг иккала шакли ҳам эътиборга лойиқдир, аммо уларни мақсадли фаолиятнинг ижтимоий доирасидан ташқарида ва ушбу фаолиятга киритилган иштирокчиларнинг гуруҳ муносабатларидан ташқарида ўрганиш мумкин эмас.

Мулоқотнинг перцептив томони. Мулоқот жараёни мажбурий равишда бошқа шахснинг алоқа объекти мавзусини шакллантиришни ўз ичига олади. Бу нафақат инсоннинг ташқи жисмоний хусусиятларини идрок этиш, балки унинг психологик хусусиятлари ва хатти-ҳаракатларини тушунишни ҳам англатади. Умумий психологияда, ижтимоий психологияда идрок этиш (перцепция) тушунчасидан фарқли ўлароқ, шахсни шахс томонидан идрок этиш "ижтимоий идрок" (Ж. Брупер, 1947) деб номланади. Ҳозирги вақтда "ижтимоий идрок" атамаси кенгрок маънога эга бўлиб, ижтимоий объектларни: бошқа одамлар, ижтимоий гуруҳлар, йирик ижтимоий ҳамжамиятларни идрок этишни англатади. Шунинг учун, мулоқот нуқтаи назаридан, шахслараро идрок, яъни одамни одам томонидан идрок этиш ҳақида гаплашиш тавсия этилади.

Бундан ташқари, ижтимоий-психологик нуқтаи назардан идрок этиш бир қатор ўзига хос хусусиятларга эга. Хусусан, мулоқот бўйича шериклар томонидан бир-бирлари ҳақидаги ғояларни шакллантириш жараёнида юзага келадиган бир қатор ҳодисалар идрок жараёнининг анъанавий тавсифи

доирасига мос келмайди, чунки нафақат тасвирни шакллантириш - идрок, балки бошқа одамни англаш, билиш ҳам содир бўлади. Шу муносабат билан мулоқотнинг перцептив функцияси нафақат идрок билан чекланиб қолади, балки бошқа бир қатор билиш жараёнларини ўз ичига олади: ақлий операциялар, хотира, шунингдек, ҳиссиётлар.

Бошқа одамни билиш, тушуниш учун мулоқот мавзуси унинг фикрлари, ниятлари, қобилиятлари, ҳис-туйғулари, муносабатлари, шунингдек, уларни шерик сифатида боғлайдиган муносабатлар ҳақида фикр яратишга интилади. Бу жараён ,шунингдек, мулоқот предметининг шахсият хусусиятларини ўз ичига олади: унинг ўтмишдаги тажрибаси, алоқа мақсадлари, муносабат, шу билан бирга, пайдо бўлган имидж маълум танловга дуч келади (А. А. Бодалев тадқиқотлари).

Шахслараро инъикоси ҳодисасининг умумий таърифини бериб, шуни айтиш мумкинки, бошқа одамни идрок этиш - бу унинг ташқи хусусиятлари акс эттирилган, идрок этилаётган шахснинг шахсий хусусиятлари билан боғлиқ бўлган ва шу асосда амалга оширилган, унинг ички дунёсини ва тушунчасини англайдиган жараёндир. Бунда биринчи ўринга хулқ-атвор шаклини ва хатти-ҳаракатни идрок этиш, тушуниш чиқади.

Мулоқот жараёнида одамларнинг ўзаро тушуниши махсус психологик механизмлар туфайли амалга оширилади. Мулоқот жараёни ҳеч бўлмаганда иккита фаол шахснинг ўзаро таъсирини ўз ичига олади, уларнинг ҳар бири шахсдир ва ҳар бири ўзини бошқасига ўхшатмайди (индивидуал-психологик хусусиятлар назарда тутилмоқда). Ўзаро таъсир стратегиясини тузишда ҳар бир киши нафақат бошқаларнинг ниятлари ва муносабатларини, балки бу менинг мотивларим ва муносабатимни қандай тушунишини ҳам ҳисобга олиши керак. Шунинг учун ўз-ўзини англашни бошқа томондан таҳлил қилиш икки томонни ўз ичига олади: идентификация ва рефлексия.

Идентификация (ассимиляция) ўзаро тушуниш механизмларидан биридир. Бошқа одамни тушунишнинг энг осон усули – ўзини унга ўхшатишдир. Идентификация ва эмпатия феномени ўртасида чамбарчас

боғлиқлик мавжуд, бу унга яқин бўлган - тушуниш қобилиятида намоён бўлади. Эмпатия тушунчаси, асосан, бошқа одамнинг муаммоларига, уларни оқилона тушунишдан кўра ҳиссий муносабат билдириш билан боғлиқ.

Рефлексия (акс эттириш)- бу ҳаракат қилувчи шахснинг мулоқотдаги шериги томонидан қандай қабул қилинишини англаганини акс эттирувчи ижтимоий-психологик мулоқот механизми. Бу шерикларнинг ҳар бири бошқаси томонидан қандай қабул қилинишини тушунишга асосланган ўзаро фикрлаш ва хатти-ҳаракатлар стратегиясини шакллантиришнинг мураккаб жараёни. Диадик ўзаро таъсир шароитида ҳам мулоқотнинг акс эттирувчи тузилиши жуда мураккаб модель сифатида намоён бўлади. Мулоқотнинг максимал муваффақияти "индивид - индивид" ёки «индивиду-гуруҳ» тизимларидаги ўзаро алоқа линияларининг мақбул мос келиши билан боғлиқдир.

Масалан, агар етакчи маърузачи ўзи тўғрисида, тингловчилар ҳақида ва улар уни қандай қабул қилишлари тўғрисида нотўғри тушунчага эга бўлса, унинг тингловчилар билан ўзаро тушуниши ва ўзаро муносабати истисно қилинади. Бундай воситалардан бири бошқарув тизимларида ишлайдиган одамларни бошқа одамлар билан мулоқотда фаол ўқитишда ижтимоий-психологик тайёргарлик вазифасини ўташи мумкин. Бу, айниқса, одамлар билан самарали ҳамкорлик қилиш профессионал бурчи бўлган менежерларни ўқитиш учун жуда муҳимдир.

Амалий ва назарий нуқтаи назардан, шериклар ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг стратегияси ва тактикасининг мумкин бўлган йўналишларини акс эттирадиган моделларни яратиш жуда муҳим кўринади. Шу мақсадда ўйинларнинг математик назарияси аппарати қўлланилади. Умумий фаолият билан бирлаштирилган гуруҳнинг акс эттирувчи тузилмаларини таҳлил қилиш ҳозирги пайтда тобора муҳим аҳамият касб этмоқда. Кейин юзага келадиган акс эттиришнинг схема-моделли ўзи томонидан эмас, балки ушбу фаолиятнинг ҳам, шахслараро

муносабатларининг ҳам умумий нуқтаи назаридан тушунтиришга эга бўлмайди.

5.6. Бошқарув мулоқотининг психологик хусусиятлари

Бошқарув мулоқотининг турлари. Мулоқотнинг психологик жиҳатдан қанчалик муваффақиятли ва самарали бўлиши қуйидагиларга боғлиқ: музокаралар самарадорлиги, шериклар, мижозлар ва ходимлар билан тушуниш даражаси, ташкилот ходимларининг ишларидан қониқиш, жамоадаги маънавий ва психологик иқлим, бошқа ташкилотлар ва давлат ташкилотлари билан муносабатлар.

Менежмент мулоқот муҳим роль ўйнайдиган соҳалардан биридир. Замонавий раҳбар учун мулоқот қилиш қобилияти, оқилона мулойимлик инсоннинг муҳим фазилати ҳисобланади.

Тадқиқотлар шуни кўрсатдики, раҳбарнинг дўстона муносабати коллективнинг психологик муҳитига ва ташкилот меҳнатининг натижаларига таъсир қилади. Раҳбарнинг иккала изоляцияси ва жуда юқори очиқлиги ишчиларнинг ўзаро муносабатлари натижаларига, айниқса, уларнинг иш сифатига салбий таъсир қилади. Суперкоммуникатив раҳбарлар кўпинча жамоанинг келишилган ишига халақит беришади, бўйсунувчиларни ишдан чалғитиб, кўп вақт сарфлашади.

Шунинг учун менежер тўғри мулоқот қилиш қобилияти унинг бошқарув фаолиятининг энг муҳим элементи эканлигини тушуниши керак. Бошлиқ ҳар хил мулоқот турларини яхшилаши шарт:

- ритуал (маросим);
- очиқ - ёпиқ;
- монологик - диалогик;
- ролли - шахсий.

Ритуал мулоқот ("объект - объект" тури) - бу жамият аъзоси ёки маълумотнома (шахс учун муҳим) гуруҳ сифатида мавжудлигини тасдиқлаш

шаклидир. Ҳиссий таранглик шароитида маросимлар сони (табриклаш, об-хаво ҳақида гапириш, столга доимий таклиф) ўсиб бормоқда. Ритуал мулоқот кўпинча муносабатларни ривожлантиришнинг бошланғич қисмидир, аммо мустақил вазифаларни ҳам бажариши мумкин: гуруҳ билан алоқаларни мустаҳкамлаш, куч, қадриятларни намоиш этиш ва бошқалар каби.

Очиқ мулоқот- бу суҳбатдошнинг позициясини ҳисобга олган ҳолда, менежернинг ўз нуқтаи назарини очиқ билдириш қобилияти ва хоҳишидир. Агар мулоқотда суҳбатдошларнинг муҳим позициялари аниқланмаса, таққослаш мавжуд бўлса, очиқ мулоқот самарали бўлади. Кейин фикрлар, ғоялар, режалар алмашинуви муаммони ҳал қилишга ёрдам беради.

Ёпиқ мулоқот - бу менежернинг ўз фикрлари, режалари, ҳис-туйғулари, истакларини аниқ ифода этишни истамаслиги ва қобилиятсизлигидир. Қуйидаги ҳолларда ёпиқ мулоқот кузатилади:

1) агар ваколати даражасида жиддий фарқ бўлса ва менежер маълумотни қабул қила олмайдиган кишига маълумот узатиш учун вақт ва куч сарфлаш бефойда деб ҳисобласа;

2) ўзининг шахсий ҳис-туйғуларини очишга тўғри келмаса, низоли вазиятда рақибга нисбатан режалар тузганда.

Ярим ёпиқ мулоқотда (бир томонлама сўроқ), раҳбар суҳбатдошнинг нуқтаи назарини билишга ҳаракат қилади ва шу билан бирга ўз позициясини очиқ бермайди.

Монологик мулоқот менежерга маълумотни ўз бўйсунувчисига етказиш, уни бирор нарсага ишонтириш, ҳар қандай хатти-ҳаракатларни ифода этиш ва ҳоказоларни бажаришга имкон беради. Монологик мулоқотда (мавзу - объект тури), киши бошқасини унинг таъсир объекти сифатида кўради, аслида, у суҳбатдошни кўрмасдан ўзи билан ўзи муомала қилади. Унга эътибор бермаслик, унга бўлган нуқтаи назарини, нотўғри қарашларини, муносабатларини намоиш этиш орқали у мулоқотда фақат ўзини кўради.

Диалогик мулоқотда ҳар бир суҳбатдош ўз фикрини, хоҳишини, қарашларини ҳимоя қилиш, шеригига таъсир қилиш имкониятига эга. Бундай

мулоқот жараёнида менежер нафақат суҳбатдош билан, балки ўзи билан ҳам суҳбат олиб боради.

Диалог - бу гуманистик мулоқот тури (К. Рожерс).

Диалог - бу шахснинг шахс сифатида табиий мавжудлиги, унинг ҳаёти ва муносабатларини яратувчисидир (М. М. Бахтин).

Диалог восита эмас, балки мақсаднинг ўзидир (А. А. Ухтомский).

Диалогли мулоқот усуллари:

- тинглаш - эшитиш;
- қараш - кўриш;
- идрок - эмпатия.

Диққатдан қабул қилишгача - бу бошқарув алоқалари самарадорлигининг асосий психологик шартидир.

Гуманистик (диалогик) мулоқот тамойиллари (К. Рожерсга кўра):

- 1) мулоқот бўйича шерикларнинг мувофиқлиги (мослиги);
- 2) шерик шахсини яхши идрок этиш, унинг ниятларига ишонч;
- 3) шерикни тенг (мос) деб қабул қилиш, ўз фикрини ва шахсий қарорини олиш ҳуқуқига эга бўлиш;
- 4) мулоқотнинг муаммоли, мунозарали табиати, аксиома ва ҳақиқат даражасида эмас, балки нуқтаи назар ва позициялар даражасидаги мулоқот бўлиши;
- 5) мулоқотнинг шахсийлаштирилган хусусияти (ўз номидан «мен»).

Бошқарув алоқаларини инсонпарварлик асосида қуришда самарали натижага эришиш учун қуйидаги объектив хусусиятларга таяниш керак:

1. Мулоқотдаги субъектларнинг эквивалентлиги (тенглиги).
2. Бошқарув томонининг мавжудлиги (профессионал ўқитувчи - ташкилотчи - раҳбар), унинг тенгсизлиги (турли мажбуриятлар - турли ҳуқуқлар ва аксинча).

Кўриб чиқилган мулоқот турларидан ташқари, манипулятив, дунёвий ва ишбилармонлик мулоқоти турлари мавжуд.

Манипулятив мулоқот - суҳбатдошдан фойда олишга қаратилган мулоқот шакли. Манипулятор суҳбатдош шахсиятининг хусусиятларига қараб турли хийла-найранглардан фойдаланади (хушомад қилиш, қўрқитиш, алдаш, меҳрибонлик намойиши ва бошқалар). У уни бошқариш учун суҳбатдошини ҳайратда қолдиришга ҳаракат қилишга интилади.

Дунёвий мулоқот - бир-бирига ҳамдардликни ҳис қиладиган одамлар ўртасида амалга оширилади. Бундай мулоқотнинг маъноси шериклар улар ўйлаганларини эмас, балки бундай ҳолларда нима дейилиши кераклигини айтадилар. Асосийси, хушмуомалалик ва очиқлик, маъқуллаш ва розилик.

Ишбилармонлик мулоқоти - алоқа объекти, яъни бу шерик бошқаси учун аҳамиятли шахс сифатида ҳаракат қиладиган фаолият. Ишбилармонлик алоқаси ижтимоий назорат шароитида амалга оширилади ва баъзи амалий натижаларни ўз ичига олади.

5.7. Раҳбарнинг қўл остидагилари билан мулоқот психологияси

Мулоқот ўзаро алоқа билан бошланади. Контактга тайёр бўлиш инсон психикасининг муҳим хусусиятидир. Бозор муносабатлари - бу ҳар хил одамлар билан доимий алоқалар: уларнинг феъл-атворлари, характерлари, қизиқишлари ва кайфиятларига асосланган ҳолда кечади. Раҳбар, унинг олдида турган шерикнинг психологиясини қандай аниқлашни ва у билан қандай ишлашни, қандай қилиб алоқа қилишни ва қайси тилда гапиришни ўрганиши керак.

Мулоқот - бу шерикларнинг хатти-ҳаракатларидаги келишилган ўзгаришларга ўзаро йўналтирилганлиги. Мулоқот жараёнида шериклар «алоқа» ёки «битимлар» билан алмашадилар.

Транзакция - бу мулоқотнинг элементар бирлиги, инсон ўзаро таъсирининг қўшма ҳаракати. Агар менежер гапирганда ёки ҳатто унга бўйсунувчига қараган бўлса, демак, бу операцион имтиёздир. Агар бўйсунувчи жавобан бирор нарса айтса ёки қилса, унинг жавоби операцион

реакция деб аталади. Оддий битимлар - бу огоҳлантирувчи ва реакция, ташқи кўриниш ва жимжитлик, табассум ва юз ифодаларидир. Кейинчалик мураккаб битимлар - сўзлар, саволлар, фикрлар, жавоблар, ҳаракатларда намоён бўлади.

Мулоқот бошдан ақлий фаолиятнинг юқори даражадаги концентрациясини, ирода, диққатни жалб қилиш ва бўлажак муносабат учун ҳиссиётларни талаб қилади.

Шерик билан алоқа ўрнатмасдан туриб, унинг ҳеч нарсага қизиқиши ёки қизиқмаслиги, унга таклиф қилинадиган нарсаларга ўз қарашларини ўзгартира олиш ёки олмаслигини билиш қийин.

Мулоқотнинг мустаҳкамлиги шерикларнинг бир-бирларига бўлган қизиқишларига боғлиқ, лекин, авваламбор, менежернинг иродаси, ақл-заковати ва ҳиссий барқарорлиги, нутқининг мазмуни ва тақдимот услубини ҳисобга олиш муҳимдир. Контакт кўриш ва эшитиш хис-туйғуларидан бошланади. Менежернинг кўзлари суҳбатдошнинг кўзи билан дўстларнинг мустаҳкам алоқаси сифатида боғланиши керак.

Ишончли фикрлар ва хотиржам кўриниш суҳбатдошни конструктив мулоқотига имкон беради. Бироз табассум яхши ниятни уйғотади ва стрессни енгиллаштиради. Визуал мулоқот суҳбатдошга қизиқиш даражасини билдиради, у нима ҳақида гапираётганига эътибор қаратади. Психологлар, суҳбат пайтида одамлар бир-бирига қараш(нигоҳ ташлашни) ўртача мулоқот вақтининг 35-50 фоизини ташкил этишини аниқладилар. Кўзлар суҳбатдошнинг кўзларига 5-7 сония бир маромда тикилади. Кўпинча, улар гапирадиган кишига, баъзан тингловчиларга уларнинг сўзларига бўлган муносабатни баҳолашни хоҳлаганларида қарашади.

Контактнинг кучи суҳбатдошлар орасидаги масофага қараб аниқланади: 45 см гача - яқин мулоқот (яқин одамлар билан алоқа), 45 см дан 1 м 20 см гача - шахсий мулоқот (дўстлар билан алоқа), 1 м 20 см дан 4 м гача - ижтимоий мулоқот (расмий алоқа), 4-7 м - жамоат билан мулоқот (томошабин олдида чиқиш).

Менежер қўл остидагилари билан мулоқот ўрнатганда турли даражадаги мулоқот шакллари кузатиш мумкин:

- 1) примитив (ибтидоий);
- 2) стандартлаштирилган;
- 3) одатий;
- 4) расмий;
- 5) маънавий.

Примитив мулоқот суҳбатдошни шерик эмас, балки тинглаш ва бажариш учун объект сифатида кўрадиган менежерга хосдир. Агар мавзу тингланмаса, суҳбатдош ҳақоратланади ва жазоланади. Агар суҳбатдош фаол равишда мулоқот қилса ва ҳамма билан муносабатда бўлса, у ҳолда унга қизиқиш йўқолади, алоқа узилади.

Стандартлаштирилган мулоқот маълум умумий сўзлар, стандартлар, формулалар, товушларга асосланган. Бу ерда суҳбатдошлар ўртасидаги мулоқот кўплаб сабабларга кўра мўрт бўлади: нафрат, ишончсизлик, кўрқув, бефарқлик, чарчоқ ва бошқалар.

Анъанавий (мақбул) мулоқот одамнинг эҳтиёжлари бўлганида, кимдир билан гаплашишни истаганида пайдо бўлади. Ва кейин суҳбатдош «яқинлашишга» тайёрланаётганда, у гаплашишини ёки шеригини тинглаш хоҳиши борлигини билдиради. Мулоқот суҳбатдошларнинг тенг ҳуқуқлилиги руҳида амалга оширилади. Мулоқотни яқунлаб, шериклар бир-бирларига ўзларининг фикрлари учун мулозаҳа билдириш ҳуқуқини беришади.

Бир-бирига алоҳида қизиқиш бўлганида ва муаммони биргаликда ҳал қилиш истаги пайдо бўлганда, "яқин атрофдаги кенгайтма" билан алоқалар таъминланади. Биринчи ойдаги расмий мулоқотларда - ўзаро маълумот алмашилади. Ҳамкорлар ўзларининг шахсий хусусиятларини очиқ намоиш қилишмайди, улар орасида қандайдир хайрихоҳлик, кечиримлилик кузатилади, асосийси - суҳбатдошлар бир-бирининг касбий манфаатларини нозик ҳис қилиш қобилиятини бу мулоқот шаклида ўрганадилар. Бу битта

муҳим нарсани биргаликда ҳал қиладиган ҳамфикр одамларнинг мулоқотидир.

Маънавий мулоқот энг бардошли, идеал суҳбат шаклидир. Ҳамкорлар бир-бирларини ҳурмат, ҳайрат ва ишонч туйғусини уйғотадиган юксак маданиятнинг ташувчиси сифатида кўришади. Бошқа одамда маънавий маданиятни қандай қадрлашни билган киши уни ўзида ривожлантиради. Маънавий мулоқот, ишонч, самимийлик ва ифода эркинлигини яратадиган кизиқарли суҳбатни олдиндан сезишни ўз ичига олади.

Шундай қилиб, суҳбатдош билан шахсий мулоқотни ўрнатишда бир қатор омилларни ҳисобга олиш ва бажариш керак:

- аниқ, қисқа ва маълумотли иборалардан фойдаланиш;
- суҳбатдошга исм ва отасининг исми билан мурожаат қилиш;
- ёқимли юз ифодаси;
- суҳбатдошнинг шахсини ҳурмат қилиш;
- унинг фикри ва манфаатларига эътибор бериш;
- маслаҳат сўраб мурожаат қилиш;
- суҳбатдошга хушомадлар.

Мулоқотда ролларни бошқариш. Турли вазиятларда шерикларнинг ҳар бири турли позицияларни эгаллаши мумкин, аммо уларнинг асосийлари тўртта мулоқот позицияларидир:

"Иштирок этмаслик" (кўрмайпман, эшитмаяпман);

"Юқорига йўналтирилган" (авторитар менежер лавозими);

"Яқинлашишга асосланган" (ёши катта, маълумотли, тўғри инсоннинг позицияси);

"Пастга йўналтирилган" (бўйсунувчи, қарам, заиф инсон позицияси(асосан тингловчи)).

Кўпинча, суҳбатдошнинг мавқеи ҳам раҳбарнинг ролига боғлиқ. Авторитар менежер бўйсунувчига мурожаат қилганда, одатий вазият юзага келади: менежер "юқорига йўналтирилган" ва субординатор "пастга йўналтирилган" позицияда бўлади. Бундай мулоқотда субординатор фақат

бўйсинувчи инсон сифатида раҳбарнинг топшириқларини сўзсиз тан олади, ўз фикрини билдирмайди, раҳбар нима деса ўшани маъқуллайди. Бундай вазиятда тингловчи ролидаги шахсда стресс, ўзига ишонмаслик, ўзига нисбатан баҳонинг пастлиги каби психологик бузилишлар кузатилиши мумкин.

Авторитар раҳбар билан мулоқотда баъзи бўйсунувчилар «қатнашмаслик» позициясини эгаллайдилар - улар ўзларини хўжайиннинг кўрсатмаларига диққат билан қулоқ соламан деб кўрсатадилар, лекин улар ўзлари суҳбатда қатнашмайдилар, баъзан ҳатто унинг сўзларини ҳам эшитмайдилар.

Кучли, ўзига ишонган ходим раҳбар билан гаплашаётганда, "яқинлашишга йўналтирилган" позицияни эгаллашга ҳаракат қилади, яъни у ўзини мустақил равишда, ўз кадр-қимматини намоён этади. Албатта, ҳар бир раҳбар ҳам ходимнинг бундай хатти-ҳаракатларини ёқтирмайди, аммо демократ раҳбар ходим билан яхши алоқада бўлиш учун у тенгликка интилиши кераклигини тушунади. Ҳамкорликда «катталар» позициясини эгаллаш ва унга риоя қилиш - бу қадимги дипломатия санъатининг сирларидан биридир.

Ҳамкорлар ўртасидаги позицияларни мувофиқлаштиришда "мулойимлик билан муносабатда бўлиш" амалга оширилади (табассум, илтифот, ёқимли сўз, "ҳа, ҳа" ва ҳоказо каби қисқа иборалар). Суҳбатдошларнинг позициялари келишилган тақдирда, уларнинг иккаласида ҳам қониқиш ҳисси юз беради.

Расмий мулоқотининг хусусиятлари ва шакллари. Расмий мулоқот бошқа мулоқот турларидан фарқ қилади, чунки маълумот нафақат узатилади, балки шаклланади, янгиланади ва ўзгаради. Лев Толстой шундай ёзган: "Сўз ишдир". Бу менежерларнинг сўзнинг мукаммал буйруғини таъминлаш истагини очиб беради. Бизнес бу расмий ишдир, расмий иш эса фикр ва сўзни талаб қилади. Бу айниқса бошқарув учун тўғри келади.

Ҳар бир раҳбар суҳбатдошига мурожаат қилганида у томонидан бериладиган маълумотларга қизиқади, уни нафақат қабул қилади, балки ўз мақсадига эришишда бу маълумотлардан фойдаланади. Бунинг учун раҳбар расмий мулоқотни шакллантиришга ҳаракат қилади.

Расмий мулоқотнинг асосий босқичлари:

- 1) мулоқот шакли ва мақсадини аниқлаш;
- 2) мулоқотга тайёрланиш;
- 3) контакт ўрнатиш ва хабар юбориш;
- 4) диққат билан тинглаш ва ишонтириш;
- 5) баҳслашиш ёки муҳокама қилиш;
- 6) умумлаштириш;
- 7) тўғри қарор қабул қилиш.

Расмий мулоқотнинг шакллари хилма-хил, аммо уларнинг асосийлари куйидагилардир:

- телефон орқали мулоқот;
- ёзма мулоқот;
- оғзаки мулоқот.

Ҳозирги кунда телефон орқали мулоқот алоҳида аҳамиятга эга. Ишбилармонлар ўзларининг иш вақтини 10 дан 30 фоизини телефон кўнғироқларига сарфлашади, телефон туфайли кўп сонли саволларни ҳал қилиш тезлиги ошади, хат, телеграмма ёки бошқа усуллар билан муассаса ёки компанияга мурожаат қилишнинг ҳожати қолмайди. Телефон орқали мулоқот ҳар қандай масофада доимий равишда икки томонлама бизнес маълумотларини алмашишни таъминлайди. Маълумотлар телефон орқали амалга оширилади, буюртмалар берилади, учрашувлар белгиланади, бизнес музокаралари олиб борилади. Уяли телефонларнинг жорий этилиши билан бошқарув янада самаралироқ бўлди.

Кўпинча, телефон ташкилотнинг ҳам, менежернинг ҳам ташриф қоғозига айланади. Ташкилотнинг обрўси, шунингдек, унинг бизнес операциялари кўлами, охир-оқибат, ходимларнинг телефон орқали

музокаралар олиб бориш қобилиятига боғлиқ. Телефон орқали расмий мулоқот қилиш қоидалари мавжуд:

- биринчи қўнғироқдан кейин телефонни олиш яхшироқ;
- аниқ, тушунарли ва жуда тез гапириш керак;
- қўнғироққа жавобан ўзини таништириш ва ташкилот номини кўрсатиш шарт;
- битта суҳбатга эътибор қаратиш, суҳбатдошни диққат билан тинглаш;
- ёқимсиз хабарлар пайтида ўзини йўқотмаслик;
- телефон суҳбатларини ёзиб олиш учун бланкалардан фойдаланиш;
- маълумотни, қўнғироқ қилувчининг телефон рақамини ёзиб олиш ва унга қайта қўнғироқ қилишни ваъда қилиш;
- ҳамкорга у учун ноқулай вақтда қўнғироқ қилмаслик;
- телефон суҳбатидан олдин ҳар доим бу суҳбат қанчалик аҳамиятга, қимматга эгалигини аниқлаб олиш.

Менежерларнинг ёзма мулоқот тизимига, иш ёзишмаларини қайта ишлашга сарфлаган вақтининг 5% дан 10% гача тўғри келади. Иш ёзишмалари бизнес-ҳужжатлар ёрдамида амалга оширилади, уларнинг кўплари ҳуқуқий ва иқтисодий аҳамиятга эга бўлиб, ёзма далиллар сифатида хизмат қилиши мумкин, шунингдек, турли хил қўшимча маълумотлар манбайи бўлиши мумкин. Ҳужжатлар ташкилотни бошқариш ва бошқарув қарорларининг тарихини тиклаш имкониятини беради.

Бошқарув ҳужжатларида режалаштириш, ҳисобот, иш ёзишмалари тўғрисидаги маълумотлар мавжуд. Менежер ҳар бир келган ҳужжат билан танишиб чиқиши, вазиятдан келиб чиққан ҳолда қарор қабул қилиши, чиқарган қарорини ёзма шаклда қайд этиши лозим. Қарор - бу ишнинг боришини белгилайдиган ва ижрочиларнинг фаолиятини тартибга соладиган бошқарув ҳужжатига ёзув кўринишидаги маъмурий таъсирдир. Бошқарув қарори учун мажбурий талаблар қуйидагилардир:

- манзиллилиқ;
- бошқарув ҳаракатларининг мазмунан аниқлиги;

- мумкин бўлган ечимларни кўрсатиш;

- ушбу соҳада илгари қабул қилинган бошқарув қарорларига чиқарилган қарорнинг мувофиқлиги.

Иш ёзишмаларини қабул қилиш ва қайта ишлаш хатлар, жавобларни тайёрлаш ва юборишни ўз ичига олади. Иш хатига қўйиладиган асосий талаблар:

- аниқлик ва қисқа баёнлилик ;
- маълумотларнинг тўлиқлиги;
- маълумотларнинг аниқлиги;
- ишонувчанлик ва хушмуомалалик;
- саводли таҳрирлаш.

Энг муҳим ва тезкор расмий мулоқот шаклларида бири расмий суҳбатдир. Бу суҳбат ўзларининг ташкилотларидаги муайян муаммоларни олиб бориш ва ҳал қилиш учун тўлиқ ваколатига эга бўлган суҳбатдошлар ўртасидаги оғзаки расмий суҳбатни англатади. Расмий суҳбат орқали бир киши янги гуруҳнинг хусусиятларини инобатга олган ҳолда, улар билан ишнинг муайян соҳаси бўйича янги мулоҳаза олишга интилади. Гуруҳ аъзолари билан мустақкам ҳамкорлик алоқаларини шакллантиради. Расмий суҳбатларнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- янги йўналишларни излаш ва истиқболли тадбирларни бошлаш;
- бошланган жараёнларни бошқариш ва мувофиқлаштириш;
- маълумот алмашиш;
- битта бизнес муҳитида ишлайдиган ходимларнинг ўзаро алоқасини таъминлаш;
- иш ғоялари ва истиқболли режаларни излаш ва тезкор равишда ривожлантириш;
- корхоналар, фирмалар, тармоқлар, мамлакатлар даражасидаги ҳамкасблар билан бизнес алоқаларини олиб бориш;
- янги йўналишларда инсон тафаккури маҳсулини рағбатлантириш.

Расмий суҳбатлар (ёки иш учрашувлари) уч турга эга:

- 1) ахборот учрашуви;
- 2) тезкор(операцион) йиғилиш;
- 3) мунозарали учрашув.

Ахборот учрашуви (ёки брифинг) ходимларни янги маълумотлар, янги кўрсатмалар, талаблар билан таништиришга қаратилган. Агар брифинг жараёнида етакчи фақат «такомиллаштириш», «кўтариш», «янгилиниш» ни талаб қилиб, лекин корхона фаолияти ривожланиши учун аниқ усул ва чораларни таклиф қилмаса, жамоа раҳбарнинг хатти-ҳаракатлари юзасидан жавобгарликни ўз бўйнига олмайди. Хужжатларни ходимларга танишиб чиқиш учун тарқатиш махсус йиғилишларсиз берилгани маъқулроқдир. Бу ўз навбатида ходимнинг иш вақтини тежаши билан биргаликда, иш самарадорлигига салбий таъсир кўрсатмайди. Операцион йиғилиш бошқарув жараёнининг қуйидаги уч босқичини қамраб олишга қаратилган:

- маълумот тўплаш;
- маълумотларни қайта ишлаш;
- қарор қабул қилиш.

Операцион йиғилиш пайтида, бошқа ходимларни жалб қилмасдан, фақат қарорга алоқадор ходимларни навбат билан тинглаш тавсия этилади.

Мунозарали учрашув - бу ҳар бир ходим ўз фикрини эркин билдириши мумкин бўлган расмий суҳбатнинг энг демократик шакли.

Мулоқотнинг психологик маданияти. *Сўзлашиш маданияти* - бу биринчи навбатда, суҳбатдошни ҳурмат қилишни англатади. Бирор кишининг қалбига йўл топиш учун нима уни қизиқтираётгани ҳақида гаплашиш керак. Суҳбатдош узоқ монологлар билан безовта қилинавермайди. Ҳар доим яхши тингловчи бўлиш, диққат билан тинглаш ва суҳбатлашаётган одамни илҳомлантириш муҳим аҳамиятга эга. Сиз суҳбатдошдан кўра ақлли бўлишингиз мумкин, лекин гапиришга ижозат бермасдан, буни таъкидлашга ҳаракат қилишингиз керак эмас.

Одамлар билан яхши муносабатларни ўрнатишда муваффақиятнинг сири бу - масалани бошқа одамнинг нуқтаи назаридан кўриб чиқиш, ҳам

унинг манфаатларини, ҳам бошқа одамнинг манфаатларини ҳисобга олган ҳолда ҳал қилиш қобилиятидир. Бошқалар сиз учун нима қилишларини истасангиз, сиз ҳам улар учун шундай қилишингиз керак. Тасдиқлаш ва далда бериш орқали одамларда ғайратни ривожлантиришга ҳаракат қилинг, одамда ўзига хос бўлган барча яхши нарсаларни уйғотинг.

Одамларни рози қилиш учун уларга самимий қизиқиш кўрсатиш керак. Одамларни, авваламбор, уларга хушмуомалалик, ҳурмат билан муносабатда бўлиш, барчага тенг ва адолатли, ўз ишларида ёрдам бериш қобилияти билан жалб қилиш мумкин. Тасдиқлаш, самимий сўз инсоннинг саъй-ҳаракатларини сафарбар қилиш, ижодий кайфиятини сақлашнинг энг самарали воситасидир. Коллективнинг барча аъзоларига тенг муносабатда бўлиш унинг бирлашиш шартларидан биридир. Меҳрибонлик, дўстлик, миннатдорлик каби муносабатлар одамларни қаттиққўллик ва ғазабдан кўра фикрларини ўзгартиришга ундаши мумкин. Нолойиқ ва қўпол сўзлар инсонларда салбий кайфият ва муносабат пайдо бўлишига сабаб бўлади.

Одамлар билим ва қобилиятларга эга бўлиб, баъзан оддий тактикага риоя қилмаслиги туфайли буларнинг барчасини йўқотади. Такт бу фазилатлардан биридир, унинг йўқлиги ҳатто инсон истеъдодига ҳам салбий таъсир қилади. Агар одамлар сизнинг муносабатингиздан рози бўлишларини истасангиз, бошқа одамларнинг фикрларини ҳурмат қилинг. Суҳбатни сизнинг фикрингиз турлича бўлган саволлардан бошламанг. Фикрлар бири-бирига тўғри келадиган жой ҳақида гапиринг. Суҳбат бошида «ҳа» жавоблари қанча кўп бўлса, сизнинг таклифларингизни кўриб чиқишда «ҳа» деган хулосага келиш эҳтимоли ҳам шунча кўпроқ бўлади.

Бирор кишига эътироз билдиришдан олдин, суҳбатдошни диққат билан тингланг, унинг ҳодисаларга бўлган нуқтаи назарини тушунишга ҳаракат қилинг. Агар зарурат бўлмаса, сиз тўғридан-тўғри гаплашаётган одамга нисбатан хато фикрда деган хулосага келманг. Яхшиси: "Мен сизнинг фикрларингизга бироз қўшила олмайман, лекин мен ҳам хато қилишим мумкин. Келинг, далилларни кўриб чиқайлик: агар мен адашган бўлсам, сиз

менинг қилган хатоларимни тузатишингизни истайман",- деган фикр ўринлироқдир. Асосий эътибор аргументлар санъатига ва уларни тақдим этишнинг аниқлигига қаратилиши керак.

Кўп гапириш кўп нарсани билади дегани эмас. Бирор нарсага ишонтириш учун унинг тўғрилиги ҳақида баҳслашиш шарт эмас. Келишмовчилик ҳеч қачон ҳурматсизликка олиб келмаслиги керак. Рақибнинг фикрини рад этганда, уни хафа қилмаслик керак. Хафа қилиш осон, кечирим сўраш қийин, самимий кечиримни олиш эса янада қийинроқ.

Сухбат қизиқ кетаётганини пайқаб, уни тўхтатиш ва асаблар тинчланишини кутиш яхшидир. Сокин оҳангда исботлаб бўлмайдиган нарсани йиғлаш билан исботлаб бўлмайди. Кўпинча: "илтимос, эътиборга олинг", "менинг фикримча", "агар қарши бўлмасангиз, мен такрорлайман ..." ва ҳоказоларни ишлатишга ҳаракат қилинг.

Принципиал шахс хулқ-атвори ва ундаги ожизликлар ҳақида гап кетганда, раҳбар қатъиятли ва иккала томон манфаатларини ҳисобга олиб, маълум бир мослашувчанликни кўрсатиши керак. Хафагарчиликсиз маслаҳат бериш, ишдаги ҳамкасбларнинг хатоларини кечириш, уларга хатоларини тўғрилаш имконини бериш ва уларнинг мурожаатида танқидни тўғри қабул қилиш қобилияти - бу маълумотли одамнинг белгиси, етук мулоҳазали раҳбар бўлишнинг асосий шартидир.

Назорат саволлари:

1. Мулоқотни бошқариш турлари ва воситаларини айтиб беринг.
2. Мулоқот тузилиши нима?
3. Мулоқотнинг асосий функцияларини айтиб беринг.
4. Мулоқот жараёнида тушунишнинг асосий механизмларини айтиб беринг.
5. "Ижтимоий перцепция" нима ва у раҳбарнинг самарадорлиги билан қандай боғлиқ?
6. Ижтимоий перцепциянинг асосий шакллари айтинг ва тавсифланг.
7. Шахслараро муносабатни тушунтиринг.

8. Қандай қилиб субъект самарали ўзаро ҳамкорликни ташкил қилиш учун ўзининг ва объектнинг хусусиятларини ҳисобга олади?

9. Мулоқотда психологик маданиятининг асосий қоидалари ҳақида айтиб беринг.

10. Корхонадаги мулоқот шаклларига умумий тавсиф беринг.

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. “Мулоқот - турли хил алоқа воситалари ва механизмларидан фойдаланган ҳолда маълумотни бир предметдан бошқасига ўтказиш жараёни. Мулоқотнинг мақсади ўзаро тушунишга эришишдир”,- таърифи кимга тегишли?

А. А. А. Леонтьев

Б. А. Г. Ковалёв

С. К. К. Платонов

Д. Б. Д. Паригин

2. “Мулоқот - бу одамларнинг ўзаро муносабати ва маълумотни узатиш фақат зарурий шартдир, аммо алоқанинг моҳияти эмас”,- таърифи кимга тегишли?

А. А. А. Леонтьев

Б. А. Г. Ковалёв

С. К. К. Платонов

Д. Б. Д. Паригин

3. “Мулоқот - бу гуруҳдаги коллективистик хусусиятлар шаклланадиган жамоадаги одамлар ўртасидаги муносабатлар жараёни”. Ушбу таъриф кимга тегишли?

А. А. А. Леонтьев

Б. А. Г. Ковалёв

С. К. К. Платонов

Д. Б. Д. Паригин

4. “Мулоқот - бу маълумот алмашиш, одамларнинг ўзаро ҳаракатлари ва

ўзаро муносабатлари йиғиндисидир”, - таърифи кимга тегишли?

А. А. А. Леонтьев

Б. А. Г. Ковалёв

С. К. К. Платонов

Д. Б. Д. Паригин

5. “Баъзи бир муаллифлар мулоқотни фаолиятнинг муайян томони деб ҳисоблашади: у ҳар қандай фаолиятга киритилган, бу унинг элементи, шартидир”. Ушбу таъриф кимга тегишли?

А. Д. Б. Элконин

Б. А. Н. Леонтьев

С. Б. Ф. Ломов

Д. К. К. Платонов

6. Мулоқотнинг функцияси унинг онтогенезида шахснинг бутун социализация қилинишидаги ролида ётади.

А. ривожлантирувчи

Б. англаш ёки идрок қилиш функцияси

С. йиғиш ёки тўплаш функцияси

Д. конгитив.

7. Мулоқотнинг ... функцияси шундан иборатки, мулоқот кичик гуруҳ аъзолари ҳуқ-атворининг ижтимоий боғлиқлигининг муҳим омилларидан бири, уларнинг қизиқишлари, мақсадлари, режалари, мотивлари, истаклари, эҳтиёжлари, ҳаракатлари ва хатти-ҳаракатлари, шунингдек уларнинг ташқи кўринишини тартибга солишдир.

А. ривожлантирувчи

Б. англаш ёки идрок қилиш функцияси

С. йиғиш ёки тўплаш функцияси

Д. конгитив.

8. Мулоқотнинг ... функцияси гуруҳда гуруҳ аъзолари ўртасида ягона фикрнинг пайдо бўлишига, ўзаро тушуниш, келишувга эришиш, муроасага келиш, яқин муносабатлар ўрнатиш, синхронизация, ҳаракатларни

мувофиқлаштиришга хизмат қилади.

- А. англаш ёки идрок қилиш функцияси
- Б. йиғиш ёки тўплаш функцияси
- С. етакчилик ёки бошқариш функцияси
- Д. ривожлантирувчи функцияси

9. Улар орасида хронотиплар аниқ ҳолатлар, масалан, транспорт воситаси ҳамроҳидир.

- А. Фазовий-вақтинчалик хусусиятлар тизими
- Б. Кинетик тизим
- С. Акустик тизим
- Д. Оптик тизим

10. "Ижтимоий идрок" тушунчаси кимнинг номи билан боғлиқ?

- А. Д. Б. Элкониин
- Б. А. Н. Леонтьев
- С. Б. Ф. Ломов
- Д. Ж. Брупер

Фикрлаш учун топшириқлар

1. Ушбу мавзу бўйича билимлар базасининг структуравий-мантикий диаграммасини яратинг.

2. Америкалик психолог Г. Оллпорт эксперимент ўтказди, бунда субъектларнинг ўзаро муносабатлари уларнинг мулоҳазалари ва ҳаракатларига таъсири аниқланди. Бунинг учун битта умумий ва бешта изоляция қилинган хоналар ишлатилган. Маълум бўлишича, изоляция қилинган шароитда натижалар гуруҳ ҳаракатларига ва одамларнинг ҳулосаларига қараганда анча фарқ қилади. Бунинг сабабини тушунтиришга ҳаракат қилинг.

3. Кундалик ҳаётда ва инсон фаолиятида мулоқот тўсиқларининг роли ва аҳамиятини тушуниш учун баъзи мисолларни келтиринг.

4. Раҳбар учун қандай маълумотлар керак ва уни қандай қилиб олиш мумкин?

5. Мулоқот шакллари ва тўсиқларнинг расмий схемасини ўзгартиришга олиб келадиган психологик омиллар қандай?

Адабиётлар:

- 1.Боймуродов Н. Раҳбар психологияси. - Т.: 2007.
- 2.Махмудов И. Бошқарув психологияси. - Т.: 2006.
3. Урбанович А. А. Психология управления. - М.: 2004.
4. Психология менеджмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. - СПб.: 1997.
- 5.Старобинский Э.Е. Как управляют персоналом. - М.: 1995.
- 6.Шепель В. М. Эффективный менеджмент. - М.: 2015.

3-БОБ. ИЖТИМОЙ ГУРУҲЛАР ВА ЖАРАЁНЛАРНИ **БОШҚАРИШНИНГ ПСИХОЛОГИК АСОСЛАРИ**

6-МАВЗУ. МОЖАРО ВА МУЗОКАРАЛАР ЎЗARO УЙҒУНЛИГИ

Режа:

1. Низоли вазиятлар ва музокара
2. Ташкилотни бошқаришда музокаралар
3. Музокараларнинг моҳияти ва таснифи
4. Музокара моделлари
5. Музокара услублари
6. Музокаралардаги қийинчиликлар: тўсиқлар, можаролар, манипуляциялар

Таянч сўзлар: менежмент, менежер, бошқарув, дистрибути, интегратив, позицион (позицион тузилиш), ички ташкилий, вертикал музокаралар, горизонтал музокаралар, юқори даражадаги музокаралар, музокара моделлари, музокаралар дилеммалари

6.1. Низоли вазиятлар ва музокара

Низо - бу аниқ шахс ёки гуруҳлардан иборат бўлган икки ёки ундан ортиқ томон ўртасида муроа мавжуд бўлмаслигидир. Ҳар бир томон ўз нуқтаи назари қабул қилинишига интилиб, бошқа томоннинг шундай ҳаракат қилиши учун тўсқинлик қилади.

Ҳозирги замон нуқтаи назаридан самарали бошқарилувчи корхоналарда баъзи низолар мавжуд бўлибгина қолмай, улар мавжуд бўлиши зарурдир ҳам. Албатта, низо доимо ижобий хусусиятга эга бўлмайди. Баъзи ҳолларда у алоҳида шахс ёки бутун корхона эҳтиёжларини қондиришга тўсқинлик қилади. Лекин кўпчилик ҳолларда низолар турли фикрларни баён қилишга

ёрдам беради, қўшимча ахборот, альтернатив қарорларга эга бўлиш учун имкон яратади. Бу эса қарор қабул қилиш жараёнини самаралироқ қилиб, кишиларга ўз фикрини билдириш учун имкон яратади. Ўзбек тилининг изоҳли луғатида низо тушунчаси қуйидагича талқинқилинади:

Низо – бу ўзаро келишмовчилик ёки қарама - қаршилик, душманлик, адоват орқасида туғилган ҳолат, муносабат, ихтилоф, нифоқ.

Низоларнинг тўрт асосий тури мавжуд: шахснинг ички низоси, шахс ва гуруҳ ўртасидаги низо, шахслар ўртасидаги низо, гуруҳлар ўртасидаги низо.

М. Дойч томонидан низоларнинг қуйидаги турлари аниқланган:

1. Ҳақиқий низо. Манфаатлар тўқнашуви объектив мавжуд бўлиб, қандайдир ўзгарувчан омилга боғлиқ эмас.

2. Тасодифан ёки шартли низо. Бунда низоли муносабатлар тасодифан рўй берадиган ва тез ўзгарадиган вазиятлар эвазига пайдо бўлади ва иштирокчилар томонидан англабмайди.

3. Ўғирланган низо. Идрок этилаётган низо сабаблари низо асосида ётган ҳақиқий объектив сабаблари билан боғлиқ эмас.

4. Нотўғри талқин қилинган низо. Низоли муносабатлар ҳақиқий низо иштирокчиларига эмас, бошқа шахсларга тегишли деб тушунилади.

5. Яширин низо. Объектив сабабларга кўра низоли муносабатлар рўй бериши керак, лекин зиддиятлар намоён бўлмайди.

6. Ёлғон низо. Бу низонинг объектив сабаблари йўқ ва у нотўғри тасаввурлар ва тушунмовчиликлар натижасида пайдо бўлади.

Ёлғон низо ҳақиқий низога ҳам айланиши мумкин. Жамоада низоларни бошқариш учун раҳбар бошқариш вазифаларининг ечимлари ҳақида умумий тасаввурга эга бўлиши керак. Жамоада низоларни бошқаришда раҳбар фаолиятининг энг биринчи вазифаси низоли муносабатларнинг характери ҳамда унинг субъектлари ва қатнашчиларини аниқлаштиришдир.

Бошқариш жараёнида низо — бу раҳбар, ишчи ва бошқа ходимлар ўртасида муайян масалаларни ҳал қилишда томонларнинг бир-бири билан бир ечимга кела олмаганлиги туфайли вужудга келадиган вазиятдир. Ишлаб

чиқаришдаги низолар кишилар кайфиятига салбий таъсир килади ва уларнинг иш қобилиятини пасайтиради, жамоадаги “руҳий иқлим”ни ёмонлаштиради, кадрлар қўнимсизлигини кўпайтиради. Шунинг учун бу масалаларга доимо эътибор бериш- меҳнат жамоаларини бошқаришни, кадрлар турғунлигини таъминловчи шартлардан биридир.

Низоли вазиятларни ечиш бўйича қарор қабул қилишда одамларнинг 4 та типи фарқланади: кўрқиб қарор қабул қилувчилар, хушёр қарор қабул қилувчилар, қарор қабул қилишдан қочувчилар ва қарор қабул қилишни ортга сурувчилар (Мельбурн сўровномаси бўйича).

Музокара – бу бирон-бир масала юзасидан келишув жараёнидир. Бу жараёнда, одатда, камида икки томон иштирок этади ва ҳар қайси томон ўз манфаатини амалга оширишни кўзлайди. Манфаатлари турлича бўлишига қарамай, умумий фаолият олиб боровчи томонлар маълум қоидалар доирасида ҳаракат қилиб, ўзаро қониқтирувчи ва ҳамма томонга маъқул ечим устида иш олиб борадилар. Айнан шу умумий фаолиятнинг мавжудлиги манфаат ва мақсадларни мувофиқлаштириш имкониятини туғдиради. Шунинг учун ҳам музокара орқали мақсадга эришишни хоҳловчи раҳбар бу жараёнга хос томонларни, қолаверса, хусусиятларни билиши ва кези келганда уларни бошқара олиши лозим. ⁵

6.2. Ташкилотни бошқаришдаги музокаралар

Одатда, музокаралар механизмидан фойдаланиш ҳақида менежмент ва можаролар муаммолари билан боғланган ҳолда сўз юритилади. Шу билан бирга, ташкилотнинг фаолиятида музокаралардан фақат низоларни ҳал қилишдагина фойдаланилмайди. Инсонларнинг кундалик амалиётида музокаралар муҳим ўрин тутди ва ташкилотлардаги ташкилий жиҳатларни, ташқи ва ички ўзаро таъсир жараёнларини таъминлашда кенг қўлланилади. Ташкилотлар ривожланишининг замонавий тенденциялари: бозорга устувор йўналиш сифатида қараш, тадбиркорлик, бошқарувни марказсизлаштириш ва

⁵ Махмудов И. Бошқарув психологияси . Т., 2006, б. 54

бошқа шунга ўхшаш жараёнлар асос бўладиган музокараларнинг аҳамиятини оширади.

Таъкидлаш жоизки, музокараларсиз бир қатор касблар: юристлар, педагоглар, дипломатлар, сиёсатчилар, сотувчилар, менежерлар, ташкилий маслаҳатчилар ва бошқа мутахассислар фаолиятининг амалга ошиши мумкин эмас. Кундалик ҳаётнинг одатий амалиёти - олиб-сотишдан тортиб ўқитиш ва тарбиялашгача, ишга ёллашдан тортиб хизмат вазифаларини бажаришда ўзаро ҳамкорлик қилишгача - музокаралар кўникмаларига эга бўлишни талаб қилади. Уларга мисол қилиб бировнинг манфаатларини ҳисобга олишга тайёр туриш, таклифларга жавоб бериш, тинглаш, бошқаларнинг қадриятларини кўриш ва қабул қилиш қобилияти, ўзаро ҳамкорлик қилиш маҳорати кабиларни айтиш мумкин.

Шундай қилиб, атрофимиздаги инсонлар билан муносабатларга киришар эканмиз, биз муқаррар равишда улар билан музокараларга ҳам киришамиз ва музокаралар механизмларидан фойдаланган ҳолда ҳаракат қиламиз. Шу билан бирга, самарали музокаралар шунчаки унумли алоқалар билан боғланмасдан, ушбу жараённинг ўзига хос хусусиятлари: музокараларнинг юзага келиш шартлари, объектив зарурати ва олиб борилиш имкониятлари, музокаралар жараёнини белгилайдиган бошқа ҳолатларнинг ҳисобга олинишини талаб қилади.

Ушбу боб музокараларнинг моҳияти ва типологиясига, уларнинг тузилиш моделларига, шахсий музокаралар услубларига бағишланади. Музокаралардаги тўсиқлар: иложсиз вазиятлар, манипуляциялар, куч ишлатиш билан боғлиқ бўлган беқарор ҳолатларга алоҳида эътибор қаратилади, уларнинг конструктив вазифаси кўрсатилади.

6.3. Музокараларнинг моҳияти ва таснифи

Замонавий адабиётда музокаралар муаммоси турли жиҳатларда: тарих ва чуқур назариялардан тортиб, амалий қўлланиладиган адабиётгача тадқиқ

килинган. Жанрга қараб, муаллифларнинг интилишлари ва устувор карашлари кўпроқ ёки камроқ даражада кузатилади. Баъзи манбаларда биз абстракцияларнинг юқори даражаси ва назарий моделларини кўрамиз ва улар, одатда, амалиётда чекланишларга олиб келади. Кўплаб илмий ишлар турмуш тажрибасини, аниқ йўл-йўриқлар, қоидалар ва тактик усулларни тасвирлашга бағишланган. Ушбу тадқиқотлар кенг қўлланилиш, ҳар қандай шароитда муваффақият қозониш ва ғолиб бўлиш имкониятини ривожлантиришга даъвогарлик қилади. Бироқ, агар амалиёт музокаралар учун ўзига хос муаммоларни, бутунлай аниқ бўлган иштирокчиларни, реал шароитлар ва ҳолатларни илгари сурса, у ҳолда аниқ тавсияларни қўллаш қийин бўлиши мумкин.

Музокараларни тайёрлаш ва амалий иш олиб бориш учун ,аввало, назарий ва амалий ишланмаларни ёдда тутиш, стратегия ва тактикани танлаш, пухта тайёргарлик кўриш ва муайян музокаралар жараёнининг динамикасига тезкорлик билан эътиборни қаратиш фойдалидир.

Музокараларни олиб бориш маҳорати тарихи XVII асрдаги франциялик дипломат *Франсуа де Каллере* номи билан боғлиқ (бу ҳақида, масалан, *В. Мاستенбрук*, 1995. да кўриш мумкин). Гарчи музокараларни олиб бориш санъати *В.Мастенбрук* томонидан фақат дипломатик фаолият мисолида кўриб чиқилган бўлса-да, у музокараларда зарур бўладиган айрим хатти-ҳаракатлар услубларини тавсифлаган, музокарачилар нутқининг мазмундорлиги, ҳиссий тарафлари, интизоми ва шахсий хислатлари бўйича амалий тавсияларни ҳам берган. Умуман олганда, ҳулқ-атвор, фаолият ва ҳиссий назоратни, куч ишлатишни тавсифловчи феноменлар уларнинг муҳим хусусиятларини акс эттиради ва замонавий музокаралар моделларида ҳам асосий ўрин тутди.

Музокараларни ҳодиса сифатида кўриб чиқишни қаердан бошлаш керак? Уларнинг манбаси нима ва улар қаердан келиб чиқади? Музокараларнинг бошқа алоқа жараёнларидан фарқловчи хусусиятлари нимадан иборат ва уларнинг имкониятлари қандай?

Музокараларни тавсифлаш учун семантик майдон етарлича кенг бўлиб, шу боис уларнинг моҳиятини аниқлаш учун қўлланиладиган тушунчалар бир қатор асосларга кўра бирлаштирилиши ва таснифланиши мақсадга мувофиқдир. Масалан, таснифлаш қуйидагиларга: музокаралардаги хатти-ҳаракатларнинг ўзаро таъсири ва мазмуни, ҳулқ-атвор шакллари ва ҳиссий эътибор, шахслараро муносабатлар ва уларни бошқариш усуллари, стратегия ва тактика, музокараларнинг босқичлари ва процедуралари, музокараларда ҳукмронлик ва куч кабиларга асосланиши мумкин.

Таъкидлаш лозимки, *музокаралар ўзининг моҳиятига кўра икки ёки ундан ортиқ томонларнинг ўзаро боғлиқлик нуқтаи назаридан уларнинг ҳар бири манфаатларига эришиш учун ҳаракат қилишини англатади.* Шу тариқа, музокараларнинг бевосита манбаи бу субъектларнинг ўзаро боғлиқлигидир. Ўзаро боғлиқликнинг моҳияти, унинг кучи ва йўналиши ўзаро таъсир қилувчи субъектлар ўртасида юзага келиши мумкин бўлган жараёни белгилайди.

Ҳар бир ташкилот, бир томондан, бир-бири билан ўзаро боғлиқлик, бошқа томондан, мустақиллик ва автономия истаги билан боғланган тузилмалар (бўлимлар, хизматлар, департаментлар) ва алоҳида ходимларнинг мажмуидир. Юқоридагилардан келиб чиқиб, ташкилотдаги музокаралар унинг самарадорлигини оширишнинг муҳим механизми ҳисобланади. Энг аввало, бу ташкилий тузилма стратегия, маданият, ахборот тизими ва ўзаро муносабатларни ривожлантиришга тегишлидир.

Умуман олганда, музокаралар муносабатларнинг стратегияси сифатида ўзаро боғлиқлик ва **"ҳамкорлик - кураш"** қутбини ташкил этувчи бошқа стратегиялар қаторида кўриб чиқилиши керак. Музокаралар кўрсатилган қутблар ўртасида оралиқ позицияни эгаллайди. Бундай ҳолатда "ҳамкорлик" ва "кураш" ҳолатлари нафақат музокараларда кенг қўлланиладиган шахслараро муносабатларнинг механизмлари сифатида, балки тегишли сабаблар билан боғлиқ бўлган, бундан келиб чиқадиган оқибатларга эга бўлган томонлар ўртасидаги муносабатлардаги принципиал рўй бериши

мумкин бўлган ёндашув сифатида ҳам кўрилади. Бу ерда ўзаро боғлиқликнинг кучи ҳамда ўзаро таъсирнинг табиати ва йўналиши асосий жиҳат ҳисобланади. Демак, ўзаро боғлиқлик кучли бўлганда ва зарурат билан боғлиқ умумий мақсадлар ва манфаатлар мавжуд бўлганда, *ҳамкорлик* каби муносабатлар стратегияси пайдо бўлади. Томонлардан бирининг ўз манфаатларини бошқасининг ҳисобидан, унинг манфаатларини ҳисобга олмасдан, ёхуд минимал эътибор билан қондириш мумкинлиги тўғрисида савол туғилганда *кураш*, *жон сақлаш* муносабатлари юзага келади. Ҳар бир томоннинг белгиланган муносабатлар стратегияларидан фойдаланиши унинг имкониятлари ва шахсий танлови билан белгиланади. В.Мастенбрук (1995) у ёки бу муносабатлар стратегиясини тавсифловчи турли хил тактикаларни таққослайди. Ушбу маълумотлар 2-жадвалда келтирилган.

**2-жадвал. Ўзаро таъсир этувчи субъектлар ўртасидаги
муносабатлар стратегиясини тавсифловчи тактикалар**

Ҳамкорлик	Музокаралар	Кураш
1	2	3
Томонлар можарога умумий муаммо сифатида қарайди	Можарога турли хил, аммо ўзаро боғлиқ манфаатларнинг тўқнашуви сифатида қаралади	Можаро фақат ютиш, ғалаба қозониш усули сифатида кўрилади (биз ёки улар)
Шериклар ўз мақсадларини етарли даражада аниқ тузади	Шериклар ортиқча равишда ўз манфаатларининг аҳамиятини бўрттириб кўрсатадилар, аммо келишув имкониятини истисно қилмайдилар	Шериклар шахсий манфаатлардаги устунликни таъкидлашади

Заиф жойлар ва шахсий муаммолар очик муҳокама қилинади	Шахсий муаммолар яширилади ёки эҳтиёткорлик билан тақдим этилади	Шахсий муаммоларга умуман эътибор қаратишмайди
Барча тақдим этилган маълумотлар ҳаққонийдир	Тақдим этилган маълумотлар бир томонлама бўлса ҳам, сохталаштирилмаган. Томонлардан бирига фойдали бўлган фактлар безатилади	Агар сохта маълумотлар ёрдамида рақибни бўйсундириш мумкин бўлса, улар бажонидил тарқатилади
Муҳокама учун саволлар реал муаммолар атамаларида тақдим этилади	Муҳокама учун саволлар муқобил ечимлар атамасида тузилади	Кўнмаслик саволлари шахсий қарор атамалари асосида тузилади
Шахсий қарорнинг таклифи иложи борида орқароққа қолдирилади	Шубҳасиз, шахсий қарорга устунлик берилади, аммо рухсат этилган чегаралар ва имтиёзлар имконияти зарурдек ҳисобга олинади	Мутлақ ва шартсиз афзалликлар барча мумкин бўлган усуллар билан ифодаланадиган ва қабул қилинадиган шахсий қарорга берилади
Таҳдидлар, чалкашликларни олиб кириш, шерикнинг хатоларидан фойдаланишга зарарли ҳолатлар сифатида қаралади	Пухта ўйланган таҳдидлар, чалкашликлар, найранглардан холис фойдаланиш	Таҳдидлар, чалкашликлар, зарба эффектлари ва б. ҳар қандай вақтда рақибни бўйсундириш учун қўлланилиши мумкин

Шахсий куч салоҳиятини яшириш ва ундан фойдаланмасликнинг ҳар қандай имконияти қўлланилади	Куч баъзида фойда олиш мақсадида кучлар мувозанатига таъсир қилиш учун ишлатилади	Иккала томон ҳам курашда доимий равишда куч ишлатиб, оппонентни узоқлаштирган ва ажратган ҳолда ўзаро боғлиқликни оширади
Инсонлар оппонентнинг ҳолатига киришга, ўзини унинг ўрнига қўйишга ҳаракат қиладилар	Оппонентнинг муаммоларига қизиқиш тактик восита сифатида ишлатилади	Ҳеч кимнинг бошқа томоннинг манфаатлари ва муаммолари билан иши йўқ
Ғазабланиш келгусидаги ҳамкорликка салбий таъсир этиши мумкин бўлган кескинлик муҳитини йўқотиш учун қўлланилади	Ғазабланиш ,одатда, бостирилади ёки яширин равишда, масалан, ҳазил ёрдамида ифода этилади (конструктив психологик муҳит сақланади)	Ғазабланиш кескин душманлик муҳитини қиздириш, бошқа томонни бостириш учун қўлланилади

2-жадвалдан хулосалар:

•Музокаралар томонларнинг ўзаро боғлиқлиги натижасида юзага келадиган муносабатларнинг мумкин бўлган стратегияларидан бири ҳисобланади.

- Музокаралар ҳамкорлик ва томонларнинг кураши ўртасидаги оралик ўринни эгаллайди.

- Музокаралар томонлар учун ўзаро қониқишни таъминлаб, бу муносабатлар стратегиясининг афзаллиги ҳисобланади.

Музокараларнинг моҳиятини тушуниш учун, *музокараларни олиб боровчи томонлар ўртасидаги муносабатлар, ўзаро боғлиқликдан ташқари, ҳар бир томон ўзининг мутлақо аниқ манфаатларига эга эканлиги билан ҳам белгиланиши, ўша моҳият шу манфаатга интилишини ҳам тасаввур қилиш*

муҳимдир.

Бироқ ўзаро боғлиқлик ўз манфаатларини қондириш имкониятидан ташқари, томонлар учун музокараларда ўз ҳукмронлигидан (кучларидан) фойдаланиш имкониятини яратади. Кучни тўғри ишлатиш музокаралар стратегияси ва тактикасини яратишга, муваффақиятларга эришишга ва самарали бўлишга имкон беради. Шу тариқа, ўз манфаатларига ҳаддан ташқари берилиш янада қатъий стратегияга олиб келиб, у ишончсизлик, самарадорликнинг пасайиши ва ҳатто, музокараларнинг бузилишига ҳам олиб келиши мумкин.

Музокараларда фақат ўзини кўрган ҳолда юзма-юз иш олиб боришнинг иложи йўқ. Биз бу ҳақида музокаралар моделлари ва тактикасини кўриб чиқишда батафсилроқ тўхталамиз. Шу билан бирга, ҳамкорлик қилишга назоратсиз интилиш кўпинча шахсий эҳтиёт чораларининг зарарига ишлайди. Шахсий потенциал ҳолат жабр кўради. Баъзан эса кутилган нарсага мутлақо зид натижа юзага келади: ишончсизлик, куч ишлатиш ёки таслим бўлиш истаги кучаяди. Жараёни ва кейинги ишларни ривожлантириш ўрнига оппонентни айблаш муносабатлари ўрнатилади.

Музокараларда нуфуз учун кураш, вайронкор тўқнашувлар айнан шахсий манфаатларга меъёрдан ортиқ берилиш ёки ҳаддан ташқари бир томонлама ишонч, гипертрофацияланган ҳамкорликнинг мавжудлиги натижасидир.

Шундай қилиб, музокаралар - бу айтиб ўтилган қутблар: ҳамкорлик ва кураш ўртасидаги мувозанатлаш жараёнидир.

Биз музокараларнинг моҳиятини аниқлаган ҳолда, ҳозирча уларнинг манбаларини, яъни томонларнинг ўзаро боғлиқлиги ва уларнинг ҳар биридаги шахсий манфаатларининг мавжудлигини белгиладик. Музокараларнинг ўзи нима? Ушбу жараёни қайси элементлар ташкил этади?

Муқаррар факт шундан иборатки, музокараларда асосий нарса *маълум бир муаммони ҳал қилиш*дир. Бундан ташқари, ушбу жўшқин жараён

кўплаб бошқа таркибий қисмларни ўз ичига олади. Демак, музокаралар давомида **томонлар ўртасидаги муносабатлар** ишлаб чиқилади ва ривожланади, **томонларнинг** мумкин бўлган **улушлари** аниқланади, **шахсий манфаатлар** ва эҳтиёжларнинг **жамоа** манфаатлари ва эҳтиёжларига таъсир қилиши рўй беради, **келишувга эришиш учун гуруҳларнинг ички музокаралари** олиб борилади, яқуний **битим** қабул қилинади ва ҳ.к.

Айрим муаллифлар музокараларни турли хил фаолият турларининг мажмуи деб ҳисоблашади (*Р. Уолтон, Р. Мак-Керсис, У.Мастенбрук*). Шундай қилиб, *У.Мастенбрук* ўз концепциясини ишлаб чиқишда музокаралардаги тўртта фаолият турларини ажратиб кўрсатади. Булар: 1) тегишли натижаларга эришиш; 2) куч балансига таъсир кўрсатиш; 3) конструктив психологик муҳитни яратиш; 4) мослашувчан тактикалардан фойдаланиш. Ушбу фаолият турлари бир қатор дилеммалар асосида амалга оширилади.

У. Линкольн музокараларга амалий таъриф беришда ҳамкорлик нуқтаи назаридан келиб чиқади ва улардаги учта асосий жараённи аниқлайди. Булар: 1) муносиб алоқа; 2) самарали таълим; 3) ҳукмронликдан масъулиятли фойдаланиш.

Р. Фишер ва *У. Юри* (1990) музокараларни, аслини олганда, **тамойиллар ва амалий услублар** тўплами сифатида ифодаланадиган усул сифатида кўриб чиқиб, қуйидаги усулларга амал қилиш музокараларда муваффақият келтиради, деб ҳисоблайди:

- Муҳокама иштирокчилари ва муҳокама қилинаётган масалаларни фарқлаш зарурати.

- Асосий эътиборни позицияларга эмас, балки манфаатларга қаратиш.
- Ўзаро манфаатли вариантларни ихтиро қилиш.
- Объектив мезонлардан фойдаланиш.

Ч.Л.Каррас. музокаралар жараёнининг моҳиятини барча музокараларга хос бўлган элементларнинг йиғиндисига боғлайди. Улар 3-жадвалда келтирилган..

**3-жадвал. Музокаралар жараёнининг элементлари ва уларнинг
детерминантлари**

Музокара жараёнининг элементлари	Детерминантлар
1	2
Кутилаётган натижалар даражаси	Мақсадларни аниқлашдаги хатти-ҳаракатлар Гуруҳдаги аъзолик Муваффақият ва мағлубият Мақсадга эришиш мотивацияси ва муваффақият Хавф Тиришқоқлик Реаллик ва психик ҳолат Шахсий таъриф
Позиция кучининг манбалари баланси	Мукофот Жазо Қонунийлик Мажбурийлик Хабардорлик Рақобатбардошлик Ноаниқлик Вақт ва куч Музокаралар кўникмаси
Процессуал -мазмун элементлари	Ҳисса бўйича музокаралар Муаммони ҳал қилиш жараёни Муносабатларни ривожлантириш жараёни: тажовузкорликни ишлатиш ва ҳисобга олиш; ўзаро мослашиш;

	очик ҳамкорлик; оппонент билан яқин ҳамкорлик қилиш; Позиция кучидан фойдаланиш жараёни: куч - кучсизлик тактикаси; мағлуб бўлиш ёқасида мувозанат; умум қабул қилинган кучдан фойдаланиш; иррационал ёндашувдан фойдаланиш. "Ўзи билан ўзи битим тузиш" жараёни – гендер таъсирини ҳисобга олган ҳолда шахсий манфаат динамикаси Гуруҳлараро келишув жараёни Жараённинг фаза ва вақт хусусиятлари: дастлабки муҳокама босқичи; ҳақиқий музокаралар босқичи; музокарадан кейинги босқич.
Эҳтиёжлар ва мақсадлар	Асосий эҳтиёжлар намуналари: омон қолиш воситалари; хавфсизлик; муҳаббат; фаровонлик; ўзини ифода этиш. Мақсадлар типологиялари вариантлари: пул; ҳукмронлик ва куч; билимлар; ютуқлар; кувноқлик, фаоллик ва қизиқувчанлик ҳолати; жамоат ҳаётида иштирок этиш; эътироф ва мақом; ҳимояланганлик ва таваккал қилмаслик истаги

Мақсадлар ва қадриятлар- ни англаш	Оппонентнинг ўз мақсадларини идрок этиш билан боғлиқ истаклари Оппонентнинг ўз мақсадларини ўзи англаши Оппонентнинг мақсадларини англашимиз Оппонентнинг мақсадларимизни англаши бўйича истакларимиз Оппонентнинг бизнинг мақсадларимизни қандай англаши бўйича тасаввуримиз Мақсадларни шахсий идрок этиш Ҳар бир томоннинг эришган ютуқлардан мамнун бўлишини максималлаштириш
Кутилаётган қониқиш	Эквивалент ғалаба қозониш эҳтимоли камлиги Натижадан қониқиш мазмуни ва даражасидаги субъектив фарқлар Томонларнинг улушларини аниқлашдаги объектив зарурат Моддий қониқиш бу битимнинг фақат бир қисмидир. Оппонентнинг қониқиши, умидлари ва мақсадлари бўйича тахминлар Оппонентни процессуал синовдан ўтказиш зарурати

Кўриб турганимиздек, музокаралар анча мураккаб тузилишга эга бўлиб, аралаш мотивация билан белгиланади ва шунинг учун уларни ўрганиш қийиндир. Шу билан бирга, таснифларнинг ҳар хил турлари кўп жиҳатдан уларнинг моҳиятини англашга ёрдам беради. Қуйида келтирилган т и п о л о г и я ташкилотдаги музокараларни тавсифлаш учун фақат айрим изоҳлар билан қўлланилади.

Демак, бир қатор муаллифлар (масалан, *Р.Уолтон*, *Р.Мак-Керсис*) қуйидаги музокаралар турларини ажратиб кўрсатишади:

1. Дистрибутив - шахсий фойдани максимал даражада олишга қаратилган.

2. Интегратив - мақсади ўзаро фойдали вариантларга эришиш бўлган.

3. Позцион (позцион тузилиш) - томонлар ўртасида яхши муносабатларни ўрнатиш учун.

4. Ички ташкилий - жамоада мурасага эришишга қаратилган.

Агар биз музокараларнинг асосий хусусиятларини, аниқроғи, ўзаро боғлиқлик ва қарама-қарши манфаатлар бир вақтнинг ўзида мавжудлигини эсга олсак, уларнинг иштирокчилари ушбу икки ҳолат ўртасида доимий равишда мувозанатни сақлашлари зарурлиги аён бўлади. Шунинг учун ҳақиқий музокаралар ушбу жараёнларнинг барчасини ўз ичига олади ва **аралашган** бўлади.

Ҳамкорликка йўналтирилган музокаралар концепциясида (*У.Линкольн, Р.Фишер, У Юри*): **1) манфаатларга; 2) муаммоларга; 3) тамойилларга; 4) позицияларга** қаратилган музокаралар фарқланади. Позцион музокаралар манфаатга қаратилган ва томонларнинг манфаатларини қондиришни мотивация, мақсад, восита ва натижага айлантирадиган шакли ўзгарган музокаралардан иборатдир. Бунга можароли вазиятни адолатли, барқарор ва реал ҳал этишга қаратилган томонларнинг интилишлари ва хоҳиши мисол бўлиб, шундан сўнг, эҳтимол, бошқа соҳаларда ҳам, можароларни бошқариш доирасида музокаралар ўтказиш ва бошқа натижаларга эришиш мумкин бўлади.

Агар биз таснифлаш учун асос сифатида музокараларнинг функционал жойи - стол атрофида иштирокчилар таркибини кўриб чиқадиган бўлсак, унда музокараларнинг қуйидаги турларини ажратиш мумкин бўлади:

1. Вертикал музокаралар - масалан, юқори идоралар билан. Улар расмий ва норасмий бўлиши мумкин. Шу билан бирга, вертикал музокаралар бевосита иштирокчиларнинг музокаралар столи атрофида бўлмаганлар олдида юридик, ташкилий ёки маънавий жавобгарлигини англатади. Масалан, бунинг учун ташкилотда ўрта чизикдаги менежернинг юқорида турган шахс билан қўл остидагиларнинг вазифаларини тақсимлаш ва

кўшимча функцияларни киритиш бўйича маслаҳатлашуви ўтказилиши мумкин. Вертикал музокаралар уларда жисмонан иштирок этмаганларнинг қарорларга алоқадорлигини таъминлашга имкон беради.

2. Горизонтал музокаралар. Улар қуйидагича бўлади: а) муросага келиш учун шахсий жамоа аъзолари ўртасида; б) қарама-қарши гуруҳ аъзолари ўртасида шахсий муаммоларни ҳал қилиш учун. Бу музокараларнинг яна бир (рухсатсиз) туридир.

3. Тасдиқланмаган.

4. Кенгайтирилган стол атрофида - қуйи комиссияларда, ишчи гуруҳларида ва б. Иккала томонга тавсияларни ишлаб чиқиш учун жамоалар вакилларининг учрашуви жараёнини билдиради. Кейинчалик ушбу тавсиялар горизонтал, вертикал, икки томонлама ва кўп томонлама музокаралар предметиға айланади.

5. Юқори даражадаги музокаралар - гуруҳ раҳбарлари ўз жамоаларига муаммоларни ҳал қилишнинг мумкин бўлган вариантларини таклиф қилиш мақсадида гуруҳ раҳбарлари ўртасида бўлиб ўтади.

Биз кўриб чиқадиган омиллар: музокаралар жараёнини белгилайдиган томонларнинг ўзаро боғлиқлиги ва манфаатларининг мавжудлиги мутлақо ягона омиллар эмасдир. Музокаралар жараёнига алоқадор бўлмаса ҳам, унга таъсир кўрсатадиган бир қатор ташқи омиллар мавжуд. Ушбу таъсир асосида ҳар бир жамоада мавжуд бўлган манфаатлар, майллар ва устуворликлар ётади.

Бундан ташқари, бир қатор таркибий омиллар: вақт, қонунлар, иқтисодий имкониятлар ва б. мавжуд. Бунга ташқи босим ва бошқа таъсир турлари (ижтимоий гуруҳлар, обрўли шахслар, сиёсий воқелик, оммавий ахборот воситалари, учинчи шахслар ва б.нинг мақсадли босими)ни киритиш мумкин. Ушбу омилларнинг ўзи музокара қилинмайди, аммо уларни ҳисобга олиш зарурдир.

6.4. Музокара моделлари

Музокара моделлари музокаралар жараёнининг моҳияти ва уни белгиловчи омиллар асосида қурилади. Бунда муаллифлар ўз тушунчаларини ишлаб чиқиш учун бир қатор асослардан фойдаланадилар.

Юқорида айтиб ўтилганидек, У. Мастенбрук (1996) Р. Уолтон ва Р. Мак-Керсис (1965)дан кейин музокарачиларнинг қуйидаги турли фаолият турларини аниқлашга асосланган музокараларга ёндашишдан келиб чиқади: 1) тегишли натижаларга эришиш; 2) куч балансига таъсир кўрсатиш; 3) конструктив психологик муҳитни яратиш; 4) жараёни ривожлантириш учун мослашувчан тактикалардан фойдаланиш. Бундан ташқари, у ўз моделини яратиш учун яна иккита сабабни келтиради. Булар: **1.Музокараларда ишлаб чиқиладиган характерли хатти-ҳаракатлар:** а) ҳамкорлик - кураш; б)шакллантириш (ёки тадқиқот) - четланиш; ва **2.Музокаралар дилеммалари:** а) кўнгилчанлик ёки ўжарлик; б) итоаткорлик ёки ҳукмронлик; в) киришимлилиқ ёки адоват; д) шакллантириш ёки четланиш. Шунингдек, таркибий қисмларнинг ўзи - фаолият типлари, хатти-ҳаракатлар турлари ва музокаралар дилеммалари ўртасидаги ўзаро алоқа ўз мантиғига эга. Демак, хатти-ҳаракатларнинг биринчи тури - "ҳамкорлик - кураш" энг муҳим музокаралар дилеммаларини музокаралардаги фаолият турлари билан мувофиқлаштиради ва бирлаштиради. Иккинчи тур - "шакллантириш (ёки тадқиқот) - четланиш" музокараларнинг босқичлари ва процедура жиҳатларини англатади.

Биринчи параграфда томонларнинг ўзаро боғлиқлиги билан белгиланадиган муносабатларнинг хусусиятлари ва мумкин бўлган стратегиялари батафсил кўриб чиқилган (2-жадвалга ҳам қаранг). Шунга эътибор бермоқ лозимки, ушбу икки турдаги хатти-ҳаракатлар музокаралардаги муаммоларни ҳал қилишга ёрдам берадиган ўзаро боғлиқликнинг турли шакллари енгиб ўтишга имкон беради. 4-жадвалда характерли фаолият турлари, музокаралар дилеммалари, музокаралар тактикалари ва уларнинг умумий ўзаро боғлиқлигини кўрсатувчи

музокараларнинг фаолият модели келтирилган.

Шундай қилиб, музокараларнинг фаолият модели уларнинг моҳиятини акс эттирувчи асосий муаммони ҳал қилиш усулини кўришга имкон беради. Булар: 1) қандай қилиб бузғунчилик ёки ўжарлик қилмасдан ўз манфаатларини ҳимоя қилишга эришиш мумкин; 2) қандай қилиб бошқа томоннинг камроқ қаршилиқ кўрсатишини келтириб чиқариш ва биргаликдаги ечимларни излаш учун янада қулай шарт-шароитларни яратиш (масалан, фаолият турларининг қўшилиши, дилеммалар шкалаларидаги ҳолат ва тактикаларнинг намуналарини 4-жадвал - *самарали музокараларда* кўринг) мумкин. Шунга эътибор бериш лозимки, бундай музокараларга қуйидагилар хосдир: 1) муайян, меъёردаги қаттиқ куч мувозанатини сақлаш; 2) музокараларда конструктив муҳитни яратишга ёрдам бериш; 3) процессуал мослашувчанликка интилиш; 4) турли хил тактикаларни ижодий қўллаш. Музокараларнинг бундай кечишида бутун жараёни олға суриш, шунингдек ҳар икки томон манфаатларига эришиш мумкин.

Музокараларнинг тамойилларга йўналтирилган модели (У. Линкольн, Р. Фишер ва У. Юри) кўпинча муаммоларга йўналтирилган моделнинг самарадорлиги билан таққосланади ва қарама-қарши қўйилади. Моделнинг ўзи қуйидаги учта омилга асосланади: 1.Қадриятлар, эътиқодлар ва муносабатларнинг индивидуал тамойиллари тизими сифатида тушуниладиган *манфаатлар*; 2.Музокараларда муҳокама қилинадиган ва ечими яқинда томонлар манфаатларини қондиришга олиб келадиган масалалар - *муаммолар*; 3.*Таклифлар*, яъни муаммоларни ҳал қилиш ва манфаатларга эришиш усуллари.

Томонларнинг манфаатлари - *ширтирокчиларни музокараларга ундайдиган сабаб, шахснинг эҳтиёжлари ва талабларидир*. Улар анча сирли аҳамиятга эга бўлиб, шу сабабли манфаатларнинг мазмунини музокараларга олиб чиқиш одати қабул қилинмаган. Ҳеч бўлмаганда, манфаатлар тўғридан-тўғри музокаранинг предмети бўла олмайди. Кўпинча томонларнинг манфаатлари қарама-қарши мазмунга эга бўлади. Масалан, ишга ёллашда бир

томон ҳиссага мос равишда максимал иш ҳақини олишни истаса, иккинчиси имкон борича энг кам миқдорни тўлашни хоҳлайди.

Нима учун музокараларга интилишимга ё менинг моддий фаровонлигим, ёки менинг хавфсизлигим, ўзимни ўзим ифода этишим, ҳукмронлигим ва кучим, билимим ва омилкорлигим, миннатдорлигим ва муҳаббатим сабаб бўлиши мумкин. Булар менинг манфаатларим, ҳаракатлантирувчи кучларим ва мени музокаралар олиб боришга мажбур қиладиган сабаблар ҳисобланади. *Манфаатлар - бу мантиқни таъкил этувчи жиҳат, музокараларнинг манбайи ва асосидир.* Бундан ташқари, манфаатлар рационал ва иррационал мотивация соҳасида ҳам ётиши мумкин бўлиб, бу уларнинг сирли ва махфий аҳамиятини янада оширади. Музокаралар жараёни барча манфаатлар - шахсийдан тортиб амалийгача, бевосита иштирокчилар манфаатларидан тортиб тўғридан-тўғри музокаралар столида бўлмаганларнинг манфаатлари уйғунлигигача асосланган. Уларнинг барчаси инобатга олиниши ва қўлга киритилиши мақсадга мувофиқдир. Музокараларнинг муваффақияти ва мазмунан қониқиши шунга боғлиқ.

Кўпинча манфаатлар *позициялар* билан адаштирилади, бу эса музокараларнинг тўхталишига, иложсизликларга, можароларга ва ҳатто, муносабатларнинг узилишига олиб келади. Бунга товарларни ташиш нархига ўз эътиборини қаратган сотувчи ва харидорнинг музокаралар жараёни мисол бўла олади. Ушбу мунозаранинг ортидан улар бошқа масалаларда ўзаро манфаатлар учун имкониятларни қўлдан бой бермоқдалар, ўз позицияларида туриб олиш уларнинг муносабатларига путур етказиши мумкинлигини эса гапирмаса ҳам бўлади. Тўғри, шундай вазиятлар ҳам бўладикки, уларда позициялар алоҳида босқичлар ёки умуман музокаралар жараёни учун асос бўлиб хизмат қилади, булар позициялар савдолар ҳолатларидир. Аммо бу музокараларнинг алоҳида тури бўлиб, у ўз мақсадлари ва уларга эришиш йўлларига эга.

Муаммолар – бу музокараларда муҳокама қилинадиган жиҳатлар, томонларнинг манфаатларидан келиб чиққан кун тартибидаги масалалар

ҳисобланади.

Таклифлар – бу муаммолар қандай ҳал қилиниши ва манфаатлар қондирилишидир.

Таклифларни сифатли ва миқдорий жиҳатдан баҳолаш мумкин. Бу пул, моддий ресурслар, товарлар, ҳудудлар ва бошқалардир. Манфаатлар эса, аксинча, кўпроқ субъектив ўлчовга эга. Масалан, мен бир хил пулни ўз манфаатларимнинг энг кенг доирасига - аён бўлганидан тортиб ғалати, иррационал ва ақл бовар қилмайдигангача сарфлашим мумкин.

Демак, агар биз *манфаатлар*ни англамоқчи бўлсак, **нима учун?** (нима учун фаоллик намоён бўлади? Нима учун томон музокараларга бормокда?) деган саволни беришимиз керак. Агар биз *муаммолар*ни билишни истасак: **нима?** (музокараларда нимани муҳокама қиламиз ва нима қониқишимизга олиб келади?) деган саволни беришимиз керак. Агар биз *таклифлар*ни тушунишни истасак, **қандай қилиб?** (муаммоларимизни қандай келишувлар, қайси муайян шартнома орқали қандай ҳал қилишимиз мумкин?) деган саволни қўйишимиз керак.

Ҳамкорлик ва принципларга йўналтирилган музокаралар моделида манфаатлар, муаммолар ва таклифларни бирлаштирадиган махсус шакллар ишлаб чиқилган. Уларнинг тўлдирилиши музокараларни муваффақиятли тайёрлаш ва ўтказишга ёрдам беради. Кўрсатилган тоифалар (манфаатлар, муаммолар, таклифлар) га қўшимча равишда ушбу шаклда альтернативалар, бузилган музокараларнинг натижалари каби позициялар, таклифлар тизими - бошланғичдан тортиб кейингилари орқали максимал даражадаги эҳтимолий воз кечиш (якуний таклиф)гача ва кун тартибидаги мавзулар мавжуд (5-жадвалга қаранг).

5-жадвал. Музокараларда таклифларни тайёрлаш ва тақдим этиш шакли

(рақамларнинг юқори қатори - тақдимотнинг кетма-кетлиги, пастки қисми - тўлдириш тартиби).

Музокаралардаги манфаатлар (нима учун?)	Музокаралардаги муаммолар (нима?)	Таклифлар (қандай қилиб?)					Бузилган музокаралар натижалари	Альтерна-тивалар
		Дастлабки	Иккинчиси	Кейингилари (1-чи, 2-чи, 3-чи ва х.)	Сигнал таклиф (чекинишлар)	Максимал хатти- харкатлар таклифи		
1	2			5	6	7	8	
1	2			5	6	7	8	

Таъкидлаш лозимки, ўзи ва қарама-қарши томон учун тўлдирилган таклифларни тайёрлаш ва тақдим этиш шакли, шубҳасиз, музокараларда ёрдам берадиган муҳим восита ҳисобланади. 6-жадвалда (Музокараларга тайёргарликнинг асосий масалалари) келтирилган шаклни тўлдириш орқали ҳам буни осонлаштириш мумкин.

6-жадвал. Музокараларга тайёргарликнинг асосий масалалари

Музокара иштирокчилари учун муҳим саволлар ва уларнинг мазмуни				
Муҳим савол	Мазмуни	Менинг томоним	Қарама-қарши томон	Бошқалар
Томонлар	Музокаралар мавзусига			

нинг манфаатлари худуди: а) шахсий б) амалий	ким алоқадор Манфаатлар мазмуни: а) мумкин бўлган спектр; б) асосий манфаатлар			
		Менинг манфаат- ларим	Эҳтимолий вариантлар	Бошқа томон манфаат лари
Манфаатла р билан ишлаш вариантлари	Манфаатларни қондириш учун вариантларни танлашни таъминлаш: Умумий манфаатларингизни ошириш йўллари кидириш: (масалан, захираларни бирлаштириш)			
		Тараф- дор	Қарши	
Альтернатива- лар	Бир нечта альтернатива вариантларини топиш Энг яхши альтернативани танлаш Кучлироқ альтернативани яхшилаш йўллари аниқлаш Бошқа томонга очиқ бўлган альтернативаларни аниқлаш			

	Бошқа томоннинг энг яхши альтернативаларини баҳолаш			
Таклифларни легитимлаш- тириш усуллари	Стандартларни қўллаш Адолат тушунчасидан фойдаланиш Қабул қилинган қарорни тушунтириш учун жозибали вариантни таклиф қилиш			
Алоқа	Ўз таклифларини шубҳа остига қўйиш Тақдим этиш шаклини ўзгартириш, тушунишни таъминлаш			
Ўзаро муносабатлар	Муносабатларни муаммоларнинг моҳиятидан ажратиш Яхши амалий муносабатларни қуриш			
Келишувлар (мажбурият- лар)	Шартномага киритиш учун масалаларни аниқлаш Келишув сари қадамларни режалаштириш: дастлабки келишув ҳар бир масала бўйича манфаатларни ҳисобга олиш			

Таклиф этилган моделлар ўзларининг амалга ошириш воситаларига (4, 5-жадвалларга қаранг) ва концептуал асосларига эга. Музокараларнинг ушбу

моделлари учун музокаралардаги фаоллик ва томонларнинг принципиал ёндашув - ҳамкорликка кўрсатма орқали манфаатларига йўналтирилганлик асос бўлган.

Музокаралар моделини яратиш учун музокаралар жараёнини тўлиқ камраб олишга олиб келадиган ва уни бошқаришга имкон берадиган асосни топиш лозим. Бундай моделларга мисоллар қуйидагилар бўлиши мумкин:

- ҳодисаларнинг мазмунини, музокараларнинг турли босқичлари ва фазаларига нисбатан уларнинг динамикасини ҳисобга оладиган **музокараларнинг фазали модели;**

- **шахсият модели;** бунинг асосида музокарачиларнинг зарур фазилатлари, хусусиятлари ва шахсий услубларининг хусусиятлари ётади;

- музокараларнинг тактик усуллари асос қилиб олувчи **"техник" модель;**

- музокараларни режалаштиришнинг турли: масалан, стратегик, маъмурий, тактик даражаларини ҳисобга олишга асосланган **бошқарув модели;**

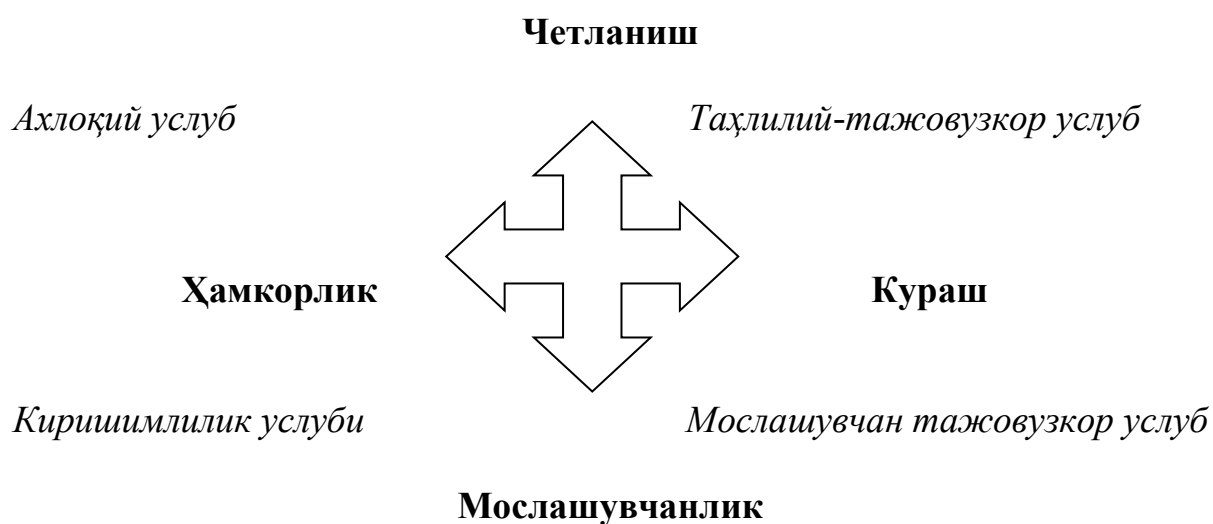
- **можаронинг конструктив функциясидан фойдаланишга асосланган модель** ва бошқалар.

Ҳақиқий музокаралар амалиёти унинг самарадорлигини оширишга қаратилган музокаралар жараёнининг омилларини ҳар томонлама кўриб чиқишни талаб қилади. Аслида, улар ҳар хил моделлар ва концепцияларга тегишли бўлиши мумкин. Бу эса у ёки бу тарзда аниқланган қонуниятларни амалий ҳисобга олишнинг аҳамиятини камайтирмайди.

6.5. Музокара услублари

Музокаралардаги шахсий жиҳат жуда кенг: манфаатлардан тортиб, уларнинг хилма-хил гаммалари билан ҳиссий реакцияларнинг ўзига хос хусусиятлари ва типик хулқ-атвор хусусиятларигача намоён бўлади. Мувозанатли ўзаро боғлиқлик шароитида турли хил манфаатлар тўқнашуви

юзага келганда, музокаралардаги қийин шароитлар иштирокчиларнинг ҳамкорлиги ва рақобатининг намоён бўлишида етарлича мослашувчанликни талаб қилади. У. *Мастенбрук* (1995) шуни кўрсатадики, бу асосан, иштирокчилар хатти-ҳаракатларининг икки тури- ҳамкорлик - кураш ва мослашувчанлик – четланиш билан белгиланади. Уларнинг хусусиятлари юқорида етарлича, батафсил берилган. Бу ерда биз ушбу хатти-ҳаракатларнинг кутбли томонларни яратишини таъкидлаймиз. Агар биз уларни ўзаро перпендикуляр кесишган чизиқлар шаклида тасаввур қилсак, унда музокаралардаги ўзаро таъсир кўрсатувчи томонлар хатти-ҳаракатларининг эҳтимолий услубий жиҳатларига ва тегишли музокара услубларига эга бўламиз (2-расмга қаранг).



2-расм. Музокараларда ўзаро таъсир кўрсатувчи томонлар хатти-ҳаракатларининг услубий профили.

Уларни қуйидаги йўналишларда кўриб чиқиш мумкин: а) *қўллашдаги афзалликлар*; б) *самарасиз жиҳатлар*; в) *можарога олиб келадиган қўринишлар* (7-жадвалга қаранг).

7-жадвал. Музокара услублари

Усуллар	Ахлоқий	Таҳлилий-тажовузкор	Киришимли	Мослашувчан тажовузкор
Афзалликлар	Умумий манфаатлар, тамойиллар ва қадриятлар мавжудлигиг а ишонч ва дадиллик Юқори стандартларн и ўрнатиш Умумий манфаатларг а асосланган ечимларни излаш Мустақил фикрлаш Тамойилларг а риоя қилиш	Пухта таҳлил Рад этиб бўлмайдиган далиллар ва рақамларни афзал кўриш Яхши қурилган мантиқ Музокаралар бошланишидан олдин мавжуд бўлган барча альтернативалар га эътиборли муносабатда бўлиш Яхши ўйланган процедуралар Мақсадларга эришишда башорат ва қатъийлик	Хуш ахлоқ, шахсий жозибадан фойдаланиш Дипломатия Муҳитга ижобий таъсир Тажриба қилишга тайёрлик Интегратив ечимларга сезгирлик ва мослашувчанлик	Ҳамма нарсани қилиш ва улгуриш истаги Ҳамма нарсада мукамалликн и севиш Мавжуд барча нарсадан устун тарафини олиш фойдаланиш Муаммони динамик ҳал қилиш Ҳам ўзи томонидан, ҳам шерик томонидан чақириқларга мойиллик
Унумсиз жиҳатлар	"Арзғўй" ҳолати, орқага	Қатъийлик Музокаралар столидаги	Оппонентнинг кучини текширишдан	Бошқаларга кам имконият қолдиради

	чекиниш Янги фикрларга жавоб беришга тўхтаб қолиш Идеалларга ва умум қабул қилинган қадриятларн и талаб қилинадиган дан ортиқ афзал кўриш (хаёлпарастл ик)	муҳитга бепарволик Тафсилотларга ҳаддан ташқари эътиб Импровизация қилишга қобилиятсизлик	қочиш Кам қаршилик кўрсатиш Амбивалентлик	Осон қизишади Сабрсизликни кўрсатади
Можарога олиб келади- ган ҳолатлар	Бировнинг фикрига қатъий риоя қилиш Ўз фикридан осонликча четлашиш Хафагарчили кни намоиш қилиш	Ўзларининг ҳақликларига тобора кўпроқ "далиллар" келтириш Бўш келмаслик	Муросага ҳаддан ташқари содиқлик Уйғунлик ва яхши муносабатларни сақлаш истаги туфайли мулойимлик	Ноҳақ бўлган ҳолатда ҳам бўш келмаслик Жиззакилик Босимни бошқа томонни ташаббусдан махрум қилиш воситаси сифатида

	Четлашилиш			ишлатиш
--	------------	--	--	---------

Музокараларда тўрт услубдан қайси бири устунлик қилади? Қайси бири сизнинг музокаралардаги хатти-ҳаракатларингизга ҳаммасидан кўпроқ мос келади? Ушбу саволларга жавобларни аниқ музокараларда қатнашиб, муайян ҳолатни муҳокама қилиш орқали олиш мумкин. Музокараларнинг стилистик хусусиятлари нуқтаи назаридан музокаралар бўйича мутахассисларни тавсифловчи маълумотлар (улар 8-жадвалда келтирилган) жуда ўринли ҳисобланади.

**8-жадвал. Музокаралар бўйича мутахассис
хусусиятларининг тавсифлари
(Каррас бўйича)**

Ўрин	Баҳо	Вазифанинг бажарилиши	Ўрин	Баҳо	Коммуникативлик
1	15,0	Режалаштириш маҳорати	1	11, 9	Ўз фикрларини ифода этиш маҳорати
2	8,3	Муаммоларин ҳал қилиш маҳорати	2	9,3	Тинглаш маҳорати
3 4	7,8 7,7	Мақсадга интилувчанлик Ташаббускорлик	3	9,3	Хатти-ҳаракатларни мувофиқлаштириш қобилияти
5	6,4	Музокаралар предметини билиш	4	8,2	Ҳис-туйғу билан муносабат билдириш
6	3,4	Ишончлилик	5	6,9	Баҳслашиш

					маҳорати
7	1,2	Тиришқоқлик	6	5,2	Роль ўйнаш маҳорати
			7	1,5	Новербал алоқа
		Тажовузорлик			Ўзига ўзи баҳо бериш
1	13,0	Позиция кучидан фойдаланиш	1	11, 9	Оппонентнинг ҳурматига эришиш маҳорати
2	9,3	Беллашишлик	2	10, 0	Ўзини-ўзи ҳурмат қилиш
3	8,9	Жамоада етакчилиikka интилиш	3	9,4	Ўзини-ўзи назорат қилиш
4	5,8	Тиришқоқлик	4	8,8	Ахлоқий меъёрлар
5	5,0	Хавфга тайёр туриш	5	6,2	Шахсий кадр- қиммат ҳисси
6	3,5	Дадиллик	6	5,0	Бошлиқлар ҳурматига сазovor бўлиш маҳорати
7	1,6	Ҳимояланиш маҳорати	7	3,9	Хавфни ёқтирмаслик
			8	1,7	Ташкилотдаги ўрни
Ўрин	Баҳо	Киришимлилиқ			
1	13,1	Шахслараро мулоқот	Ўрин	Баҳо	Фикрлаш жараёни
2	11,0	Очиқлик	1	12, 2	Босим остида аниқ фикрлаш маҳорати
3	10,3	Одоблилиқ	2	12, 2	Умумий амалий маҳорат
4	7,8	Сабр	3	10,	Муаммо моҳиятига

				0	кира олиш маҳорати
5	7,7	Ёқимлилиқ	4	8,9	Таҳлилий фикрлаш қобилияти
6	4,8	Ташқи кўриниш			
7	4,1	Мурасага бора олиш маҳорати	5	7,0	Қатъиятлилиқ
8	1,5	Ишончлилиқ	6	6,5	Музокараларни олиб бориш маҳорати
			7	5,4	Истиқболни кўра билиш маҳорати
			8	1,0	Маълумотлилиқ

Агар энди мутахассисларнинг ушбу шахсий фазилатларидан музокаралар учун хос бўлган фаолият турларига нисбатан қўлланилишини кўриб чиқиб, қуйидаги хулосаларни чиқаришимиз мумкин бўлади:

1. **Тегишли натижаларга эришиш.** Бу ушбу инсон муайян позицияни танлаб, унинг нуқтаи назари, таклифлари, далиллари ва ён босишларида, ўзи учун қулайроқ бўлган мурасага қандай эришишида акс этишини англатади.

2. **Куч балансига таъсир кўрсатиш.** Куч балансини ўзгартиришга уринишлар муқаррар, лекин қаршилиқ кўрсатиш тажовузкор хатти-ҳаракатни келтириб чиқаради. Бироқ, пешқадам ўрнини эгаллаш, очколарни ҳисоблаш ва ўжарликни намоён этиш музокараларга (“итоаткорлик - деспотик ҳукмронлик” дилеммаси) эмас, балки кўпроқ курашга олиб келади.

3. **Конструктив психологик муҳитни яратиш.** Бундай ҳолда, шахсий муносабатларга эътибор қаратилиб, унда дилемма "очиқлик - душманлик"дан иборат бўлиши мумкин. Музокаралардаги қийинчиликларни адоват ва ғазаб билан чалкаштирмаслик керак. Гипертрофик очиқлик ва босиб турувчи устунлик тенг даражада самарасиздир.

4. **Мослашувчан тактикадан фойдаланиш.** Гап музокаралар

жараёнида нисбий ҳаракатлар эркинлигига эга бўлиш ва уни ривожлантириш, яъни мослашувчан тактикани қўллаш, интеграция имкониятини топиш ҳақида боради.

6.6. Музокаралардаги қийинчиликлар: тўсиқлар, можаролар, манипуляциялар

Музокарачилар учун қийинчиликлар истисно бўлмай, балки кўпроқ одатий ҳолатдир. Бироқ кўпчилик тўсиқлардан, ўткир ҳиссий муносабатдан, ноодатий хатти-ҳаракатлардан, очик ва яширин манипуляциялардан кўрқишади, чунки бундай кўринишлар режаларни бузади, иложсизлик, умидсизликни келтириб чиқаради ва кескинликнинг кучайишига олиб келади. Аммо бундай ҳолатлар, масалан, тўсиқлар бўлиши муқаррардир. Кўпинча улар қарши томон оппонентни бўйсундиришни мўлжаллаганда, куч ва қатъиятлилиқни текширганда унга таъсирни кучайтириш учун ишлатилади. Бундан ташқари, тўсиқлардан янги маълумотлар олиш, альтернативаларни қидиришда фойдаланилади.

Тўсиқларга қуйидаги хатти-ҳаракатлар ҳам олиб келиши мумкин:

- *"Бизда ҳаммаси яхши, хавотирланишга асос йўқ"* каби шахсий куч ва туйғуларга ортиқча баҳо бериш.

- Музокаралар олиб бориш учун соҳаларни изламаслик. *"Биз кўпроқ нарсани қилишга қодир эмасмиз"*.

- Самимийлик ёки ўз имкониятлари ҳақида аниқ маълумотнинг йўқлиги. Йиғилишлардаги: *"Нега бизга ишонмайсиз? Биз масалаларга етарлича масъулият билан ёндашамиз"* мазмунидаги устунлик қиёфаси.

- Туннел ҳулқ-атвори: *"Биз фақат яхшилиқни тилаймиз, лекин шерикларимиз масъулиятсиз, тажовузкор, жиноятга аралашган ва ҳ."*; *"Агар улар курашмоқчи бўлсалар, бунга эга бўлишади. Бизга ҳеч нарса қолмайди"*.

- Икки томон учун катта йўқотишлар билан тавсифланадиган *курашнинг авж олишига ёки тўсиққа олиб борадиган эскалация*.

•эскалация томон ривожланишга мойиллик, бу бўйича ташвишланиш, шахсий манфаатларни: "Эскалациянинг оқибатлари биз учун қанчалик жиддий бўлади? Биз қанчалик ўзаро боғлиқмиз?" дея аниқлаш.

Муаммони ҳал қилиш йўллари:

вақтдан тўғри фойдаланиш: кечиктиришлар, уларни узайтириш;

турли хил фикрлардан фойдаланиш;

алтернативалар бўйича қўшма тадқиқотлар;

воқелар йўналишини тубдан ўзгартирадиган асосий таклифларни киритиш;

юқори даражадаги маслаҳатлашувлар, музокараларни ўтказиш ва ҳ.;

муҳокама қилинадиган масалалар сонини чеклаш.

Можаро музокараларни ривожлантириш омили сифатида.

Музокаралар билан боғлиқ можароларнинг ривожланаётган функциялари тўғрисидаги меъёрлар музокаралар жараёнининг қуйидаги бир қатор умумий хусусиятларига асосланади:

Биринчидан, музокаралар уларнинг иштирокчилари манфаатларини мувофиқлаштириш механизми ҳисобланади.

Иккинчидан, музокаралар ушбу манфаатлар нафақат мавжуд бўлган, балки тушунилган тақдирда ҳам ўринлидир.

Учинчидан, музокаралар томонлар манфаатларининг ўзаро боғлиқлиги мавжуд бўлган ҳолларда ўтказилиши мумкин.

Тўртинчидан, ўзаро боғлиқлик иштирокчилар манфаатларининг қарама-қарши мазмунини истисно қилмайди ва шунинг учун у табиатан ***жанжалбон***дир. Масалан, бир томоннинг нархни ошириши иккинчи томоннинг оладиган фойдаси камайишига олиб келади. Бундай ҳолатда ўта қаттиқ ва ўжар хатти-ҳаракатлар музокараларнинг ўзига хавф солади, чунки келишув жараёни ўрнига истиқболсиз қарама-қаршилиқ ва можаро юзага келиши мумкин.⁶

⁶ David M. Martin. Manipulating Meetings: How to Get what You Want, when You Want it. Pitman, 2005. p 98.

Шу билан бирга, музокаралардаги можаролар, умуман ҳаётда бўлгани каби, ривожланишнинг муҳим воситасидир. Бу, биринчи навбатда, музокаралар жараёнининг ўзига: хатти-ҳаракатлар, ҳиссий жиҳат, назорат, кучни ишлатиш ва ҳ.ни тавсифловчи ҳодисаларга тегишлидир.

Шундай қилиб, музокаралардаги можаролар иштирокчиларга қуйидагиларга имкон беради:

Ўз манфаатларини шерик манфаатлари билан ўзаро боғлаган ҳолда *чуқурроқ англаш*.

Қаршилик сабабларини *таҳлил қилиш* ва тўсиқлар пайдо бўлганда мақбул вариантларни топиш.

Муносабатларда кучларнинг маълум бир мувозанатни *сақлаш*.

Конструктив психологик муҳитни *яратиш*.

Тактик усуллардан мослашган ҳолда фойдаланиш.

Мурсага эришишда позицияларни ўзгартириш, тузатиш ва яхшилаш учун *воситаларга эга бўлиш*.

Музокараларда можаролардан фойдаланиш ўзига хос хусусиятларга ва реал механизмларга, белгиларга ва изоҳларга эга бўлиб, уларни англаш ва улардан фойдаланиш музокаралар жараёнининг самарадорлигини оширишга имкон беради.

Назорат саволлари:

1. Низоли вазиятлар нима?
2. Раҳбар фаолиятида музокараларнинг ўрни қандай?
3. Музокара олиб бориш босқичларини айтиб беринг
4. Музокара якунига салбий таъсир этувчи психологик омиллар нималардан иборат?
5. Музокара жараёнида ўзга томоннинг тасодиқан қаршилик кўрсатиши нима?
5. Музокара давомида ёлғон ишлатиш нима учун керак бўлиши мумкин?

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. ...бу аниқ шахс ёки гуруҳлардан иборат бўлган икки ёки ундан ортиқ томон ўртасида муроса мавжуд бўлмаслигидир. Ҳар бир томон ўз нуқтаи назари қабул қилинишига интилиб, бошқа томоннинг шундай ҳаракат қилиш учун тўсқинлик қилади.

- А. Низо
- Б. Мулоқот
- С. Жамоа
- Д. Лидерлик

2. ...бу ўзаро келишмовчилик ёки қарама - қаршиилик, душманлик, адоват орқасида туғилган ҳолат, муносабат, ихтилоф, нифоқ.

- А. низо
- Б. мулоқот
- С. жамоа
- Д. лидерлик

3. Низоларнинг нечта асосий тури мавжуд?

- А. 4
- Б. 3
- С. 2
- Д. 5

4. М. Дойч томонидан низоларнинг нечта тури ажратилган?

- А. 4
- Б. 6
- С. 7
- Д. 5

5. – манфаатлар тўқнашуви объектив мавжуд бўлиб, қандайдир ўзгарувчан омилга боғлиқ эмас.

- А. Ёлғон низо
- Б. Ўғирилган низо

С. Ҳақиқий низо

Д. Яширин низо

6. Бунда низоли муносабатлар тасодифан рўй берадиган ва тез ўзгарадиган вазиятлар эвазига пайдо бўлади ва иштирокчилар томонидан англабмайди.

А. Ёлғон низо

Б. Ўғирилган низо

С. Тасодифан ёки шартли низо

Д. Яширин низо

7. ...идрок этилаётган низо сабаблари низо асосида ётган ҳақиқий объектив сабаблар билан боғлиқ эмас.

А. Ёлғон низо

Б. Ўғирилган низо

С. Тасодифан ёки шартли низо

Д. Яширин низо

8. Объектив сабабларга кўра низоли муносабатлар рўй бериши керак, лекин зидиятлар намоён бўлмайди.

А. Ёлғон низо

Б. Ўғирилган низо

С. Тасодифан ёки шартли низо

Д. Яширин низо

9. Низоли вазиятларни ечиш бўйича қарор қабул қилишда одамларнинг нечта типи фарқланади?

А. 4

Б. 6

С. 7

Д. 5

10. Музокара нечта натижага эришилганда муваффақиятли деб ҳисобланиши мумкин?

А. 3

Б. 4

С. 2

Д. 5

Адабиётлар

1. Каррас Ч.Л. Искусство ведения переговоров /Пер. с англ. -М.: 1997.
2. Курс ведения переговоров с установкой на сотрудничество/ Под ред. Е.Н.Ивановой. -СПб.: 1995.
3. Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.
4. Мастенбрук В. Переговоры. –К.: 1993.
5. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями в и развитии организации. -М.: 1996.
6. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или переговоры без поражения /Пер. с англ. -М.: 1990.
7. Фишер Р., Эртель Д. Подготовка к переговорам /Пер. с англ. -М.: 1996.
8. David M. Martin. Manipulating Meetings: How to Get what You Want, when You Want it. Pitman, 2005.
9. Jane Hodgson. Thinking on Your Feet in Negotiations: Rapid Response Tactics. Prentice Hall, 2000.
10. Walton R.E., McKersie R.B. A Behavior Theory of Labor Negotiations. New York, 1995.

Режа:

1. *Қарор қабул қилиш тушунчасининг илмий-назарий ва психологик асослари.*
2. *Бошқаришда қарор қабул қилиш моделлари, технологиялари ва унинг ижтимоий-психологик хусусиятлари*
3. *Бошқарув қарорларини қабул қилишда раҳбар масъулияти*
4. *Бошқарув қарорларини қабул қилиш даражалари ва унга таъсир этувчи омиллар*

Таянч сўзлар: қарор қабул қилиш, қарорлар, қарорларнинг турлари, бошқарув қарорлари, қарор қабул қилиш босқичлари, тамойиллар, қарор қабул қилишнинг асосий тамойиллари, бошқарув қарорлари, омиллар, қарорларни қабул қилишга таъсир этувчи омиллар, шахсий-компетентли омил, вақт омили, информацион омил

7.1. Қарор қабул қилиш тушунчасининг илмий-назарий ва психологик асослари

Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш жараёнида бошқарув қарорларининг ижтимоий-сиёсий ва ижтимоий-психологик аҳамияти, унинг мазмун-моҳиятини бугунги кун воқелиги, замонавийлик ва анъанавийлик уйғунлиги нуқтаи назаридан талқин этиш муҳим аҳамиятга эга.

Бугунги кунда бошқарув қарорлари қабул қилишнинг назарий-методологик асосларини таҳлил қилиш борасида кўпгина қарашлар мавжуд. Ленин аксарият тадқиқотларда бошқарув қарорлари қабул қилишнинг иқтисодий жиҳатларига эътибор қаратилганлиги кўзга ташланади.

Бошқарув қарорлари қабул қилиш жараёни раҳбар кадрларнинг давлат

хокимияти билан боғлиқ мақсадларга эришиш йўлидаги саъй-ҳаракатлари йиғиндисидан иборат. “Давлат ислохотларнинг ташаббускори бўлиб майдонга чиқди, устувор йўналишларни танлашда фаол иштирок этмоқда, ислохотларни руёбга чиқаришни, қабул қилинган қарорлар ижроси устидан назорат олиб боришни таъминлади”⁷.

Бошқарув фаолиятининг охиригى натижаси қарор қабул қилиш бўлиб, уни ишлаб чиққанни шундай тушуниш зарурки, унда раҳбар фаолиятининг мазмуни ва жамоа аъзоларининг мақсад сари йўналтирилган ҳаракат жараёни ўз аксини топади.

Даставвал, халқнинг миллий-тарихий турмуши ва тафаккур тарзини, халқ анъаналари ва урф-одатларини ҳисобга олиш зарур.

Сабаби Амир Темур давлатни идора қилишда адолат, қонун устуворлигига асосланиб иш кўришга, фуқаро манфаатларини кўзлаб сиёсат юргизишга алоҳида эътибор берди. Мамлакат ҳаётига даҳлдор ҳар бир катта-кичик масалада ўзига яқин тутган хос кишилар, дину илм аҳллари, ҳар соҳанинг билимдон вакиллари билан маслаҳатлашиб, кенгашиб, фаолият юритди. Шу ўринда давлатимиз раҳбарининг фикрларини эслаш ўринли: “Фақат баҳс, мунозара, таҳлил меваси бўлган хулосаларгина бизга тўғри йўл кўрсатиши мумкин”⁸.

“Темур тузуклари” асарида алоҳида фасл айнан қарорлар қабул қилиш масаласига бағишланиб, ушбу фасл “Салтанатни ўз эркимда сақлаш учун амал қилган тузугим” деб номланади. Яъни, қарорлар қабул қилиш, унинг ижросини таъминлаш Амир Темур томонидан ҳокимиятни амалга ошириш билан бевосита боғлиқ ҳолда кўриб чиқилади. “Бутун мамлакатда, - дейилади унда, буйруқ, фармон бериш ишлари подшоҳнинг ўз ихтиёрида бўлиши лозим. Подшоҳлар ишда ўзи ҳукм чиқарсин, токи ҳеч ким унинг ҳукмига аралашиб, ўзгартира олмасин.... Подшоҳ ўз қарорида қатъий бўлсин, яъни ҳар қандай ишни қилишга қасд қилар экан, то битирмагунича ундан қўл

⁷ Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш - давр талаби. 5-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 1997. 129-бет.

⁸ Каримов И.А. Адолатли жамият сари. -Т.: Ўзбекистон, 1998. 35-бет.

тортмасин.... Подшоҳ ҳукми жорий этилиши даркор, яъни қандай ҳукм чиқаришидан қатъи назар, амалга оширилиши керак...”.⁹

Таниқли хорижлик олим Д.Логафетнинг Амур Темур даври давлатчилиги ҳақида фикр билдириб, “Европада конституция ҳақида оддий тушунчага ҳам эга бўлишмаган даврларда унинг давлатида конституциявий қонунлар мажмуаси - «Тузук» мавжуд бўлган”¹⁰.

Бошқарув қарорлари қабул қилиш назарияси шаклланиши тарихини ўрганиш жараёнини тўрт йирик босқичга бўлиш мумкин:

1) Асосий ёндашув ва назарияларнинг шаклланиши, Г. Лассуэльнинг сиёсий-бошқарув фанларини ижтимоий билимларнинг алоҳида соҳаси деб тан олиниши зарурлиги муаммосини кўтариб чиқиши (1940 йиллар охири - 1960 йилларнинг иккинчи ярми);

2) Йўналишнинг университет фани ва илм соҳаси сифатида институтлашуви (1960 йиллар охири - 1970 йиллар);

3) Назарий ва эмпирик йўналишлар кўламининг кенгайиши ва мазмунан чуқурлашуви, йўналиш ва соҳаларга бўлиниши ҳамда ихтисослашуви (1980-1990 йиллар);

4) Бошқарув қарорлари муайян ишлаб чиқариш ҳолатини таҳлил қилишдан келиб чиқиши, иқтисодий, техникавий ва бошқа социал қонунларнинг амал қилишини ҳисобга олиши, ҳозирги замон фан-техника ютуқлари негизида қабул қилиниши босқичи (1990 йиллардан бошлаб).

Тармоқларга оид бошқарув илми бошқарувнинг алоҳида соҳалари (соғлиқни сақлаш соҳасидаги сиёсат, миллий муносабатларга доир сиёсат, ташқи сиёсат ва бошқалар) билан бевосита боғлиқ - қарорлар қабул қилишга оид билим эса давлат сиёсатининг умумий механизмига алоқадор бўлиб, давлат аппаратининг ташкилий тузилмасини, унинг бўлинмалари ўртасидаги муносабатлар, бошқарув ходимлари таркиби, бошқарув жараёнини

⁹ Темур тузуклари.// Форсчадан А.Соғуний ва Х.Қароматов таржимаси. - Т.: F.Фулом номидаги нашриёт-матбаа бирлашмаси.1991. 68-бет.

¹⁰ Темур тузуклари.// Форсчадан А.Соруний ва Х.Қароматов таржимаси. - Т.: F.Фулом номидаги нашриёт-матбаа бирлашмаси. 1991. 68-бет.

такомиллаштиришга хизмат қилувчи технологияларни ўз ичига олади. Шундай қилиб, бошқарув қарорлари қабул қилиш назариясига қуйидагича таъриф бериш мумкин: бошқарув қарорлари қабул қилиш назарияси сиёсий бошқарувга оид фан бўлиб, қарорлар қабул қилишнинг қонуниятлари ва механизмларини ўрганади. Шунингдек, бу назария давлат қарорларини тайёрлаш, қабул қилиш ва амалга ошириш тамойиллари ҳамда усулларини ишлаб чиқишга хизмат қилади. Хулоса қилиб айтганда, мазкур назария муайян муаммоли вазиятларда давлат бошқаруви самарадорлигини илмий интеллектуал жиҳатдан таъминлашга йўналтирилган. Демак, бошқарув қарорларини қабул қилиш назарияси ҳам назарий, ҳам амалий жиҳатга эга бўлиб, бир томондан, бошқарувнинг моҳиятини таҳлил қилишга, иккинчи томондан, қарорлар қабул қилиш учун тавсиялар ишлаб чиқишга йўналтирилган.

Бошқарув қарорлари қабул қилиш назариясининг фанлараро табиатга эга эканлигига 1940-1960 йилларда Г.Саймон, Г.Лассуэль, И.Дрор ва Ч.Линдбломлар катта эътибор қаратганлар. Фанда бихевиористик, менежерлик ва тизимий ёндашувларнинг кенг ёйилиши XX аср ўрталарида қарорлар қабул қилиш назариясининг шаклланишига ҳамда унинг фанлараро табиатга эга бўлишига сабаб бўлди. Бироздан кейин мазкур назария кибернетик ёндашув ва компьютер техникаси ёрдамида ахборотни таҳлил қилишнинг янги усулларини ўзлаштириш туфайли янада бойитилди. Шулар қаторида сиёсий фан ва сиёсий психология бошқарув қарорлари қабул қилиш жараёнининг таҳлили билан боғлиқ барча ғоя ва ёндашувлар, назария ва услубларнинг синтези учун пойдевор бўлиб хизмат қилади.

Шу билан бирга, 1960-1970 йилларда кўпгина тадқиқотчилар қарорлар қабул қилиш жараёнининг статик ҳолатини ўрганишга ҳам эътибор қаратдилар.

Ч.Линдблом қарорлар қабул қилишнинг *расмий* ва *норасмий* агентлари ўртасидаги ўзаро таъсирни ўрганишга алоҳида эътибор қаратди. Бошқа

олимлар эса (И.Гордон, Ж.Льюис и КиЯнг¹¹) қарорлар қабул қилиш жараёнини тадқиқ этишнинг тизимий-тузилмавий йуналишини бирмунча истиқболли, деб ҳисоблашган. Мазкур иккинчи йўналиш бошқарув қарорлари қабул қилиш механизмининг тузилишини тадқиқ этишни назарда тутди.

Қарор қабул қилиш жараёни табиати. Қарор қабул қилиш инсон фаолиятининг барча турлари учун хос бўлган ҳодисадир. Масалан, қарор - натижа, нимадандир хулоса чиқармоқ, қарор қилмоқ, ҳукм; қарор қилмоқ - фикрлаб, бирон-бир хулосага келмоқ, муайян хатти-ҳаракат қилиш зарурияти; нимадир ҳақида ҳукм чиқармоқ ҳисоб-китоб қилиш натижасида изланган нарсани аниқлаш; қарорга эришмоқ - фикрлаш, шубҳаланиш, иккиланишлардан кейин хатти-ҳаракатнинг қандайдир услубини танлаш; нимадир қилишга журъат этиш¹².

Қарор - мақсадга эришиш учун биргаликда фаолият юритиш, мувофиқштириш ва рағбатлантиришни амалга ошириш йўли акс этган директив ҳужжат. Қарор бошқарув органи ёки раҳбарнинг шундай ҳужжатидайки, унда нафақат мақсад белгиланади, балки қатор вазифалар шакллантирилган, бажарилиш муддати курсатилган, ижрочилар кўзда тутилиб, ресурслар (меҳнат, моддий, молиявий) ажратилган, жавобгарлик белгиланган бўлади.

Психология фанида қарор қабул қилиш “ноаниқ вазиятларда дастлабки ахборотларни ўзгартириш асосида мақсад сари олиб боровчи хатти-ҳаракатлар изчиллигини шакллантиришнинг иродавий ҳодиса”дир¹³. Бу тушунчани тасаввур этиш учун асосий тушунчаларни аниқлаб олишга зарурият туғилади.

Қарор қабул қилиш иродавий ҳодиса эканлиги. Инсон хулқ-атворида

¹¹ Yang C.K. Introduction to Max Weber// Max Weber. The Religion of China. -New York, 1964.

¹² Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова.- 4-е изд., дополненное. — М.: Азбуковник, 1999.

¹³ Психология. Словарь / Под. общ. ред. А.В.Петровского, М.Г.Ярошевского.-2-е изд., испр. и доп. -М.: Политиздат, 1990.-С.62-63.

ирода эркинлиги муаммоси - энг асосий, ҳаётий фалсафий-этикавий муаммолардан бири. Бу муаммони ўрганишда иккита фалсафий ёндашув шаклланган: **детерминизм** (лот. *determinare*- аникламоқ) - иродани сабабли боғлиқ асосида таҳлил этиш, **индетерминизм** - дунёдаги буюмларнинг табиий ҳаракати қонуниятлар ва сабабиятларга бўйсунмайди, инсон хатти-ҳаракати фақат унинг иродасига боғлиқ, деган қарашларга асосланади.

“Фалсафа: қомусий луғати”да¹⁴ “Ирода эркинлиги - инсоннинг бирон ишни бажаришга қаратилган онгли интилиши. Унинг маълум мақсадга қаратилган иродавий фаолиятининг манбаи - объектив оламдан ҳамда дунёни ўзгартиришга қаратилган ва табиатнинг объектив қонунларига таянадиган предмет-амалий фаолиятдан иборат”, деб таъриф берилган. Иродавий ҳодисадаги асосий ҳолат - хатти-ҳаракат мақсадларининг қадриятли таснифларини англашдир. Ирода субъекта учун “мен хоҳ,лайман” кечинмаси эмас, балки “керак”, “мен қилишим керак” каби далиллар хос. Инсон иродавий хулқ-атвори тизилмаси қарорлар қабул қилиш ва уни амалга ошириш ҳодисасини ҳам ўз ичига олади.

Психология фанида шундай эътироф бор: “Ирода - бу инсоннинг қўйилган мақсадларига эришишга йўналтирилган онгли фаоллигидир. “Ирода” тушунчаси моҳиятига инсон томонидан мақсад қўя олиш қобилияти, ўз эмоциясини бошқариш, шахсий гавдасини ва хулқини идора қилиш киритилади”¹⁵. Инсон иродавий хатти-ҳаракатни амалга ошира бориб, ғайриихтиёрий (импульсив) хатти-ҳаракат қилишни талаб этадиган долзарб (қундалик ва вақтинчалик) эҳтиёжлари ҳокимиятига (мажбурлашига) қарши туради. Агар иродавий хатти-ҳаракатнинг мақсади ва долзарб эҳтиёжи ўзаро мувофиқ келмаса, у ҳолда қарор қабул қилиш жараёни мотивларнинг кураши билан бирга кечади. Ўз аҳамиятига биноан тенг бўлган мотивлар ва мақсадлар рақобатида ироданинг функцияси тенг бўйсинган мотивларнинг ягона тизимини ташкил этишдан иборат.

¹⁴ Фалсафа: қомусий луғат (Тузувчи ва масъул муҳарир Қ.Назаров). -Т.: “Шарқ” нашриёт-матба акциядорлик компанияси Бош таҳририяти, 2004. 174-бет.

¹⁵ Холжигитова Н. Умумий психология. -Т.: ТМИ, 2009. 126-бет.

Мақсад. Мақсаднинг мавжудлиги - оқилона қарорлар қабул қилиш вазифасини қўйиш ва уни ҳал этишнинг асосий ҳамда зарурий шарти. “Мақсад фалсафий категория сифатида ҳуқуқ, мазмунини тушуниш, уни яратиш ва амалга ошириш асосида ётади. Фалсафа ва психологияда мақсад деганда, инсон онги фаолияти ва ҳуқуқ элементларидан бири тушунилади ҳамда у маълум воситалар ёрдамида амалга оширилади. Мақсаднинг реал ва нореал, қисқа муддатли ва узоқ муддатга мулжалланган, асосий ва иккинчи даражали турлари мавуд. Реал мақсадлар субъектнинг имкониятлари, атроф муҳитнинг ҳолати ва объектив қонуниятларни ҳисобга олса, нореал мақсадлар фақатгина субъектнинг орзу-истакларини ифодалайди, атрофдаги вазиятни ҳисобга олмайди.”¹⁶

Хатти-ҳаракат. Мақсадга эришиш маълум хатти-ҳаракатларни амалга ошириш воситасида таъминланади. Психологияда хатти-ҳаракат (акция) деганда, англланган мақсадга эришишга қаратилган фаолият бирлиги тушунилади. Мақсадга эришишга олиб борадиган муайян хатти-ҳаракатни танлаш мазкур хатти-ҳаракат амалга ошириладиган вазиятга ҳам боғлиқ.

Вазият. Вазият (*Ситуация* - франц. “*ҳолат*”, “*шароит*”, “*вазият*”) деганда, субъектга нисбатан ташқи шарт-шароит, ҳолат, вазиятлар жамланмаси тушунилади. Вазият субъект хатти-ҳаракати натижасига таъсир этади, шунингдек, у субъектдан мустақил, субъект хатти-ҳаракатидан олдинда мавжуд бўлади, субъектдан ташқари мавжуд¹⁷.

Юқоридаги тушунчаларни таҳлил этиб, қуйидаги тавсифни таклиф қиламиз: қарор қабул қилиш вазифаси — танлаш қоидалари ва баҳолари мезонларига мувофиқ ҳолда аниқланадиган, мавжуд вазият шарт-шароитларини қайта ўзгартириш натижасида эришиш лозим бўлган фаолият мақсадининг маълум вазиятда намоён бўлиши. Шу тариқа, қарор қабул қилишнинг расмий тавсифи ўз ичига учта элементни олади: талаб — мақсад; шарт-шароит (маълум) - вазият; изланган мақсад (аниқланиши лозим бўлган,

¹⁶ Ўзбекистон Миллий энциклопедияси. 5-жилд. – Т.: 200, 546 бет.

¹⁷ Росс Л., Нисбетт Р. Человек и ситуация. Уроки социальной психологии, - С. 429. 1999. Издательство: «Аспект-Пресс».

лекин ноаниқ) - хатти- ҳаракат, мақсадга эришиш йўли.

Мақсадни шакллантириш асосида маълум мотив (лот. ҳаракатга келтириш, туртиш, итариш) ётади - эҳтиёжларни қондириш билан боғлиқ, танлаш асосида шахснинг хатти-ҳаракати ва интилиши ётган, анланган сабаб, фаолиятга майл уйғотиш. Инсон ўз фаолияти жараёнида психологияда фаолиятнинг янги мақсадларини яратиш ва мотивларни мақсад-мотивларга айлантириш, деб талқин этиладиган **мақсад қўйиш** функциясини амалга ошириб боради.

Қарор қабул қилиш - инсон хатти-ҳаракатининг энг муқобилини топишга қаратилган ҳаётий муҳим инсоний фаолият. Инсон хулқ-атворидаги қарор танлаш ва қабул қилиш натижаси бўлган хатти-ҳаракат унинг охириги заруриятини трансформация бўлиш занжирининг сўнгги босқичидир¹⁸. Бошқача айтганда, “Инсон нимани хоҳласа ушани қила олиши мумкин, лекин унинг хоҳишлари чегарасиз эмас”, “Инсонлар у ёки бу нарсаларни ўйлаганлиги учун эмас, балки ниманидир қилиши керак бўлгани учун қиладилар”¹⁹.

Ноанъанавий вазиятларда қарор қабул қилиш учун раҳбар ўзидаги фараз қилиш ва олдиндан кўра билиш қобилиятини оқилона таҳлил қилиш ва амалий тажриба билан уйғунлаштириши лозим. Қарорларни лойиҳалаштириш ва уларнинг натижасини кўра билиш учун раҳбар ўзига хос ҳаётий тажрибага эга бўлиши лозим. Бошқача айтганда, бошқарув қарорларини қабул қилишда билимлар (фан), кўникмалар (касбий маҳорат) ва ижод (санъат)нинг уйғунлашуви содир бўлади. Демак, қарор қабул қилиш жараёни назарий билимларни ижодий тасаввур ва олдиндан кўра билиш қобилияти билан уйғунлаштириш, шунингдек, татбиқий технологияларни амалий кўникма ва малака билан бирлаштиришни тақозо этади.

¹⁸ Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений. Учебник. – М.: Логос, 2000. – С.33.

¹⁹ Фишер К. Артур Шопенгауэр. - СПб.: Лань, 1999. - С.608

7.2. Бошқаришда қарор қабул қилиш моделлари, технологиялари ва унинг ижтимоий-психологик хусусиятлари

Маълумки, ташкилотни бошқаришнинг асосий жиҳатларидан бири, бошқарув қарорларини қабул қилиш ва улар ижросини таъминлашдир. Бошқарув қарори ташкилотдаги бирон объектни кўзланган мақсадга мувофик равишда бир ҳолатдан, иккинчи ҳолатга келтириш билан ифодаланади. Раҳбарнинг бошқарув қарори билан боғлиқ жараённи қуйидаги таркибий қисмларга ажратиш мумкин:

- қарор қабул қилиш;
- қарорни бажариш учун уни топшириқ сифатида йўллаш;
- ходимларни ижрога ундовчи шароитни яратиш;
- назоратни амалга ошириш.

Бошқарув қарорлари иқтисодий, ижтимоий-сиёсий жиҳатдан самарали бўлиши учун унинг турли моделлари ишлаб чиқилади. Бошқарув қарорлари моделларини яратишдан мақсад баъзи объектлар ва жараёнларни тавсифлаш ва мақбуллаштиришдан иборат. Моделлардан фойдаланиш қарорлар қабул қилишни қўллаб-қувватлаш тизимида таҳлиллар ўтказишни таъминлайди. Моделлар муаммони математик-мантиқий жиҳатдан изоҳлашга асосланган ҳолда муайян алгоритмлар ёрдамида қарорлар қабул қилиш учун фойдали бўлган ахборотни топишга кўмаклашади.

Бошқарувда қарорлар қабул қилиш моделлари. Бошқарувда қарорлар қабул қилиш турли даражада (индивидуал ёки ташкилий) жараён сифатида қандай қабул қилинишига боғлиқ ҳолда қарорлар қабул қилишнинг тўртта моделини ажратиш кўрсатиш мумкин (5-расм).

5 - расм

Бошқарувда қарорлар қабул қилиш даражалари

«ШАХСИЙ ЧЕКЛАНГАН РАЦИОНАЛЛИК» МОДЕЛИ	РАЦИОНАЛ МОДЕЛЬ (ташкилий фаоллашиш)
СИЁСИЙ МОДЕЛЬ (индивидуал фаоллик)	«ТАШКИЛИЙ ЧЕКЛАНГАН РАЦИОНАЛ» МОДЕЛЬ

Раҳбарнинг қарор қабул қилиш усули. Муаммоларни ижобий ҳал қилиш қобилиятидан маҳрум бўлган раҳбар ўзи раҳбарлик қилаётган ташкилотнинг ривожланишини назорат қилиши мумкин, аммо уни юқори даражага олиб чиқа олмайди. Ижодий фикрловчи раҳбар вазиятни бошқара олади. Раҳбарнинг жамоа фикрини ўрганиб, муаммолар бўйича қарор қабул қилиш усули қуйидагича бўлади:

1. Қарорнинг илмий асосланганлиги. Қарорларни муайян ишлаб чиқариш шароитини таҳлил қилишдан келиб чиқиб, иқтисодий, ижтимоий ва бошқа ҳозирги замон фан ютуқлари асосида қабул қилиш керак.

2. Қарорларнинг бирлиги. Одатда, асосий масалалар билан бирга, кичик масалаларни ҳам ҳал этишга тўғри келади.

3. Қарорларнинг адолатлилиги, ҳаққонийлиги. Қарорлар фақат раҳбарларга берилган ҳуқуқ- даражасидагина қабул қилиниши мумкин.

4. Қарорларнинг тўғри йўналтирилганлиги. Ҳар қайси қарор ижрочиларга тушунарли, шунингдек, кимга мўлжалланганлиги аниқ бўлиши керак.

5. Қарорларнинг ихчамлиги. Ахборотлар билан ишлаш вақтини тежаш мақсадида ихчам, аниқ қарорлар қабул қилинади.

6. Қарорларнинг вақти бўйича аниқлиги. Раҳбар ўз қўл остидагиларга топшириқларнинг бажарилиш муддатини аниқ кўрсатиб бериши керак.

7. Қарорларнинг тезкорлиги. Бундай қарорлар бир дақиқада, яъни ишлаб чиқариш ҳолати талаб қилганда қабул қилиниши мумкин.

Қарор қабул қилишда раҳбар эътиборга олиши лозим бўлган жиҳатлар:

1. *Топшириқни ойдинлаштириш.* Айтайлик, корхонага янги буюм ишлаб чиқариш вазифаси топширилди. Бунда корхона раҳбарининг қарори янги буюмни ишлаб чиқариш ҳажми, унинг моҳияти, сон ва сифат кўрсаткичлари натижаларини ойдинлаштириш билан боғлиқ бўлади.

2. *Топшириқнинг турли талқинини муҳокама қилиш,* унинг кучли ва заиф томонларини аниқлаш, масалани ҳал қилишда таклиф қилинган талқинларни иқтисодий жиҳатдан таҳлил қилиш муҳим аҳамиятга эга. Берилган талқинни ечишда математик, таққослаш, мантикий ва бошқа моделлар қўлланади.

3. *Қарорлар танлаш* ва уларни узил-кесил қабул қилиш раҳбар томонидан амалга оширилади, қарорлар ташкилот раҳбари ёки айрим шахс томонидан яккабошчилик асосида ошкора усулда қабул қилинади.

Врум-Йеттон - Яго етакчилик модели. Қарорлар қабул қилишга асосланган етакчилик модели В.Врум, Ф.Йеттон томонидан таклиф этилган, сўнг Яго томонидан тўлдирилган. Бу моделнинг энг асосий хусусияти - ходимларни қарор қабул қилишда иштирок этишга жалб қилиш.

“Йўл-мақсад” модели. Моделда юзага келган вазиятга энг мос келадиган етакчилик услубини аниқлаш учун ўзига хос “қарорлар шохи”дан фойдаланиш назарда тутилади. Етакчи бу моделни қўллар экан, гуёки “шоҳ”дан чапдан ўнгга томон силжийди. Натижада у 7 та муаммоли вазият (савол)га дуч келади. Вазиятни баҳолаш бу саволларга “ҳа” ёки “йўқ” жавоблари орқали амалга оширилади.

Бошқарув қарорларини қабул қилиш жараёни аниқ бир доира ичида ўтиши қийин. Ҳар бир раҳбар ўз психологик хусусиятидан келиб чиққан ҳолда муаммо ечимига турли услуб ва мойилликни намоён этади. Мана шу омиллар мавжуд муаммо ечимига ўз таъсирини ўтказмай қўймайди.

Қарор яратилиши давомида раҳбар ўз ички дунёсида содир бўлаётган жараёнларни билиши, ушбу ҳолатни мақсадга мувофиқ равишда бошқариш имконини беради. Шу боис қарор қабул қилиш амалларини босқичма-босқич таҳлил этиш лозим, деб топилади. Бошқарув қарорларини қабул қилиш кўпқиррали ва мураккаб жараён бўлиб, унда асосий бешта босқични шарҳлаб ўтиш мумкин²⁰:

6-расм.

Қарор қабул қилиш босқичлари



Қуйида юқорида санаб ўтилган ҳар бир босқични алоҳида-алоҳида ҳолда кўриб чиқамиз.

1 босқич: Муаммони ўрганиш. Ушбу босқичда ҳам қуйидаги кетма-кет вазифалар белгиланади:

1 – вазифа: Муаммони қўйиш. Унда ушбу масала бўйича қандай қийинчиликлар борлиги аниқланади ва муаммонинг мазмуни тушунилади. Агар ҳал қилиниши лозим бўлган муаммо нотўғри тушунилса, ҳамма бўлажак ҳаракатлар зое кетади, шунинг учун ҳам муаммони аниқ тасаввур этиб олиш бошланғич босқичнинг асосий вазифасидир. Кўп ҳолларда

²⁰Махмудов И.И. Бошқарув психологияси: Ўқув қўлланма / Масъул муҳаррир: А.Холбеков. – Т.: ДЖҚА “Раҳбар” маркази; “YUNAKS-PRINT” МЧЖ, 2006. -149 б.

масалани нотўғри акс эттиришга малакасизлик, касбий билимнинг камлиги, шунингдек, мазкур тоифадаги масалаларни ҳал эта олишга тайёр эмаслик, ҳамда баъзи бир муаммо ва ечимларнинг «юқоридан туширилганлиги» сабаб бўлиши мумкин. Муаммони қўйиш қуйидаги ҳаракатларни ўз ичига олади:

1. Муаммо табиатини, ундаги қийинчиликни англаш.
2. Муаммо ечими орқали қандай мақсадга эришиш лозимлигини аниқлаш.
3. Мақсадга эришилган тақдирда қандай белгилар, кўрсаткичлар мавжуд бўлишини аниқлаб олиш.

Охирги натижа нимадан иборат бўлиши керак, деган саволга жавоб олиниши лозим.

2 – вазифа: Мажбуриятларни тақсимлаш. Раҳбар доимо ҳамма муаммоларни ўзи ҳал эта олмайди, шунинг учун ҳам бу босқичда у баъзи бир мажбуриятларни малакали мутахассис ихтиёрига топширгани маъқул. Мутахассис, бу босқичда, мазкур муаммо юзасидан барча маълумотларни йиғиш ва масалани ҳар томонлама ўрганиш билан шуғулланади.

3–вазифа: Маълумотлар йиғиш, муаммоли вазиятнинг информацион моделини яратиш. Бунда нафақат «ўзининг» маълумотлари, балки, мухолифлар, рақобатдош томонларнинг ҳам маълумотини ҳисобга олиш лозим. Баъзи бир пайтда мухолифлар, улар берган маълумот камситилади, инкор этилади ва унга эътибор берилмайди. Бу эса мутлақо хатодир. Маълумот йиғишда унга масъул шахс, ушбу муаммо юзасидан чуқур билимга эга экспертлар фикрини ўрганиши ўта муҳимдир.

4 – вазифа: Муаммоли вазиятнинг концептуал моделини яратиш. Мазкур муаммони бир бутун, яхлит тарзда тушуниш. Муаммо бу тарзда акс эттирилганда, унинг аввалги муаммолардан фарқи, унинг янги жиҳатлари ва ечимга янгича ёндашиш зарурати англанади.

II босқич: Ғоя яратиш. Масала ечимига оид ғояни яратишнинг турли усуллари бўлиб, улар ичида энг самаралиси «ақлий хужум» услубидир. Бу услубнинг асосий тамойиллари қуйидагилар:

- турли касбга мансуб 5-10 та мутахассислардан иборат гуруҳ ишлайди;
- ушбу гуруҳ аъзолари иложи борица руҳий ва жисмоний жиҳатдан ўзларини эркин сезишлари лозим;
- ечимга оид таклиф этилаётган ғояларни танқид қилиш таъқиқланади. Бошқалар бераётган ғояни фақатгина ривожлантириш, мақташ мумкин ёки унинг ўрнига ўз ғоясини таклиф этиш лозим;
- ҳар қайси ғоя, гарчанд у ғаройиб ва маъқул келмаслигига қарамай, «ақлий ҳужум»нинг бошланғич даврида унга баҳо берилмайди ва ҳамма фикрлар ёзиб борилади;
- ғоя муаллифи кўрсатилмайди;
- иш тугагандан сўнг ҳамма таклиф этилган ғоялар мантиқий тарзда тартибга келтирилади ва экспертлардан иборат гуруҳда муҳокама этилади.

III босқич: Йигилган ғояларни баҳолаш, мақбул фикрларни саралаш. Аввалига ҳар бир ғоянинг ижобий томонини баҳолаб чиқиш, сўнгра унинг самарадорлигини, амалга ошириш имкониятини, харажатли томонлари ва бошқа ўлчамларини аниқлаб олиш зарур. Шу билан бирга, ушбу ғоянинг танланиши оқибатида юз берадиган хавф баҳоланар экан, афсуски кўпчилик раҳбарлар учун айти мезон етакчи ўринга чиқиб қолади. Бунда таклиф этилаётган ғоя четда қолиб, бошқа йўналиш танланса, масала ечими тамоман бошқа тус олади ва гуруҳ боши берк кўчага кириб қолади.

IV босқич: Янги қарорни режалаштириш ва амалга оширишдан иборатдир. Бунда қайси иш, қандай муддатда ва кимнинг иштирокида бажарилиши керак, деган саволларга жавоб олинади. Қарорни амалга оширишга жалб этилувчи ишчи гуруҳи, умумий режани ва унга оид амалий ҳаракатларни аниқ тасаввур эта олиши лозим.

V босқич: У қуйидаги амалий тадбирларни ўз ичига олади: 1) қабул қилинган қарорни, режа ва ҳаракатни амалга ошириш; 2) амалга оширилган ҳаракат ва натижаларни янада яхшилаш мақсадида назорат этиш; 3) зарур

бўлган тақдирда қарорни такомиллаштириш, яъни «муаммони ўрганиш» босқичига ёки ғоя яратиш ва бошқа оралиқ босқичга қайтиш.

7 - расм

Қарор қабул қилиш классификациялар:

Хусусият	Бошқарув қарори
Мақсадга эришиш аҳамиятига кўра	Стратегик, тактик
Вақт давомийлигига кўра	Қисқа муддатли, ўрта муддатли ва узоқ муддатли
Натижавийликка кўра	Ўзгармас (эҳтимолдан истисно) ва эҳтимолий
Бажарилиши шартлигига кўра	Директив, маслаҳат ва йўналтирувчи
Функционал мақсадига кўра	Ташкиллаштирувчи, мувофиқлаштирувчи, активлаштирувчи
Қамров кенглигига кўра	Умумий, махсус
Мазмуни ва қўлланиш доирасига кўра	Ишлаб чиқариш, молиявий, кадрлар бўйича, техник, иқтисодий, ижтимоий
Қабул қилиниш усулига кўра	Якка, коллектив, консультатив, биргаликдаги, парламент
Режалаштиришга кўра	Режалаштирилган, режалаштирилмаган
Ишлаб чиқариш усулига кўра	Интуитив, таҳлилий, мослаштирилувчи (адапцион)

Стратегик қарор - мақсадга эришишда муҳим аҳамиятга эга. Стратегик қарорлар асосий муаммоларни ҳал этишда мақсадли дастурларни ишлаб чиқишда ишлатилади. Улар узоқ вақтга, одатда бир неча йилга мўлжалланган

ва стратегик масалаларни ҳал этилишида ишлатилади. Шунинг учун уни истиқбол режаси деб атайдилар. У юқори бошқарув органлари томонидан тўб ва истиқболли дастурларни ишлаб чиқиш мақсадларида қабул қилинади. Бундай дастурларга:

-Хусусийлаштириш жараёнларини чуқурлаштириш.

-Рақобат муҳитини шакллантириш.

-Чуқур таркибий ўзгаришларга эришиш.

-Кичик ва ўрта бизнесни ривожлантириш каби дастурлар мисол бўла олади.

Тактик қарорлар - мақсадга эришишнинг восита ва усуллари хусусидаги жорий, тезкор қарорлардир. Тактик қарорлар (жорий, тезроқ) жорий, мақсад ва бошқа масалаларни амалга ошириш билан боғлиқ бўлиб, бу каби қарорга мисол тариқасида корхонани режалаштириш, кадрларга тегишли масалаларни ечиш ва бошқаларни кўрсатиш мумкин, улар олий ва ўрта савиядаги раҳбарлар томонидан бир йилдан икки йилгача бўлган даврга қабул қилинади.

Масалан: корхона, ташкилотнинг келгуси режаларини тузиш ва жорий қилиш, кадрлар масаласини ҳал қилиш ва ҳ.

Мазкур қарорлар юқори ва ўрта бўғин раҳбарлари томонидан узоғи билан икки йилгача бўлган муддатга қабул қилинади.

Умумий қарорлар - бир хил муаммога дахлдор бўлиб, барча бўғинлар учун бирдек амал қилади. Масалан, иш кунининг бошланиши ва тугаши, тушлик вақти, иш ҳақини тўлаш муддатлари ва бошқа танаффуслар.

Махсус қарорлар - тор доирадаги муаммога тааллуқли бўлиб, корхонанинг муайян бир бўлими ёки бир гуруҳ ходимлари юзасидан қабул қилинади.

Стереотип қарорлар - одатда қатъий йўриқномалар, меъёрий ҳужжатлар доирасида қабул қилинади. Бундай қарорлар баъзан кундалик, баъзан масалалар бўйича қабул қилинади, лекин ўзгаришлар асосан муддатларга, айрим сифат параметрларига, ижрочиларга тааллуқли бўлади.

Раҳбар стереотип қарорларни одатда ортиқча тайёргарликсиз қабул қилади. Ходимларни ишга олиш ва ишдан бўшатиш, корхонанинг фаолиятини рисоладагидек бошқариш юзасидан чиқарилган буйруқларни шундай қарорлар жумласига киритиш мумкин.

Ташаббусли қарорлар - ўз тавсифига кўра нотоварлик мазмунига кўра эса истиқболни назарда тутадиган қарорлардир. Бундай қарорлар вазиятни синчковлик билан батафсил ўрганишни, махсус кузатув материалларига асосланишни, махсус ҳисоб-китобларнинг амалга оширилишини талаб қилади.

Ташаббусли қарорлар - эркин ҳаракатга асосланиб қилинади.

Анъанавий қарорлар - бу одатий вазиятларда қабул қилинадиган қарорлардир. Уларнинг амал қилиш доираси олдиндан маълумдир. Бунга корхона ёки ташкилотнинг ишлаб чиқариш дастурини қабул қилишга оид қилинган қарорлар мисол бўла олади.

Тавсияли қарорлар - ўз моҳиятига кўра ташаббусли қарорларга яқин бўлиб, уларда корхона фаолиятини яхшилаш борасидаги тавсиялар ўз аксини топади.

Аниқ қарорлар - тўла-тўқис ахборот мавжуд бўлган ҳолдагина қабул қилинади. Шу сабабли, бундай қарорларнинг амалга ошиш эҳтимоллиги яқин бўлади.

Ноаниқ қарорлар - бу таваккал билан тўла бўлмаган ахборотга асосланиб қилинадиган қарорлардир. Бошқача қилиб айтганда, бундай қарорлар кутиладиган натижага баҳо бериш имконияти бўлмаган ҳолларда таваккал қилиб қабул қилинадиган қарорлардир.

Тезкор (оператив) қарор - кечиктирмай ижро этиш учун чиқарилади. Масалан, табиий офат содир бўлган ҳолларда уни бартараф қилиш бўйича қабул қилинган қарорлар ана шундай қарорлар туркумига киради.

Мунтазам қарорлар - белгиланган муддатларда чиқарилади. Масалан, хўжалик фаолияти якунига доир қабул қилинадиган (декада, ой, йил чораги,

ярим йиллик, тўққиз ойлик ва йиллик) қарорлар шундай қарорларга мисол бўла олади.

Шахсий қарорлар - ишчининг ўзининг меҳнат фаолияти тўғрисидаги қарорлардир.

Бошқарувчи қарорлар - фақат ташкилот раҳбарлари томонидан қабул қилинадиган қарорлардир.

Қабул қилинадиган қарорлар таркибида яккабошчилик ва якдиллик асосида қабул қилинадиган қарорлар ҳам бўлади. Аммо яккабошчилик асосидаги қарорлар кўп ҳолларда асосли танқидга учраб туради. Сабаби, раҳбар яккабошчиликка асосланган қарорни аксарият ҳолларда ўзини кўрсатиш мақсадида қабул қилади. Бундай раҳбар фаолиятининг 80-90% буйруқбозликка асосланган бўлади. Бу жамоада кескинликнинг юзага келишига сабаб бўлади. Бошқарув қарорлари жамоа фикрига таянган ҳолда қабул қилинмас экан, бошқарувчи билан бўйсинувчилар ўртасидаги муносабатларнинг кескинлашуви, ўзаро ишончнинг йўқолиши, низоларнинг келиб чиқиши муқаррардир.

В. В. Дружинин ва Д. С. Конторов қарор қабул қилиш вазиятларининг учта типини таклиф этади: информацион қарор, оператив қарор, ташкилий қарор.

Информацион қарор вазиятни ташхис қилишдан иборат. Оператив қарор муаммо ечими усуллари ишлаб чиқишда нима қилиш кераклигини ўргатади. Ташкилий қарор эса қарорнинг ижроси тизимини кўрсатиб беради.

Т.Томашевский қарор қабул қилиш вазиятларининг учта типини таклиф этади:

1. Танлов вазияти – ҳар қандай вазиятларда ҳам инсон маълумотларни танлайди, таснифлайди ва маълум реакциялар кўрсатади.

2. Мураккаб вазият – биттадан кўп бўлган маълумот манбаларидан маълумот олиш вазияти.

3. Афзаллик вазияти – иккитадан кўп бўлган ҳар хил аҳамиятга эга бўлган танловлардан бирини танлаш.

4. Эҳтимолий вазиятлар – етарли бўлмаган маълумотлар билан ишлаш жараёнидаги танлов.

Ю. Козелецкий қарор қабул қилиш вазиятларининг иккита типини таклиф этади:

1. Яширин вазият – объектнинг ҳолати ҳақида кўплаб маълумотларнинг мавжудлиги ва одамнинг улардан қайси бири ҳақиқий эканлигини билмаслиги ҳолати.

2. Очiq вазият – ноаниқлиги билан характерланади. Бунда объектнинг ҳолати ҳақида кўплаб маълумотларнинг мавжудлиги кузатилади.

7.3. Бошқарув қарорларини қабул қилишда раҳбар масъулияти

Бошқарув қарорларини қабул қилиш тизимлашган жараён ҳисобланади. Раҳбар томонидан қарорлар қабул қилиниши унинг шахсий фаолиятига таъсир қилади, зеро, бу фаолият ўзгалар хатти-ҳаракати билан ўзаро боғлиқ. Қарорлар қабул қилиш жараёни орқали раҳбар ва ходимларнинг фаолият йўналиши белгилаб олинади. Раҳбар бошқарувчилик фаолияти давомида кўплаб қарорлар қабул қилишига тўғри келади, бу - вазият тақозоси. Шунинг учун ҳам қарор қабул қилиш кўп жиҳатдан раҳбарнинг ва ушбу жараёнга ҳисса қўшаётган мутахассисларнинг қобилиятига боғлиқ.

Ҳар бир ишнинг бошида ғоя ётади, яъни фикрдан ўтказилади ва ташқи воситалар ҳамда инсоннинг ички омиллари таъсирида ишончга айланади. Ташқи воситалар билан боғлиқ ҳолда инсоннинг ҳаётий позицияси ҳаракатни қабул қилишда муваффақиятга олиб боради. Муваффақият қарор қабул қилиш санъатини шакллантиради.

Психологик хусусиятлар бошқарув қарорлари қабул қилишда раҳбар шахсига қанчалик таъсир қилади. Бунини қуйидагича изоҳлаш мумкин: шахснинг бошқарув талаби, бошқарув қобилияти, бошқарув концепцияси ўзаро уйғун ҳолда бўлиши лозим.

Юқори лавозимдаги раҳбарлар давлат ёки ўзгаларнинг мулкани бошқариш орқали ҳаётга таъсир кўрсатади. Қарор қабул қилиш зарурати мавжуд ҳолатнинг талабга жавоб бермаслиги ва реал вазиятга мос тушмаслиги натижасида юзага келади. Масалан, катъий белгилаб қўйилган нарх бозор шароитига, унинг талабларига жавоб бермай қолади. Натижада нарх-наво бозордаги талаб ва таклиф қонуни асосида шаклланиши зарурлигидан нархларни эркинлаштириш тўғрисида қарор қабул қилинади.

Масалан, маркетинг қарорлари қабул қилишда оптимал-мақбул вариантлар қабул қилиш учун лозим бўладиган математик моделлар мажмуаси: нарх-наво қўйиш тизимининг модели; нархни ҳисоблаб топиш модели; жойлаштириш модели; рекламани техник жиҳатдан комплекс ҳал қилиш модели; реклама бюджетини ҳисоблаш моделидан фойдаланилади.

Бошқарув қарорлари мазмунига кўра қуйидагиларга ажратилади:

1) маълумот йиғиш учун қабул қилинадиган қарорлар - “Қайси маълумотлар ҳақиқий?” деган саволга жавоб бериши керак;

2) ташкилий масалага оид қарорлар - “Қандай бўлиши керак?” деган саволга жавоб бериши керак;

3) тезкор (оператив) қарорлар - “Нима қилиш керак?” деган саволга жавоб бериши керак.

Шунингдек, бошқарув қарорлари қабул қилишда раҳбарнинг тўрт вазифани бир вақтнинг ўзида бажаришига тўғри келади:

1) тадбиркорлик;

2) ишдаги камчиликларни тўғирлаб боровчи мутахассис;

3) ресурсларни тақсимловчи воситачи;

4) муросага келтирувчи ҳакам.

Бошқарув қарорлари қабул қилишда мақсаднинг аниқ бўлиши зарурий бўлиб, унинг асосида: 1) бошқариш функциялари; 2) бошқариш усуллари; 3) бошқаришнинг тизилмавий таркиби; 4) ходимларни танлаш ва жой-жойига қўйиш каби ишлар мажмуаси мувофиқлаштирилади. Демак, мақсаднинг аниқ бўлиши фаолиятнинг тўғри йўналтирилишига олиб

келади.

Ташкилий фаолиятда мақсадли ёндашув усули - бошқаришнинг муайян тизими бўлиб, унда учта унсур бир-бири билан узвий боғланган бўлади: бошқарув қарорлари қабул қилишдан олдин қарор қандай талабларга жавоб бериши кераклигини билиш муҳимдир. Чунки, маълум йўналишга тегишли қарорни ишлаб чиқиш, унинг мазмун-моҳияти қайси нуқтаи назардан талқин қилинишига боғлиқ бўлади.

Раҳбар томонидан қабул қилинадиган бошқарув қарорлари қуйидаги талабларга жавоб бериши керак: 1) илмий асосланган бўлиши; 2) бир-бири билан алоқадор ва яқдил бўлиши; 3) ҳуқуқ ва жавобгарлик доирасида бўлиши; 4) аниқ ва тўғри йўналишга эга бўлиши; 5) вақт бўйича қисқа бўлиши; 6) вақт бўйича аниқ бўлиши; 7) тезкор бўлиши; 8) самарали бўлиши лозим.

7.4. Бошқарув қарорларини қабул қилиш даражалари ва унга таъсир этувчи омиллар

Қарор қабул қилишнинг тўртта даражаси фарқланиб, уларнинг ҳар бири доирасида ҳаракат қилиш учун маълум малакалар талаб этилади. Қарор қабул қилишнинг биринчи даражаси *одатий, кундалик* даража ҳисобланади. Бунда йўриқнома ва қоидаларга сўзсиз амал қилинади, вазият тўғри баҳоланади ҳамда назорат ташкил этилади. Пайдо бўлган муаммо мавжуд ечимлар мажмуаси билан қиёсланади, улар ичида мақбули қабул қилинади ва амалга оширилади. Одатда “бундай вазиятларда бундай қилиш керак” қабилида иш юритилади. Бундай вазиятларда қийинчиликлар қарор қабул қилувчининг малакасизлиги, мавжуд йўриқномаларни яхши билмаслиги, вазиятни нотўғри баҳолаши ёки журъатсизлиги асосида келиб чиқиши мумкин. Қарор қабул қилишнинг бу даражасида ижодий ёндашув талаб этилмайди, чунки вазият ечимлари аввалдан белгилангандир.

Қарор қабул қилишнинг иккинчи даражаси *танловга асосланган* даража ҳисобланиб, бунда мақсадлар ўрганилади, режалаштирилади ва маълумотлар таҳлил қилинади. Бунда мавжуд муаммо бўйича қатор имкониятларни таққослаб кўради ва улар ичидан айнан шу муаммо ечимига энг мос келувчи самарали ва тежамлиси устида тўхталади.

Қарор қабул қилишнинг учинчи даражаси *мослашувчан* даража деб аталади ва бунда муаммо идентификацияланади, тизимли тарзда ечилади. Ишчи гуруҳлар ташкил этилади, мавжуд хавфлар таҳлил этилади. Мослашувчан даражадаги қарор қабул қилиш бир мунча мураккаб бўлиб, бунда раҳбар таниш муаммога эскича ёндашишдан воз кечиши ва ижодий қарорга келиши лозим. Айни шароитда қарор қабул қилувчи киши муваффақияти унинг шахсий ташаббуси, номаълумликка шахдам қадам қўя олиши билан асосланади.

Қарор қабул қилишнинг тўртинчи даражаси *инновацион* даража деб аталади ва бунда янгиликларни жорий этиш билан боғлиқ қарорлар анча мураккаб ҳисобланади. Ноаниқ вазиятда одамнинг янгича ёндашув услубидан, бошқа мутахассисларнинг ижодий ғояларидан фойдалана олиши талаб этилади.

Қарор қабул қилувчи киши муаммоли вазият билан тўқнаш келиб, маълум қарорни қабул қилиш заруратида бўлар экан, ушбу вазият ва ундан кутилаётган ечимни юқорида санаб ўтилган қарорлар гуруҳига таққослаши ва қайси тоифага киришини аниқлаб олиши зарур. Бундай ҳаракат унга айни муаммо ечими нимада ифодаланишини, қай шаклда намоён бўлишини қисман бўлсада олдиндан тасаввур этиш имконини беради. Бу эса танланган йўл қанчалик тўғри ёки нотўғри эканлиги ҳақидаги маълумот билан бирга зарур бўлган тақдирда ҳаракат услубини ўзгартиришга асос яратади. Ҳар қалай қарорнинг ўйлаб қабул қилинганлиги уни бирон бир тоифага киритишдан ва натижани қисман бўлса ҳам олдиндан тасаввур этган ҳолда талабдаги намуна билан таққослашдан иборат.

Бошқарув қарорларини қабул қилиш жараёнида кўп омиллилик тамойили кучга киради. Шундай омиллардан бири шахсий компетентли омил ҳисобланади.

7.5. Шахсий компетентли омил

Мазкур омилни қарор қабул қилиш жараёнидаги ўрнини кўрсатиш учун “Ринги” усулидан фойдаланиш мумкин. “Ринги” усули япон бизнесида кенг қўлланиладиган усулдир. Бу усулга кўра мажлисларда эмас, балки сўраб чиқиш йўли билан розилик олиш воситасида ҳал этилади, бир неча босқичда амалга оширилади (8-расм).

“Ринги” усулини қўллаш босқичлари

8-расм

Т/Р	Босқичлар	Изоҳ
1.	Биринчи босқич	Бу босқичда ташкилот раҳбарияти қандай муаммо юзасидан қарор қабул қилиниши лозим бўлса, шу муаммо (масалан, янги маҳсулот турини ишлаб чиқариш)га доир умумий мулоҳазаларни жалб этилган мутахассислар билан биргаликда ўртага ташлайди.
2.	Иккинчи босқич	Муаммо «пастга», яъни лойиҳа устида иш ташкил этиладиган поғонага узатилади.
3.	Учинчи босқич	Бу босқичда тайёрланаётган лойиҳанинг барча жиҳатлари бўйича ижрочилар билан батафсил келишиб олинади. Аслида бу ихтилофларни, қарама-қарши нуқтаи назарларни бартараф этиш босқичидир.
4.	Тўртинчи босқич	Муаммони ҳал қилиш учун махсус кенгаш ва конференциялар ўтказилади.

5.	Бешинчи босқич	Бу босқичда хужжат ижрочилар томонидан имзоланади, ҳар ким ўз муҳрини босади ва хужжат ташкилот раҳбарияти томонидан тасдиқланади.
----	-------------------	--

Японияда “Ринги” усулини эҳтиёткорлик, авайлаш, жамоат масъулиятини олдинга сурувчи бошқарув фалсафасининг кўринишларидан бири деб ҳисоблаш одат тусига кирган. Гарчи бу усулнинг ҳаддан ташқари сермашаққат бўлгани учун япон матбуотида унинг шаънига айтилган танқидни учратиш мумкин бўлса-да, уни қўллашдан воз кечиш тўғрисида ҳеч нарса дейилмайди.

Қайд қилинган қарорлар, одатда тезкор бошқарувни амалга ошириш мақсадида қабул қилинади. Стратегик ва тактик бошқарув мақсадида эса иқтисодий таҳлилга, оптималлаштиришга асосланган оқилона қарорлар қабул қилинади.

Бошқариш жараёнида доимо бирон-бир масалани ҳал қилишга тўғри келади. Чунки турли сабаблар туфайли белгиланган параметрлардан оғиш содир бўлади, янги жараёнларга зарурият туғилади, натижада ишлаб чиқариш олдида пайдо бўлган муаммони билиш, уни таҳлил қилиш ва ҳал этиш зарурияти юзага келади.

Қарор қабул қилиш зарурати ва таҳлил қилинаётган объектдаги аниқ вазият аниқлангач, турли йўллар билан эришиладиган қарор мақсади шакллантирилади ва унинг ечими бўйича вазифалар белгиланади. Қарорнинг мақсади юқори орган томонидан кўрсатиб берилиши мумкин. Масалан, ғалла етиштиришни кескин кўпайтириш ва ғалла мустақиллигига эришиш мақсад қилиб қўйилди. Бир қатор мулоҳазалар асосида донни етиштиришга энг яхши мослашадиган туманлар аниқланади. Вазирлик уларнинг ихтисослашувини ўзгартириш тўғрисида қарор қабул қилади ва бунинг учун у туманларни дон етиштиришга кўчириш режасини ишлаб чиқади. Туман раҳбарлари топшириқ олгач, қарорни ишлаб чиқаришга тадбиқ этиш учун ҳар томонлама тайёргарлик кўради.

Бу ерда асосий мақсад ва вазифа республика учун зарур бўлган дон маҳсулотини етиштиришдир. Шундай қилиб, муаммони аниқлаш, вазиятни ва муаммони келиб чиқиш сабабларини аниқлашдан бошланади. Вазиятни аниқлаш деганда муаммонинг келиб чиқиш сабабларини таҳлил қилиш тушунилади.

Қарор қабул қилиш жараёнида вақт омили икки хил нуқтаи назардан тушунтирилади: биринчидан, қарор қабул қилишда вақтнинг чекланганлиги ёки чекланмаганлиги, иккинчидан, қарор қабул қилишда ижронинг бажарилишига кетадиган вақт. Вақт омили иккала ҳолда ҳам қарор ижросининг сифатига таъсир кўрсатади. Вақт омилини биз қуйида биринчи маънода қўллаймиз.

Маълумки, вақтнинг оқими вазиятларни ўзгартириши мумкин. Агар вақт жиҳатдан чиқарилган қарор эскириб қоладиган бўлса, чиқарилган қарор ҳам ўз кучини йўқотиши мумкин. Чегараланган вақт бирлигида қарор қабул қилиш эса инсондан бирмунча қийинчиликларга сабаб бўлиши табиий. Шундай инсонлар борки, улар вақтнинг чегараланганлигида ўзларини йўқотиб қўйишлари мумкин. Натижада ё сифатсиз қарор қабул қилинади, ёки хато қарор қабул қилинади. Айниқса, ноаниқ вазиятларда чегараланган вақт бирлигида қарор қабул қилиш вазиятни янада мушкуллаштиради. Шунинг учун раҳбар қарор қабул қилаётганда ,албатта, вақт омилини режалаштирган ҳолда инобатга олмоқлиги даркор.

Шунингдек, қарор қабул қилишда қарорнинг ижроси учун ажратилган вақт бирлигини ҳам эътиборга олиш талаб этилади. Қарорни узоқ муддат қабул қилиб, ижрога оз муддат қолдирилиши ҳам қарор қабул қилишнинг эътибор беришимиз лозим бўлган жиҳати ҳисобланади.

Информация – конкрет вазиятлардан чиқиш учун тўпланган тўплами маълумотлар ҳисобланади. У муаммони ҳал этиш учун зарур. Баъзида оптимал қарор чиқариш учун маълумотлар етишмайди ёки ноаниқ маълумотларга эга бўлинади. Ўзгариб турадиган маълумотлар мавжуд. Улар

ҳам оптимал қарор қабул қилиш учун бир қадар хавф туғдиради. Шунинг учун раҳбарлар қўшимча информациялар олишга ҳаракат қилади.

Амалий машғулот ўтказиш бўйича тавсиялар.

Қарор қабул қилиш жараёнида вақт ва инфорацион омилларнинг ўрни масаласида “Ойда адашиб қолганлар” тренинги ўтказилади. Уни ўтказишдан мақсад қисқа вақт ичида ва чегараланган маълумотлар асосида экстрен ҳолатда қарор қабул қилиш шароити тингловчилар учун яратилади. Тренингдан кўзланган мақсад тингловчиларда қисқа вақт ичида ва чегараланган маълумотлар асосида оптимал қарорлар қабул қилиш кўникмасини ривожлантиришдан иборат.

Назорат саволлари:

1. Қарор қабул қилиш тушунчасининг илмий-назарий ва психологик асосларини таърифланг.
2. Бошқаришда қарор қабул қилиш моделлари, технологиялари ва унинг ижтимоий-психологик хусусиятлари нималардан иборат?
3. Бошқарув қарорларини қабул қилишда раҳбар масъулияти нималардан иборат?
4. Бошқарув қарорларини қабул қилиш даражалари ва унга таъсир этувчи омилларини таърифланг.

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. Қуйидаги фикрлар кимга тегишли? “Европада Конституция ҳақида оддий тушунчага ҳам эга бўлишмаган даврларда унинг давлатида конституциявий қонунлар мажмуаси - «Тузук» мавжуд бўлган”

- А. Ж.Руссо
- Б. Д.Тоффлер
- С. Вольтер
- Д. Д.Логафет

2. Бошқарув қарорлари қабул қилиш назарияси шаклланиши тарихини ўрганиш жараёнини нечта йирик босқичга бўлиш мумкин?

А. 4

Б. 6

С. 7

Д. 5

3. Қайси олим сиёсий-бошқарув фанларини ижтимоий билимларнинг алоҳида соҳаси деб тан олиниши зарурлиги муаммосини кўтариб чиққан?

А. Ж.Руссо

Б. Д.Тоффлер

С. Г. Лассуэль

Д. Д.Логафет

4. Бошқарув қарорлари қабул қилиш назарияси шаклланиши тарихининг 2 - босқичи қайси даврларни ўз ичига олади?

А. 1940 йиллар охири - 1960 -йилларнинг иккинчи ярми

Б. 1960 йиллар охири - 1970 йиллар

С. 1980-1990 йиллар

Д. 1990 йиллардан бошлаб

5. сиёсий бошқарувга оид фан бўлиб, қарорлар қабул қилишнинг қонуниятлари ва механизмларини ўрганади.

А. Ходимни ишга қабул қилиш

Б. Қонун чиқариш

С. Бошқарув қарорлари қабул қилиш назарияси

Д. Бошқарув психологияси

6. Бошқарув қарорлари қабул қилиш назариясининг фанлараро табиатга эга эканлигига 1940-1960 йилларда кимлар катта эътибор қаратганлар?

А. Ж.Руссо, Д.Тоффлер

Б. Д.Тоффлер, Г. Лассуэль

С. Г.Саймон, Г.Лассуэль, И.Дрор

Д. Д.Логафет, Ж.Руссо, Д.Тоффлер

7. Қайси олим қарорлар қабул қилишнинг **расмий** ва **норасмий** агентлари ўртасидаги ўзаро таъсирни ўрганишга алоҳида эътибор қаратди?

А. Ч.Линдблом

Б. Д.Тоффлер

С. Г. Лассуэль

Д. Д.Логафет

8. ... - мақсадга эришиш учун биргаликда фаолият юритиш, мувофиқштириш ва рағбатлантиришни амалга ошириш йўли акс этган директив ҳужжат.

А. Қарор

Б. Шартнома

С. Имзо

Д. Тилхат

9. ... - иродани сабабли боғлиқлик асосида таҳлил этиш.

А. Детерминизм

Б. Индетерминизм

С. Субъективизм

Д. Объективизм

10. Қарорлар қабул қилишга асосланган етакчилик модели ким томонидан таклиф қилинган?

А. Ж.Руссо, Д.Тоффлер

Б. Г.Саймон, Г.Лассуэль

С. В.Врум, Ф.Йеттон

Д. Д.Логафет, Ж.Руссо

Адабиётлар:

1.Боймуродов Н. Раҳбар психологияси. - Т.: 2007.

2.Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.

3.Психология менеджмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. -СПб.: 1997.

4.Полукаров В.Л., Петрушин В.И. Психология менеджмента. -М.: 2013.

5.Назаров А. Принятие управленческих решений как психологическая проблема // Вестник интегративной психологии. - Международный научный журнал. г. Ярославль. 2019., №19.

6.Назаров А. Принятие управленческих решений как основная функция современного менеджера // Вопросы экономики и управления. - Международный научный журнал. г.Казан. 2020., №2.

8-МАВЗУ. МЕНЕЖМЕНТ ВА НИЗОЛАР. БОШҚАРУВ

Режа:

1. *Низоли вазиятлар ва бошқарув хусусиятлари.*
2. *Низони ҳал қилиш усуллари.*
3. *Транзакцион таҳлил ва низоларни бошқариш.*
4. *Низоли вазиятлардаги асосий хатти-ҳаракат қоидалари.*
5. *Тўғридан-тўғри ва билвосита низоларни бошқариш усуллари.*

Таянч сўзлар: раҳбар, низо, низоларни бошқариш, конфликтология, конструктив, десструктив, музокара, менежмент, гуруҳ, жамоа, рақобат, ҳамкорлик, компромисс, қочиш, адаптация.

8.1. Низоли вазиятлар ва бошқарув хусусиятлари

Низо - бу аниқ шахс ёки гуруҳлардан иборат бўлган икки ёки ундан ортиқ томон ўртасида муроа мавжуд бўлмаслигидир. Ҳар бир томон ўз нуқтаи назари қабул қилинишига интилиб, бошқа томоннинг шундай ҳаракат қилиши учун тўсқинлик қилади.

Ҳозирги замон нуқтаи назаридан самарали бошқарилувчи корхоналарда баъзи низолар мавжуд бўлибгина қолмай, улар мавжуд бўлиши зарурдир ҳам. Албатта, низо доимо ижобий хусусиятга эга бўлмайди. Баъзи ҳолларда у алоҳида шахс ёки бутун корхона эҳтиёжларини қондиришга тўсқинлик қилади. Лекин кўпчилик ҳолларда низолар турли нуқтаи назарни баён қилишга ёрдам беради, кўшимча ахборот, альтернатив қарорларга эга бўлиш учун имкон яратади. Бу қарор қабул қилиш жараёнини самаралироқ қилиб, кишиларга ўз фикрини билдириш учун имкон яратади. Ўзбек тилининг изоҳли луғатида низо тушунчаси қуйидагича талқин қилинади:

Низо – бу ўзаро келишмовчилик ёки қарама - қаршилик, душманлик, адоват орқасида туғилган ҳолат, муносабат, ихтилоф, нифоқ.

Низоларнинг тўрт асосий тури мавжуд: шахснинг ички низоси, шахс ва гуруҳ ўртасидаги низо, шахслар ўртасидаги низо, гуруҳлар ўртасидаги низо.

М. Дойч томонидан низоларнинг қуйидаги турлари аниқланган:

1. Ҳақиқий низо – манфаатлар тўқнашуви объектив мавжуд бўлиб, қандайдир ўзгарувчан омилга боғлиқ эмас.

2. Тасодифан ёки шартли низо – бунда низоли муносабатлар тасодифан рўй берадиган ва тез ўзгарадиган вазиятлар эвазига пайдо бўлади ва иштирокчилар томонидан англабмайди.

3. Ўғирланган низо – идрок этилаётган низо сабаблари низо асосида ётган ҳақиқий объектив сабаблар билан боғлиқ эмас.

4. Нотўғри талқин қилинган низо – низоли муносабатлар ҳақиқий низо иштирокчиларига эмас, бошқа шахсларга тегишли деб тушунилади.

5. Яширин низо – объектив сабабларга кўра низоли муносабатлар рўй бериши керак, лекин зидиятлар намоён бўлмайди.

6. Ёлғон низо – бу низонинг объектив сабаблари йўқ ва у нотўғри тасаввурлар ва тушунмовчиликлар натижасида пайдо бўлади.

Ёлғон низо ҳақиқий низога ҳам айланиши мумкин. Жамоада низоларни бошқариш учун раҳбар бошқариш вазифаларининг ечимлари ҳақида умумий тасаввурга эга бўлиши керак. Жамоада низоларни бошқаришда раҳбар фаолиятининг энг биринчи вазифаси низоли муносабатларнинг характери ҳамда унинг субъектлари ва қатнашчиларини аниқлаштиришдир.

Бошқариш жараёнида низо — бу раҳбар, ишчи ва бошқа ходимлар ўртасида муайян масалаларни ҳал қилишда томонларнинг бир-бири билан бир ечимга кела олмаганлиги туфайли вужудга келадиган вазиятдир. Ишлаб чиқаришдаги низолар кишилар кайфиятига салбий таъсир килади ва уларнинг иш қобилиятини пасайтиради, жамоадаги “руҳий иқлим”ни ёмонлаштиради, кадрлар қўнимсизлигини кўпайтиради. Шунинг учун бу

масалаларга доимо эътибор бериш - меҳнат жамоаларини бошқаришни, кадрлар тургунлигини таъминловчи шартлардан биридир.

Низоли вазиятларни ечиш бўйича қарор қабул қилишда одамларнинг 4 та типи фарқланади: кўрқиб қарор қабул қилувчилар, хушёр қарор қабул қилувчилар, қарор қабул қилишдан қочувчилар ва қарор қабул қилишни ортга сурувчилар (Мельбурн сўровномаси бўйича).

Низоларни бошқариш

Кўпинча биз кундалик ҳаёт ва фаолиятимизда расмий, кундалик, шахсий каби ҳар хил турдаги низоларда иштирок этамиз. Бундай можараларнинг ҳеч бири биз учун изсиз ўтмайди. Уларнинг натижаси асаб тизимининг бузилишига, тана тонусининг пасайишига ва касалликларга олиб келадиган турли хил интенсивликдаги стрессларга олиб келади. Низоли вазиятларнинг салбий оқибатларини муваффақиятли енгиш учун сиз уларни қандай қилиб четлаб ўтишни ўрганишингиз керак ва шу асосда нохуш вазиятлардан чиқиб кетишингиз мумкин.

Иккала киши орасидаги низонинг ичида ақллироқ бўлгани айбдор. (Гёте). Конфликтологик психологияда низоларни илмий тадқиқ қилишнинг дастлабки босқичларида низоларни ҳал қилиш ва уларни бартараф этишга йўналтирилган “низоларни ҳал қилиш” атамаси кенг қўлланилган. Шундай қилиб, низоларни ҳал қилишнинг мақсади одамлар мукамал уйғунликда ишлайдиган идеал иш фаолияти жараёнини ташкил этиш бўлган.

Бироқ, кейинги пайтларда мутахассислар томонидан низоларга бўлган муносабат ўзгара бошлади. Хўш, нима учун ўзгара бошлади? Биринчидан, низоларни тўлиқ ҳал қилиш ҳаракатларининг бефойда эканлиги тан олинди. Иккинчидан, низоларнинг ижобий функцияларига ишора қилувчи тадқиқотлар сони кўпайди. Натижада низоларни ҳал қилишдан кўра, уларни бошқариш йўлларига ўтиш кераклиги ойдинлашди.

Меҳнат жамоасида шахслараро низоларни тартибга солиш учун хатти-ҳаракатларнинг турли хил усуллари ёки услублари мавжуд. Р. Блейк ва Ж. Моутон (1964) дастлаб беш стратегиядан иборат бўлган шахслараро

даражада низоларни бошқариш услубларини таснифлашнинг концептуал схемасини таклиф қилдилар:

1. Рақобат (хукмронлик, қарама-қаршилик).
2. Ҳамкорлик (интеграция).
3. Компромисс.
4. Қочиш (кетиш, тарк этиш).
5. Мослашиш (эгиловчанлик, текислаш).

Кейинчалик бу схема низоларни бошқаршнинг икки ўлчовли моделини қўллаган К. Томас томонидан модернизация қилинди: ўз манфаатларини ҳимоя қилишда вертикал равишда аниқлик даражаси; горизонталь равишда ҳамкорликка мойиллик даражаси ва рақибларнинг манфаатларига эътибор шулар жумласидандир. Ушбу тавсифларга мувофиқ К. Томас барча беш стратегияни координаталар тизимига ажратишни таклиф қилди, бунда абцисса ўқи ҳамкорлик тенденциясини акс эттиради ва бошқа (рақиб) манфаатларга эътибор беради ва ординат ўқи - ўз манфаатларига диққат ва эътиборни кучайтиради. Бунда иккала низолашаётган томоннинг манфаатлари тўқнашиши билан бир қаторда, уларнинг ҳуқуқ-эркинликлари, эмоционал ҳолатлари ҳам бирдек ҳисобга олинади.

Олинган графикада иккита низоли низоларни бошқариш стратегиялари ажралиб туради. Бу рақобат (қаршилиқнинг синонимлари) ва мослаштириш, мос равишда 2- ва 4- чоракда жойлашган (9-расм). Буларни иккита қарама-қарши стратегия, дейишимиз мумкин:

- биринчи стратегия - рақобат - ўз манфаатларини бошқанинг зарари ҳисобига қондиришга эришиш, яъни ҳамма нарса мен учун ва бошқалар, улар учун ҳеч нарса;

- бешинчи стратегия - мослашиш - бу ўз манфаатларини бошқаси учун қурбон қилишга асосланган (бу ҳамкорликдан фарқ қилади), яъни ҳамма нарса улар учун, аммо мен учун ҳеч нарса.

Тўртинчи стратегия - бу нейтрал реакция олдини олиш (3-координата чораги) - ҳамкорлик қилиш истагининг йўқлиги ва ўз мақсадларига эришиш

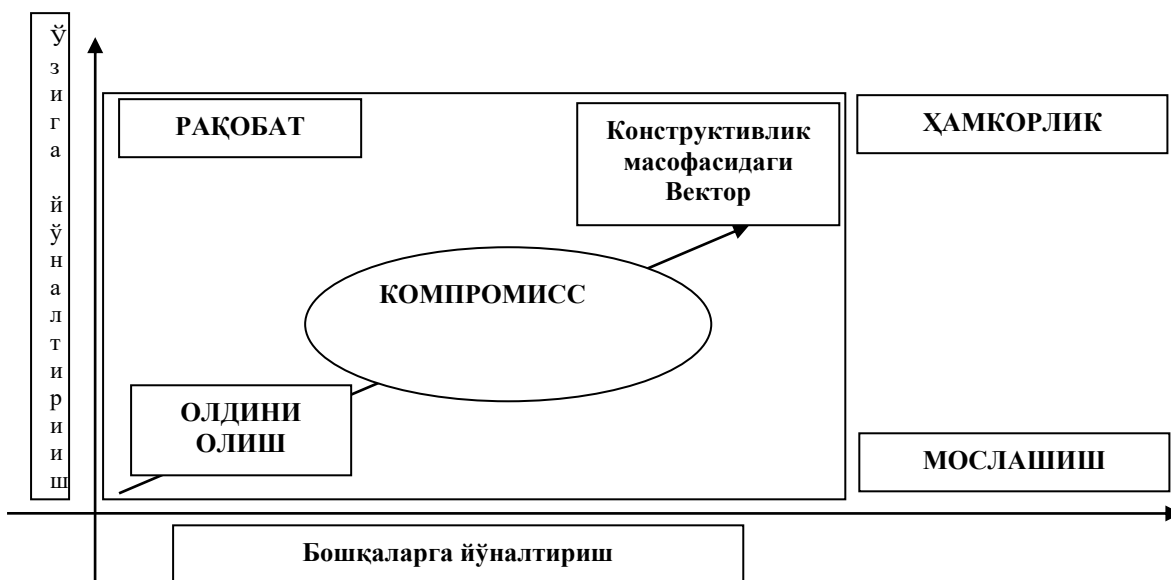
тенденцияси - бу низога йўл қўймаслик учун ўзига хос "тез ёрдам", уни чекланган ҳолда ишлатиш мумкинлигини англатади.

Низоларни бошқаришнинг конструктив стратегиялари (учинчи ва иккинчи стратегияларни ўз ичига олади):

- шартли тенглик учун рақибларнинг мақсадларига қисман эришиш сифатида мурасага келиш;

Ҳамкорлик (биринчи координатали чорак) - иштирокчилар томонидан иккала томоннинг манфаатларига тўлиқ жавоб берадиган альтернативани яратиш.

Шундай қилиб, конструктив ўсиш вектори олдини олишдан мурасага келтириш орқали ҳамкорликка ўтади.



9-расм.

Таклиф этилган К.Томас схемасидаги низоларни бошқариш учун бир хил даражадаги ёмон ёки бир хил даражадаги яхши усуллар мавжуд эмас, бу ўринда кўп нарсa муайян вазиятга, муайян иштирокчиларга ва муайян муаммога боғлиқ. Шу билан бирга, низоларни бошқаришнинг юқоридаги усулларида ҳар бири яшаш ҳуқуқига эга ва у муайян вазиятга, муайян иштирокчиларга ва муайян муаммога боғлиқ равишда қўлланилиши кўзда тутилади.

Конфликтларни бошқариш услубларига мурожаат қилиш қандай аниқ шароитларда тавсия этилади?

1. *Рақобат* - бу фаол ҳаракат ва ўзига хос мустақил йўл. Ушбу усул турли шароитларда энг самарали ҳисобланади ва қуйидаги ҳолатларда қўлланилади: натижа сиз учун жуда муҳим бўлса, етарли ваколат ва имтиёзларга эга бўлганингизда, шошилиш ва ҳатто тезкор жавоб талаб қиладиган танқидий вазиятга тушиб қолсангиз, бошқа танловингиз бўлмаганда, сиз бир гуруҳ одамларга ўзингизни хавф остига қўяётганингизни тушунтира олмаганингизда, кимдир билан уларни бошқариш керак бўлган вазиятларда.

2. *Ҳамкорлик* - муросадан фарқли ўлароқ, чуқурроқ даражага эга бўлиб, низони ҳал қилишдан кўпроқ вақт ва фаол иштирок этишни талаб қилади. Ушбу услуб қуйидаги ҳолларда энг самарали ҳисобланади: муаммони ҳал қилиш иккала томон учун ҳам жуда муҳим бўлганда; муаммо устида ишлашга вақт борлигида; иккала томон ҳам бир хил кучга эга ёки ҳақиқий кучга эга бўлишдаги фарқларни эътиборсиз қолдиришни хоҳлашганида, яъни имкониятларнинг тенглигида.

3. *Компромисс*. Бу ўзингизнинг хоҳишингизни қисман қондиришга ва бошқанинг хоҳишини қисман бажаришга рози бўлганингизда энг самарали вазиятларда қўлланиладиган усул бўлиб, у қуйидаги ҳолларда ишлатилади: низоли томонлар бир хил кучга эга бўлса ва улар ўзаро мутлоқ манфаатларга эга бўлса, тез ёки вақтинча ечим зарур бўлганда, агар бошқа ёндашувлар самарасиз бўлса, муроса ўзаро муносабатларни сақлашга имкон берганида.

4. *Қочиш (олдини олиш)* қуйидаги ҳолатларда самарали бўлади: муаммо сиз учун унчалик муҳим бўлмаганида, сизнинг ноҳақ эканлигингиз ва бошқанинг ҳақлигини ҳис қилганингизда, бундан ташқари, рақиб кўпроқ кучга эга бўлса, мураккаб суҳбатдош билан мулоқотда бўлганда, қарор қабул қилаётганда қандай йўл тутишни билмасангиз, муаммо ҳақида етарлича маълумотга эга бўлмаганда, кескинлик катта бўлганда ва сиз уни енгиллаштиришингиз кераклигида, вақтни тежаш керак бўлганда ва ҳ.к.

5. *Адаптация* - қуйидаги шароитларда самарали бўлади: агар сиз озгина бўлсада, ўзингизни йўқотиб қўйганингизни ҳис қилсангиз, вазиятни қачон енгиллаштириш кераклигини билмасангиз, натижа сиз учун эмас, бошқа учун муҳимроқ эканлигини тушунганингизда, тўғрилиқ сиз томонда бўлмаса.

8.2. Низони ҳал қилиш усуллари

Ҳар қандай низоли вазиятда қоида тариқасида, уни ҳал қилишнинг учта усули мавжуд:

- энг осон, лекин ҳар доим ҳам мақбул бўлмаган, яни шахс учун ўзингизни ўзгартириш ёки муаммога муносабатингизни ўзгартириш;
- энг қийин, рақибни, унинг фикрини ўзгартириш, унга керакли йўналишда таъсир ўтказиш, шунинг учун деярли реал бўлмаган усулдир;
- энг мақбул ва ҳақиқий муаммонинг ўзаро мақбул ечимини топиш ва уни амалга ошириш учун курашиш.

Гарчи ҳар икки ҳолатда низонинг сабаби аниқ бўлсада, барча тўқнашувлар ўхшаш асосга эга: вазиятнинг ҳақиқий ҳолати одамларнинг кутганларига зид келади. Агар шундай бўлса, низони ҳал қилишнинг иккита стратегик усулини ажратиш кўрсатиш мумкин: рақибларнинг кутганига кўра, ҳақиқатни тиклаш ёки рақибларнинг ҳозирги вазиятга муносабатини ўзгартириш.

Шундан келиб чиққан ҳолда, низоларни ҳал қилишнинг қуйидаги асосий йўналишларини ажратиш мумкин:

1. Ҳамкорлик муҳитини яратинг. Қарама-қарши томонларнинг биринчи учрашувидан кейин ва ундан кейинги ҳар бир учрашувнинг бошида норасмий суҳбатга бир неча дақиқа вақт сарфлаш керак.

2. Алоқанинг равшанлигига интилинг. Музокаралар учун зарур маълумотларни тайёрланг. Бошиданоқ бир хил сўзларни ҳар хил тушунишни истисно қилиш учун терминологияга келишиб олинг.

3. Низони тан олинг.

4. Жараён тўғрисида келишиб олинг. Агар низо аниқланса ва унинг тезда ҳал этилмаслиги аниқ бўлса, унда натижасиз низоларни давом эттиришнинг ўрнига, уни бартараф этиш учун қаерда, қачон ва қандай қилиб биргаликда ишлашни бошлаш тўғрисида келишиб олинг. Бунда муҳокамада ким иштирок этишини олдиндан белгилаб қўйиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

"Уйлар ва деворлар ёрдам беради". Демак, нейтрал жойда ёки ҳар икки томондан навбат билан йиғилиш яхши натижа беради..

5. Қарама-қаршилик муаммосини шакллантириш. Бу ерда асосий вазифа - низони ҳал қилиши керак бўлган ўзаро муаммо нуқтаи назаридан аниқлаш. Ушбу босқичда унга “бизнинг” муаммо сифатида мурожаат қилиш керак. Бу ҳамкорлик руҳини дарҳол аниқлайди. Бунда иккала томон ҳам вазият ҳақида очиқ гапиришлари керак. Улар низо мазмунида нимани кўришади, бу уларда қандай ҳис-туйғуларни келтириб чиқаради ва айниқса уларнинг ҳар бири муаммоли вазиятга қўшган ҳиссасини қандай баҳолайди. Бундан ташқари, ҳар бир томон кўрмайдиган ва танимайдиган нарсани аниқлаш ҳам муҳимдир. Иложи борица, уни ҳал қилишнинг қийинлаштирадиган яширин манфаатлар ва шахсий амбицияларидан узоқлашишга ҳаракат қилинг. Шу мақсадда, шахсий ҳаракатларга йўл қўймасликка ҳаракат қилиб, аниқ ҳаракатларга, томонларнинг эҳтиёжларига ва баҳсли мавзуларга эътибор қаратинг. Одамларнинг сабабларини муҳокама қилиш ёки хатти-ҳаракатлардаги шахсий мотивларни кашф этишнинг ҳожати йўқ.

6. Мумкин бўлган ечимларни ўрганинг.

7. Келишувга эришиш. Бу ерда сиз таклифларни муҳокама қилишингиз ва баҳолаб, кейин энг мақбулини танлашингиз керак. Табиийки, у иккала томоннинг талабларини ҳисобга олиши, яъни келишув бўлиши лозим. Баъзан битта учрашув ва музокаралар мавжуд келишмовчиликларни ҳал қилиш учун етарли бўлиши мумкин. Бошқа ҳолларда, мавзу муҳимроқ ва мураккаб бўлса, музокараларнинг бир неча босқичлари таклиф қилиниши мумкин.

8. Қарор қабул қилиш муддатини белгиланг. Агар сиз аниқ муддатни белгиламасангиз, низо бўйича музокаралар узоқ вақтга чўзилиши мумкин. Шунинг учун чеклов белгиланса, томонлар шунга қараб иш олиб борадилар. Ушбу шартлар барча тарафлар томонидан келишилган ва қабул қилинганлиги билан муҳим ҳисобланади.

9. Режани ҳаётга татбиқ этинг. Низони ҳал қилиш бўйича чоратадбирларни битим тузилгандан кейин имкон қадар тезроқ бошлаш тавсия этилади. Кечикишлар томонларнинг шубҳалари ва ўзаро муносабатларидаги ишончсизликларни келтириб чиқариши мумкин.

10. Қабул қилинган қарорни акс эттириш (қабул қилинган қарорни баҳоланг). Низоларни ҳал этиш бўйича энг муваффақиятли битимни ишлаб чиқишда, ортда қолган ёки хафа бўлганларнинг манфаатларини ҳисобга олинг.

8.3. Транзакцион таҳлил ва низоларни бошқариш

Мулоқот жараёнида ўзаро таъсирнинг самарадорлиги алоқа орқали ушлаб туриладиган позициялар билан боғлиқ. Мулоқотда оқилона позицияни танлашда ёрдам беришнинг муваффақиятли уриниши америкалик психиатр Э. Берн томонидан таклиф қилинган транзакцион таҳлил назариясида (транзакция алоқа бирлиги, бу бошқа шахсга қаратилган ҳаракат (мурожаат)) кенг ёритиб берилган.²¹

Одамларнинг хатти-ҳаракатларини кузатиб, у бир одамнинг кўз ўнгида ўзгариши мумкинлигига эътибор қаратди. Бунда юз ифодалари, нутқнинг бузилишлари, имо-ишоралар, хулқ-атвор ва бошқалар бир вақтнинг ўзида ўзгариб туради. Бундай одам ўзини катталардек тутди, бола (катталар) каби ишқий муносабатда бўлиб, кейин ота-онасининг шеърини кўчиради. Берн шахсиятнинг мураккаб (уч босқичли) тузилиши, унинг таркибида учта «мен» (ёки акс ҳолда онг ҳолати) мавжудлиги ғоясини илгари суради, бунга кўра, ҳар қандай нарсанинг устунлиги инсоннинг бошқалар ва ҳатто ўзи билан

²¹ Берн Э. Игры, в которые играют люди. — Мн., 2000.

ўзаро муносабатларининг бутун ифодасини акс эттирадиган одамлар ўртасидаги алоқа табиатини белгиловчи 3 та шахс типини таклиф қилди:

- Ота-она (П) - реакцияларни автоматлаштириш учун жавобгардир (Зарур! - Бу мумкин эмас! - Айтганимдек қилинг!);

- Вояга етган (Б) - вазиятга мувофиқ оқилона реакцияни таъминлайди;

- Вояга етмаган бола (Д) - шахсиятида ва ижодкорликда ўзини намоён қилади (“Мен буни хоҳлайман!”, “Менга ёқади!”, “Мен шуни истайман!”).

Ушбу ҳолатларнинг ҳар бири ўзаро алоқада у ёки бу ҳолатда аниқланади ва муайян алгоритмлар ва хатти-ҳаракатлар моделларини ўз ичига олади. «Мен» нинг ҳар уч ҳолати муайян функцияларни бажаради ва натижада жуда муҳим хусусиятларни ўзида акс эттиради. Шахснинг мақбул ишлаши, атрофдаги одамлар билан самарали ўзаро фаолияти учун уларнинг барчаси одамларда уйғун тарзда ифодаланган бўлиши керак. Эрик Берн стимул ва реакцияни битимнинг асосий таркибий қисми деб ҳисоблади.

Шундай қилиб, гуруҳ аъзолари бир-бирлари тўғрисидаги билимларини муомалада бирон - бир шаклда намоёиш этишлари шарт. Берн бу ҳодисани “Операцион стимул” (ТС) деб атайдди. Автотранспорт олувчиси унга жавоб бериши керак деб тахмин қилинади, бундай жавоб битим (битим) реакцияси (ТР) сифатида белгиланади. Оддий транзакцион таҳлил «И» ҳолатларидан қайси бири ТСни юборганлиги ва ТР учун шахснинг қайси ҳолати айбдор деган саволга жавоб бериши керак.

Шу билан бирга, ҳар бир реакция (П) ўз навбатида огоҳлантирувчи (С) га айланганда транзакциялар занжир ҳосил қилиши мумкин. Шунинг учун бу борада Берн икки асосий алоқа қоидаларини ажратди:

1. Алоқанинг биринчи қоидаси шундаки, битимлар параллель равишда (қўшимча) амалга оширилганда алоқа узлуксиз давом этади. Демак, натижа - параллель битимларда алоқа чексиз давом этиши мумкин. Ушбу қоида иштирокчилар нималар билан банд бўлишидан қатъий назар амал қилади: ғийбат, ҳақиқий муаммолар ёки ўйин.

2. Иккинчи (тескари) қоида - битимлар кесишганда алоқа узилади. Қарама-қарши битимлар алоқа жараёнида энг катта муаммоларни келтириб чиқаради, бу оилавий ёки бизнес муносабатларига, севги ёки дўстликка боғлиқ. Бу турдаги операция мураккаб ва психоанализда классик ўтиш реакцияси деб аталади ва у психотерапевтлар фаолиятининг асосий йўналишларидан биридир. Шундай қилиб, рағбатлантириш дўстингизнинг (менежернинг) мурожаатига Б-Б муносабатини билдиради: "Энди нима учун ёмон ишлай бошлаганингизни аниқланг." Реакция кутилади: "Келинг, мен ҳам тушунишни хоҳлайман." Агар суҳбатдош тўсатдан ғазабдан тушса, у жавоб беради: "Сиз доимо мени ота-онам каби танқид қиласиз" каби.

Юқоридаги жавоб ДР нинг муносабатлар схемасига мос келади, яъни бу ҳолатда битимлар кесишади. Бу шуни англатадики, иш сифатини яхшилаш муаммосини ҳал қилиш чорраҳани йўқ қилгунча кутишга тўғри келади. Бу бир неча сония эмас, балки бир неча ой давом этиши мумкин. Ўзаро муносабатлар диаграммаси энг умумий шаклда суҳбатдошлар ўртасидаги тўққизта алоқа векторлари билан акс эттирилиши мумкин (6.2-rasm):

- чизиклар (1-1) (1-1), (5-5) (5-5), (9-9) (9-9) эквивалент психологик ҳолатлар ўртасидаги параллель битимлар;

- (2-4) (4-2), (3-7) (7-3), (6-8) (8-6) битимлар ҳам параллелдир;

- қолган чизиклар кесишган битимлар билан тавсифланади; масалан, (3-7) (3-7) - суҳбатдошлар бир-бирларига қаттиқ тикилиб туришганда; ҳеч ким таслим бўлишни истамаса, алоқа тўхтади. Одатда бири орқага қайтади (7-3);

- энг мақбул ечим (5-5) (5-5) - суҳбатдошлар кулишади ва қўл силкишади.

Ҳали ҳам яширин битимлар мавжуд, аммо улар анча мураккаб. Бу ерда бир вақтнинг ўзида шахсият онгининг иккидан ортиқ ҳолати иштирок этади. Бундай битим ўйинлар учун асосдир. Масалан, баъзи тажрибали сотувчилар ушбу алоқа элементларини (усулларини) жуда яхши ўзлаштирадilar.

Шундай қилиб, барча «мен» ҳолатлари яхши, тўғри, зарур ва маълум функцияларни бажаради. Савол шундан иборатки, «мен» ҳолати қачон ва қайси ҳолатда фаол, қачон ва қандай мақсадларда ундан фойдаланиш керак.

Бундан ташқари, бошқарув алоқаларининг турли хил ҳолатлари учун одамлар ўртасидаги ўзаро муносабатлар фақат ўзаро битимлар тузилган тақдирдагина уйғун ва самарали бўлади деган хулосага келишимиз мумкин. Бу каби битимлар раҳбар ва унга бўйсунувчилар ўртасида ўрнатилгунга қадар, ўзаро тушунишга эришиш жуда қийин бўлади ва шунинг учун бошқарув фаолияти самарасиз бўлади.

8.4. Низоли вазиятлардаги асосий хатти-ҳаракат қоидалари

Низоларни бошқариш самарадорлиги низода турлича ахлоқ қоидаларига қарши туриш ва уларга риоя қилиш қобилиятига боғлиқ. Н. М. Власованинг сўзларига кўра (1994), ушбу кодекснинг асосий талаблари қуйидагиларни ўз ичига олади:

1. Низоли вазиятда ҳаёт дарсини кўришга ҳаракат қилинг, ундан миннатдор бўлинг.

2. Рақибингизга ижобий (ҳеч бўлмаганда нейтрал) муносабатда бўлинг, ишонч учун асос яратинг. Қарама-қаршилик қилишдан олдин, ўзингизнинг рақибингизни ҳурмат қилишга ҳаракат қилинг, ундаги бирор ижобий ҳислатни топинг. Нима учун бу керак? Гап шундаки, низо доимо бизнинг манфаатларимизга зид келади ёки биз уларга қарама-қарши тургандек бўламиз. Бунда бизга қарши чиққан одам биз учун душмандек туюлади. Душманда нимани кўрамиз? Ундаги шахсиятнинг ёмон томонини. Шунинг учун биз унга нисбатан эҳтиёткор ва душманона кайфиятда муносабат қиламиз.

Бундай ҳолатларда ҳатто душманда ҳам дўстни кўриш муҳим аҳамият касб этади. Муаммони ҳал қилиш учун ким осонроқ: душман ёки дўст?

Рақибни дўст сифатида қандай тасвирлаш мумкин? Бу ерда қуйидаги маслаҳатлар муҳимдир:

- суҳбатнинг бошида, умумий нуқтаи назардан ишлаб чиқилган бошқа мавзуда, иложи борича енгил суҳбатлашинг;
- шу асосда низоли вазиятда ишонч базасини яратиш;
- унинг кадр-қиммати ва олижаноблиги ҳақида ўйлаш;
- унинг шахсиятининг барча яхши қирраларини эсланг;
- ниҳоят, унга ижобий ва салбий томонларини кўрган одам сифатида қизиқиш билан қаранг.

3. Психиканинг ҳиссий ҳолатидан оқилона режимига ўтиш. Низоли вазиятларда кўпинча ҳиссиётлар устунлик қилади. Бу онг шунчаки ўчиб кетганда ва одам ўз ҳаракатлари учун жавобгарликни ҳис қилмайдиган ҳолатларда кучли таъсир кўрсатиши мумкин. Низоли вазиятларда ҳиссий ёндашув ишларнинг чалкашишига, муаммоларга дуч келиш ва рақибга бўлган муносабатнинг ёмонлашишига олиб келади. Биз муносабатларни аниқлаштиришда қотиб қоламиз, натижада муаммо ҳал қилинмай қолади. Агар муаммо ҳал этилмаса, у ҳолда муносабатлар янада ёмонлашади ёки бузилади.

Шунинг учун муносабатларни, ҳиссиётларни муаммонинг ўзидан ажратиб олиш керак ва уларни аралаштирмаслик лозим. Яъни, бир вақтнинг ўзида иккита мустақил вазифани ҳал қилишга ҳаракат қилиш муҳимдир:

- асосийси муаммонинг ечимини топиш ва муносабатларни тартибга солиш;
- аммо агар бирон бир ечим топилмаган бўлса, яхши муносабатларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш керак. Охир-оқибат, сақланган муносабатларга таяниб, кейинчалик ечим излашга қайтишингиз мумкин.

4. Рақибга: «Ўзингизга келиб олинг»-, деб айтинг. Унинг «портлаши» пайтида сиз ўзингизни хотиржам, ишончли тутишингиз керак, лекин такаббурлик қилиб эмас. Кўп нарса рақибимиздаги ички стрессни камайтиришга ёрдам беришга боғлиқ.

Бу йўналишдаги энг мос усуллар жимлик, табассум, қўл сиқиш, афсусланишни ифодалаш ва бошқалар бўлиши мумкин. Агар бу ёрдам

бермаса, унда атрофимизда тажовуз ўқлари ўтмайдиган қобик (аура) борлигини тасаввур қилиш тавсия этилади. Иккинчи ҳолда, биз ҳимоячи пилла каби ўзимизни хавфсиз ҳолатга келтирамиз.

Кўп сонли тадқиқотлар жараёнида қизиқ бир ҳолат аниқланди:

- салбий ҳиссий таъсир, агар у ҳиссий реакция шаклида кучайтирилса;
- кучайтирилмаса, салбий ҳиссий таъсир сусаяди.

Салбий ҳиссий таъсирга жавоб бермасликка имкон берадиган асосий усуллар қуйидагилар бўлиши мумкин: жавоб беришга шошилманг, пауза қилинг; ўзингизга ён томондан қаранг; чалғитадиган бирор нарса топинг; рақибингизга чин дилдан эмпатия билдиринг; эътиборингизни бошқа нарсаларга онгли равишда тақсимланг, диққатни эшитиш ҳис-туйғуларига эмас, балки визуал ва ҳис-туйғули нарсаларга қаратинг.

5. Рақибдан даъвони хотиржам равишда асослаб беришини сўранг. Аммо ҳис-туйғуларни эмас, балки далилларни ва объектив вазиятни ҳисобга оласиз деб айтинг.

Бунинг асосий усуллари:

- Турли очиқ саволлардан фойдаланинг. Масалан, "Сиз айтаётган нарсалар фактлар ёки фикрлар, тахминлар билан қандай боғлиқ?" каби саволлар беринг;

- Даъволар сонини камайтириш. Масалан: "Сизнинг шикоятларингиз менинг ишимни яхшилашга ёрдам беради, шунинг учун энг муҳим ва энг асосийларини ажратиб турунг";

- Бу даъволарни рақибингиз кутган аниқ якуний натижа даражасига етказиш;

- рақибингиздан маслаҳат сўранг, унинг даъвосига нима сабаб бўлганини қандай ҳал қилганлигини сўранг. Аммо узр сўраманг, бошқаларни айбламанг, ҳолатларга мурожаат қилманг;

- ижобий нотада алоқани тугатинг, масалан, фаолиятингизда муҳим нуқтани сўраганингиз учун рақибингизга раҳмат айтинг.

6. Кутилмаган фокуслар билан мумкин бўлган тажовузларни енгиб чиқинг.

Бу ҳолда асосий вазифа қизиққонликни пасайтириш ва идеал тарзда рақибнинг салбийдан ижобий ҳис-туйғуларга ўтишидир.

Ушбу усуллар қуйидагиларни ўз ичига олади: дадиллик билан рақибингиздан маслаҳат сўранг; суҳбатдош учун муҳим бўлган нарса ҳақида кутилмаган савол беринг; ўтмишда боғлиқ бўлган ва ёқимли бўлган нарсаларни эслатиш; илтифотни билдиринг ("Сиз ғазабланган пайтингизда янада чиройлисиз ...") каби.

7. Рақибни муаммони ҳал қилиш учун ўз вариантларини билдиришга таклиф қилинг: айбдорни қидирманг ва вазиятни тушунтирманг, балки биргаликда чиқиш йўлини қидиринг; биринчи мақбул вариантда тўхтаманг, балки бир қатор вариантларни яратинг, сўнг улардан энг яхшисини танланг; ўзаро мақбул ечимни излаш керак; умумий нуқтаи назарни топиш каби; агар сиз рози бўлолмасангиз, унда шартноманинг объектив асосини қидиринг (қоидалар, қонунлар, фактлар, мавжуд кўрсатмалар ва бошқалар).

8. Муаммодан одамга ўтманг, аксинча, рақибнинг ҳаракатлари ва муносабатларини баҳоланг. Унинг кадр-қимматига озор берманг. У сиқувга дучор бўлса ҳам буни кечирмайди. Сиз унга: "Сиз ўз ваъдангизни икки марта бажармадингиз", - деб айтишингиз мумкин, лекин ҳар қандай ҳолатда рақибингизга: "Сиз ўзбошимча одамсиз", - демаслигингиз керак.

9. Агар сиз ўзингизни айбдор деб билсангиз, кечирим сўрашдан қўрқманг, лекин буни суҳбатнинг охирида эмас, балки тезда, қатъият билан суҳбат бошида қилинг. Хулқ-атворнинг ушбу йўналишига риоя қилиш, биринчидан, рақибни қуролсизлантиради ва мумкин бўлган танқиднинг олдини олади. Иккинчидан, ундаги сизга бўлган ҳурматни кучайтиради, чунки фақат ишончли ва етук одамлар кечирим сўрашга қодир бўладилар. Кечирим сўраш муаммони ҳал қилишда энг муҳим ва қимматли ҳисса бўлиши мумкин.

10. Келишувни амалга оширинг ва келажак учун муносабатларни муҳокама қилинг. Агар сиз низони ўша чўққига чиқарган бўлсангиз, унда сизнинг манфаатларингиз мос келадиган жойга қайтинг. Ҳар бир эришилган келишувни ёзиб олинг.

11. Агар низо жанжалга айлана бошласа, аввал уни бартараф этинг. Одамлар сукут сақлашда ўзларини ноқулай ҳис қилишади, айниқса, агар улар нотўғри ёки ўзларининг баёнотларига ишончлари комил бўлмаса. Сукут кўпинча умидсиз ҳолат сифатида қабул қилинади ва бу вазиятда бошқа томон баъзан бошқа чиқиш йўлини таклиф қилади. Жим бўлиш жанжалдан чиқишга имкон беради. Ҳар қандай низода икки томон бор ва агар кимдир ғойиб бўлган бўлса, унда ким билан жанжаллашиш керак? Аммо буларнинг барчасида сукут сақлаш ҳақоратли бўлмаслиги керак (масхара қилмасдан, бепарволик билан, қийинчиликларсиз ва ҳк).

12. Рақибингизнинг ҳиссий ҳолатини ҳар жиҳатдан тавсифлашдан сақланг. Тинчлантирувчи иборалар низони фақат кучайтиради, холос.

Дўстларингиз ўртасидаги баҳсни уларнинг орасида эмас, балки душманларингиз ўртасида тартибга солиш яхшироқдир, чунки шундан кейин дўстларингиздан бири сизнинг душманингиз бўлади ва сизнинг душманларингиздан бири сизнинг дўстингиз бўлади (Биант, қадимги етти донишмандлардан бири).

13. Низоли вазиятда раҳбарнинг ҳаракатлари. «Арбитр» ролидаги етакчи. Бошқарув фаолиятининг табиати бўйича менежер қуйи бўлимлар ва бўлинмаларда, қуйи ходимлар ўртасида юзага келадиган низоли вазиятларда воситачи бўлиши керак. Ушбу шароитларда у ҳакамлик суди вазифасини бажаради. Ушбу функцияни амалга ошириш бир қатор талабларнинг бажарилишини таъминлайди:

- низонинг моҳиятини билиш;
- катта сабр ва тоқатлилиқ;

- иккала томонга ижобий муносабатда бўлиш, маърузачиларни ҳиссий жихатдан қўллаб-қувватлаш, аммо бу ҳеч ким билан келишишни англамайди;

- рақибларга ўз ҳис-туйғуларини эркин ифода этиш имкониятини бериш;
- позицияларни (рақиблар нимани таклиф қилишини) эмас, балки манфаатларини (улар таклиф қилаётган нарсалар номидан) билиб олиш;
- уларнинг манфаатларида умумий тил топа олиш;
- низоларни ҳиссий ҳолатидан оқилона чиқариш ва жумлаларни таҳлил қилишга ўтказиш.

Ўзига бўйсунувчиларнинг низоларни бошқариш раҳбар ҳаракатларининг алгоритми - муайян ҳаракатлар кетма-кетлигини ўз ичига олиши керак:

1. Низоларни таҳлил қилиш:

- низонинг ривожланиш босқичини аниқлаш. С. И. Самийгин ва Л. Д. Столяренко (1997) таъкидлашича²², агар етакчи бошланғич босқичда "тўқнашувга кирса ва уни бошқарса", у 92% га, кўтарилиш босқичида - 46% га, бирламчи чўққида – 5% га камроқ бўлади, турғунлик даврида - 20% га, иккиламчи кўтарилиш босқичида - 7% га, иккиламчи чўққида - 2% гача пасайиши мумкин;

- низонинг яширин ва аниқ сабаблари ва оқибатларини аниқлаш;
- ечим эмас, балки мақсадлар тоифаларида етакчи низолар муаммосини аниқлаш;

- қарама-қарши манфаатлар таърифи. Асосийси, позиция эмас, балки манфаатлардир. Бизнинг позициямиз - бу таъкидлаганимиз, муаммони ҳал қилишда ўз моделимиз. Ушбу қарорни қабул қилишга бизни ундаган нарса бизнинг қизиқишларимиздир. Қизиқишлар - бу бизнинг хоҳишимиз, ташвишимиз ва муаммони ҳал қилишнинг калитидир. Айнан уларда қуйидагиларни эътиборга олиш муҳим аҳамият касб этади;

- иштирокчиларни ва дуч келган муаммоларни фарқлаш;

²² Қаранг: Урбанович А. А. Психология управления: Учеб. пособие. — С. 343.

- низонинг индивидуал хусусиятларини ҳисобга олиш;
- низодан олдинги низоли муносабатларнинг ҳолатини (ўзларини, ташкилотнинг бошқа аъзоларини, раҳбарни ва бошқалар) ҳисобга олиш.

2. Низо иштирокчиларига нисбатан уларнинг холислиги ва бетарафлиги тўғрисида очиқ баёнот. Раҳбар учун асосий нарса - бу ташкилотдаги бизнес ва муносабатлар манфаатларидир.

3. Низонинг предмети ва Низодаги даъволари сонининг қисқариши.

4. Ташаббускорга нисбатан адолатли ва холис муносабат. Шунинг унутмангки, норозилик ва шикоятлар ортида, одатда, одамни ташвишга соладиган анча жиддий муаммолар бўлади.

5. Қуйидаги ходимларнинг низосини бошқариш жараёнида ҳиссий тийилиш ва чеклаш.

6. Низони бошқариш ва ҳал қилишнинг энг самарали усулини аниқлаш. Усулни амалга ошириш жараёнида томонларга муаммонинг ечимини таклиф қилиш.

8.5. Тўғридан-тўғри ва билвосита низоларни бошқариш усуллари

Бошлиқ қўл остидаги ходимлар ўртасида юзага келган низоларни ҳал қилишда қандай усуллардан фойдаланиши мумкин? Тўғридан-тўғри усуллар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- раҳбар, ўз навбатида, қарама-қарши бўлганларни таклиф қилади ва барчадан низонинг моҳияти ва сабабларини айтиб беришни сўрайди. Бир вақтнинг ўзида асосий нарса, бир нарсани бошқа нарса билан қоралашга уринишни тўхтатиш ва ҳис-туйғуларни эмас, балки далилларни талаб қилишдир: "Барча ёмон нарсалар ... сиз у билан гаплашишингиз керак. Мен сизга ҳали ҳам шундай имкониятни бераман";

- етакчи иккала низолашаётганларни чақиради ва улардан муаммонинг моҳиятини бирма-бир ифода этишни сўрайди. Шу билан бирга, агар уларда ҳис-туйғулар устун кела бошласа, раҳбар рақибларга халақит беради; қатъий ва таъкидланган равишда мустақил ва холис масофа сақлаган ҳолда;

- етакчи ўз ҳамкасблари, ишчи гуруҳи билан бирга низолашаётганларга бир-бирларига ўз даъволарини билдиришни таклиф қилади. Шу билан бирга, у ушбу суҳбат иштирокчиларининг баёнотлари, нутқлари асосида қарор қабул қилади. Қабул қилинган қарорларнинг асосий ўлчови гуруҳнинг обрўсидир, унинг қарорлари ва жамоавий қарорлари муҳокама қилинмайди ва объективдир аҳамият касб этади;

- агар низо тўхтамаса, раҳбар санкцияларга мурожаат қилади; Шу билан бирга, ушбу санкциялар доираси такрорий танқидлар ва қарама-қарши бўлганлар билан суҳбатлардан маъмурий жазо ва ходимларни алмаштиришгача боориш mumkin. Bu низонинг характеридан келб чиқиб амалга оширилади.

Ким ҳақ, ким айбдорлигини аниқланг ва иккаласини ҳам жазоланг (тажрибали менежерлар кенгаши билан биргаликда).

Тўғридан-тўғри баён қилинган усуллар билан бир қаторда, биз низоларни билвосита ҳал этишнинг бир қатор усулларигаҳа тўхталиб ўтамиз:

- индивидуал суҳбат жараёнида раҳбар "ҳиссиётларнинг юзага келиши" тамойилини амалга оширади. Психолог К. Рожерснинг таъкидлашича, агар одамга ўз салбий ҳис-туйғуларини ифода этишига рухсат берилса, унда аста-секин ижобий нарсалар билан салбий ҳис-туйғуларини алмаштириш ҳоллари кузатилади. Шу сабабли суҳбат давомида етакчи салбий ҳис-туйғуларни кетказди. Шу билан бирга, унинг позицияси "мен тушунаман ва диққат билан тинглайман" сўзлари билан ифодаланиши мумкин;

- индивидуал суҳбат жараёнида раҳбар "ҳиссий компенсация" тамойилини амалга оширади. Ушбу принципга риоя қилиш, раҳбарга рақибидан шикоят қилган одамни азоб чекаётган деб ҳисоблаш кераклигини англатади. Суҳбатдош билан юзага келган вазиятнинг ички манзараси, жабрланувчини фош қилади. Ва у қанчалик хато қилса, шунчалик фаол равишда ўзини «шаҳид» ва «жабрланувчи» сифатида ўз виждони олдида ўчиради. Азоб-укубатларни, ҳатто «адолатсиз» деб ҳисоблаш кераклиги тавсия этилади. Бу билан ҳисоблашаётганингизни кўрсатган ҳолда, сиз

суҳбатдошнинг руҳий тушкунлигини аллақачон "ҳиссий жиҳатдан компенсация қиласиз";

- индивидуал суҳбат жараёнида раҳбар «авторитет» тамойилини амалга оширади. Рақибдан мажбурий мақтовни, кутилмаган маъқуллашни қабул қилиш улар учун қийин кечади. Инсонпарвар ёки дўстона мулоқотнинг бу кўринишларида низолашаётган шахс яширин истехзони эшитади ёки айёр режани тасаввур қилади. Бундай ҳолда, рақиблардан бирининг бошқасига нисбатан яхши ниятларини фақат ҳар иккаласи учун ҳам ваколатли бўлган учинчи томон орқали етказиш мумкин. Бунда учинчи шахс, яъни етакчи томонидан шахслараро муросани излаш йўлига низолашаётганлар йўналтирилади;

- индивидуал суҳбат жараёнида раҳбар "тажовузга дучор бўлиш" тамойилини амалга оширади. Етакчи низолашаётганларга қасддан бири-бирига ёқмаслигини билдириш учун низоли имкониятни беради. Омма олдида, бу фақат ниқобланган шаклда амалга оширилиши керак: спорт, мусобоқаларда, ўйинларда ва ҳоказоларда низоли шерикларни учратишимиз мумкин.

Умуман олганда, низоларни бошқаришнинг билвосита усуллари фақат гуруҳнинг умумий меҳнат фаолияти, шу жумладан қарама-қарши бўлганлар фонида тегишли эканлигини таъкидлаш керак. Масъулиятсизлик ва келишмовчилик муҳитида ушбу усуллар нафақат низоларни бартараф этмайди, балки уларнинг ўсиши ва чуқурлашишига ёрдам беради.

Назорат саволлари:

1. Низонинг умумий ижтимоий-психологик тавсифини беринг.
2. Тўқнашувнинг асосий таркибий қисмларининг таркибини кенгайтиринг.
3. Низонинг психологик тузилишини айтиб беринг.
4. Шахслараро низоларнинг моҳиятини, уларнинг сабаблари ва таснифини очинг.

5. Низони амалга оширишнинг асосий босқичларини номланг ва асосланг.

6. Кичик гуруҳдаги низолар динамикасини айтиб беринг.

7. Шахслараро низонинг хатти-ҳаракат реакцияларини айтиб беринг.

8. Ташкилий низо ва унинг таснифи ҳақида тушунча беринг.

9. Кичик гуруҳлардаги низоларнинг олдини олиш ва бартараф этишнинг асосий усуллари ва шартларини айтиб беринг.

10. Ташкилотдаги гуруҳ низоларини бошқариш учун мумкин бўлган стратегияларни санаб беринг.

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. Кимлар дастлаб беш стратегиядан иборат бўлган шахслараро даражада низоларни бошқариш услубларини таснифлашнинг концептуал схемасини таклиф қилдилар?

А. Р. Блейк ва Ж. Моутон

Б. Г.Саймон, Г.Лассуэль

С. В.Врум, Ф.Йеттон

Д. Д.Логафет, Ж.Руссо

2. ... - бу фаол ҳаракат ва ўзига хос мустақил йўл. Ушбу усул турли шароитларда энг самарали ҳисобланади ва қуйидаги ҳолатларда қўлланилади: натижа сиз учун жуда муҳим бўлса; етарли ваколат ва имтиёзларга эга бўлганингизда;

А. рақобат

Б. компромисс

С. ҳамкорлик

Д. низодан қочиш

3. ...- муросадан фарқли ўлароқ, чуқурроқ даражага эга бўлиб, низони ҳал қилишда кўпроқ вақт ва фаол иштирок этишни талаб қилади

А. рақобат

Б. компромисс

С. ҳамкорлик

Д. низодан қочиш

4. Бу ўзингизнинг хоҳишингизни қисман қондиришга ва бошқанинг хоҳишини қисман бажаришга рози бўлганингизда энг самарали вазиятларда қўлланиладиган усул.

А. рақобат

Б. компромисс

С. ҳамкорлик

Д. низодан қочиш

5. - қуйидаги ҳолатларда самарали бўлади: муаммо сиз учун унчалик муҳим бўлмаганда; сизнинг ноҳақ эканлигингиз ва бошқанинг ҳақлигини ҳис қилганингизда,

А. рақобат

Б. компромисс

С. ҳамкорлик

Д. қочиш(олдини олиш)

6. ...- қуйидаги шароитларда самарали бўлади: агар сиз озгина бўлсада, ўзингизни йўқотиб қўйганингизни ҳис қилсангиз; вазиятни қачон енгиллаштириш кераклигини билмасангиз; натижа сиз учун эмас, бошқа учун муҳимроқ эканлигини тушунганингизда; тўғрилиқ сиз томонда бўлмаса.

А. рақобат

Б. компромисс

С. ҳамкорлик

Д. адаптация

7. Ҳар қандай низоли вазиятда қоида тариқасида, уни ҳал қилишнинг нечта усули мавжуд?

А. 3

Б. 4

С. 2

Д. 5

8. Транзакцион таҳлил назарияси ким томонидан ишлаб чиқилган?

- А. Э.Берн
- Б. Э.Фромм
- С. К.Юнг
- Д. М.Клайн

9. Кимнинг таъкидлашича, агар одамга ўз салбий ҳис-туйғуларини ифода этишига рухсат берилса, унда аста-секин ижобий нарсалар билан салбий ҳис-туйғуларини алмаштириш ҳоллари кузатилади.

- А. К.Роджерс
- Б. Э.Фромм
- С. К.Юнг
- Д. М.Клайн

10. Гуруҳ аъзолари бир-бирлари тўғрисидаги билимларини муомалада бирон бир шаклда намоиш этишлари нима деб аталади?

- А. операцион стимул
- Б. операцион реакция
- С. систематик бошқарув
- Д. оператив мунозара

Адабиётлар:

1. Здравомыслов А. Г. Социология конфликта. - М.: 1996.
2. Зигерт В., Ланг Л. Руководитель без конфликтов. - М.: 1990.
3. Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.
4. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации. - М.: 1996.
5. Психология менеджмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. -СПб.: 1997.
6. Умаров Б., Назаров А. Организационные и социально-психологические последствия принятия управленческих решений в конфликтных ситуациях //Молодой ученый. - Международный научный журнал. г.Казан 2020. №7 (297).

9-МАВЗУ. ЖАМОА ВА ГУРУҲЛАРНИ БОШҚАРИШНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИГИ

Режа:

1.Кичик ижтимоий гуруҳ ташкилотнинг ижтимоий-психологик тавсифи сифатида

2.Гуруҳнинг самарали фаолиятига тўсқинлик қилувчи омилларнинг психологик таҳлили

3.Гуруҳдаги таркибий элементлар таҳлили

4.Гуруҳда ахборот алмашинув жараёни таҳлили

Таянч сўзлар: гуруҳ, ташкилот, жамоа, конструктив муносабатлар, норасмий тузилма, лидер, раҳбар, норасмий гуруҳлар, "танлов", коммуникатор, "Қўриқчи", "Фикрлар раҳбари", "Боғланган","Чегара кўриқчиси", таъсир тузилиши, кутиш таркиби, симпатия, "Социометрик тестлар"

Инсоннинг бутун ҳаёти гуруҳларда ўтади. Ушбу ҳаётининг ибора жуда кўп ижтимоий-психологик маънога эга. Бирор индивид, қанчалик автоном ва мустақил бўлмасин, бошқа одамлар билан мулоқот қилмасдан, инсонлар билан ўзаро алоқаларисиз ўз моҳиятини ва имкониятларини ифода эта олмайди. Инсон ҳаётининг дастлабки босқичларида унинг шахсининг асослари шакллантирадиган биринчи ижтимоий **гуруҳ** - бу оила, кейин дўстона тенгдош компаниялар, ўқув гуруҳлари, ўзаро симпатиядаги уюшмалари ва бошқалар.

Психологик маънода гуруҳ — бу умумий белгилар умумий Фаолият, мулоқот ҳамда умумий мақсад асосида бирлашган кишилар уюшмасидир. Умуман одамлар гуруҳи ташкил топиши учун албатта, қандайдир умумий мақсад ёки тилаклар, умумий белгилар бўлиши шарт. Масалан, талабалар гуруҳи учун умумий нарсалар кўп (ўқув фаолияти, билим олиш, ёшларга хос

бирликлар (ўспирин, ёшлар, маълум ўқув юртида таълим олиш истаги ва хоказо). Кўчада бирор тасодиф рўй берганлиги учун тўпланган кишилар учун ҳам умумий бўлган нарса бор — бу қизиқувчанлик бўлиб ўтган ҳодисага гувоҳлик, унга умумий муносабатдир. Гуруҳни алоҳида шахслар ташкил этади, лекин ҳар бир гуруҳ психологияси уни ташкил этувчи алоҳида шахслар психологиясидан фарқ қилади ва ўзига хос қонуниятларга бўйсунди. Айни шу қонуниятларни билиш эса турли типли гуруҳларни бошқариш ва ана шу гуруҳларни ташкил этувчиларни тарбиялашнинг асосий мезонидир²³.

Бир сўз билан айтганда, инсон ҳар доим турли хил гуруҳлар таъсири остида ҳаракат қилади. Ҳаётининг жараёнининг минглаб жабҳалари орқали ҳар биримиз ўз таъсирини бошидан кечирган улкан инсоний жамият билан боғланамиз. Демак, бу ерда "гуруҳ" сўзи италян *gruppo*- “алоқа” дан келиб чиққанлиги айтиб ўтиш мақсадга мувофиқ. Албатта, бизни муайян меҳнат фаолиятини амалга оширишда шахс ўзини англайдиган ижтимоий гуруҳлар қизиқтиради.

Ҳар бир олий ўқув юртини битирувчиси ўқишни тамомлагандан сўнг, асосан, иккита вариантни танлашга дуч келишади. Биринчиси, бўш жой мавжуд ишлаб чиқариш, тижорат ёки илмий ташкилотда ва шу билан аллақачон ташкил этилган гуруҳга, аллақачон ишлаётган жамоасига кирасиз. Бундай ташкилотлар узоқ вақтдан бери мавжуд ёки яқинда пайдо бўлган бўлиб, жамиятда маълум бир фаолият тури учун ташкил этилган, бизнес алоқалари тузилган. Иккинчи вариант камроқ тарқалган, аммо айни пайтда мумкин: бу сиз ўзингиз ёки шерикларингиз билан биргаликда ташкилотингизни, гуруҳингизни, компаниянгизни яратасиз.

Иккинчи вариант, барқарор жамоаларда бўлиши мумкин бироқ янги кучларни ислоҳ қилиш, янги бўлинмалар, хизматлар, ишчи гуруҳлари, вақтинча ижодий гуруҳларни яратиш талаб этилади. Ушбу ёндашув кўпинча йирик ва ўрта Ғарбий фирмалар томонидан ишлаб чиқаришни динамикасини

²³ Ф.А.Акрамова. Ижтимоий психология: ўқув қўлланмаси. – Т., 2007. Б. 85.

ошириш ва рақобатдошлигини ошириш учун ишлатилади. Бизнинг маҳаллий тадбиркорлар, менежерлар, менежерлар иккала ёндашувдан фойдаланишлари керак, шунинг учун ташкилот, ижтимоий гуруҳ, гуруҳ илми томонидан менежмент объекти сифатида тўпланган билимлар амалий қизиқиш уйғотади.

Ҳар қандан объектни бошқаришдан олдин унинг асосий хусусиятларини тасаввур қилишингиз керак. Гуруҳ нима, унинг миқдорий ва сифат кўрсаткичлари қандай? Ижтимоий гуруҳларда қандай механизмлар ишлайди, уларни бошқаришда қандай фойдаланиш мумкин? Ташкилотлар ва гуруҳларнинг динамикаси қандай? Ушбу ва бошқа кўплаб саволлар албатта сизнинг олдингизда пайдо бўлади.

Социология ва бошқарув психологияси назарияда объектга турли хил ёндашувлар мавжуд, бу фарқни ўрганиш предметлари ўртасидаги фарқни тушунтиради.

Меҳнат хужайраси сифатида ташкилотнинг қуйидаги таърифи яхши белгиланган ва умумийтироф этилган: ***ташкилот** - бу умумий мақсад ёки мақсадларга эришиш учун онгли мувофиқлаштирилган одамлар гуруҳи (икки ёки ундан кўп)*. Қуйидагилар ташкилотнинг энг муҳим хусусиятлари ҳисобланади: булар унинг ҳар бир аъзосининг меҳнат операциялари бўйича ихтисослашиши, синхронизм ва бир йўналишда ишлашидир. Ижтимоий ташкилот ҳар доим барқарорлик учун ҳаракат қилади, бу бирлик ва қатъий иерархия билан таъминланади.

Турли мақсадларга эришишда кучли восита сифатида ташкилотнинг роли ривожланган капитализм даврида рўёбга чиқди. Ташкилий бошқарув муаммоларини ишлаб чиқишда америкалик муҳандис **Ф. Тейлор** (1865-1928) ва француз саноатчиси **Анри Файол** (1841-1925) катта ҳисса қўшдилар. Машҳур америкалик ижтимоий психолог **Элтон Мэйо** (1856-1915) томонидан ўтказилган тадқиқотлар ижтимоий ташкилотнинг ижтимоий-психологик тадқиқотларига кучли туртки бўлди. У ва унинг издошлари менежмент соҳасида *"инсоний муносабатлар мактаби"* га асос солишди. Менежмент психологияси, ижтимоий психологияда жамоани ўрганишга

катта эътибор берилди. Ғарб психологияси жамоа тушунчаси тан олинмади ва унинг ўрнига кичик ижтимоий гуруҳ тушунчасига асосланиб иш юритилди. Сўнгги йилларда ушбу иккита тадқиқот йўналишини ўзаро бойитиш кузатилди ва ҳозирда ҳам маҳаллий ва хориж психологияда, шунингдек менежмент фанида ижтимоий гуруҳ ва жамоанинг мавжудлиги тан олинган.

Бизнингча, бир вақтлар **Л.П. Буев** томонидан илгари сурилган *"ижтимоий гуруҳ ва ташкилотнинг қотишмаси"* сифатида тушунилан *"жамоа"* атамаси менежмент фани учун асос бўлиши мумкин. Бир қатор тадқиқотлар шуни кўрсатадики, **жамоа** - бу гуруҳ ички ташкилланишининг энг юқори шаклидир. Бундай ҳолда, ижтимоий ташкилотни бошқариш объекти сифатида, шунингдек расмий ва норасмий ижтимоий гуруҳларга тегишли барча масалаларни кўриб чиқиш керак. Ушбу масалаларнинг баъзилари маълум даражада социология ва ижтимоий психологиянинг умумий курсларида кўриб чиқилган, хусусан гуруҳ босими, конформизм, норасмий гуруҳнинг ўзига хос хусусиятлари, референт гуруҳи, лидерлик, гуруҳдаги шахсий статус ва шахснинг гуруҳдаги ижтимоий роли ва бошқалар.

Кичик ижтимоий гуруҳнинг кўплаб таърифлари маълум. Бу ерда бир нечтасини кўриб чиқамиз.

1. *Кичик гуруҳ* деганда, аъзолари умумий ижтимоий фаолият билан бирлаштирилган ва бевосита ўзаро шахсий алоқада бўлган, ҳиссий муносабатлар, гуруҳ нормалари ва гуруҳ жараёнларининг пайдо бўлиши учун асос бўлган гуруҳлар тушунилади.

2. *Кичик гуруҳ* - мақсад ва вазифаларни бирлаштирган, бевосита алоқада бўлган шахсларнинг нисбатан кам сони.

3. Америка бошқарувида гуруҳ деганда икки ёки ундан кўп одам бири-бири билан ўзаро таъсирлашадиган ва уларнинг ҳар бири бир вақтда ушбу таъсирни бошдан кечирадиган одамлар тушунилади.

4. Собик совет ижтимоий психологияси соҳасида ҳозирги кунга қадар **Г.М. Андреева** томонидан берилган таъриф умумий қабул қилинган ва аҳамиятли деб ҳисобланади: *"Кичик гуруҳ - бу ижтимоий муносабатлар тўғридан-тўғри шахсий алоқалар кўринишида гуруҳдир."*

Бошқарув нуқтаи назаридан кичик ижтимоий гуруҳнинг энг кенг тарқалган хусусиятларини қуйидагича кўриб чиқиш мумкин.

1) *гуруҳнинг йўналганлиги* (унинг мақсадлари, фаолият мотивлари, қадриятлар йўналганликлари ва гуруҳ меъёрларининг ижтимоий аҳамияти);

2) *гуруҳни ташкиллаштирилганлиги* (унинг ўзини ўзи бошқариш қобилияти сифатида) ва унинг интегративлиги (умумлашиш, гуруҳ аъзоларининг бир-бири билан бирлашиши фарқли ўлароқ);

3) *гуруҳнинг микромуҳити ёки психологик муҳити* (ҳар бир инсоннинг фаровонлигини, унинг гуруҳдан қониқишини, ундаги қулайликни белгилайди). Ҳар бир инсон яхши гуруҳнинг аъзоси бўлишни хоҳлайди, бунга жавобан дўстона туйғуларни бошдан кечиришни ва қабул қилишни хоҳлайди;

4) *референт (гуруҳ стандартлари гуруҳ аъзоларининг қабул қилиш даражаси сифатида) ва лидерлик* (гуруҳнинг баъзи аъзоларининг ўз вазифаларини ҳал қилишда умуман гуруҳга етакчи таъсири даражаси сифатида);

5) *интеллектуал фаоллик ва коммуникативлик* (шахслараро идрок этиш ва ўзаро тушунишни ўрнатиш, умумий тил топиш);

6) *эмоционал коммуникативлик* (ҳиссий табиатнинг шахслараро муносабатлари, ҳиссиёт билан тўйинган алоқаларга ижтимоий эҳтиёжни қондириш);

7) *иродавий коммуникативлик* (гуруҳнинг бошқа гуруҳларнинг таъсирига, вазиятларга, стрессга чидамлилиги, экстремал вазиятларда гуруҳнинг ишончилиги, рақобат шароитида унинг интилиши ва қатъиятлилиқ қобилияти).

Гуруҳнинг самарали фаолиятига тўсқинлик қилувчи омилларнинг психологик таҳлили. Инглиз менежмент мутахассислари *М. Вудкок* ва *Д.Фрэнсис* жамоаларнинг самарали фаолият юритишига тўсқинлик қилувчи энг типик омилларни аниқладилар.

1. Раҳбарнинг яроқсизлиги. Раҳбарлик- шубҳасиз, жамоанинг сифатини белгиловчи энг муҳим омилдир. Ҳамма ҳам ташкилотчилик қобилиятига эга эмас. Аниқланишича, бундай қобилият мусиқий ёки математик қобилиятларга қараганда бир неча ўнлаб марта камроқ учрайди. Эндиликда психологлар менежерларнинг бошқарув қобилиятини баҳолашнинг бир қатор усулларига эга. Аммо ҳар доим жамоа шартнома бўйича ташкилотчи-мутахассисларни таклиф қилган ҳолда катта масъулиятни ўз зиммасига олади.

2. Малакасиз ходимлар. Самарали жамоа мувозанатли ва тўлақонли ансамблга айланиши керак, у ерда ҳар ким ўз ролини бажаради ва ҳамма умумий муаммони ҳал қилади: Шунинг учун биз биргаликда самарали ишлай оладиган ходимлар таркибига доим муҳтожмиз.

3. Микромуҳитни ёмонлиги. Жамоа турли хил қадриятлар ва ҳис-туйғуларга эга одамлардан иборат. Жамоага бўлган садоқат - жамоадаги нормал муҳитнинг белгиларидан биридир. Ўзаро ёрдамнинг юқори даражаси ҳам самарали ишлайдиган жамоанинг табиий ҳолатидир. Одамларнинг бири-бирига нисбатан ишончсизлиги ва шубҳаси жамоани бузади ва микромуҳитни ёмонлашишига олиб келади..

4. Нотўғри мақсадлар. Агар умумий мақсад ҳақида аниқ тасаввур бўлмаса, унда жамоанинг алоҳида аъзолари умумий иш учун ҳисса қўша олмайди. Ушбу мақсадлар баъзи гуруҳлар учун алоҳида принциплар, қоидалар ва ҳатто шиорлар шаклида ишлаб чиқилган ва кейин улар доимий равишда ва моҳирлик билан барча ишчиларнинг онги ва ҳиссиётларига етказилган. Замонавий, динамик муҳитда янги шароитларда мақсадларни ўзгартириш керак бўлиши мумкин. Олдинга қараб ва ўз мақсадларини мос келадиган жамоа одатда муваффақиятли бўлади.

5. Ишнинг натижаларининг қониқарсизлиги. Баъан яхши микромуҳит, ходимларнинг юқори малакаси ва бошқа нарсалар яхши натижаларни бермаслиги мумкин. Бу ҳолда, эҳтимол, қатъийлик етишмаслиги, ходимларнинг юқори даражага кўтарилиш истаги йўқлиги, тегишли рағбатлантиришлар йўқлиги бўлиши мумкин.

6. Қарорларни тайёрлаш ва қабул қилиш усулларининг самарасизлиги. Бундай вазиятларда "коллектив" интеллект - *"брэйнсторминг"* (ақлий ҳужум, ғоялар ярмаркаси ва бошқалар), ушбу усулларни самарадорликни такомиллаштиришга ёрдам беради.

7. Ёпиқлик ва конфронтация (қарама-қаршилик). Агар жамоада фикр эркинлиги бўлмаса, унда носоғлом муҳит юзага келади. Жамоа аъзолари фикрлари ва қарашлари юзасидан низо келиб чиқишидан кўркмаган ҳолда бир-бирлари ҳақида ўз фикрларини билдиришлари, барча келишмовчиликларни кўркмасдан муҳокама қилишлари керак. Самарали ишлайдиган гуруҳлар нозик ва ёқимсиз муаммолардан қочмайди, балки уларни ҳалол ва тўғридан-тўғри, фикрлар ва низоли тўқнашувлардан кўркмасдан муҳокама қилишади.

8. "Ривожланишдан ортда қолган ходимлар". Бир хил имкониятлари тенг шароитларда, юқори даражадаги индивидуал қобилиятларга эга жамоа катта имкониятларга эга бўлади. Вудкок ва Френсиснинг фикрига кўра, *"Ривожланган ходимлар"*, ғайратли, ўз ҳис-туйғуларини енгитишга қодир, ўз фикрларини очиқ билдиришга тайёр, ўз қарашларини фақат далиллар таъсирида ўзгартири олади ва ўз фикрларини яхши ифода эта оладилар.

9. Жамоанинг ижодий қобилиятларини пастлиги. Самарали жамоа ижодий ғояларни шакллантириш ва уларни амалга ошириш қобилиятига эга. Жамоавий ижодкорликнинг босқичлари бор: вазифани белгилаш, ғояларни яратиш, энг қимматли ғояларни танлаш ва ривожлантириш, ғояларни синаш, янгиликларни жорий қилиш. Ижодкорликка кириш нафақат янги нарсаларга интилишни, балки тегишли ҳаракатларни ҳам талаб қилади.

10. Бошқа жамоалар билан конструктив муносабатларнинг йўқлиги.

Бошқа жамоалар билан ўзаро ишлаш сифати қониқарли эмас. Раҳбар алоқаларни ўрнатиш, муаммоларни доимий равишда биргаликда ҳал қилиш учун имкониятларни излаш, душманликнинг олдини олиш ва ҳамкорликни ўрнатиш учун шахсий тушунишни излаш ва ишонч муҳитини яратишга мажбурдир.

Шундай қилиб, ишчиларнинг бевосита ўзаро муносабатлари амалга ошириладиган ҳар бир ташкилотни кичик ижтимоий гуруҳ деб ҳисоблаш мумкин. Жамоа бу ташкилот ва ижтимоий гуруҳнинг уйғунлашувидир. Унда ишлайдиган қонунларнинг ижтимоий-психологик хусусиятларини билиш оддий аъзога вазиятни бошқаришга ёрдам беради, бу ҳар қандай даражадаги раҳбар учун муҳим ёрдам бўлади. Жамоа, одамлар гуруҳини бошқариш қобилияти менежернинг зарурий сифатидир.

9.2. Гуруҳдаги таркибий элементлар таҳлили

Меҳнат жамоасининг таркибини очиб бериш, биринчи навбатда, қуйидаги таркибий қисмларга ажратилади:

1. Ижтимоий тузилмани ишчилар (шу жумладан, малакали ва малакасиз), хизматчилар, мутахассислар ва менежерлар тоифалари ифодалаши мумкин.

2. Бошқарув тузилиши одатда функционал тузилмани қуйидагича ифодалайди: асосан жисмоний меҳнат билан шуғулланувчи ходимлар (асосан ёрдамчи, хизмат кўрсатувчи ходимлар) ва ақлий меҳнат билан шуғулланадиган ходимлар (маъмурий-бошқарув ходимлари, ишлаб чиқариш-техник ходимлар).

3. Ижтимоий-демографик тузилиш муҳимдир, бунда гуруҳлар ёши, жинси, миллати ва бошқалар бўйича фарқланади.

4. Яхши етакчи албатта ўз жамоасининг малакавий таркибини ўрганиб чиқади. Одатда у қуйидаги ишчилар гуруҳларига ажратилади: юқори

малакали, малакали, паст малакали, малакасиз, амалиётчилар, ўрта махсус маълумотли ва олий маълумотли.

Ушбу хусусиятларни билиш, етакчига ўз ташкилотининг, жамоасининг ижобий ва салбий томонларини кўриш, унинг психологик хусусиятларини, шунингдек, ўз фаолиятининг самарадорлигини ошириши ёки самарадорликни камайтириши мумкин бўлган ўзига хос жиҳатларни аниқлаш имконини беради.

5. Маҳаллий ва хорижий адабиётларда жамоада расмий ва норасмий тузилмаларнинг ўзаро таъсирига катта эътибор берилади. Шу билан бирга, ҳар қандай ташкилот, муассаса, фирма, норасмий тузилмалар ва гуруҳлар ўз-ўзидан пайдо бўлади ва бу табиий ҳолдир.

Норасмий тузилма - бу аниқ мақсадларга эришиш учун доимий равишда ўзаро таъсир қиладиган ўз-ўзидан пайдо бўлган одамлар гуруҳи. Халқаро менежмент соҳасида изланишлар олиб борилди, натижада норасмий тузилмаларни бошқариш бўйича бир қатор қоидалар ва тавсиялар шакллантирилди. Хусусан, норасмий гуруҳларнинг пайдо бўлиши самарасиз бошқарувнинг кўрсаткичи деган фикрлар рад этилди. Бундан ташқари, норасмий тузилмаларда ўзгаришларга қарши туриш тенденцияси мавжудлиги аниқланди.

Норасмий лидерлар асосан жамоаларга таъсир ўтказадилар ва фойдаланадилар, одамларга, уларнинг шахсий ва индивидуал хусусиятларига, шунингдек муносабатларга таъмир ўтказадилар. Шунингдек, жамоанинг фаолияти, вазиятлар ва ҳоказоларнинг ўзгаришига қараб лидерларнинг доимий равишда ўзгариши характерлидир.

Меҳнат жамоасида бир неча турдаги лидерлар бўлиши мумкин: ишбилармон лидер (масалан, бошқалардан яхшироқ тушунадиган ва гуруҳ олдида турган асосий вазифаларни ҳал қилишда тажрибага эга бўлган киши); эмоционал лидер (энг диққатга сазовор, атракцияли); бир муддат ичида жамоани бошқара оладиган бошқалардан кўра кўпроқ қобилиятли вазиятли лидер бўлиши мумкин.

Америка менежменти назариясига кўра, раҳбарнинг норасмий тузилмаларга нисбатан қуйидаги ҳаракатлари тавсия этилади:

1) норасмий тузилманинг мавжудлигини тан олиш ва ҳар қандай ҳолатда уни йўқ қилиш, у билан ишлаш ва унинг мавжудлигига таҳдид солмаслик чораларини кўриш;

2) норасмий гуруҳлар аъзолари ва лидерларининг фикрларини тинглашга интилиш. Лидерларни билинг, улар билан доимо учрашиб тулинг, ташкилот мақсадларига эришишга ҳисса қўшадиган гуруҳларни рағбатлантиринг;

3) бирон бир ҳаракатни амалга оширишдан олдин, уларнинг норасмий тузилмаларга мумкин бўлган салбий таъсирини ҳисобга олиш керак;

4) норасмий гуруҳлар томонидан ўзгаришларга қаршиликни сусайтириш учун уларга қарорларни ишлаб чиқишда ва қабул қилишда қатнашишларига имкон бериш керак;

5) тезда аниқ маълумотларни тақдим этиш, шу билан миш-мишлар тарқалишининг олдини олиш.

Раҳбарда бошқарув органида бундай гуруҳ мавжудлиги ва унинг тузилиши тўғрисида аниқ маълумот мавжуд бўлса, сиз ҳақиқатан ҳам норасмий гуруҳни бошқариши мумкин. Бундай вазиятда гуруҳ *социометрияси* аниқ маълумот олишга имкон беради, унинг моҳияти таҳлилнинг операцион даражасида **"танлов"** тушунчаси билан белгиланади. Гуруҳнинг хусусиятларидан келиб чиқиб, гуруҳ аъзоларини ҳам ҳиссий алоқалар учун, ҳам ишбилармонлик ("*миш учун*", "*қалб учун*") учун шерикларни танлашга ундовчи саволлар тузилади. Бу ерда ҳақиқий ижобий ёки салбий истиқболли танлов туфайли баҳоларнинг кенг доираси бўлиши мумкин.

Натижаларни таҳлил қилиш гуруҳнинг ҳар бир аъзоси томонидан қабул қилинган танловлар ёки рад этишлар сони, гуруҳнинг бошқа аъзоларини танлаш ёки рад этиш тўғрисидаги асосли ёки асосланмаган тахминлар сони ва бошқалар ҳақида жуда фойдали маълумотларни беради. Охир оқибат,

социометрия методи гуруҳ лидерларини аниқлаш, микро-гуруҳлар ва бошқа ҳақида маълумотлар беради.

Умуман олганда, ташкилот таркибидаги норасмий гуруҳлар ташкилотнинг манфаатлари ва мақсадлари йўналиши бўйича, унинг манфаатларига ва мақсадларига қарши ҳаракат қилиши мумкин ёки уларга умуман бефарқ бўлиши мумкин.

Бундан ташқари, меҳнатни нормал, самарали ташкил этиш, биргаликда мувофиқлаштирилган фаолиятни бошқариш учун маълумотларни қабул қилиш, узатиш ва қайта ишлаш билан боғлиқ барча нарсалар катта аҳамиятга эга. Бу узатилаётган тушунчаларни синхрон, тўғри ва аниқ тушунишни талаб қилади, шундан кейин гуруҳ ҳаракатлари ҳам мақсадга йўналтирилган ва самарали бўлади. Шунинг учун кўп нарса коммуникацион тузилмани ташкил этиш, қуриш, ижтимоий гуруҳ, муассаса, компанияда коммуникатив алоқаларига боғлиқ.

6. Ташкилотнинг, ижтимоий гуруҳларнинг коммуникатив тузилмаси жуда мураккаб ҳодиса бўлиб, у ҳали ҳам тадқиқот мавзулардан бири ҳисобланади. Коммуникатив тузилма гуруҳлар ичида ахборот ва фикр алмашиладиган каналлар ёки йўллар тармоғи сифатида намоён этилиши мумкин.

9.3. Гуруҳда ахборот алмашинув жараёни таҳлили

Ахборот алмашинувини ташкил этишда ташкилотда расмий ва норасмий алоқа каналлари ажратиб туради. Расмий алоқа каналлари маъмурий равишда расмий ташкилий тузилишга мувофиқ ўрнатилади ва одамларни вертикал ва горизонтал равишда ишчилар жамоасига боғлайди. Албатта расмий оқимлар ҳеч қачон меҳнат жараёни иштирокчиларининг эҳтиёжларини қондирмаслиги аниқ, чунки ижтимоий алоқалар соф расмий доирада чекланмайди. Норасмий алоқа каналлари - бу ташкилот доирасидан

ташқарига чиқадиган ва расмий равишда ўрнатилган каналларга мос келмайдиган каналлардир.

Кўпинча норасмий маълумотлар расмий маълумотлардан олдинда, баъзида уйқу аралаш миш-мишлар даражасида, яъни етарлича ишонччилик мавжуд эмас. Бироқ, нормал фаолият кўрсатадиган жамоаларда ҳар доим расмий ёки норасмий маълумот оқимларининг маълум бир мувозанати мавжуд бўлиб, у ёки бошқасининг устунлиги кузатилади.

Алоқаларнинг яна бир тақсимоли кўриниши - пастга ва юқорига қараб. Юқоридан пастга йўналтирилган маълумот - бу "юқоридан пастга", яъни бошқарувдан бўйсунувчиларга, бошқарувнинг юқори эшелонларидан пастки эшелонларига йўналтирилган маълумот. Кўтарилиш пастдан юқорига, меҳнат жараёнининг бевосита иштирокчиларидан менежерларга, ўрта ва катта менежерларга йўналтирилган маълумотлардир.

Маълумотларнинг етишмаслиги- бу бизнинг ташкилотларининг анъанавий касаллиги. Кўпинча, менежмент тўлиқ маълумот бермайди, уни махфийлаштиради, гарчи бунга ҳеч қандай эҳтиёж бўлмасада. Психологик томондан, юқоридан этарли маълумот ололмайдиган ишчилар ўзларини хавфли ва ҳатто хўрланган ҳис қиладилар.

Давлат ташкилотларида бу-ҳокимият муаммосидир, янги тижорат ташкилотларида бу - ҳали тартибга солинмаган муносабатларнинг қисми, гарчи ахлоқсиз мақсадлар учун бирор нарсани яшириш мақсадга мувофиқ эмас. Амалиётда ҳар иккала оқимнинг пастга ва юқорига қараб мувозанатини сақлашга ҳаракат қилиш керак, шунда улар муносабатлардаги кескинликни келтириб чиқармайди, балки умумий муаммоларни ҳал қилишда ўз ҳиссаларини қўшадилар.

Бундан ташқари, ички коммуникацион тармоқлар марказлаштирилган ва марказлаштирилмаганга бўлинади. Марказлаштирилган бошқарув ташкилотларида барча алоқалар гуруҳ раҳбари ёки лидери билан ёпиқ, марказлаштирилмаган бошқарув ташкилотларида у кўпроқ ёки камроқ ташкилотнинг барча аъзолари ўртасида тенг тақсимланган.

Марказлаштирилган тармоқлар, марказлаштирилмаган тармоқларга караганда, нисбатан оддий муаммоларни яхшироқ ҳал қилишга ёрдам беради, аммо мураккаб муаммоларни ҳал этиш самарадорлигига ҳалақит беради, шунингдек гарчи улар лидерликни ривожлантиришга ҳисса қўшса ҳам гуруҳ аъзолари орасида ишдан қониқишни ва гуруҳлар жипслигини камайтиради.

Коммуникацион моделларнинг бошқа кўплаб вариантлари мавжуд. Ҳақиқий ҳаётда алоқа тармоқлари ва моделларининг янада кўпроқ турлари мавжуд. ***Америкалик мутахассислар тадқиқотларига асосланиб, ташиқлот ичидаги тўртта "коммуникатор" турларини аниқладилар:***

1. ***"Қўриқчи"*** - бошқа ходимларга маълумот оқимини бошқарадиган ходим. Одатда, бу ролни котиблар, диспетчерлар, телефон алмашинуви операторлари ва бошқалар ўйнайди.

2. ***"Фикрлар раҳбари"*** - баъзи одамларнинг установка ва ҳуқ-атворига таъсир қилувчи шахс. Кўпинча норасмий лидер бўлиб, унинг фикрлари расмий фикрга зид келади.

3. ***"Богланган"*** - икки ёки ундан ортиқ гуруҳлар ўртасида боғлиқлик вазифасини бажарадиган киши. Ҳақиқий хабарчи маълумотни объектив равишда етказиш учун ўзини ҳар бир гуруҳдан узоқлаштиришга интилади.

4. ***"Чегара қўриқчиси"*** - ташкилий муҳит билан юқори даражада алоқада бўлган шахс. Коммуникатив тузилмани оптималлаштириш жамоа ичидаги алоқаларни фаоллаштириш ва уларни бошқаришда муҳим элемент ҳисобланади.

Коммуникатив тузилишга қўшимча равишда, ҳар бир жамоа ***таъсир, кутиш ва симпатия тузилмаларини*** ҳам ажратиб туради.

Таъсир тузилиши худди шу гуруҳга мансуб икки тоифадаги кишиларнинг - ўз истакларини эълон қилганларнинг ва ушбу истакларни амалга оширувчиларнинг ўзаро муносабатлари асосида шаклланади. Жамоада деярли ҳар доим бошқаларга ўзларининг иродасини юклайдиган одамлар ва шунингдек, ҳар доим итоат этадиган инсонлар тоифалари

мавжуд. Буни гуруҳ мустақил топшириқни бажараётганда ёки улар айтганидек мос сценарийни ўйнаётганида кузатиш мумкин.

Кутиш таркиби маълум бир вазиятда гуруҳнинг айрим аъзоларидан қандай хулқ-атвори кутиш кераклиги тўғрисида гуруҳнинг битта (бир оз ёки ундан катта) қисмининг консенсуси туфайли юзага келади. Бу кутиш, айниқса гуруҳ аъзоларининг хатти-ҳаракатларига маъқуллашда, салбий ёки нейтрал реакцияларда сезилади. Баъзан ҳатто лақаблар ҳам бу ёки бу аъзонинг гуруҳда қандай рол ўйнашини ва гуруҳ ундан нимани кутаётганлигини аниқлашга имкон беради.

Симпатиянинг тузилиши шундан иборатки, гуруҳ аъзолари бир-бирларига турли даражадаги хайрихоҳлик, антипатия ёки бефарқлик билан муносабатда бўлишади. **"Социометрик тестлар"** ёрдамида гуруҳ ичидаги ёқтириш ва ёқтирмаслик ҳолатларини аниқлаш усуллари жуда яхши ишлаб чиқилган. Бу **"юлдузлар"** ва **"аутсайдерлар** (четда қолганлар)" нисбатан бўлган симпатия ва антипатия, диққатни жалб қилиш ва рад этишнинг **"ўлчовлари"**га, яъни гуруҳ аъзолари томонидан кўпчилик томонидан танланган ва умуман танланмаган шахсларга рад этишни аниқ ифодалаб беради. Кўпинча ҳар бир гуруҳда нисбий мустақилликни сақлайдиган кичик гуруҳлар аниқланади, аммо улар умумий туйғу ва **"Биз"** билан боғланади.

Шундай қилиб, ташкилотнинг ижтимоий-психологик тузилиши мураккаб тизимдир. Гуруҳнинг муҳим хусусияти унинг катталигига, таркибига, тузилишига боғлиқ бўлган унинг аъзоларининг алоқадорлигидир. Ташкилотда норасмий гуруҳларнинг мавжудлиги раҳбарият ўзаро муносабатда бўлиб, улардан ташкилот мақсадларига эришиш учун фойдаланиши лозим. Жамоанинг келишилган ҳолда ишлаши, барча вазифаларни рақобат муҳитида муваффақиятли ҳал этиш учун ҳар бир аъзонинг ижтимоий-психологик муҳитга ва жамоа фаровонлигига ижобий таъсир кўрсатадиган коммуникатив тузилмани доимий сифатли тузатиш билан боғлиқдир.

Назорат саволлари:

1. Гуруҳ, ташкилот, жамоа тушунчаларини таҳлил қилиб беринг?
2. Ташкилий бошқарув муаммоларини ишлаб чиқишда америкалик муҳандис Ф. Тейлор, француз саноатчиси Анри Файоллар, америкалик ижтимоий психолог Элтон Мэйо концепцияларини тушунтириб беринг.
3. Гуруҳнинг самарали фаолиятига тўсқинлик қилувчи омилларни санаб беринг.
4. Бошқарув нуқтаи назаридан кичик ижтимоий гуруҳнинг энг кенг тарқалган хусусиятларини таърифланг..
5. Инглиз менежмент мутахассислари М. Вудкок ва Д. Фрэнсисларнинг жамоаларнинг самарали фаолият юритишига тўсқинлик қилувчи энг типик омилларни деб қайси омилларни изоҳлаган?
6. Меҳнат жамоасининг таркибий қисмларга кўрсатиб беринг
7. Америкалик мутахассислар тадқиқотларига асосланиб, ташкилот ичидаги тўртта "коммуникатор" турларини айтиб беринг
8. Коммуникатив тузилишга қўшимча равишда, ҳар бир жамоадаги таъсир, кутиш ва симпатия тузилмалари тракиби изоҳланг?

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. ...- бу оила, кейин дўстона тенгдош компаниялар, ўқув гуруҳлари, ўзаро симпатиядаги уюшмалари ва бошқалар
А. муассаса
Б. ташкилот
С. гуруҳ
Д. жамоа
2. ...- бу умумий белгилар умумий Фаолият, мулоқот ҳамда умумий мақсад асосида бирлашган кишилар уюшмасидир.
А. муассаса
Б. ташкилот
С. гуруҳ

Д. жамоа

3. ...- бу умумий мақсад ёки мақсадларга эришиш учун онгли мувофиқлаштирилган одамлар гуруҳи (икки ёки ундан кўп).

А. муассаса

Б. ташкилот

С. гуруҳ

Д. жамоа

4. Қуйидагилар ...нинг энг муҳим хусусиятлари ҳисобланади: булар унинг ҳар бир аъзосининг меҳнат операциялари бўйича ихтисослашиши, синхронизм ва бир йўналишда ишлашидир

А. муассаса

Б. ташкилот

С. гуруҳ

Д. жамоа

5. Ким менежмент соҳасида "инсоний муносабатлар мактаби" га асос солган?

А. Ф. Тейлор

Б. Анри Файол

С. Элтон Мэйо

Д. К.Левин

6. Ким томонидан "ижтимоий гуруҳ ва ташкилотнинг қотишмаси" ғояси илгари сурилган?

А. Ф. Тейлор

Б. Анри Файол

С. Элтон Мэйо

Д. Л.П. Буев

7. ...- бу гуруҳ ички ташкилланишининг энг юқори шаклидир.

А. муассаса

Б. ташкилот

С. гуруҳ

Д. жамоа

8. ... деганда, аъзолари умумий ижтимоий фаолият билан бирлаштирилган ва бевосита ўзаро шахсий алоқада бўлган, ҳиссий муносабатлар, гуруҳ нормалари ва гуруҳ жараёнларининг пайдо бўлиши учун асос бўлган гуруҳлар тушунилади.

А. муассаса

Б. ташкилот

С. гуруҳ

Д. кичик гуруҳ

9. ... - мақсад ва вазифаларни бирлаштирган, бевосита алоқада бўлган шахсларнинг нисбатан кам сони.

А. муассаса

Б. ташкилот

С. гуруҳ

Д. кичик гуруҳ

10. Бошқарув нуқтаи назаридан кичик ижтимоий гуруҳнинг энг кенг тарқалган хусусиятлари нечта?

А. 4

Б. 6

С. 7

Д. 5

Адабиётлар:

1. Майерс Д. Социальная психология. - СПб.: 1998.

2. Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.

3. Психология менеджмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. -СПб.: 1997.

4. Старобинский Э.Е. Как управляют персоналом. М.: 1995.

10-МАВЗУ. МАРКЕТИНГ ПСИХОЛОГИЯСИ

Режа:

- 1. Маркетинг тўғрисида тушунча.*
- 2. Маркетингнинг психологик жиҳатлари.*
- 3. Маркетинг ва унинг менежментини ривожлантириш.*
- 4. Ишлаб чиқариш маркетинги.*
- 5. Маркетингда инновацион менежмент.*
- 6. Реклама психологияси.*

Таянч сўзлар: маркетинг, паблик рилейшнз, маркетинг менежменти, маркетинг мотивацияси, бозорда маркетинг усулидаги фаолият, маркетинг фикрлаши, маркетинг психологик кўрсатмалари, маркетинг маҳорати ва кўникмалари, маркетинг омилкорлиги, деформацияланган бозор психологияси, криминал бозор психологияси, реструктуризация, реклама, фасилитация, ишлаб чиқариш маркетинги, инновациялар, товарнинг ҳаётий цикли, бозорга кириш.

10.1. Маркетинг тўғрисида тушунча

Маркетинг - бюджетдан ташқари маблағларни жалб қилиш бўйича фаолиятнинг энг муҳим йўналишларидан бири. Маркетингда ҳам бошқа амалий фанлардан ва иқтисодий фаолият соҳасидаги каби муфассаллик аниқ далиллар, катта аҳамият касб этади. Булар кўпинча хал қилувчи омилга айланади, лекин одатдаги тушунчага кўра улар «ортиқча» ҳисобланади.

Маркетинг, бу бозор фаолияти фалсафаси ва шу билан бир вақтда ҳаракат учун амал қилинадиган қўлланма.

Бозорга оид ва бошқа муаммоларни ечиш учун катта имкониятлар яратиб, маркетинг ўзидан тўлиқ ва тўғри фойдаланиш учун катта тайёргарлик ижодий ёндашишни талаб қилади.

«Маркетинг» тушунчаси шакл ва усуллар кенг қўламини қамраб олади. Булар одамлар, ташкилотлар, умуман жамиятнинг мунтазам ўзгариб турадиган эҳтиёжларини алмашлаш асосида таъминлайди. Маркетинг қуйидагиларни қамраб олади:

- бозор муносабатларига алоқадор инсон фаолиятининг моҳияти, тамойиллари, усуллари ва функцияси;

- маркетинг фаолиятининг стратегия ва тактикаси;

- режалаштириш-маркетинг режаси ва унинг тури, маркетингдаги дастур-мақсадли усуллар;

- товар-товар тушунчаси, товар турлари, товарнинг мавжудлик даври, сифат, рақобатбардошлик товар сиёсати, товар турини бошқариш, сервис;

- товар ҳаракати ва уни сотиш-товар ҳаракати тизимининг унсурлари, товар ҳаракатланиш йўналишлари, товар ҳаракатини бошқариш, товар сотишни ташкил этиш;

- нарх ва нарх ҳосил бўлиши - маркетинг фаолиятида нарх, нарх ошиш усуллари, нарх ҳосил бўлиш масалалари, нарх сиёсати;

- талабнинг шаклланиши ва сотувни рағбатлантириш, реклама ва унинг вазифаси, реклама тури, кўргазма ва аукцион, реклама тадбирларини режалаштириш, реклама бюджети;

- информация таъминоти, хизмат турлари бўйича бозор айрим сегментлари доирасида мужассам тадқиқот, юридик шахслар ва жисмоний шахслар, бозорни таҳлил қилиш ва истиқболи;

- Маркетинг фаолиятини ташкил қилиш-ташкил қилиш тамойиллари, ташкилий тузилмалар;

- маркетинг бошқаруви ва назорати, бошқарув ва назорат тури, вазиятли таҳлил, маркетинг тафтиши ва х.к.

Маркетинг тизимида истиқболи-бозорни атрофлича ўрганишнинг асосий ва якуний босқичи. Унинг асосий натижаларига иқтисодий программа асосланади.

Республикада кечаётган ижтимоий-иқтисодий ўзгаришлар шароитида, меҳнат бозорининг шаклланишида мутахассислар тайёрлаш, ишга жойлаш ва бандлиги жараёнини давлат бошқаруви воситалари айниқса аҳамиятли бўлиб қолади.

Мазкур муаммоларни мутахассисларга талабни истиқболи тизимини тузиш, ишлаб чиқариш талабини ҳисобга олиб, «Буюртмалар портфели»нинг шаклланганлиги, бу талабнинг талабаларни олий таълим муассасалари, минтақалар, касблар бўйича қабул миқдори билан мутаносиблиги, давлатнинг иқтисодиётни бошқариш тизимига уйғунлашган маркетинг хизмати ишини жонлаштириш, иқтисод турли тармоғи бўйича олий ва ўрта махсус маълумотли мутахассислар тайёр холида асосий нисбатларни ишлаб чиқиш ҳал этади.

10.2. Маркетингнинг психологик жиҳатлари

Маркетинг - бу бозордаги ҳаракатлар ёки маҳсулотларни сотиш соҳасидаги ҳаракатлардир. Замонавий талқинда **маркетинг** хўжалик режасини амалга ошириш, товарни ишлаб чиқариш ва уни бозор шароитларини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқарувчидан истеъмолчигача етиб бориши чоралари тизимидир. Бу корхонанинг барча фаолияти ва ишлаб чиқаришини бозорга йўналтириш, унинг ҳозирги эҳтиёжлари ва талабларини, шунингдек, ишлаб чиқарилган маҳсулотларни сотиш демакдир. Бу иқтисодий ҳаёт, ишлаб чиқарувчилар ва сотиб олувчилар ўртасидаги бой муносабатлар дунёсининг ўзидир.

Маркетинг- корхонанинг ишлаб чиқариш, молиявий, савдо, сотиш, кадрлар фаолиятини ўзгарувчан бозор шароитларига ва бозордаги истеъмолчилар талабларига мослашган ҳолда кўникишини таъминлашга

қаратилган. Бозор иқтисодиёти шароитида маркетинг корхона бошқарувида унинг фаолиятидаги фойда келтирадиган товарларни ишлаб чиқариш ва сотишни таъминлашга йўналтирилган ягона яхлит жараёнларни яратишга мўлжалланган энг муҳим йўналишдир. Ушбу жараён маълум вақт оралиғида мавжуд бўлган истеъмол бозори талабларининг ўзига хос хусусияти билан боғлиқ ўзгарувчан иқтисодий ва тижорий вазиятга (даромадлар, нархлар, бозор шароитларига) мослашувчан бўлиши керак.

Кўриниб турибдики, маркетинг фаолияти унда иштирок этадиганлар: *ишлаб чиқарувчилар, истеъмолчилар ва бозорнинг бошқа қатнашчилари психологияси билан ҳам муқаррар равишда боғлиқ.* Психология ҳаттоки назарийчилар ва амалиётчилар томонидан бозор рақобати шароитидаги фирма ёки корхонанинг товарларни сотишга қадар стратегияси ва тактикасидан тортиб маркетинг моҳиятини ҳар хил тушунишда (бу ҳолда у асосан бутун бошқарув билан айнан ўхшаш бўлади); юқори сифатли товарлар ёки хизматларни ишлаб чиқариш, таклиф қилиш ва сотиш бўйича виждонан ишлашдан истеъмолчини товарни сотиб олиш тўғрисида қарор қабул қилишга ундовчи, психологик манипуляция маҳоратигача ҳам намоён бўлади. Шунга қарамай, маркетинг тоифаси ва назарияси асосан корхона ёки фирманинг иқтисодий муваффақияти ўзи ишлаб чиқариш харажатларини пасайтиришга ҳам, бозор, рақобат ва ундаги талабни тўғри англашга ҳам, товарга нисбатан максимал ва тез сотилиши таъминлайдиган унинг (хизматнинг) сифатига қўйиладиган талабларга ҳам, бозор шароитларига мослашувчан тарзда жавоб беришга ҳам боғлиқлигини тушуниш билан боғланади.

Маркетингда психологияси қуйидагиларда мавжуд бўлади:

- тарқатиш каналларида (товарларнинг ишлаб чиқарувчидан охириги истеъмолчигача ҳаракатланиши) - уларнинг барча бўғинларида, шу жумладан товарларни қўшимча қайта ишлаш, ташиш, сақлаш, тарқатиш, ўрнатиш, ишга тушириш ва ҳ.;

- воситачилар, агентлар (савдо компаниялари, брокерлар) бўлган сотиш

каналлари, турли бўғинларда;

- шерикчилик ташкилотлари, транспорт, суғурта, банк ташкилотлари ва х.;

- ишлаб чиқарувчи, сотувчи ва харидорнинг ишлаб чиқарилаётган, таклиф этилаётган ва сотиладиган товарлар орқали муносабатларида ва ушбу муносабатлар амалга ошириладиган инсоний алоқаларда.

Ҳамма жойда уларда ўзининг психологик хусусиятлари, кучли ва заиф томонлари, ютуқлари ва камчиликлари, қизиқишлари, ўзларининг даромадлилигини оширишга интилишларига эга бўлган инсонлар мавжуд бўлади.

"Ишлаб чиқариладиган нарсани сотиш эмас, балки сотиладиган нарсани ишлаб чиқариш" тамойилига асосланган маркетинг ёндошуви ижтимоий ва психологик тарафдан истиқболлидир.

Товарни ишлаб чиқаришдан олдин маркетингнинг барча таркибий қисмларини ўрганиш ва тўғри баҳолаш, сўнгра товарни тайёрлаш ёки такомиллаштириш ва шундан кейингина у билан бозорга чиқиш керак. Маркетингда асосий нарса мавжуд товарни мажбурлаб тикиштириш ва ўтказиш эмас, балки талабни таъминлаш, уни реклама қилиш ва сотишни ташкил этишдир.

Замонавий маркетингда **паблик рилейшнз** - жамоатчилик билан алоқалар катта ўрин эгаллайди. Ушбу иш йўналиши қуйидагиларни ўз ичига олади:

- ташкилот ва у билан алоқага киришадиганлар ўртасидаги ўзаро тушунишни яхшилаши мумкин бўлган ҳар қандай нарса;

- *"жамоатчилик қиёфасини"*, ташкилотнинг имиджини яратиш бўйича чоралар;

- ташкилот тўғрисидаги асоссиз миш-мишларни ва ташкилотнинг миссияси, унинг вазифалари, бозордаги хатти-ҳаракатларини тушунмасликнинг бошқа кўринишларини аниқлаш ва йўқ қилиш;

- аҳоли ва бозорнинг бошқа субъектлари эътиборини унинг фаолияти ва маҳсулотларининг нуфузини ташкил этиш ва амалга оширишга жалб қилиш.

Паблик рилейшнзнинг воситалари ва усуллари бу босма сўзлар (реклама эълонлари ва буклетлар, нархлар рўйхати, каталоглар, варақалар, ташриф қоғозлари ва б.), аудио воситалар (радио эълонлар, телефон орқали сўровлар, рекламали мусиқа дисклари ва б.), визуал воситалар (афишалар, товар ва савдо белгилари, интерьер ва мебель дизайни, открыткалар, фирма ёрлиқлари, қадоқлаш пакетлари, рангли безатилган сумкалар, фирма совға буюмлари - қалпоқлар, футболкалар ва б.), аудиовизуал воситалар (видеороликлар, кинороликлар, телевизион кўрсатувлар, телевиденида тақдимотлар), маросимлар, ташрифлар, конференциялар, матбуот анжуманлари, миждозлар ва бошқа ташкилотлар вакиллари билан учрашувлар, кўргазмалар, ярмаркалар ва бошқалар ҳисобланади²⁴ Ушбу тадбирларнинг барчаси, шунингдек, психологик вазифа - истеъмолчининг корхона, унинг маҳсулоти билан муносабатларига таъсир қилиш, алоқаларда психологик тўсиқлар ва кескинликни олдини олиш ёки олиб ташлаш, бозорда тадбиркорлик муваффақиятини таъминлайдиган ўзаро мақбул муносабатларни ўрнатишни ҳал қилади.

Товар ва хизматлар бозори суст бўлганида, деярли ҳар қандай таклиф талаб қилинадиган ва реализация қилинганида (бундай ҳолат сотувчи бозори деб аталади) маркетинг ёндашуви муҳим аҳамият касб этмайди. Бироқ бозор товарлар ва хизматлар билан тўлдирилган шароитда, харидор уларни танлаш имкониятига эга бўлганида (харидор бозори) ишлаб чиқарувчилар, тадбиркорлар ва сотувчилар ўртасида рақобат мавжуд бўлиб, бу рақобат уларни олди-сотди ҳаракатлари доирасидан чиқиб кетишга ва уни таъминловчи ҳаракатларни бошлашга ундан анча олдин ва кейин амалга оширишни бошлашга мажбур қилади.

Бозор жараёнларини ўрганиш ва уларни тўғри англиш бошқарувдаги маркетинг реакцияларининг дастлабки шартидир. Улар тепада айтиб

²⁴ Қаранг: *Моргунов Е.Б.* Конспекты по психологии: Личность и организация. М., 1996. С. 91-93.

ўтилганидек, психологик ҳодисалар, уларнинг ўзгаришлари ва қонуниятлари билан тўйинган бўлади.

Махсус тадқиқотларнинг маълумотлари шуни тасдиқламоқдаки, бозордаги ўзгаришлар ва янги тенденцияларнинг пайдо бўлиши аломатлари нафақат уларнинг иқтисодий кўрсаткичларда ёрқин намоён бўлиши вақтида ёки ундан кейин, балки, янаям муҳими, уларгача ҳам учрайди. Бошқача қилиб айтганда, бозор динамикасининг психологик жиҳатларидаги ўзгаришлар ташқи томондан кўринадиган ўзгаришлар ҳақида огоҳлантиради ва нима учунлиги ҳам аниқ: улар бу ўзгаришларнинг муҳим сабабларидан бири бўлса, иккинчиси уларнинг натижасидир. Шунинг учун бозордаги ҳолатлар тўғрисидаги психологик маълумотлар маркетингда огоҳлантирувчи аҳамиятга эга. Яна бир нарса: агар рақамлар, нашрлар ва бошқа маълумотлар кўринишидаги иқтисодий маълумотларнинг катта қисмини бирон бир жойдан олиш мумкин бўлса, буни бозорнинг ҳолати тўғрисидаги психологик маълумотларга нисбатан (ҳеч бўлмаганда, ҳозирча) амалга ошириш мумкин эмас. Агар корхона раҳбарияти уни ололмаса, у ўзини қизиқтирган бозор соҳасидаги микро ва макро-ўзгаришларнинг олдини олишда кўп нарсадан маҳрум бўлади.

Ички соҳада *маркетинг менежменти*нинг¹ қуйидагилар билан боғлиқ психологик кўрсаткичларини (ўлчоварини) тушуниш ва такомиллаштириш ҳам муҳимдир:

маркетинг мотивацияси - мослашувчан тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишга мойиллик ва интилиш², харидорбоп товарларни ишлаб чиқариш ва сотиш, ички фирма бошқаруви ва ишлаб чиқаришни мослашувчан тарзда қуриш истаги;

бозорда маркетинг усулидаги фаолият - бозор шароитларини моҳирона англай олиш ва унга жавоб бериш қобилияти;

маркетинг фикрлаши - муваффақиятнинг ўз фаолиятининг ташқи ва ички хусусиятлар балансига боғлиқлигини тушуниш;

маркетинг психологик кўрсатмалари - истеъмоличининг манфаатлари ва эҳтиёжларини юқори сифатли қондиришга эътибор қаратган ҳолда, маркетинг фаолиятининг барча таркибий қисмларини тўлиқ амалга оширишга рағбатлантириш;

бозорни, талабни, рекламани ўрганиш, алоқаларни ўрнатиш, шартномалар ва битимларни тузишнинг **маркетинг маҳорати ва кўникмалари**;

ички бошқарув барча таркибий қисмларининг ташқи соҳада муваффақиятли маркетинг ва хулқ-атвори бошқариш талабларига бўйсунганини таъминлайдиган маркетинг менежменти;

ҳар бир иш жойидаги **маркетинг омилкорлиги** - ишлаб чиқарилаётган товарни ва истеъмоличига тақдим этилаётган хизматларни муваффақиятли тарғиб қилиш зарурлигини ҳисобга олган ҳолда, барча ходимлар ўзларининг функцияларини бажаришлари.

Бозор фаолиятида унинг субъектларида ушбу психологик ҳодисаларнинг турли хил намоён бўлиши кўриниб, улар маданиятли бозор талабларига йўналтирилганлиги ва мослик даражаси ҳамда мазмунли хусусиятлари билан фарқ қилади. Шундай қилиб, йўналиши бўйича ишлаб чиқариш йўналиши, сотув, тақсимлаш ва ташиш, бозорни ўрганиш ва ахборот тарқатиш, реклама ва б. йўналишларини ажратиш кўрсатиш мумкин. Ўзбекистон бозорида ҳозир, афсуски, **деформацияланган бозор психологиясининг** намоён бўлиши ҳам кенг тарқалган бўлиб, у тадбиркорлик олтин қондасининг ярамас шаклда қўлланиши - арзонроқ сотиб олиш, қимматроқ сотиш, шунингдек мижозларни алдаш ва фирибгарлик орқали шахсий бойиш учун жиноий йўл-йўриқлар: товарларни қалбакилаштириш, савдо белгилари, яроқлилиқ муддатлари, акциз белгиларини қалбакилаштириш, хуфёна иқтисодиётдаги хатти-ҳаракатлар - гиёҳванд моддаларнинг ноқонуний савдоси, қўшмачилик, порахўрлик, ароқни яширинча ишлаб чиқариш ва б. билан боғлиқдир.

Тадбиркорлар ва қисман истеъмоличиларнинг мол-мулкани (моддий ва пул маблағларини) тўлиқ ёки қисман зўрлик билан эгаллаш, шунингдек

жиноий хизматни мажбурлаб тиқиштириш учун қилинган ҳаракатлар орқали амалга ошириладиган **криминал бозор психологияси**нинг намоён бўлишини бундан ҳам ортиқ қабул қилиш мумкин эмас.

Таърифланган психологик омиллар маркетинг фаолиятининг барча таркибий қисмларига: унинг асосий функцияларини амалга ошириш (бозорни ўрганиш, товарлар ва хизматлар ассортиментини ишлаб чиқиш, сотиш ва тарқатиш, реклама ва сотишни раҳбатлантириш) ва асосий ҳаракатларни амалга ошириш (бозорни ўрганиш, потенциал харидорларнинг эҳтиёжларини аниқлаш, товарлар ва хизматлар нархини белгилаш, маҳсулотни тарқатиш, истеъмолчиларга маълумот бериш ва уларга хизмат кўрсатиш)га таъсир қилади. Функциялар ва ҳаракатларнинг ҳар бирини бажариш ўзига хос психологик хусусиятларга эга.

10.3. Маркетинг ва унинг менежментини ривожлантириш

Бозор динамикаси ҳар бир ишлаб чиқарувчидан доимий равишда товарлар ва хизматлар турларини такомиллаштириш, уларнинг рақобатдошлигини баҳолаш ва истеъмол хусусиятларини яхшилашни талаб қилади. Бу мунтазам корхоналарнинг ички соҳасига турли хил, баъзан тубдан яхшиланиш йўллари излаш ва жорий этиш, яъни **маркетингни ташкилий ривожлантириш** заруратини келтириб чиқаради. Унинг ядроси ишлаб чиқаришни ва ишлаб чиқарилган маҳсулотни сотиш бўйича ишларни такомиллаштириш имкониятлари ҳисобланади, лекин аслида у корхона ички тизимининг барча таркибий қисмларини, шу жумладан менежментни ҳам қамраб олади. Яхшиланишлар кичкина, аммо мунтазам, туганмас ғоялар ва энг яхшисини излашга эга бўлиши мумкин. Аммо вақти-вақти билан, бир неча йилда бир марта **реструктуризация** деб аталадиган туб ўзгаришлар ҳам бўлиши керак.

Ташкилий ривожланишни **огоҳлантириш** тарзида ўтказиш муҳимдир. Бу келажакка қараш, бошқаларнинг, муваффақиятсиз корхоналарнинг аянчли

тажрибасидан сабоқ олиш, кўзланган келажакка қараб ҳаракат қилиш ва уни ўзи учун қулай шароитларда яратишдир. Бугунги кунда самарали бошқариш воқеалардан орқада қолмаслик ва содир бўлган нарсаларга муносабат билдиришни эмас, балки онгли, фаол, ва ҳатто хужумкорлик билан бошқаришни англатади.

Ҳар қандай иқтисодиёт субъекти ва унинг фаолиятининг элементи ривожланишининг калити менежментнинг ривожланиши ҳисобланади. Ўз фикрлари ва хатти-ҳаракатларида воқеаларнинг одатий ҳолатини сақлаш принципларига риоя қиладиган менежерлар умуман замонга мос келмайди ва самарасиз ҳисобланади. Дунёдаги замонавий шиддатли ўзгаришлар ва янги муаммоларнинг пайдо бўлиши шароитида менежернинг инновацион салоҳияти ва инновацион фаолияти ғоят муҳим аҳамият касб этди.

Менежмент ва маркетингнинг ривожлантиришида бугунги кунда қуйидагилар алоҳида аҳамиятга эга бўлади:

- ташаббускор топ-менежмент - бошқарув, директорлар кенгаши ва бошқа бошқарув тузилмалари бўлиб, улар ижобий натижада қувонмайдиган ва мамнуният билан қўлларини ишқаламайдиган одамлардан иборат бўлиши керак. Бу олдинга ҳаракатни белгилайдиган ақл марказидир. Унда турли хил одамлар: олдинга ҳаракат қиладиганлар ва эҳтиёткорлар, секинлашадиган консерваторларнинг комбинацияси натижага яхши таъсир қилади. Шу билан бирга, иккаласи ҳам стратегик масалаларни омилкорлик билан ҳал қилишни ўрганишлари ва вақт руҳини йўқотмасликлари керак;

- менежернинг ишлаб чиқариш ва бошқарув тажрибаси;

- ҳар бир менежернинг корхона фаолият кўрсатаётган бозор сегментининг иқтисодий спецификасидаги омилкорлиги ва уни ўзгарувчан шароитларга мувофиқ доимий равишда ошириши;

- менежернинг ютуқлари учун кучли мотивация - қатъиятлилиқ, олдинга интилиш, ўзини такомиллаштириш, ҳаётда кўпроқ нарсага эришиш, воқеалардан онгли қоникмаслик, ўзини танқид қилиш, чексиз энергия; ижодий фазилатлар - ривожланган интеллект, эҳтиёткорлик, келажакка қарай

олиш одати ва қобилияти, янгиликни ҳис этиш, ташаббускорлик, мустақиллик, келажакка йўлни чамалаш қобилияти; ирода, дадиллик, жасорат, қатъиятчилик;

- бошқа рақобатчи бозор субъектлари томонидан амалга ошириладиган сотиш ва ишлаб чиқаришни ташкил этиш технологияларидаги янгиликларни кузатиш ва билиш (технологик разведка);

- корхона манфаатларига тегишли соҳалардаги технологик янгиликлар, илмий ютуқлар ва тадқиқотларни билиш, янги технологиялар ва техник ускуналарни сотиб олиш;

- илмий ташкилотлар билан алоқалар, илмий маслаҳатларни йўлга қўйиш, ўз корхонасида илмий-тадқиқот бўлимларини очиш;

- ассортиментни кенгайтириш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни такомиллаштириш, уларнинг сифатини яхшилаш ва таннархини камайтириш мақсадида ишчиларни заҳираларни умумий қидиришда фаол иштирок этишга жалб этиш;

- **фасилитация** функциясига киритиш мумкин бўлган менежментнинг бундай йўналиши ролини ошириш - уни енгиллаштириш функцияси билан боғлаш мумкин - иш жойларида янги жиҳозларнинг пайдо бўлиши ва технология ўзгариши туфайли ўз ишини ўзгартирган ходимларга ҳар куни ёрдам кўрсатиш, уларга янги билим, кўникма ва маҳоратни эгаллаш, корхонанинг янгиланган ишлаб чиқариш жараёнидаги янги ўзаро алоқаларни йўлга қўйишда ёрдам бериш..

Йўлга қўйилган ишнинг ҳеч қандай ўзгаришсиз осуда кечиши хавотирланишни келтириб чиқариши керак. Масъулиятли ва келгусида муваффақиятли ваъда қилувчи қарорларни бошқалар биров кутиб туриш ёки умуман ҳеч нарса қилмаслик керак деб ҳисоблаганда қабул қилиш лозим бўлган пайтлар ҳам бўлади.

10.4. Ишлаб чиқариш маркетинги

Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва хизматларни кўрсатиш билан бевосита боғлиқ бўлган корхонанинг ишлаб чиқариш фаолияти мавжуд ишлаб чиқариш ресурсларидан оқилона фойдаланишни, ишлаб чиқариш харажатларини доимий равишда пасайтиришни ва бозор эҳтиёжларини қондирадиган маҳсулотлар ишлаб чиқаришни таъминлайдиган тарзда қурилиши керак. Ишлаб чиқаришни кундалик (жорий, оператив ҳолатда) бошқариш календарь режа тузиш, энергия, молия, кадрлар ва асбоб-ускуналар, хом ашё, ярим тайёр маҳсулотлар ва буловчи қисмлар билан таъминлаш, бошқарувни марказлаштириш (ишнинг узилишлар ва тўхталишларга йўл қўймасдан бажарилишини бошқаруви), ишлаб чиқариш жараёни ва маҳсулотлар сифатининг жорий назорати, захираларни тўлдириш ва б.ни ўз ичига олади.

Ишлаб чиқаришни ривожлантиришда маҳсулот турлари ва сифатини, янги қувватларни, технологик ва инструментал базани ўзгартиришга, ишлаб чиқариш циклининг давомийлигини қисқартиришга, инвестициялар самарадорлигини оширишга, ишлаб чиқариш харажатларини камайтиришга, кадрлар малакасини ошириш ва қайта тайёрлашга (зарурат туғилганда), ишлаб чиқаришни бошқариш усуллари раціонализация қилишга йўналтирилган **инновациялар** зарурдир. Кўпинча янгиланиш, самарадорлик, тежамкорлик (харажатларни қоплай олиш), иш шароитлари, унумдорлик, сифат ва даромадлилик ҳолатни ва инновациялар натижасида эришилган натижаларни баҳолаш мезонлари бўлиб хизмат қилади. Амалга оширилаётган инновацияларнинг асослилиги ва самарадорлигини баҳолашда меҳнат унумдорлиги ва рентабелликни ошириш энг муҳим жиҳатлар саналади.

Ишлаб чиқаришни такомиллаштириш зарурати **товарнинг ҳаётий цикли** деб номланган объектив-субъектив қонуният билан боғлиқ бўлиб, вақт

бўйича номувофиклик, бир хил товарга ва унинг келтирадиган фойдасига бўлган талаб эволюцияси билан тавсифланади. У тўрт босқичдан иборат.

Бозорга кириш (жорий қилиниш) бу товарнинг бозорда пайдо бўлиши ва сотув ҳажмининг аста-секин ўсишидир. Бу вақтда корхона товарларни бозорга киритиш билан боғлиқ катта харажатлар сабабли деярли фойда кўрмайди.

Ўсиш - бу товарнинг бозорда тез тан олиниши ва уни сотишдан тушган даромаднинг сезиларли даражада ошиши босқичи.

Етуклик-бу сотув ҳажмининг ўсиш суръатларининг аста-секин пасайиш босқичидир, чунки товар кўпчилик харидорларнинг эътирофига сазовор бўлган.

Камайиш- бу сотув ва фойданинг тезланиб боровчи пасайиш босқичидир.

Менежмент бозорга етказиб берилаётган ҳар бир товарининг эволюциясини кузатиши, ҳар бир босқичнинг мақбуллигини таъминлаши, бозорга янги ишлаб чиқариш маҳсулотларини тайёрлаш ва чиқариш учун олдиндан чораларни кўриши шарт.

Ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва такомиллаштиришда ишлаб чиқарилаётган маҳсулот - товар ёки хизматнинг **истеъмол хусусиятлари** муҳим роль ўйнайди. Улар маҳсулотнинг **истеъмолга жозибадорлигини**, яъни унинг истеъмолчи учун қизиқарли бўлишини, бозордаги шу турдаги маҳсулот туридан яхши томонга фарқини белгилайди. Маркетингдаги ғамхўрлик ассортиментдаги маҳсулотни танлашдан бошланади ва товарни ишлаб чиқариш ва уни тарқатишнинг бутун йўли давомида, сотувгача ва сотувдан кейинги хизматларгача давом этади.

Товарнинг муваффақиятли сотилиши учун унинг деярли барча хусусиятлари, шу жумладан: ассортиментда янгилиги, номи, товар белгиси, урфбоплиги, ташқи кўриниши, қадоқланиши, товарнинг хусусиятлари, сифати ва фойдалилиги (истеъмолчининг ҳаёти ва соғлиғини яхшилашга таъсири) тўғрисидаги маълумотлар, хавфсизлиги (истеъмол учун зарарли

оқибатларнинг йўқлиги кафолатлари), кафолатланган фойдаланиш муддати, нархи, ишлаб чиқарилган жойи, корхона (фирма) қиёфаси психологик жиҳатдан муҳимдир.

Товарнинг номи, агар у қисқа ва содда, ўзига хос бўлса, чиройли жарангласа, ўқиш ва эслаб қолиш осон бўлса, аввал ишлатилмаган ва мавжудларини такрорламаса, ёқимли таъмга эга, қулай, байрамбоп, совғабоп ва бошқа шу каби аҳамиятга эга бўлса ва ёқимсиз фикрларга олиб келмаса, психологик жиҳатдан жозибадор бўлади.

Хорижда товарни номлаш ҳақида якуний қарор қабул қилишдан олдин бир нечта мутахассислар ёки истеъмолчилар томонидан берилган баҳоларга кўра уларнинг афзалликлари ва камчиликларини кўриш чиқиш орқали бир нечта вариантларни тузиш ва кейин психологик **тест ўтказиш** тавсия этилади. Нимадир билан боғлангани (гуруҳга навбат билан қоғозда намойиш қилиш ёки овоз чиқариб айтиш орқали ҳар бирида уларнинг намойишидан кейин пайдо бўлган фикрлари ва қиёфалари ҳақида ўртоқлашиш таклифини бериш), ўзига хослиги, эсда қолиши, афзалликлари (қоғоз варағида турли номларга овоз бериш ёки тартиб билан териб чиқиш, яъни жозибадорлик даражасини белгилаш тавсия этилади) бўйича тестлар қўлланилади. Кўпинча худди шу нарса якуний тўғри қарор қабул қилиш мақсадида бошқа хусусиятларнинг психологик жозибадорлигини ўрганиш учун ҳам амалга оширилади. Тажрибали тадбиркорликчилар: *"Бугунги илмий тадқиқотлар эртага фойда келтиради"*, - дейишади.

Товарнинг **қадоғи** истеъмолчининг эътиборини жалб қилиши, товарни қўлига олиш ва уни синчковлик билан ўрганиш истагини уйғотиши, унга эғалик қилишга қизиқтириши ва сотиб олиш қарорини қабул қилишга туртки бериши лозим. Бу нафақат истеъмолчида, балки сотувчида ҳам **харидорнинг психологик реакциясини** уйғотгани яхши. Сотувчини ҳам унинг жозибадорлиги (осон сотилади), ташиш ва сақлашдаги қулайлиги ва ишончлилиги, пештахтани безаш, нархини ёзиш имконияти борлиги қаноатлантиради. Тўғри ишланган қадоқ истеъмолчини маълумотлардан

хабардор қилади, ижобий ҳис-туйғуларни ва қониқиш туйғусини уйғотади, осонгина очилади (масалан, махсус воситага эга бўлиш ва куч ишлатиш зарурати сабабли асабийлаштирмайди), такрорий харидлар пайтида танилишини таъминлайди. Товарнинг кадоғи ўзини-ўзи сотади, унсиз сотувчи ҳисобланади, - деб бежизга айтишмайди.

Маҳсулотнинг жозибадорлигида унинг **бозор нархи** катта аҳамиятга эга бўлади. Истеъмолчининг унга психологик муносабати, одатда, истеъмолчи уни танлаши, айниқса, тўлиб тошган бозор шароитида жуда муҳимдир. Нарх объектив равишда маҳсулотни ишлаб чиқариш ва маркетинг фаолияти харажатларига боғлиқ ва уларни қоплашга йўналтирилган бўлади. Бирок субъектив, психологик омиллар, шунингдек, бозор шароитларининг ҳам роли каттадир.

10.5.Маркетингда инновацион менежмент

Инновациялар, янгиликлар - ҳар хил турдаги янгиликларни яратиш, ривожлантириш ва тарқатишдан иборат бўлган ташкилотни ривожлантиришнинг асосий воситаларидан бири. Ушбу иш йўналиши - **инновацион менежменти** деган алоҳида номга эга бўлди.

Ҳар бир корхонада маҳсулотнинг истеъмолчилик хусусиятлари, сифати, рақобатбардошлигини ошириш, ишлаб чиқариш ва маркетингни ташкил этиш, харажатлар ва материалларни тежаш имкониятларини **доимий излашни ташкил этиш** зарур. Бунга барча ходимларни жалб қилиш ва оқилона таклифлар ва такомиллаштиришларни киритадиганларни мажбурий равишда рағбатлантириш тавсия этилади. 1950 йилларда Японияда пайдо бўлган ва кейинчалик бутун дунёга тарқалган сифат тўғарақларини ташкил қилиш бундай ишларга яхши намуна бўла олади. Бу каби ишларнинг муҳим кўшимча психологик натижаси ходимларнинг янгиликларга ижобий муносабати ҳисобланиб, бу ҳар доим ҳам шундай бўлавермайди.

Янги имкониятларни қидиришдан ташқари, уларни *жорий этиш (ўзлаштириш)ни ташкил этиш* лозим. Аҳамиятсиз янгиликлар одатда қийинчиликсиз амалга оширилади, аммо доимий ва муҳим янгиликлар, айниқса қайта қуриш билан боғлиқ бўлганлари жиддий ишларни талаб қилиб, кўпинча психологик муаммоларга дуч келади. Янгисини тасдиқлаш бу ҳар доим эҳсисига зид бўлиш, психологик зўриқиш, руҳан синиш ва, ҳатто, кураш, ҳаёт фожеалари демакдир. Ходимларнинг янгиликларга муносабати ва уларни амалга оширишда иштирок этиши уларнинг янгиликларни қандай қабул қилишларига боғлиқ.

Инновацияларга реакцияларнинг турлари қуйидагилар: уларни психологик қабул қилиш ва амалга оширишда иштирок этиш, вазиятларнинг босими остида пассив қабул қилиш, кутиш позициясидан туриб пассив рад этиш, янгиликларни фаол равишда рад этиш ва янгиликларга қарши туриш.

Халқаро тажрибанинг кўрсатишича, янгиликларнинг, айниқса, ишлаб чиқаришдаги тубдан қайта ташкил қилишларнинг қийинчиликлари янги техник воситалар, технологиялар, ишлаб чиқариш линиялари ва автоматик қурилмалар кўпинча нисбатан оддий ишчи кучини алмаштиришга ва иш жойларини қисқартиришга, ишчиларнинг бир қисмини ишдан бўшатиш ва уларни ишсизга айлантиришга олиб келади..

Кўп нарса корхонадаги ишларнинг аҳволига, ходимларнинг кайфиятига боғлиқ. Нисбатан яхши ташкил этилган (ишчилар нуқтаи назаридан) ташкилий ўзгаришлар ишчиларнинг катта қисмида безовталиқ, асабийлашиш, шубҳаланиш, ташвишланиш, хавотирланиш, асабийлик, иш унумдорлигининг пасайиши, бефарқлик, бепарволикка олиб келади. Корхонанинг ночор аҳволи ва ходимларнинг доимий норозилигида ходимлар уларнинг бартараф этилиши ва ўзи учун фойда келишини янгиликлар билан боғлайди. Субъектив сабаблар, масалан, психологик тўсиқни ўз ичига олади. Кўпинча, агар муаллиф ёки инновациянинг ташаббускори ўзининг қўл остидагилари олдида ўзини салбий томондан кўрсатган раҳбар бўлса, унга

нисбатан салбий муносабат автоматик равишда инновациянинг ўзига ўтади. Ундаги жамоа психологиясининг ҳолати, кайфияти ҳам муҳимдир.

Янгиликларни амалга ошириш учун қулай шарт-шароитлар кўрсаткичлари меҳнат жамоаси психологиясининг қуйидаги хусусиятлари ҳисобланади: меҳнатдаги психологик иштирок, ходимларнинг корхонада ишлашдан қониқиши, мамлакатдаги ва чет элдаги янги иш тажрибасига қизиқиш, корхонанинг ҳаёти ва фаолиятини яхшилаш имкониятларини излашда фаол иштирок этиш, изланиш ва ижодкорлик иштиёқи бўлган ишчиларнинг мавжудлиги, меҳнатни рационализация қилиш бўйича ходимлар билан ишлашни ташкил этиш, новаторларга ижобий муносабат, бошқарувнинг барча даражаларида самарали ғояларни қўллаб-қувватлаш. Ходимларнинг касбий тайёргарлиги қанчалик юқори бўлса, улар янгиликларга шунчалик тайёр бўлади, профессионал қобилиятсизлик эса янгиликларни қабул қилишда, новаторларга карьеристик мотивларни қўшиш ва б.ларда психологик тўсиқларни келтириб чиқаради. Кекса ва катта меҳнат стажига эга инсонлар консерватив бўлади, деган фикр нотўғридир. Консерватизм бу асосан индивидуал хусусият бўлиб, одамдаги пассивлик, сусткашлик, дангасалик, қўрқув асосидаги эҳтиёткорлик, ютуқлардан ҳаддан ташқари қониқиш, ўзидан мамнун бўлиш ва ўзини танқид қилмасликнинг маҳсулидир.

Инновацион жараёни бошқариш деганда, уни амалиётга татбиқ этишда иштирокчиларга таъсир қилиш тушунилади. *Инновацияга тайёргарлик босқичида* ходимларнинг инновацияга психологик тайёргарлигини, уни маъқуллаш ва амалга оширишга махсус шакллантириш алоҳида аҳамиятга эгадир. Қабул қилинган қарор ва унинг ошкоралиги ўртасидаги вақтни минимумгача қисқартириш фойдалидир, акс ҳолда бўлажак ўзгаришлар ҳақидаги миш-мишлар уларнинг моҳиятини бузиши ва салбий муносабатни келтириб чиқариши мумкин. Одатда, янгиликларнинг ташаббускорлари ва ижрочилар уларни турлича қабул қилишади. Биринчиси афзалликларни ҳаддан ташқари ошириб юбориб, камчиликларни писанд

қилмаса, иккинчиси, аксинча, камчиликларни топишга кўпроқ эътибор қаратади. Ходимларга янгиликнинг моҳиятини, унинг ишлаб чиқариш ва ишчилар учун аҳамиятини, уни жорий этиш тартиби ва кутилаётган натижаларни тушунтириш керак.

Ходимларни ўқитишнинг ҳар хил шакллари психологик жиҳатдан зарур ва фойдалидир. Булар: янгиликларни киритишда ва амалга оширилган ўзгаришлардан кейинги ҳаракатлар усуллари бўйича машқлар, тренажлар, инновацион ўйинлар¹.

Янгиликни бевосита амалга ошириш (ўзлаштириш) босқичида иккита²⁵: узок вақтга чўзилган ва тезкор стратегияларни қўллаш мумкин. Биринчиси кичик қадамлар билан, изма-из, лекин алоҳида йўналишларда ва алоҳида жамоаларда амалга оширилади. Бу ўзгаришларга нисбатан психологик ва бошқа қаршиликларни заифлаштиради, лекин ходимларнинг фаоллиги ва сафарбарлигини ҳам пасайтиради, раҳбариятнинг мақсад сари интилувчанлиги ва омилкорлигини сусайтириши ҳам мумкин (менежер ўзгариши, ишлаб чиқувчи ва янгиликнинг ташаббускори ишдан кетиши мумкин). Тезкор ва кескин ўзгаришларда психологик тўсиқлар ва янгиликларга қаршилик кўрсатиш эҳтимоли ортади. Эҳтимол, улар ходимларнинг бир қисмини, шу жумладан, менежерларни алмаштиришни ҳам талаб қиладилар. Ўтган даврнинг юки, ваъдалар, ўрнатилган дўстона муносабатлар ва норасмий ўзаро мажбуриятлар билан боғлиқ бўлмаган янги кадрлар ҳар доим ўзгаришларни амалга оширишда фаолроқ бўлиб, уларнинг жараёнида ўзларини кўрсатишга ҳаракат қилмоқдалар. Кескин тезкор ўзгаришлар билан корхонанинг умумий фаолияти одатда вақтинча ёмонлашади, аммо якуний натижа сезиларли бўлади.

6. Реклама психологияси

Товарни реклама қилиш муҳимдир. "Охир оқибат, - деб ёзган эди АҚШ реклама бизнесининг наشري ҳисобланган "Принтерс Инк" журнали, - маҳсулотларни оммавий ишлаб чиқариш билан шуғулланадиган фабрикалар

²⁵ Каранг.: *Программа* инновационной игры. Ярославль. 1987: *Дидченко В.С.* Основы инновационной методологии. М.. 1997.

сингари реклама ҳам мижозларни оммавий ишлаб чиқариш билан шуғулланади"²⁶. Кўп жиҳатдан реклама туфайли бефарқ одам савдо белгисининг издошига, бирон бир дўконнинг харидорига, банк мижозига айланади; унинг қарашлари, одатлари ўзгаради; у хатоларидан сабоқ олади, реклама хабарларини уларнинг ишончлилиги бўйича баҳолайди, мос таклифларни танлайди ва харидор сифатида етилади.

Реклама шахсий фойдаланиш маҳсулотларни сотишда жуда муҳим, аммо бундан ҳам кўпроқ саноат (дастгоҳлар, технологик линиялар, технологиялар, илмий ишланмалар, техник қурилмалар, кабеллар, бутловчи қисмлар ва б.) товарлари учун муҳимроқдир, чунки саноат бозорида истеъмолчилар сони камроқ ва улар бутун мамлакат бўйлаб тарқалган бўлиши мумкин. Мамлакат миқёсидаги реклама фойдали, лекин у психологик жиҳатдан маҳаллий шароитларга мослаштирилгани самаралироқдир. Гарчи асосий реклама истеъмолчиларнинг умумий оммасига қаратилган бўлса-да, у мақсадли, энг кўп эҳтимолли харидорларга йўналтирилган, бундайларни излашга қаратилган бўлса яхшидир. Бу, айниқса саноат бозорида жуда муҳим, бироқ индивидуал истеъмолчилар бозорида ҳам унумлидир. Шундай қилиб, сўнгги йилларда автомобилларга хизмат кўрсатадиган корхоналар номлари ва манзиллари автомобиль дўконларида ва бошқа йўллар билан танилган автомобиллар эгаларига таклиф хатларини юбориш амалиёти билан шуғулланмоқда. Бундан ташқари, харидорларни конференциялар, ярмаркалар, савдо кўргазмалари, фирмалар тақдимотлари, қимматбаҳо буюмлар дўконларига ташриф буюрувчилар билан суҳбатлар, савдо агентлари томонидан квартира ва ташкилотларда ўтказилган сўровлар ва телефон қўнғироқлари, реклама материалларини тўғридан-тўғри хонадонлар почта қутиларига етказиб бериш орқали қидириб топишмоқда.

Реклама учун радио, телевидение, реклама тахталари, газета ва журналлар, қадоқлар, почта, махсус етказиб берувчилар, воситачилар, улгуржи савдогарлар (улар реклама материалларини юборадилар), савдо

²⁶ Усов В.В., Волшебный мир рекламы. М., 1982. Б. 19.

агентлари, реклама қилинган маҳсулот ёки хизматни турли кўргазмаларда, конференцияларда, байрамларда сотиш ёки намойиш қилиш, харидорларга мукофотларни топшириш (бу уларни танишларига харид ҳақида гапириш ва фирма номига мақтовларни айтишга ундайди), мижозлар учун ғолибга маҳсулотни бепул бериш йўли билан танловларни ўтказиш қўлланилади. Реклама эмас, балки потенциал харидорни маҳсулотга, маҳсулотни эса харидорга йўналтириш учун барча имкониятлардан фойдаланганиладиган реклама компанияси яхшидир. Ушбу вазифа истеъмолчи психологияси, рекламани идрок қилиш механизмлари ва реклама психологияси (графика ва матнли дизайн, етказиш шакли ва усули, тақдим этиш вақти ва жойи, бозор рекламаси тизимидаги ўрни, такрорийлик ва б.) тўғри тушунилганида муваффақиятли ҳал қилинади.

Тақдим этилиш миқдори бўйича рекламани бир марталик, кўп марталик, туркумлига, вазифалари бўйича эса қоладиган реклама (асосий нарса харидорнинг эътиборини маҳсулотга қаратиш ва уни эслаб қолишдир), таъкидловчи реклама (асосийси, истеъмолчи ушбу маҳсулотни танлаши, уни энг яхшиси сифатида сотиб олиши), эслатма реклама (асосийси, истеъмолчида аллақачон шаклланган ижобий қарашни қўллаб-қувватлаш, ушбу маҳсулот мавжудлигини эслатиш)га ажратиш мумкин. Маҳаллийлаштириш даражасига кўра, реклама маҳаллий, минтақавий, умуммиллий, умумжаҳон рекламага, ифода этилиши жиҳатидан оғзаки ("техник воситачиларсиз" оғзаки сўз билан узатиладиган), босма (газета, журнал, китоб), телевизион, радио реклама, телефон, кўргазмали (стендлар, эълонлар тахталари, плакатлар, ёрлиқлар, варақалар, нишонлар) рекламага таснифланади. Улар орасида телевизион реклама энг самарали ҳисобланади, чунки у ўзида томошабинларнинг ҳис-туйғуларига товуш, ранг, тасвир билан таъсир этишни мужассамлаштиради.

Шуни таъкидлаш керакки, *реклама қанчалик психологик бўлса, шунчалик самаралидир*²⁷. Тадбиркор, менежер реклама самарадорлигини аниқлар экан, қанча пул ишлаш ёки унинг воситасида қанча тежаш мумкинлиги ҳақида ўйлайди. Психологлар зарур бўлган талабни қандай таъминлаш кераклиги тўғрисида бош қотириб, истеъмомчининг эътиборини жалб қилиш, унда реклама қилинадиган маҳсулот (хизмат) тўғрисида тегишли маълумотни, унинг ўзи учун фойдалилигини тушунишни, хотирасида сақлашни, сотиб олиш тўғрисида қарор қабул қилишга ёрдам беришни, шунингдек унга сотувда мавжуд бўлган товарнинг хусуситлари ҳақида қандай қилиб ва қачон хабардор қилинганига қараб рекламадан қониқиш даражасини шакллантиришнинг психологик муаммосини ҳал этмоқдалар.

Реклама таъсир этувчи оммавий онг анча одатий бўлганлиги сабабли, реклама материаллари асосан ҳиссий таркибий қисмларга мурожаат қилиб, амалдаги стереотипларга таянади. Бундай мурожаатнинг энг анъанавий шакли бу *хўрак* деб аталадиган осон эсда қолувчи сўз ўйини бўлиб, унда фирма белгиси гўё тасодифан, баъзан эса ҳазил-мутуйибали ва қизиқ шаклда сирғалиб ўтиб қолади. Рекламада чиройли аёл, болалар, жониворлар, айниқса уй ҳайвонлари ва шундан кейингина эркаклар бўлиши жозибадорлик беради. Инсонларга "гўзаллик жилоланишининг таъсири" хос бўлиб, унда, масалан, намоёишчининг ташқи кўриниши буюмнинг жозибадорлик даражасини белгилайди. Ранглар мажмуига келсак, унда қорадаги сарик, кўкдаги оқ, тўқ сарикдаги қора, қорадаги тўқ сарик, оқдаги қора рангларнинг комбинацияси (идрок кучининг пасайиши томон) кўпроқ қабул қилинади.

Реклама берувчилар товарга эътибор қаратиш учун баъзида томошабинни кутилмаганда бир лаҳзага қотириб қўйиши мумкин бўлган **"айстопнер"** эффектидан тортиб то визуал бемаъниликкача борадилар. Бунга мисол сифатида АҚШнинг "Маркиз" русумидаги автомобилнинг юриш қобилиятларини намоёиш қилиш мумкин: ҳаракатланаётган машинада қиммат мўйна пўстинига заҳарли кислотали қадах қўйилади; кейин олд

²⁷ Қаранг.: Прикладная юридическая психологии / Под ред. А.М. Столяренко. М.: ЮНИТИ-ДЛНА. 2001. Б. 492-499.

ўриндиққа пластинкали граммофон қўйилади ва машина тезликда ҳаракатланаётганда мусиқа оҳиста янграйди; ҳаракатланувчи машинада таниқли футбол ўйинчисининг соқолини сартарош хавфли устарада олади; орқа ўриндиққа нитроглицерин солинган идиш қўйилади, реклама охирида хавфни тасдиқлаш учун ушбу автомобиль портлатилади. Яна бир реклама роликида ўнқир-чўнқир йўл бўйлаб ҳаракатланаётган машинада олмосни кирралаётган моҳир заргар тасвирга олинади. Рекламадаги ҳўрак биринчи навбатда миждознинг эътиборини жалб қилиши, сўнгра унда маълум туйғулар ва истакларни келтириб чиқариши керак. Бунинг учун у мантиқий, ассоциатив психологик механизмга асосланган бўлиши керак (портлашлар, отишма, тун, ёнғин, натижада эса аёллар учун юз креми рекламасидаги каби эмас). Нафақат эътиборни жалб қиладиган, балки вайрон қилмасдан, яхши кайфиятни шакллантирадиган ақлли, эстетикдир реклама ҳам самарали ҳисобланади.

Реклама биздаги телевизион рекламада бўлганидек, безовта қилмаслиги, хафа қилмаслиги керак: унинг кўрсатувларда ҳаддан ташқари кўплиги оммавий норозиликка олиб келиб, бу реклама қилинадиган товарлар ва хизматларга ҳам ўтади.

Реклама истеъмолчиларда реклама қилинаётган маҳсулот сифатига *ишончни шакллантириши* керак. Сўровлар бунинг аксини кўрсатмоқда: сўралган фуқароларнинг 63 фоизи у ёки бу товар қанчалик кўп реклама қилинса, шунчалик ёмон бўлади, деган фикрда экан. Истеъмолчилар томонидан товарларнинг паст жиҳатлари кўрсатилиши ва уларга ҳурматсизлик сифатида баҳоланадиган арзон усуллар салбий таассуротни келтириб чиқаради¹. Уларнинг аксарияти сотувчининг телефон рақами, уйга етказиб бериш таклифи ва эксклюзивлиги ("фақат бизда") кўрсатилиб реклама қилинадиган товарларнинг сифатига ишонмайди.

Сўнги йилларда Ўзбекистон реклама берувчиларининг профессионалиги сезиларли даражада ошмоқди. Улар мураккаб босиб чиқариш ва компьютер ускуналаридан (нурли дизайн, графика ва б.) самарали

фойдаланмоқдалар. Бироқ, ғарбий реклама услубига тақлид қилган ҳолда Ўзбекистонлик истеъмолчининг менталитети етарлича ҳисобга олинмаяпти. *Рекламада миллий психологик анъаналарини сақлаб қолиш ва ривожлантириш зарур.* 1898 йилда А.Веригин шундай деб ёзган эди:

“Биздаги реклама бошқа ҳар қандай жойларга қараганда кўпроқ обрўсиз бўлиб, бу рус жамоатчилиги чет элларга қараганда кўпроқ эксплуататорлар ва йиртқичларнинг ўз кармонига бўлган босқинига дучор бўлганлиги учун эмас, балки барча бемаъни, такаббуруна, йўлдан оздирадиган қичқириқларга нисбатан жамиятнинг ахлоқий, психологик таъсири Россияда бошқа жойларга қараганда анча кучли эканлиги учун ҳамдир²⁸.

Реклама ишини янада такомиллаштиришда қуйидагилар эътиборга лойиқдир:

- рекламани кўр-кўрона тақлид қилиш, қичқириқлар, мантиқсизлик, тийилмаган жимжимадорлик устига қуриш эмас, балки малакали психологик асосларда яратиш зарурати туғилади ва кучаяди;

- бозор ва бозор муносабатларининг ривожланиши билан, реклама технологияларини тушунишни бошлаган, манипулятив усулларга танқидий ёндошадиган, ҳамма нарсага кетма-кет ишонмасликни ўрганишни бошлаган Ўзбекистонлик истеъмолчиси ўзгармоқда;

- реклама берувчи ўзгармоқда: у рекламадаги очикдан-очик пиарчилар ва авантюрачиларга ишонмай қўймоқда;

- реклама берувчи ўзгармоқда: тегишли ўқув адабиётларининг тарқатилиши, ўқув марказлари ва курслар тармоғининг яратилиши, мутахассис психологларга мурожаат қилиш, нафақат пул топишга, балки сотувга йўналтирилган бизнес, тадбиркорлар ва менежерлар томонидан реклама лойиҳаларининг танлови жорий этилиши туфайли унинг ҳаракатлари янада профессионал ва самаралироқ бўлиб бормоқда;

²⁸ Веригин А. Русская реклама. СПб., 1898. Б. 21.

- реклама фаолияти устидан назорат яхшиланди, NLP (нейро-лингвистик дастурлаш) каби технологиялардан фойдаланишга уринишлар, гипнознинг ҳар хил шакллари, онгга таъсир қилиш қораланиб, ғирт инсофсиз реклама учун жавобгарлик аста-секин кучайиб бормоқда²⁹.

Назорат саволлари:

1. Маркетингнинг қайси таркибий қисмларида унинг самарадорлигига таъсир қилувчи психологик омиллар намоён бўлади?
2. Маркетингнинг муваффақиятига таъсир этувчи корхонанинг ички соҳасидаги ўзига хос психологик омиллар қандай?
3. Маркетингнинг самарадорлигига таъсир этувчи ташқи, бозор, психологик омилларни санаб беринг.
4. Маркетингни ривожлантиришда психологик омилларнинг аҳамияти нимадан иборат?
5. Қандай психологик омиллар ишлаб чиқариш маҳсулотининг истеъмол хусусиятларини ва унинг истеъмолчилар учун бозордаги жозибадорлигини аниқлайди белгилайди?
6. Инновацияларни бошқариш психологиясини очиб беринг.
7. Сотувни муваффақиятли бошқара оладиган инсонларнинг асосий тадбиркорлик фазилатларини айтинг ва тушунтириб беринг.
8. Реклама психологиясининг асосларини тушунтириб беринг.
9. Самарали рекламанинг психологик шароитларини очиб беринг.

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. Кимлар жамоаларнинг самарали фаолият юритишига тўсқинлик қилувчи энг типик омилларни аниқладилар?

А. М. Вудкок

Б. Д.Фрэнсис

²⁹ Қаранг.: Лебедев А.Н. Две методологические традиции в организации научно-практических исследований и разработок в психологии рекламы // Психологический журнал. 2000. Т. 21. № 4. Б. 89—97.

С. Элтон Мэйо

Д. а ва б жавоблар

2. бюджетдан ташқари маблағларни жалб қилиш бўйича фаолиятнинг энг муҳим йўналишларидан бири.

А. Маркетинг

Б. Менежмент

С. Савдо

Д. Бартер

3. корхонанинг ишлаб чиқариш, молиявий, савдо, сотиш, кадрлар фаолиятини ўзгарувчан бозор шароитларига ва бозордаги истеъмолчилар талабларига мослашган ҳолда кўникишини таъминлашга қаратилган.

А. Маркетинг

Б. Менежмент

С. Савдо

Д. Бартер

4. жамоатчилик билан алоқалар илмий адабиётларда нима деб номаланади?

А. public relation

Б. relationship

С. mass-media

Д. public industration

5. “Паблик рилейшнз”нинг воситалари ва усулларига нималар киради?

А. реклама эълонлари ва буклетлар

Б. барчаси

С. нархлар рўйхати, каталоглар

Д. варақалар, ташриф қоғозлари

6. мослашувчан тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишга мойиллик ва интилиш, харидорбоп товарларни ишлаб чиқариш ва сотиш, ички фирма бошқаруви ва ишлаб чиқаришни мослашувчан тарзда куриш истаги.

А. Маркетинг менежменти

Б. Маркетинг мотивацияси

С. Маркетинг фикрлаши

Д. Маркетинг психологик кўрсатмалари

7. муваффақиятнинг ўз фаолиятининг ташқи ва ички хусусиятлар балансига боғлиқлигини тушуниш.

А. Маркетинг менежменти

Б. Маркетинг мотивацияси

С. Маркетинг фикрлаши

Д. Маркетинг психологик кўрсатмалари

8.- истеъмолчининг манфаатлари ва эҳтиёжларини юқори сифатли кондиринишга эътибор қаратган ҳолда, маркетинг фаолиятининг барча таркибий қисмларини тўлиқ амалга оширишга рағбатлантириш.

А. Маркетинг менежменти

Б. Маркетинг мотивацияси

С. Маркетинг фикрлаши

Д. Маркетинг психологик кўрсатмалари

9.- ишлаб чиқарилаётган товарни ва истеъмолчига тақдим этилаётган хизматларни муваффақиятли тарғиб қилиш зарурлигини ҳисобга олган ҳолда, барча ходимлар ўзларининг функцияларини бажаришлари.

А. Маркетинг менежменти

Б. Маркетинг омилкорлиги

С. Маркетинг фикрлаши

Д. Маркетинг психологик кўрсатмалари

10. бошқарув, директорлар кенгаши ва бошқа бошқарув тузилмалари бўлиб, улар ижобий натижада қувонмайдиган ва мамнуният билан қўлларини ишқаламайдиган одамлардан иборат бўлиши керак.

А. Менежмент

Б. Ташаббускор топ-менежмент

С. Маркетинг

Д. Маркетинг психологияси

Адабиётлар:

1. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге. - М.: 2019.
- 2.Лидовская О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. - М.: 2013.
- 3.Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы. - М.: 2013.
- 4.Психология менеджмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. - СПб.: 1997.
- 5.Руденский Е.В. Основы психотехнологии общения менеджера. - М.: 1997.

Режа:

1. *Тадбиркорлик ва психология.*
2. *Истеъмолчи ва харидор психологияси.*
3. *Нархлар сиёсати психологияси.*
4. *Мижозларга хизмат кўрсатиш психологияси.*
5. *Фирма қиёфаси ва сотувларни ташкил этиш психологияси*

Таянч сўзлар: Тадбиркорлик фаолияти, сотишни мажбурий бошқариш, истеъмолчи, харидор, сотувни рағбатлантириш, нархлар сиёсати, соф рақобат бозори, талаб қонуни, товарлар намойиши, фирма қиёфаси, сотувларни ташкил этиш, бренд, ходимларнинг хулқ-атвори.

11.1. Тадбиркорлик ва психология

Ишлаб чиқарилган маҳсулотларни сотиш маркетинг ва ҳар қандай даромадли ишда ҳал қилувчи бўғин ҳисобланади. Ташкилотнинг молиявий ва иқтисодий фаровонлиги талабга эга маҳсулотни сотишнинг тўлиқлиги ва тезкорлигига боғлиқ. Фирма (корхона)нинг омболарини тўлдириб турган, уларда қолиб кетаётган маҳсулотлар зарарга олиб келади ва банкротлик хавфини туғдиради. Тадбиркорлик бу ўзига хос психологик хусусиятларга эга бўлган товарлар ва хизматларни сотиш ёки сотишга кўмаклашиш фаолиятидир.

Тадбиркорлик фаолияти тушунчаси қуйидагиларни: бозорни ўрганиш асосида сотиш прогнози, потенциал харидорларни аниқлаш, сотиш вазифалари, сотиш сиёсати - сотиш ва хизмат кўрсатиш, реклама, савдо тармоғини ривожлантириш, қадоқлаш, тарқатиш, тадбиркорлик ходимларини танлаш ва ўқитишни ўз ичига олади. Сотиш, шубҳасиз, истеъмолчига тақдим

этилатган махсулотнинг сифатига ва у йўналтирилган одамларнинг ҳақиқий эҳтиёжларига боғлиқ. Бироқ махсулотнинг сотилиши, истеъмол соҳасига ўтиши уни савдо соҳасига ўтгандан сўнг ўз-ўзидан содир бўлишига умид қилиш енгилтакликдир. Ҳамма истеъмолчилар ҳам савдода фирма махсулотининг пайдо бўлиши ҳақида дарҳол билавермайди, ҳаммада ҳам унга нисбатан алоҳида эътибор пайдо бўлавермайди, ҳамма ҳам тўғри ва тез унинг кадр-қимматини баҳолай олавермайди ва уни сотиб олишни хоҳлайвермайди. Бундан ташқари, одамлар, одатда, товарнинг кадр-қиммати ва камчиликлари тўғрисида ўзларининг фикрларининг тўғрилигини юқори баҳолайдилар. Ушбу фикр кўпинча нотўғри бўлади, кадр-қимматни камситади, шубҳа томон кетади, асоссиз, айбловчи бўлади. Кўпинча бу харидорнинг психологиясида ётадиган сабабларга кўра эмас, балки телевизор, радио иштирокида ва миш-мишлар орқали виждонсиз рақобатчилар томонидан қўзғатилади.

Сотишни мажбурий бошқариш зарурати аксиома ҳисобланади. У виждонли тадбиркор, менежер қўлидаги ундан махсус маҳорат ва фазилатларни талаб қиладиган муҳим воситадир. Сотиш раҳбарлигига, айниқса, тадбиркорлик фаолиятида фойдали бўладиган қуйидаги *хислат*ларга эга бўлган малакали менежерлар ва бошқа ходимлар қўйилади:

- психологик зийраклик;
- харидорларнинг товарга муносабати ва уларнинг баҳолаш мезонлари, истаклари, сотиб олишга тайёрлик даражасини аниқлаш қобилияти;
- одамларни жалб қилиш ва уларга психологик таъсир кўрсатиш қобилияти;
- интеллектуал қобилият, тушунувчанлик, мантикий фикрлашнинг ривожланганлиги, касбий хис-туйғурлик;
- реакцияларнинг тезлиги ва пухта ўйланганлиги.

Йирик ташкилотларда махсус сотув хизматлари (тадбиркорлик хизматлари) тузилиб, уларнинг раҳбарлари юқори мартаба - сотувлар бўйича директор (президент) ўринбосари, тадбиркорлик директори (бу нафақат у

сотиш билан шуғулланиш, балки харидорбоп сифатли маҳсулотни ишлаб чиқаришга таъсир қилиш ҳуқуқига эга бўлиши учун қилинади) мақомига эга бўлади. Хизматга бозорнинг турли сегментларида тарқалган ва мамлакатнинг катта ҳудудларида ва ҳаттоки чет элда ҳам сотувни таъминлайдиган менежерлар ва савдо агентлари киради. Унга одамларни шахснинг психологик хусусиятларига кўра танлаб олишга ҳаракат қиладилар ва улар учун махсус тадбиркорлик тайёргарлик машғулотларини ўтказадилар. Сотувларга воситачилар ҳам жалб этилади.

11.2. Истеъмолчи ва харидор психологияси

Сотувда турли шароитлар таъсирида харидорга айланадиган истеъмолчи психологиясининг ўрни аҳамиятлидир. Иқтисодий билимлар тизимида *истеъмолчининг хулқ-атвори назарияси* мавжуд бўлиб, у истеъмолчининг харидорга айланиш муаммосини, уни товарларни сотиб олиш учун ўз даромадларини ўзи учун катта фойда келтирадиган мулоҳазалар асосида амалга оширишга ундовчи сабабларни очишга ҳаракат қилади. Ушбу назариянинг классик кўринишида марказий ўринни истеъмол ва фойдалилик тоифалари эгаллайди.

Иқтисодий маънода *истеъмол* деганда одамларнинг бозорда таклиф этилаётган маълум моддий ва маънавий буюмлардан фойдаланган ҳолда ўзларининг эҳтиёжларини қондириш учун қиладиган ҳаракатлари тушунилади. Эҳтиёжлар инсонни уларни қондириш учун таклифларни излашга ундайди, аммо улар талаб ва харид қилиш муаммоларини ҳал қилмайди. Улар инсоннинг ёки одамлар гуруҳининг иқтисодий манфаатларида намоён бўлиб, улар индивидуал ва ялпи (ижтимоий, гуруҳий) талаб учун асос саналади. Талабни товарлар бозоридаги таклифлар қондиради. У ёки бу товарни танлаш одамларнинг даромад ҳажми ва нархлар даражасига боғлиқ бўлган реал афзал кўриши билан ҳам, уларга боғлиқ бўлмаган соф ҳолдагилари билан ҳам белгиланади. Баъзи бир таклифларни

бошқалардан афзал кўриш одамлар томонидан бирининг истеъмолдаги афзалликларини бошқаларидан ажратиш ва одамларнинг ўзига хос хусусиятларига боғлиқ бўлган ўзлари учун фойдалилигини баҳолаш билан боғлиқдир. Истеъмолчилар ўзларининг афзалликларини белгилаб, келгусидаги ҳисоб-китобларни амалга оширадилар, бу уларни ўзларининг манфаатларини рўёбга чиқаришга яқинлаштириб, уларнинг асосий кўрсаткичлари уларда мавжуд бўлган маблағлар (даромадлар) ва нархлар (ушбу маҳсулот ёки хизмат учун ва бошқалар билан таққослаш) ҳисобланади.

Истеъмолчи таклифлардан бирини афзал кўришни истаса, танловни амалга оширади ва сотиб олиш тўғрисида қарор қабул қилади. Шу билан бирга, у ўз даромадлари ва бозор нархларидаги мавжуд чекловларда ўзи учун максимал фойда билан ҳаракат қилиш, ўз хоҳиши, манфаати ва эҳтиёжини тўлиқ қондиришга интилади. Фойдалилик бу бирон бир товар ёки хизматни истеъмол қилишдан қониқиш даражасининг кўрсаткичидир. Иқтисодий назарияда талаб ва нархни аниқлашда қўлланиладиган фойда даражасини баҳолашнинг иккита концепцияси мавжуд. Булар: уни математик баҳолашни таклиф қиладиган *кардиналистик* (маҳсус бирликлар - "ютил"ларда; масалан, бир чашка қаҳва - 3 ютиль, 1 кг гуруч - 5 ютиль ва ҳ.) ва *ординалистик* (статистик жиҳатдан аниқланадиган афзалликларга мувофиқ товарлар рейтинги) концепциялардир.

Таърифланган нарсалар юзада юрган, лекин истеъмолчилар хулқ-атворининг психологик моҳиятига заиф кирадиган инсоннинг онгли мантиғига тўғри келади. Шундан келиб чиқиб, вазиятни тўғри маркетинг қарорларини, айниқса вазиятли қарорларни қабул қилиш қийиндир. Ҳозирча истеъмолчилар хулқ-атворининг психологик назарияси, бозор иқтисодиёти шароитида биз учун янги ҳодиса мавжуд эмас - фақат қизиқарли, аммо алоҳида-алоҳида ва парчаланиб кетган фикрлар ва мулоҳазалар бор холос. Уни хонада ўтириб эмас, балки бозор ва дўконларга ташриф буюрадиган инсонларнинг хатти-ҳаракатларини ўрганиш учун илмий-психологик усуллар билан қуролланган ҳолда яратиш мумкин.

Сотиб олиш тўғрисидаги қарор кўплаб психологик омиллар таъсири остида қабул қилиниши маълум бўлиб, улар орасида нафақат одамлар томонидан товарларнинг (хизматларнинг) истеъмол хусусиятларини англаш ва баҳолаш, балки яна бошқа кўплаб *истеъмолчиларнинг индивидуал психологик хусусиятлари* - импульсивлик, мувозанатлилик, ўзини-ўзи бошқариш, эҳтиёткорлик, қатъийлик, турмуш тарзи, ижтимоий-психологик мақом, ҳаётий даъволар, интеллект, дид, таъсир этиш, қулайлик (бошқа одамларнинг таъсирида ўзининг хулқ-атвори ва қарорларини ўзгартиришга кўнувчанлик), шахс ўзи тегишли бўлган гуруҳнинг психологияси, оломон психологияси ва б. муҳим аҳамиятга эга бўлади.

Маҳсулотни танлашга ва уни сотиб олишга хурсандчилик, қизиқиш, ҳаяжонланиш, тушкунлик, эҳтиёжнинг руҳий ҳолати (масалан, токчада, сувда ва ҳ.), турли ҳаётий ҳолатлар, муҳим санага яқинлашиб келаётган воқеалар, соғлиқнинг аҳволи, об-ҳавонинг *психик ҳолатлари* турлича таъсир қилиши мумкин. Кўпинча товарлар ва хизматларни сотиб олиш нуфуз ва рақобатга оид *фикрлар, мотивлар*, юқумлилик, тақлид қилиш, гуруҳий идентификациялаш (бир гуруҳга тегишли эканлигини исботлаш учун, масалан, металл фурнитурали чарм курткалар сотиб олинади, маълум соч турмаклари қилинади ва б.) ижтимоий-психологик механизмларининг таъсирида уйғонади. Умуман олганда, харидорлар психологик жиҳатдан фарқ қилади ва савдо агенти уларга турли хил ёндошувларни топиши лозим бўлади.

Харидорнинг рационал ҳаракатларига зид таъсирлар ҳам муҳимдир³⁰. Масалан, "ҳашамат буюмлари" таъсири нарх ошиши билан товарларга талаб камаймай, аксинча, ортиб борадиган ҳолатларни билдиради, чунки истеъмолчининг назарида баланд нарх бу юқори сифат кафолатидир. "Ҳар кимдек бўлиш"нинг эффементи товарнинг заруратга қараб эмас, балки бошқалардан ортда қолмаслик истаги туфайли сотиб олиншини англатади.

³⁰ Қаранг.: Малахов С.В. «Экономический человек» и рациональность экономической деятельности (обзор зарубежных исследований) // Психологический журнал. 1999. Т. И. № 6. б. 43.

"Снобизм" эффекти зарур товарни бошқалар уни сотиб олганлиги сабабли сотиб олинмаган вазиятларни очиб беради. Шундай қилиб, "хашамат буюмлари" таъсири хурматга бўлган эҳтиёжни қондиради, "ҳар кимдек бўлиш" ва "снобизм" таъсирлари истеъмолчининг маълум бир ижтимоий меъёрга мўлжал қилишини кўрсатади.

Истеъмолчининг хатти-ҳаракати кўп жиҳатдан *харидорнинг пулига боғлиқ*. Кўпинча пул мисоли ўзининг келиб чиқиши аксини олади ва бу унинг сарфланишида таъсир кўрсатади. Агар пул, масалан, машаққатли меҳнат билан топилса, унда, одатда, осон топилган пулга нисбатан унчалик истамаслик билан сарфланади ва бундай ҳолларда товарларни танлаш турлича бўлади.

Ҳамма мамлакатларда истеъмолчилар бир хил эҳтиёжларга эга ва уларга ёндашув бир хил бўлиши мумкинлиги тўғрисида тез-тез айтиладиган фикрга қўшилиб бўлмайди. Албатта, ҳамма одамлар умумий психологик хусусиятларининг бир қисмига эга, аммо уларда хилма-хиллик бир неча бор кўпроқдир. Муайян корхонани мониторинг қилишда дўконлар жойлашган ушбу минтақа, шаҳар, туман ва ҳаттоки микрорайон, кўчанинг бутун аҳолининг ва унинг асосий гуруҳларининг мулкӣ, ёш, таълим, маданий, этник, миллий ва бошқа хусусиятларига эга бўлган *аҳолиси хусусиятларини* билиш биринчи даражали аҳамиятга эгадир. Сотувлар, мижозларни махсус кузатиш, уларнинг товарлар ҳақида суҳбатларини ўрганиш, вақти-вақти билан махсус сўровлар ўтказиш, экспериментал равишда таклифларни ўзгартириш ва уларга бўлган мижозларнинг жавоблари таҳлили бўйича аниқликлар киритилиши керак.

Сотувни рағбатлантириш. Маҳсулотни сотишдаги муваффақиятнинг биринчи вазифаси бу уни сотиб олишга менежмент, корхона вакиллари, унинг дилерлари, агентлари, сотувчилари томонидан ташкиллаштириладиган истеъмолчиларни рағбатлантиришдир. Бунда қуйидаги психологик вазифалар ҳал қилинади:

- товар ёки хизматга истеъмолчиларнинг эътиборини жалб қилиш ва уни ошириш;
- таклиф қилинаётган маҳсулотга бўлган эҳтиёжни актуаллаштириш;
- товар қондирадиган янги эҳтиёжни уйғотиш (буни қониқтириш ҳақида истеъмолчи илгари ўйламаган);
- сотиб олиш зарурати, шахсий эҳтиёж ва унинг фойдаси тўғрисида ўйлашга ундаш;
- сотиб олиш тўғрисида қарор қабул қилишни рағбатлантириш.

Асосий рағбатлантирувчи таъсирни кўрсатувчилар:

- реклама;
- ишлаб чиқарувчи фирмалар ва сотувчиларнинг имиджи;
- офис дизайни ва унинг ходимларининг кўриниши;
- товарларнинг ташқи кўриниши ва намойиш этилиши;
- савдо залида мижозларга хизмат кўрсатилиши;
- истеъмолчиларнинг индивидуал хусусиятларини тушуниш;
- кафолатлар.

Баъзан алоҳида усуллар ҳам самаралидир. Демак, АҚШдаги супермаркетларидан бирининг олд қисмида йўловчиларнинг табассумига сабаб бўлган ва кўпларини савдо залига кириб боришга ундаган: "Агар сиз ўзингизга нима кераклигини билмасангиз, бизга ташриф буюринг: у нарса бизда бор!" – деган оригинал рекламали ёзув осиб қўйилган эди. Бироқ, сотувни рағбатлантириш унинг барча воситаларини ҳеч қандай эътиборсиз қолдирмасдан комплекс равишда қўллашни талаб қилади.

11.3. Нархлар сиёсати психологияси

Нархларнинг шаклланиши кўп жиҳатдан бозорнинг турига боғлиқ (маълумки, соф рақобат, монополистик рақобат, олигополистик ва соф монополия бозорлари ажралиб туради). Аксарият корхоналар учун *соф рақобат бозори* катта аҳамиятга эга бўлиб, бир хил маҳсулот, масалан, озиқ-

овқат маҳсулотларининг сотувчилар ва харидорлари кўплиги хусусиятига эга бўлади. Бу ерда товарларнинг қийсий нархлари муаммоси сотувда юқори аҳамиятга эга бўлади.

Иқтисодиётда яхши маълум бўлган **талаб қонуни**да айтилишича: ҳажм (талабнинг катталиги) (бошқа тенг шароитларда) товарнинг бирлик нархига тескари боғлиқдир. Бу боғлиқлик учта сабаб билан белгиланади:

1) нархларнинг пасайиши харидорларни кўпайишига олиб келади;

2) нархларнинг пасайиши истеъмолчиларнинг харид қобилиятини кенгайтиради, уларда мавжуд бўлган маблағларни тежайди ва кўпроқ харидларни амалга ошириш имконини беради;

3) бозорни кам сотиб олинadиган товарлар билан тўлдириш товарларнинг субъектив фойдалилиги пасайишига олиб келади (истеъмолчи кўшимча товарлар бирлигини фақат паст нархларда сотиб олишга тайёр бўлади). *Масалан*, бизнинг шароитларимизга мос келадиган битта қишки пальто жуда зарур, иккитаси яхши, уч-тўрттаси эса харидорларнинг анча кам сонига эга бўлади. Ва бошқачасига: юқори нархларда бўлганида истеъмолчи янгисини сотиб олишдан олдин узоқ вақт давомида пальтони кияди, арзонроқ нархларда бўлса у тез-тез янгиланади. Шунинг учун, агар товарнинг нархи ошса (бошқа тенг шароитларда), унга талаб камаяди³¹.

Умуман олганда, ишлаб чиқариш харажатларидан сезиларли даражада баланд бўлган юқори нархлар ишлаб чиқарувчи томонидан янги товарларни бозорга чиқарилишининг бошида (қаймоғини олиш) ўзининг ҳисоб-китобларига кўра қўлланилади, кейин эса улар пасаяди. Паст нархлар (бозорга кириш ва талабни рағбатлантириш) ишлаб чиқаришнинг катта ҳажмларида самарали ҳисобланади. ва улар одатда талабни кескин оширади. Бироқ истеъмолчиларнинг катта қисми баланд нарх маҳсулотнинг юқори сифатидан, паст нарх эса паст сифатидан далолат, деб ҳисоблаб, бу ҳақиқатга мос бўлиши ва савдогар томонидан ўз фойдасини кўпайтириш учун қўлланилиши мумкин.

³¹ Қаранг.: Основы микроэкономики / Под ред. проф. И.П. Николаевой. М., 2000. Б. 23.

Чакана савдо амалиётида нархлар кўпинча ҳаддан ташқари ошириб юборилади ва сотувчи томонидан кўтарасига сотиб олишда тўланадиган нархга умуман алоқаси йўқ бўлади. Ўзбекистон бозорининг кўпгина субъектлари, айниқса якка тартибдаги тадбиркорларнинг психологияси шундан иборатки, улар товарларни бозорга таклиф қилишда нархларни сунъий равишда ошириб юборишни ўз даромадларини ошириш усули деб билишади. Бироқ, жаҳон тадбиркорлик амалиётидан азалдан маълумки, ҳаддан ташқари оширилган нархда олинадиган ва сотувлар ҳажмини туширадиган даромад пастроқ нархда, лекин ушбу сотувлар ҳажмини кескин оширадиган нархда сотаётганниқидан паст бўлади. Савдо қоидаларидан бирида: *"Гап унинг нархи қанчалигида эмас, балки бунинг учун қанча пул тўлашга тайёр эканликларидадир"*, - дейилади. Бу бозор шароитларини (мавжуд вазиятни), талабни (шу жумладан, мавсумий равишда) ва истеъмолчиларнинг харид қобилиятини синчковлик билан ҳисобга олишни талаб қилади.

Ҳозирги вақтда жаҳон бозорида сотувни рағбатлантирадиган *мослашувчан нархлар*нинг фаол амалиёти ривожлантирилмоқда. Буларга, масалан: унга етказиб бериш харажатларини қўшган, етказиб бериш харажатларини ўз зиммасига олган ҳолда, нақд пул билан тўлаш учун чегирмалар, сотиб олинган товарлар миқдorigа чегирмалар билан ягона нархни белгилаш, мавсумий чегирмалар, ҳисобга олинадиган чегирмалар (эски товарни қайтариб бериш ҳисобига янги товарнинг нархини камайтириш), дисконт карталари бўйича чегирмалар (доимий мижозлар доирасини яратишга имкон берадиган), пенсионерлар учун чегирмалар, бўлиб-бўлиб тўлашга сотиш, ҳафтанинг куни ва кун вақтини ҳисобга олган нархлар, даврий сотувлар ва ҳ.лар киради.

Нархларнинг ўзгариши билан харидорлар, рақобатчилар, воситачилар ва етказиб берувчиларнинг психологик реакциясини олдиндан билишга ҳаракат қилиш ҳам керак бўлиб, бу тегишли давлат муассасаларининг ҳам эътиборини жалб қилиши мумкин. Истеъмолчилар ҳар доим нархларнинг

ўзгаришини тўғри талқин қилмайди³². Нархлар пасайишини улар қуйидагиларга далил сифатида тушунтиришлари мумкин:

- товарнинг эскириши ва уни янаям сифатлисига алмаштириш имконияти;
- товарда нуқсонлар мавжудлиги, шунинг учун у яхши сотилмаётганлиги;
- корхонанинг нохуш молиявий аҳволи;
- нарх ҳали яна пасайиши мумкинлиги ва харидни қолдириб туриш лозимлигининг аломатлари.

Одатда сотишни тўхтатиб турувчи нархларнинг ўсиши харидорлар томонидан нафақат салбий (сотувчи очкўз экан), балки ижобий: товар ўзига хос фойдали бўлиб, харидорбоп бўлди ва уни имкон қадар тезроқ сотиб олиш керак, деб баҳолашни ҳам мумкин.

Рақобатчилар, шубҳасиз, нархларнинг ўзгаришини баҳолайди ва унга муносабат билдиради. Уларнинг сабаблари ва мақсадларини қандай тушунишларини, қандай жавоб чораларни қўллашларини кузатиш тавсия этилади.

Шу билан бирга, корхона раҳбарияти рақибларнинг нархларни ўзгартиришига эътиборни қаратишибериши керак. Қуйидаги саволларга жавоб беришга ҳаракат қилиш керак:

- нима учун рақобатчи нархни ўзгартирди?
- у қанча вақтга - вақтинча ёки доимий ўзгаришни режалаштирмоқда?
- агар у жавоб чораларини кўрмаса, корхонанинг бозор улуши ва унинг даромадлари нима бўлади?
- бошқа корхоналар чора кўришни режалаштиряптими?
- билдирилиши мумкин бўлган муносабатларнинг ҳар бирига қандай жавоб бериш мумкин?

Ушбу муаммоларни ҳал қилиш билан бир қаторда тегишли таҳлил: маҳсулот циклининг ҳаёт босқичи билан боғлиқ муаммоларни, ушбу

³² Қаранг.: Маркетинг. Учебник / Под ред. Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. Б. 246-247.

товарнинг ўз товар рўйхатидаги аҳамиятини ўрганиш, рақобатчининг нияти ва захираларини, таклиф қилинган нархни ва бозорнинг ишлаб чиқариш ҳажмининг нарх аҳамиятига нисбатан хис-туйғурлигини ва бошқа имкониятларни ўрганишни ўтказиш керак.

Нархлар ва нарх сиёсатига давлатнинг солиқ сиёсати (Ўзбекистонда бу соҳалар бенуксон эмас), шунингдек, коррупция ҳамда ишбилармонларга тўғридан-тўғри зарар етказган ҳолда уларни нархларни кўтариш орқали компенсация қилишга мажбур қиладиган, яъни охир-оқибат истеъмолчиларнинг кармонидан пул маблағларини олиб қўядиган жиноятчиликнинг аралашуви кучли таъсир қилади, пировардида пулни истеъмолчилар чўнтагидан тортиб олади. Жиноят тузилмалари, шунингдек арзонроқ нархларда савдо қилишни истаган савдогарларни таъқиб қилади ва шу йўл билан бозор нархларининг юқори даражада бўлиши ва доимий ўсиб боришини таъминлайди.

11.4. Мижозларга хизмат кўрсатиш психологияси

Хусусий корхоналар, фирмалар, дўконларда мижозларга хизмат кўрсатишнинг психологик жиҳатларига, одатда, катта аҳамият берилади. Уларга жиддий ёндошиш орқали у интуитив мулоҳазаларга эмас, балки офис ишчиларини, сотувчиларни *харидорнинг психологиясини, мулоқот психологияси ва этикасини, мижозни сотиб олишга қарор қилишига олиб келадиган психотехникани тушунишга* ўргатишга асосланган. Менежерлар ходимлар билан махсус дарслар, тренинглар ташкил этади, психолог мутахассисларнинг маслаҳатларидан фойдаланилади, бу жиҳат диққат билан кузатиб борилади. Мижозларга эътибор бермайдиган, беадаб, қўпол ва талаб қилинадиган мулоқот меъёрларига риоя қилмайдиган ишчилар билан хайрлашишга тўғри келади.

М. Банг, *"90-йилларнинг энг яхши сотувчиси"* халқаро унвонининг соҳиби, шундай деб ёзади:

“Сотувчининг иши шифокорнинг ишига жуда ўхшаш - бу касбларни инсонларга ёрдам бериш истаги бирлаштиради. Шифокор беморга эътибор берганлигидек, сотувчи ҳам харидорга қизиқиши керак. Бироз табассум керак холос. Паст овозда: "Сизга ёрдам керакми?", "Сиз нимани хоҳлайсиз?" ... деб сўраш мумкин. Чет элликларнинг талаффузини сезган ҳолда, ҳатто "Сиз қаердансиз?" дейиш ҳам мумкин. Бир сўз билан айтганда, сиз одамга бўлган самимий қизиқишингизни кўрсатишингиз керак. **"Сотиш"** тушунчасининг кўплаб таърифлари мавжуд, лекин менга энг ёқадиган нарсаси - *бу бошқа инсонга ёрдам бериш*. Яхши сотувчи худди яхши шифокор каби, ҳеч қачон сиздан қанча пул ишлаб олиши ҳақида ўйламаслиги керак, ўзини ўзи сотиши лозим. Шундай қилиш керакки, инсон сиз билан муносабатда бўлишни хоҳласин ва бу ерда калит сўз бу **"ишонч"**дир. Кейинги қадам сизнинг компаниянгиз билан ишлашни исташлари учун уни сотишдир. Агар сиз “Мерседес”ни сотсангиз, унда компания билан ҳеч қандай муаммо бўлмаслиги аниқ, чунки қиёфа, ишонч бор. Агар сиз "Матиз"ларни сотаётган бўлсангиз-чи? Бунда энди анча терлашга тўғри келади. Учинчидан, маҳсулотнинг ўзини сотиш керак. Шундай қилиш керакки, бирор киши ўзига ўзи: “Ҳа, бу менга керак нарсаси, мен ундан фойдаланишим мумкин”, - десин. Тўртинчидан, нарх бўйича келишиб олиш керак. Буни ҳеч қачон бошида муҳокама қилманг. Ва ниҳоят, товарни ҳозирроқ сотиб олиш керак. Битим тузилмаган экан, сотув ҳам йўқ. Лекин агар сиз олдинги қадамларни тўғри бажарган бўлсангиз, нарх билан боғлиқ муаммолар бўлмайди ... Харидорда: "Қандай ажойиб, сотувчи билан муомала қилиш нақадар ёқимли", - деган туйғу пайдо бўлиши керак ва сотувчи ҳам тахминан шундай ўйлаши керак³³.

Сотув устасининг бошқа психологик нозик маслаҳатлари қаторидан қуйидагилар ҳам ўрин олади:

- ким сотувлар билан шуғулланмоқчи бўлса, у мулоқот қилишни ва ҳозирги пайтда одамларга тегишли бўлган ҳис-туйғуларни идрок қилишни, айниқса, кайфияти яхши бўлмаганлар билан мулоқот қилиш ўрганиши керак;

³³ Заклинатель продаж // Эксперт-Урал. 2003. № 32. 1 сентября. Б. 32.

агар одам дўстона кайфиятда бўлса, унинг товарни сотиб олиши эҳтимоли ортади;

- товарни муваффақиятли сотиш учун ўзини мижознинг ўрнига қўйиш, нима бу кишини сотиб олиш зарурлигига ишонтиришини тушуниш, яъни унга нима туртки бўлишини аниқлаш керак;

- бошиданок сотувчи ва харидор ўртасида ишонч муҳитини яратиш, мижозга самимий қизиқишни кўрсатиш, ўзи ёки товар, мижознинг ҳис-туйғулари ҳақида ҳақида кўп гапирмаслик керак;

- маҳсулот тақдим этилганда, одамнинг эътиборини ушлаб туриш керак, у сотиш жараёнига киритилиши, сотиб олиш ҳақида ўйлашни бошлашга тайёр ҳолатда бўлиш керак;

- ҳар қандай маҳсулотни яхши сотиш мумкин, аммо сотувчи уни севиши керак, у унинг ўзига ёқиши керак, шунда тақдимот янада самимий ва ишонарли бўлади;

- *win-win* ҳолати яратилиши керак (мен ютаман ва сен ютасан, икки томонлама ютуқ, икки марталаб ютуқ); бундай вазиятда сотувчи ва истеъмолчи ўртасида катта эҳтимол билан келишув юз бериши мумкин ва ҳаттоки такрорланади;

- ўзига ишониш керак; агар ҳар куни эрталаб уйғониб, яна ёмон кун бўлади деб ўйласа, у ҳақиқатан ҳам оғир кун бўлади.

Сотувчининг хизматидан ёки маълум бир сотувдан мамнун бўлган истеъмолчи унинг хизматида ва битта жойда такрорий харидларни амалга оширишга мойил бўлиб, кўпинча доимий мижозга айланади. Тадбиркорликда бошқалар бу келишувга эргашади, деган фикрни эътиборсиз қолдириб бўлмайди. Агар бирор киши, ҳатто майда-чуйда нарсаларда ҳам етарли даражада қондирилмаса, агар унда бошқа танлов бўлса, у бошқа келмайди ва норозилигини дўстларига айтиб берган ҳолда, яна бир нечта потенциал харидорларни ҳам йўқ қилади. Янги харидорларни топиш ва ҳеч бўлмаганда сотувлар ҳажмини сақлаб қолиш чораларини кўриш керак бўлади.

Мижозларга хизмат кўрсатиш қулайлиги ва сотишга ижобий таъсир кўрсатиш учун **товарлар намойиши** мавжуд. Товар потенциал харидорларнинг бевосита хис-туйғу идрокига яқин бўлганида яхшироқ сотилади. Шу мақсадда товарларни намойиш этиш амалга оширилади, бу эса уни пештахтага жойлаштиришни, уларга йўл очишни ўз ичига олади. Бунинг учун пештахталар, деворлар, деразалар, витриналар, бутун савдо майдони қўлланилади.

Агар маҳсулот истеъмолчининг кўриш майдонида марказий ўринлардан бирини эгалласа, беағи билан назарни ўзига жалб қилса, бунда ўзи учун ўзи гапиради. Талаби оширилиши керак бўлган товарларни кўз даражасидаги тоқчаларга жойлаштириш, юқори талабга эга товарларни эса савдо залининг энг чеккасида жойлаштириш фойдалидир (мижозлар уларга бошқа йўл билан бораётганда бошқа товарларни кўриши учун).

Истеъмолчини харид қилиш тўғрисида қарор қабул қилишга психологик ундашнинг энг кенг тарқалган усуллари ва воситалари қуйидагиларни ўз ичига олади:

рекламани кўп марта такрорлаш; истеъмолчиларни қўшимча совға билан рағбатлантириш; истеъмолчини фирмага унга кейинги харидлар ва хизматларга чегирмалар бериш ҳуқуқини берадиган дисконт карталарини чиқариш ёки сотиш орқали бириктириш;

нархларни қисқа муддатли (бир ҳафта – бир ой) пасайтириш; дастлабки 10 та (20, 50 ва ундан кўп) мижозга имтиёзларни ваъда қилиш; товарда яқинлашиб келаётган тантанали кунни (Янги йил, Ҳалқаро-хотин қизлар куни ва б.) акс эттирадиган махсус безакдан фойдаланиш; таклиф этилаётган қурилмани чиройли намойиш этиш;

истеъмолчини сотувчи томонидан маҳорат билан ишонтириш ва б. Нархларнинг фарқланиши, чегирмалар, имтиёзли нархлар, маълум бир харидорнинг моддий имкониятларини ҳисобга оладиган мослашувчан нархлар, яхлитлаштирилмаган нархлар (масалан, нархи 100 \$ ўрнига 99,9 \$) рағбатлантирувчи вазифани ўтайди. Шунингдек, харидорни жалб қилишга

каратилган савдо кампаниялари ҳам ўтказилади. Шу билан бирга, савдо залида махсус нархга эга бўлган товарлар билан бир қаторда, агар истеъмолчи арзон сотувга келмаган бўлса, эътибор бермаслиги мумкин бўлган бошқа товарлар ҳам жойлаштирилади.

Шунингдек, сотувчилар ва воситачиларнинг сотувдан манфаатдорлиги рағбатлантиришлар, мукофотлар, тушумдан фоизда меҳнатга ҳақ тўлаш ва б. орқали рағбатлантирилади.

Дўконлар ва супермаркетлар қисмида публик рилейшнз бўлимлари оммавий ахборот воситаларида, матбуотда, Интернетда корхона, фирма, уларнинг товарлари ва хизматлари ҳақида пайдо бўлган материалларни улар ҳақида бошқарувчиларни хабардор қилиш учун топиш, тўплаш, таҳлил қилиш билан шуғулланади - бу сотув ишларини яхшилашга имкон беради.

11.5. Фирма қиёфаси ва сотувларни ташкил этиш психологияси

Фирманинг қиёфаси бу унинг ҳақида тасаввурларда акс эттирилган, бозорнинг у томонидан хизмат кўрсатиладиган сегментига мансуб шахслар ўртасида тарқалган ижтимоий-психологик ҳодисадир. Ушбу қиёфа уларнинг фирма манфаатлари ва йўналишларини, унинг ишончлилиги, ҳалоллиги, мижозлар манфаатларини ҳурмат қилиши, таклиф этилаётган товарлар ва хизматлар сифатини тушуниши ва англаши билан боғлиқ.

Қиёфа унинг фирма мижозлари билан мулоқот қилиш тажрибаси, бу борадаги таассуротларини истеъмолчилар ўртасида тарқатиш, шунингдек, унинг хизматларидан фойдаланиш бўйича маслаҳатлар таъсири остида шакллантирилади.

Қиёфа бу ўз манфаатлари учун махсус лойиҳалаштирилган, шунингдек, шакллантирилган, бозор фаолиятига ёрдам берадиган, реклама, ном, товар белгиси, шиори ва унга ҳамроҳлик қилувчи тасвир, ишлаб чиқариладиган маҳсулотнинг қадоғи, жойлашув ерининг нуфузлилиги ва мижозлар учун қулайлиги, биноси, кириш қисми, вестибюли ва бошқа хоналарининг ташқи кўриниши ёрдамида яратилган фирма образидир

Бироқ, асосий нарса истеъмолчиларнинг эътирофига сазовор бўлган товарнинг истеъмол хусусиятлари, сифатидир. Ишлаб чиқарувчи фирма номининг ўзи унинг ҳар қандай янги маҳсулотининг юқори сифатини кафолатига айланиб, бунинг учун ҳатто махсус атама - **бренд** ҳам қўлланила бошланди.

Корхонанинг қиёфаси кўп жиҳатдан ундаги ишчиларнинг қиёфасига боғлиқ. Шу сабабли, қиёфани шакллантиришда ходимларнинг шахсий хислатлари ва мижозлар билан алоқаларни ўрнатиши муҳим аҳамиятга эга. Инсонлар ҳақида ,аввало, ташқи кўриниши (кийимига қараб кутиб олинади), сўнгра хулқ-атворига қараб баҳо берилади, шунинг учун ходимларнинг **ташқи кўриниши** биринчи ёқимли таассуротни ҳосил қилади. Уларнинг кийимлари ярқироқ урфбоплиги ва тақинчоқларга тўлиб кетгани билан эмас, балки ҳар хил ишчиларда уйғунлиги, услуби, тозалиги, саполиги билан ажралиб турса яхшидир. Функционал фарқлар бўлиши ҳам мумкин: омбор, устахона ишчилари учун у бошқача бўлиши ва униформа мазмунига эга бўлиши мумкин. Биринчи таассуротни ҳосил қилиш учун эътиборлилик ва дўстоналик ифода этган ёқимли чеҳра (юз ифодалари, кўзлар ва б.), аёлларда эса камтарона бўяниш, саранжом соч турмаги бўлиши муҳимдир. Фирма белгиси, фамилияси, исми ва отасининг исми кўрсатилган кўкрак карточкаси (ёки стол ёнида, пештахта ёнида турган) мавжудлиги яхши таассуротни тўлдиради. Буларнинг барчаси мижозда ишончни уйғотади, у жиддий, ишбилармон, тарбияли, очик инсонлар ва ҳамма нарса тартибга солинган, энг майда деталларгача ўйланган, унинг манфаатларини қондиришга қаратилган корхона билан иш кўраётгани ҳақида фикрлашга ундайди.

Ходимларнинг хулқ-атвори: "Биз доимо мижоз учун хурсандмиз", "Мижознинг манфаати биз учун биринчи навбатда", "Мижоз доимо ҳақ" қоидаларига асосланади. Эътибор, хушмуомалалик, мижознинг манфаатларини қондиришга тайёрлик, унга ёрдам бериш, ошкора ва ишончли маълумотни тақдим этиш орқали унинг шубҳаларини бартараф этиш, фирмага яна келиш, доимий мижоз бўлиш истагини шакллантиришни

намойиш қилиш новербал ва хулқий психотехника нутқ воситаларини танлаш учун асосдир.

Хизмат кўрсатишда кечикишлар, ҳаддан ташқари хиралик, очик психологик босим, мижозда самимийлигига шубҳа туғдирадиган далиллардан фойдаланишга, айникса, қўполликка умуман йўл қўйиб бўлмайди. Бу барча одоб-ахлоқ қоидалари ва мулоқот психологиясига риоя қилишда бенуксон бўлиш зарурлигини тақозо этади. Мижозлар билан телефон суҳбатларида нутқ ва мулоқот техникасига бўлган талаб юқори даражада сақланиб қолади (охирги йилларда ўтказилган тадқиқотлар шуни кўрсатадики, телефонда ишлайдиган фирмалар ходимлари орасида етарлича дўстоналикка ва мижозлар билан гаплашиш қобилиятига эга бўлмаганлар анчагина экан).

Фирманинг қиёфаси товарларни сотишда, унинг мижозлари сонининг кўпайишида, айнан унда такроран харидларни амалга оширишни истаган мижозларнинг кенг гуруҳини яратишда муҳим омил ҳисобланади.

Назорат саволлари:

1. Тадбиркорлик психологиясини мазмуни моҳиятини тушунтириб беринг.
2. Истеъмолчи ва истеъмолчилик хулқ-атвориға психологик тавсифни беринг.
3. Қандай психологик муаммоларни ҳал қилиш истеъмолчилар талабини рағбатлантириш учун муҳим саналади?
4. Нарх сиёсатининг психологияси нимадан иборат?
5. Мижозларға хизмат кўрсатишдаги асосий психологик тавсияларни кўриб чиқинг.
6. Истеъмолчини харидорға айлантиришға имкон берадиган сотувчининг хулқ-атвори усуллари психологик жиҳатдан асослашға ҳаракат қилинг.
7. Сотув фирма қиёфаси билан психологик жиҳатдан қандай боғлиқ?

Мавзу юзасидан тест саволлари:

1. бу ўзига хос психологик хусусиятларга эга бўлган товарлар ва хизматларни сотиш ёки сотишга кўмаклашиш фаолиятидир.
 - А. Тадбиркорлик
 - Б. Ташаббускорлик
 - С. Маркетинг
 - Д. Менежмент
2. одамларнинг бозорда таклиф этилаётган маълум моддий ва маънавий буюмлардан фойдаланган ҳолда ўзларининг эҳтиёжларини қондириш учун қиладиган ҳаракатлари тушунилади.
 - А. Тадбиркорлик
 - Б. Истеъмол
 - С. Талаб
 - Д. Таклиф
3. Истеъмолчиларнинг индивидуал психологик хусусиятларига қайсилар киради?
 - А. импульсивлик
 - Б. мувозанатлилик
 - С. эҳтиёткорлик
 - Д. барчаси
4. унинг ҳақида тасаввурларда акс эттирилган, бозорнинг у томонидан хизмат кўрсатиладиган сегментига мансуб шахслар ўртасида тарқалган ижтимоий-психологик ҳодисадир.
 - А. Фирма фаолияти
 - Б. Фирма қиёфаси
 - С. Фирма маркетинги
 - Д. Фирма менежменти
5. унинг фирма мижозлари билан мулоқот қилиш тажрибаси, бу борадаги таассуротларини истеъмолчилар ўртасида тарқатиш, шунингдек,

унинг хизматларидан фойдаланиш бўйича маслаҳатлар таъсири остида шакллантирилади.

- А. Фирма фаолияти
- Б. Фирма маркетинги
- С. Фирма қиёфаси
- Д. Фирма менежменти

6. ўз манфаатлари учун махсус лойиҳалаштирилган, шунингдек шакллантирилган, бозор фаолиятига ёрдам берадиган, реклама, ном, товар белгиси, шиори ва унга ҳамроҳлик қилувчи тасвир, ишлаб чиқариладиган маҳсулотнинг қадоғи, жойлашув ерининг нуфузлилиги ва мижозлар учун қулайлиги, биноси, кириш қисми, вестибюли ва бошқа хоналарининг ташқи кўриниши ёрдамида яратилган фирма образидир.

- А. Фирма фаолияти
- Б. фирма менежменти
- С. Фирма маркетинги
- Д. Фирма қиёфаси

7. win-win ҳолатига таъриф беринг.

- А. мен ютаман ва сен ютасан
- Б. икки томонлама ютуқ
- С. мен ютаман, сен мағлуб бўласан
- Д. мен ютаман ва сен ютасан, икки томонлама ютуқ, икки марталаб ютуқ

8. Ким "90-йилларнинг энг яхши сотувчиси" халқаро унвонининг соҳиби ҳисобланади?

- А. Т.Томас
- Б. К.Эдинсон
- С. М. Банг
- Д. тўғри жавоб берилмаган

9. Куйидаги фикрлар кимга тегишли? “Сотувчининг иши шифокорнинг ишига жуда ўхшаш - бу касбларни инсонларга ёрдам бериш истаги бирлаштиради

А. К.Ли

Б. Г.Сео

С. М. Банг

Д. тўғри жавоб берилмаган

10. Куйидаги фикрлар кимга тегишли? "Сотиш" тушунчасининг кўплаб таърифлари мавжуд, лекин менга энг ёқадиган нарсa - бу бошқа инсонга ёрдам бериш. Яхши сотувчи худди яхши шифокор каби, ҳеч қачон сиздан қанча пул ишлаб олиши ҳақида ўйламаслиги керак, ўзини ўзи сотиши лозим.

А. К.Эдинсон

Б. Г.Кеттел

С. Г.Оллпорт

Д. М. Банг

Адабиётлар:

1. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге. - М.: 2019.

2.Лидовская О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. - М.: 2013.

3.Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы. - М.: 2013.

4.Психология менеджмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. - СПб.: 1997.

5.Руденский Е.В. Основы психотехнологии общения менеджера. - М.: 1997.

**(Инглиз тилидан таржима қилинадиган манбалар
маълумотномаларнинг изоҳлари)**

Автократ раҳбар (autocratic leader) - ижрочиларга ўз иродасини юклаш учун етарли кучга эга бўлган етакчи. Агар керак бўлса, у иккиланмасданҳар қандай ҳохишни амалга оширади.

Адаптив структура (adaptive structure) - бу атроф-муҳитдаги ўзгаришларга мослашувчан тарзда жавоб беришга имкон берадиган ва шу билан механик (бюрократик) тузилишдан тубдан фарқ қиладиган ташкилий тузилма. Органик тузилиш деб ҳам аталади.

Адолат ёндошуви (justice approach)- ахлоқий тушунча бўлиб, ахлоқий жиҳатдан қарор тенглик, ҳалоллик ва холислик тамойилларига асосланиши керак.

Аёллик (феминизм) (femininity) - барқарор инсоний муносабатларга, жамоада ишлашга, гуруҳ қарорларини қабул қилишга, ҳаётнинг юқори сифатига қаратилган маданий йўналиш.

Алоқа канали (channel) - маълумот алмашиш муносабати билан - ахборотни узатиш воситаси: ёзма, оғзаки, расмий, норасмий, алоқа учун мос электрон воситалар.

Базис эҳтиёжлар (асосий, бирламчи эҳтиёжлар) (primary needs) - одатда омон қолиш зарурати каби туғма эҳтиёжлар.

Бирдамлик (groupthink) - алоҳида шахснинг гуруҳнинг гармониясини бузмаслик учун ҳодисага нисбатан қарашларини бостириш тенденцияси.

Бихевиористик илмий ёндашув (behavioral sciences approach) - ижтимоий фанларни (психология, социология, антропология, иқтисодиёт) ташкилий нуқтаи назардан қўллашни ўз ичига олган гуманистик менежмент соҳаларидан биридир.

Бошқарилиш нормаси ёки бошқарув хажми (span of management) - бу бевосита раҳбарга ҳисобот берадиган ходимлар сони; раҳбар қўл остидаги ходимларнинг ҳаракатларини кузатиб боришни аниқлайди.

Бошқарувга жараёنли ёндашув (process approach to management)- бу бошқариш назариясига боғлиқ бўлган ҳаракатлар ёки функцияларнинг узлуксиз серияси бўлган концепцияга асосланган менежмент назариясига ёндашиш.

Бошқариш жараёни (management process) - доимий равишда ўзаро боғлиқ бўлган ҳаракатлар ёки функцияларнинг умумий миқдори

Буйруқлар занжири (chain of command) - бу мувофиқлаштирилган саъй-ҳаракатларни вертикал равишда ажратиш учун ҳокимият вакили томонидан яратилган менежмент даражаларининг иерархияси. Шунингдек, "скаляр бўйсиниш", "скаляр занжир" номи билан ҳам танилган.

Бюрократик ташкилотлар (bureaucratic organizations)- ходимларнинг мажбуриятларини аниқ белгилаш, расмий ҳисоботни юритиш, мулкчилик ва менежментни ажратиш орқали номувофиқ, оқилона менежментга қаратилган менежментнинг классик йўналишларидан бири.

Бюрократия (бюрократия) - ходимнинг ваколатларига асосланган ихтисослаштирилган меҳнат тақсимооти, аниқ менежмент иерархияси, қоидалар ва стандартлар, ишлаш кўрсаткичлари, бандлик тамойиллари билан тавсифланадиган ташкилот тури.

Бўлим (subunit) - бу бутун ташкилот учун муайян вазифалар тўпламини бажариш учун жавобгар бўлган ташкилотдаги расмий гуруҳ.

Верификация (verification)-бирор нарсанинг ҳақиқийлигини тасдиқлаш.

Вертикал интеграция (vertical integration)- ташкилот ичида якуний маҳсулотни ишлаб чиқариш учун зарур бўлган барча нарсаларни ташкил этадиган бўлинмалар ташкил этилганлиги.

Вертикал жамоа (vertical time) - расмий гуруҳ, шу жумладан ташкилот буйруқлар занжири билан менежер ва унинг расмий бўйсунувчилари.

Вертикал меҳнат тақсимооти (vertical division of labor) - меҳнатни

тақсимлаш ва мувофиқлаштириш ва иш қисмларининг таркибий қисмларини амалга ошириш (бошқариш ва ишлаб чиқариш). Вертикал меҳнат тақсимооти менежмент даражасини яратади.

Вертикал жамоа (vertical team) - ташкилотнинг жамоавий занжирига мувофиқ менежерни ва унинг расмий бўйсунувчиларини ўз ичига оладиган расмий жамоа.

Врум-Йеттон қарор қабул қилиш модели (Vroom-Jetton leadership decision model) - бу қарорларни қабул қилиш жараёнига урғу берадиган ва автократикдан демократикгача узлуксиз давом этадиган етакчиликнинг беш турини белгилайдиган эҳтимолий етакчилик моделидир.

Гигиеник омиллари (hygiene factors) - Герцбергнинг икки факторли назариясига кўра, бу инсон фаолияти атрофидаги муҳитда бўлган омиллар. Уларнинг йўқлиги норозиликни келтириб чиқариши мумкин, аммо ҳуқуқ-атворни фаол мотивлаштира олмайди.

Гомогенлик (homogeneity) - ишлаш кўрсаткичлари сезиларли даражада фарқ қилса ҳам, барча ишчилар текширувчи томонидан бир хил баҳо олганда, кузатилиши мумкин бўлган хатолардан биридир.

Горизонтал меҳнат тақсимооти (horizontal division of labor)- ташкилотдаги ишларни унинг таркибий қисмларига бўлиш.

Горизонтал гуруҳ (horizontal team) - бу тахминан бир хил даражадаги турли бўлимлардаги ишчилардан иборат бўлган расмий гуруҳ.

Делегация (delegation) - бу раҳбарлар томонидан ваколат ва жавобгарликни иерархиянинг қуйи даражаларида ишлайдиган ходимларга топшириш жараёни.

Департаментализация (departmentation) - ташкилотни алоҳида блокларга (бўлимлар, бўлимлар, секторлар) бўлиш жараёни.

Диверсификация - ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар ва тақдим этилаётган хизматлар бўйича фаолият доирасини кенгайтириш.

Дистрибутив адолат (distributive justice) - бу менежернинг қуйи бўғинларга бўлган муносабати ушбу ташкилот фаолият кўрсатадиган

мамлакат аҳолисининг объектив мезонлари, хусусиятлари, меъёрлари, урф-одатлари ва қадриятларига асосланганлигини англатади; агар қарор ўхшаш шахсларга тегишли бўлса, у бир хил ва бошқасига нисбатан қўлланилиши керак.

Етакчилик (leading) - бу ходимларни ташкилот мақсадларига эришиш учун рағбатлантиришда бошқарув таъсиридан фойдаланишни ўз ичига олган бошқарув функцияси.

Етакчилик услуби ((leadership style) - белгиланган мақсадларга эришиш жараёнида (демократик, автократик, либерал) раҳбарга бўйсунувчилар билан муносабатларда раҳбарнинг хулқ-атворининг умумлаштирилган турлари.

Иерархик структура (tallstructure) кўп даражали бошқарув кенгаши ва ҳар бир даражадаги бошқаришнинг аҳамиятсиз ҳажми билан ажралиб турадиган ташкилий тузилма. Иерархияни яратиш жараёни скаляр жараён деб аталади (*лат. scalaris* - нарвон, қадам).

Ижтимоий-маданий омиллар (sociocultural factors) - установкалар, ҳаётий қадриятлар ва урф-одатлар. Бу жараёнлар менежментда эътиборга олинishi керак (масалан, патернализм (оталик), адолат, ҳурмат, гендер камситиш, иерархияга содиқлик, яқдиллик).

Илмий, менежмент мактаби (management science school, MS) - бу илмий услуб, моделлар ва тизим йўналишини қўллаш билан тавсифланадиган менежментга бўлган ёндашув. Баъзан миқдорий ёндашув деб аталади.

Илмий менежмент мактаби (scientific management school) - менежментга биринчи расмий ёндошувдир. Бу қўл меҳнاتини самаралироқ бўлиши учун кузатиш, ўлчаш, мантиқ ва таҳлил орқали қайта ишлашга асосланади.

Имитация (simulation) - бу вазият ҳақиқатан ҳам қандай ўзгаришини тушуниш учун экспериментлар ўтказиш орқали ҳақиқий ҳолат моделини ишлаб чиқиш жараёни.

Интеграция (integration) - ташкилотнинг мақсадларига эришиш учун турли қуйи тизимларнинг (бирликларнинг) саъй-ҳаракатларини бирлаштириш жараёни.

Интерфаол гуруҳ (interactive group) - бу аниқ вазифа ва мақсадларга эга бўлган ходимлар билан учрашув пайтида танлов амалга оширилганда гуруҳ қарорларини қабул қилиш шакли.

Интерфаол етакчи (интерфаол етакчи) - консенсусга эришиш, жамоанинг барча аъзоларининг ишида иштирок этиш, уларнинг ўзаро таъсири ва ўзаро тушунишларига катта эътибор берадиган раҳбар.

Инсон муносабатлари мактаби (human relations school) - тарихан мавжуд бўлган концептуал ёндашув, унинг марказида инсон омили бўлиб, у иш жараёнида инсонлар ўртасидаги муносабатларни ўз ичига олади. Бу йўналишда таниқли намоёндалари Мэри Паркер Фоллет ва Элтон Маёлар.

Ишлаб чиқариш самарадорлиги (operations performance) - ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг бозор қиймати, ташкилот ресурсларининг умумий қийматига бўлинади.

Иблисининг ҳимоячиси (devil's advocate) - қарорларни қабул қилиш жараёнида фойдаланиладиган усул бўлиб, мунозара қатнашчиларидан бири бошқаларни муаммога ўз ёндашувларини қайта кўриб чиқишга, олдиндан келишиб олишдан ёки асоссиз тахминлардан воз кечишга ундайди.

Ички мукофот (intrinsic reward) - инсон томонидан ишларни бажариш жараёнига боғлиқ бўлган қадриятлар, масалан, мақсадларга эришишдан қониқиш.

Иккиламчи эҳтиёжлар (secondary needs) - баҳолаш, бириктириш, ҳокимият каби психосоциал хусусиятга эга бўлган эҳтиёжлар.

Коммуникация (communication) - бу икки ёки ундан ортиқ инсоннинг маълумот алмашиши ва олинган маълумотдан хабардор бўлиб, унинг мақсади муайян ҳулқ-атворни ёки унга таъсир қилишни рағбатлантиришдир жараёни.

Компенсацион адолат (compensatory justice) - бу жавобгар томон жабрланувчига етказилган зарарни қоплаш мажбуриятини юклайдиган тушунча. Бундан ташқари, инсонлар ўзларининг назорати остида бўлмаган воқеалар учун жавобгар бўлмасликлари керак.

Критик йўл (critical path) - бу лойиҳани амалга ошириш жараёнида содир бўладиган воқеаларнинг энг узун кетма-кетлиги. Лойиҳани иложи борица тезроқ тугатилишини таъминлайдиган тадбирлар кетма-кетлиги.

Кам контекстли маданият (low-context culture) - бу мулоқотнинг асосий мақсади фактлар ва маълумотлар алмашишдир иборат маданият.

Кутиш назарияси (кутиш назарияси) - инсоннинг фаол эҳтиёжларининг мавжудлиги ҳар қандай мақсадга эришиш учун мотивация учун ягона ва этарли шарт эмас. Бирор киши унинг ҳаракатлари албатта ушбу мақсадга эришишига олиб келишини кутиши керак.

Лавозим йўриқномаси (job description) - ташкилотдаги турли лавозимларнинг малакаси ва ваколатларини талаб қўувчи қисқача маълумотнома.

Либерал лидер (laissez-faire leader) - ўз қўл остидагиларга иш топшириқларини танлашда ва уларнинг ишларини назорат қилишда деярли тўлиқ эркинлик берадиган раҳбар.

Лойиҳани ташкил этиш структураси (project organization) - аниқ, аниқ белгиланган мақсадга эришиш учун яратилган вақтинчалик ташкилий тузилма.

Маданият (culture)- бу ташкилотнинг барча аъзолари баҳам кўрадиган асосий қадриятлар, эътиқодлар, айтилмаган шартномалар ва нормалар тўплами.

Марказлаштирилмаган назорат (decentralized control) - ходимларнинг ташкилот мақсадларига содиқлигини шакллантиришга ҳисса қўшадиган ижтимоий қадриятлар, урф-одатлар, умумий қарашлар ва ишчиларга бўлган ишончга асосланган.

Марказлаштириш (centralization) - бу энг муҳим қарорларни қабул қилиш ҳуқуқи давлатнинг юқори даражаларида қоладиган шартдир.

Масъулият (responsibility) - вазифаларни бажариш ва уларнинг қониқарли тамомланишини таъминлаш мажбурияти.

Матрицали ташкилот (matrix organization) - бу мослаштирилган

тузилманинг бир тури бўлиб, унда шаклланган гуруҳ аъзолари ўзларининг фаолияти учун маълум бир лойиҳа раҳбари ва доимий ишлайдиган бўлим бошлиғи олдида жавоб беришади.

Маъмурий принциплар (administrative principles)- менежментнинг классик йўналиши, унинг тарафдорлари алоҳида ходимларга эмас, балки умуман ташкилотга қаратилган ва режалаштириш, ташкил этиш, менежмент занжири, индивидуал ходимларнинг меҳнат унумдорлигини мувофиқлаштириш ва назорат қилиш каби менежмент функциялари.

Мақсадлар (objectives) - ташкилотда бу аниқ мақсадлар ёки гуруҳ биргаликда ишлаш орқали эришишни истаган натижалар. Расмий ташкилотлар режалаштириш жараёнида мақсадларни аниқлайдилар.

Мақсад (goal) - бу ташкилот эришмоқчи бўлган келажакдаги исталган ҳолат.

Можаронинг дисфункционал оқибатлари (dysfunctional conflict) - ишдан қониқишнинг пасайишига олиб келади, гуруҳлар ўртасидаги ҳамкорликни сусайтириш, ташкилотнинг самарадорлигини пасайтириш.

Менежмент (management) - режалаштириш, ташкил этиш, етакчилик (раҳбарлик) ва ташкилот ресурсларини бошқариш орқали ташкилот мақсадларига самарали эришиш.

Механик структура (mechanistic structure)-органик ёки мослашувчан структурадан фарqli равишда анъанавий равишда аъанавий-бюрократия ташкилий шаклдир.

Миссия (mission) - ташкилотнинг асосий умумий мақсади ёки вазифасини режалаштириш йўли.

Модель (model) - бу объект, тизим ёки ғоянинг яхлит шаклдан, яъни объектнинг ўзидан фарқ қиладиган шаклда намоён бўлиши. Моделлар фойдали рол ўйнайди, чунки улар реалликни соддалаштиради ва шу билан ички муносабатларни кўришни осонлаштиради.

Мотиваторлар (motivators) - Герцбергнинг икки омилли назарияси, бу гигиеник омиллардан фарqli ўлароқ, ишнинг моҳиятидан келиб чиқадиган

мотивацион омиллардир.

Мотивациянинг ситуацион назарияси (process theory of motivation) - бу инсоннинг хулқ-атвори нафақат унинг эҳтиёжлари, балки унинг муайян вазиятни идрок қилиши ва у ёки бу хулқ-атвор турини танлашнинг мумкин бўлган натижалари тўғрисидаги тахминга асосланган мотивация моделидир.

Мотивация (motivating) - ўзини ва бошқаларни ташкилотнинг индивидуал ва умумий мақсадларига эришишга қаратилган фаолиятга рағбатлантириш жараёни.

Мувофиқлик принципи (parity principle) - бу раҳбарият ходимга ўзининг жавобгар бўлган вазифаларни бажариши учун етарлича ваколатлар бериши керак бўлган тамойил.

Минтақавий ташкилий структура (territorial departmental Hon) - географик қурилиш принциpidан фойдаланадиган бўлиниш тузилмасининг тури.

Менежмент сеткаси (managerial grid) - бу етакчилик самарадорлигини баҳолаш учун икки ўлчовли ёндашув. Ушбу ёндашувга кўра қўлланмада бешта асосий услуб фарқланади: панжара вертикал ўқи "инсонларга ғамхўрлик" ни, горизонтал ўқ эса инсонга ғамхўрликни англатади.

Назорат (controlling)- бу ходимларнинг хулқ-атворларини кузатиш, танланган йўналишда ташкилотни ҳам кузатиш ва белгиланган мақсадларга эриштириш, шунингдек зарур тузатишлар киритишни ўз ичига олган менежмент функцияси.

Назоратнинг ташқи траекторияси (external locus of control) - ходимнинг келажаги унинг назорати доирасидан ташқарида эканлиги яъни ташқи кучларга боғлиқлигига ишонч.

Назоратнинг ички траекторияси (internal locus of control)- ходимни келажак унинг қўлида эканлигига ва ташқи кучлар унга жиддий таъсир қила олмаслигига ишонтиради.

Низо (conflict)- икки ёки ундан кўп томонлар (шахслар ёки гуруҳлар) ўртасидаги келишмовчилик, ҳар икки томон қарашлари қабул

килинганлигига ишонч ҳосил қилишга ҳаракат қилганда вужудга келади.

Номарказлашув (decentralization) – қарорларни қабул қилишда ташкилотнинг ҳокимият ваколатларини қуйи даражалари томон силжиши.

Норасмий ташкилот (informal organization) - бу ўз-ўзидан пайдо бўлган инсонлар гуруҳидир, улар муайян мақсадга эришиш учун мунтазам равишда ўзаро ҳамкорлик қилишади.

Новербал коммуникации (nonverbal communication) - бу сўзлар билан эмас, балки инсонларнинг ҳуқ-атворлари ёки хаттти-ҳаракатларида ифодаланган хабарлар.

Нейтрализатор (neutralizer) - раҳбарнинг муайян ҳуқ-атворларини намойиш қилишига тўсқинлик қиладиган вазиятни ўзгартирадиган нарса омил.

Операцион менежмент (operations management) - ишлаб чиқариш муаммоларини ҳал қилиш усуллари, шунингдек усулларида фойдаланишни ўз ичига оладиган маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқариш соҳасидаги менежерларнинг фаолият соҳаси сифатида расмий равишда белгиланади.

Органик структура (organic structure) - эркин ривожланаётган ташкилий тузилма, унинг фаолияти чекланган қоидалар ва талаблар билан тартибга солинади, бунда менежмент жамоавий ишни рағбатлантиради, қарорларни қабул қилиш жараёни эса марказлаштирилмайди.

Оталик (лат. pater - ота) - бу ишчилар ("болалар") томонидан яхши ҳуқ-атвор ва итоаткорлик ва менежер ("ота") томонидан адолатли қатъийлик, ғамхўрлик ва доно мураббийликни англатади.

Политика (policy) - мақсадларга эришишга ёрдам берадиган ҳаракатлар ва қарорларни қабул қилишнинг умумий кўрсатмаларидир.

Пора бериш (bribery) - пора берувчи томонидан пора берган шахс фойдасига хизмат вазифасини суистеъмол қилганлик учун мукофот.

Портер-Лоулер модели (Porter-Lawler model) - кутиш назарияси ва адолат назарияси элементларини бирлаштирган вазиятнинг туртки назарияси. У бешта ўзгаршни ўз ичига олади: ҳаракат, кутиш, самарадорлик,

мукофот, қониқиш.

Прогнозлаштириш (forecasting) - режалаштириш усули бўлиб, унда келажакни башорат қилиш тўпланган тажриба ва келажак ҳақидаги ҳозирги тахминларга асосланади.

Расмий ташкилот (organization, formal) - фаолияти умумий мақсадга эришиш учун онгли равишда мувофиқлаштирилган инсонлар гуруҳи.

Расмий гуруҳ (formalgroup) - бу бошқарув жараёни томонидан ташкилий жараён орқали махсус тузилган гуруҳ. Унинг мақсади одатда маълум бир аниқ вазифани бажаришдир.

Рақобатбардошлик (competitiveness) - бу бошқалардан кўра яхшироқ бажариш қобилиятидир.

Режалаштириш (planning) - мақсадлар ва уларга эришиш учун зарур бўлган қарорларни танлаш жараёни.

Реинжиниринг (reengineering) - бу ташкилотнинг бизнес-жараёнларини тубдан қайта қуриш, унинг мақсади маҳсулотнинг сифати ва хизмат кўрсатишнинг юқори даражасига эришиш, асосий эътибор функцияларга эмас, балки жараёнларга қаратилганда харажатларни камайтиришдир; кўпинча вертикал структурани рад этиш ва жамоаларни шакллантиришда намоён бўлади.

Референт ҳокимият (referent power) - раҳбарнинг шахсий фазилатлари натижасида вужудга келади, бунинг натижасида у ажралиб туради ва ҳурматга сазовор бўлади, ундан ҳайратланишади ва унга ўхшашни хоҳлайди.

Самарадорлик (efficiency) - маълум ҳажмдаги маҳсулот ишлаб чиқариш ёки маълум бир натижага эришиш учун минимал миқдордаги ресурслардан фойдаланиш.

Селектив идрок (perceptual selectivity) - инсонлар томонидан объектлар ва огоҳлантирувчи воситаларнинг эътиборини жалб қиладиган бир нечта ҳодисаларнинг бутун мажмуасидан танланиши.

Семантика (semantics) - берилган сўзлар ва маъноларни қандай ишлатишни ўрганиш

Сервис етакчиси (servant leader)- бу икки хил даражада ҳаракат қиладиган раҳбардир: у бўйсунувчиларнинг мақсадлари ва эҳтиёжларига эришишга ва умуман ташкилотнинг умумий мақсадини ёки вазифаларини амалга оширишга хизмат қилади.

Ситуацион ёндашув (contingency approach) - бу етакчилик услуги ва ташкилотдаги мавжуд вазият ўртасидаги муносабатни ўрганадиган етакчилик моделидир.

Сифат доираси ((quality circle)) - бу ихтиёрий равишда сифат муаммоларини муҳокама қилиш ва сифатни яхшилаш ғояларини ишлаб чиқиш учун йиғиладиган ходимлар гуруҳи.

Социотехник тизими ((sociotechnical system)) - инсонларни ва технологик таркибий қисмларни ифодаловчи тизим. Барча расмий ташкилотлар социотехник тизимлардир.

Стратегия (strategy) - мақсадларга эришиш учун умумий, кенг қамровли режа.

Таркибий мотивация назарияси (content theory of motivation) - бу биринчи навбатда инсонларни ҳаракатга келтирадиган эҳтиёжларни аниқлашга асосланган мотивация назариясидир. Бундай назарияларга А.Маслоу, Ф. Герцберг ва Мак-Клелланднинг назариялари киради.

Ташкилотнинг ҳаёт цикли (organization life cycle) - ташкилотни эволюцион ривожланиш босқичларидан ўтиши (туғилиш, ёшлик, ўрта ёш, этуклик).

Ташкилотнинг самарадорлиги (efficiency organizational)- бу ташкилот ўз вазифаларини қанчалик муваффақиятли бажарганлигини кўрсатадиган мақсадга яқинлашиш даражаси.

Ташкилий тузилма (structure, organizational) - мақсадларга самарали эришишни таъминлайдиган тарзда тузилган менежмент даражалари ва функционал соҳаларнинг мантиқий алоқаси.

Таъсир қилиш (influence) - бу бошқа инсонларнинг унга нисбатан муносабати ва ҳис-туйғуларини ўзгартирадиган ҳуқ-атвор.

Таъсир қонуни (law of effect) - мотивация назарияси тушунчаларидан бири бўлиб, қонунга кўра инсонлар ўз эҳтиёжларини қондиришга имкон берадиган ва эҳтиёжларни қондиришга олиб келмайдиган ҳуқ-атворлардан қочишга имкон берадиган алоқа турини такрорлашга мойиллиги.

Тескари алоқа (feedback) - юборувчига, маълумот манбасига, уларга юборилган маълумотларнинг қабул қилинишини аниқлашга ёрдам берадиган хабарга бўлган реакция.

Тизим (system) - бу ўзаро боғлиқ бўлган қисмлардан иборат бирлик бўлиб, уларнинг ҳар бири бутуннинг ўзига хос хусусиятларига ўзига хос уникал нарсаларни олиб келади. Ташкилотлар очик тизим деб ҳисобланади, чунки улар ташқи муҳит билан динамик равишда ўзаро таъсирлашади.

Технология (technology) - исталган маҳсулот ёки хизматларни олиш учун инсонлар, маълумотлар ёки жисмоний материаллар бўлишидан қатъи назар, манба материалларини ўзгартиришнинг ҳар қандай усули.

Тўрт Лайкерт тизими (Likerts four systems) - Рэнсис Ликерт постулати, унга кўра менежмент услубининг тўртта тизими мавжуд: диктатор-авторитар, афзал авторитар, маслаҳат-демократик ва аралашган-демократик.

Узумли ток (grapevine) - ташкилотнинг барча ходимларини бирлаштирадиган норасмий алоқа тармоғи.

Фильтрация (filtering) – ташкилот имконияти даражасида хабарларни юқорига, пастга ёки операция давомида қандайдир даражада бузиб кўрсатиш тенденцияси.

«Фрустрация—регрессия» принципи (frustration-regression principle)- агар юқори даражадаги эҳтиёжни қондириш мумкин бўлмаса, ходим аллақачон қуйи даражадаги эҳтиёжга қайтиши мумкин деган фикрдир.

Функционал ташкилий тузилма (functional departmenta-tion) - алоҳида бўлинмалар томонидан бажариладиган иш турларига мувофиқ қурилган ташкилий тузилиш тури.

Функционал ҳокимият (functional authority)-бу маъмурият ваколатининг шакли бўлиб, унда ходимлар раҳбарнинг кўрсатмаларига биноан ҳаракат

қила бошлайдилар, лекин ўз ваколатлари доирасида уларга вето қўйишлари ҳам мумкин.

Харизма (charisma) - бу раҳбарнинг шахсият хусусиятларига ёки унинг тарафдорларини жалб қилиш қобилиятига асосланган таъсир.

Хулқ-атвор, йўналтирилган ва бошқариш (control-oriented behavior) - бу ходимларнинг раҳбарият томонидан назорат қилинадиган ва тасдиқланган фаолият соҳаларига кўпроқ куч сарфлаши ва диққат марказида бўлмаган соҳаларда фаолиятни эътиборсиз қолдириши.

Хоманс модели (Romans model) - бу иш пайтида инсонларнинг хулқ-атворига таъсир қиладиган норасмий гуруҳлар қандай шаклланишини тушунтиришга ёрдам берадиган гуруҳларнинг хулқ-атвори назарияси. Унинг элементлари ўзаро таъсир, ҳиссиёт ва ҳаракатлардир.

Хоторн эксперименти (Hawthorne experiments) - XX асрнинг 20-йилларнинг иккинчи ярмида Элтон Мэёо томонидан Хаторн заводида ўтказилган тажриба. Тажрибалар шуни кўрсатдики, жамоадаги хулқ-атвор омиллари ва муносабатлар меҳнатнинг гигиеник шароитлари (ёруғлик, ҳаво ҳарорати, иш ҳақи ва бошқалар) нисбатан меҳнат унумдорлигига кам таъсир қилмайди. Хаторн тажрибалари натижалари менежмент назариясини ривожлантириш ва инсон муносабатлари мактабини яратиш учун жуда муҳим эди.

Хоторн эффекти (Hawthorne effect) - бу янгилик, экспериментга қизиқиш ёки ўрганилаётган мавзуга эътиборнинг кучайиши, тажриба пайтида жуда қулай бўлган бузилишларга олиб келадиган ҳолат.

Хулқ-атвор бихевиористик илмий мактаби (behavioral science school) - бу инсон муносабатлари ҳаракатидан келиб чиққан менежментга концептуал ёндашув. Бу ҳаракат Иккинчи жаҳон урушидан кейин шаклланди ва психология, социологиянинг илғор концепцияларига асосланади. Хулқ-атвор мактаби ходимларни ташкилотларни лойиҳалаштириш ва бошқаришда хулқ-атворлар тўғрисидаги фан тушунчаларини қўллаш орқали ўзларининг барча имкониятларини рўёбга чиқаришга ёрдам бериш ва шу билан уларнинг

самарадорлигини оширишга қаратилган.

Эркаклик (masculinity)- жамият ёки ташкилот аъзоларининг эришишга бўлган интилиш маданияти, қаҳрамонлик, ўзига ишонч, ишнинг юқори натижалари ва моддий муваффақият.

Эмпатия (empathy) - шахсий аналогия, у бошдан кечирган таъсирини баҳолаш учун ўзингизни объектни ўрнига тасаввур қилиш қобилияти. Менежментда у ўзини бошқа инсонларнинг ҳис-туйғуларига эътибор сифатида намоён этади (масалан, можарони ҳал қилишда, музокаралар олиб боришда ёки иш учрашувига дресс-код танлаш масаласида).

Эҳтиёжлар (needs) - инсоннинг идрокида акс этадиган нарсанинг психологик ёки физиологик етишмовчилиги.

Юқори структура (tall structure) - бошқарув даражаси пастлиги ва кўп сонли иерархик даражалар билан тавсифланадиган бошқарув тузилиши.

Юқори контекст маданияти (high-context culture) - мулоқотнинг асосий мақсади ижтимоий муносабатларни яратишдан иборат мажаният.

Қайта алоқа тизими (feedback system) - натижалар тўғрисидаги маълумотларни тақдим этадиган ҳар қандай механизмни бошқаришда менежерлар режалаштирилган режадан четга чиқишларни тўғрилаш учун фойдаланиши мумкин.

Қарор дарахти (decision tree) - вазифа учун мураккаб қарорлар қабул қилиш жараёнининг схематик кўриниши.

Қаҳрамон (hero) - бу корпоратив маданиятнинг атрибутларини, эксплуатациясини, феъл-атворини ёки хусусиятларини акс эттирувчи шахс.

Қисқа структура (short structure) - бу бошқариш даражасининг оз миқдори ва бошқаришнинг кенг доираси билан тавсифланган ташкилот тузилиши.

Қоидалар (rules) - маълум бир ноёб вазиятда нима қилиш кераклигини аниқ белгилаш.

Қўйи қатлам раҳбарлари (supervisors) - раҳбар бўлмаган ходимлар даражасидан тўғридан-тўғри даражадаги ташкилот раҳбарлари.

Ҳаётӣй цикл назарияси (life cycle theory) - бу раҳбарларнинг ҳуққ-атворининг назарий асоси бўлиб, унга биноан бўйсунувчиларнинг "етуклиги" га, яъни уларнинг қобилиятларига қараб ўзгарганда энг самарали ҳуққ-атворларга эришилади.

Ҳокимият (power) - бошқа инсонларнинг вазиятига ёки ҳуққ-атворларига таъсир қилиш қобилияти.

Ҳокимият масофаси (power distance) - бу жамият аъзолари турли хил давлат муассасалари, ташкилотлар, инсонларнинг кучлари тенгсизлигини ҳисобга олганлик даражаси.

Ҳуқуқӣй (легитим) ҳокимият (legitimate power) - раҳбарнинг расмий мавқеидан ва у билан боғлиқ ваколатлардан келиб чиқадиган ҳокимият.

X теория (theory X) - Дуглас МакГрегор атамаси, автократ раҳбарни баҳолашга ишора қилади. Бундай раҳбарнинг фикрига кўра, инсонлар ишлашни ёқтирмайди, ҳар қандай шуҳратпарастликдан маҳрум, улар бошқарилишни яхши кўради ва ҳимояланишни хоҳлайди. Асосий хулоса шундаки, инсонларни ишлашга мажбур қилиш керак.

Y теория (theory Y) - Дуглас МакГрегор атамаси. Ушбу назарияга биноан, маълум бир шароитларда инсонлар ишлашга интилишади, ташкилотнинг мақсадларига содиқлик эса мақсадга эришиш билан боғлиқ мукофотларнинг функциясидир. Ушбу назарияга кўра, аҳолининг катта қисми ижодий салоҳиятга эга.

Z Теория (theory Z) - менежментнинг япон ва шимолий америка усуллари бирлаштирган менежмент тушунчаси.

**ТАЛАБАЛАР УЧУН МУСТАҚИЛ РАВИШДА ЎЗЛАРИНИ СИНАШ
УЧУН ПСИХОЛОГИК ТЕСТЛАР**

Ўз ҳиссиётингизни бошқара оласизми?

Ҳақиқатдан Сиз жаҳлдормисиз ёки ўз ҳиссиётингизни бошқара оласизми? Бу руҳий кечинмаларни қуйидаги сўровнома орқали аниқланг. Ушбу тест ёрдамида ўзингизни синаб кўринг.

Саволларга “жуда”, “унчалик эмас”, “ҳеч қачон” каби вариантларда жавоб беришингиз мумкин.

- 1.Газетанинг Сиз ўқимоқчи бўлган варағининг ёғимланганлиги;
- 2.Ёши катта ёки ёш қизларга хос кийинган аёл.
- 3.Суҳбатдошингиз ҳаддан ташқари Сизга яқин туриши (масалан: одам трамвайда тирбанд).
- 4.Кўчада чекаётган аёл.
- 5.Кимдир Сиз томонга ўгирилиб йўталса.
- 6.Севикли қизингиз (йигитингиз) ҳар доим учрашувга кечикиб келса.
- 7.Кинотеатрда сизнинг олдингизда ўтирган томошабин у ёқ бу ёққа айланиб, кино сюжетида изоҳлаб ўтирса.
- 8.Энди ўқимоқчи бўлган қизиқарли романнинг мазмунини гапириб беришга ҳаракат қилса.
- 9.Сизга кераксиз нарсаларни совға қилишса.
- 10.Жамоат транспортида бақириб гаплашса.
- 11.Атир-упаларнинг ҳаддан ташқари ўткир хиди.
- 12.Гапираётган пайтда ҳаддан зиёд қўлларини қимирлатиб гапираётган одам.
- 13.Ҳаддан зиёд тез-тез ажнабий тиллардаги сўзларни ишлатадиган касбдошингиз.

Натижалар изоҳи:

Ҳар бир “жуда” жавоби учун-3 балл; “унчалик эмас” жавоби учун -1 балл; “ҳеч қачон” жавоби учун-0 балл берилади.

30 баллдан тўпласангиз: Сизни чидамли, хотиржам одамлар қаторига қўшиб бўлмайди. Сизнинг ҳамма нарсаси, ҳаттоки аҳамияти бўлмаган нарсалар ҳам жаҳлингизни чиқаради. Сиз жаҳли тез ўзингизни йўқотиб қўядиган одамсиз. Бу эса асаб тизимингизни бўшаштириб қўяди, бунинг оқибатида атрофингиздагилар ҳам азият чекадилар. Сиз ўзингизни қўлга олишга ўрганишингиз керак.

12-29 баллгача: Сизни энг кенг тарқалган одамлар гуруҳига киритиш мумкин. Жуда ноҳуш воқеалар сизнинг жаҳлингизни чиқаради, лекин кундалик ҳаётингиз камчиликлар сизга катта таъсир кўрсатмайди. Ноҳушликларга нисбатан “юз ўғира олиш” сизга хос хусусият, уларни осонликча унутасиз.

11 ва ундан кам балл: Сиз етарлича хотиржам одамсиз. Ҳаётга реал қарайсиз. Ёки ушбу тест етарлича ҳамма нарсани қамраб олмаганми, сизнинг камчиликларингиз етарлича намоён бўлмадими? Буни ўзингиз холисона баҳолаш. Лекин тўла ишонч билан айтиш мумкинки: Сизнинг мувоzanатингизни осонликча бузиш мумкин, дейиш мутлақо асоссиз иборадир.

Менежер касбий мойиллигини баҳолаш тести.

Орзуга айб йўқ, ким ҳам шох бўлишни истамайди, деган ҳалқимизнинг нақли бор. Лекин шундай одамлар ҳам борки, уларга раҳбар бўлиш мутлақо тўғри келмайди. Ушбу тест синалувчида раҳбарлик лавозимига мойилликни кўрсатувчи характер хислатларининг қай даражада намоён бўлишини аниқлаш имконини беради.

Қуйида келтирилган саволларга таклиф этилган жавоблардан дидингизга мос тушадиганини танлаб жавоб беринг (а-тасдиқ, б-инкор).

1. Сиз одамларга буйруқ бера оласизми?		
2. Сиз томорқада ишлашни ёқтирасизми?		
3. Кимгадир бирон-бир масала юзасидан эътироз билдириш сизда қониқиш ҳиссини ҳосил қиладими?		
4. Қуйидаги икки хислатдан қайси бирини кўпроқ қадрлайсиз? а) авторитет (обрў) б) мулойимлик		
5. Сиз нутқ сўзлашни ёқтирасизми?		
6. Сизнинг фикрингизча, цивилизациялаш даражасини нима билан аниқлаш мумкин? а) аёллар эмансипациялашуви даражаси билан; б) техника тараққиёти билан.		
7. Кимнингдир уқувсизлиги, нўноқлиги сизнинг жаҳлингизни чиқарадими?		
8. Сиз одамлар бевосита мулоқот орқали бажариладиган ишларни ёқтирасизми?		
9. Сиз ўзингизни ҳаддан зиёд болаликдан онангиз таъсири остида бўлганман деб ҳисоблайсизми?		
10.Сиз бирор одам билан танишиш вақтида эътиборингизни биринчи навбатда суҳбатдошингиз-нинг қандай хислатларига қаратасиз? а) ташқи кўринишига; б) у нимани ва қандай гапиради.		
11.Агар ўз фикрингизни ҳимоя қила олмасангиз ўз айтганингизни (талабингизни) қарор топтира билмасангиз жаҳлингиз кўзғайдими?		
12.Машҳурликнинг (мансабнинг) қандай тури сизни ўзига кўпроқ жалб қилади (сизга жозибалироқ туюлади)? а) машҳур артист Ш. Жўраевдек; б) машҳур спортчи М.Қосимовдек.		
13.Сизни тез-тез сайлов (танлов) комиссиясига тавсия қилишадими?		

14.Сиз сенсацион янгиликларнинг ташкилотчиси бўла оласизми?		
15.Сиз муаммоларни ўзидан-ўзи ҳал бўлиб кетишини кутасизми?		
16.Фараз қилинг, сиз деразаларида пардаси йўқ хонада яшашингизга ёки ишлашингизга тўғри келса, бундай вазият сизнинг жаҳлингизни чиқарадими?		
17.Сизга қайси ранг кўпроқ ёқади? а) ҳаво ранг; б) қизил ранг.		
18.Сиз осонгина бир қарорга келасизми?		
19.Спортнинг қайси тури сизга кўпроқ ёқади? а) чаққонликни ривожлантирувчи; б) қувватни ривожлантирувчи.		
20.Агар лавозимга узукка қўйган кўздай мос тушса, сиз қарама-қарши жинсли раҳбарга мойиллик билдирасизми?		

											0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

Натижалар таҳлили.

Баллар йиғиндиси **100-80 балл бўлса**, бундай одамда бошқалардан устунликка интилиш туйғуси кучлироқ шахсдир. Ушбу одам ташаббускор, яхши ташкилотчи хислатига қарамай, ҳар қандай йўл билан бўлса ҳам тан олинисига интилади. Ходимларни бошқариш истаги, иштиёқи унинг хатти-ҳаракатларининг самарадорлигини камайтирмайди.

Кучли асабий толиқиш, ўзини енгил торта билишнинг билмаслиги шунга олиб келадики, ҳаяжонланиб (ҳовлиқиб) турган вақтда бундай одамлар бирон-бир кишини осонгина ранжитиб қўйиши мумкин. Бундай одамлар тез-тез мақтаниб турадилар, манманлик қиладилар, агрессивликка мойилдирлар. Агар бу тоифадаги одамлар бошқаларга нисбатан

муносабатини ўзгартира олган тақдирдагина уларнинг раҳбарлик лавозимига мойиллик берувчи хислатлари юқори самаралар бериши мумкин.

75-40 балл: Бундай одамларнинг талаблари анча юқори, кўпинча улар ўзларига ишонадилар. Ўз “мен”ини таъкидлаб ўтишни ёқтирадилар. Ҳиссиётларини бошқара олишни билишлик ва ўз хатти-ҳаракатини таҳлил қилишга мойиллик шунга олиб келадики, бундай одамларда бошқаларни бошқариш зарурати алоҳида шаклга эга бўлмай қолади. Бундай шахслар ҳали юрилмаган йўллардан (“очилмаган сўқмоқлардан”) юришни ёқтирадилар. Улар ўз фикрлари билан ҳамма вақт бошқаларникига мос тушавермайдиган бўладилар. Улар ўзларига бошқа одамларни боғлаб олишни ёқтирмайдилар ва бошқаларга қийинчилик билан бўйсунадилар. Улар ҳақида одамлар нималар дейишаётганликлари уларни қизиқтирмайди, айти вақтда ўзгаларни танқид қилишга мойилдирлар. Улар ўз сўзларини ҳамма вақт охириги (ҳал қилувчи) мулоҳазада қарор топишини ёқтирадилар.

35-0 балл: Бундай одамлар раҳбар бўлишдан кўра ходим (бўйсунувчи) бўлишга кўпроқ мойилдирлар. “Шеф” (хўжайин) ролида ўзларини ноқулай ҳис қиладилар. Одатда, улар ,аниқроғи, журъатсиз, ўта камтарин, ўзига ишонмайдиган кишилардир. Улар камдан-кам бирон-бир ташаббус билан чиқадиладар, бошқаларнинг раҳбарлигига бажонидил бўйсунадилар. Бундай тоифадагилар ўзаро келишув асосида қабул қилинган қарорларга бўйсунитишни ва бошқа кишилар “соясиди” бўлишни маъқул кўрадилар.

Менежер фаолиятининг психологик диагностикаси тести

Сизга тавсия қилинаётган тест саволлари менежер фаолиятининг психологик диагностикасига бағишланган. Шунинг билан бирга бу маълумотлар жумҳуриятимиздаги халқ хўжалигини идора қилишни такомиллаштиришда муҳим аҳамият касб этади.

Шахсий ва касбий сифатларингиз бўйича маълумотлар Сиз учун қуйидаги жараёнларда асқотади:

- 1) лавозим бўйича аттестацияга тайёрланиш босқичида;
- 2) шахсий-касбий сифатларни ривожлантиришда ва ўз устингизда ишлашни такомиллаштиришда;
- 3) ҳаёт ва фаолиятингизни қандай ташкил қилишни белгилаб берувчи ўзингизни “Мен” - концепцияси бўйича (ўзингиз ҳақингиздаги тасаввурни) баҳолашингизда.

Ушбу тажрибада иштирок этганлигингиз учун Сизга олдиндан ўз миннатдорчилигимизни билдирамыз.

Ҳар бир фикрга “ҳа” (+) ёки “йўқ” (-) белгисини қўйиш билан жавоб беришингиз мумкин.

1. Танишларимнинг кўпчилиги мени ёқтиришса керак, деб ўйлайман. - “ҳа”, “йўқ”.
2. Сўзим камдан-кам ишимга тўғри келмайди. - “ҳа”, “йўқ”.
3. Кўпчилик одамлар ўзларига ўхшаш томонларини менда кўришса ажаб эмас, деб қисоблайман. - “ҳа”, “йўқ”.
4. Мен ўзимни баҳолашга ҳаракат қилганимда, энг аввало, камчиликларимни кўраман. - “ҳа”, “йўқ”.
5. Мен шахс сифатида одамларни ўзимга жалб қила оламан, деб тасаввур қиламан. - “ҳа”, “йўқ”.
6. Ўзимга мени яхши кўрадиган одамнинг кўзи билан қараганимда, шахсий образим ҳақиқатдан қанчалик узоқлигини кўриб тасаввур қилганимда нохуш ҳислар туғилади. - “ҳа”, “йўқ”.

7. Менинг “мен”им ўзим учун ҳар доим қизиқарлидир. - “ҳа”, “йўқ”.
8. Баъзан ўзини ўзи аяшни гуноҳ эмас, деб баҳолайман. - “ҳа”, “йўқ”.
9. Шахсий ҳаётимда менга ҳаддан ташқари руҳан яқин турган одамлар бор ёки бўлган. - “ҳа”, “йўқ”.
10. Ўзимни ўзим ҳурмат қилишим учун яна хизмат кўрсатишим жоиз. - “ҳа”, “йўқ”.
11. Ўзимни ўзим жуда ёмон кўриб кетган вақтим бўлган ва бу воқеа бир марта эмас. - “ҳа”, “йўқ”.
12. Мен тўсатдан пайдо бўлган хоҳишимга тўла ишонаман. - “ҳа”, “йўқ”.
13. Ўзим ҳам шахсиятимдаги кўп нарсаларни ўзгартиришни истар эдим. - “ҳа”, “йўқ”.
14. Мен учун шахсий “мен”им алоҳида чуқур эътиборга сазовор бўлиб туюлади. - “ҳа”, “йўқ”.
15. Менинг ҳаётимда ҳамма нарса яхши бўлишини сидқидилдан хоҳлайман. - “ҳа”, “йўқ”.
16. Мен бировга таъна тоши ёғдиришдан олдин, энг аввало, ўзимни айблайман. - “ҳа”, “йўқ”.
17. Тўсатдан танишган одамга кўпроқ ёқимли шахсдай бўлиб туюламан. - “ҳа”, “йўқ”.
18. Мен кўпроқ ўз режаларимни ва хатти-ҳаракатларимни қўллаб-қувватлайман. - “ҳа”, “йўқ”.
19. Шахсий заифликларим менда ғазаб туйғусига ўхшаш кечинмани вужудга келтиради. - “ҳа”, “йўқ”.
20. Агар мен иккита кишига айланиб қолсам, у ҳолда ўзимнинг иккинчи сиймом билан қизиқарли суҳбат қилган бўлардим. - “ҳа”, “йўқ”.
21. Ўзимнинг баъзи бир хислатларим менга бегонаникидек бўлиб туюлади.
22. Кимнингдир шахсиятидан менга ўхшаш томони мавжудлигини ҳис қилиш мумкин эмас. - “ҳа”, “йўқ”.

23. Ўйлаган режамни амалга ошириш учун қобилиятим ва имкониятим етарли. - “ҳа”, “йўқ”.

24. Мен ўз устимдан кулмаган ҳолда ўзим билан ўзим ҳазиллашаман. - “ҳа”, “йўқ”.

25. Инсоннинг ўз ҳаётида амалга оширадиган энг ақлли иши - бу ўз тақдирига тан беришидир. - “ҳа”, “йўқ”.

26. Биринчи қарашда менга бегона одам, мендан ўзгаларни итарувчи хусусиятларни кўпроқ топади. - “ҳа”, “йўқ”.

27. Агар мен бирор нарса деган бўлсам, афсуски, худди айтганимдан иш тутаман, деган сўз эмас. - “ҳа”, “йўқ”.

28. Ўзимга ўзимнинг муносабатим дўстона муносабат, деб айтиш мумкин. - “ҳа”, “йўқ”.

29. Шахсий камчиликларга мурувватли бўлиш - бу табиий ҳолдир. - “ҳа”, “йўқ”.

30. Севимли одаим учун ҳамиша қизиқарли манба бўлишлик қўлимдан келмайди. - “ҳа”, “йўқ”.

31. Қалбимнинг тубидан мен билан қандайдир фалокат юз беришини сезаман. - “ҳа”, “йўқ”.

32. Мен кўпчилик танишларимга ёқимли шахсдай туюлмасам керак. - “ҳа”, “йўқ”.

33. Мени ёқтирадиган одамнинг қўзи билан ўзимга қарашим менга жуда мароқли. - “ҳа”, “йўқ”.

34. Менда қандайдир хоҳиш туғилса биринчи навбатда ўзимдан ўзим “бу ақлданми?” деб сўрайман. - “ҳа”, “йўқ”.

35. Номаълум донишманд одам менинг ички дунёмни пайқаб олганида эди, унда ўзимнинг қанчалик қашшоқ эканлигимни дарҳол тушуниб етган бўлардим. - “ҳа”, “йўқ”.

36. Вақти-вақти билан ўзимдан-ўзим фахрланаман. - “ҳа”, “йўқ”.

37. Мен ўзимни етарли даражада юқори баҳолайман, деб айтсам бўлади. - “ҳа”, “йўқ”.

38. Мен ҳақиқатан катта одам эканлигимга қалбимнинг тубидан ҳеч ишонгим келмайди. - “ҳа”, “йўқ”.

39. Бегона одамларнинг ёрдамсиз мен жуда кам нарса қила оламан. - “ҳа”, “йўқ”.

40. Баъзан мен ўзимни ўзим тушунмайман. - “ҳа”, “йўқ”.

41. Мақсадга йўналганлик иродавий сифат ва қувватнинг етарли эмаслиги менга жуда ҳалал беради. - “ҳа”, “йўқ”.

42. Умуман олганда бошқалар мени етарли даражада орттириб баҳолаши мумкин, деб ўйлайман. - “ҳа”, “йўқ”.

43. Менинг руҳиятимда бошқаларни ўта ёқтирмасликни вужудга келтирадиган нимадир бор. - “ҳа”, “йўқ”.

44. Мени кўпчилик танишларим унчалик жиддий одам, деб қабул қилишмайди. - “ҳа”, “йўқ”.

45. Менда доимо қўзғатувчанлик ҳисси бўлганлиги учун ўзимдан ўзим хурсандман. - “ҳа”, “йўқ”.

46. Мен ўзимни ўзим ҳурмат қиламан, деб айта оламан. - “ҳа”, “йўқ”.

47. Ҳатто салбий хислатлар ҳам менга бегона эмас. - “ҳа”, “йўқ”.

48. Асосан, мен қандай бўлсам, худди шунинг ўзи мени қониқтиради. - “ҳа”, “йўқ”.

49. Мени чин кўнгилдан сева олмасалар керак. - “ҳа”, “йўқ”.

50. Менинг орзуларим ва режаларимга амалий ифода етишмайди. - “ҳа”, “йўқ”.

51. Агар менинг иккинчи “мен” им бўлганида эди, бу мулоқотда мен учун энг зерикарли шерик бўларди. - “ҳа”, “йўқ”.

52. Ўйлайманки, ҳар қандай ақлли ва билимли киши билан умумий тил топса бўлади. - “ҳа”, “йўқ”.

53. Менда намоён бўладиган кечинмалар, мен учун тушунарлидир. - “ҳа”, “йўқ”.

54. Менинг ижобий фазилатларим камчиликларимни босиб кетади. - “ҳа”, “йўқ”.

55. Мени виждонсизликда айблайдиган одамлар топилиши лозим. - “ха”, “йўқ”.

56. Менда кўнгилсизлик содир бўлса, ўзимга ўзим “Қилмишингга яраша-да!”, деб айтаман. - “ха”, “йўқ”.

57. Умуман, мен ўз тақдиримни назорат қиламан, деб айта оламан. - “ха”, “йўқ”.

1-бўлим натижаларининг таҳлили.

“Ха” ёки “йўқ” деб жавоб берилганидан қатъий назар, жавобингизнинг калитга мослиги 1 балл баҳо олишингиз учун имкон беради.

1. Ўзининг “мен”идан рози ёки норози бўлиш интеграл ҳисси устуни.

“Ха” - 2, 5, 23, 27, 33, 42, 46, 48, 52, 53, 57.

“Йўқ” - 6, 9, 13, 14, 16, 18, 30, 35, 38, 39, 41, 43, 45, 49, 50, 56.

Натижалар таҳлили:

0-10 балл: Сиз кўпроқ ўз “мен”ингиздан “норозисиз”.

11-20 балл: Сиз ўзингиз ҳақингизда жуда юқори фикрда эмассиз, шунингдек, ўзингизга ижобий муносабатингиз сақланган.

21-30 балл: Ўзингиз ҳақингизда жуда юқори фикрдасиз, ўз “Мен”ингиздан тўла розисиз, баъзан бу ҳолат ўзликка танқидий ёндашмасликни ва ўз атрофдагиларига қарши қўйишни юзага келтириш мумкин.

2. Ўзини ўзи ҳурмат қилиш устуни.

“Ха” - 2, 23, 53, 57.

“Йўқ” - 8, 13, 25, 27, 31, 38, 39, 40, 41, 50.

0-5 балл: Сизда мустақилликка, шахсий кучга, қобилият ва имкониятларга ишонч етарли эмас.

6-10 балл: Сиз ўзингизни етарли даражада ҳурмат қилсангизда, лекин ҳар қалай ўзингизга ишонмаслик, ўзингиз тушунмаслик, изчилликдан четлашиш шахсий имкониятларга шубҳа билан қараш ҳолати баъзида учраб туради.

11-15 балл: Сиз ўзингизни юксак даражада ҳурмат қиласиз. Сиз ўзингизга ишонасиз ва мустақилсиз.

3. Ўзини ўзи ёқтириш устуни.

“Ҳа” - 12, 18, 28, 29, 37, 46, 48, 54.

“Йўқ” - 4, 9, 11, 16, 19, 24, 45, 56.

0-5 балл: Сиз кўпроқ ўзингизга душманга қарагандек қарайсиз, ўзингизга танбеҳ беришга, гуноҳкор деб ҳис қилишга, ўзингизни айблашга мойиллик бор.

6-11 балл: Умуман олганда, ўзингизни қўллаб-қувватлайсиз, ижобий баҳолайсиз ўзингизга ишонасиз, шу билан бирга ўзингизни айблашга ҳам тайёрсиз.

11-16 балл: Сиз ўз “Мен”ингиз билан “дўстона” муносабатдасиз. Бундай ҳолда ўз хислатларингизни ва умумий хулқингизни юксак даражада назорат қилишингиз зарур.

4. Атрофдагилардан кутилаётган муносабат устуни.

“Ҳа” - 1, 5, 10, 15, 42, 55.

“Йўқ” - 3, 26, 30, 32, 43, 44, 49.

0-4 балл: Сиз атрофингиздаги одамлардан салбий муносабатни кутасиз, ҳатто меҳр-муҳаббати Сиз учун зарур бўлган одамлардан ҳам яхши муносабат кутмайсиз. Сиз ўзингизга яхшилиқни чинакамига раво кўрмайсиз. Ваҳоланки, ўзингизни бошқаларга ўхшамайдиган, алоҳида шахс деб ҳисоблайсиз. Бу ҳолат ўзингизни ўзингиз ҳурмат қилишни кучайтирадиган вазифаларни ўз олдингизга қўйишга тўсиқлик қилади.

5-9 балл: Атрофингиздаги одамлар орасида сизга салбий муносабатда бўладиганлар борлигини билсангиз ҳам, лекин уларнинг барчаси ижобий муносабатда деб ўйлайсиз. Бу ҳолат сизда уларнинг муносабатларига муносиб бўлишга, ижтимоий ахлоқ нормаларига риоя қилишга, ташқи қиёфангизга эътибор беришга, ўзингизни назорат қилишга интилишни вужудга келтиради.

10-13 балл: Атрофингиздаги одамларнинг сизга ижобий муносабатда эканликларига тўла ишонасиз. Бу ишонч сизда ўзингизга нисбатан ҳурматингизни тобора орттиради. Сиз шахсингизнинг кадр-қимматлигига ишонасиз ва фаолиятингизнинг самарали бўлиши атрофингиздаги одамлардан кутаётган муносабатингизга боғлиқ. Уларнинг сиз ҳақингиздаги тасаввурлари сақланиб қолиши учун доимо ўз устингизда ишлашингиз зарур.

5. Ўз шахсиятига қизиқиш устуни.

“Ҳа” - 7, 17, 20, 33, 34, 52.

“Йўқ” - 14, 51.

0-2 балл: Сиз ўзингизга (қисман ўз фикрларингизга ва ҳисларингизга) ўзингиз яқин эмассиз, (реал “мен” ва “идеал”), афсуски, сизда ўзингизнинг шахс сифатида бошқалар учун бефарқ эканлигингиз ҳақидаги фикр мавжуд.

3-6 балл: Сиз ўзингиз билан “тенглик” асосида муомала қила оласиз, бошқалар учун шинаванда эканлигингизни эътироф этмайсиз. Шунингдек, сиз ўзингизни атрофдагилар учун шинаванда эканлигингизга ҳар доим ҳам ишонавермайсиз. Ўйлаб кўринг, бу балки Сиз ўзингизни қандай шахс бўлишлигингизни билмаслик билан боғлиқдир. Эҳтимол, сиз у ёки бу сифатларингиз қай даражада шаклланганлигини биларсиз ва шу боис атрофдагиларга сизнинг “Мен”ингиз қизиқарли эканлигига шубҳангиз бордир.

7-9 балл: Сиз ўзингизнинг бошқаларга ва ўзингизга қизиқарли эканлигингизга ишонасиз. Бу омил фаолиятингизнинг самарали бўлишига олиб келади.

6. Ўзига ўзининг ишонч устуни.

“Ҳа” - 2, 23, 34, 42, 46.

“Йўқ” - 38, 39, 41.

0-2 балл: Сиз ўзингизни турли вазиятлар ва муаммоларни ҳал қилишга қобилиятсиз деб ҳисоблайсиз.

3-6 балл: Руҳан тушмайсиз, лекин ҳамиша ҳам мустақил ва мақсадли эмассиз.

7-8 балл : Сиз ўйлаган нарсангизни амалга ошира олишингиз учун қобилият ва куч-қувват етарли. Сиздаги эътиқод фаолиятингиз муваффақиятини таъминлашда ҳал қилувчи омил бўлиб ҳисобланади.

7. Ўзгалардан кутилаётган муносабат устуни.

“Ҳа” - 1, 5, 10, 52, 55.

“Йўқ” - 32, 43, 44.

0-2 балл: Сиз ўз “мен”ингизни салбий баҳолаш кутилмасига тайёрсиз.

3-6 балл: Сиз атрофдаги одамларнинг ўзингизга нисбатан муносабати фикри ва хатти-ҳаракатини танқидий ҳамда реал баҳолайдиган одамсиз. Ўзингизга нисбатан йўналтирилган ички ҳаракатларингиз сизнинг шахсий сифатларингиз ва хулқингиздан келиб чиқади.

7-8 балл: Сиз ўз “Мен”ингизни атрофдагилар томонидан кўпроқ ижобий баҳоланишни кутасиз. Бу ҳолат сизни ўз “мен”ингизга ижобий йўналтиради ва фаолиятингизни жадаллаштиради.

8. Ўзини ўзи қабул қилиш устуни.

“Ҳа” - 12, 18, 23, 47, 48, 54.

“Йўқ” - 21.

0-2 балл: Ўзингиз бутун борлигингиз билан ўзингизга ёқмайсиз. Ўз шахсий ва касбий сифатларингиз устида ўйлаб кўришингиз ҳамда ишлашингиз зарур.

3-5 балл: Ўзингиз ҳақингиздаги фикрларингизда қарама-қаршилиқлар мавжуд. Ўзингизнинг “мен”ингизда ишда сизга нима маъқул ва нима номаъқул эканлигини аниқланг. Ўз “мен”ингиз устида ишлашингиз ўзингизга нисбатан ижобий муносабатни шаклланишга олиб келади.

6-7 балл: Ўзингизни комил шахс сифатида қабул қилиш мезонингиз етарли даражада юқори. Бу ўзингиздаги ички имкониятни рўёбга чиқариш эҳтиёжингиз борлигини ифодалайди ва ўз “Мен”ингизга нисбатан ижобий муносабатингизни қўллаб - қувватлайди.

9. Ўзига ўзи раҳбарлик қилиш устуни.

“Ҳа” - 50, 57.

“Йўқ” - 25, 27, 31, 35, 36.

0-2 балл: Сиз ўзингизга айтишингиз зарур: “Афсуски, менинг айтган сўзим айнан шундай хатти-ҳаракат қилишимни билдирмайди”.

3-5 балл: Сиз муваффақият фаолиятингиздаги маълум изчилликни таъминловчи ички мутаносиблик орқали эришасиз. Шунга қарамай, сизнинг “Мен”ингизда баъзи бир психологик келишмовчиликлар мавжуд. Эҳтимол, бунга ҳулқингизда ҳар доим изчиллик бўлмаслиги ва уни етарли назорат қилиш имкони камлиги, режаларнинг реал эмаслиги сабабдир.

6-7 балл: Сизда шахсий фаолиятингизда изчиллик, ўз қобилиятингиз ва имкониятларингизга ишонч, ўзингизни тушуниш, ўзингизни назорат қилиш етарли даражада мужассам.

10. Ўзини ўзи айблаш устуни.

“Ҳа” - 3, 4, 9, 11, 16, 24, 45, 56.

0-2 балл : Сизда ўзингизга ҳеч қандай танбеҳингиз йўқ. Ўзингиздан кўнглингиз тўқлиги туфайли содир бўлаётган ҳодисаларга жавобгарликни

соқит қилишни ва уни ташқи омилларга юклашга келтириб чиқаради. Ўзингизга танқидий қарашга ҳаракат қилинг.

3-6 балл: Сизни ҳар доим ҳам ўзингиздан кўнглингиз тўлавермайди ва бу руҳиятингизга мос тушади. Кўпинча одамда ўзини ўзи баҳолаш зиддиятлардан иборат бўлади. Шунингдек, Сиз ўзини психологик ҳимоя қилишнинг йўли бўлмиш ўз айбини эътироф этишдан ташқи омиллар орқали ўзини оқлашдан ҳоли эмассиз.

7-8 балл: Сиз ўзингизни танқид қиласиз, виждонлисиз, Сизда ўзингизни камситишга, “айбдор” деб ҳис қилишга, ўзингизга танбеҳ беришга мойиллик бор. Бу ҳолат ўз имкониятларини паст баҳолашни вужудга келтиради ва ҳар доим ҳам сизнинг фаолиятингизга ижобий таъсир этмайди.

11. Ўз - ўзига қизиқишни ифодалайдиган устун.

“Ҳа” - 17, 20, 33.

“Йўқ” - 26, 30, 49, 51.

0-2 балл: Сиз ўзингиз учун қизиқарли эмассиз, чунки ўзингизнинг кўпгина шахсий хусусиятларингизни ва иш сифатларингизни салбий баҳолайсиз. Сиз учун бошқаларга ҳам қизиқарсиз бўлишингизга сабаб ҳисобланади.

3-5 балл: Сиз атрофингиздаги одамлар учун ҳам, ўзингиз учун ҳам маълум даражада қизиқарлисиз. Ваҳоланки, сизда шахсий хусусиятларингиздан ва ишчанлик сифатларингиздан қониқмаслик бор. Бу камчиликларингиз устида ишлаш ва сизни ўзингизга танқидий муносабатда бўлишингиз ўзингизни такомиллаштиришни асосий йўлидир.

6-7 балл: Сизнинг ”Мен”ингиз безовталантиради. Сиздаги ўзингизга қизиқиш юксак даражада ривожланиб ўзига бино қўйишга айланган. Умуман олганда, бу ёмон эмас, агар ушбу фаолиятни амалга ошириш жараёнида намоён бўладиган юқори даражадаги маҳорат билан уйғунлашса - зотан, атрофингиздаги одамлар сизга нисбатан танқидий муносабатлари ва ўзингизга юқори баҳо беришингиз заминида юзага келса жанжалларни

олдиндан билишингиз сизга ҳалал бермайди. Инсонпарварлик ва фаолиятингиздаги назокат сиз учун фақат фойда келтиради, холос.

12. Ўзини ўзи тушуниш устуни.

“Ҳа” - 53.

“Йўқ” - 6, 8, 13, 15, 22, 40.

0-2 балл : Сизда аниқ ички изчиллик, ёрқин тасаввурлар, ҳислар ва ғоялар йўқ. Ўзингиз ўзингиз билан ёмон муносабатдасиз.

3-5 балл: Ўзингиз ўзингиз билан юқори даражада келишасиз деб айтиб бўлмайди. Лекин сизда ўзини тушунмаслик намоён бўлмайди. Ўзингизга ижобий муносабатни қувватлаш тактикаси сизнинг ҳаётингизда ҳокимлик қилади.

6-7 балл: Сиз ўзингиз билан келишган ҳолда яшайсиз.

Шундай қилиб, сизнинг тўплаган йиғиндингиз куйидаги рақамни ташкил қилса:

0 баллдан 52 баллгача: бу кўрсаткич ўзингизга салбий муносабатда эканлигингизни билдиради. Бу ҳолат нисбатан барқарор бўлган, озми-кўпми даражада англланган, индивиднинг ўзи ҳақидаги тасаввурларининг такрорланмас тизими сифатида ҳис қилинган “Мен” концепцияси” ни салбий йўналишда намоён бўлишига таъсир қилади. Ваҳоланки, бунинг заминида, сизда атрофдагилар билан ўзаро таъсирингиз ва ўзингизга муносабатингиз шаклланади. “Мен-концепцияси” ички қарама-қаршиликлардан ҳоли бўлмаган шахсий “Мен”ининг яхлит образидир. (А.В.Петровский, М.Г.Ярошевский).

Салбий Мен-концепциясига эга бўлган одамлар ортиқча ваҳималилиги, тез хафа бўлиши, ўзини камситишга ва эътироф этишга мойиллиги билан ажралиб турадилар; улар учун мулоқот билан, ижтимоий ва ҳиссий масалалар билан боғлиқ бўлган қийинчиликлар характерлидир. (Р.Бернс).

Юқорида баён қилинганлар уларнинг раҳбарлик фаолиятига салбий таъсир ўтказмай иложи йўқ. Шунингдек, “Мен-концепцияси” билан раҳбарлик фаолият самарадорлиги ўртасидаги муносабатни уларни ўзаро боғланишда тизимли ўрганмасдан туриб аниқ айтиб бўлмайди.

53 баллдан 105 балгача: Бу кўрсаткич раҳбарнинг “Мен-концепцияси”ни ва ўзига муносабатининг ижобий эканлигини кўрсатади. Атрофингиздагилар орасида сиз етарли даражада обрўлисиз. Қўл остингиздагилар сизни узоқ вақтгача унутишмайди. Ходимларингиз хотирасида шундай қиёфада сақланиб қоласиз: “Ҳа, бизнинг раҳбаримиз ҳаққоний, раҳмдил эди, хизматларига ғамхўрлик қиларди”, “У ўз ишини яхши биларди, одамларни яхши қабул қиларди, кўтаринки руҳни сақлаб қоларди”, “Унинг муҳитида илиқ, ёқимли шароит бўлиб, ҳамма қизиқиб ишларди”, “Бизни, деб у жуда кўп танбеҳ эшитарди, биз уни тушунардик ва ўзимизни тузатишга ҳаракат қилардик”, “У бекорчиларни ёқтирмасди ва камдан-кам “ўзидан чиқарди”ва ҳоказолар.

Одатда, хизматчилар билан муомала қилишни биладиган бундай менежер (раҳбар) обрўли бўлади. Шу билан бирга эгилувчанликни ва эксперимент ўтказишга бўлган қизиқишни мустаҳкамлаш мақсадга мувофиқ бўлиб, бу ўзига ижобий муносабатни ва ўзини ҳаққоний баҳолашни мустаҳкамлайди.

106 баллдан 134 балгача: Раҳбарнинг “Мен-концепцияси” ва ўзига муносабати жуда юқори. Турган гап, бундай раҳбарлар ўз хулқи ва фаолияти натижалари ижобий бўлишига ишонадилар. Лекин ҳар доим ҳам шундай эмас. Ўзингизни юқори идрок этишингиз туфайли тобе кишилар камситилиши, уялтирилиши, уларда ўзига ишончни йўқотиши мумкин. Баъзан ўзига юқори баҳо берадиган раҳбарлар лоқайдликни намоён қилиб, ҳаддан ташқари ҳукмронликни яхши кўрадилар. Шундай қилиб, раҳбарнинг ўзига юқори баҳо бериши хизматчилар “Мен-концепцияси” нинг салбий бўлишига олиб келади. Балки ўзингизга нисбатан талабчанликни, ҳурматни, ички келишувчанликни бўшаштирмай маҳорат даражасини эгаллагандирсиз,

қўл остидагиларингизни ҳам имконият ва билимларини тўғри баҳолашга ва уларни муваффақиятга, ижобий “Мен-концепцияси”га унданг.

**Фан бўйича тавсия этилаётган асосий ва
қўшимча ўқув адабиётлар ҳамда ахборот манбалари**

Асосий адабиётлар:

1. Боймуродов Н. Раҳбар психологияси. - Т.: 2007.
2. Махмудов И. Бошқарув психологияси. -Т.: 2006.
3. Ғозиев Э.Ғ., Тошимов Р.Ю. Менежмент психологияси. - Т.: 2001.

Қўшимча адабиётлар:

1.Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқ. – Т.: 2016.

2.Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик - ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий якунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маъруза, 2017 йил 14 январь. – Т.: 2017.

3.Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олийжаноб халқимиз билан бирга қурамиз. - Т.: 2017.

4.Мирзиёев Ш.М. Қонун устуворлиги ва манфаатларини таъминлаш – юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови. - Т.: 2017.

5.Берестова Л.И. Социально-психологическая компетентность как профессиональная характеристика руководителя. - М.: 1994.

6.Бейбин Р.М. Команда менеджеров. - М.: 2003.

7.Бейбин Р.М. Типы ролей в команде менеджеров. - М.: 2003.

8. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге. - М.: 2019.

9. Каримова В.М. Ижтимоий психология. - Т.: 2012.
10. Каррас Ч.Л. Искусство ведения переговоров /Пер. с англ. -М.: 1997.
11. Курс ведения переговоров с установкой на сотрудничество/ Под ред. Е.Н.Ивановой. -СПб.: 1995
12. Лидовская О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. - М.: 2013.
13. Мастенбрук В. Переговоры. –К.: 1993.
14. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями в и развитие организации. -М.: 1996.
15. Маяшнз Л. Менеджмент и организационное поведение. М.: 2003.
16. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы. - М.: 2013.
17. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: 1992.
18. Назаров А. Принятие управленческих решений как психологическая проблема // Вестник интегративной психологии. – Международный научный журнал. г. Ярославль, 2019., №19.
19. Назаров А. Принятие управленческих решений как основная функция современного менеджера // Вопросы экономики и управления. - Международный научный журнал. г.Казан. 2020., №2.
20. Умаров Б., Назаров А. Организационные и социально-психологические последствия прнятия управленческих решений вконфликтных стияциях //Молодой ученый. Международный научный журнал. г.Казан 2020. №7 (297).
21. Психология менеджмента / Под ред. проф. Н.С. Никифорова. - СПб.: 1997.
- 22.Полукаров В.Л., Петрушин В.И. Психология менежмента, - М.: 2013.
- 23.Руденский Е.В. Основы психотехнологии общения менеджера. - М.: 1997.
- 24.Секач М.Ф. Психологическая устойчивость руководителя. - М.: 1997.
- 25.Синягин К). В. Руководитель организации и его команда. - М.: 1996.

- 26.Станкин М. Психология делового человека: Самоучитель. - М., 2003.
- 22.Стиль человека: психологический анализ / Под ред. А. Либина. - М.: 2010.
27. Старобинский Э.Е. Как управляют персоналом. - М.: 1995.
- 28.Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или переговоры без поражения /Пер. с англ. -М.: 1990.
- 29.Фишер Р., Эртель Д. Подготовка к переговорам /Пер. с англ. -М.: 1996.
- 30.David M. Martin. Manipulating Meetings: How to Get what You Want, when You Want it. Pitman, 2005.
- 31.Nazarov A. Psychological analysis of levels of administration of management decisions. // Вопросы экономики и управления. - Международный научный журнал. г.Казан. 2020., №3.
- 32.Nazarov A. Adoption of management decisions as the main function of the modern manager // Проблемы современной экономики: материалы IX Междунар. науч.конф. г. Казань, апрель, 2020 г.
- 33.Jane Hodgson. Thinking on Your Feet in Negotiations: Rapid Response Tactics. Prentice Hall, 2000.
- 34.Walton R.E., McKersie R.B. A Behavior Theory of Labor Negotiations. New York, 1995.

Интернет ресурслари:

1. <http://www.ziyo.net>
2. www.edu.uz
3. <http://www.psyinst.ru>
4. <http://www.psygrad.ru>
5. www.i-u.ru
6. <http://textshare.tsx.org>
7. <http://www.nlplife.ru/knigi/psyho/psihologija-upravlenija-2826>
8. <http://www.classs.ru/library/node/545>
9. <http://www.yburlan.ru/biblioteka/psihologiya-upravleniya-lyudmi>

МУНДАРИЖА

КИРИШ.....	3
1-БОБ. БОШҚАРУВ ЖАРАЁНИНИНГ НАЗАРИЙ-МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ.....	6
1-Мавзу. Менежмент психологияси фанининг мақсади, вазифалари ва муаммолари.....	6
2-Мавзу. Шахс бошқарувнинг ҳам объекти, ҳам субъекти сифатида.....	34
2-БОБ. РАҲБАРЛИК ПСИХОЛОГИЯСИ.....	62
3-Мавзу. Раҳбарлик психологияси	62
4-Мавзу. Бошқарув услубларининг ўзига хослиги	89
5-Мавзу. Бошқарув мулоқотининг илмий-амалий жабҳалари.....	111
3-БОБ. ИЖТИМОИЙ ГУРУҲЛАР ВА ЖАРАЁНЛАРНИ БОШҚАРИШНИНГ ПСИХОЛОГИК АСОСЛАРИ.....	141
6-Мавзу. Мажаро ва музокаралар ўзаро уйғунлиги.....	141
7-Мавзу. Менежмент қарорларини қабул қилиш.....	178
8-Мавзу. Менежмент ва низолар. Бошқарув.....	207
9-Мавзу. Жамоа ва гуруҳларни бошқаришнинг ўзига хослиги.....	230
4-БОБ. ЗАМОНАВИЙ МАРКЕТИНГ ПСИХОЛОГИЯСИ.....	247
10-Мавзу. Маркетинг психологияси.....	247
11-Мавзу. Тадбиркорлик психологияси.....	274
Глоссарий.....	294
Иловалар.....	309
Тавсия этилаётган адабиётлар.....	327

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ	6
Тема 1. Цели, задачи и проблемы психологии менеджмента.....	6
Тема 2. Человек как объект и как субъект управления	34
ГЛАВА 2. ПСИХОЛОГИЯ РУКОВОДСТВА	62
Тема 3. Психология руководства	62
Тема 4. Специфика методов управления	89
Тема 5. Научно-практические аспекты управленческого общения.....	111
ГЛАВА 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ ГРУППАМИ И ПРОЦЕССАМИ	141
Тема 6. Взаимосоответствие конфликтов и переговоров	141
Тема 7. Принятие управленческих решений	178
Тема 8. Менеджмент и конфликты. Управление.....	207
Тема 9. Особенности командного и группового управления	230
ГЛАВА 4. ПСИХОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА.....	247
Тема 10. Психология маркетинга	247
Тема 11. Психология предпринимательства	274
Глоссарий	294
Приложения	309
Рекомендуемая литература.....	327

CONTENT

INTRODUCTION.....	6
CHAPTER 1. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PROBLEMS OF THE MANAGEMENT PROCESS.....	6
Theme 1. Goals, objectives and problems of management psychology.....	6
Theme 2. Person as an object and as a subject of management	34
CHAPTER 2. PSYCHOLOGY OF MANAGEMENT	62
Theme 3. Psychology of leadership	62
Theme 4. The specifics of management methods	89
Theme 5. Scientific and practical aspects of managerial communication..	111
CHAPTER 3. PSYCHOLOGICAL BASES OF MANAGEMENT OF SOCIAL GROUPS AND PROCESSES	141
Theme 6. Interconnection of conflicts and negotiations	141
Theme 7. Making management decisions.....	178
Theme 8. Management and conflicts. Management	207
Theme 9. Features of team and group management.....	230
CHAPTER 4. PSYCHOLOGY OF MODERN MARKETING	247
Theme 10. Psychology of marketing	247
Theme 11. Psychology of entrepreneurship	274
Glossary	309
Appendix	327

Азамат Назаров

МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ ПСИХОЛОГИЯСИ

ЎҚУВ ҚЎЛЛАНМА

Тошкент - “Innovatsiya-Ziyo” – 2020

Мухаррир Холсаидов Ф.Б.

Нашриёт лицензияси АИ № 023, 27.10.2018.

Босишга 11.11.2020 да рухсат этилди. Бичими 60x84.

“Times New Roman” гарнитураси.

Офсет босма усулида босилди.

Шартли босма табағи 23. Нашр босма табағи 23.

Адади 100 нусха.

