

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

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**Т.Худайшукуров, Ж.М.Курбонов, Р.Ж.Курбанова**

**ХИЗМАТЛАР СОҲАСИ БИЗНЕС-ЭТИКЕТИ**

фанидан  
лекциялар курси

Самарқанд - 2014

Т.Худайшукуров, Ж.М.Курбонов, Р.Ж.Курбанова “Хизматлар соҳаси бизнес-этикети” маърузалар матни. СамИСИ, Самарқанд. 2014.–236 бет

Тақризчилар:

Комилов М.К.– «ELXOLDING» илмий ишлаб чиқариш бирлашмаси, «Янги техника» бўлими бошлиғи

Худойбердиев А.Ю. – СамИСИ Хизматлар кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш кафедраси мудири, т.ф.н., доцент.

“Хизматлар соҳаси бизнес-этикети” фанининг лекциялар курсида фаннинг тушунчаси, предмети, мақсади ва вазифаси, бизнесменлар имижини, хизматлар соҳаси бизнесида муносабат қилишнинг асослари ва унинг ўзига хос хусусиятлари, хизмат соҳаси бизнес корхоналарида ўзаро муносабат қилишнинг этик қоидалари, хизмат юзасидан хатлар ёзиш ва электрон орқали алоқа қилиш этикети, визит карточкалари, совғалар ва уларни топшириш қоидалари, бизнесда меҳмондўстлик, таомларни истеъмол қилиш қоидалари ва халқаро бизнес этикети қоидалари келтирилган.

Лекциялар курси хизматлар соҳаси магистратура мутахассисларига мўлжалланган.

Маърузалар матни Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқув-услубий Кенгашида муҳокама этилган ва чоп этишга тавсия этилган. (2014 “\_\_\_” \_\_\_\_\_ йилдаги №\_\_\_ баённома)

## КИРИШ

Ҳар бир фуқаро ўзи яшаётган жамиятда қабул қилинган ахлоқ-одоб қоидаларига риоя қилишлари лозим. Ахлоқ-одоб қоидалари жуда ҳам кўп. Уларнинг асосийлари қонун сифатида шакллантирилади ва уларга ҳамма қатъий риоя қилишлари шарт, уларни бузган ҳар бир жамият аъзоси, лавозими, жинси ва динидан қатъий назар, жавобгарликка тортилади. Қолган одоб-ахлоқ қоидалари қонун сифатида қабул қилинмаган бўлса ҳам ўзини маданиятли деб ҳисоблайдиган ҳар бир киши уларга риоя қилишга интилиши керак, чунки бундай кишиларнинг иши тез битади ва доимо иззат-ҳурматда бўлади.

Ёзма шаклда қабул қилинмаган, лекин барча жамият аъзолари итоат қилишлари керак бўлган ахлоқ-одоб қоидалари “этикет” деб номланади.

Этикет қоидалари ҳам умумфуқаролик ва хизмат этикети қоидаларига бўлинади. Хизмат турлари ҳам жуда кўп. Уларнинг ҳар бири учун жамиятда этикет қоидалари шаклланган.

Бизнес фаолияти билан шуғулланадиган кишилар учун ҳам қатор этик қоидалар шаклланган. Улар халқаро аҳамиятга эга. Ўзбекистон Республикасида миллий анъаналар билан бойитилган халқаро бизнес-этикет қоидалари амал қилади.

Ушбу маърузалар курсида халқаро қоидаларга асосланган бизнес-этикет қоидалари кўриб чиқилган. Курсга киритилган материаллар: адабиётлардаги маълумотлар ва муаллифларнинг йиллар давомида меҳмонларга хизмат кўрсатиш ва талабаларга ушбу фанни ўқиш тажрибасининг махсулидир. Курсда хизматлар

соҳаси бизнесига оид асосий атамалар, бизнесда муваффақиятли фаолият кўрсатишнинг универсал қоидалари, бизнесменларнинг кийиниш қоидалари ва бошқа масалалари батафсил кўриб чиқилган. Энг асосийси шундаки, халқаро бизнес этикет қоидалари миллий ахлоқ-одоб қоидалари билан таққослаб кўриб чиқилган.

Курс материаллари нафақат магистратура мутахассисларига , балки шу соҳа бакалавриатура таълим йуналиши талабаларига ҳам мулжалланган.

**I-мавзу. “Хизматлар соҳаси бизнес-этикети” фанининг  
тушунчаси, предмети, мақсади ва вазифаси, бизнесменлар  
имижи**

**1-маъруза. “Хизматлар соҳаси бизнес-этикети” фанининг  
тушунчаси, предмети, мақсади ва вазифаси,**

1. Сўз боши. Фаннинг асосий тушунчалари.
2. “Хизматлар соҳаси бизнес–этикет” фанининг предмети, мақсади ва вазифалари

1. Инсонларнинг узаро муносабатида уларнинг маданияти ката ахамиятга эга. Маданият тушунчаси кенг камровли фалсафий тушунча булиб, унинг таркибий қисмига сўзлашиш маданияти, этика ва эстетик қоидалар қасб этади . Маданиятнинг асосий таркибий қисми расм -1 да келтирилган.

Маданиятдаги этика тушунчасини кадимда Аристотель киритган булиб, у «этос» сўзидан олинган бўлиб у конкрет инсонларнинг тавсифини, ҳаётдаги ички принципини ва қалбининг

ҳолатини билдиради. Кенг маънода “этика” инсонларнинг одоби ва ахлоқини билдиради.

Маълумки, инсонларнинг бир-бирлари билан бўлган муносабатлари, тарихий шаклланган маълум қоидаларга риоя қилишни талаб қиладики, бундай қоидалар этикани таркибий қисми ҳисобланган этикет (французча «etiquette», яъни «ўзини тутиш») қоидалари деб аталади.

Бунинг бир қисми бўлган, касбий этикет – бу касби бўйича бирлашган гуруҳ аъзоларининг бир-бирларига нисбатан, раҳбар ходимлар ва уларга бўйсунадиган кишилар ўртасидаги ҳамда ўз касбий бурчига нисбатан ўзини тутиши ва хатти-ҳаракат қилиш қоидаларини ҳамда касбий иш кийимларига, ўзларининг ташқи кўринишларига, сўзлашишларига қўйиладиган талабларни ҳам ўз ичига олади.

Хизмат соҳаси корхоналари иқтисодий корхона бўлиши билан бирга инсонларнинг бир-бирига бўлган юқори даражадаги муносабат кўрсатиш объекти ҳамдир. Шунинг учун унинг фаолиятида этика ва касбий этикет қоидаларига тўлиқ риоя этиш, албатта корхона имиджини самарадорлигини оширишга сабаб бўлади.

Корхоналарда бўладиган муносабатлар ичида энг муҳими персоналининг этикаси ҳисобланади.

Йиллар давомида шаклланган ва мантиқий этик қоидаларига: хушмуомалалик, одоблилик ва меҳрибонлик; нозакатлик (мулойимлик), камтаринлик, сабр-тоқатлилиқ киради.

Агар биз хушмуомалалик муносабатида очик чехра билан, хурмат-эҳтиром кўрсатиб, вазминлилик, холислик, одамшавандалик билан муомалада бўлиш тушунилса, одоблилик ва меҳрибонликда инсон ҳар қандай ҳолатда ҳам тўғри муомалада бўлиши, гаплашиш оҳанги, ҳатти-ҳаракати, одоблилик талабига риоя қила олиш қобилиятидир. Одоблилик ва меҳрибонликда инсоннинг олийжаноблиги, ширинсуханлиги яққол кўриниб туриши лозим.

Назокатлилик ва мулойимлилик деб, инсоннинг вазият ҳолатини нозиклигини сезаолиш ва ўз вақтида унга ўз муносабатини одоблилик ва хушмуомалалик билан билдириш ва вазиятдан чиқиб кетиш қобилиятига айтилади.

Корхона персоналининг маданиятида камтаринлик ва сабр-тоқатлилик ҳам муҳим этикет қоидаларидан бири ҳисобланади. Камтаринлик – бу инсон томонидан жамият ва атрофдаги одамлар олдидаги ўзининг бурчини англаб етиб, қуйидаги хусусиятларни амалда кўрсатиш:

- ✚ бошқаларга нисбатан ҳеч қачон ортиқча ҳуқуқга эга бўлишни талаб қилмаслик;
- ✚ ўзининг ҳоҳиши бўйича жамият талабларига тўлиқ риоя этиш;
- ✚ шахсий эҳтиёжини шароитга мувофиқ чегаралаш;
- ✚ доимо ҳурмат билан муносабат қилиш;
- ✚ майда-чуйда камчиликларга эътибор бермаслик;
- ✚ халқ олдидаги хизматига, ҳатти-ҳаракатига ва камчиликларига танқидий қарай олиш.

Иш фаолияти даврида барча инсонлар билан мулоқотда бўлишда уларнинг қизиқишларига, дунёқарашларига, диний эътиқодларига, урф-одатларига ва ахлоқ қоидаларига тўғри келмайдиган ҳатти-ҳаракатларига шошилмасдан, одоблилик ва хушмуомалалик билан қараш ва мулоқотни кескинлаштирмасдан охиригача муваффақиятли етказиш қобилиятига сабр-тоқат дейилади. Касбий этика категорияларини: касбий бурч, виждон (диёнат), ор-номус (номус), обрў ташкил этади.

Бурч – бу кишининг бирор шахс, оила, жамоа, эл-юрт, Ватан олдидаги мажбуриятини англатувчи ахлоқий тушунча ҳисобланади, инсоннинг ички кечинмаларини, яъни ташқаридан туриб назорат қилинмайдиган мураккаб руҳий ҳолатини белгилайди. Бурчнинг турли хиллари (ижтимоий ва шахсий, оила, ота-оналик, фарзандлик, фуқаролик, Ватанни ҳимоя қилиш) қатори касбий бурч ҳам меҳмонхона фаолиятида муҳим ҳисобланади. Касбий бурч – бу касб соҳибларининг бошқа одамлар ва жамият олдида ўзларининг касбий мажбуриятини доимо сезиш ҳиси ҳисобланади. Инсоннинг виждони, унинг ички «судьяси» бўлиб, яхшилик нима-ю, ёмонлик нималигини ички ишонч, ўз ҳатти-ҳаракатлари учун ахлоқий масъулиятини англаш – сезиш ҳисобланади. Касбий этикадаги ор-номус категорияси бу кишининг бошқа шахсларга, жумладан ҳамкасбларига ва раҳбар, мутахассис ходимларга нисбатан шарм-ҳаёли муносабатда бўлишига ундовчи ҳис, ўзининг обрўсини улуғлаш ва ардоқлаш туйғусидир. У кишининг қадр-қимматига, ўз ҳаракатлари олдидаги ахлоқий масъулиятларига бўлган қарашларни ифодаловчи тушунча. Ўз ўрнида касб кишининг

обрўси, яъни ўзининг илмий, диний, сиёсий соҳаларда, жамоаларда, ўзининг билиши, тажрибаси, ташкилотчилиги каби ахлоқий фазлатлари туфайли орттирган, кўпчилик томонидан эътироф этилган таъсири, нуфузидир.



Биз юқорида келтирилганлардан келиб чиқган ҳолда “Хизматлар соҳаси бизнес этикети” фани ҳақида гапирар эканмиз, унда ҳар бир фаннинг атама ва тушунчалари бўлишига амин бўламиз. Худди шунингдек, хизматлар соҳаси бизнес–этикет фанига ҳам оид тушунчалар мавжуд. Уларни билиш ва мазмунини тушуниш фан материалларининг талабалар томонидан тез ўзлаштирилишига имкон беради. Бу ерда “Хизмат соҳаси бизнес–этикет” фанининг қуйидаги атама ва тушунчаларининг моҳияти очиб берилади: бизнес, бизнесмен, этикет ва бизнес –этикет.

“Бизнес” ибораси, инглизча сўздан олинган бўлиб, том маънода фаолият, иш, хизматни билдиради, кенг маънода эса тижорат (савдо–сотик) билан боғлиқ ташаббускор фаолият деб талқин қилинади. Бизнес – фаолият шахсий, қарзга ёки кредитга олинган маблағ ҳисобидан ўзини хавф остига қўйган ва жавобгарлигини бўйнига олган ҳолда хўжалик юритувчи шахснинг кун кечириш, мустақил бўлиш ва фойда олиш усули ҳисобланади.

Бизнесмен ибораси ҳам инглизча сўздан олинган бўлиб, том маънода тадбиркор деган маънони беради, амалда эса тижорат, тадбирокорлик ёки савдо–сотик ишлари билан шуғулланадиган шахсни билдиради. Агар ушбу атама бизнес иборасининг мазмунига нисбатан талқин қилинадиган бўлса, бизнесмен фойда келтирадиган айланма капиталнинг ва фойданинг соҳиби ҳисобланади. Шундай қилиб, бизнесмен ўзининг қарзга ёки кредитга олган маблағлари ҳисобидан тижорат, тадбирокорлик ёки савдо–сотик ишлари бўйича фаолият қиладиган ва унинг натижаси учун жавобгарликни ўз бўйнига тўлиқ оладиган шахсдир.

Бизнесмен бўлиш учун олий маълумот шарт эмас. Лекин бизнесмен амалдаги бизнесга оид халқаро, ўз миллатига ва мамлакатига хос миллий одоб ва ахлоқ ҳамда юриш–туриш қоидаларини яхши билишлари шарт. Ушбу қоидалар айнан бизнес–этикет фанида ўрганилади.

“Этикет” ибораси эса французча сўздан олинган бўлиб, том маънода этикетка ёки биркани англатади. Кенг маънода эса ўзини тутиш (ахлоқ, одоб), хушмуомалалик қоидалари тушунилади. Этикет ибораси келиб чиқишининг ўзига хос тарихи бўлиб, у Франция қироли Людовик XIV даври билан бевосита боғлиқ. Авваллари Францияда товар номи ёзилган қоғоз ёпиштирилиб қўйиладиган қозиқча этикет деб номланган. Кейинчалик шу ном билан товар номи ёзилган қоғознинг ўзи юритилиб бошлаган. Кейинроқ Франция қироли Людовик XIV тантанали қабул маросимларидан бирида меҳмонларга “Хулқ–атвор”, яъни ахлоқ қоидалари деб ёзилган карточка тарқатиб чиқади. Карточка эса этикетка деб номланган бўлади. Вақтнинг ўтиши ва Францияда монархиянинг мустаҳкамланиши билан этикетка сўзи этикет иборасига, унда ёзилган қоидалар эса “ахлоқ ва одоб қоидалари” деб юритила бошланган. Бугунги кунда “этикет” ибораси деярли дунёнинг барча тилларида қабул қилинган. Масалан, рус тили луғатида этикет – қандайдир жамиятда ўзини тутиш (юриш – туришнинг) белгиланган тартиби ва муомала қилиш шакли деб таърифланади.

Жамиятда шаклланган этикет қоидалари “ахлоқий меъёрлар” дейилади. Бизнес соҳасининг ҳам ўзига яраша ахлоқий меъёрлари

мавжуд. Шу меъёрларга итоат қилган ҳолда бизнес фаолиятини олиб борадиган шахслар маънавий маданиятли деб ҳисобланади.

Этикет қоидалари догма эмас, жамиятнинг ўзгариши билан улар ҳам ўзгариб ва такомиллашиб боради: вақтнинг ўтиши билан уларнинг баъзи бирлари эскириб, қўлланишдан чиқади, уларнинг ўрнига янги ахлоқ қоидалари пайдо бўлади, баъзи бир қоидалар такомиллашиб жамиятдан жамиятга ўтиб боради. Масалан, саломлашишда қадимий Хитой, Монголия ва Миср халқлари томонидан саломлашиш сўзлари ўрнида ишлатилган “Бугун сиз овқатландингизми” ёки “Молларингиз омонми?” иборалари ҳозир ишлатилмайди. Уларнинг ўрнига сўз билан ёки қўл бериб саломлашиш қоидалари қабул қилинган. Қадим замонларда ҳарбийлар металлдан ясалган совут, темир қалпоқ ва қўлқоп кийишиб юришган. Улар меҳмондорчиликка ҳам ушбу кийимда боришган. Лекин саломлашишда темир қалпоғини ва қўлқопини ечишган. Ушбу саломлашиш қоидаси такомиллашиб, бугунги кунда баъзи бир мамлакатларда бош кийимини олиб ёки озгина кўтариб саломлашиш қоидасига айланган. Демак, ҳозирги жамиятдаги этикет қоидалари бундан олдин ўтган жамиятларда шаклланган ахлоқ ва одоб қоидалари маҳсули ҳисобланади.

Юқорида кўриб чиқилган бизнес ва этикет тушунчаларининг моҳиятини ҳисобга олган ҳолда бизнес–этикет тушунчасининг мазмунини очиб бериш мумкин. Демак, бизнес–этикет деганда, бизнес соҳасида ёки бизнесменлар ўртасида қабул қилинган халқаро ва миллий этикет қоидаларига риоя қилиш асосида бизнес фаолияти билан шуғулланиш тушунилади.

Бизнес–этикет касбий этикетнинг бир тури бўлиб, умумфуқаролик ахлоқ ва одоб қоидаларидан фарқ қилади. Бизнес–этикет қоидалари ҳам вақтнинг ўтиши билан қўлланишдан чиқиб, ўзгариб ва такомиллашиб боради. Этикет қоидаларининг бундай хусусиятига этикетнинг ўзгарувчанлиги дейилади. Бизнес, айниқса халқаро бизнес, дипломатия, умумфуқаролик ва бошқа соҳаларда баъзи бир этикет қоидалари, масалан, овқатланиш этикети қоидалари, бир хил бўлади. Этикет қоидаларининг барча соҳаларида бир хил қўлланиши уларнинг универсаллиги дейилади. Баъзи бир этикет қоидаларининг бир жамиятдан келгусисига ўзгармай ўтиши этикетнинг доимийлиги деб номланади.

Ўзбекистонда бизнес фаолиятини олиб бориш ўзбек урф–одат қоидалари билан бойитилган Европача халқаро бизнес–этикет қоидаларига асосланади.

#### Таянч иборалар:

Маданият, этика, эстетика ,бизнес, бизнесмен, этикет, ўзгарувчанлик, универсаллик, доимийлик, Бизнес–этикет.

#### Назорат саволлари:

1. Маданиятнинг таркибий қисмлари нималардан иборат?
2. Этика ва этикет нимани билдиради?
3. Бизнес ибораси қайси тилдан олинган, том ва кенг маънода нимани билдиради?
4. Бизнесмен тушунчасининг мазмунини биласизми ва у қайси тилдан олинган?
- 5.Этикет қоидаларининг ўзгарувчанлиги, универсаллиги ва доимийлигини қандай тушунасиш?
6. Бизнес–этикет тушунчасини қандай таърифлаш мумкин?
7. Бизнес фаолиятини олиб боришда қайси этикет қоидаларига риоя қилинади?

## **2. Хизматлар соҳаси бизнес–этикет фанининг предмети, мақсади ва вазифалари**

Фаннинг предмети деганда ушбу фан бўйича талабалар томонидан ўрганилиши керак бўлган ўқув материаллари мажмуи тушунилади.

Бизнес–этикет фанида қуйидаги масалалар ўрганилади:

- бизнесда муносабат қилишнинг универсал қоидалари ва бизнесменларга хос фазилатлар;
- бизнесменлар имижиси ва уни шакллантириш, ижобий таассурот қолдириш йўллари, бизнесменлар тўғрисида салбий таассурот қолдиришга олиб келувчи омиллар;
- бизнесменларнинг ташқи қиёфаларига, иш кийимларига ва кийинишига қўйиладиган талаблар;
- бизнес корхоналарида бизнесменларнинг ҳамкасблари ва корхона раҳбарлари билан ўзаро муносабат қилиш бўйича европача этикет қоидалари;
- бизнесменларнинг ҳамкорлари билан суҳбатлашишига қўйиладиган этикет талаблари;
- бизнес корхоналарида хизмат юзасидан хатлар ёзиш ва телефонда гаплашиш этикет қоидалари;
- меҳмондўстлик ва унинг бизнесменлар учун аҳамияти;
- меҳмондўстлик қилишда чақирилган жойга бориш ва зиёфат столи атрофида ўтиришнинг умумий қоидалари;
- зиёфат дастурхонини безатиш, овқатланиш ва зиёфат столлари атрофида ўтириш ва ўзини тутиш қоидалари;
- ресторан ва зиёфатларда сигарет чекиш этикети қоидалари;

- таъомларни истеъмол қилишнинг умумий этикет қоидалари;
- умумий идишларда бериладиган газак ва маҳсулотларни, хўл меваларни истеъмол қилишнинг этик қоидалари;
- овқатланиш приборлари ва улардан фойдаланиш қоидалари;
- таомларга виноларни танлаш бўйича тавсиялар, спиртли ичимликлар бутилкаларини очиш ва меҳмонлар идишларига қуйиш техникаси;
- йўл этикети қоидалари (йўл кетишга тайёрланиш, самолётда, поездда кетишда ўзини тутиш ва енгил машиналарда кетиш).

“Хизматлар соҳаси бизнес–этикети” фанининг асосий мақсади, жамиятда қабул қилинган этикет қоидаларини яхши биладиган, уларга риоя қиладиган ҳамда шахсий бизнес билан келажакда шуғулланаоладиган мутахассис – кадрларни тайёрлашга кўмаклашишдан иборат.

Ҳар қандай ўқув фанининг асосий вазифаси бўлади ва у фанни ўқитишнинг асосий мақсадидан келиб чиқади. Шунинг учун ҳам “Хизматлар соҳаси бизнес–этикети” фанининг асосий вазифаси, унинг мақсадидан келиб чиққан ҳолда, бизнес соҳасидаги умумий, кийиниш, ўзаро муносабат қилиш, ҳамкорлар билан суҳбатлар ўтказиш, хизмат юзасидан хатлар ёзиш, телефонда гаплашиш, овқатланиш ва йўл кетиш этикети қоидаларини талабаларга ўргатишдан иборат.

Таянч иборалар:

фан предмети; фан мақсади; фан вазифаси.

### Назорат саволлари:

1. Бизнес–этикет фанининг предметини қайси масалалар ташкил қилади?
2. Бизнес–этикет фанининг асосий мақсади нимадан иборат?
3. Ўқув фанининг вазифаси нимадан келиб чиқади ва нималардан иборат?

## **2-Маъруза .Бизнес-этикет қоидалари ва бизнесменлар имиджи**

1. Этикет қоидалари ва уларнинг бизнесменлар учун аҳамияти
2. Бизнесменлар имижига салбий таъсир қилувчи омиллар

### **1. Этикет қоидалари ва уларнинг бизнесменлар учун аҳамияти**

Инсон жамият маҳсули ҳисобланади. У бошқалардан ажралган ҳолда ҳеч қачон ва ҳеч қаерда яшай олмайди, бахтли бўлаолмайди. Шу боисдан ҳам “Одам одам билан тирик” деб бекорга айтилмаган. Халқ тажрибасига асосланган бу ибора жуда ҳам чуқур маънога эга, чунки одамлар бир–бирлари билан гаплашмаса, ўзларининг хурсандчиликларини, ҳис–туйғуларини ва ғам–ғуссаларини бошқалар билан баҳам кўрмаса, улар яшай олмайдилар.

Мулоқотга тушиш орқали одамлар ўз фикрларини, атроф–муҳитга, воқеа ва ҳодисаларга ҳамда бошқаларга бўлган муносабатларини билдиришади. Бундан ташқари одамлар бир–бирлари билан мулоқот қилиш жараёнида содир бўлаётган воқеалар ва ҳодисалар, бошқа масалалар, ҳатто ўзига бўлган иззат–ҳурмат даражаси тўғрисида маълумотлар олади, яъни ўзининг қизиқишлари бўйича маълумотларга бўлган талабини қондиради. Бошқалар билан муносабатга тушишнинг энг муҳим томонларидан бири яна шундан иборатки, одам ижобий энергия олади, унинг

кайфияти яхшиланади, ҳаётга ва ўз касбига бўлган қизиқиши янада ошади. Шунинг учун ҳам одамлар азалдан бир–бирлари билан яхши муносабатда бўлишга ва яқин яшашга ҳаракат қилишиб келишган. Одамларнинг бир жамиятда тинч–тотув яшашининг ва турли соҳаларда муваффақиятли фаолият кўрсатишининг асосида минг йиллар давомида шаклланган ва ушбу жамиятда қабул қилинган урф–одат қоидалари (бир–бирлари билан мулоқотга тушиш, юриш–туриш ва турли вазиятларда ўзини тутиш) ва расм–русумларга итоат қилиш ётади. Бугунги кунда ҳар бир соҳа ходимлари учун этикет қоидалари шаклланган ва уларнинг ҳаётида катта ўрин тутаяди. Хизмат турлари доираларида хизмат этикетига амал қилинади. Хизмат этикети умумфуқаролик этикетининг бир тури ҳисобланиб, хизмат кўрсатиш ва ишлаб чиқариш соҳаларида фаолият қиладиган ходимларнинг турли вазиятларда учрашувларида муносабатга тушиш, юриш–туриш ва қийиниш қоидаларини ўз ичига олади. Бизнес–этикет хизмат этикетининг бир тури ҳисобланади. У бизнес фаолиятида итоат қилиниши керак бўлган қоидалар мажмуидан иборат. Бизнес–этикет қоидалари бизнесменлар учун ўта катта аҳамиятга эга: уларни ўрганиб, эгаллаб олиш, биринчидан, бизнесмен учун маданият белгиси ҳисобланади, иккинчидан, уларга риоя қиладиган кишиларнинг фаолияти муваффақиятли бўлади. Бизнес–этикет қоидаларини билмайдиган ва унинг натижасида ҳамкорлар ва ҳамкасблари билан муомала қила олмайдиган бизнесменларнинг ишлари тез битмайди, битса ҳам қийинчиликлар билан битади, фаолият натижаси эса доимо яхши бўлавермайди. Шу сабабли ҳам

ўзини маданиятли деб ҳисоблайдиган бизнесменлар этикет қоидаларини ёшлигидан бошлаб бутун умри бўйича ўрганишади. Ҳозирги вақтда этикет қоидалари бошланғич мактабдан бошлаб ўрганилади.

Таянч иборалар:

инсон жамият маҳсули; урф–одат, расм–русум, хизмат этикети; бизнес-этикет.

Назорат саволлари:

1. Одам бошқалардан ажралган ҳолда яшай олади-ми ёки йўқ-ми?
2. Одамларнинг жамиятда тинч–тотув яшашининг ва турли соҳаларда муваффақиятли фаолият кўрсатишнинг асосида қандай қоидалар ётади?
3. Бизнес–этикетнинг хизмат этикетидан фарқи нимада?
4. Бизнесменлар учун бизнес–этикет қоидаларини билишнинг қандай аҳамияти бор?

## **2. Бизнесменлар имижига салбий таъсир қилувчи омиллар**

Инсонга, айниқса, ёшларга хос шундай хусусиятлар борки, у кераклисига кўра кераксиз маълумотларни ўзига жуда ҳам тез қабул қилади. Вақтнинг ўтиши билан улар одатга айланиб боради. Бунини одам сезмай ҳам қолади. Бундай одатлар ўзларини соҳибига сездирмасдан бошқаларга доимо кўз–кўз қилиб туради. Агар бизнесменларда бундай одатлар шаклланган бўлса, уларнинг ҳамкор ва бошқа суҳбатдошлари олдида ижобий таассурот қолдириш бўйича барча ҳаракатларини пучга чиқаради. Имижни шакллантирувчи ва ижобий таассурот қолдириш йўллари юқорида кўрсатилган қоидаларга риоя қилиш билан бир қаторда мумкин қадар ёмон одатларни намоён қилмасликка ҳаракат қилишни талаб қилади. Бундай ёмон одатлар қуйидагиларга ўхшаганлардан

иборат: вазиятларни ҳисобга олмасдан ҳар хил гапларни гапиравериш, кўча ва жаргон сўзлардан фойдаланиш, доимо мийиғидан кулавериш, ёнида ўтирганларга ва суҳбатдошларга қўли билан тегиनावериш, қўлини доимо чўнтакка солиб юриш, саққич чайнаш, дазмолланмаган кийимларда ва тозаланмаган туфлида юриш, иш ва суҳбатларга спорт кийимларини кийиб келиш, тўхтовсиз сигарет чекиш, эрталабдан пиво ёки ароқ ичиб ишга келиш, тиш ва оғиз бўшлиқларини тозаламаслик ва бошқалар. Шундай салбий омилларнинг олдини олишга имкон берадиган баъзи бир тавсияларни кўриб чиқамиз. Аксарият кишиларнинг сўз бойлиги, имо–ишоралари ва гапириш усули ота–она, ўртоқлари, тенгқурлари ва кўча таъсирида шаклланади. Ҳар қандай одам ҳам қандайдир даражада атроф–муҳит маҳсулоти ҳисобланади. Шу боисдан ҳам ҳамкор ва бошқалар билан бўладиган суҳбатларда, биринчидан, вазиятни ҳисобга олган ҳолда керакли сўз ва гапларни танлаб гапириш, сўзларнинг охирини “ютмасдан” аниқ ва равон талаффуз қилиш, иккинчидан, кўча ва жаргон сўзларни ишлатмаслик лозим, чунки кўча ва жаргон сўзларнинг ишлатилиши бизнесменнинг маданияти пастлигидан дарак беради ва имижини пасайтириб юборади.

Баъзи бир кишилар жуда ҳам кўп кулишади, албатта, кулги инсонга хос яхши фазилатлардан бири. Лекин кулиш ҳам ҳар хил бўлади. Ўз мавридида табассумли кулиш одамларга малҳам беради, кайфиятини кўтаради, суҳбатнинг ижобий бориш гарови ҳисобланади. Лекин баъзи бир кишилар борки, инсонлар қалбида нафрат ўйғотади. Бунга мийиғидан бўлар-бўлмасга кулавериши

мисол бўлади. Аксарият кишилар бундай кулги турига устидан мазах қилиш деб қарайди. Шу сабабли ҳам суҳбат даврида мийиғидан кулиш одати бор кишилар ўзларини кулгидан тийсалар, яхшироқ бўлади. Бизнесменнинг ташқи қиёфаси унинг мавқеига ҳам ижобий, ҳам салбий таъсир кўрсатиши мумкин. Ўз қадди-қоматига, юз-тузилишига ярашмаган, дазмолланмаган кийимларни кийиш, тозаланмаган оёқ кийимларида юриш, соқол-мўйловлари ва сочларини олмаслик, тарамаслик, катталиги, ранги ва бошқа кўрсаткичлари бўйича ўзига ярашмаган тақинчоқларни тақиб юриш, аёл бизнесменлар учун эса тиззасидан баланд юбка, ўта тиниқ матолардан тикилган ва тор кўйлак ва юбкаларни кийиб юриш ва шунга ўхшаган этикет қоидаларига зид ҳаракатлари бизнесменлар тўғрисида ёмон таъсирот қолдиради ва уларнинг имижига салбий таъсир кўрсатади. Сақич чайнаш одамлар ўртасида энг кенг тарқалган салбий одатлардан бири ҳисобланади. Афсуски, бундай одат бугунги кунда кўпчилик бизнесменларга ҳам хос. Лекин, сақич чайнаманг, деб айтиш мумкин эмас. Фақат шуни ҳисобга олиш керакки, иш ва суҳбат даврида сақич чайнаш халқаро тажрибада малака ва маданият пастлигининг белгиси деб қаралади. Сақич чайнамасдан тураолмайдиган кишилар ишдан кейин эрталабгача чайнайвериши мумкин. Халқаро этикет қоидаларига кўра, бизнесменлар суҳбат даврида ўз қўлларини стол остида ушлашлари керак. Лекин кўпчилигимизда шундай одат шаклланганки, қўлларимизни стол тагида эмас, чўнтакда ушлаймиз. Англияда этикет соҳасида олиб борилган тадқиқот ишлари шуни кўрсатганки, қўли чўнтагида бўлган кишилар тўғрисида фақат

қуйидагича салбий натижа олинган: бундай одамлар ҳамма гапларни айтмайдиган ёки пасткаш инсонлар, деб ҳисобланади. Энг яхшиси, қўлни стол тагида ёки устида очиқ сақлаган яхши.

Биринчи учрашув ва танишувларда бошқаларга тегинишнинг ягона шакли қўл бериб кўришиш ҳисобланади. Бошқа вазиятларда тегиниш (қўл билан елкаларига қоқиб қўйиш, тирсак билан уриш, чимчилаш, умуман қўл билан тегиниш) ўта маданиятсизлик ва шилқимлик белгиси, деб қаралади. Энг яхшиси, бундай одатларни эсдан чиқариш керак.

#### Таянч иборалар:

ёмон одат; керакли сўз ва гаплар; кўча ва жаргон сўзлари; мийиғидан кулиш; ташқи кўриниш; сақич чайнаш; қўлни чўнтакда ушлаш ва тегиниш.

#### Назорат саволлари

1. Бизнесмен тўғрисида ёмон таассурот қолдиришга олиб келувчи омилларни айтиб беринг?
2. Нима учун суҳбат даврида кўча ва жаргон сўзларни ишлатмаслик керак?
3. Кулишнинг қайси шакли бизнесменлар тўғрисида ёмон таассурот қолдиради?
4. Ташқи қиёфа элементларининг қайси ҳолати бизнесменлар имижига салбий таъсир кўрсатади?
5. Иш даврида ва учрашувларда сақич чайнаш ҳамда қўл билан тегиниш бизнесменлар тўғрисида қандай таассурот қолдиради?

**II-мавзу. Хизматлар соҳаси бизнесида муносабат  
қилишнинг асослари ва унинг ўзига хос хусусиятлари**

**3-маъруза. Хизматлар соҳаси бизнесменлар фаолиятининг  
ўзига хос хусусиятлари**

1. Бизнесда муносабат қилишнинг универсал қоидалари  
ва бизнесменларга хос фазилатлар
2. Табассум
3. Хушмуомалалик
4. Сабр–тоқатлилик
5. Камтарлик

Бизнесменлар фаолиятининг ўзига хос хусусиятларидан бири шундан иборатки, улар бизнес юзасидан ҳар хил маданият ва маърифат даражасига эга бўлган, турли миллат вакилларига мансуб ўзларига ўхшаш бизнесменлар ва бошқа кишилар билан мулоқотга тушишадилар. Мулоқот предмети бўлган масалаларнинг ижобий ва тез ҳал бўлиши учун муносабат қилишнинг универсал қоидаларидан тўғри фойдаланишлари ва ўзларининг инсонга хос фазилатларни эсдан чиқармасликлари керак.

Тадбиркор ва тижоратчи бизнесменлар ўз фаолияти юзасидан республиканинг бошқа жойларига ва чет давлатларга ҳам боришлари мумкин. Чет мамлакатларга борганда ҳам шу мамлакатнинг қонунларига ва халқининг урф–одат қоидаларига риоя қилишлари ҳамда ҳамкорлари билан муносабат қилишнинг этикет қоидаларидан фойдаланишлари лозим, чунки улар дунё халқларининг барчасига мансуб. Ҳамкорлар билан муносабат қилишнинг универсал қоидаларининг асосийлари қуйидагилар

ҳисобланади: табассум, хушмуомалалик, сабр—тоқатлилик, камтарлик.

## **2.. Табассум**

Агар эшитган бўлсаларингиз “ҳамма нарса унинг юзида ёзилган” дейишади, чунки одамнинг чехрасига қараб унинг табиати ва кайфияти тўғрисида аниқ хулоса чиқариш мумкин.

Чехрасининг ҳолатига қараб одамларни уч хилга бўлиш мумкин: бепарво чехрали, сержаҳл чехрали ва табассум чехрали.

Чехрадаги бепарволик инсонга хос энг ёмон хусусиятлардан бири ҳисобланади. Бепарволик ҳамкор ёки суҳбатдошга, унинг гапларига ва фикрига ҳеч қандай қизиқиш йўқлигидан дарак беради. Буни тажрибасиз ва моҳир бўлмаган ёки қуйилган масаланинг моҳиятини яхши тушунмайдиган кишиларнинг суҳбати даврида ёки уларнинг ўтказаётган мажлисларида кузатиш мумкин. Бундан ташқари бепарво чехра унинг соҳибининг манманлигидан дарак беради, ўзини ҳамкорига ёки суҳбатдошига нисбатан устун тутиш белгиси ҳисобланади. Албатта, бундай кишилар суҳбатидан ижобий натижа кутиш қийин.

Сержаҳл чехра у соҳибининг нимадандир ёки кимдандир норозилик ёки жаҳли чиқиб турганлик белгиси ҳисобланади. Бундай вақтларда маданиятли ҳамкор ёки суҳбатдош ундан кайфиятингиз қандай деб сўрамаслиги керак. Одамлар жаҳлининг чиқишига ва чехраларининг ўзгаришига олиб келувчи сабаблар жуда ҳам кўп. Унинг асосий сабабларидан бири ҳамкор ёки суҳбатдошнинг маданиятсизлиги, сабр—тоқатсизлиги ва муносабат

қилишнинг бошқа этикет қоидаларига риоя қилмаслиги ҳисобланади. Албатта, баджаҳлли чехра масаланинг ечилишини қийинлаштиради ва иккинчи томоннинг кайфиятини ҳам бузади. Маданиятли бизнесмен, биринчидан, ўзининг баджаҳл ҳолатини ҳамкорига ёки суҳбатдошига билдирмасликка ҳаракат қилади, иккинчидан, билдирмаслик иложи бўлмаса, кечирим сўраб, ўзининг ҳолатини айтиши ва хафа бўлмаслигини ҳамкоридан ёки суҳбатдошидан сўраши лозим.

Табассумли чехра соҳиби ҳамкорларини ва барча суҳбатдошларини ўзига мойил қилади ҳамда уларнинг диққатини тортади, ишончли ҳаракат қилишга ва ишончли гаплашишга имкон беради.

Ҳозирги космос ва халқаро муносабатлар асрида чехрадаги табассум бизнесменлар учун жуда ҳам катта аҳамиятга эга. Табассум дунё мавжудодларидан фақат инсонга тортиқ қилинган ва катта руҳий кучга эга бўлган қобилият бўлиб, ўзаро ва халқаро муносабатларда ҳамкорлик кўприги, кўнгли очиқлилик ва хушмуомалалик белгиси сифатида хизмат қилади. У катта масофа ва қийинчиликларни “босиб ўтиб”, ўз соҳибига фақат фойда келтиради, муаммо ва мушкулларнинг ечилишини осонлаштиради. Шу сабабдан бўлса керакки, халқимизнинг “Юзингиздан табассум аримасин” деган гапи бежиз эмас.

Юқорида келтирилган маълумотлардан кўриниб турибдики, бизнесмен чехрасининг муносабатлар давридаги ҳолати унга фойда келтиради ёки унга қарши “ишлайди”. Лекин фойда келтирар экан деб, ҳар жойда ва ҳар қайси вазиятда ҳам доимо жилмайиш керак

эмас, чунки баъзи бир вазиятларда у ўринли бўлмаслиги мумкин. Эсингиздан чиқмасинки, бошқа барча вазиятларда табассум ҳамкор ва суҳбатдошларга кучли ижобий таъсир кўрсатади ва уларнинг кайфиятини кўтаради.

Таянч иборалар:

бепарво чехрали, сержаҳл чехрали, табассум чехрали.

Назорат саволлари:

1. Одамларни чехрасининг ҳолати бўйича неча гуруҳга бўлиш мумкин?
2. Бепарво ва сержаҳл чехра нимани билдиради?
3. Табассумнинг бизнесменлар учун аҳамияти нимада?

### **3. Хушмуомалалик**

Бизнесменлар учун ўзаро ва халқаро муносабат қилишнинг универсал воситаларидан яна бири хушмуомалалик ҳисобланади. Хушмуомалалик – бу ички маданият ва нафақат ҳамкорларни, бошқа инсонларни ҳам ҳурмат қилиш белгиси ва маданиятли кишилар ўртасидаги муомала қилишнинг одатга айланган усули сифатида қаралади. Хушмуомалалик бошқаларга ва ўзига ҳурмат билан қарашнинг, ҳамкорлар ва суҳбатдошлар манфаатини ҳисобга олишнинг ҳамда уларнинг ҳурматга сазоворлигини тасдиқлашнинг элементар қоидасидир.

Хушмуомалалик муносабатга алоқадор бизнесмен кишиларнинг кайфиятига ижобий таъсир кўрсатади, натижада муносабат томонларининг бир–бирларига бўлган ҳурмати ошади, бу эса ўз навбатида муносабат объекти бўлган масалаларнинг ижобий ҳал бўлишига, бизнес бўйича алоқаларнинг янада мустаҳкамланишига имкон беради. Шу сабабли ҳам бўлса керак,

Сервантес “Хушмуомалаликдек биронта нарса ҳам шунча арзон турмайди ва шундай қиммат баҳоланмайди” – деган эди.

Маълумки, хушмуомалалик ҳақиқий ва сохта бўлиши мумкин. Эсингиздан чиқмасинки, сохта хушмуомалалик – бу икки юзламалик ва маданиятсизлик белгисидир. Ҳақиқий хушмуомалалик эса бизнесмен ва бошқа маданиятли кишиларнинг ички маданияти ва ҳис туйғуларидан келиб чиқади ва бошқача мулоқотга тушишга йўл қўмайди. Шунинг учун ҳам маданиятли бизнесмен ҳамкорлари билан ҳам, кўчада ҳам, жамоат жойларида ҳам, оила аъзолари ва ўртоқлари билан ҳам бир хил ҳақиқий муомалада бўлади. Маданиятли одамнинг хушмуомалалиги унинг кайфиятига боғлиқ бўлмайди.

Хушмуомалалик бир нечта шаклларда бўлиши мумкин, масалан очик чеҳра билан муомала қилиш, ҳурмат–эҳтиром билан (катта ёшдагилар ва бошлиқларга нисбатан) муомала қилиш, вазминли муомала қилиш (нотаниш кишилар билан), холис ҳурмат юзасидан хушмуомалалик қилиш (яъни одамшавандалик қоидаларидан келиб чиқган ҳолда) ва ўта хушмуомалали муомала қилиш. Ўта хушмуомалаликнинг ҳам чеграси бор, ундан чиқмаслик керак, чунки ўта хушмуомалалик хушомадгўйликка ва лаганбардорликка айланиб кетиши мумкин.

Дунё халқларининг ўзаро муносабат қилиш пойдеворини хушмуомалалик, яъни ширинсуханлик ташкил қилади. Шу сабабли ҳам ширинсуханлик чет мамлакатлар халқлари ва миллатлар урф–одатларига ҳамда ватандошларга бўлган ҳурмат белгиси, боадаблик билан муносабатга тушишнинг асосий қоидаларидан бир

ҳисобланади. Хушмуомалали бизнесменлар доимо иззат–ҳурматда бўлади. “Яхши гаплар билан илон инидан чиқар” деган ўзбек мақолининг мазмуни ҳам хушмуомалалик қандай катта аҳамиятга эга эканлигини тасдиқлайди.

#### Таянч иборалар:

хушмуомалалик, кайфият, ҳақиқий ва сохта хушмуомалалик, хушмуомалалик шакли, муносабат пойдевори

#### Назорат саволлари:

1. Хушмуомалалик деганда нимани тушунасиш?
2. Ҳамкорлар ва суҳбатдошлар кайфиятига ва масаланинг ҳал бўлишига хушмуомалалик қандай таъсир кўрсатади?
3. Ҳақиқий ва сохта хушмуомалаликни сиз қандай тушунасиш?
4. Хушмуомалалик шакллари биласизми?

#### **4. Сабр–тоқатлилик**

Бизнесменлар бундан олдин таъкидланганидек, ўзларининг фаолияти давомида ҳар хил табақали ва табиатли кишилар билан мулоқотга тушишлари мумкин. Бундан ташқари ҳар хил миллат вакиллари ва бошқа динларга итоат қиладиганлар билан ҳам мулоқотга тушишлари, бирга фаолият кўрсатишлари ва ҳатто бирга яшашлари ҳам мумкин. Ҳатто шундай ҳоллар бўлиши мумкинки, умуман сиз ёқтирмайдиган кишилар билан, ҳатто душманингиз вакиллари билан ҳам мулоқотга тушишга тўғри келиб қолиши мумкин. Худди шунингдек, маданиятсиз, ўта тажанг, ўзини тутаолмайдиган одамлар билан ҳам мулоқотда бўлиш эҳтимоли доим мавжуд бўлади.

Нафақат ватандошларимиз орасида, чет мамлакатларда ҳам бундай кишилар, ҳатто этикет қоидаларини билмайдиганлар, билса

ҳам уларга эътибор бермайдиганлар ҳам тез–тез учраб туради. Бундай кишилар билан мулоқотга тушишда уларнинг муомала қилиш тарзига ва ҳатти–ҳаракатларига кўп эътибор бермасдан, ўзингиз этикет қоидаларига кўра ҳаракат қилишингиз лозим, чунки, сабр–тоқат қилган киши албатта ўз мақсадига эришади, унинг иши ижобий битади. Бунга “Сабр–тоқатнинг таги олтиндир” деган ўзбек мақоли яққол мисол бўлаолади.

Сабр–тоқат энг қадимий этикет қоидаларидан бири ҳисобланади ва барча диний китобларга, шу жумладан Қурони Каримга, киритилган. Сабр–тоқатнинг бизнесмен фаолиятида тутган ўрнидан ташқари, у катта сиёсий ва миллатлараро аҳамиятга эга. Унинг сиёсий аҳамияти шундан иборатки, давлатлар ўртасида бўладиган можаролар, бир–бирлари билан турли сабабларга кўра қелишмовчиликлар сабр–тоқат орқали ҳал қилинади ва унинг натижасида тинч–тотувлик юзага келади.

Ўзбекистон Республикаси кўп миллатли давлат ҳисобланиб, унинг ҳудудида, асосий аҳоли ўзбеклардан ташқари, 90 дан ортиқ миллат ва элатлар вакиллари тинч–тотув яшашади. Улар нафақат бир ҳудудда, бир уйда яшашади, бир корхонада ишлашади, ҳатто интернационал оила аъзолари сифатида ҳам тинч–тотув истиқомат қилишади. Уларнинг ҳозирги кунда тинч–тотув яшаши асосида сабр–тоқат ётади, чунки ҳар хил миллат ва элат вакиллари бир–бирларини ҳурмат қилишдан ташқари, бир–бирларининг дунёқарашларига, диний эътиқодларига ва миллий урф–одатларига сабр–тоқатлик билан қарашади. Ана шу келтирилган мисол сабр–

тоқатнинг бугунги кундаги миллатлараро аҳамиятини яққол тасдиқлайди.

Таянч иборалар:

мулоқотга тушиш, сабр–тоқат ва ҳатти–ҳаракат, диний китоблар, сиёсий ва халқаро аҳамияти

Назорат саволлари:

1. Бизнесменлар ўз фаолияти даврида ҳамкорлари ва бошқа кишилар билан мулоқотга қандай тушишлари мумкин?
2. Сабр–тоқат қондаси қайси китобларда ўз аксини топган?
3. Сабр–тоқатнинг сиёсий аҳамияти нимада?
4. Миллатлараро муносабатда сабр–тоқатнинг аҳамиятини тушунтириб беринг?

## **5. Камтарлик**

Камтарлик этикетнинг энг асосий ва қадимий қоидаларидан бири ҳисобланади. Камтарлик – бу шахс томонидан жамият ва фуқаролар олдидаги ўзининг бурчини англаб етганлик даражасидир. Демак, камтарлик бизнесменларга нисбатан ватани ва ўз халқи олдидаги вазифаларини ва ҳуқуқларини англаб етганлигидир. Қуйида камтар бизнесменларга хос асосий фазилатлар келтирилган бўлиб, улар қуйидагилардан иборат:

- камтар ва маданиятли бизнесмен ҳеч қачон ва ҳеч қаерда ўрта ёки кичик бизнес ходимларига нисбатан ўзининг халқаро ёки катта бизнес ходими эканлигини таъна қилмайди;

- ўзининг тенгқурларига ва бошқа фуқароларга нисбатан ҳаммага тегишли вазиятларда ҳеч қачон ортиқча ҳуқуқга эга бўлишни талаб қилмайди;

- ўзининг ҳоҳиши бўйича жамият талабларига тўлиқ бўйсўнади ва амалдаги этикет қоидаларига кўра ҳатти–ҳаракат қилади;

- ўзини ва жамият азоларини ҳурмат қиладиган бизнесмен ўзининг шахсий эҳтиёжларини бошқа оддий фуқароларнинг моддий шароитига қараб чегаралайди;

- ўз бурчини англаб етган ва бизнес–этикет талабларига итоат қиладиган бизнесмен кам таъминланган оилаларга ногирон ва етимларга моддий ёрдам кўрсатиб боради, халқнинг ижтимоий ҳаётини яхшилашда фаол иштирок этади;

- ҳамкорларга ва суҳбатдошларга нисбатан, уларнинг жамиятдаги ўрнидан, қайси миллат ва элатга мансублигидан, ёшидан ва жинсидан қатъий назар, катта ҳурмат–эҳтиром ва ҳушмуомалалик билан мулоқот қилади;

- ўзининг халқи олдидаги хизматига, ҳатти–ҳаракатига, гапирадиган гапларига танқидий нуқтаи–назардан қарайди.

Камтар бизнесмен ўзининг ватани ва халқи олдидаги хизматларини таъна қилмайди, бошқа фуқароларга нисбатан ўзини бойроқ ва ақллироқ деб кўрсатишга ҳаракат қилимайди.

#### Таянч иборалар:

камтарлик, бизнесменларга хос фазилатлар.

#### Назорат саволлари:

1. Камтарлик – бу нима?
2. Камтар ва маданиятли бизнесменларга қандай фазилатлар хос бўлади?

#### **4-Маъруза. Хизмат кўрсатиш бизнесменлари ташқи кўриниши, кийимлари ва уларнинг бизнесменлар имижини шакллантиришдаги аҳамияти**

1. Бизнесмен ташқи кўриниши тўғрисида тушунча
2. Бизнесменлар ташқи қиёфасига қўйиладиган талаблар

##### **1. Бизнесмен ташқи кўриниши тўғрисида тушунча**

Одам кийими уни ташқи муҳит таъсиридан сақлабгина қолмасдан, унинг ташқи қиёфасини ҳам шакллантиради. Кийим қиёфани шакллантиришда иштирок этар экан, уни ижобий томондан салбий ёки салбий томондан ижобий томонга кескин ўзгартириши мумкин. Шунинг учун ҳам кийим ўзининг соҳиби тўғрисида, айниқса нотаниш кишилар назарида, яхши ёки ёмон таассурот қолдиради. Шунинг учун ҳам кийим ва унинг кийилиши нафақат бизнесменлар, жамиятнинг бошқа аъзолари учун ҳам ўта катта аҳамиятга эга.

Иш юзасидан ёки уйга биринчи марта келган меҳмон ақл-идрокига ва муомала қилиш маданиятига қараб кузатиб қўйилса ҳам биринчи марта уни кийимига қараб кутиб олишади.

Бизнесменнинг маданияти, батартиблиги, муомалалиги ва молиявий ҳолати тўғрисида фикр биринчи учрашувдаёқ унинг кийимига ва кийимнинг кийилишига қараб шаклланади. Биринчи учрашувдаёқ шаклланган таассурот одамлар хотирасида узоқ муддатлар давомида сақланиб қолади. Агар бу таассурот ижобий бўлган бўлса, у бизнесменга умри бўйича хизмат қилади ва муваффақиятли фаолият юритиш гарови бўлади. Шу боисдан бўлса

керакки, Америка миллиардери Рокфеллер бизнесни бошлашдан олдин охирги пулига энг сифатли ва қимматбаҳо костюм сотиб олган ва гольф-клубга аъзо бўлим кирган. Клуб аъзолари эса давлатманд кишилар бўлган. Агар Рокфеллер костюми гольф-клубга аъзо бўлиб икириш гарови бўлган бўлса, костюми ва гольф-клубга аъзолик билети эса бизнес ишини муваффақиятли бошлашга ёрдам берган.

Бизнесмен тўғрисидаги биринчи тасаввур ташқи кўриниш элементлари ҳолатининг мажмуи бўйича шаклланади. Ташқи кўринишнинг шаклланишида кийимнинг аҳамияти жуда ҳам катта. Ташқи кўриниш деганда бизнесменларга биринчи қарашдаёқ кўзга яққол ташланадиган элементлар ҳолатининг мажмуи тушунилади.

Агар бизнесмен ташқи кўриниши яхши бўлса, у тўғрисида фақат ижобий таассурот шаклланади, ёмон бўлса, салбий фикр пайдо бўлади. Нафис ташқи кўринишга эга бўлган бизнесменлар билан биринчи мартаданок яхши муносабат қилишади, ёмон ташқи кўринишга эга бўлган бизнесменларни эса ёмон қабул қилишади.

Ташқи кўриниш қатор элементлардан ташкил топади. Уларни чехра, соч, соқол, мўйлов, устки иш кийими, оёқ кийими, галстук, носки ва турли тақинчоқлар ташкил қилади.

Инсоннинг ташқи кўринишини ташкил қилувчи элементларни икки гуруҳга бўлиш мумкин. Биринчи гуруҳга чехра, соч, соқол, мўйлов ва тирноқларни, иккинчи гуруҳга эса устки кийимини (костюм), кўйлак, галстукни, оёқ кийими ва пайпоқни ҳамда тақинчоқларни киритиш мумкин. Ташқи кўринишнинг биринчи гуруҳ элементлари бизнесменнинг табиий ташқи қиёфасини

белгилайди ва иккинчи гуруҳ элементлари билан бир қаторда бизнесменлар касбий имижини шакллантиришда катта рол ўйнайди.

Агар сиз ҳамкорларингизда, ҳамкасбларингизда ва бошқа суҳбатдошларингизда ўзингиз ҳақида яхши тасаввур қолдирмоқчи бўлсангиз, ташқи қиёфангиз, кийимингиз ва кийинишингиз тўғрисида ўйлаб кўришингиз шарт.

Соқол–мўйловлари олинган ёки нафис шаклга келтирилган қиёфага эга бўлиш, бичилиши, тикилиши ва ранги бўйича қадди–қоматига, юз тузилишига тўғри келадиган кийимни кийиб ишлаш, хушмуомалали мулоқот қилиш бизнесменларнинг ҳамкасбларига, ҳамкорларига ва суҳбатдошларига кўрсатадиган ҳурмат белгиларидан бири ҳисобланади ва бизнесмен тўғрисида ишонч ҳосил қилишга ёрдам беради.

Юқорида келтирилган фикрлардан шундай хулоса қилиш мумкинки, сифатли ташқи кўринишига қараб баҳоланадиган бизнесменнинг ўзи товар. Шундай экан, маданиятли бизнесмен ўзининг ясаниб ва безаниб юришига катта аҳамият бериши лозим.

#### Таянч иборалар:

кийим, ташқи кўриниш, кўриниш элементлари, қиёфа, кийим ва кийиниш.

#### Назорат саволлари:

1. Кийим бизнесменлар, умуман одамлар, учун қандай аҳамиятга эга?
2. Ташқи кўриниш деганда нимани тушунаси?
3. Ташқи кўриниш қандай элементлардан ташкил топади?
4. Ташқи қиёфа деганда нимани тушунаси?
5. Бизнесмен тўғрисида яхши таассурот қолдиришда ташқи қиёфанинг, кийим ва кийинишнинг қандай аҳамияти бор?

## **2. Бизнесменлар ташқи қиёфасига қўйиладиган талаблар**

Агар авваллари бизнес билан юртимизда фақат эркак кишилар шуғулланиб келишган бўлса, бугунги кунга келиб, у билан шуғулланадиган кишиларнинг социал ҳолати кескин ўзгармоқда: уларнинг сони аёл бизнесменлар ҳисобидан ортиб бормоқда. Шу боисдан ҳам ушбу бобда нафақат эркакларнинг, аёл бизнесменларнинг ҳам ташқи қиёфалари, иш кийимларига ва кийинишига қўйиладиган талаблар кўриб чиқилади.

Бизнесменлар учун соч ўзининг табиатдан белгиланган функциясини бажаришдан ташқари, одам ташқи қиёфасининг безаги сифатида ҳам қаралади. Парвариш қилинган соч бизнесменнинг ижобий имижини шакллантириш учун хизмат қилади.

Эркак бизнесменларнинг сочлари калта, мўйлови эса қиртишлаб олинган бўлиши лозим. Қисқа олинган соқол ва мўйловни тарбия қилиш қулай, кўп вақтни талаб қилмайди, бошни ювгандан кейин тез қурийди ва бенуксон кўринади. Бундан ташқари қисқа олинган соч ва соқол-мўйловлар бизнесменга самимийлик, мардонаворлик, савлатлилик, ишончлилик касб этади. Шунинг учун ҳам бизнесменлар ўртасида қуйидаги ибратли ибора шаклланган: «Ҳақиқий бизнесменнинг сочи эмас, фақат оёғи ва галустиги узун бўлиши мумкин». Шарқона этикет қоидаларига кўра соқол ва мўйловлар қўйилган ҳолда ҳам бизнес билан шуғулланиш мумкин. Бундай ҳолларда соқол– мўйловлар калта олинган ва уларга бизнесмен юзига ярашадиган маълум бир шакл

берилган бўлиши лозим. Соч ва соқол–мўйловлар доимо парвариш қилиниб борилиши керак: мунтазам равишда бошни ювиш, соч, соқол ва мўйловларни калта кесиб, шаклини текислаб бориш лозим; бундан ташқари соқол – мўйловларни олишда ҳиди унча баланд бўлмаган лосьон ва одекалонлардан фойдаланиш тавсия этилади.

Юқорида кўрсатилганлардан ташқари, бизнесменнинг қайси жинсга мансублигидан қатъий назар, тирноқларини доимо назорат қилиб боришлари, тирноқ тагида кирнинг тўпланиб қолишига асло йўл қўймасликлари лозим. Европача бизнес–этикет қоидаларига кўра эркаклар ҳам ўз тирноқларини маникюр қилишлари мумкин, лекин шарқона этикет қоидалари тирноқни доимо қисқа қилиб олиб юришни ва бўямасликни тавсия қилади.

Аёл бизнесменлар учун соч – бу ҳаммаси. Бу аёл кишиларнинг хуснига хусн қўшишдан ташқари, юз тузилишидаги камчимликларни ҳам билдирмайди. Шу сабабли ҳам башарасига ва қадди–қоматига ярашадиган прическа аёл бизнесменларнинг касбий имижини учун хизмат қилади.

Европача бизнес–этикет қоидаларига кўра аёл бизнесменларнинг сочлари елкасигача тушган ёки ундан калтарок қилиб ҳам кесилган ҳамда узун ҳам бўлиши мумкин. Сочни кесмаслик шарқона қоидаларга ҳам тўғри келади. Аёллар сочининг парваришига қўйиладиган асосий талаблардан бири уни мунтазам равишда ювиб туриш ва жилва бериш ҳисобланади. Аёл бизнесмен сочи доимо товланиб туриши лозим. Албатта, сочининг натурал рангини сақлашга ҳаракат қилиш керак. Агар сочи бошқа рангга бўяш зарур бўлса, ранг фақат хуснга хусн қўшадиган бўлиши шарт.

Қора сочли ёши улуғроқ бизнесмен аёллар сочининг табиий рангига нисбатан ярим тонга паст бўёқдан фойдаланишлари лозим. Бунда ҳам соч табиий соч рангига ўхшаган буткул бир хил рангга бўйлиши керак. Ҳар хил рангларга бўялган соч соҳибига жиддий бизнесмен сифатида қарашмайди. Шу билан бирга соч юзни ёпиб турмаслиги керак, акс ҳолда у бошнинг энг асосий элементиға айланиб қолади.

Умуман олганда, бизнесмен аёл кишилар учун енгил ва оддий ҳамда бошқа кишилар диққатини тортмайдиган причёска тавсия қилинади.

Аёл бизнесменлар ҳар куни тирноқларини унча ярқирамаган лак билан бўяб туришлари, тирноқларининг тагини тозалашлари ва тирноқлар атрофидаги ўсимталарни олиб ташлашлари лозим.

Албатта, аёл бизнесменлар ташқи қиёфасининг шаклланишида унинг қулоғига тақиладиган тақинчоқларнинг ҳам аҳамияти жудда катта. Уларнинг бизнесмен аёллар имижига таъсири ушбу бобнинг келгуси бандларида кўриб чиқилади.

#### Таянч иборалар:

социал ҳолат; безак; эркак бизнесмен сочлари ва соқол—мўйловлари; эркак би

#### Назорат саволлари:

1. Бизнесменлар учун сочининг қандай аҳамияти бор?
2. Эркак бизнесменларнинг сочларини ва тирноқларини парвариш қилишга қандай талаблар қўйилади?
3. Аёл бизнесменлар сочларига ва уларни парвариш қилишга қандай талаблар қўйилади?

## **2.1. Бизнесменлар иш кийимларини танлаш**

Бугунги кун тажрибаси шуни кўрсатадики, дунё мамлакатларининг аксарият нуфузли бизнес корхоналарида корхона ёки фирма белгиси (эмблема) солинган махсус иш кийимида бизнесменлар ўз фаолиятини олиб боришади. Бундай корхоналарда иш костюми материали, бичими, ранги олдиндан корхонани ташкил қилишда тасдиқланган бўлади. Бундай корхоналарда бизнес ходимларининг бошқа рангдаги, бичимдаги ёки турдаги иш кийимларини кийиб фаолият кўрсатиш тақиқланади. Бизнесменларнинг иш кийимларидан ташқари уларнинг ташқи қиёфасига (эркак бизнесменлар соқол-мўловларининг олинishiга, аёллар макияжига ва причёскасига) ҳамда корхонада бир-бирлари ва хизмат истеъмолчилари билан мулоқотга тушиш, ўзини тутиш ва ҳатти-ҳаракат қилишга ҳам махсус этик талаблар ҳам қўйилади.

Қолган бизнес корхоналарида ҳоҳлаган рангли ва бичимли иш кийимларида ишга келиб фаолият кўрсатишга рухсат берилади. Бундай бизнес корхоналарда бизнесменлар, айниқса эркак бизнесменлар, олдида кийим танлаш масаласи қатъий туради. Эсдан чиқмаслик керакки, бундай ҳолларда бизнесмен кийимни бугунги кун мода талабларига кўра танлашлари керак эмас, балки ўзининг юз-тузилишига, юзининг рангига, қадди-қоматига қараб танлашлари лозим. Бундан кийим танлашга қўйиладиган биринчи талаб келиб чиқади: кийим ўзининг бичилиши ва тикилиши бўйича бизнесменнинг қадди-қоматига келишган, кийим ранги бизнесмен юзи ва сочларининг ранги билан уйғунлашган, юз-тузилишининг

камчилигини ёпадиган бўлиши керак. Шунинг учун ҳам бизнесменларнинг иш кийимлари уларнинг юз-тузилишига, юз ива сочларининг рангига қараб танланиши шарт. Энг яхшиси, шу масала бўйича махсус билим ва тажрибаларга эга бўлган имижмейкерлар хизматидан фойдаланиш лозим. Лекин амалда улар хизматидан доимо фойдаланиш имконияти бўлмаслиги мумкин. Шунинг учун қуйида кийим танлаш бўйича маълум бир тавсиялар берилади, бизнесменлар улардан фойдаланишлари мумкин.

Оқ юзли кишилар учун қизил ранг яхши кетади ва юзнинг табиий рангини яна ҳам бўртириброк кўрсатади. Лекин, ҳеч қачон иш кийими бўлган костюм ранги қизил бўлмаслиги керак. Костюм билан қизил кўйлак кийилиши кифоя. Лекин оқ юзли бизнесменлар сариқ рангли костюмни танлашда яна шуни ҳисобга олишлари керакки, унинг сариқ ранги бизнесмен юзига бинафша тус беради. Сарғиш (оқ-сариқ) сочли бизнесменлар кўкимтир тусли, қорачадан келган (қора сочли) бизнесменларга сариқтоб материалдан тикилган, юзи қизилтоб кишилар учун эса оқ рангли (яъни кўйлак ёки костюм ранги очик ёки оқ) костюмлар яхши кетади. Кийим танлашга қўйиладиган иккинчи асосий талаб – бу бизнесменлар, уларнинг жинсидан қатъий назар, кийими иш пайтида ғижимланмайдиган бўлиши шарт. Шу сабабли ҳам костюмни танлашда унинг рангидан, бичилишидан ва тикилишидан ташқари, уни ғижимлаб кўриш лозим. Агар костюм, ранги, бичилиши ва тикилишидан ташқари, ғижимланмайдиган бўлса, бундай костюмни харид қилиш мумкин. Бизнесмен костюми учун жундан ва габардиндан тўқилган газлама ишлатилади. Чунки, улардан

тикилган костюм юқорида кўрсатилган талабга тўлиқ жавоб беради.

Бизнесмен костюмини танлашга қўйиладиган асосий талаблардан учинчиси – костюм жуда сифатли, шунинг учун ҳам имматбаҳо, ўзининг ранги ва материалининг гули бўйича атрофдагиларнинг диққатини тортмайдиган бўлиши шарт.

Костюмларни танлашда уни кийиш мавсумига ҳам эътибор бериш лозим. Ҳавонинг иссиқ кунларида очик ёки оқ рангли костюм кийиб ишлаш тавсия қилинади. Бу талаб организмнинг физиологик талабларига асосланган.

Бизнесменларни хизмат даврида кийиладиган иш кийимларидан ташқари, уларнинг бизнес бўйича турли хил учрашувларда (суҳбатларда, музокараларда, тантанали вазиятларда) кийиладиган махсус костюми ҳам бўлиши шарт. Шундай қилиб, бизнесменлар гардеробида энг камида 3-4 костюм бўлиши керак.

#### Таянч иборалар:

нуфузли бизнес корхоналари, қолган бизнес корхоналар, кийим танлаш: оқ юзли, сарғич сочли, қорачадан келган, қизилтоб тусли юз, ғижимланиш, сифатли ва қимматбаҳо, диққатни тортмайдиган, бизнес бўйича учрашувлар ва тантанали вазиятлар.

#### Назорат саволлари:

1. Нуфузли бизнес корхоналарида ходимлар қандай кийимларда ишлашлари керак?
2. Махсус иш кийими статуси ўрнатилмаган бизнес корхоналарида хизмат қиладиган ходимларнинг иш кийимларини танлашга қандай талаблар қўйилади?
3. Бизнесменлар иш костюмлари қандай танланади?
4. Бизнесменлар гардеробида ҳар куни хизмат фаолияти даврида кийиладиган костюмларидан ташқари яна қандай

костюм бўлиши ва умуман гардеробда нечта костюм бўлиши керак?

## **2.2. Эркак бизнесменлар костюмлари ва уларни кийишга қўйиладиган талаблар**

Бизнес соҳасида асосий иш кийим костюм бўлиб, у бизнесменнинг визит карточкаси ҳисобланади, чунки биринчи учрашувларда аввало бизнесменнинг кийимига ва кийинишига назар ташланади. Шунинг учун ҳам бизнесмен, бундан олдин таъкидланганидек, ўзининг кийимига ва уни кийишга катта аҳамият бериши керак, чунки бизнесменнинг батартиблиги ва уст-бошининг саранжомлиги бизнесмен ва унинг ишининг тартиблилигидан дарак беради.

Эркак бизнесменлар иккилик ва учлик костюмларни кийиб фаолият кўрсатишлари мумкин. Агар иккилик костюм пиджак ва шимдан иборат бўлса, учлик костюмда қўшимча жилетка (нимча) ҳам бўлади. Костюм элементларининг ранглари бир-бирларига мос бўлиши керак. Бундан ташқари бизнесмен костюми бир (тугмалар пиджак ёқаларининг бир томонида қадалган) ва икки (тугмалар пиджак ёки ёқаларининг икки томонида ҳам қадалган) бортли бўлиши мумкин.

Костюм пиджаги бизнесменнинг танасига идеал даражада мос келиши ва енгининг учи бош бармоқнинг бошланишигача етиб туриши лозим. Костюм шимининг олди томони туфли ёки ярим ботинка устига тушиб туриши, орқа томони эса оёқ кийими пошнасига етиб туриши лозим. Костюм билан кийиладиган жилет (нимча) калта бўлмаслиги ва шим камарини ёпиб туриши шарт,

чунки унинг пастки томонидан кўйлак ҳам, шим камари ҳам кўринмаслиги керак.

Бизнесмен костюмининг неча бортли бўлишидан қатъий назар, «Models of the Season» журнали европача (орқа томонида кесими йўқ) ва америкача (орқа томонида битта кесими мавжуд) костюм ўрнига инглизча (орқа томонида иккита кесими мавжуд) костюмни тавсия қилади. Инглизча костюмнинг афзаллик томонлари шундан иборатки, биринчидан, у стулда ёки креслода ўтириш учун қулай бўлса, иккинчидан, у ўтирганда ғижимланмайди ва ўз шаклини ўзгартирмайди.

Эркак бизнесменлар костюмига қўйиладиган талаблардан яна бири шундан иборатки, унинг шими ва пиджаги жуда ҳам тор бўлмаслиги керак. Бундан ташқари, костюм пиджаги ва жилеткасининг ташқи кўкрак чўнтакларига ручка, қалам, сочтароғини ва бошқа предметларни солиб юриш этикет қоидаларига кўра тавсия қилинмайди.

Бизнес корхонада унга оид махсус костюм қабул қилинмаган бўлса, яъни бизнесменлар хоҳлаган костюмини кийиб ишлаши мумкин бўлса, кундузи очик рангли, кечқурунлари эса қора тусли костюм кийилиши керак.

Бир вақтнинг ўзида хизмат костюми билан спорт оёқ кийимини кийиб ишлаш ва спорт сумкаларини олиб юриш мумкин эмас. Агар костюмида спорт сумкаси билан юриш жуда ҳам зарур бўлса, унинг ранги костюм рангига мос бўлиши керак.

Бизнесменларнинг бизнес бўйича ўтказиладиган суҳбатларда, бўлажак ҳамкорлар билан учрашувларда, бизнес бўйича

Ўтказиладиган конференция ва семинарларда кийиши керак бўлган костюми ҳар кунлик иш костюмидан фарқ қилади ва классик стилда бичилган ва тикилган бўлиши керак. Эркак бизнесменлар классик костюмига қўйиладиган талаблардан бири, бундан олдин таъкидлаб ўтилган умумий талаблардан ташқари, шундан иборатки, у ҳеч қандай декоратив деталсиз (бир хил рангли) одми (сипо) бичилган бўлиши шарт.

Классик костюм қора, кўкимтир-қора ва тўқ кўк ҳамда тўқ кулрангли материаллардан тикилган бўлиши керак.

Бизнесменларнинг бизнес бўйича учрашувларида, суҳбат ва йиғилишларида ҳамда тантанали вазиятларда кийиши керак бўлган костюмлари иш даврида костюмларидан фарқ қилган ҳолда классик тарзда бичилган ва тикилган бўлиши керак.

Классик костюм ҳам бир ёки икки бортли бўлиши мумкин. Унинг неча бортли бўлишидан қатъий назар тантанали вазиятларда (байрам, суҳбат ва йиғилишлар ўтказишда, конференция ва семинарларда чиқиш қилишда, президумда ўтиришда, меҳмондўстлик вақтида) таниш-билишларининг уйига, ресторан, театр ва кинотеатрларга, йиғилиш ва мажлисларга киришда костюм тугмалари ўтказилган бўлиши шарт: бир бортли костюмнинг юқори, икки бортли костюмнинг ўрта тугмаси. Костюмнинг неча бортли бўлишидан қатъий назар, унинг пастки тугмаси ҳеч қачон ўтказилмайди. Костюм тугмаси фақат нонушта ва тушлик қилиш даврида ҳамда креслода ўтиришда очилиб қўйилиши мумкин. Бунда ҳам креслодан ва овқатланиш столи атрофидан туришда костюм тугмаси қайтадан ўтказилиши керак. Кечга яқин

ўтказиладиган тадбирларда ва расмий тантаналарда фақат қора рангли классик костюм кийилади.

#### Таянч иборалар:

костюм-визит карточка, иккилик ва учлик костюм, бир ёки икки бортли костюм, европача, америкача ва инглизча костюм, ташқи кўкрак чўнтаги, хизмат костюми ва спорт оёқ кийими ва сумкаси, кундузи ва кечқурунлари кийиш костюми, классик костюм, тугмалари ўтказилган.

#### Назорат саволлари:

1. Костюмнинг бизнесмен учун аҳамияти нимада?
2. Эркак бизнесменлар костюмлари қайси турларга бўлиниши мумкин ва уларнинг фарқи нимада?
3. Бизнесменларни костюми қандай кийилиши керак?
4. Бизнесменлар учун қайси костюм турлари тавсия қилинади?
5. Классик костюм қандай бўлиши ва қайси вазиятларда кийилиши керак?

### **2.3. Эркак бизнесменлар кўйлаги ва галстуги**

Бизнесмен костюми фақат кўйлак билан кийилади. Кўйлак эса костюм рангига қараб танланади. Кулранг, очик ҳаво рангли, кўкимтир костюмларга уларга мос рангли кўйлаklar танланади. Қора, қора-кўкимтир костюмлар оқ кўйлаklar билан кийилади. Агар костюм оч жигар, қўнғир ёки қизил ғишт рангида бўлса, уларга асосан оқ ёки жигаррангли кўйлак танланади. Танланган кўйлаklar ранги костюм пиджаги рангидан биров очикроқ бўлиши керак. Бизнесменлар кўйлаги монотон рангда бўлиши лозим.

Агар бизнесмен костюми монотонли бўлса, бундай костюмга кичик йўлли ёки кичик катакли кўйлакни ҳам тавсия қилиш мумкин. Бизнесмен костюмига нисбатан қандай рангли кўйлак танланмасин, унинг енги албатта узун бўлиши керак.

Бизнесменларга костюм билан кийиш учун қора рангли ва ола-була кўйлақлар тавсия қилинмайди. Қора костюм билан жундан тўқилган қалин материаллардан ва қалин трокатаждан тикилган кўйлақлар ҳам тавсия этилмайди.

Ҳамкорлар билан учрашувда, суҳбатларда ҳамда бошқа тантанавий вазиятларда кийиш учун мўлжалланган бизнесменнинг классик костюми, унинг пиджагининг рангидан қатъий назар, фақат оқ кўйлақ ва галстук билан кийилади. Кўйлақ сифатли ҳамда юпқа материаллардан тикилган бўлиши керак: пахта газламасидан (ҳар куни кийиш учун) ва шойидан (байрамларда, бошқа тантанавий вазиятларда, ҳамкорлар билан учрашувларда кийиш учун).

Бизнесменлар учун нейлондан ва юмшоқ матодан тикилган кўйлақлар умуман тавсия қилинмайди.

Учрашувларда ва тантанали вазиятларда кийиладиган кўйлақ енгининг учига тугмалар ўрнига запонкалар қадалиши лозим.

Умуман, бизнесмен костюм билан кийиш учун кўйлақ танлашда яна шунга эътибор бериши керакки, унинг кўкрак чўнтаги бўлмаслиги керак. Агар ҳар куни кийиладиган кўйлақ манжети, яъни кўйлақ енгининг қадама учи, костюм пиджаги енгининг учидан 0,5 см. чиқиб туриши керак бўлса, учрашув ва тантанали вазиятларда кийиладиган кўйлақ енгининг манжети костюм пиджаги енгининг учидан 1,5-2,0 см., кўйлақ ёқаси эса костюм ёқасидан 1-1,5 см. чиқиб туриши шарт.

Галстук бизнесмен костюми ансамблини шакллантирадиган асосий элементлардан бири ҳисобланади. Унинг ранги костюм ва кўйлақ рангларига қараб танланади. Бундан ташқари, унинг

узунлигига, кенглигига ҳамда бир хил ранглилигига ҳам эътибор берилади. Лекин у ўзининг ранги бўйича костюм рангидан очикроқ, кўйлак рангидан эса пастроқ бўлиши керак. Бундан ташқари, адабиётлардаги тавсияларга қараганда унинг кенглиги 7-9 см. бўлиб, костюм пиджаги ёқалари орасидаги масофага мос келиши лозим. Материал гули (рисунок) галстукнинг бутун узунлиги бўйича бир хил, газлама толалари эса галстук ўқиға нисбатан  $45^0$  бурчак ҳолатида бўлиши шарт. Дам олиш ва ётишдан олдин галстук ечилиб кўйилади. Агар галстук сифатли материаллардан тикилган бўлса, унинг тугуни очилиб, агар арзон материаллардан тикилган бўлса тугуни очилмасдан, ечилиб кўйилади.

Тантанали вазиятлар учун мўлжалланган капалак-галстук фақат қора рангли классик костюмлар билан тақилади. Кечки костюм учун галстуклар табиий ёки сунъий шойидан тўқилган бўлиши керак.

Галстук кўзга яққол ташланадиган рангли ёки гулдор бўлмаслиги керак. Узунлиги бўйича эса унинг учи шим камари тўқасининг устига тушиб туриши лозим. Костюм шимини подтяжка (тасма) билан киядиган бизнесменларнинг галстуғи шимнинг камари устига тушиб турадиган бўлиши керак. Галстук костюм ёқалари ўртасида кўриниб турган кўйлак юзасини ёпмаслиги керак, шунинг учун ҳам бизнесменларга бир тонли ва кенглиги 7-9 см бўладиган галстуклар тавсия қилинган.

Гулдор, рангдор ва расмли кўйлак ва галстуклар бизнесменлар тўғрисида енгилтаклик имижини шаклантириш учун хизмат қилади.

### Таянч иборалар:

танлаш, кул ранг, очик ҳаво ранг, кўкимтир, қора, қоракўкимтир, жигарранг, қўнғир ранг, монотон, кўйлак энги, костюм ёқаси, кўкрак чўнтаги.

### Назорат саволлари:

1. Кул ранг, очик ҳаво рангли, кўкимтир, қора, қоракўкимтир, оч жигар, қўнғир ёки қизил ғишт рангли костюмларга қандай рангли кўйлаклар танланади?
2. Ҳар куни ва учрашувларда ҳамда тантанали вазиятларда кийиладиган кўйлакнинг энги қандай бўлиши ва костюм энгидан неча сантиметр чиқиб туриши керак?
3. Ҳар куни, учрашув ва тантанали вазиятларда кийиладиган кўйлаклар қайси материаллардан тикилиши мумкин?
4. Учрашув ва тантанали вазиятларда кийиладиган кўйлакнинг ёқаси костюм ёқасидан неча сантиметр чиқиб туриши керак?
5. Галстук қандай танланади ва унинг ранги қандай бўлиши лозим?
6. Галстук кенглиги ва узунлиги қандай, материал толалари қандай жойлашган бўлиши керак?
7. Галстук қандай ечилади ва капалак-галстук қайси рангли костюмлар билан кийилади?

## **2.4. Эркак бизнесменлар оёқ ва бош кийимлари**

Бизнесменлар оёқ кийимининг ранги улар костюмларининг рангига қараб таналанади. Қора рангли костюмларга фақат қора, ҳеч иложи бўлмаганда сариқтоп қора рангли оёқ кийимлари тавсия қилинади. Очик рангли матолардан тикилган костюмлар уларнинг рангларига ўхшаш рангли оёқ кийимлари билан кийилади: кул ранг костюмлар – кулранг ёки қора-кулранг, оч-сарик костюм – оч-сарик, ҳеч бўлмаганда қизилтоб қўнғир оёқ кийими билан. Одми (сипо) костюмлар фақат қора ёки қора-қўнғиртоб, қўнжсиз туфли ёки ярим ботинка билан кийилади. Бизнесменларнинг классик стилдаги оёқ кийимлари фақат монотон қора рангли ва юпқа

пошнаи туфли ёки ярим ботинка сифатида бўлиши керак. Умуман, қора рангли оёқ кийими ҳар қандай рангли костюмларга мос келади. Бизнесменлар оёқ кийимларида ҳеч қандай рангли, металлдан ёки пластмассада ясалган безаклар бўлмаслиги лозим. Яна шуни таъкидлаш ўринлики, чармдан тикилиб, лакланган туфли ёки ярим ботинка фақат смокингли кийим кийилганда кийилади.

Туфли ёки ярим ботинка натурал чармдан тикилган бўлиши керак. Бутун иш даврида ярқиратиб тозаланган туфлида юриш тавсия этилади. Иш жойида ҳар қандай эҳтимолга қарши туфлини тозалаш учун крем, чўтка ва бахмал латта бўлиши керак.

Костюмга танланган туфли пайпоқ билан кийилади. Пайпоқ авваллари галстук рангига қараб танланган бўлса, ҳозирги вақтда костюм шими ва туфлига қараб танланади. Пайпоқнинг ранги костюм рангидан бироз пастроқ ёки қорароқ бўлиши лозим.

Тантанали вазиятларга мўлжалланган костюм билан кийиладиган пайпоқнинг ранги костюм ранги билан бир хил ва узун бўлиши керак.

Пайпоқ узунлиги бўйича болдирни ёпиб туриши ва оёқни оёққа қўйиб ўтирганда оёқнинг очиқ жойи кўринмаслиги керак. Бизнесмен ҳар куни янги ёки ювилган пайпоқда ишга келиши лозим. Ҳар қандай вазиятда ҳам иш жойида крем ва чўткадан ташқари тоза пайпоқ ҳам бўлиши керак. Оқ пайпоқда ишга келиш бизнесменлар учун енгилтаклик ҳисобланади.

Костюм шимининг камари ҳам натурал чармдан тайёрланган ёки тимсоҳ терисидан ясалган бўлиши керак. Ранги бўйича камар

туфли ёки ботинка ранги мос бўлиши керак. Камар тўқаси эса кўзга яққол ташланмайдиган бўлиши шарт.

Бугунги кунда муваффақиятли эркак бизнесменлар учун ораста (элегант) бош кийими сифатида чарм, ковбой ва велюр шляпа тавсия этилади. Қиш пайтида, яъни ҳавонинг совуқ кунларида, мўйнадан ёки қўзичоқ терисидан тикилган телпак ёки кулоқли телпак кийиш тавсия қилинади. Умуман, бизнесменлар бош кийимлари ранги ва фасони бўйича қолган кийимлар билан гармониялашган бўлиши керак. Фетр шляпа сифатли пальто, чармдан ёки матодан ясалган шляпалар эса плаш ёки спорт курткаси билан кийилади.

#### Таянч иборалар:

қора рангли, кулранг, қора-кулранг, оч сарик, қизилтоп қўнғир, қора-қўнғир туфли ёки ярим ботинка, безаклар, пайпоқ, болдир, камар, шляпа, телпак.

#### Назорат саволлари:

1. Бизнесменлар оёқ кийимларининг ранги қайси кийимларнинг рангига қараб танланади?
2. Бизнесменлар оёқ кийимларида қанақа безаклар бўлмаслиги керак?
3. Пайпоқ кийимнинг қаси элементиға қараб танланади ва унинг узунлиги қандай бўлиши керак?
4. Тантанали вазиятларда кийиладиган пайпоқ ранги қандай бўлиши керак?
5. Шим камари қандай танланади?
6. Бугунги кунда бизнесменлар учун қандай бош кийимлар тавсия этилади ва улар қайси устки кийимлар билан кийилади?

## 2.5. Бизнесменлар косметикаси

Бундан олдин таъкидланганидек, бизнесменлар ташқи кўриниши умуман бенуқсон бўлиши керак. Унинг учун эркак бизнесменлар соқол-мўйловларини ва тирноқларини олмасдан, сочларини парвариш қилмасдан ҳамда дазмолланмаган кийимда кўчага чиқмасликлари керак. Бизнесменлар яна бир нарсага эътибор беришлари керакки, улардан доимо ёқимли ҳид келиб туриши керак. Шунинг учун соқол-мўйловлар олингандан кейин ёқимли ҳидли крем ва лосьонлардан, одеколонлардан ҳамда дезодорантлардан фойдаланишлари шарт.

Бизнесменлардан ёмон ҳиднинг келмаслиги учун ёқимли ҳидли крем, лосьон, одеколон ва дезодорантлардан фойдаланишдан ташқари, улар ички кийимларини, айниқса майкасини, ҳар куни алмаштириб кийиши ва қўлтиқ тагини ювиб туриши керак. Косметика ва соч турмагига, айниқса аёл бизнесменлар, катта эътибор беришлари лозим. Аёл бизнесменлар макияжи бошқаларнинг диққатини тортмайдиган ва энг асосийси – юзи, юзи териси, кўз ва сочларига мос келадиган ҳамда ҳуснига ҳусн қўшадиган бўлиши шарт. Адабиётлардаги маълумотларга қараганда макияж учун табиий оч-сарик, қўнғиртоп ва очик кул рангли туш ва кремлар ҳамда упалар тавсия қилинади. Кўз атрофидаги макияж учун яшил, зангори, тўйинган кўк ранглардан фойдаланиш мумкин эмас. Ёғупа (помада) ранги тил ва лаб рангларига тўғри келиши шарт. Шу нарса эсдан чиқмаслик керакки, аёл бизнесменлар учун қизил помада умуман тавсия қилинмайди. Худди шунингдек, қизил-бинафша, оқ-пушти ранг ва денгиз

маржони рангидек қизил помада ҳам тавсия этилмайди. Юзи ёғли аёл бизнесменлар учун энг яхшиси тиниқ пудралардан фойдаланилса яхши бўлади, чунки у ёғли терининг ялтироқлик даражасини пасайтиради. Бизнес бўйича суҳбат ва учрашувларда яна шуни эътиборга олиш керакки, сиз фойдаланган духи, одеколон, крем, лосьонлар, ёқимли бўлса ҳам, кучли ҳидли, яъни ҳамкорлардан келадиган ёқимли ҳидлардан кучли бўлмаслиги керак. Акс ҳолда уларда, айниқса аёл кишиларда, сизга нисбатан «ўзини мендан устун тутмоқчи» деган салбий фикр пайдо бўлиши мумкин.

#### Таянч иборалар:

бенуксон, ёқимли ҳид, крем, лосьон, одеколон, дезодорант, макияж, табиий оч-сарик, қўнғиртоб, очиқ кулранг, ёғупа, тиниқ пудра, суҳбат ва учрашувлар.

#### Назорат саволлари:

1. Эркак бизнесменларнинг кўриниши қандай бўлиши керак?
2. Эркак бизнесменлар нима учун ёқимли ҳидли крем, лосьон, дезодорантлардан ва одеколонлардан фойдаланишлари керак?
3. Аёл бизнесменлар макияжга қандай талаблар қўйилади?
4. Аёл бизнесменларига қайси рангли ёғупалардан фойдаланишга рухсат берилмайди?

### **5 Маъруза: Бизнесменлар аксессуарлари**

1. Аёл бизнесменлар аксессуарлари
2. Эркак бизнесменлар аксессуарлари
3. Аёл бизнесменлар иш кийимлари
4. Аёл бизнесменлар иш кийимларини танлашга ва кийишга қўйиладиган талаблар

Аксессуарлар деганда одамлар, кийимлардан ташқари, қўлларига, кулоқларига, сочларига, кийимларига, бўйинларига

тақадиган ва қўлларида олиб юрадиган бошқа кишилар кўзига ташланадиган қўшимча элементлар тушунилади. Уларга бизнесменлар соатлари, ручкалари, узуклари, билагузуклари, сирғалари, тўғнағичлари, бўйинга осиладиган мунчоқ ва занжирлари, запонкалари, кўзойнаклари, сумкалари ва бошқалар киради.

Ушбу бандда фақат уларнинг асосийларига қўйиладиган этик талаблар кўриб чиқилади.

Аёл бизнесменлар аксессуарлари орасида кўзойнак муҳим аҳамиятга эга. Улар, биринчидан, тезликда кўзга ташланади, иккинчидан, юз тузилишининг яхши ёки ёмон кўриниши гарови бўлиб ҳисобланади. Хизмат даврида тақиб юриш учун тўғри танланган кўзойнак аёл бизнесменлар қиёфасига мўътабарлик, ишбилармонлик ва нуфузлилиқ касб этади, умуман ташқи қиёфага гўзаллик беради. Шунинг учун ҳам кўзойнакни танлашда юз суягининг шаклига, қошнинг кўринишига, сочнинг рангига қаралади. Кўрсатилганлардан ташқари кўзойнакнинг гардиши бошқаларнинг диққатини тортмаслиги, хуснига нуқсон туширмаслиги учун ярқирамайдиган ва қалин бўлмаслиги керак. Танланган кўзойнак бизнесмен юзига зич ёпишиб туриши лозим, акс ҳолда уни тузатиш учун доимий қилинадиган ҳаракат суҳбатдошнинг диққатини бўлиб юбориши ҳам мумкин. Яна бир нарсани эсдан чиқармаслик керакки, хонада ўтириб қуёшга қарши кўзойнакдан фойдаланмаслик керак.

Аёл бизнесменлар учун безак аксессуарлари ҳам катта аҳамиятга эга, чунки улар ёрдамида бизнесмен аёлларга хос

индивидуалликни намоён қилиши мумкин. Безак аксессуарлар ўзларининг катталиги, ранги бўйича суҳбатдошнинг диққатини тортмайдиган ҳамда қимирлаганда жарангламайдиган бўлиши шарт. Жаранг-журунг қиладиган билагузуклар дискасимон, катта ва ярқираб турадиган сирғалар, салмоқдор тўғнағичлар ва ҳалқалар ҳамда сунъий қимматбаҳо тошлардан ясалган безаклар ва мунчоқлар ҳам тавсия қилинмайди. Аёл бизнесменлар учун бир нечта арзон ва дидсиз безак аксессуарлардан кўра битта сифатли ва қимматбаҳо безакдан фойдаланиш афзаллироқ ҳисобланади.

Аёл бизнесменлар учун безак сифатида қуйидаги аксессуарлардан фойдаланиш тавсия қилинган:

- марварид (жемчуг);
- ярим қимматбаҳо тошлардан ишлаб чиқарилган маржонлар (ёқут, қахрабо маржон, аникс, сафсар рангли қимматбаҳо тош ва бошқалардан);
- антиквар безаклар ёки уларнинг сифатли нусхаслари;
- қора рангли тошли (ёқут, сафсар рангли қимматбаҳо тош) соч тўғнағичлари;
- ярим қимматбаҳо қора рангли тошли сирғалар;
- қимматбаҳо кўк ялтироқ тошли сирғалар.

Безак аксессуарлар, суҳбатдошларнинг диққатини бўлмаслигидан ташқари, улар ўлчами бўйича кичик бўлиши керак. Аксессуарлар қанча кичик бўлса, аёл бизнесменлар хуснига шунча хусн қўшади.

Аёл бизнесменларнинг соатлари ҳам кичик ўлчамли ва костюм стилига тўғри келиши керак.

Бизнесмен аёллар сумкаси ҳам улар аксессуарларидан асосийси ҳисобланади. Сумка ўзининг ўлчами, ранги бўйича аёл бизнесмен костюмига мос келиши ҳамда табиий чармдан ёки тимсоҳ терисидан тикилган бўлиши керак.

Умуман олганда, бизнесменлар аксессуарларининг сони ва сифати бизнесменнинг молиявий имкониятига боғлиқ бўлади.

## **2. Эркак бизнесменлар аксессуарлари**

Бизнесменлар тажрибасида кўлидаги тақинчоқлар ҳам катта аҳамиятга эга. Эркак бизнесменлар панжаларида уйланганлик тўғрисидаги узукдан ташқари яна битта узукка рухсат берилади. У ҳам бўлса, ранги ва ўлчами бўйича яққол кўзга ташланадиган бўлмаслиги керак.

Соат ҳам бизнесменнинг асосий аксессуарларидан бири ҳисобланади ва унинг имижини шакллантиришда катта аҳамиятга эга. Бизнесмен соати қимматбаҳо ва сифатли бўлиши шарт. Бизнесменлар соати учун натурал чармдан тайёрланган ёки оқартирилган темир тасма тавсия қилинади.

Ручка эркак бизнесмен учун ёзув қуроли сифатида хизмат қилишидан ташқари, асосий аксессуарлардан бири ҳисобланиб, унинг имижини шакллантиришда ёки мустаҳкамлашда катта аҳамиятга эга. Унинг учун бизнесмен авторучкаси қимматбаҳо ва сифатли, оригинал бўлиши шарт.

Кўкрак чўнтаги рўмолчаси бизнесмен костюмига тугалланган кўриниш беради ва шу сабабли костюм учун асосий қўшимча элементлардан бири ҳисобланади. Лекин нуфузли бизнес

корхоналарида кўкрак чўнтаги рўмолчаси билан ишга келиш амалда қабул қилинмаган. У асосан ишдан кейин ташкил қилинадиган учрашувларда тақилиши мумкин.

Дастрўмол эркак бизнесменларда доимо иккита бўлиши керак. Унинг биттаси мақсадли ишлатилса ва костюм шимининг чўнтагида сақланса, иккинчиси эса доимо тоза бўлиши ва костюм пиджагининг ички кўкрак чўнтагида сақланиши шарт.

Эркак бизнесменлар учун ҳам кўзойнак катта аҳамиятга эга. Уни танлашда ҳам аёллар кўзойнагини танлашга қўйиладиган талаблар ҳисобга олинади. Фақат шу нарсани эсдан чиқармаслик керакки, кўзойнак нуфузли ва таниқли фирмалар маҳсулоти бўлиши керак.

Эркак бизнесменлар учун ҳамкорлар билан учрашув ва суҳбатларда ҳамда кечки тантанали вазиятларда кўйлак манжетига ўтказиладиган запонкалар ҳам ўта катта аҳамиятга эга бўлиб, улар ўз соҳибининг молиявий аҳволидан ҳамда имиж даражасидан дарак беради. Шунинг учун ҳам запонка қимматбаҳо ва оригинал бўлиши шарт. Запонка асосан галстук қисқичига мослаб танланади. Шу бооисдан ҳам магазинларда запонка ва галстук қисқичлари бирга қўшилиб сотилади. Запонкалардан кечки пайтда кийиладиган кўйлаklar учун фойдаланилади.

Муваффақиятли бизнесменларга бугунги кунда ананавий сумка ўрнига планшетга ўхшаган узун боғли кейс ва сумкалар тавсия қилинади. Уларнинг ўлчами ва ранги асосий кийим ранги ва стилига мос келиши керак.

Қўлқоп ва шарифни танлашда ҳам бизнесмен ўзининг пардоз элементларига қараб танлаш керак. Чунки, улар бизнесмен кийимининг бошқа элементлари билан уйғунлашиши ва уларни тўлдириши шарт.

Таянч иборалар:

аксессуар, кўзойнак, безак аксессуарлари, узук, соат, ручка, кўкрак чўнтаги рўмолчаси, дасрўмол, запонка, сумка, қўлқоп ва шарф.

Назорат саволлари:

1. Бизнесменлар аксессуарларига нималар киради?
2. Аёл бизнесменлар кўзойнагининг аҳамияти нимада ва қандай танланади?
3. Аёл бизнесменларнинг безак аксессуарларини нималар ташкил қилади?
4. Аёл бизнесменларга безак сифатида қайси материаллардан тайёрланган аксессуарлар тавсия қилинади?
5. Эркак бизнесменлар узуклари, соатлари ва ручкалари қандай бўлиши керак?
6. Эркак бизнесменлар дастрўмоли нечта бўлиши керак?
7. Запонкалар қандай танланади ва қайси вазиятларда улардан фойдаланилади?

### **3. Аёл бизнесменлар иш кийимлари**

Аёл киши қаерда яшаши, қаерга бориши ва фаолиятнинг қайси тури билан шуғулланишидан қатъий назар, гўзал бўлиши керак. Албатта, бу талаб биринчи навбатда аёл бизнесменларга тааллуқлидир. Аёл бизнесменлар гўзаллигини янада нафислаштиришда уларнинг иш кийимлари катта аҳамиятга эга.

Охирги йилларда республикада аёл бизнесменларнинг умумий сони ва ораста кийинадиганларнинг ҳам сони кўпайиб бормоқда, чунки нафақат индивидуал бизнеснинг, балки бизнес

корхоналарининг муваффақияти ҳам, бундан олдин таъкидланганидек, бизнесменларнинг ораста кийиниши билан бевосита боғлиқ. Бундан ташқари, аёл бизнесменлар кийими уларнинг нафақат молиявий имкониятини, бундан ташқари, тарбияланганлигини, маданиятлилигини ва хизмат этикети қоидаларини яхши билишларини намоён қилади.

Аёл бизнесменларнинг ҳам асосий иш кийими костюм ҳисобланади. Улар костюми нафақат пиджак ва шимдан, пиджак ва юбкадан ҳам иборат бўлиши мумкин. Бундан ташқари, аёл бизнесменлар блузка билан юбка ва узун кўйлакда ҳам хизмат фаолиятларини олиб боришлари мумкин.

Бундан олдин таъкидланганидек, Европа мамлакатларининг аксарият компанияларида ранги ва бичилиши ҳамда тури бўйича қабул қилинган иш кийимларида фаолият кўрсатилади. Уларнинг баъзиларида иш кийими сифатида аёл бизнесменлар учун фақат костюм, баъзиларида эса кўйлак ёки блузка билан юбка қабул қилинган бўлса, қолганларида эса иш кийимининг уччала турига ҳам рухсат берилади.

Европача бизнес-этикет қоидаларига кўра бизнесмен аёллар гардеробида қуйидаги иш кийим турларининг бўлиши тавсия этилади:

- минимум битта классик костюм;
- юқори сифатли узун енгли кўйлак ёки блузка;
- туфли;
- хушбичимли пиджак;
- тақинчоқлар.

Шуни эсдан чиқармаслик керакки, атрофдагиларда ўз тўғрисида яхши таассурот қолдиришни истайдиган ҳар бир аёл, қайси корхонада, қайси кийим турини кийиб ишлаш қабул қилинганлигидан қатъий назар, кийиладиган кийим турларини ва тақинчоқларни тўғри танлай олиши керак. Агар бизнесмен аёлнинг ўзи танлай олмаса, бундан олдин таъкидланганидек, имижмейкерларга мурожаат қилиш лозим.

Таянч иборалар:

гўзал, гардероб, танлаш.

Назорат саволлари:

1. Иш кийимининг аёл бизнесменлар учун қандай аҳамияти бор?
2. Аёл бизнесменлар гардеробида иш кийимларининг қайси турлари бўлиши керак?

#### **4. Аёл бизнесменлар иш кийимларини танлашга ва кийишга қўйиладиган талаблар**

Костюм кийиб фаолият қилишга рухсат берилган бизнес корхоналарида аёл бизнесменларнинг асосий иш кийими костюм ҳисобланади. Аёл бизнесменларнинг костюмини танлашда унинг материалига, рангига ва бичилиб–тикилишига катта эътибор берилиши лозим. Уларнинг костюмлари ғижимланмайдиган материалдан тикилган бўлиши керак. Аёл бизнесменлар учун европача этикет қоидаларига кўра юқори сифатли қора, тўқ - кўк, кулранг ва кул-жигар рангли костюм ва пиджаклар тавсия қилинади.

Бизнесмен аёлларнинг костюми нафақат нозик жун ва инглиз твин газламасидан, сатиндан, жиласиз шойидан, бахмалдан ҳам

тикилган бўлиши мумкин. Аёллар костюмининг рангини танлашда ҳам эркак бизнесменлар костюмининг рангини танлашга қўйиладиган талабларга амал қилиши керак.

Аёл бизнесменлар костюмининг пиджаги бир ёки икки бортли, узунлиги бўйича эса сонидан пастироқ ёки сонига етиб турадиган бўлиши керак. Улар костюмининг тугмалари суякдан ишлаб чиқарилган, мато ёки чарм билан қопланган бўлиши шарт. Бундан ташқари, тугмалар ранглари костюм ранги билан уйғунлашган бўлиши керак. Костюм пиджаги елкаси кенгайтирилган ва сал-пал кўтарилган бўлиши лозим. Костюм шими классик тарзда (стилда) пастга қаратиб, торайтириб бичилган бўлиши шарт.

Битта сифатли костюм ҳамма тадбирларга ҳам кийилавермайди. Агар бир рангли сифатли костюм битта тадбирга кийилган бўлса, уни бошқа тадбир даврида кийиш тавсия қилинмайди. Масалан, этикет талабларига кўра пахта газламасидан (сатин) тикилган костюм фақат хизмат юзасидан ресторанларда ва очик ҳавода ҳамкасблари билан бирга овқатланишда кийилиши мумкин. Оқ рангли костюм фақат ёз вақтида кечқурунги овқатланиш тадбирларида кийилади. Ингичка йўлли матодан тикилган костюмни фақат куннинг иккинчи ярмида ўтказиладиган расмий тантаналарда кийиш тавсия қилинган ва ҳ.к. Пиджак ва шимдан иборат аёл бизнесменлар костюми фақат кечқурунлари кийилади.

Бизнесмен аёллар костюми блузка билан кийилади. Унинг ранги монотон бўлиб, костюм рангига тўғри келиши керак. Қора ва

тўқ - кўк костюм оқ, очик рангли костюмлар эса қора ёки очик рангли блузкалар билан кийилади.

Агар бизнес корхонада қора ёки тўқ - кўк рангли узун кўйлак ёки юбка иш кийими сифатида қабул қилинган бўлса, кўйлак оқ-қора рангли шарф, юбка эса енги узун оппоқ блузка ёки енги узун оқ кўйлак билан кийилади.

Амалда қабул қилинган бизнес-этикет қоидаларига кўра ёқаси чуқур ўйилган узун кўйлак (декольте) кийиб ишга келиш мумкин эмас, чунки бундай кўйлак ёқасидан бюстгалтер елка боғлари кўриниб туради. Худди шунингдек, тагидан қорни кўриниб турадиган калта блузкага ўхшаган кийимларни кийиб ишлаш бизнес фаолиятида умуман ман қилинган.

Маълумки, юбка узунлиги у соҳибининг ички маънавияти ва фаолиятининг йўналиши билан боғлиқ бўлади. Лекин бизнесда ишда кийиладиган юбка узунлигига ягона талаб қўйилади, у ҳам бўлса, унинг узунлиги тизза кўзидан баланд, оёқ болдирининг ўртасидан паст бўлмаслиги керак. Демак, бизнес фаолиятида калта юбка кийиб ишлашга рухсат берилмайди. Ёши улуғ ёки оёғида нуқсонлари мавжуд аёл бизнесменлар учун болдиригача тушиб турадиган юбка тавсия қилинади. Умуман, бизнесмен аёллар юбкаларининг орқа томонидаги кесик 10 см. узун бўлмаслиги керак. Бизнесмен юбкаси қўл билан ишлов берилган ёки фирмалоготипи солинган чарм камар билан кийилади.

Яна шуни эътиборга олиш керакки, кийиладиган узун кўйлак ёки юбка гавдага ёпишиб турадиган, яъни тор, бўлмаслиги керак,

чунки тор кийим тагидан ич кийим шакли, баъзан ранги якқол кўзга ташланиб туради.

Бизнесмен аёлларнинг ишда кийиши керак бўлган оёқ кийимига ҳам қатъий талаб қўйилади: биринчидан, оёқ кийими натурал чармдан тикилган, ранги эса қора, тўқ кўк, жигар – кулранг ва натурал чарм ранги тусида бўлиши мумкин; иккинчидан, аёл бизнесменлар оёқ кийимларининг ранги ҳам костюм, узун кўйлак ёки юбка рангига қараб танланади. Европача бизнес тажрибасида аёл бизнесменлар учун пошнасининг баландлиги 5.0 дан 7.5 см гача бўлган туфли – кемача тавсия қилинади. Ҳар қандай вазиятда ҳам уй ва спорт оёқ кийимларини кийиб бизнес фаолиятини кўрсатиш ман этилади.

#### Таянч иборалар:

ораста, гардероб, костюм, костюм ранги, бортли, блузка, юбка, оёқ кийим.

#### Назорат саволлари:

1. Аёл кишилар ораста кийинишининг қандай аҳамияти бор?
2. Аёл бизнесменлар костюмига қандай талаблар қўйилади ва у нима билан кийилади?
3. Бизнесмен аёлларнинг узун кўйлакларига қандай талаблар қўйилади?

### **6-маъруза: Тантанали вазиятларда кийиладиган бизнесменлар кийимлари**

1. Эркак бизнесменлар кийими
2. Аёл бизнесменлар кийими

Бизнесменларнинг кундалик иш кийими тантанали вазиятларда кийиладиган кийимдан фарқ қилади, чунки тантанали

қабулларга асосан махсус таклифномалар бўйича таклиф қилинади. Уларга таклиф қилинаётган тадбирларга кийиб келиш кийимига қўйиладиган талаблар кўрсатилади. Агар сиз таклиф бўйича тантанада иштирок этишга розилик берган бўлсангиз, унда кўрсатилган талабларга кўра кийиниб боришингиз керак. Агар таклифномада инглиз тилида “blac tie” иборалари ёзилган бўлса, у расмий галстукда ёки смокингда келиш кераклигини билдиради.

Агар эркак бизнесменлар Европа мамлакатларида “Кечкурунги коктейль ёки кечки овқатга” таклиф қилинса, одатда унга қора костюм, бир хил рангли (асосан оқ) кўйлак, галстук, ярқираган ҳолгача тозаланган қора туфли ёки ярим ботинка кийишиб келишади.

Агар эркак бизнесмен “Смокингли расмий қабул” га таклиф қилинган бўлса, смокинг (қора мовутдан тикилган, қайтарма шойи ёқали костюм), подтяжкали камарсиз шимда ва ярқираган ҳолгача тозаланган қора туфлида ёки ботинкада келиши лозим.

Агар эркак бизнесмен киши “Фракли жиддий расмий қабул” га таклиф қилинган бўлса, у фракда (олдинги этаги қисқа, орқа этаги узун эркак кийими), тик ёқали ва запонкали крахмалланган оқ кўйлакда, пике (ғижим қилиб тўқилган матодан тайёрланган) галстукда, ярқираган ҳолгача тозаланган қора туфлида ёки ботинкада ҳамда оқ қўлқопда келишлари шарт.

Таянч иборалар:

“Кечкурунги коктейль” ёки “Кечки овқат”, “Смокингли расмий қабул”, “Фракли жиддий расмий қабул”

Назорат саволлари:

1. Агар бизнесмен “Кечкурунги коктейль” ёки “Кечки овқат” қабулига таклиф қилинган бўлса, у қандай кийиниши керак?

2. “Смокингли расмий қабул” га таклиф қилинган эркак бизнесменларнинг кийинишига қандай талаблар қўйилади?
3. “Фракли жиддий расмий қабул” га таклиф қилинган эркак бизнесменлар қандай кийимларда келишлари керак?

## **2. Аёл бизнесменлар кийими**

Ушбу бандда юқорида кўрсатиб ўтилган қабул турларида аёл бизнесменларнинг кийинишига қўйиладиган талаблар кўриб чиқилади. “Кечқурунги коктейль” ёки “Кечки овқат” қабулида иштирок этишга розилик берган аёл бизнесменлар қуйидагича кийинишлари лозим: калтароқ қора аёллар кўйлаги ёки кеча костюми.

Агар аёл бизнесмен “Смокингли расмий қабул” га таклиф қилинган бўлса, у албатта узун ёки калта кеч кўйлақда ва унга мос келадиган туфлида келиши лозим.

“Фракли жиддий расмий қабул” да иштирок қиладиган аёл бизнесменлар балда кийиладиган кўйлақда ва узун оқ қўлқопда келиши керак.

### Таянч иборалар:

“Кечқурунги коктейль” ёки “Кечки овқат”, “Смокингли расмий қабул”, “Фракли жиддий расмий қабул”

### Назорат саволлари:

1. “Кечқурунги коктейль” ёки “Кечки овқат” қабулига таклиф қилинган аёл бизнесменлар қандай кийинишлари керак?
2. “Смокингли расмий қабул”га таклиф қилинган бизнесмен аёллар кийимини биласизми?
3. “Фракли жиддий расмий қабул”да иштирок этиш учун бизнесмен аёллар қандай кийинишлари шарт?

**III-мавзу. Хизмат соҳаси бизнес корхоналарида ўзаро  
муносабат қилишнинг этик қоидалари**

**7-Маъруза. Бизнес корхоналарида ўзаро муносабат  
қилишнинг этик қоидалари**

1. Бизнес корхона ва унга қўйиладиган этик талаблар
2. Бизнес корхоналарида муносабат қилиш қоидалари
3. Бизнес корхоналарида саломлашиш ва танишиш этикети қоидалари
4. Бизнес корхоналарида ўзаро муносабат қилиш қоидалари

Бизнес корхонага таъриф беришдан олдин корхона тўғрисида маълумотга эга бўлиш ушбу банд материалларини ўқувчилар томонидан яхши тушунишга имкон беради. “Туризм, меҳмондўстлик, сервис: луғат – маълумотномаси”да берилган тавсифга кўра корхона деганда одамларнинг талабини қондириш ва фойда олиш мақсадида маҳсулотлар ишлаб чиқариш, маълум бир ишларни бажариш ҳамда хизматлар кўрсатиш учун барпо этилган ва мамлакат қонунлари асосида ташкил қилинган ва фаолият қиладиган хўжалик юритишнинг мустақил объекти тушунилади.

Корхона ўзига хос фаолият турини мустақил равишда амалга оширади, ишлаб чиқариш маҳсулотига ва олган фойдасига ўзи эгалик қилади. Келтирилган тавсифдан хулоса қилиб, шунини таъкидлаш мумкинки, бизнес корхона деганда бизнес хизмати бўйича истеъмолчилар талабини қондириш, фойда олиш мақсадида барпо этилган ва фаолият қиладиган хўжалик юритувчи мустақил объект тушунилади. Бизнес корхоналарга, бизнес турига қараб, бизнесменлар ўз касби бўйича бирлашади.

Корхона таърифидан кўриниб турибдики, унинг охирги мақсади фойда (даромад) олиш ва унга эгалик қилишдан иборат.

Ҳалоллик (поклик), очик–ойдинлик, берилган ваъдага содиқлиги, корхона маҳсулоти ёки хизмати истеъмолчиларини ҳурмат қилиш каби ҳамда корхона ва истеъмолчи, бизнес–корхоналар, бизнес–корхона ва давлат ўртасидаги ахлоқий мезон ва меъёрлар бизнес корхоналарнинг этик қоидаларини ташкил қилади. Улардан кўриниб турибдики, бизнес корхона истеъмолчиларни, ҳамкорларни ва давлатни алдамасдан ҳамда ҳар қандай найранг йўлларга ўтмасдан ҳалоллик билан олинган фойдага эгалик қилиши керак. Бундан ташқари, бизнес корхоналардан жамият олдида турган мақсадларга эришишга кўмаклашиш ҳам талаб қилинади. Шундай қилиб, бизнес корхоналар ўзи фаолият кўрсатаётган жамият олдида жавобгар бўлиб, олган фойданинг маълум бир қисми жамият эҳтиёжи, манфаати ва унинг такомиллашиши учун сарф қилиниши шарт.

Мамлакат иқтисодий аҳволининг ҳолатига қараб бизнес корхонага этик талаблар турли даражаларда қўйилиши мумкин. Масалан, мамлакатнинг барқарор иқтисодиётга эришишга интилиш даврида бизнес корхоналарга ушбу шароитларга мослашиш ва омон қолиш, иш жойларини ва малакали ходимларни сақлаб қолиш, фойда олиш ҳамда рақобатбардош бўлиш талаблари қўйилади. Мамлакат иқтисодиётининг барқарорлаши билан бизнес корхоналар олдида қўйиладиган этик талабларнинг моҳияти янада ошади ва кенгаяди. Масалан, барқарор иқтисодиёт даврида бизнес корхоналар олдида муҳтожларга (болалар уйи, қариялар уйи,

пензионерлар, ногиронлар ва бошқалар) ёрдам бериш, корхонанинг социал жавобгарлик даражасини янада ошириш ва янги иш жойларини ташкил этиш талаблари қўйилади. Социал жавобгарлик деганда бизнес корхонанинг ихтиёрий равишда корхона ходимларининг, қишлоқ, шаҳар ва ўз мамлакати аҳолисининг социал муаммоларини ҳал қилишга ёрдам бериши тушунилади.

Таянч иборалар:

корхона, бизнес корхона, фойда (даромад), бизнес корхона этикаси, эришишга интилиш даври, барқарор иқтисодиёт.

Назорат саволлари:

1. Корхона деганда нимани тушунаси?
2. Бизнес корхона деганда қандай корхона тушунилади?
3. Бизнес корхонанинг этикасини қайси ахлоқий мезон ва меъёрлар ташкил қилади?
4. Бизнес корхона этик меъёрларига қандай омиллар таъсир кўрсатади?
5. Бизнес корхонанинг социал жавобгарлиги деганда нима тушунилади?

## **2. Бизнес корхоналарида муносабат қилиш қоидалари**

Ҳаётда ҳар куни кўчада, жамоат жойларида, ҳатто ўқув муассасаларида ва оилада ҳамда хизмат кўрсатиш корхоналарида қўпол ва дағал, ҳатто хотин–қизларга нисбатан, сурбетларча муносабат қилишнинг гувоҳи бўламиз. Одамларнинг бир–бирларига нисбатан бундай қўпол муносабат қилиши улар маънавий савиясининг пастлиги ва муносабат воситаларидан тўғри фойдаланаолмасликларининг натижасидир.

Одамлар ўртасидаги муносабат қоидаларининг асосини сўзлар, овоз оҳанги, бир–бирларига қараб боқиш ва имо–ишоралар

ташкил қилади. Улар махсус адабиётларда инсоний муносабат воситалари ёки белгиси деб номланади. Одамларнинг бир–бирларига қараб-боқиши, сўзларни танлаб ишлатиши ва талаффуз қилиш оҳангига қараб улар тўғрисида жуда ҳам кўп нарсани билиб олиш мумкин.

Сўз муносабатга тушиш воситаларининг энг муҳими ҳисобланади. Сўзлар орқали корхона ходимлари бир–бирларига жипслашади, корхона, одамлар фаолияти бошқарилади, керакли маълумотлар олинади, хизмат кўрсатиш ишлари амалга оширилади. Сўз орқали ходимлар бир–бирларига бўлган муносабатларини, шоду–хуррамликларини, ҳис-туйғуларини, фикр-таклифларини, йўл-йўриқларини дунёқарашларини ва ҳатти-ҳаракатларини ифодаलाшади.

Ўзаро муносабатнинг асосий воситаси сифатида бизнес корхона ходимлари учун сўзнинг аҳамияти жуда ҳам катта. Сўзларнинг аҳамияти уларни танлаб талаффуз қилиш билан бевосита боғлиқ. Баъзи бир сўзлар жуда ҳам ёқимли, назокатли, мулойим, суҳбатдошнинг қўлоғига ёқадиган ва кайфиятини кўтарадиган бўлади; баъзилари эса, кўпол, дағал, кўнгилни қолдирадиган, кайфиятни бузадиган бўлиши мумкин. Шу сабабли ҳам маданий бизнес муносабатларида айтиладиган сўзларнинг маъносига, ёқимли сўзларни танлаб ишлатишга, уларнинг мазмунини етказиш оҳангига, қараб–боқишига, юзи ва кўзининг ҳолатига, имо–ишораларга катта аҳамият бериш талаб қилинади, чунки ёмон сўз, имо–ишоралар ва қараб–боқишлар муносабат иштирокчиларининг кўнгилни “жароҳатлаши”, очик чехра ва

назокат билан айтилган сўзлар эса суҳбатдош кўнглини “даволаш” ва кайфиятини яхшилаш хусусиятига эга.

Бизнесменларнинг бир–бирлари ва ҳамкорлари билан қиладиган муносабатлари фикрнинг равон баён этилишини, қўлланишдан чиқган кўча сўзларини ҳамда суҳбатдош кўнглини ранжитадиган ва беҳаё ибораларни ишлатмасликни, ножўя гапларни гапирмасликни, шева сўзларни ишлатмасликни, ўз фикрларини фақат адабий тилда баён этишни талаб қилади. Ўзаро ва расман муносабатларда суҳбатдошнинг лавозимини, ёшини, жинсини, динини ва бошқа хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда мулоқот қилиш лозим.

Муомала қилиш маданияти бизнесменлардан бир–бирларининг фикрларини бузмасдан охиригача тинглашни ва тинглаш даврида чехрасининг очик бўлишини ва барча ҳатти–ҳаракати билан суҳбатдошга бўлган ҳурматини ўзининг чехрасида ва ҳатти–ҳаракатларида ифодалаб туришларини тақозо қилади.

Маънавий маданиятли ва маърифатли бизнесменлар ўртасидаги мулоқот тарзи бутун бир санъат ҳисобланади. Шунинг учун томонларнинг муомала қилишига қараб суҳбатдошнинг маданияти, савияси тўғрисида аниқ маълумотлар олиш мумкин. Маданиятли ва юқори савияли бизнесменлар ўртасида бўладиган мулоқот бошқа тингловчилар учун катта мактаб бўлади деса хато бўлмайди.

Сўзлардан ташкил топган гаплар мазмуни мулоқот даврида суҳбатдошга ҳар хил (юқори, паст, гоҳо юқори, гоҳо паст, бақириқ, узик–узик) оҳанглар ёрдамида суҳбатдошга етказилади.

Бизнесменларнинг ўзаро суҳбатлашишида, баҳслашишида, саволларга жавоб беришида, бировларнинг фикрини мулоҳаза қилишида овоз оҳанги катта аҳамиятга эга, чунки тўғри ва жойида ишлатилган сўзлар ҳам жаҳл билан, менсимай, яъни камситиб ёки кўпол ҳолда талаффуз қилинганда дилга озор беради, суҳбатдош ва бошқа мулоқот иштирокчиларида ёмон таассурот қолдиради. Оҳанги меъёрида талаффуз қилинган ёқимли ва тўғри сўзлар суҳбатдошга далда беради, кайфиятни кўтаради, яъни кўллаб-қувватлаш сирига эга. Шу боисдан ҳам мулоқот қилиш даврида гапириладиган гаплар оҳангига катта эътибор бериш лозим.

Бизнесменларнинг бир-бирлари ва раҳбар ходимларнинг қўл остидаги ходимлар билан мулоқотга тушишида қараб-боқишлар ҳам жуда катта аҳамиятга эга, чунки очиқ табассумли чехра ва хушмуомалалик суҳбатдош кўнглининг очиқлигидан ва сизга нисбатан ҳеч қандай ғарази йўқлигидан дарак беради. Ёмон қарашлар ва хумрайган чехра одамнинг баджаҳллиги, тажанглиги ва сиз билан гаплашиш ҳоҳиши йўқлиги белгиси ҳисобланади.

Имо-ишоралар ҳам бизнесменларнинг ҳамкасблари билан муносабатга тушишда катта аҳамиятга эга. Имо-ишоралар одамлар ҳис-туйғуларининг, фикр ва кайфиятларининг овозсиз “тили” деб аталади. Улар ҳам очиқ кўнгилли, хафа қиладиган, чиройли ёки кўпол бўлиши, мойиллик ёки хушкўрмасликни келтириб чиқариши мумкин. Масалан, мулоқот даврида имо-ишоралардан кўп фойдаланиш одамнинг ҳовлиқмалиги, ўзини тутаолмаслиги, тажанг ва йиғноқ фикрсизлигининг белгиси ҳисобланади. Худди шунингдек, мулоқот даврида гавданинг ҳолатига ҳам эътибор

бериш, унинг ғайриихтиёрий ҳолатда бўлишига йўл қўймаслик, қашинмаслик, ҳатто оилада ҳам очиқ эснамаслик, мулоқот жойларида тупламаслик, нос ёки сигарет чекмаслик керак, чунки бундай ҳатти-ҳаракатлар ўта маданиятсизлик ва бошқаларга нисбатан ҳурматсизлик белгиси ҳисобланади. Шу боисдан бизнесменлар мулоқот воситаларидан жуда ҳам эҳтиётлик билан фойдаланишлари керак.

#### Таянч иборалар:

қўпол, дағал; муносабат қоидалари асоси; сўз; равон, қўлланишдан чиқган, қўча сўзлари; санъат; сўз оҳанги; қараб боқишлар; имо-ишоралар.

#### Назорат саволлари:

1. Муносабат қоидаларининг асосини нималар ташқил қилади?
2. Сўзнинг аҳамияти нимада?
3. Бизнесменларнинг бир-бирлари ва ҳамкорлари билан муносабат қилиши қандай талабларга асосланади?
4. Ўзаро, расман муносабатларда суҳбатдошларнинг қайси хусусиятлари ҳисобга олинади?

### **3. Бизнес корхоналарида саломлашиш ва танишиш этикети қоидалари**

Ҳар бир жамият ўзининг урф-одатлари, расм-русумлари ва рамзлари дунёсида яшайди. Улар саломлашишга ҳам тегишли бўлиб, қадимий урф-одатлардан бири ҳисбланади. Агар сиз бугунги кунда “Бугун сиз овқатландингизми?” ёки “Сизнинг молларингиз омонми?” деган сўзларни этишсангиз, албатта ҳайрон бўлар эдингиз!. Айнан қадимий хитойлик, монголиялик ва мисрликлар бир-бирлари билан учрашишганда худди шу сўзлар орқали саломлашишган. Бугунги кунда ҳам баъзи миллат ва

элатлар саломлашишнинг биз учун анъанавий бўлмаган шаклларидан фойданишади. Масалан, Африкада яшайдиган зулуслар бир–бирлари билан “Мен сени кўраяпман” сўзларини ишлатиб саломлашишса, лапландлар фақат бурунлари билан ишқалашади, самоанцлар эса бир–бирларини ҳидлашади. Саломлашиш қоидалари ҳам жамиятнинг ўзгариши билан шаклан ва мазмунан ўзгариб ва ривожланиб боради. Баъзи бир Европа мамлакатлари халқларига мансуб бош кийимини ечиб ёки озгина кўтариб саломлашиш шакли бундан олдин таъкидланганидек, қадимий римликлар урф–одатлари билан боғлиқ.

Саломлашишда қўл ушлаб кўришиш ҳам аجدодларимиздан қолган урф–одат меросларидан бири ҳисобланади. Қадимда қўл ушлашиб саломлашиш қўлида қуроли йўқлигини билдирган. Мусулмон дунёсида ҳам бир–бирлари билан учрашганда қўл бериб кўришиш тавсия қилинади. Ҳозирги вақтда саломлашишда қўл бериб, кўришиш барча халқларда стандарт ритуалга айланган.

Саломлашиш бошқаларга нисбатан ҳурмат хайрихоҳлик, саломлашмаслик ёки пала–партиш саломлашиш эса ота–онага, ҳамкор ва ҳамкасбларга, таниш–билишларига, қариндош ва уруғларга, ўртоқларига ва жамиятнинг атрофдаги бошқа аъзоларига нисбатан беҳурматлик ва ўта маданиятсизлик белгиси ҳисобланади. Шу сабабдан бўлса керакки, ислом дини икки киши учрашганда уларнинг кайфияти ва муносабати қандай бўлишидан қатъий назар, саломлашишларини ва саломга тезликда тушунарли ҳамда аниқ эшитадиган даражада алик олишларини тақозо қилади. Шунинг учун ҳам одамлар ота–оналари, ҳамкасб ва ҳамкорлари, қариндош,

уруғлари, ўртоқлари ва таниш–билишлари билан учрашганларида албатта саломлашишлари керак. Европача ва шарқона этикет қоидалари бўйича ҳам қўл бериб кўришилади. Ўзбекистонда қишлоқ жойларда нафақат танишлар билан, нотаниш кишилар билан ҳам саломлашиш этикети қабул қилинган, чунки қишлоқ жойларда кўчаларда учрайдиган одамларнинг сони кам бўлади. Лекин нотаниш кишилар билан саломлашишда қўл бериб кўришиш одатга айланмаган. Шаҳарларда ҳамма билан саломлашишнинг имконияти йўқ. Шунинг учун ҳам шаҳарларда таниш–билишлар, ҳамкор ва ҳамкасблар билан саломлашиш қабул қилинган.

Саломлашиш ва танишиш корхона ходимлари ўртасидаги муносабатларнинг бошланиши ҳисобланиб, уларнинг бир–бирларига бўлган ҳурматини билдиради. Шунинг учун ҳам ҳар бир ҳолатда саломлашаётган кишига нисбатан хушмуомалада ёқимли сўзлар орқали ўзларининг яхши ниятларини тилашади.

Катта лавозимдаги ва жамиятда нуфузли обрўга эга бўлган таниш кишилар билан саломлашишда европача этик қоидалари бўйича уларнинг исми–шарифларини тилга олиб саломлашиш тавсия этилади.

Бугунги кунда, айниқса ёшлар ўртасида, саломлашишнинг “салют”, “салом” ва елкасига қўл билан қоқиб кўйиш каби шакллари ҳам ишлатилади. Лекин улар этикет қоидалари статусига эга эмас ва саломлашишнинг жаргон (қўпол) шакли ҳисобланади. Шу сабабли ҳам ўзини маданиятли деб ҳисоблайдиган бизнесмен уларни ишлатмасликка ҳаракат қилиши керак.

Бугунги кунда хизмат этикети, шу жумладан бизнес–этикет, доирасида саломлашадиган ва танишадиган кишиларнинг жинсини, ёшини ва лавозимини ҳисобга оладиган қатор этикет қоидалари шаклланган. Бу қоидалар, бундан олдин таъкидланганидек, одамларнинг бир–бирларига бўлган муносабатига ва кайфиятига боғлиқ бўлмайди.

Қўл бериб кўришиш саломлашишнинг корхона ходимлари ўртасида энг кенг тарқалган усули ҳисобланади. Саломлашишда қўл бериб кўришиш нафақат аёл кишилар ўртасида, аёл ва эркекларнинг бир–бирлари билан учрашувларида ва ҳайрлашишларида ҳам кенг қўлланилади. Бизнесменлар хизмат корхонасида қабул қилинган, ишдан кейин эса умумфуқаролк этикет қоидаларига итоат қилишади. Хизмат корхоналарида шундай вазиятлар бўладики, бир жинсли, тенг ёшли ва лавозимли икки бизнесмен учрашганда биринчи бўлиб ким саломлашиш керак? - деган савол, айниқса ёшлар ўртасида, тез–тез туғилиб туради. Амалда этикет қоидаларига кўра бундай вазиятда кимнинг маданият ва тарбия даражаси юқорироқ бўлса, у биринчи бўлиб саломлашади.

Корхонада аёл билан эркек киши учрашганда биринчи бўлиб, саломни эркек киши беради. Лекин қўл бериб кўришиш учун биринчи бўлиб аёл киши қўлини узатгандан кейингина эркек киши қўлини бериши керак. Эсингизда бўлсинки, этикет қоидаларига кўра алик олгандан кейин аёл киши қўлини чўзмаслиги ҳам мумкин. Аёл киши қўлини чўзишда қўлқопини ҳам ечмаслиги мумкин. Лекин эркек киши кўришишда қўлқопини ечиб кўришиши

шарт. Аёл кишининг ўзидан ёши анча катта ёки мансаби баланд эркак кишилар билан саломлашишида ёки хайрлашишида эркак кишилар ҳам биринчи бўлиб қўлларини узатишлари мумкин.

Агар бизнес корхонада ёши кичик ходим ёши катта киши билан учрашганда биринчи бўлиб ёш киши салом бериши, лекин кўришиш учун эса биринчи бўлиб ёши катта киши қўлини чўзиши керак. Эркак кишилар бир–бирлари билан фақат қўлқопларини ечган ҳолда кўришишлари шарт.

Хизмат корхоналарида, шунингдек бизнес корхоналарда, лавозимдор икки киши учрашиб қолиши мумкин. Бундай вазиятда биринчи бўлиб кичик лавозимдаги киши салом бериши лозим. Лекин кўришиш учун биринчи бўлиб катта лавозимдаги шахс қўлини ўзатиши керак.

Хизмат даврида шундай вазиятлар бўладикки, масалан, бир неча ҳамкасб танишлар корхона биноси коридорида ёки ҳовлисида бирон нарса билан машғул бўлиб тўпланиб турган бўлишлари мумкин. Агар шу куни сиз улар билан кўришмаган бўлсангиз ва уларнинг ёнидан ўтишингиз лозим бўлса, биринчи бўлиб сиз салом беришингиз керак, қўл бериб кўришиш учун эса биринчи бўлиб алик олаётганлар қўлларини чўзишлари мумкин. Лекин тўпланиб турганлар қўлларини узатишда ҳам ёши катталик тамойилига амал қилишлари лозим.

Хизмат корхоналарида шундай вазиятлар бўладикки, кимдир ишга олдинроқ, кимдир кейинроқ (лекин иш вақти бошлангунча) келиши мумкин. Бундай вазиятда олдин келиб ўтирганларга кейин кириб келаётган ходим биринчи бўлиб салом бериши шарт.

Амалдаги этикет қоидаларига кўра биринчи бўлиб кўришиш учун икки томон ҳам бирданига қўлини чўзиши мумкин. Албатта, ҳаммадан олдин маънавий маданиятли киши қўлини чўзади.

Агар коридорда ёки корхона ҳовлисида шошилиб кетаётганингизда секин кетаётган танишлардан олдин ўтиб кетишингиз мумкин. Лекин сиз биринчи бўлиб салом беришингиз лозим.

Касбий корхоналар ходимларининг ишлаб чиқаришга (хизматга) нисбатан тенг ҳуқуқли бўлиши яна шуни тақозо қиладики, хизмат корхонасида ишлайдиган ходимлар ҳам, уларнинг раҳбарлари ҳам тенг ҳуқуқга эга. Шу сабабли ҳам этикет қоидалари уларнинг саломлашишда ҳам тенг ҳуқуқлилигини яна бир бор тасдиқлайди. Демак, касбий корхоналарда аёл кишилар ҳам, раҳбарлар ҳам хизмат корхоналарида биринчи бўлиб саломлашиш ва кўришиш учун қўлини узатиш ҳуқуқига эга. Маданиятли ва этикет қоидаларини яхши биладиган раҳбар ўзига бўйсўнадиган ходимларнинг биринчи бўлиб саломлашишини кўтиб турмасдан, ўзи биринчи бўлиб саломлашишга ҳаракат қилиши керак. Этикетнинг бу қоидаси раҳбарнинг ишга келиш вақтидаги ва ўз кабинетида корхонада ишлайдиганларни қабул қилишдаги саломлашишига ҳам тегишли. Раҳбар киши ўз кабинетида ўрнидан туриб салом бериши ёки саломга алик олиши керак.

Хизмат корхонасида содир бўлиши мумкин бўлган вазиятлардан яна бири шундан иборатки, корхона раҳбари хизмат юзасидан фаолият билан боғлиқ масалаларни ҳал қилиш учун ходимлар мажлисини ташкил қилади. Баъзи бир вақтларда

мажлисга бошқа корхона ва юқори ташкилот ходимлари таклиф қилинган бўлишлари ҳам мумкин. Маълумки, мажлисни ёки баҳсни корхона раҳбари бошқариб боради ва одатга кўра у мажлиснинг бошланишидан олдин келади. Раҳбар ходим тўпланиб ўтирганларнинг барчаси билан, улар билан бугун кўришган бўлишларидан қатъий назар, мажлисни бошлаш учун келгандан кейин ўтирганлар билан биринчи бўлиб саломлашиши шарт. Саломлашда ҳам унинг назари залда ўтирганларнинг фақат биттасига ёки бир нечтасига эмас, ҳаммага қаратилган бўлиши керак. Бундан ташқари раҳбар ишга келишда ёки мажлисни бошлашда залда ўтирган ходимларнинг ўрнидан туришини этикет қоидалари тавсия қилмайди. Шарқона этикет қоидалари ҳам мансабдор кишиларнинг биринчи бўлиб саломлашишини тақозо қилади, лекин ўтирган кишилар алик олишда (бундан йиғилишда ўтирганлар истисно) ўрнидан туришлари лозим.

Нуфузли бизнес корхоналарида ҳамкорлар ва бўлажак ҳамкорлар делегацияларини кутиш-кузатиш тез-тез содир бўлиб туради. Бундай ҳолларда корхона раҳбари бир вақтнинг ўзида бирданига бир неча делегация раҳбарларини қабул қилиши мумкин. Бундай вақтларда хонага охирида кирган делегация раҳбари биринчи бўлиб салом бериши ва саломга алик олишда хонада ўтирган делегация раҳбарлари ўринларидан туриб ўзларини таништиришлари керак.

Бизнесменлар корхонада ёки унинг ҳовлисида бегона кишиларни учратганда ҳам улар билан биринчи бўлиб саломлашишга ҳаракат қилишлари лозим.

Касбий корхоналарда, шу жумладан бизнес корхоналарда, ўз фаолиятини биринчи бошлаётганларни ва бошқа вазиятларда ходимларни бир–бирлари билан таништиришда ҳам маълум бир этикет қоидаларига риоя қилиниши керак. Корхоналарда шундай вазиятлар бўлиши мумкинки, эркак ва аёл кишиларни бир–бирлари билан таништириш зарур бўлиб қолади. Бундай ҳолларда биринчи бўлиб эркак киши аёлга таништирилади. Агар аёл киши ўтирган бўлса, эркакни таништиришда ўрнидан турмаслиги мумкин. Лекин амалдаги этикет қоидаларига кўра ўтирган аёл ўзидан ёши катта аёл киши ёки ёши улуғ эркаклар билан таништиришда ўрнидан туриши шарт. Амалдаги европача этикет қоидаларига кўра ҳали 18 ёшга тўлмаган қиз болаларни катта ёшдаги аёл ёки эркак кишилар билан таништиришда уларн ўрниларидан туриб танишишлари керак.

Бир корхонада ишлайдиган ҳар хил ёшдаги бир жинсли одамлар бир–бирлари билан танишишларида биринчи бўлиб ёши катта киши ўзини таништириши ва кўришиши учун қўлини узатиши лозим.

Кўрсатилганлардан ташқари бизнес ва бошқа хизмат корхоналарида шундай вазият юзага келиши мумкинки, ходим ва раҳбар бир–бирлари билан таништирилишлари лозим. Бундай ҳолларда аввал ходим раҳбарга, кейин раҳбар ходимга таништирилади. Таништиришда кўришиш учун биринчи бўлиб раҳбар ходимга қўлини узатади.

Агар икки мансабдор киши бир–бирлари билан танишмоқчи бўлсалар, ўзини биринчи бўлиб катта, кейин эса кичик мансабдаги раҳбар ўзини таништиради. Кўришиш учун ҳам биринчи бўлиб

катта мансабдаги раҳбар қўлини узатади. Иккита эркак кишини бир–бирлари билан таништириш керак бўлса, таништиришда иккаласи ҳам ўрнидан туришлари керак.

Иккита аёл кишини бир–бирлари билан таништиришда ҳам аввал ёши кичик ёши катта ёки лавозимдаги аёл кишига таништирилади, чунки бир хил жинсли кишиларни таништиришда уларнинг ёши ва мартабаси ҳисобга олинади.

Агар бир ёшдаги ва мансабдаги бир хил жинсли кишиларни бир–бирлари билан таништиришда таништирувчи киши аввал биринчи навбатда ўзига яқин кишини таништиради. Бу этик қоидадан ота–оналар билан таништириш истисно ҳисобланади, чунки бошқаларни, уларнинг жинси, ёши ва мансабидан қатъий назар, ота–она билан таништиради.

Хонага кирган кишининг у ерда турган киши билан саломлашишида биринчи бўлиб хонада турган киши ўзини таништиради. Бундан олдин таъкидланганидек, қабулхонага кирган делегация раҳбарларининг у ерда турган делегация(лар) раҳбар (лар)и билан саломлашиш даврида аввал хонада турганлар таништирилади.

Шундай қилиб, саломлашиш ва танишиш этикет қоидаларига итоат қиладиган бизнесменлар имижи доимо юқори, обрўси эса баланд бўлади.

#### Таянч иборалар:

урф–одат, расм–русум; қўл бериб саломлашиш; ният; хизмат этикети; учрашув ва хайрлашиш; бир жинсли, тенг ёшли ва лавозимли; аёл ва эркак; ёши кичик ва катта; тўпланиб турган;

олдинроқ ва кейинроқ; олдин ўтиш; аёл ва раҳбарнинг биринчи бўлиб саломлашиши; мажлис ва саломлашиш;

Назорат саволлари:

1. Саломлашиш урф–одатларини биласизми?
2. Саломлашиш одамларнинг бир–бирларига бўлган муносабати ва кайфиятига боғлиқ бўладими?
3. Одамлар саломлашишда бир–бирларига қандай тилаклар тилаши мумкин?
4. Қайси вазиятларда хизмат корхоналарида одамлар қўл бериб саломлашишади?
5. Бир жинсли, тенг ёшли ва лавозимли бизнесменлар бир–бирлари билан учрашганда ким биринчи бўлиб салом бериши керак?
6. Аёл билан эркак киши учрашганда ким биринчи бўлиб салом бериши ва кўришиши учун қўлини узатиши мумкин?
7. Ёши кичик киши ёши катта киши билан корхонада учрашганда биринчи бўлиб ким саломлашиши ва кўришиш учун ким қўлини узатиши керак, катта ва кичик лавозимдаги одамлар учрашганда-чи?
8. Тўпланиб турган кишилар ёнидан ўтаётган кишиларнинг саломлашишларида қайси этикет қоидаларига риоя қилиниши керак?
9. Ишга эртароқ ва кейинроқ келган кишилардан бир–бирларига ким биринчи бўлиб салом беради ва кўришиш учун қўлни ким узатиши керак?

#### **4. Бизнес корхоналарида ўзаро муурожаат қилиш**

##### **қоидалари**

Халқаро тажрибада хизмат корхоналарида, шу жумладан бизнес корхоналарида, ҳамкасблар бир–бирларига муурожаат қилишда унинг қуйидаги асосий шаклларида фойдаланишади: “сен”, “сиз” ва нейтрал шаклидан. Лекин ҳамма мамлакатларда ҳам муурожаат қилишнинг барча шаклларида фойдаланишавермайди:

баъзиларда фақат битта, баъзиларида эса учта шакли ҳам ишлатилади. Масалан, Англияда фақат битта “сен” шаклидан, Польша, Швеция ва Францияда катталарга ва бошқаларга мурожаат қилишда унинг учинчи нейтрал шаклларидан (пани, мадам) ҳам фойдаланишади. Дунёнинг қолган аксарият мамлакатларида ҳамкасблар бир–бирларига мурожаат қилишда унинг фақат “сен” ва “сиз” шакллари ишлатишади. Бундан Ўзбекистон хизмат корхоналарининг ходимлари ҳам истисно эмас.

Бу ерда шуни таъкидлаб ўтиш лозимки, аксарият Европа мамлакатларида, шу жумладан Россия Федерациясида, ҳамкасблар ўзларининг тенгқурларига, ёши кичикларга ва ўзига яқин кишиларга ва ёши, жинсидан қатъий назар, шу жумладан ота–оналарига, мурожаат қилишда унинг “сен” шаклидан фойдаланишади. Шунинг учун ҳам Европа мамлакатларида мурожаат қилишнинг “сен” шакли “сиз” шаклига нисбатан кенг тарқалган.

Ўзбекистонда мурожаат қилишнинг иккала шаклининг ҳам ишлатилишига қарамасдан унинг “сиз” шаклидан кўпроқ фойдаланишади ва фойдаланиш ҳам керак. Ўзбекистон хизмат корхоналарида ёши улуг, обрўли, мансабдор ҳамда нотаниш кишиларга мурожаат қилишда унинг “сиз” шакли кенг қўлланилади. Бундан ташқари шуни таъкидлаш керакки, умуман Ислом дини ёш болалардан ташқари барча таниш, ўта яқин ва нотаниш кишиларга, уларнинг жинси ва ёшидан қатъий назар, “сиз” деб мурожаат қилишни тақозо қилади; аёл кишилар эса ҳатто ўзидан 1 – 2 ёш эркакларга, умуман эрининг барча оға–иниларига,

хурмат юзасидан ҳатто ёш болаларга ҳам, “сиз” деб мурожаат қилиши керак; ота–оналарга, тенгқур ва ўзидан катта нотаниш кишиларга “сиз” деб мурожаат қилмаслик ўта ҳурматсизлик, яъни сурбетлик ҳисобланади. Умуман, Ўзбекистонда мансабдор, обрўли кишиларга, уларга қаерда ва қачон мурожаат қилинмасин, жинси ва ёшидан қатъий назар, “сиз” деб мурожаат қилишади.

Республика хизмат корхоналарида европача этикет қоидаларига ўтилиши натижасида ҳамкасб кишиларнинг бир–бирларига мурожаат қилишида унинг “сен” шакли ўзларидан кичикларга ва тенгқурларга нисбатан кенг қўлланилиб борилмоқда.

Ҳозирги вақтда европача этикет қоидаларига кўра хизмат корхоналари ходимларининг бир–бирларига нисбатан мурожаат қилишнинг “сиз” шаклидан “сен” шаклига ўтишнинг аниқ бир белгиси йўқ. Лекин эсдан чиқармаслик керакки, ўзига яқин касбдошларига ва тенгқурларига мурожаат қилишнинг “сиз” шаклидан “сен” шаклига ўтишни биринчи бўлиб ёши катталар ўзидан кичикларга, раҳбар ходимлар ўзларининг қўлостида ишлайдиган тенгқурларига, аёл кишилар эса эркак кишиларга таклиф қилишлари мумкин. Таклиф қилишда ҳам жуда эҳтиёт бўлиш керак, чунки таклиф қабул қилинмаса, таклиф қилган киши ноқулай аҳволга тушиб қолиши мумкин. Бундан ташқари европача халқаро этик қоидаларга кўра рухсат сўрамасдан эркакларга мурожаат қилишнинг “сиз” шаклидан “сен” шаклига ўтишга фақат аёл кишиларга ҳуқуқ берилади.

Шу нарса эсингиздан чиқмасинки, мурожаат қилишнинг “сиз” шаклидан “сен” шаклига ўтиш жуда ҳам осон. Лекин “сиз” шаклига

қайта ўтиш маданиятли бизнесмен учун жуда ҳам руҳан қийин бўлади. Шунинг учун ҳам орада биронта кўнгилхиралик чиқса ҳам ҳурмат қилиб “сиз” деб юрган кишингизни, уни камситиш ёки ҳўрлаш мақсадида, “сен” дейишга ҳаракат қилманг, чунки “бу ўтар дунё” деб бекорга айтилмаган, вақт ўтадию, фақат ўртада ҳафачилик қолади.

#### Таянч иборалар:

“сен” шакли, “сиз” шакли ва нейтрал шакли; Европа мамлакатлари ва Россия; Ўзбекистон хизмат корхоналари; Ислом дини; “сен” шаклидан “сиз” шаклига ўтиш.

#### Назорат саволлари:

1. Бир–бирларига мурожаат қилишнинг қайси шакллари биласиз?
2. Ўзбекистон касбий корхоналарида, шу жумладан бизнес корхоналарида, бир–бирларига мурожаат қилишнинг қайси шаклларидан фойдаланишади?
3. Ислом дини мурожаат қилишнинг қайси шаклидан фойдаланишни тақозо қилади?
4. Мурожаат қилишнинг “сиз” шаклидан “сен” шаклига ўтишни биринчи бўлиб ким таклиф қилиши керак?
5. Нима сабабдан биронта ҳафачилик бўлганда ҳам мурожаат қилишнинг “сиз” шаклидан “сен” шаклига ўтиш тавсия қилинмайди?

### **8-маъруза. Хизмат этикети**

1. Раҳбарларнинг қабул қилиш ва суҳбат ўтказиш этикети
2. Танқид қилишнинг этик қоидалари

Бозор иқтисодиёти даврида корхонанинг муваффақиятли фаолият қилишида раҳбар ходимларнинг билим савияларидан, тажрибасидан, ташкилотчилигидан ва обрўсидан ташқари, одамлар ҳамда ҳамкасблари билан муомала қилиш ва ўзини тута олиш

маданияти ўта катта аҳамиятга эга, чунки меҳнат фаолияти билан шуғулланадиган ҳар бир одам ўз вақтининг деярли 1/3 қисмини корхонада ўтказди. Иш вақтининг ўтказилиши ва ходимларнинг кайфияти корхона раҳбарининг раҳбарлик қилиш маданиятига ва санъатига боғлиқ бўлади.

Раҳбар этикети деганда унга бўйсўнадиган ходимлар ва атрофдагилар билан ҳурмат билан мулоқотга тушиш ва суҳбатлар ўтказишнинг этикет қоидалари тушунилади. Шунинг учун ҳам раҳбар ходим амалдаги этикет қоидаларини жуда ҳам яхши билишлари ва бу соҳада бошқаларга ўрнак бўлиши керак. Бундан ташқари, юқорида таъкидланганидек, раҳбар ўта ташкилотчи ҳам бўлиши лозим. Муомала қилиш қоидаларига риоя қиладиган ва муомала воситаларидан тўғри фойдаланадиган, ўзига бўйсўнадиган кишиларни ва бошқаларни ҳурмат қиладиган юқори маданиятли мутахассис раҳбарлигида ишлаш ходимларнинг ўз бурчларига эътиқод билан қараш туйғуларини шакллантиради, касбига бўлган ғурурини яна ҳам оширади, чунки бундай раҳбар томонидан бошқарилаётган жамоада ҳар бир ходимнинг ўз ишига ижодий ёндашишига, уларнинг соғлиғига, меҳнат унумдорлигига ва хизмат сифатининг ошишига ижобий таъсир кўрсатувчи муҳит вужудга келади. Ўзининг ҳамкасбларига ва бошқаларга нисбатан фаолияти ҳурматсизликка, сабр–тоқатсизликка ва беодобликка ҳамда қўполликка асосланган раҳбар корхонасида ходимларнинг ўз вазифаларига юзаки қарашига, ишларни сифатсиз бажаришга ва руҳий чарчашларга олиб келадиган жанжалли вазиятлар вужудга келади. Маълумки, одамларнинг руҳий чарчаши уларнинг

соғлиғига ва меҳнат унумдорлиғига салбий таъсир кўрсатади. Раҳбар бўлиб фаолият кўрсатишда, таъкидлаб ўтилган фазилатлардан ташқари уларнинг ички ва ташқи маданият савияси катта аҳамиятга эга. Шу сабабли ҳам бугунги бозор иқтисодиёти даврида ўзларига бўйсўнадиган кишилар ва бошқалар билан муомала қилиш маданиятига қуйидаги жамият талаблари қўйилади:

- самимийлик. Раҳбар ходим ўзининг қўлостида фаолият кўрсатадиган одамлар ва бошқалар билан, шу жумладан оила аъзолари ва дўстлари билан ҳам, самимий муносабатда бўлиши шарт. Раҳбар ходимларнинг одамлар, айниқса бирга ишлайдиган кишилар билан, қалбаки муносабатда бўлиши улар обрўсининг тушиб кетишига, натижада корхонада муоммали вазиятларнинг келиб чиқишига ҳамда кўрсатилаётган хизмат сифатининг кескин пасайиб кетишига олиб келади;

- хайрихоҳлик. Мутахассис – раҳбар ходимлар ўзларининг раҳбарлигида ишлайдиган ҳамкасбларига ва бошқаларга хайрхоҳлик билан қарашлари, уларнинг фикр-мулоҳазаларига кулоқ солишлари, корхона олдидаги муаммоларни ҳал қилишда фаол иштирок этишлари лозим. Акс ҳолда жамоа ва раҳбар ходим ўртасида низоли вазиятлар келиб чиқиши мумкин;

- ростгўйлик, яъни ҳаққонийлик. Раҳбар ходимлар ўзларининг қўлостида ишлайдиган ҳамкасбларига бир кўз билан қарайдиган, жамоа аъзоларини “яқин–узоқларга” ажратмайдиган ва доимо ҳаққоний гапларни гапирадиган бўлишлари лозим;

- ўз сўзининг устидан чиқа олиши раҳбар ходимларнинг асосий ахлоқий бурчлардан бири бўлиб, жамоага ва бошқаларга

берган ваъдаларининг устидан чиқаолишидир. Раҳбар ходимлар ва мутахассислар томонидан бу этик қоиданинг амалга оширилиши жамоа ва раҳбар ходимларнинг жипслашиб, қўйилган мақсад сари фаолият қилишларига имкон беради;

- вақтида бажариш. Бу кўрсаткич, яъни этик талаб, раҳбар ходимларнинг бурчларининг ўз вақтида бажарилишини билдиради. Этикет қоидаларига қатъий итоат қиладиган раҳбар ходим ишга ўз вақтида келиб кетади, ташриф буюрувчиларни кўрсатилган вақтда қабул қилади, берган ваъдаларининг устидан ўз вақтида чиқади. Раҳбарнинг бу фазилати унинг тарбияланганлик ва маданийлик кўрсаткичи ҳамда яхши муомала қилиш талабларидан бўлиб, дўстона муносабатларнинг ўрнатилиб бошланиши билан боғлиқ.

Маълумки, раҳбар ходимнинг ишчанлиги ва шахсий фазилатлари унинг раҳбарлигидаги жамоа аъзолари билан ишлашда намоён бўлади. Раҳбар ходимнинг асосий вазифаларидан бири жамоада жанжалли вазиятлар чиқишининг олдини олиш, агар бундай вазиятлар содир бўлганда ундан муваффақиятли чиқишнинг чораларини кўриш ҳисобланади. Унинг учун раҳбар ходим ўзининг раҳбарлигида ишлаётган кишиларни ҳурмат қилиш, улар билан дўстона муносабатда бўлиш, ҳар бир жамоа аъзосининг қўшган ҳиссасини ҳолисона моддий ва маънавий баҳолаш, ходимларнинг ҳатти-ҳаракатларини бошқаришнинг ҳуқуқий механизмларида фойдалана олиш қобилиятига эга бўлиши керак.

Юқорида кўрсатилганлардан ташқари раҳбар ходимларга инсоний фазилатлар билан боғлиқ талаблар ҳам қўйилади. Улар қуйидагилардан иборат:

- ўзининг қўлостида ишлайдиган ходимлар билан биринчи бўлиб саломлашишга ҳаракат қилиш;
- жамоа аъзоларининг шахсий илтимосларини ҳам мумкин қадар бажарилишига ёрдам беришга ҳаракат қилиш, лекин уларнинг бажарилишида ўзининг ҳиссаси борлигини ҳеч қачон эслатмаслик;
- ўзининг хатоларини ҳам тан олиш, ҳазилни кўтариш ва ўзининг қўлостида ишлайдиганларни қўллаб-қувватлаш;
- ўзининг қўлостидагиларга ва бошқа кишиларга нисбатан ҳатти-ҳаракатларини танқидий таҳлил қилиш;
- бировни хафа қилмаслик, бошқаларга захрини сочмаслик, ўч олмаслик, бировнинг қачондир қўйган хатосини юзига солмаслик;
- бир кишининг гапини иккинчи кишига етказмаслик, ўзининг мақсадига эришиш учун одамларни бир-бирига қарама-қарши қўймаслик ва бошқалар.

Раҳбарлар ўзларининг иш фаолияти юзасидан нафақат раҳбарлигида ишлайдиган ходимлар билан, балки бошқа кишилар билан ҳам мажбурий муомалага тушади. Унинг учун ҳар бир раҳбар ходим ташриф буюрувчиларни қабул қилиш ва улар билан гаплашишда инсониятга хос бўлган этикет қоидаларига риоя қилиши шарт.

Раҳбар ходимларнинг ҳузурига ташриф буюрувчиларни, шу жумладан корхона ходимларини, қабул қилиш маданияти нафақат хушмуомалали бўлишни, қабул хонаси маданиятини ва ташриф буюрувчиларни қабул қилиш шакллари ҳам ўз ичига олади.

Маданиятли раҳбар ташриф буюрган шахсни, унинг

кимлигидан, ёшидан ва бошқа хусусиятларидан қатъий назар, ўрнидан туриб кутиб олишга ва биринчи бўлиб салом беришга ҳаракат қилади. Агар ташриф буюрувчи шахс аёл киши, ёши ёки мартабаси улуғ кишилардан бўлса, ўтиришга ёрдам беради.

Этикет талабларига кўра маданиятли раҳбар ходим вақтини тежаш мақсадида бир неча кишини бирга қабул қилмайди, чунки одамларнинг аксарияти бошқалар, айниқса бегона кишилар, бор жойда ўзини ноқулай сезади, айтиши керак бўлган гапларини ва фикрини охиригача айта олмайди. Бундан ташқари ташриф буюрувчиларнинг шахси билан боғлиқ гапларни эшитиш бирга кирган бошқа кишилар учун ноқулай бўлади.

Маданиятли раҳбар ёзиб қўйилган қабул вақтида бирон кишини ёки бир неча кишини маълум сабабга кўра қабул қила олмаса, ундан ёки улардан кечирим сўраб, қабул қила олмаслик сабабларини ва қайси кун ҳамда қайси соатда қабул қилишини айтади.

Раҳбар ходимнинг маданиятлилиқ белгиларидан яна бири шундан иборатки, кайфияти ўта ёмон ва тажанг бўлиб турган бўлса ҳам ўзининг раҳбарлигида ишлаётган ходимларни ва бошқа кишиларни очиқ чехра билан кутиб олиши ва биринчи бўлиб саломлашиши керак. Акс ҳолда раҳбарнинг ёмон кайфияти корхона ходимларининг меҳнат интизомига ва кўрсатаётган хизмат сифатига салбий таъсир кўрсатиши мумкин.

Агар биронта сабабга кўра ташриф буюрган шахс раҳбарнинг исми–шарифини эслай олмасдан қийналиб ёки гапни бошлай олмасдан уялиб турган бўлса, биринчи ҳолда ўзининг исми–

шарифини ҳузурига келган меҳмонга яна бир бор айтиши, иккинчи вазиятда эса ўзи хушмуомалалик билан гапни бошлаши, масалан ҳол–аҳволини, соғлиғини сўраши мумкин.

Катта маданиятли ва кучли иродага эга бўлган раҳбар ташриф буюрганларга нисбатан тажанглик қилмайди, уларнинг гапларини бўлмасдан, луқмалар ташламасдан охиригача эшитади. Кейин хушмуомалалик билан суҳбат предметига нисбатан ўзининг фикрини билдиради.

Этикет қоидаларига амал қиладиган раҳбар ходим қабулига ташриф буюрганлар билан гаплашиш даврида столини тақиллатиб ёки телефонда узоқ гаплашиб ўтирмайди. У суҳбатдошнинг гапларини диққат билан тинглайди ва сўзлашиш даврида бутун эътиборини суҳбатдошга қаратади. Телефонда гаплашишга мажбур бўлганда ҳам суҳбатдошидан кечирим сўрайди ва телефонда қисқа гапирди. Ўзи раҳбарлик қиладиган корхона ходимлари ташриф буюрганда, уларнинг исми–шарифларини тилга олиб гаплашади. Бундан ташқари, ўзи раҳбарлик қиладиган ходимларнинг ва бошқа ташриф буюрувчиларнинг баъзи бир камчиликларига сабр–тоқат билан қараб, уларни ҳисобга олган ҳолда мулоқот қилади.

Ўзини маданиятли деб ҳисоблайдиган раҳбар қабулига келган кишилар билан гаплашишда гап предметига тааллуқли бўлмаган қоғозларни ўқиб, бошқаларга телефон орқали кўнғироқ қилиб, гаплашиб ўтирмайди.

Маданиятли раҳбар ташриф қилганлар билан баланд овоз билан гаплашмайди ва уларнинг кайфиятига салбий таъсир қиладиган имо–ишораларни ҳамда кўпол сўзларни ишлатмайди.

Кўрсатилганлардан ташқари ўз раҳбарлигида ишлайдиган ходимлар билан бўладиган суҳбатнинг буйруқ шаклига айланишига йўл қўймайди, топшириқларни ҳам илтимос шаклида беради.

Суҳбатнинг охирида, агар масала ечилмаган бўлса, ташриф буюрувчига натижасини етказиш шаклини ва вақтини айтади.

Суҳбатнинг охирида раҳбар ўрнидан туриб, яхши тилаклар талаб, ташриф буюрувчи билан хайрлашади.

#### Таянч иборалар:

танлаш; самимийлик; хайрихоҳлик; ростгўйлик; сўзининг устидан чиқиш; вақтида бажариш; инсоний фазилат талаблари; хушмуомалалик; қабулхона; маданиятли раҳбар; кечирим сўраш; очик чехра; стол; телефон; қоғоз; баланд овоз; тилаклар.

#### Назорат саволлари:

1. Раҳбар ходимлар қайси фазилатларига қараб танланади?
2. Раҳбар этикети деганда нимани тушунаси?
3. Муомала қилиш қоидаларига риоя қиладиган ва муомала воситаларидан тўғри фойдаланадиган ҳамда фаолияти ҳурматсизликка, сабр–тоқатсизликка ва беодобликка асосланган ходимлар раҳбарлигида ишлашнинг қандай салбий томонлари бор?
4. Раҳбарнинг хайрхоҳлиги, ростгўйлиги, ўз сўзи устидан чиқа олиши, вақтида бажариши деганда нимани тушунаси?
5. Раҳбарга, унинг хайрхоҳлиги, ростгўйлиги, ўз сўзининг устидан чиқиши ва вақтида бажаришидан ташқари, яна қандай талаблар қўйилади?
6. Раҳбар ходимларнинг ҳузурига ташриф буюрувчиларни қабул қилиш маданияти нималарни ўз ичига олади?
7. Маданиятли раҳбар ташриф буюрувчиларни қандай қилиб кутиб олиши, суҳбатлашиши ва хайирлашиши керак?

## **2. Танқид қилишнинг этик қоидалари**

Сустлик (секинлик) мусулмон халқларига, шу жумладан ўзбекларга ҳам хос салбий хислатлардан бири ҳисобланади. Сусткашлик бизнесменлар ўртасида ҳам тез–тез учраб туради. Натижада корхоналарда ўз функционал вазифаларини, қўшимча топшириқлар ўз вақтида бажарилмаслиги ва ҳар бир ишни бажариш йўриқномалари бузилиши мумкин. Бу эса ўз навбатида кўрсатилаётган бизнес хизмати ва маҳсулотлар сифатига таъсир қилмасдан қолмайди. Ушбу камчиликларни тузатиш бўйича бизнес корхоналарида турли чоралар кўрилади. Улардан бири ўзаро танқид ҳисобланади. “Танқид келажак меваси” деган ибора деярли барча халқлар ўртасида кенг тарқалган. У танқиднинг камчиликларни тўзатишда аҳамияти ўта катталиги тўғрисида дарак беради.

Амалий танқид деганда бирон кишини унинг ўз функционал вазифасини ва унга берилган қўшимча топшириқларни бажаришда қўйган камчиликлари ва амалдаги йўриқномаларни бузганлиги бўйича амалдаги этикет қоидалари асосида танқид қилиш тушунилади.

Камчиликларга йўл қўйган ва амалдаги йўриқномаларни бузган ходимларни танқид қилиш ҳуқуқига биринчи навбатда раҳбарлар эга. Бундан ташқари бизнес корхоналарида баъзи бир ходимларга юклатилган функционал вазифалар ва раҳбарият томонидан берилган қўшимча топшириқлар бўйича бир–бирларининг ишини назорат қилиш ва керакли вақтларда унинг натижасини танқидий кўриб чиқиш ҳуқуқи берилиши мумкин. Лекин раҳбар ва бошқа ходимлар танқид қилиш ҳуқуқидан жуда

ҳам эҳтиётлик билан фойдаланишлари керак, чунки камчиликларни танқид билан тузатаман деб, бошқа катта камчиликларга йўл қўйиш мумкин.

Баъзи бир кишилар бошқаларни танқид қилишни ўзига касб қилиб олишади ва ҳа деб барча масалалар бўйича танқидий чиқиш қилишаверишади. Бундан танқид “ҳаваскорлари” бировни танқиб қилишдан олдин “танқид қилишга менинг ҳуқуқим борми?” деб ўйлаб кўришсалар ёмон бўлмас эди. Айнан асосланмаган, қўпол ва сабабсиз танқидлар масаланинг чалкашишига ва жанжалли вазиятларнинг келиб чиқишига олиб келади, чунки одам психикаси шундай хусусиятга эгаки, амалда ҳар қандай танқид ҳам таъсирли қабул қилинади ва танқид қилувчига нисбатан агрессив реакция пайдо бўлади. Шу боисдан ҳам ходимлар фаолияти натижаларини танқидий нуқтаи-назардан қараш ҳафачилик манбаига айланиб қолиши, унинг натижасида низо ва ҳар хил даражадаги ҳафачиликлар келиб чиқиши, ҳатто энг яқин кишилар бир-бирларига душман ҳам бўлиб қолишлари мумкин. Бундан ташқари баъзи бир раҳбарлар ҳа деб танқид қилавериш ва шу йўл билан ўзининг обрўсини ошириш ва ходимларни ўзига тобе қилиб олишни мақсад қилиб қўяди. Эсингизда бўлсинки, бундай жамоада ҳеч қачон иш яхши кетмайди, аҳиллик бўлмайди, улар кўрсатадиган хизматлари ва ишлаб чиқарадиган маҳсулотлари сифатида доимо камчиликлар содир бўлиб туради, фақатгина лаганбардорлик ва чақимчилик ривожланади.

Юқорида кўрсатилганларга кўра сабабсиз ва қўпол танқидларга ҳеч қачон йўл қўймаслик керак. Акс ҳолда керакли ва

фойдали танқид ҳам ҳеч қандай натижа бермайди. Фақатгина амалдаги этик меъёрлар ва қоидаларга итоат қилган ҳолда танқид қилиш иккинчи томоннинг психикасига, кайфиятига ва соғлигига танқиднинг салбий таъсирининг олдини олишга имкон беради.

Бизнес корхоналарида танқидни тўғри олиб бориш ва унинг таъсирини пасайтириш учун халқаро тажрибада шаклланган қатор тамойилларга ва қоидаларга амал қилиш лозим. Улардан энг асосийси шундан иборатки, “мен мукаммал инсон, ҳамма ишимни тўғри бажараяпман, уни такомиллаштиришнинг ҳожати йўқ” деб ўйлашга мажбур қиладиган психологик стереотипдан қутилишимиз керак, чунки ҳар бир ишни аввалгига нисбатан такомиллаштириш ва яхши бажариш мумкин. Фақат шундагина ҳар қандай танқид ҳафасиз ва миннатдорчилик билан қабул қилинади. Албатта, танқид эшитувчи томон учун бу жуда ҳам қийин масала. Лекин маданиятли бизнесмен ҳафачиликка ҳеч қачон йўл қўймайди, чунки камчилигини орқасидан айтиб юргандан кўра юзига айтиш этика нуқтаи назаридан тўғри ҳисобланади.

Танқид қилишнинг асосий қоидаларидан яна бири шундан иборатки, танқид қилувчи ҳам, иккинчи томон ҳам ўзини тута олишлари керак. Бундан ташқари секинлик ва мулойимлик билан, ҳаяжонланмасдан танқид қилиш шарт, чунки нимани гапиришдан ташқари уни қандай гапиришни ҳам билиш лозим. Шу боисдан танқид даврида сўз оҳангига ва имо–ишораларга катта эътибор берилиши талаб қилинади.

Амалий танқиднинг асосий қоидаларидан бири танқид даврида фақат ишида қўйган камчиликлари учун танқид қилишни,

ҳеч қачон шахсиятга тегмасликни ва майда–чуйда гапларга ёпишиб олмасликни ва иккинчи томонга ўзининг шахсий муносабатини билдиришга ҳаракат қилмасликнинг олдини олишни талаб қилади. Акс ҳолда танқид масаласи бир томонда қолиб кетади, бир–бирларини тушунмаслик ва жаҳл чиқиш вазиятлари содир бўлади. Маданиятли ва амалий танқид қоидаларини яхши биладиган бизнесмен танқид қилишда иккинчи томоннинг обрўсини ҳеч қачон туширишга ва ерга ўришга ҳаракат қилмайди, танқидни яхши муомала рамкасидан чиқармайди ва жанжалга айлантиришга йўл қўймайди, чунки ғазаб чикса, ақл–идрок қочади. Шу сабабдан ҳам жаҳл душман, ақл–идрок эса дўст ҳисобланади.

Танқидни раҳбар ва ходим ўртасида ҳамда ходим ва бошқа ходимлар ўртасида бўладиганларга бўлиш мумкин. Биринчи вазиятда танқид гувоҳларсиз олиб борилиши, иккинчи вазиятда эса суҳбатга фақат танқид масаласига алоқаси бор кишилар чақирилиши керак. Танқид, бундан олдин кўрсатилганидек, ҳаяжонланмасдан хушмуомалалик билан олиб борилиши шарт. Бундан ташқари иккинчи томоннинг далилларини эшитмасдан уни айблаш этик қоидалари бўйича нотўғри ҳисобланади. Иккинчи томонни унинг баъзи бир ютуқлари бўйича танқид даврида мақтаб қўйиш танқид таъсирини анча пасайтиради. Бундан ташқари танқид қилувчи шахс ўз тажрибасида қўйган камчиликлари ва уларни қандай бартараф қилганлигини айтиб бериши ҳам танқидий вазиятни анча юмшатади. Танқид қилиш мақсад бўлиб қолиши керак эмас, танқид қилиш даврида қўйилган камчиликларни бартараф қилиш йўллари ҳам кўрсатиб ўтиш шарт, танқиднинг

мақсади ҳам қўйилган камчиликларни бартараф қилишга ёрдам беришдир.

Бизнес ва бошқа корхоналарда шундай вазиятлар бўлиши мумкинки, у ерда сурбетлик, алдамчилик, нодонлик ва виждонсизлик ҳолатлари кузатилиши мумкин. Бундай ҳатти-ҳаракатларни танқид қилиш билан чегараланиб қолиш уларни содир қилаётган кишиларга нисбатан ён босиш ҳисобланади. Бундай “касалликларнинг” давоси уларга қарши жиддий кураш олиб боришдир.

#### Таянч иборалар:

сустлик; амалий танқид; касб қилиш; агрессив реакция; танқид қилавериш ва обрўсини ошириш ҳаракати; психологик стереотип; ўзини тута олиш ва мулойимлик; шахсиятга тегмаслик; маданиятли бизнесмен; раҳбар ва ходим; ходим ва ходимлар; мақтаб қўйиш; камчиликларни тузатиш.

#### Назорат саволлари:

1. Функционал вазифа ва қўшимча топшириқларни ўз вақтида бажариш ҳамда сифатли хизмат кўрсатиш ва маҳсулот ишлаб чиқаришга қайси омиллар таъсир қилади?
2. Амалий танқид деганда нимани тушунасиз ва қайси пайтларда ходимлар танқид қилинади?
3. Этикет қоидаларига риоя этилмасдан қилинган ва қўпол танқид қандай вазиятларни келтириб чиқариши мумкин?
4. Бизнес корхоналарида танқид қилишда қайси тамойил ва қоидаларга итоат қилиниши керак?
5. Маданиятли бизнесмен бошқаларни танқид қилишда нималарга йўл қўймаслиги керак?
6. Танқиднинг таъсирини пасайтиришда мақташ ва ўз тажрибасидан гапириб беришнинг қандай аҳамияти бор?
7. Бизнес корхоналарида сурбетлик, алдамчилик, нодонлик ва виждонсизлик ҳаракатларига танқид объектлари сифатида қараш мумкинми?

## **9-Маъруза. Суҳбат даврида суҳбатдошларнинг ўзини тутиш ва ҳатти-ҳаракат қилиш қоидалари**

1. Ҳамкорлар билан ўтказиладиган суҳбатга тайёрланиш
2. Суҳбатга келиш ва яхши таассурот қолдириш
3. Суҳбат учун қулай ва ишончли шароитни яратиш
4. Суҳбат даврида ўзини тутиш ва ҳатти–ҳаракат қилиш қоидалари

Амалдаги бизнес тажрибаси шуни кўрсатадики, ҳамкорлар ўртасидаги суҳбат ва музокаралар 2-3 ёки ҳар томондан бир неча кишидан иборат делегация қатнашиши мумкин. Музокара ва суҳбатларда қатнашувчилар сони масаланинг муҳимлигига, аҳамиятига ва бошқа омилларга боғлиқ бўлади. Биринчи ҳолда суҳбат ва музокаралар фақат раҳбар ходимлар ёки яқка тадбиркорлар ўртасида борса, иккинчи ҳолда эса раҳбар этиб тайинланган бошқа ходим бошчилигида ҳар корхона (фирма, корпорация) ходимлари ҳам қатнашади.

Суҳбат ва музокараларнинг ижобий ўтиши учун уни ташкилий томонлардан режалаштириш лозим. Айниқса бу раҳбар ходимлар учун ўта муҳим масала ҳисобланади, чунки суҳбат ва музокараларнинг ташкил қилинишига қараб бўлажак ҳамкор (агар биринчи марта учрашув бўлса) тўғрисида маълум бир фикрлар шаклланади. Агар яхши ташкил қилинган бўлса (у вазиятдан тезликда сезилади), ҳамкорларда ижобий, ёмон ташкил қилинган бўлса эса салбий фикр шаклланади. Суҳбат ёки музокаранинг бошланишида шаклланган фикр иккала томоннинг ҳам кайфиятига

ва қўйилган масаланинг ечилиш даражасига жуда катта таъсир кўрсатади.

Ҳамкор фикрларининг ижобий бўлиши учун қабул қилувчи корхонанинг раҳбари ёки якка тадбиркор музокара ёки суҳбат бошлангунча қатор ишларни режалаштириши, уларни суҳбатгача ва музокара даврида амалга ошишини таъминлаши керак. Энг муҳим масалалардан бири – келаётган делегация таркибини, яъни унинг раҳбари, қолган аъзоларининг лавозимлари, ёши ва жинси тўғрисида маълумотларга эга бўлиш керак. Бундан ташқари музокара ёки суҳбат ўтказиладиган хонада столларни қандай қўйиш кераклиги тўғрисида ҳам ўйлаб кўриши шарт. Психологлар фикрига кўра музокара ва суҳбатлар ўтказиш учун столлар айлана (доира) шаклида қўйилиши керак. Доира шаклида қўйилган столлар атрофида ҳамма ўзини тенг сезади ва эркин ҳолда музокара қилади. Столлар атрофида делегация аъзоларини ўтирғизиш, айниқса чет эллик делегация ходимларини, ўта катта аҳамиятга эга. Шу сабабли ҳам делегация раҳбари ва аъзолари қаерда ўтиришини олдиндан белгилаб, агар биринчи марта бўлса, уларнинг ўтириш жойларини қоғозга ёзиб қўйиш керак. Кўрсатилганлардан ташқари делегацияни кутиб олишни режалаштириш ҳам ўта катта аҳамиятга эга. Биринчидан, якка ҳамкорни ёки ҳамкор делегациясини кутиб оладиган ходимни аниқлаш, қайси транспортда олиб юришни (келишни) белгилаш, агар суҳбат ёки музокара бошлангунча анча вақт бўлса, шу вақт ичида бўлажак ҳамкорларнинг кўнглини олиш учун қандай тадбирларни (ресторанга бориш, тарихий, диний ва маданий обидаларни кўрсатиш ва ш.ў.) амалга оширишни

режалаштириш керак. Бундан ташқари офисда кутиб олишни ҳам раҳбар ходим режалаштириб қўйиши лозим. Суҳбат ва музокараларнинг дўстона ва ижобий боришида суҳбат мавзусига боғлиқ бўлмаган баъзи бир ташкилий ишлар (масалан, чой ёки кофе қачон берилади, суҳбат даврида қандай ҳазил қилинади ва ш.ў.) тўғрисида ҳам ўйлаши лозим, чунки раҳбар олдида бошқа делегация аъзолари томонидан суҳбат даврида ҳазил қилиш ҳар қандай миллатда ҳам беадаблик ҳисобланади. Бундан ташқари мезбон сифатида суҳбат ёки музокараларни қандай бошлаш ва олиб бориш тўғрисида ҳам ўйлаб кўриши керак.

Делегациянинг оддий ходими сифатида ҳам суҳбатга олдиндан тайёрланиш лозим. Тайёргарлик кўриш бўйича делегация оддий аъзоси вазифалари қўйидагилардан иборат: музокара ёки суҳбат мавзуи бўйича олдиндан ўз фикрларини шакллантириш, агар меҳмон ҳамкорлар чет эл фуқаросига мансуб бўлса, уларнинг бизнес ва урф-одат қоидалари бўйича маълумотларга эга бўлиш, суҳбат ёки музокара даврида ўзини тутиш ва ҳатти-ҳаракат қилиш бўйича этик қоидаларни хотирасида қайта тиклаш ва бошқалар.

#### Таянч иборалар:

бизнес тажрибаси, раҳбар ходим ва ташкилий масалаларни режалаштириш, делегациянинг оддий ходими.

#### Назорат саволлари:

1. Бизнес бўйича музокаралар ва суҳбатлар кимлар иштирокларида ўтказилши мумкин?
2. Бўлажак ёки ҳарактдаги ҳамкорларни кутиб олиш ва суҳбат ўтказиш бўйича қандай тадбирларни режалаштириш ва амалга ошириш керак?

3. Делегациянинг оддий аъзоси сифатида суҳбат ва музокараларни ўтказиш бўйича қандай тайёргарлик ишларини бажариш керак?

## **2. Суҳбатга келиш ва яхши таассурот қолдириш**

Бизнесменлар ўз фаолияти даврида ҳамкасблари, бизнес маҳсулоти ёки хизмати истеъмолчилари, ўз қўлостидагилар ва раҳбарлар билан мулоқотга тушишга мажбурдирлар. Мулоқотлар режа асосида ва тўсатдан ташкил қилиниши ҳамда стол атрофида суҳбат ёки мажлис шаклида олиб борилиши мумкин.

Амалда бизнес корхона ходимларининг раҳбар билан учрашуви мажлис шаклида ўтказилади қолган барча учрашувлар суҳбат шаклида ташкил қилинади.

Суҳбат икки томон ўртасида бўладиган мулоқот бўлиб, унда ҳар томондан бир ёки бир неча киши қатнашиши мумкин. Суҳбат даврида бир–бирларига нисбатан юзма–юз ўтиришади. Суҳбатнинг муваффақиятли ўтиши биринчи навбатда икки томон иштирокчиларининг ҳам амалдаги этикет қоидаларига қатъий риоя қилишларига ҳамда суҳбатдошларнинг суҳбат мавзуси бўйича тайёргарлик даражасига боғлиқ бўлади.

Ушбу маъруза мтанида бўлажак бизнесменлар диққати суҳбатни ташкил қилиш ва олиб бориш услубларига эмас, балки суҳбатлар даврида риоя қилиниши керак бўлган амалдаги этикет қоидаларига эътибор берилади. Шу боисдан ҳам матн материалларини яхши ўзлаштириш учун ҳар бир киши (талаба, китобхон) ўзини суҳбатни ташкил қилувчилар, ва суҳбат иштирокчилари ўрнида ҳис этиши керак.

Халқ ичида “ўз вақтида бўлишлик” ёки “сўзининг устидан чиқишлик” – “қироллар хушмуомалалиги ва монополия ҳукуқи” деган эскидан қолган гап бор. Бу энг қадимий иборалардан бўлиб, унинг келиб чиқиши чет эллик меҳмон ва элчиларни кутиб олиш қоидаларининг келиб чиқиши билан боғлиқ. Қироллар ўзларининг тарбияси ва хушмуомалалиги билан ажралиб туриши ва меҳмонларни қатъий белгиланган вақтда кутиб олиши керак бўлган, чунки белгиланган вақтдан салгина кечикиш ҳам дипломатик миссияга ва уни юборган мамлакатга ҳурматсизлик деб ҳисобланган. Шу боисдан ҳам қироллар томонидан чет эллик меҳмон ва элчиларни қабул қилиш бўйича қатор қоидalar ишлаб чиқилган бўлиб, улар ичида энг асосийлари чет эллик меҳмон ва элчиларни кечикмасдан, қатъий белгиланган вақтда, қабул қилиш ва қабулни хушмуомалалик билан олиб бориш ҳисобланган.

Юқорида келтирилган ибора бугунги кунда ҳам баъзи бир хизмат соҳалари (дипломатия, вазирлик ходимлари фаолияти, бизнес соҳаси) учун ўз аҳамиятини йўқотгани йўқ, аксинча бизнес фаолияти билан шуғулланадиган шахсларга нисбатан вақтнинг ўтиши билан унинг аҳамияти янада ошиб боради.

Ўз вақтида бўлишлик ёки ўз сўзининг устидан чиқишлик бизнесменларга нисбатан учрашувларга шу жумладан суҳбат ва йиғилишларга, кечикмасдан ўз вақтида нафис ташқи кўринишда келишни, берган вадаларини белгиланган вақтда тўла бажаришни ҳамда ким билан қаерда ва қандай вазиятларда муносабатга тушишидан қатъий назар хушмуомалалик билан мулоқот қилиш кераклигини билдиради. Унинг сабаби шундан иборатки, агар сиз

суҳбат ва учрашувларга кечикиб келсангиз, кўтаётганлар сизга ҳеч қандай танбеҳ беришмасада, берган вадангизнинг устидан ўз вақтида чиқмасангиз ёки суҳбатдошлар билан кўполроқ гапирадиган бўлсангиз, сиз тўғрингизда, ўз сўзининг устидан чиқмайдиган, ишончсиз ва бошқаларни ҳурмат қилмайдиган бизнесмен тўғрисида фикр шаклланади.

Ўтказиш вақти аввалдан аниқ бўлган суҳбат ва учрашувларга амалдаги этикет қоидаларига кўра кечикмасдан 4 – 5 мин олдин келиш керак бўлади. Келганда ҳам учрашув ёки суҳбатгача ўзининг ташқи қиёфасини яна бир марта қайта назардан ўтказишлари шарт. Агар лозим бўлса, галстукларини тўғрилаш, махсус жойда сочларини тараш, костюм тугмаларини ўтказиш керак бўлади.

Учрашув ёки суҳбат хонасига дадил қадамлар ташлаб кириш, юзида табассум билан саломлашиш ва қўлини қаттиқ сиқиб кўришиш тавсия қилинади, чунки бундай ҳатти-ҳаракатлар одамнинг ўзига ишончилигидан ва суҳбатнинг ёки учрашувнинг ижобий ўтишидан дарак беради. Бу эса бизнесменлар, айниқса ёш бизнесменлар учун, ёки биринчи ёки бўлажак ҳамкорлар билан учрашишда жуда ҳам катта аҳамиятга эга. Бунинг сабаби шундаки, бўлажак ҳамкор ёки суҳбатдош тўғрисида биринчи фикр кириб келишда кийимига ва кийинишига, қадам ташлашига, сочларининг саришталигига ва юзидаги табассумига қараб биринчи 20 секунд давомида шаклланади. Шу сабабли ҳам маданиятли ва ўзини фақат ижобий томондан кўрсатмоқчи бўлган бизнесмен қаерда, ким билан қайси вазиятда учрашишларидан қатъий назар, юқорида кўрсатилган амалдаги халқаро этикет қоидаларига қатъий риоя

қилишлари лозим. Амалдаги этикет қоидаларига кўра биронта сабаблар бўйича учрашув ёки суҳбатга кечикиб келиш ёки умуман келаолмаслик зарурияти туғилганда, албатта, уларнинг ташкилотчиларини ҳабардор қилиш керак. Бундан ташқари қанча вақтга кечикишини ҳам айтиш лозим. Кечикиб келганда ҳам ўтирганлардан кечирим сўраб, кечикиш сабабини тушунтириш керак.

#### Таянч иборалар:

мажлис, суҳбат, юзма-юз, ибора, катъий белгиланган вақт, хушмуомалалик, кечикиш, қайта назардан ўтказиш, дадил қадам ва табассум, биринчи фикр, кечикиш.

#### Назорат саволлари:

1. Мулоқот қандай шаклларда ўтказилади?
2. Суҳбат - бу нима ва унда неча томон қатнашади?
3. Нима сабабдан “ўз вақтида бўлишлик” ёки “сўзининг устидан ўз вақтида чиқишлик” иборалари бизнесменлар учун катта аҳамиятга эга?
4. Учрашув ва суҳбатларга кечикиб келиш мумкин-ми ёки йўқ-ми?
5. Ўзи тўғрисида ишонч ва ижобий фикр қолдириш учун бизнесменлар суҳбат ва учрашувлар хоналарига қайси тарзда кириб келишлари керак?

### **3. Суҳбат учун қулай ва ишончли шароитни яратиш**

Суҳбатнинг муваффақиятли боришида ва тугашида унинг ташкилотчилари томонидан суҳбатдошлар учун қулай ва ишончли шароитларнинг яратилиши ўта катта аҳамиятга эга. Бундай шароитни яратишда суҳбат иштирокчилари психикасига салбий таъсир кўрсатадиган омиллар бартараф қилиниши ва ижобий таъсир қиладиган шароит яратилиши лозим. Суҳбат қатнашчилари

психикасига суҳбат ўтказиладиган хонанинг эстетик безатилиши катта таъсир кўрсатади. Шу сабабдан ҳам суҳбат ва йиғилишлар нафис безатилган ва бугунги кун дизайни талабларига тўлиқ жавоб берадиган хоналарда ташкил қилиниши керак. Бундан ташқари хона кенг ва шипи баланд бўлиши керак. Паст шипли корхонада одам ўзини хона шипи устига тушиб кетаётгандек ҳис қилади.

Ишлаш учун қулай ва бир–бирларига ишончли шароитни яратишда, бундан олдин таъкидланганидек, суҳбатдошлар чехрасидаги табассумнинг аҳамияти ҳам ўта катта. Чехрадаги табассум одам қалбининг ишончли кўзгуси бўлиб, суҳбатдош кўнглининг очиқлигини, беғаразлигини ва унинг соҳибининг хурсандлигини билдиради. Суҳбатнинг ижобий ўтишига табассумдан ташқари бошқа ҳеч қандай омил ижобий таъсир кўрсатаолмайди. Лекин ҳеч қачон эсдан чиқармаслик керакки, табассум мийиғидан кўлишга алмаштирилмаслиги керак, чунки бутун дунё халқлари тасаввурида у қалбда ёмон из қолдирадиган омил ҳисобланади ва шу сабабли ҳам амалдаги этикет қоидаларига кўра мийиғида кулиш бошқаларга нисбатан беҳурматлик ва уларнинг устидан кулиш белгиси деб қаралади.

Амалдаги халқаро тажриба шуни кўрсатадики, суҳбат иштирокчиларининг кайфиятини яхшилаш ва суҳбатнинг ижобий ўтишига суҳбат ёки танаффус вақтида меҳмонларга кофе, чой, мева шарбатлари ёки минерал сувларни таклиф қилиш ҳам катта таъсир кўрсатади. Бундан ташқари бу меҳмондорчилик элменти ҳам ҳисобланади.

Ишончли ва суҳбат учун қўлай шароитни юзага чиқаришда муносабатга тушиш воситаларидан тўғри фойдаланишнинг ҳам аҳамияти ўта катта. Суҳбатдошга ўз фикрларини етказишда адабий ўзбек тилининг суҳбатдошлар қулоғига ёқадиган маъноли ва чиройли сўзларидан фойдаланиш керак. Умуман, суҳбат давридаги мулоқот хушмуомалалик этикет талаблари асосида бориши шарт. Суҳбат даврида ҳеч қандай қўполликка ўрин бўлмаслиги керак. Этикет талабларига кўра суҳбат даврида содир бўлиш мумкин бўлган негатив таъсирнинг олдини олиш мақсадида фақат енгил даражадаги кайфиятни кўтарадиган нейтрал ҳазилларга рухсат берилади.

Суҳбат даврида яхши атмосферанинг шаклланишида ҳозирги халқаро этикет қоидаларига кўра тенгқурларнинг мулоқот қилишида мурожаат қилишнинг “сен” шаклидан фойдаланиш тавсия қилинади, чунки мурожаат қилишнинг ушбу шаклидан фойдаланиш тенгқурларни бир–бирларига янада яқинлаштиради ва суҳбатнинг ижобий боришига имкон туғдиради.

Қулай ва ишончли шароитларни яратишда амалда шаклланган имо–ишоралардан тўғри фойдаланиш ҳам катта аҳамиятга эга. Масалан, суҳбатнинг бошланишида ёки кечиш жараёнида суҳбатдошлар томонидан галстукларни бўшатиб, костюм тугмаларининг ечиб ёки костюмни умуман ечиб қўйилиши суҳбатнинг эркин боришидан, костюм тугмаларининг ўтказилган ҳолда туриши эса суҳбатнинг расмийлигидан дарак беради.

Нафақат суҳбат шароити ишончли, суҳбат мавзуси предмети ҳам ишончли бўлиши шарт. Унинг учун суҳбат даврида ўз

фикрларини тасдиқлайдиган маълумот ва далиллардан ҳамда уларни намойиш қилиш техник воситаларидан ҳам фойдаланиш катта аҳамиятга эга.

Суҳбат даврида суҳбатдошларнинг асабига тегадиган омиллар бўлмаслиги учун мобил телефонлар ўчирилиб қўйилиши лозим.

#### Таянч иборалар:

қулай ва ишончли шароит, дизайн, табассум ва мийиғидан қулиш, меҳмондорчилик элементи, муносабат воситалари, тенгқурлар, имо–ишоралар, маълумот ва далиллар.

#### Назорат саволлари:

1. Суҳбатнинг муваффақиятли бориши учун қандай шароит яратилиши керак?
2. Суҳбатнинг ишончли бўлишида чехрадаги табассум қандай аҳамиятга эга?
3. Суҳбат даврида суҳбатдошларга нима сабабдан кофе, чой, мева шарбати ёки минерал сувлар таклиф қилинади?
4. Суҳбатнинг ишончли бўлишида муносабатга тушиш воситаларидан тўғри фойдаланишнинг аҳамиятини биласизми?
5. Суҳбатнинг ишончли ва қулай шароитда боришига мулоқотга тушишнинг хушмуомалалик шаклидан ташқари яна қандай омиллар таъсир қилишини биласизми?

#### **4. Суҳбат даврида ўзини тутиш ва хатти–ҳаракат қилиш қоидалари**

Амалдаги этикет қоидалари одамларнинг бир–бирлари билан мулоқотга тушишида ва саломлашишида қатор талабларга риоя қилишни тақозо этади. Улар суҳбат ва саломлашиш даврида ўзини тутиш қоидалари деб аталади. Бу қоидалар суҳбат даврида суҳбатдошнинг юзига қараб гаплашиш усуллари, суҳбатдош фикрини тинглаш ва ўтириш ҳамда имо–ишораларни ўз ичига олади.

Суҳбат ва мунозара пайтларида суҳбатдошлар ва ҳамкорларнинг бир-бирларининг юзига қараб гаплашиш қоидаси қабул қилинган. Суҳбатлашиш даврида суҳбатдошнинг юзига қараб гапириш бу оддий бир ҳаракат эмас, катта бир санъат ҳисобланади, чунки баъзи бир қарашлар суҳбатдошни ўта ноқулай ҳолатга тушириб қўйса, баъзи қарашлар эса суҳбатдошни мулоқотнинг ижобий кечишига мойил қилади.

Бир–бирларининг юзига қараб суҳбатлашиш суҳбатдошнинг сизни диққат ва ўз фикрини баён қилишда салмоқли сўзларни гапириш учун далда беради. Суҳбатдошнинг юзига қарашда этикет қоидалари бир нуқтага қараб қолишни ёки бошидан оёғигача қарашни тавсия қилмайди, чунки суҳбатлашиш даврида ноқулай вазият пайдо бўлибгина қолмасдан суҳбатдошга салбий руҳий таъсир кўрсатади. Бундай қарашлар суҳбатдошнинг этикет қоидаларини билмаслигига ёки камситиш мақсадида қилган ҳаракати натижасида содир бўлади. Маданиятли бизнесмен бундай қараш учун ҳеч қачон ҳаракат қилмайди.

Амалдаги этикет қоидалари суҳбатдош юзининг фақат бир нуқтасига тикилиб қолмасдан бутун юзи бўйича кўз югуртиришни тавсия қилади. Бундан ташқари, суҳбатдошнинг иягидан пастга қарамаслик керак. Шунинг учун ҳам аёл бизнесменлар иягидан пастга қарашга мажбур қиладиган ёқаси ўта очиқ кўйлақларни кийиб, ранги ва ўлчами бўйича суҳбатдошнинг диққатини ўта тортадиган тақинчоқларни, эркаклар эса рангдор ва гулли галстукларни тақиб ишга ва суҳбатга келмасликлари керак.

Кундалик учрашувларда суҳбатдошнинг аввал кўзига қараш ва кейин унинг бутун юзи бўйича кўз югуртириб туриш (кўзидан пешонасига, пешонасидан бурнига, бурнидан лабларига, лабларидан қўлоқларига қараш) тавсия қилинади. Кундалик учрашувларда ҳам суҳбатдошнинг юзига тикилиб қараш тақиқланади. Қараш назокатли ва суҳбатдошга озор етказмайдиган бўлиши керак. Бу қарашларнинг универсал усули бўлиб, ҳар қандай вазиятда ҳам ундан фойдаланишга ҳаракат қилиш керак. Бу усул икки бизнесменнинг бир–бирлари билан қарама–қарши ўтириб суҳбатлашишида самарали ҳисобланади.

Амалдаги этик қоидаларга кўра суҳбатдошнинг юзига ўта тикилиб (жиддий) қараш ҳам мумкин эмас. Лекин амалда бундай қарашлар тез-тез учраб туради. Жиддий, яъни ўта яқин тикилиб қараш усулида иягидан пастга қарашга рухсат берилмайди. Энди сиз туфлингизга ёки галстугингизга диққат билан қараб турган кишини кўз олдингизга бир келтиринг-чи, сизда қандай фикр содир бўлади: “нима учун у менинг туфлимга ёки галстугимга бундай тикилиб қараяпти?” – деган фикр пайдо бўлади ва ўзингизни бирданига ноқулай сезиб бошлайсиз. Шу сабабли ҳам бизнесменлар фаолиятида қарашларнинг бу усулидан фойдаланиш мумкин эмас. Ушбу усулдан оға-иниларнинг ва бир–бирларига ўта яқин кишиларнинг узоқ вақт ўтгандан кейин учрашувларида фойдаланилади.

Амалдаги этикет қоидалари суҳбат ёки музокара ўтказиш столи атрофида ўтиришга ҳам қатор талаблар қўяди. Маълумки, бизнесменлар учрашувларида ҳар бир суҳбатдош эгаллаб турган

лавозимиға ва ёшиға қараб ўтирғизилади. Суҳбат даврида стол атрофида ўтиришда ҳам қатор этикет талабларига риоя қилиниш керак: биринчидан, стулнинг суянчиғига суяниб тик ўтиришни, иккинчидан, оёқларини тик ва елка кенглигида ушлаб туришни, учинчидан, бутун суҳбат даврида иккала қўлнинг ҳам тизза устида бўлишини талаб қилади. Агар сиз учун қўлни тизза устида ушлаб туриш қийинроқ бўлса, уни стол устида ушлаб туриш ҳам мумкин. Лекин амалдаги этикет қоидаларига кўра столга тирсаги билан суяниб ўтириш қатъий ман қилинади. Қўлларни столга қўйиб ўтирганда ҳам қалам, ручка ёки кўзойнак билан ўйнаб, уларни ёки столни чертиб, тақиллатиб ўтириш, маржон ёки сумка боғисини ўйнаш, бармоққа соч толасини ўраш, суҳбатдошга тегиниш, унинг елкасига ёки тиззасига қўлини қўйиш, елкасига қоқиш, енги ёки пиджак тугмаларини ушлаб, кўриб ўтириш ҳам тавсия қилинмайди. Столда ёни билан ўтириш суҳбатдошга нисбатан ўта ҳурматсизлик белгиси ҳисобланади.

Агар суҳбатдошнинг гаплари сизнинг фикрингизга умуман тўғри келмасада этикет қоидалари унинг гапларини луқма ташламасдан ва бўлмасдан охиригача эшитишни ва аксинча сизнинг фикрингиз билан уйғунлик жойини топишни талаб қилади. Суҳбатдош гапини тамом қилгандан кейин сиз суҳбат мавзусига нисбатан шошмасдан ва далиллар асосида хушмуомалалик билан ўзингизнинг фикрингизни билдиришингиз мумкин. Ўз фикрини билдиришдан олдин суҳбат ташкилотчисидан рухсат ва бошқа иштирокчилардан кечирим сўраш лозим. Этикет қоидаларига риоя қилмасдан суҳбатдош гапираётганда ҳа деб луқма ташлайвериш,

саволлар беравериш ва қўли ҳамда гавдаси билан имо–ишоралар қилавериш – бу тажанглик, маданиятсизлик ва ҳурмат қилмаслик белгиси ҳисобланади. Бундан ташқари суҳбатдошнинг гапираётганида қўли ва бутун гавдаси билан ножўя ҳаракатлар қилиш нафақат тарбиясизликни, асабнинг тажанглигини ҳам билдиради. Бевосита суҳбатлашиш жараёнида суҳбатдошлар чехралари очик бўлишни ва гаплашишда бир-бирларининг кўзлари меҳрибонлик билан қарашни талаб қилади. Шунинг учун ҳам суҳбат даврида кўзи билан бошқа томонга қараб суҳбатдош билан гаплашиш этикет қоидалари талабларига тўғри келмайди.

Бизнес бўйича ҳар қандай мулоқот дўстона ва мойиллик билан олиб борилиши керак. Бунинг учун иккала томоннинг ҳам суҳбатга қизиқиши бўлиши керак. Унинг гарови сифатида икки томоннинг ҳам кайфияти яхши бўлиши шарт. Суҳбатдош билан бир текисда, яъни қаттиқ ва ўта ҳам юмшоқ гапирмасдан, жуда ҳам хушмуомалали гаплашиш лозим.

Худди шунингдек, суҳбат даврида юз-афтини буриштириб, оғизларини қийшайтириб, бурунларини қимирлатиб ва тортиб туриш ҳам мумкин эмас. Бундай ҳатти-ҳаракат суҳбатдошни ҳақоратлашдан ташқари, бундай ҳаракатлар қилган кишини тасқара (кулгили) ҳолатга солиб қўяди.

Бундан олдин таъкидланганидек, суҳбат даврида сигарет чекиш ва сақич чайнаш ҳам мумкин эмас.

Суҳбатда ўзининг билимдонлигини намоён қилиш мақсадида жуда ҳам ғалати ва чет тили атамаларини ҳа деб ишлатавермаслик керак. Бу шундай ҳолатни келтириб чиқариши мумкинки,

суҳбатдошларнинг бир гуруҳи атамалар моҳиятини билмаслиги сабабли суҳбатдошнинг гапини тушунмаслиги, чет тиллардан хабардор бўлган ҳамкорларнинг иккинчи гуруҳи унинг устидан ичида кулиб ўтириши мумкин. Шунинг учун ҳам суҳбат даврида шошилмасдан, сўзларнинг охирини ютмасдан оддий адабий тилда гапириш керак. Гапиришда ҳам кўп маъноли ва суҳбатдошга оғир ботадиган сўзларни ишлатмасликка ҳаракат қилиши лозим. Бунда сўзларнинг аниқ талаффуз қилинишига, шева, кўча ва жаргон сўзларни ишлатмасликка ҳаракат қилиниши шарт.

Кўрсатилганлардан ташқари суҳбат учун керакли муҳитни яратиш учун ҳамсуҳбатнинг, агар тенгқур ёки ёши кичик бўлса, исмини тилга олиб гапириш, ҳурмат қилиш ҳамкор ёки танишнинг гапираётган гапига сўзсиз қизиқаётганлигини билдириш керак. Унинг учун сўзлар хушмуомалали бўлишидан ташқари, чин кўнгилдан гапирилиши ва суҳбат мавзуси қизиқарли бўлиши шарт. Бундан ташқари гапларни шундай тузиш ва бошлаш керакки, бўлажак ҳамкор ёки танишда сизнинг фикрингизга қизиқадиган ва «ҳа, сизники тўғри» деган туйғуни келтириб чиқараоладиган бўлиши керак. Шундагина ўз фойдаси учун масалани ҳал қилиши имкониятига эга бўлади. Шунинг учун бўлажак ҳамкор ва танишлар олдида ўзингизнинг билимдонлигингизни кўрсатишга ва кўпол ҳаракат қилишга интилмаслик керак. Суҳбат жараёнида қўйилган масалани фақат ўзининг фойдасига ҳал қилишга интилмасдан ҳамкор ва танишларнинг ҳам манфаатларини ҳисобга олиш зарур.

Суҳбат даврида қўли, панжалари ва кўзлари билан ҳеч қандай ҳаракат қилмаслик керак. Ҳар бир сўзсиз ҳаракат ва имо–ишора мазмунга эга бўлиб, суҳбатдошлар томонидан осонгина англаб тушуниб олинади (жадвал).

Яна шунга эътибор бериш керакки, суҳбат тамом бўлгандан кейин суҳбатдошларга раҳмат айтмасдан ва хайрлашмасдан чиқиб кетиш ҳам мумкин эмас, чунки бундай ҳаракат этикет қоидаларига зид келади. Агар жуда ҳам шошилаётган бўлсангиз, бошқалардан кечирим сўраб, хайрлашиб чиқиб кетиш мумкин. Лекин этикет қоидаларига кўра бошқа корхоналардан келган суҳбатдошларни бинодан чиқиш эшигигача, агар бино кўп қаватли бўлса, лифтгача бир–бирларига яхши тилаклар тилаб кузатиб қўйишлари лозим. Бу ерда европача ва шарқона этикет талаблари бир–бирларига тўлиқ мос келади.

### Имо–ишоралар мазмуни

|    | Имо–ишоралар ҳолати                                                                                     | Мазмуни                                                             |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 1. | Қўл кафтининг очик ҳолда юқорига қаратиб ушлаб турилиши                                                 | Самиймийлик, очик кўнгиллилик                                       |
| 2. | Костюм пиджагининг тугмалари чиқарилган (ёки ечиб қўйилган) пиджак                                      | Очик кўнгиллилик, дўстона кайфият                                   |
| 3. | Қуллари яширилган (чўнтакка, орқа томонига қаратилган)                                                  | Ўзининг айбини сезиши ёки вазиятнинг жуда ҳам жиддий қабул қилиниши |
| 4. | Қўлларини кўкрагида қовуштириб ушлаб ўтириш                                                             | Ҳимоя ёки мудофаа қилиш                                             |
| 5. | Муштлири сиқилган, бармоқлари билан бирон нарсани шундай ушлаб турадики, ҳатто буғинлари оқариб қолган) | Ҳимоя ёки мудофаа қилиш                                             |
| 6. | Қўлларининг панжалари эркин ҳолда                                                                       | Осойишталик, тинчлик                                                |
| 7. | Стулнинг чеккасида энгашиб ўтиради, бошини озгина қиялатиб қўлига суяниб ўтиради                        | Қизиқиб қолганлик                                                   |
| 8. | Боши озгина чаккага қийшайган                                                                           | Диққат билан эшитиш                                                 |
| 9. | Иягини қўлининг кафтига, кўрсаткич                                                                      | Танқидий баҳолаш                                                    |

|     |                                                                                         |                                                    |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
|     | бармоғига суяб ўтиради, қолган панжалари эса иягидан пастида                            |                                                    |
| 10. | Иягини қошиб қўйиш (қўпинча кўзи қисилиб туради)                                        | Қарор қабул қилиш                                  |
| 11. | Бутун кафти билан иягини ушлаб туриш                                                    | Қарор қабул қилиш                                  |
| 12. | Кўзойнагини секинлик билан олиш ва ойнагини диққат билан суртиш                         | Вақтни ютиш, қатъий қаршилиқ кўрсатишга тайёрланиш |
| 13. | У ёқдан бу ёққа юриб туради                                                             | Машаққатли қарор қабул қилиш                       |
| 14. | Икки кўз ўртасидаги масофани чимчилаб туради                                            | Зўр бериб ўйлаш                                    |
| 15. | Эшитишда оғзини қўли билан ёпиб туради                                                  | Шубҳа қилиш, гапираётганга ишонмаслик              |
| 16. | Оғзини қўли билан ёпиб гапиради                                                         | Алдаётганлик                                       |
| 17. | Сизга қарамасликка ҳаракат қилади                                                       | Яшириш, ўзининг позициясини яшириш                 |
| 18. | Сиздан бошқа томонга қараб туради                                                       | Шубҳаланиш                                         |
| 19. | Гапираётганда озгина ўзининг бурнига ёки кўз қовоғига тегиниш (одатда бош бармоқ билан) | Алдаётганлик                                       |
| 20. | Тингловчи қўли билан бурнига, кўз қовоғига ёки қулоғига тегинади                        | Гапираётган кишига ишонмаслик                      |
| 21. | Кабинет эгаси столи устидаги қоғозларни йиғиштириб бошлайди                             | Суҳбатнинг тамом бўлганлигини билдиради            |
| 22. | Оёқлари ёки гавдаси чиқиш томонга қараб туради                                          | Кетиш ҳоҳиши                                       |
| 23. | Катта панжасидан ташқари қўли чўнтагида                                                 | Устунлик, ўзига ишониш                             |
| 24. | Гапираётганда сиқилган муштлири билан имо–ишора қилади                                  | Ўзининг қатъийлигини намоиш қилиш, пўписа қилиш    |
| 25. | Костюм пиджагининг ҳамма тугмалари ўтказилган                                           | Расмийлик, масофани сезмоқ                         |
| 26. | Стулда отга мингандек чаппа қараб ўтиради                                               | Агрессив ҳолат                                     |
| 27. | Кўз қорачиқлари кенгайган                                                               | Кизиқиш ёки ҳаяжонланиш                            |
| 28. | Кўз қорачиқлари торайган                                                                | Яшираётганлик, ўзининг позициясини яшириш          |

Амалда бизнесмен – ҳамкорлар ўртасида шундай вазиятлар пайдо бўлиши мумкинки, улар фикрлари бир жойдан келиб чиқмайди, яъни биронта компромисс қарорга келиш қийин бўлади

ва икки томон ҳам вазиятга ютқазиб қўйиши мумкин. Унинг учун қуйидаги тавсияларга амал қилинса, ёмон бўлмайди:

- бўлажак ҳамкор ёки таниш тўғрисида биринчи учрашувда маълумотлар кам бўлганлиги сабабли уларнинг характериға хос хоссалар ўрганилса. Бу соҳада япон бизнесменларининг тажрибаси ҳамма учун фойдали бўлади деб ўйлаймиз. Японлар бизнес бўйича суҳбатнинг расман бошланишиға қадар келган ҳамкорлар учун бутун бир дастур бўйича актив дам олиш тадбирларидан фойдаланишади. Бу ресторан ва театрларға киришдан бошлаб, ушбу шаҳарнинг ёки мамлакатнинг тарихий, диний, маданий, обидалари, ҳатто табиат манзаралари билан таништиришни ўз ичига олади. Ана шу тадбирларни ўтказиш даврида японлар бўлажак ҳамкор ва танишларнинг характерини ўрганиш билан бирға, ҳамкорлар фирмаларининг иқтисодий аҳволи, ходимларнинг маданияти ва диди, истак ва мақсадлари бўйича ҳам қўшимча маълумотлар тўплашади. Бундай маълумотлардан суҳбат ва музокараларни ўтказишда ҳамда қарорлар қабул қилишда кенг фойдаланишади;

- ҳеч қачон бўлажак ёки бугунги кундаги ҳамкорларға «сиз ҳақ эмассиз» деган фикрни лўнда қилиб айтманг. Агар у ҳақиқатдан ноҳақ бўлса ҳам, ётиғи билан, қандай қилса, яхши бўлишини исботланг. Бундай ёндашиш бир томоннинг иккинчи томон фикрини ҳурмат қилаётганлигини билдиради. Агар сиз ноҳақ бўлсангиз, уни ўз бўйинингизға олишингиз ва келажакда ноҳақликка йўл қўймасликка ҳаракат қилиш керак;

- суҳбат бўйича бировга эътироз билдирмоқчи бўлсангиз аввал уни мақтаб кўнглини кўтариш лозим. Психологларнинг фикрига қараганда унинг муваффиқиятлари ва бошқалардан устунлиги тўғрисидаги гаплардан кейин эътироз ва танбех, танқидлар кучли қабул қилинмайди. Бундай ҳолда хато ёки қўполлик тасодифан қўйилган, уни жуда осон тузатиш мумкин деган фикр шаклланади, холос.

#### Таняч иборалар:

санъат, халқаро тажриба, салмоқли сўз ва далда, ноқулай ҳолат ва салбий руҳий таъсир, кўз югуртириш, пешона, юзи бўйича кўз югуртириш, жиддий қараш, ўтириш, уйғунлик жойи, тажанглик ва маданияцизлик, ҳаракат ва имо–ишоралар.

#### Назорат саволлари:

1. Халқаро тажрибада шаклланган суҳбатдошнинг юзига қараш турларини айтиб беринг.
2. Бир–бирларининг юзига қараб суҳбатлашиш қандай аҳамиятга эга?
3. Суҳбатдошнинг юзига, уни ноқулай ҳолатга солмаслик учун, қандай қараш керак?
4. Бир гуруҳ суҳбатдошларнинг юзига бирдагина қараш усулидан қайси вазиятларда фойдаланилади ва унинг самараси нимадан иборат?
5. Кундалик учрашувларда суҳбатдош юзига қарашнинг қайси усулидан фойдаланилади?
6. Жиддий, яъни яқин ўта тикилиб қараш усулини нима учун бизнес фаолиятида қўллаш мумкин эмас?
7. Суҳбат столи атрофида суҳбатга келган кишилар қандай ўтиришлари керак?
8. Суҳбатдошнинг гапини тинглашга қандай этикет қоидалари қўйилади?
9. Суҳбат давридаги, гавда, қўл панжалари ва кўзлар ёрдамида қилинадиган ҳаракатларнинг мазмунини биласизми, билсангиз айтиб беринг?
10. Хайрлашиш этикет қоидаларига кўра меҳмонлар қандай кузатилиб қўйилиши керак?

## **IV-мавзу. Хизмат юзасидан хатлар ёзиш ва электрон воситалар орқали алоқа қилиш этикети**

### **9-Маъруза Хизмат юзасидан хатлар ёзиш этикет қоидалари**

#### **1. Хатларни ёзишга қўйиладиган этик талаблар**

Азиз ўқувчилар, бизнес шундай фаолиятки, у билан кўп масалалар бевосита учрашувларда зиёфат столи атрофида ҳал қилинса, баъзилари эса, айниқса ҳамкорлар ўртасида алоқа ўрнатилгандан кейин, хатлар ва телефон орқали ҳал қилинади. Бундан ташқари, юзма-юз учрашувларни ташкил қилишда ҳам хат ва телефоннинг аҳамияти ўта катта.

Хат ёзишда ҳам, телефонда гаплашишда ҳам халқаро ва жамиятда қўлланиладиган этикет қоидаларига риоя қилиниши лозим. Ушбу бандда хизмат хатларини ёзишга қўйиладиган асосий этикет талаблари кўриб чиқилади.

Бизнесменлар ўзларининг фаолиятлари даврида ҳар хил мазмунларда ҳамкорларга, юқори ташкилотларга ва бошқа юридик ва жисмоний шахсларга турли хил хатларни ёзишлари мумкин, масалан, мурожаат хатлари, олинган хат-хабарларга бериладиган жавоб хатлари, таклифномалар, шикоятномалар, резюме ва тавсияномалар каби хатлар.

Ёзиладиган хатларнинг турларидан ва мазмунидан қатъий назар, уларда хатни ўқийдиган кишига кўрсатилаётган ҳурмат хат матни ёзилган қоғоздан ва конвертдан бошлаб, унда ёзилган матн мазмунидан ва уни қоғозда жойлаштириш тартибидан, адресатга мурожаат қилиш шаклидан яққол кўриниб ва сезилиб турилиши керак.

Хизмат юзасидан ёзиладиган расмий хатларга қўйиладиган этик талаблар хатлар ёзиш бўйича амалдаги стандартларга асос қилиб олинган. Уларга кўра хатлар юридик шахснинг эмблемаси тасвирланган, унинг тўлиқ номи, почта ва телеграф манзиллари, телефони, факси, электрон адреси ва банк реквизитлари тўлиқ кўрсатилган бланкада ёзилиш лозим. Бланка қоғозлари жуда ҳам юқори сифатли, тоза, оқ ва яхши кесилган бўлиши керак. Бланка қоғозига қўйиладиган бундай талаблар хатни олиб ўқийдиган шахсга кўрсатилаётган ҳурмат белгисини билдирибгина қолмасдан, хат ёзган шахс тўғрисида маълумотлар олиш ва келажакда у билан ҳамкорлик алоқаларини мустаҳкамлаш ва жавоб хатларини ёзиш учун ҳам асос бўлиб хизмат қилади. Муҳим аҳамиятга эга бўлган хатлар букланмасдан сифатли қоғозлардан тайёрланган катта конвертларга солиниб, юборилади. Катта конверт фақат хатнинг муҳимлигини билдирибгина қолмасдан, адресатга бўлган катта иззат–ҳурматини ҳам билдиради.

Этик талаблар адресатга мурожаат қилишда ҳам, гапларни тузишда ҳам, матнни бланкада жойлаштиришда ҳам ва хатни ёзиб тугаллашда ҳам ўз ифодасини топиши шарт. Хат юборилаётган юридик ташкилот раҳбарининг ёки жисмоний шахснинг фамилияси бланка қоғозининг ўнг томонидан корхона ёки шахс реквизити пастида кўрсатилади. Кейин эса бланканинг ўртасида ёки чап томонидан бошлаб, хушмуомалали мазмунда адресатга мурожаатнома ёзилади, масалан, “Ҳурматли Даврон Эргашевич”. Мурожаат сўзларидан кейин ундов белгиси қўйилиб, хат матни абзацдан катта ҳарф билан бошланади.

Хатни ёзишда бланканинг чап томонидан 2,5 см, ўнг томонидан эса 1 см дан кам бўлмаган масофа қолдирилиши шарт, чунки юборган хатлар адресатда ҳисобга олингандан кейин папкага солиниб сақланади. Папкага тикилган хатнинг матни бемалол кўриниб турилиши керак. Бу ҳам адресатга бўлган ҳурматни билдиради. Адресатнинг хатни қийналмасдан ўқиши учун матн 1,5 – 2,0 интервалда терилади. Биринчи абзацдан кейинги абзацлар улардан олдинги қаторнинг бешинчи ҳарфининг тагидан бошланиши ва сўзларни бир қатордан иккинчи қаторга буғин орқали кўчирмасликка ҳаракат қилиниши керак.

Хат матнларини тузишга қўйиладиган энг асосий талаблардан бири – хат фақат адабий тилда, у қайси тилда бўлишидан қатъий назар, грамматик ва орфографик хатоларсиз, шевалардан ва жаргон сўзлардан фойдаланмасдан, ёзилиши керак. Акс ҳолда сизнинг билимдонлигингиз ва маданиятингиз тўғрисида, айниқса бўлажак ҳамкорларда, салбий фикрлар туғилиши мумкин.

Кўрсатилгандан ташқари хизмат юзасидан ёзиладиган хатларда ишлатиладиган сўзлар равон, фикрларни аниқ ифодалайдиган, яъни ҳар хил маънолар бермайдиган бўлиши керак. Тузилган гаплар қисқа бўлиши лозим, чунки мураккаб гапларни бошидан охиригача ўқиб етгунча, уларнинг бошланишида берилган маълумотлар эсдан чиқиб кетиши мумкин. Яна бир нарса доимо эсда бўлиш керакки, хатларда махсус ва мураккаб атамаларни ишлатмасликка ҳаракат қилиш керак, чунки уларнинг моҳиятини ҳамма ҳам бир хил мазмунда ва тўлиқ тушунавермайди. Шунинг

учун ҳам хизмат юзасидан ёзиладиган хатларда ҳамма учун тушунарли бўлган атама ва сўзлардан фойдаланиш лозим.

Юқорида хизмат юзасидан ёзиладиган хатларга қўйиладиган талаблар бўйича шуни таъкидлаш мумкинки, хизмат хатлари матни хушмуомалали ва ҳурмат тарзида ёзилиши, уни ўқийдиган кишиларнинг кайфиятини бузмаслиги, ёзган ва ўқийдиган кишилар учун тушунарли бўлиши ва мамнуният билан ўқилиши керак.

Хизмат юзасидан, айниқса ҳамкорларга, ёзиладиган хатлар ҳамкорлик қилганлиги ва унинг давом этилиши тўғрисида миннатдорчилик билдириш билан тугалланиши лозим. Яна бир нарсга эътибор қилиш керакки, хатни ёзган кишининг имзоси ва исми-шарифи охириги гапнинг пастида ўнг томонда кўрсатилади ва ҳурмат белгисини ифодаладиган сўзлар билан тамом қилинади, масалан, “Ҳурмат билан Петр Хасанович”.

Эсингизда бўлсинки, бошқа юридик ва жисмоний шахслардан сизга келган расмий хатларнинг барчаси рўйхатдан ўтказилиши, зарур бўлса, унга тегишли резолюция қўйилиши ва хатлар папкаларга тикилиб, сақланиши керак. Амалдаги қоидалар бўйича резолюция келган хат матнининг устида эмас, бошқа қоғозда ёзилиши керак, чунки келган хат устида ёзиш хатни ёзган шахсга нисбатан ҳурматсизликни билдиради.

Барча келган сўров хатларга корхонада қабул қилинган тартиб ва муддатда жавоб берилиши шарт. Амалдаги қоидаларга кўра жавоб бериш муддати 3 кундан ошмаслиги керак. Бундан фақат сўрови мукамал кўрилиб ва ўрганиб чиқишни талаб қиладиган

хатлар истисно. Бари бир шу 3 кун муддат ичида сўровга қачон жавоб берилиши кўрсатилиб, жавоб хати ёзилиши керак.

Таянч иборалар:

бевосита ва юзма–юз учрашув; турли хатлар; ҳурмат; бланка қоғози; иззат–ҳурмат; этик талаблар; мурожаатнома; масофа; абзац; адабий тил, грамматик ва орфографик хато; шева ва жаргон сўзлари; ишлатиладиган сўзлар; махсус ва мураккаб атамалар; миннатдорчилик ва хат ёзган кишининг имзоси ва исми шарифи; руйхат ва резолюция; жавоб муддати.

Назорат саволлари:

1. Бизнес фаолиятида аксарият масалалар қандай ҳал қилинади?
2. Ўз фаолияти даврида бизнесменлар қайси турдаги хатларни ёзиши мумкин?
3. Хатларни оладиган ва ўқийдиган кишиларга бўлган ҳурмат нималарда ўз аксини топади?
4. Хизмат бўйича расмий хатлар қандай қоғозда ёзилиши керак ва нима сабабдан?
5. Адресатга мурожаатнома бланканинг қаеридан ва қандай қилиб ёзилади?
6. Нима сабабдан хат ёзилган бланканинг чап томонидан 2,5 см дан кам бўлмаган масофа қолдирилади?

## **10-Маъруза. Телефонда гаплашишда ва электрон ёзишмаларда этикет қоидалари**

1. Телефонда гаплашиш қоидалари
2. Электрон ёзишмаларда этикет қоидалари

### **1. Телефонда гаплашиш қоидалари**

Телефон ҳамкор, ҳамкасблар ва бошқалар билан гаплашиш воситалари турларининг энг асосийси ҳисобланади. Охирги йилларда республикада чакқон (мобил) телефон тармоқларининг кескин ривожланиши ва вақт бўйича тўлов миқдорларининг йилдан–йилга арзонлашиб бориши бизнес масалаларини қисқа

муддатда ҳал қилишда айниқса чакқон телефонларининг алоқа воситаси сифатида аҳамияти янада ошиб боради.

Телефонда гаплашиш ҳамкор ва ҳамкасб бизнесменларнинг бир–бирлари билан суҳбатлашишларининг бир тури ҳисобланади. Лекин бу шаклнинг юзма–юз суҳбатлашишдан фарқи шундаки, гаплашаётган кишилар бир–бирларининг юзларини кўришмайди. Шу боисдан ҳам юзма–юз гаплашишга қандай этик талаблар қўйилса, телефонда гаплашишга ҳам худди шундай талаблар қўйилади. Бундан фақат суҳбат даврида бир–бирларига қараб–боқишларига ва чехра ҳолатига қўйиладиган талаблар истисно. Бундан ташқари телефон орқали суҳбатлашишга қўйиладиган энг асосий этик талаблардан бири – бу сиз телефон қилмоқчи бўлган ҳамкорингиз ёки ҳамкасбингизнинг вақтини, иш режасини бузмасликни ва сизнинг гапларингизга қандай реакция қилиши мумкинлигини ҳисобга олиш лозим, чунки бизнесменларнинг иши жуда ҳам кўп, вақти эса танқис бўлади. Шунинг учун ҳам тўсатдан қилинаётган телефон жамланган фикрларнинг бўлиниб кетишига, иш режасининг бузилишига, бошқа ишлар учун вақт танқислигига олиб келиши мумкин. Шу боисдан ҳам сиз кўнғироқ қилган масалангиз бўйича рад ёки қўпол жавобини олишингиз ҳам мумкин, чунки ҳамма бизнесменлар ҳам маданиятли эмас. Натижада, нафақат сиз гаплашмоқчи бўлган кишининг, ўзингизнинг ҳам кайфиятингиз бузилиши мумкин. Шу сабабли ҳам гаплашмоқчи бўлган ҳамкор ёки ҳамкасб билан кўнғироқ қилиш ёки учрашиш тўғрисида олдиндан келишиш лозим.

Этик қоидалари қўнғироқ қилган кишидан биринчи бўлиб саломлашишни, нима сабабдан қўнғироқ қилаётганлигини айтишни ва ушбу масала бўйича телефонда гаплашиш ёки шахсан учрашиш учун қачон вақти бўлиши мумкинлигини, суҳбат қанча вақтни олишини ва гапининг охирида вақтини олганлиги учун кечирим сўрашни талаб қилади.

Телефонда гаплашиш муддатини аниқлаш бизнесменлар учун жуда ҳам катта аҳамиятга эга, чунки сиз қўнғироқ қилаётган ҳамкорингиз ёки ҳамкасбингиз сиз айтган гаплашиш муддатига қараб вақт ажратади ва режаларига ўзгартиришлар киритади ёки кечирим сўраб, ҳозир вақти йўқлигини ёки қачон қайта телефон қилиш кераклигини айтади.

Маълумки, телефон орқали гаплашишда масаланинг ҳал бўлиши кўп вазиятларга боғлиқ бўлади, чунки телефонда гаплашиш қандайдир маълумотларни бериш ва олиш билан боғлиқ. Шу сабабли ҳам аввалдан нотаниш ташкилот ва кишиларга қўнғироқ қилишда саломлашгандан кейин қўнғироқ қилган киши ўзининг исми–шарифини, лавозимини айтиши лозим. Бундан ташқари маълумотлар бошқа кишиларга тушмаслиги учун маълумот беришдан олдин сизни қизиқтираётган масалани ким ҳал қилиши мумкинлигини сўраш керак, чунки фақат ёрдам бераоладиган кишига тўлиқ маълумот бериш мумкин. Агар бошқа ташкилотдан сизга қўнғироқ қилишган бўлса, сиз ҳам унинг масаласини ким ечиши мумкинлигини айтишга ҳаракат қилинг! Бундан ташқари яна шуни эсдан чиқармаслик керакки, сиз қўнғироқ қилаётган ҳамкор ёки ҳамкасб олдида бошқа кишилар

бўлиши ва шу сабабли у сизнинг саволларингизга очик жавоб беришга қийналиб қолиши мумкин. Шу боисдан ҳам очик гапиришга имконияти ёки вақти бўлмаса, бўш вақтини ва кечирим сўраб, кейинроқ телефон қилишингизни айтишингиз лозим.

Суҳбатдошнинг телефонда кўп вақтини олмаслик ва иш режасини бузмаслик учун телефон орқали гапирилиши керак бўлмаган гапларни олдиндан режалаштириш, уларнинг муҳимлик даражасини ҳисобга олиб, сўзлашиш предметининг кетма–кетлигини аниқлаш лозим.

Яна бир нарса эсдан чиқмаслик керакки, келишилган вақтдан эрта ҳам, кеч ҳам кўнғироқ қилиш мумкин эмас. Қайта кўнғироқ қилишда ҳам яна саломлашиб, исми–шарифи айтилиб, шу вақтда кўнғироқ қилиш тўғрисида келишилганлигини эслатиб ўтиш керак.

Амалдаги этикет қоидаларига кўра сизга бошқа кишилар кўнғироқ қилганда у гапираётган гапларга қизиқиш билан қарашни, агар уларнинг кўнғироқлари жамланган фикрларингизни ва режалаштирилган иш тартибингизни бузган бўлсалар ҳам суҳбатдошларга хайрхоҳлик билан қарашни ва ширинсухон сўзлар билан гаплашишни талаб қилади.

Телефонда гаплашиш жараёнида ҳам қатор этикет қоидаларига риоя қилиниши керак: биринчидан, телефон орқали баланд овоз билан гапирилмайди, агар эшитиш ёмон бўлса, суҳбатдошга эшитилмаяпти, қаттиқроқ гапиринг, қайта телефон қилинг дейиш мумкин эмас, чунки бундай гапларингиз ёнингизда ўтирганларга ёқмаслиги мумкин; иккинчидан, ким биринчи бўлиб кўнғироқ қилган бўлса, гапни биринчи бўлиб тамом қилиш у

кишининг ҳуқуқи, чунки сиз бошлаган гапларни суҳбатдошингизга “тамом қилинг” деб айтишингиз этикет қоидаларига зид бўлади; учинчидан, сиз билан бошқа киши гаплашаётганда телефон узилиб қолса, қайта телефон қилишни кутиш керак, ким биринчи бўлиб қўнғироқ қилган бўлса, у қайта телефон қилиши керак.

Чет мамлакатлик ҳамкорларга ва танишларга қўнғироқ қилишда ҳам маълум бир этикет қоидаларига риоя қилинади. Чет мамлакатлар корхоналарида ходимлар доимо телефон олдида бўлишади ва дарров жавоб беришади. Шунинг учун у тараф телефонининг икки марта жиринглашигача кутиш керак. Агар шу вақтнинг ичида жавоб берилмаса, сиз қўнғироқ қилган киши ўз жойида йўқ ёки ўта банд. Чет эллик танишларнинг уйларида қўнғироқ қилишда у томонда телефоннинг беш марта жиринглашигача кутиш лозим; чунки сизнинг танишингиз бошқа хонада бўлиши ва телефонни келиб олгунча анча вақт кетиши мумкин.

Юқорида таъкидланганидек, телефонда гаплашиш маълумотлар бериш – олиш билан боғлиқ. Шунинг учун ҳам махсус блокнотда ким билан, қайси санада ва нима тўғрисида гаплашганлиги ҳамда нима тўғрисида келишилганлиги ёзилиб борилса, бизнесмен учун жуда ҳам яхши бўлади.

#### Таянч иборалар:

гаплашиш воситаси; юзма–юз гаплашишдан фарқи; ҳамкор ва ҳамкасб вақти ва иш режаси; кайфият; олдиндан келишиш; биринчи бўлиб қўнғироқ қилган киши; гаплашиш муддатини белгилашнинг аҳамияти; вазият; режалаштириш; келишилган вақт;

амалдаги этикет қоидалари; чет эллик ҳамкор ва танишлар, махсус блокнот

#### Назорат саволлари:

1. Телефонлар қандай аҳамиятга эга?
2. Телефонда гаплашишнинг юзма-юз гаплашишдан фарқи нимада?
3. Ҳамкор ва ҳамкасбларга телефон қилишда нималарни ҳисобга олиш керак?
4. Телефонда гаплашишнинг олдиндан келишилиши ва гаплашиш муддатининг аниқланиши бизнесмен учун қандай аҳамиятга эга?
5. Телефон орқали гаплашишда масаланинг ҳал этилиши қандай вазиятларга боғлиқ бўлиши мумкин?
6. Нима сабабдан телефон орқали гапириладиган гаплар олдиндан режалаштирилиши ва келишилган вақтда қўнғироқ қилиниши керак?
7. Телефонда гаплашиш жараёнида қайси этикет қоидаларига риоя қилиниши лозим?
8. Чет мамлакатлик ҳамкор ва танишларга қўнғироқ қилишда жавобини қандай кутиш керак?
9. Нима учун телефон орқали қилинган суҳбат натижалари махсус блокнотда қайд қилиниб борилиши керак?

## **2. Электрон ёзишмаларда этикет қоидалари**

Хозирги вақтда, глобал алоқа тармоғи ҳисобланган Интернет тармоғининг кенг тарқалгани билан, унинг хама соҳалари каби хизмат соҳасида ҳам аҳамияти катта бўлиб бормоқда. Худди шунингдек, унда ҳам тез орада ўзининг алоқа қилиш ёки бу тармоқдан фойдаланиш қоидалари ташкил топди ва «Сетикет» деган ном олди.

**Сетикет**, бу тармоқ этикети ҳисобланиб, у ўз ичига аниқ белгиланган ҳам клиентлар ҳам компания корхоналари учун бир хилда риоя қилишлари керак бўлган узаро муносабат қоидаларини олади. Сетикет инглизча Netiquette бўлиб Net –

тармоқ булса , Etiquette – этикет сўзи бўлиб, умуман компьютер тармоғида одоб –ахлоқ қоидаларини билдиради, Бундай қоидаининг булиши, бошқалар ҳаётини мураккаблаштирмасликга мулжалланган. Худи шунингдек, бу қоидаларнинг бўлишининг муҳимлиги шундаки, ундаги иштирокчиларни (компаниялар билан миждозлар) орасида аниқ бўлланишининг йўклиги ҳисобланади.

Маълумки Интернет тармоғида катта коммерция тармоғи мавжуд, Буларга давлат дастурлари ва қўлловчилар персонал китоблари (бетлари) билан чегараланган катта виртуаль шаҳарлар киради. Ҳозирда, электрон тармоғи реал ҳаёт аналоғи ҳисобланади ва шунинг учун бизнес-сетикет қоидалари коммерция структураси ва клиентлар орасидаги яхши адекват муносабатларни ўрнатиш ва уни ушлаб туришга ёрдам бериб туриш қоидаларини бажаради.

Сетикет нормалари тармоқни қўлловчиларини муносабатдаги одобини блоглар, форум ва чатларда ,худди шунингдек электрон почталарда бошқариб боради.

Масалан, ишюзасидан электрон хат ёзишда куйидаги структурани бажариши лозим бўлади:

- корпоратив стилда бошлаш;
- саломлашиш;
- мазмуни: мазмун, макс алока мотиви;
- хайирлашиш;
- контактлар;
- компания сайтига мурожат.

Кўпгина компанияларда ҳаммага бир хилдаги хатларни расмийлаштириш корпоратив стандартлари кулланилади. Унда

юқорида келтирилган хатнинг структураси, имза реквизити ( ф.и.ш., лавозими, ишчи телефони, электрон почта адреси, компания сайтига ссылка) , клиентга мурожат килиш коидаси таркиб топган. Айрим ҳолларда ушбу стандартларга смайллар ( ингл. Smiley – кулимсираш бўлсада ,у инсон ҳиссиётини график кўринишда тасвирлашни билдиради). Айрим вақтда бу стандартлар таркибида смайллардан фойдаланиш нормалари ҳам киритилади. Ишчи хатларда нималар тақиқланганларини кўрсатади. Бундай системанинг компанияларда бўлиши, албатта компания имижини клиентлар ва ишбилармонлар кўзида кўтаради.

Электрон ёзишмалардан фойдаланиш учун, энг аввало қўлловчи бу тўғрисидаги умумий билимларга эга бўлиши лозим. Электрон ёзишмалар тўғрисида шундай фикир туғилганки, яъни бундаги ёзишмаларда ёзишманинг хатоликлари ва мантикига унча эътибор берилмайди деб, лекин бу нотўғри. Чунки бунда ҳам хат муаллифи ўта жавобгарлик билан ёндошиши керак.

Электрон ёзишмаларда абзац кўрсатилмаса ҳам , унинг жойини оралиқ бўшлиқлар қўйилиши керак. Бунда ҳам, янги сўзлар бош ҳарф билан бошланиб, охири нукта билан тугатилиши лозим. Агар муаллифнинг фикр тўғрисида шубҳалари бўлса , унда кўп нуқталар ҳам қўйишдан фойдаланиши ҳам мумкин. Электрон хатлар ёзишда катта ва кичик ҳарфлардан, турли белгилардан фойдаланиш лозим, чунки бир хилдаги ҳарфлардан, айниқса ёзишма белгилардан фойдаланмаслик хатга бўлган эътиборсизликни оширади, қабул қилишни қийинлаштиради.

Агар электрон хатлар юмшок, расмий бўлмаган характерда- стилда ёзилган бўлса, унда компания стандартларида смайлардан фойдаланиш самарали ҳисобланади.

Хозирги электрон хатларда қўлланиладиган смайларни 1982 йили Скотт Фалмон биринчи бўлиб таклиф этган. Уларнинг айримларини келтирамиз:

- :-) табассум;
- : -))) кулги;
- : -D кувонч;
- : - I уйлабколмок, нейтралитет;
- : -( ғамгин;
- : -/ қоникмаслик ёки вазифа юклаш;
- : -0 ҳайратланиш.

Худди шунингдек электрон ёзишмаларда кўпгина тармоқ аббревиатуралари бўладики, улар бир бутун жумлаларни ўрнини олади. Уларнинг айримларини 1-жадвалда келтирамиз.

Жадвал-1

| Тармоқ аббревиатуралари                      |                          |
|----------------------------------------------|--------------------------|
| аббревиатуралар                              | маъноси                  |
| AFAIK (as far as know)                       | Менга маълум бўлишича    |
| ASAP (as soon as possible)                   | Иложи борида тезроқ      |
| CU или CUL или CU8R (see you see you latter) | Хозирча, кўришгунча      |
| IMNO ( in my humble opinion)                 | Менинг камтарин фикримча |

|                          |              |
|--------------------------|--------------|
| TIA ( thanks in advance) | Катта рахмат |
| 10X ( thanks)            | рахмат       |

Албатта, смайллар ва аббревиатуралардан иложи борича кўп қўлламаслик керак, чунки хат матнининг расмийлиги йўқолиб уни тушуниш, илғаш анча қийинлашади. Улар асосан мижозлар ва хамкорлар билан алоқада ICQ (I seek you – мен сени излайман) оркали қўлланилади.

Электрон ёзишмаларни узун қилмаслик керак. Сетикет қоидасига асосан, унинг ҳажми қоғозда ёзилганининг ярмига тенг бўлиши талаб этилади. Агар катта матнда хат бўладиган бўлса, уни қўшимча тарзда юбориб, у билан бирга албатта қисқа хабар матнини ҳам юбориш лозим.

Электрон почтадан катта матнларни юбориш учун фойдаланмаслик керак. Бунинг учун ftp –серверлардан ёки махсус веб-сайтлардан фойдаланиш керак. Агар катта матнли хатни (200-500 килобайтдан кўп) почта орқали юбормокчи бўлсангиз, унда олдиндан қабул қилувчини огоҳлантиришингиз керак, чунки у ўзининг электрон яшигидан айримларини бўшатиб қабул учун жой тайёрлайди ёки компаниянинг хатлар ҳажмига қўйилган четлашишлари бўлиши мумкин.

Электрон хатлар юборилганда, сетикет қоидасига асосан олганлик тўғрисида хабар беришни сўрамаслик керак, қилганда ҳам, илтифот билан тексти жуда оз микдорда бўлиши керак. Уни юборилиши қабул қилувчига ишонмасликни билдиради, Хабар олиш шарт бўлган тақдирда, электрон хатнинг охирида илтимос

тарзида сўраш мумкин. Масалан: хатни олганлигингиз тўғрисида ҳохлаган сизга қулай бўлган тарзда менга маълум қилишингизни илтимос қиламан- деб хатнинг охирида кўрсатилади.

Электрон хатларнинг ҳаммасига албатта жавоб бериш керак. Жавоб бериш муддати асосан икки кун ҳисобланади. Агар шу муддатда жавоб беролмасангиз, албатта, ҳамкорга унинг сабабини кечирим сўраб айтиш лозим бўлади. Агар сиз олган хатда қўшимча берилган бўлса, ундан сиз ҳамкорни хабардор этишингиз ва муаммосиз очилганлигини маълум қилишингиз керак. Худди, телефондаги алоқадек электрон хатнинг тўхтатилиши унинг бошловчисидан бўлиши керак.

Агар сизнинг электрон хатингизга 7 кун ичида жавоб бўлмаса, унда хатингизни олувчи сиз билан алоқа қилишни ҳоҳламаяпти. Агар 2-3 кун ичида олиб бўлмаса, сиз албатта яна бир бор алоқа қилиб сабабини аниқлаштиришингиз лозим бўлади. Жавоб хати ёзишда иложи борича олган хатингиздан цитата келтириб ҳамкорга яна бир бор эслатиш лозим бўлади. Лекин ҳамма матнни келтириш керак эмас.

Хар бир электрон хатнинг охирида сизнинг исмингиз ва 4-7 каторда ўзингиз ҳақингизда маълумот бериш керак. Имзода сизнинг исми шарифингиз, лавозимингиз, корхона номи ва бир нечта сиз билан алоқа қилиш мумкин бўлган воситаларни : телефонлар номерлари, факс, электрон почта ва х.к кўрсатишингиз керак.

### Таянч иборалар:

сетикет, электрон хат, смайл, сетикет коидалари, тармоқ аббревиатуралари, Скот Фалмон, серверлар.

### Назорат саволлари:

1. Электрон хатлар деганда нима тушунилади.
2. Сетикет нимани билдиради.
3. Сетикет нормаларига нималар киради.
4. Электрон хатларни ёзишда ни малрга риоя ки лиш талаб этилади.
5. Смайил деганда нима тушунилади.
6. Асосий смайиллардан мисоллар келтиринг.
7. Электрон хатга жавоб неча кунда булиши керак.
8. Электрон хат охирида нималар ёзилиши керак.

## **V-мавзу. Визит карточкалари, совғалар ва уларни топшириш қоидалари**

### **10-Маъруза Иш юзасидан муносабат этикети қоидалари**

1. Визит карточкаларининг пайдо бўлиши ва уларнинг аҳамияти
2. Визит карточкаларига қўйиладиган талаблар

Визит карточкалари деганда уларнинг сохиблари ва фирма тўғрисида керакли маълумотлар ёзилган ва биринчи учрашувдаёқ алмашинадиган жисмоний ёки юридик шахсларнинг карточкалари тушунилади.

Шу вақтгача ҳам визит карточкаларининг пайдо бўлган мамлакатни тасдиқловчи маълумотлар етарли даражада эмас. Шу сабабли ҳам баъзи бир мамлакатлар визит карточкаларни биринчи бўлиб кашф этганлиги тўғрисида давогарлик қилишмоқдалар. Масалан, французлар визит карточкалари илк бор XVII асрда Францияда кашф этилган дейишсалар, хитойликлар эса биринчи марта визит карточкалари, порох ихтиро қилингандан кейин, Хитойда ўйлаб топилган дейишади. Шунини таъкидлаш керакки, французларнинг ҳам, хитойликларнинг ҳам биринчи бўлиб ёзма визит карточкаларини ихтиро қилганлиги тўғрисидаги фикрларини тасдиқловчи биронта ҳам ёзма ҳужжат йўқ. Лекин ҳозирги замон адабиётларида ёзма визит карточкаларининг макони Германия деган фикрлар мавжуд, чунки илк бор унинг ҳудудида 1786 йилга тааллуқли ёзма визит карточкалари топилган. Бошқа ҳужжатларнинг мавжуд эмаслиги сабабли маъруза матни муаллифи ҳам ушбу фикр тарафдори.

Яна бир нарсга эсан чиқмаслиги керакки, визит карточкасини биринчи бўлиб ким кашф этганлигидан қатъий назар, у авваллари капиталистлар, мансабдор кишилар ва савдогарларнинг мансабларини тасдиқловчи қўшимча атрибут сифатида фойдаланилган ва уларни тайёрлаш санъатнинг махсус бир йўналишига айланган бўлса, XIX асрдан бошлаб эса визит карточкалари нафақат ўта бой кишиларнинг ва давлат вакилларининг, балки барча одамларнинг асосий **атрибутларидан** бирига айланди.

Визит карточкалари бугунги кунда хизмат этикетининг, шу жумладан бизнес этикетнинг ажралмас қисми ҳисобланиб, мансабдор кишилар ва бизнесмен фаолиятининг асосий атрибутларидан бирига айланди, чунки тадбиркорларнинг пайдо бўлиши ва улар фаолиятининг кескин ривожланиб кетиши билан улар бир-бирлари билан ўзи тўғрисидаги маълумотлар алмашиш зарурияти юзага келди. Компьютер ва ксерокс аппаратларининг пайдо бўлиши эса визит карточкаларни тез тайёрлаш учун кенг имконият яратди. Шунинг учун ҳам визит карточкалари ташкилот ва фирмаларнинг бир-бирлари ходимлари ва мижозлар билан контакт ўрнатишда кенг қўлланилади. Шу сабабли ҳам визит карточкаларидан, бир томондан ҳар хил даражали мансабдор шахслар, сотувчилар, барменлар, маслаҳатчилар ва бошқа хизмат турларини кўрсатадиган ва истеъмол қиладиган юридик ва жисмоний шахслар ҳам фойдаланишса, иккинчи томондан фақат ўзининг қўлоштида ишлайдиган кишилар билан мулоқотга тушадиган кичик раҳбарлар фойдаланишади.

Албатта, визит карточкасининг асосий мақсади расмий ва бошқа кишиларни бир-бирлари билан таништиришдан иборат. Шунинг учун ҳам визит карточкаси одамларнинг бир-бирлари билан танишишга бўлган истагини қондиради.

Визит карточкаларида уларнинг соҳиби тўғрисида зарурий маълумотлар ёзилганлиги сабабли бизнесменларга бўлажак ҳамкорлари тўғрисида керакли маълумотлар беради, демак, визит карточкалари маълумотлар алмашув манбаси сифатида хизмат қилади. Агар Россия, Шимолий Америка ва Европа мамлакатларида

танишишда визит карточкалари билан алмашиш ўзи тўғрисида ҳамкорларига шундайдир бир маълумот бериш ёки олиш жараёни ҳисобланса, бошқа мамлакатларда, айниқса Японияда, араб мамлакатларида ва бошқа мусулмон давлатларида миллатнинг диний қарашларини, урф-одатларини ва ички маданиятини ўзида акс эттирувчи жараён сифатида қаралади. Масалан, японлар бизнес-этикетига кўра визит карточкалари ўз соҳибининг вакили, яъни соҳибининг акси сифатида қаралади. Шунинг учун ҳам японлар этикетига кўра визит карточкаларини ўзи учун шараф деб ҳисоблаб, ҳурмат билан қабул қилиш керак. Шу боисдан ҳам визит карточкалари японлар томонидан икки қўллаб ва бошини эгиб узатилади. Араб мамлакатларида ва бошқа мусулмон давлатларида визит карточкалар танишувда фақат ўнг қўл билан ушлаб узатилади, чунки чап қўл макруҳ ҳисобланади.

Бугунги кунда этикет ва эстетик талабларига кўра дид билан тайёрланган визит карточкалар бизнесменларнинг, худди кийимлари, автомобиллари ва хушмуомалалигидек, имижини янада мустаҳкамлаш учун хизмат қилади.

Визит карточкалари улар соҳибларининг, шу жумладан бизнесменларнинг, вакили деб ҳисобланиши ва уларнинг худди ташриф буюрувчи шахснинг ўзини қабул қилинишидек қабул қилиниши, катта маблағ сарф қилмасдан улардан бошқа мақсадларда ҳам фойдаланиш имконини беради, масалан, сиртдан ўзи қизиққан кишилар билан танишиш, турли тантаналар билан табриклаш, расмий ва норасмий тадбирларга таклиф қилиш, хайрлашиш ва бошқа мақсадларда.

Хулоса қилиб айтганда, визит карточкалари бизнесменлар дунёсида бўлажак ҳамкор ва танишларга ўзини таништиришнинг шилқимсиз, ўзи тўғрисида маълумот бериш ва бўлажак ҳамкор ва танишлар тўғрисида зарурий маълумотларни олиш ҳамда ҳамкорлик ишларининг бошланиш шакли ҳисобланади. Шунинг учун бизнесменларнинг хизмат юзасидан барча учрашувлари бизнес карточкалар алмашинувсиз ўтказилмайди. Фақат визит карточкалари алмашинувидан кейин ҳамкорлик қилиш бўйича ҳаракатлар бошланади.

Таянч иборалар:

визит карточкаси, визит карточка макони, қўшимча атрибут, XIX аср, бизнесмен фаолиятининг асосий атрибути, визит карточка мақсади, маълумот бериш жараёни, Япония, араб мамлакатлари, имиж, бизнесмен вакили, хулоса.

Назорат саволлари:

1. Визит карточкалари деганда нимани тушунасиз?
2. Визит карточкаларининг макони сифатида қайси мамлакат тан олинган?
3. Авваллари визит карточкаларидан кимлар фойдаланишган ва улар қайси асрдан бошлаб оммавий тусга ўтган?
4. Визит карточкасининг асосий мақсади нимадан иборат?
5. Россия, Шимолий Америка ва Европа мамлакатларида ҳамда араб мамлакатлари ва Японияда визит карточкаларига бўлган муносабат қандай?
6. Визит карточкаларидан амалда қайси мақсадларда фойдаланиш мумкин?
7. Визит карточкалари тўғрисида хулоса қилиб, қандай фикрлар бераоласиз?

## **2. Визит карточкаларига қўйиладиган талаблар**

Визит карточкалари тадбиркорлар, бизнес корхонаси ходимлари ва раҳбарининг юзи ҳисобланади. Шунинг учун ҳам

бизнесменнинг визит карточкаси унинг кийиб келган кийими ва миниб келган автомобили билан бирга бўлажак ҳамкор ва танишларда биринчи таассурот қолдириш элементларидан бири бўли хизмат қилади. Шунинг учун ҳам визит карточка реклама воситаси ролини ўйнайди ва реклама воситаларининг ичида узоқ муддат давомида яшайдиганлардан бири ҳисобланади, чунки телевизор ёки радиога бериладиган рекламанинг «яшаш даври» бир неча минут, газеталарда бериладиган рекламалар даври бир неча ой бўлса, визит карточкалари йиллаб сақланиши мумкин. Шу боисдан ҳам сифатли тайёрланган визит карточка танишлар ва ҳамкорлар альбомида чанг босиб ётмасдан ўзининг соҳибига хизмат кўрсатиши мумкин. Бунинг учун эса визит карточка қатор этик ва дизайн талабларига жавоб берадиган ҳолда тайёрланиши ва сақланиши керак. Визит карточка ярим қалин сифатли картон қоғозидан тайёрланган бўлиши керак. Ундаги ёзувлар шрифти босмахонада, эстетик дидга эга бўлган мутахассис томонидан компьютерда терилган бўлиши керак. Карточкаларни шундай сақлаш керакки, у мажакланмаган, ифлосланмаган ва устига ҳеч қандай белгилар қўйилмаган бўлиши шарт.

Маблағни тежаш мақсадида визит карточкаларни бизнесменларнинг ўзлари компьютерда тайёрлашга ёки тайёрлаш учун арзон босмахонани қидиршга ҳаракат қилишадилар. Айнан визит карточкалар бўйича маблағни тежашга ҳаракат қилмаслик керак. Бундан ташқари қоғоз сифати паст, шрифтлари ўта кичик ва ёмон ўқиладиган шаклларда, ранглари ёйилиб кетган визит карточкаларидан фойдаланмасликка ҳаракат қилиш лозим, чунки

визит карточкасининг сифатига қараб, унинг соҳиби кўрсатадиган хизматнинг сифати тўғрисида хулоса чиқарилади.

Визит карточкаларида босмохона хатоларининг бўлишига асло йўл қўйилмаслиги керак. Бундай хатони топган бўлажак ҳамкорда, албатта, «бундай саводсизга пулимни ишониб берсам нима бўлади?» деган саволнинг туғилиши бежиз эмас. Айна шунда сизнинг йиллаб йиққан обрўйингиз полдан ҳам пастга тушиб кетиши мумкин.

Яна бир нарсага эътибор берилиши керакки, бизнесменнинг қимматбаҳо костюм кийшидан ва чет элда ишлаб чиқарилган нуфузли автомобилни миниб юришидан қатъий назар, унинг визит карточкасида ёки корпоратив визит карточкасида кўрсатилган сайт бепул серверда ёки интернетда бўлса ҳам бўлажак ҳамкор ва танишларда ёмон таассурот қолиши мумкин.

Лавозими, уй манзили ёки телефон ўзгарган бўлса, эскиларини ўчириб, унинг устидан қўл билан ёзилган визит карточкаларини ҳеч қачон бўлажак ҳамкор ва танишларга бермаслик керак. Энг яхшиси, янги визит карточкасини тайёрлаш зарур бўлади.

Визит карточкалари этикет қоидаларига кўра қалин тоза оқ қоғозда тайёрланади. Уларнинг ўлчами ва шрифти қатъий белгиланмайди ва жойларда шаклланган тажрибага боғлиқ бўлади. Одатда визит карточкалари уларни сақлайдиган кляссерларнинг ўлчамига қараб тайёрланади: эркаклар учун мўлжалланган кляссерлар ўлчами 90х50 мм., аёл кишилар учун – 80х50 мм., қиз болалар учун 70х35 мм. бўлади. Шу боисдан ҳам визит карточкалар шу ўлчамларда тайёрланади.

Визит карточкада у соҳибининг исми–шарифи, илмий унвони, лавозими, фирма ёки ташкилотнинг тўлиқ манзили, телефон, факс ва E-mail номерлари тўлиқ кўрсатилади. Чет мамлакатларга чиқишда визит карточкаси бизнесмен бормоқчи бўлган мамлакат халқининг давлат тилида ёки шу мамлакатда кенг тарқалган чет тиллардан бирида ёзилади.

Ҳамкорлар билан мулоқот қилишда визит карточкаларининг аҳамияти жуда ҳам катта, чунки улар мулоқот даврида ҳамкорнинг исми–шарифини тўғри талаффуз қилишда ҳамда унинг лавозимини ва тутган ўрнини ҳисобга олган ҳолда муурожаат қилишга имкон беради.

Эсдан чиқмасинки, визит карточкалари биринчи учрашувдаёқ ёки танишувдаёқ, турли конференция ва семинарларда ҳам уларнинг бошланишидан олдин шахсан берилади. Табиийки, визит карточкасини олган киши жавоб шаклида ўзининг визит карточкасини беради. Ҳалқаро форумларда (съезд, конгресс, конференция, семинар) визит карточкаларини олишда бир нарсага эътибор бериш керакки, агар карточкани сизга беришда икки қўл билан узатишса, сиз ҳам уни икки қўл билан қабул қилишингиз керак, агар бир қўл билан узатилса – бир қўл билан. Яна шуни эсдан чиқармаслик керакки, амалдаги халқаро этикет қоидаларига кўра жавоб шаклида олинган визит карточка бирданига, ўқилмасдан, чўнтакка, айниқса ички чўнтакка, солинмаслиги керак ва уни берган киши ёнида ундаги ёзув билан танишиб чиқиб, карточка соҳибига ўзининг миннатдорчилигини билдириш лозим.

Юқорида кўрсатилган вазиятлардан ташқари визит карточкаларидан халқаро тажрибада қўйидаги мақсадларда фойдаланилади: табриклашда, жавоб сифатида миннатдорчилик билдиришда, таклифнома сифатида, гулдасталар ва совғаларни топширишда, китоб, журнал ва газета кўргазмаларига ҳамда театр ва кинотеатрларга таклиф қилишда. Бундан ташқари визит карточкалари мусиқа ва адабий кечаларга, теннис, шахмат, гольф каби спорт учрашувларига ҳамда дўстлик кечаларига ҳам таклиф қилиш учун фойдаланилади. Табриклашда, таклиф қилишда, жавоб сифатида миннатдорчилик билдиришда, гулдасталар ва совғаларни топширишда, маданий масканларга (театр, кинотеатр, бадий кечалар), спорт билан боғлиқ учрашувларга таклиф қилишда визит карточкалари учинчи шахслар орқали юборилиши мумкин. Бундай ҳолларда визит карточкаларининг чап томонининг пастида лотин алфавитида қалам билан маълум тадбирга мўлжалланган ёзув қилинади. Агар сиз r.s.v.p. ҳарфлари ёзилган визит карточкасини олган бўлсангиз, бундай ёзув “илтимос, жавоб бериш керак” деган маънони билдиради. Олинган визит карточкасига махсус почта карточкаси, хат орқали ёки “p.r.” ҳарфлари ёзилган визит карточкаси ёки телефон орқали 24 соат ичида жавоб берилиши керак.

#### Таянч иборалар:

юзи, «яшаш даври», этик ва дизайн талаблари, босмахона хатоси, лавозим, телефонии, уй манзилининг ўзгариши, кляссер, биринчи учрашув ва танишув, халқаро форум, фойдаланиш.

#### Назорат саволлари:

1. Нима сабабдан визит карточкасини бизнесмен ёки корхона юзи дейилади?
2. Визит карточкаларига қандай талаблар қўйилади?

3. Нима учун визит карточкаларида босмахона хатоларига йўл қўймаслик керак?
4. Лавозими, телефони ёки манзили ўзгарганда уларнинг устидан ўчириб ёзилган визит карточкаларини бўлажак ҳамкорларга ёки таншларга бериш мумкинми?
5. Нима учун бизнесменлар визит карточкалари 90x50 ва 80x50 мм. ўлчамларда тайёрланади?
6. Визит карточкаларда нималар кўрсатилиши керак ва нима сабабдан?
7. Визит карточкаларини қабул қилиб олишда қайси этикет қоидаларига риоя қилиниши керак?
8. Халқаро тажрибада визит карточкалари нима мақсадларда ишлатилади?

### **13 маъруза. Визит карточкалари турлари**

1. Шахсий визит карточкалари
2. Хизмат визит карточкалари
3. Корпоратив визит карточка
4. Оилавий визит карточка

Визит карточкалари қуйидаги тўртта турга бўлинади:

- шахсий визит карточкалари;
- хизмат визит карточкалари;
- оилавий визит карточкалари.

Азиз талабалар, сизлар шахсий визит карточкалари тўғрисида кўпроқ маълумотларга эгасизлар. Визит карточкаларининг бошқа турлари бўйича эшитган бўлсаларингиз ҳам уларнинг мақсади ва реквизитлари ҳақида ҳали тўлиқ маълумотларга эга эмассизлар. Шу боисдан ҳам визит карточкаларининг барча турлари бўйича батафсилюроқ маълумотлар бериш мақсадга мувофиқ деб топилди.

Шахсий визит карточкаларида улар соҳибининг исми, фамилияси, унинг имижига, жамиятда тутган ўрни ва ёшига қараб,

отасининг исми ҳам кўрсатилади. Эркак бизнесменларнинг визит карточкаларида уй ва хизмат телефонларини, уй манзилини кўрсатиш мумкин. Барча қўшимча маълумотлар визит карточкаси ўнг томонининг пастки бурчагида кичик ҳарфлар билан терилади. Телефон, уй манзилидан ташқари қўшимча ҳолда яна бизнесменнинг илмий унвони ва даражаси (мисол учун доцент, техника фанлари номзоди), ҳарбий ёки фахрий унвони (масалан, полковник) кўрсатилиши мумкин. Агар телефонлари ва уй манзили визит карточкаси ўнг томонининг пастки бурчагида кичик ҳарфлар билан терилса, унвон билан боғлиқ қўшимча маълумотлар эса исми-шарифининг пастки томонида кичик ҳарфлар билан терилади.

Аёл бизнесменлар ўзларининг шахсий визит карточкаларида уй телефони ва манзили тўғрисида ҳеч қандай қўшимча маълумотлар бермаслиги керак. Яна шуни таъкидлаш керакки, шахсий визит карточкаларида карточка соҳибининг лавозими ёзилмайди.

Баъзи чет мамлакатларда шахсий визит карточкаларида уй манзилининг ўрнига у аъзо бўлган клуб манзили кўрсатилган бўлиши мумкин. Бундай ҳолда клуб манзили визит карточкаси чап томонининг пастки бурчагида, агар визит карточкада клуб манзилининг ўрнига уй манзили кўрсатиладиган бўлса, у карточканинг ўнг томонидаги пастки бурчакда ёзилади. Бундан олдин таъкидланганидек, чет мамлакатларга борганда шахсий визит карточка икки тилда ёзилган бўлиши керак: визит карточкаси соҳиби яшайдиган мамлакатнинг давлат тилида ёки борган давлатнинг тилида ёки дунёда кенг тарқалган чет тилларидан

бирида, масалан, инглиз тилида, ёзилади. Бундай ҳолларда визит карточка икки томонлама ёки бир томонлама (фақат чет тилида) ёзилади. Хитойда шахсий визит карточкалари умуман икки томонлама ёзилган бўлади. Шунинг учун ҳам Хитойга борадиган бизнесмен визит карточкасининг бир томонида маълумотларни Хитой тилида пероғлифлар ёрдамида, иккинчи томонида эса инглиз тилида ёзилган бўлиши керак.

Таянч иборалар:

шахсий, хизмат, оилавий ва корпоратив, шахсий визит карточка, қўшимча маълумотлар, клуб манзили, бир ва икки томонлама.

Назорат саволлари:

1. Визит карточкалари неча турга бўлинади?
2. Шахсий визит карточкаларида қайси ҳолларда исми ва фамилияси ёки исми, фамилияси ва отасининг исми кўрсатилади?
3. Эрақак бизнесменлар шахсий визит карточкаларида исми, фамилияси ва отасининг исмидан ташқари қандай қўшимча маълумотлар берилиши мумкин ва улар визит карточкасида қандай ёзилади?
4. Аёл бизнесменлар шахсий визит карточкаларида қайси қўшимча маълумотлар берилмайди?
5. Чет мамлакатларга борганда шахсий визит карточкалар қайси тилларда ёзилади?

## **2. Хизмат визит карточкалари**

Хизмат визит карточкаларида ходимнинг ёки раҳбарнинг исми, фамилияси, лавозими, корхона (фирма, компания) номи, унинг манзили, телефони, факс номерлари кўрсатилиши керак. Бундай визит карточкаларини тайёрлашда корхона (фирма, компания) стили ва логотипидан фойдаланилади.

Фирма раҳбари бўлмаган ходимнинг визит карточкасининг ўртасида фирманинг номи ва адреси кўрсатилади. Ходим визит карточкаси чап томонининг пастки бурчагида, унинг фамилияси, отасининг исми, ўнг томонининг пастки бурчагида эса фирма телефони ва факс номерлари кўрсатилади.

Ходимлар лавозимини кўрсатишда нафақат лавозимнинг номи, ваколат соҳаси ҳам кўрсатилади. Масалан, маркетинг ёки транспорт бўлими бошлиғи.

Фирма (корхона, компания) раҳбари хизмат визит карточкаси ходимлар визит карточкасидан унинг исми-шарифини жойлаштириш тартиби билан фарқ қилади. Масалан, раҳбар фамилияси визит карточкасининг ўртасида, лавозими эса исми-шарифининг тагида кичик шрифтлар билан терилган бўлиши керак. Фирма номи ва манзили хизмат визит карточкасининг чап томонидаги пастки бурчакда, телефон, телефакс номерлари ва E-mail ўнг томонидаги пастки бурчакда кўрсатилади.

Хизмат визит карточкаларидан, худди шахсий визит карточкаларидек, одамнинг ўзига тааллуқли вазиятларда фойдаланиш мумкин эмас. Ундан фақат хизмат юзасидан бўладиган учрашувларда фойдаланиш мумкин, холос. Учрашувларда танишгандан кейин хизмат карточкалари билан алмашинилади.

Агар хизмат визит карточкаси чет тиллардан бирида ёзилиши керак бўлса, ходим ёки раҳбарнинг фамилияси ва исми тўлиқ ёзилади, отаси исмининг эса фақат бош ҳарфи кўрсатилади ёки умуман кўрсатилмайди, чунки аксарият чет мамлакатлар

халқларида отасининг исми қабул қилинмаган. Шунинг учун тўлиқ ёзилган отасининг исмини визит карточка соҳибининг иккинчи исми деб тушунишлари мумкин.

Стандарт хизмат карточкаларида уй телефони ва манзили кўрсатилмайди. Зарурлик туғилганда бу маълумотларни қўл билан карточкада ёзиб беришга рухсат берилади.

Таянч иборалар:

фирма раҳбари бўлмаган ходим, фирма (корхона, компания) раҳбари, хизмат юзасидан бўладиган учрашувлар, чет тилларда ёзиш.

Назорат саволлари:

1. Хизмат карточкаларида ходим ёки раҳбарнинг қайси реквизитлари кўрсатилади?
2. Фирма раҳбари бўлмаган ходимнинг хизмат визит карточкаларида қайси маълумотлар берилади ва улар қандай жойлаштирилади?
3. Фирма раҳбари хизмат визит карточкаларида қайси маълумотлар берилади ва улар қандай жойлаштирилади?
4. Хизмат визит карточкалари чет тилида қандай ёзилади?

### **3. Корпоратив визит карточка**

Корпоратив визит карточкасининг корхона (фирма, компания) имижини шакллантиришдаги аҳамияти жуда ҳам катта. Агар шахсий карточкалар ўзлари соҳибларининг реклама воситаси ҳисобланса, корпоратив визит карточкалар эса бизнес корхонасини реклама қилувчи реклама воситаларидан бири ҳисобланади. Шунинг учун ҳам корпоратив визит карточкасида исм, фамилия кўрсатилмасдан фақат фирма (корхона, компания) кўрсатадиган

хизмат турлари, контакт учун телефонлар, топиб келиш харитаси, web – варақ бети, манзили ва фирма символикаси кўрсатилади.

Корпоратив визит карточкалари презентацияларда, кўргазмаларда, ярмаркаларда, фирма номидан совғалар топширишда, сувенирлар беришда фойдаланилади.

Таянч иборалар:

реклама воситаси, фойдаланиш

Назорат саволлари:

1. Нима учун корпоратив визит карточкалар фирма рекламаси ҳисобланади?
2. Корпоратив визит карточкаларидан қайси вазиятларда фойдаланилади?

#### **4. Оилавий визит карточка**

Оилавий визит карточка шахсий карточканинг бир тури бўлиб, хизмат ва корпоратив карточкалари билан ҳеч қандай боғлиқлик жойи йўқ. Оилавий визит карточка нафақат бизнесменларда, жамиятнинг бошқа аъзоларида ҳам бўлиши мумкин.

Оилавий визит карточкада эр-хотиннинг исмлари (биринчи навбатда рафиқасининг, кейин эса эрининг исми), оталарининг исмлари, фамилиялари ва уй телефони ва манзили кўрсатилади.

Эр-хотиннинг оилавий визит карточкасидан ташқари шахсий визит карточкалари ҳам бўлиши мумкин. Агар шахсий визит карточкаларидан уларнинг ҳар бири алоҳида фойдаланилса, оилавий визит карточкаларидан эса биргаликда фойдаланишади.

Оилавий визит карточкалари оила номидан бериладиган тўй ва бошқа совғалар билан берилади, оилавий таклиф хати сифатида ҳамда биргаликдаги нормасмий ташрифларда фойдаланилади. Оилавий визит карточкалари асосан аёл кишиларга берилади – шахсан топширилади ёки хат ташувчи орқали юборилади.

Таянч иборалар:

оилавий визит карточка, эр-хотининг исмлари, фойдаланиш.

Назорат саволлари:

1. Оилавий визит карточкаларида нималар кўрсатилади?
2. Оилавий визит карточкалари қайси вазиятларда фойдаланилади?

**14-март. Визит карточкаларида ёзилиши мумкин**

**бўлган қисқартмалар**

1. Визит карточкаларда ёзилиши мумкин бўлган қисқартмалар
2. Визит карточкаларни топшириш ва олиш қоидалари

Бундан олдин таъкидланганидек, шахсий визит карточкасида унинг соҳиби нафақат танишув учун бошқа мақсадларда ҳам фойдаланади. Унинг учун визит карточкаларининг чап томонининг пастки ёки юқори бурчагида карточкани юбориш мақсадига қараб турли хил қисқартма ёзувлар қилинади. Одатда, бу қисқартма ёзувлар қалам билан бажарилади. Ушбу қисқартирилган белгилар халқаро тажрибада махсус қабул қилинган бўлиб, ҳар хил вазиятларнинг французча номининг бош ҳарфларидан иборат бўлади. Бундай қисқартмалар нафақат бизнесменлар, балки дипломатия тажрибасида ҳам кенг қўлланилади. Шу сабабли ҳам

уларни ушбу маъруза матнида кўриб чиқишни лозим деб топилди.  
Ушбу қисқартмаларнинг мазмуни қуйидагича:

|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| P.F.C. (pour feter)                                    | - байрам билан табираклаш. Ушбу белги қўйилган визит карточкаси ёрдамида янги йил, рождество (христианларда Исо туғилган куни байрами), миллий байрамлар билан табриклаш мумкин;                                                                                                                                |
| P.F.N.A. (pour feter le Nouvel An)                     | - ушбу белги янги йил муносабати билан табриклашда визит карточкаларига қўйилади. N.A. белгиси янги йил деган маънони беради;                                                                                                                                                                                   |
| P.R. (pour remercier)                                  | - ушбу белги табриклагани, таъзия билдирганлиги, совға берганлиги ва бошқа кичик кўрсатган хизматлари учун миннатдорчиликни изоҳор этишини билдиради;                                                                                                                                                           |
| P.R.F.N.A. (pour remercier et Pour feter le Nouvet An) | - белгиси шу вақтда қўйиладики, агар ҳамкор биринчи бўлиб янги йил билан табриклаган бўлса, унга жавобан табриклаш ва миннатдорчилик билдиришда;                                                                                                                                                                |
| P.R. ва P.R.F.N.A.                                     | - белгилари қўйилган жавоб карточкаларига 24 соат ичида адресатга жавоб юборилиши керак;                                                                                                                                                                                                                        |
| P.F.C. (pour faire conna issance)                      | - ушбу белги танишганидан хурсандчилигини билдириш учун визит карточкага қўйиб юборилади;                                                                                                                                                                                                                       |
| P.C. (pour condle'ances)                               | - ушбу белги визит карточкага таъзия билдириш учун қўйиб юборилади;                                                                                                                                                                                                                                             |
| P.P.P. (pour prendre part)                             | - ушбу белги таъзия билдиришни ва керак бўлса, ёрдам кўрсатишга тайёрлигини билдиради;                                                                                                                                                                                                                          |
| P.P. (pour presenter)                                  | - ушбу белги ўзини таништириш учун юборилаётган визит карточкада қўйилади; сиртдан танишишда ушбу белги танишадиган кишининг визит карточкасида эмас, кафил бўлган таниш кишининг ёки таништириш учун розилик берган расмий шахснинг визит карточкасига қўйилади ва ўзининг визит карточкасини ҳеч қандай белги |

P.P.C. (pour prendre conge')

қўймасдан қўшиб юборади;  
- ушбу белги узоқ муддатга сафарга, таътилга ёки мамлакатдан умуман чиқиб кетаётганда визит карточкасига қўйилиб юборилади ва хайрлашувни билдиради. Албатта, бундай белги визит карточкага фақат сиртдан хайрлашувда қўйилади;

P.R. ва P.P.C. белгилари қўйилиб берилган визит карточкаларига жавобан карточкаси берилмайди. Фақат P.P.C., P.C. ва P.F. белгилари қўйилган карточкаларга жавобан P.R. белгиси қўйилган ўзининг визит карточкасини юбориш керак бўлади. P.P. белгиси қўйилган визит карточкаларига жавобан ҳеч қандай белги қўйилмаган визит карточка юборилиши керак. Бу танишиш қабул қилинди ва келажакда шахсий контактларни ўрнатиш мумкин деган маънони беради.

Юқорида кўрсатиб ўтилган сўзларнинг қисқартма белгилари сонидан кўриниб турибдики, визит карточкаларини бериш вазиятларининг сони чегараланган. Масалан, кинотетарларга, юбилейларга ва бошқа тадбирларга таклиф қилишга ўхшаган қатор сабаблар ҳисобга олинмаган. Шу боисдан бўлса керакки, охириги йилларда аксарият кишилар қисқартирмалардан фойдаланиш ўрнига ўзининг тилида ёки таниш киши тушунадиган чет тилда ўз фикрининг қисқача мазмунини ёзади. Бундай ҳолда учинчи шахс номидан ёзилади, масалан Мажид Каримович (бу карточкада ёзилган бўлади) юбилей муносабати билан табриклаганингиз учун чин кўнгилдан миннатдорчилик билдиради.

Энг яқин ўртоқларга ва танишларга визит карточкада ёзиб беришда карточкада ёзилган ўзининг исми-шарифи ўчирилади ва биринчи шахс номидан изҳор сўзлари ёзилиб, имзо чекилади.

Авваллари ҳам визит карточкаларининг тўртта бурчагида тўртта вазиятнинг номини ифодаловчи сўзларнинг бош ҳарфлари ёзиб қўйилган. Масалан, Россияда визит карточкасининг тўрт бурчагида П, О, Ж ва В ҳарфлари ёзилган бўлган. «П» ҳарфи табриклашни, «О» - узоқ муддатга дам олишдан олдин хайрлашишни, «Ж» - соғлиғидан хабар олишни, «В» - узоқ муддатдан кейин қайтаби келганлигини билдиради.

Агар визит карточкаларини соҳибининг ўзи уй ва офисларга шахсан келтирганда адресат уйда ёки офисда бўлмаса, уни шу ерда қабул қилинган қоидага кўра буклаб қолдириш қабул қилинган. Масалан, Россияда ўнг томонининг юқори бурчагини буклаб қолдириш қабул қилинган. Агар визит карточка хат ташувчи орқали юборилганда ва адресат бўлмаганда карточка букланмайди.

#### Таянч иборалар:

бизнесменлар ва дипломатия тажрибаси, P.F., P.F.N.A., P.R., P.R.F.N.A., P.F.C. P.C. P.P.P., P.P., P.P.C., кинотеатр, юбилей, ўз фикрининг қисқача мазмуни, П, О, Ж, В.

#### Назорат саволлари:

1. Бизнес ва дипломатия тажрибасида қандай қисқартма белгилар қабул қилинган?
2. P.F. белгиси нимани билдиради, P.F.N.A. белгиси-чи?
3. P.R. белгисининг мазмунини биласизми, P.R.F.N.A. – белгисининг мазмунини-чи?
4. P.F.C. ва P.C. белгиларининг маъноси тўғрисида маълумотлар бераоласизми?
5. P.P. P.P.C. – белгилари нималарни билдиради?

6. Қайси белгилар қўйилган визит карточкаларига жавоб берилмайди?
7. Қайси белгилар қўйилган визит карточкаларига албатта жавоб берилиши керак?
8. Нима учун ҳозирги пайтда аксарият кишилар сўзларнинг қисқартма белгиларидан фойдаланишмайди?
9. Авваллари россияликлар визит карточкаларида қандай ҳарфлар қўйилган ва улар нимани билдирган?

## **2. Визит карточкаларни топшириш ва олиш қоидалари**

Визит карточкалари бизнесменларнинг бир-бирлари билан хизмат юзасидан, конференция семинарларда ва бошқа вазиятларда биринчи учрашувидаёқ уларнинг соҳиблари томонидан танишаётган кишига шахсан топширилади. Ўз мамлакатида ўзининг ватандош бизнесменларга, танишларга бизнес карточкасини беришда «биринчи навбатлилик» тамойилига қатъий амал қилинади. Мартабаси, мансаби, таниқлилиқ даражаси паст бўлган бизнесмен танишишда биринчи бўлиб ўзининг визит карточкасини беради. Агар бўлажак ҳамкорларнинг юқорида кўрсатилган ҳолатлари бир хил бўлса, биринчи бўлиб, ёши кичик киши ўзининг визит карточкасини бериши керак. Агар танишадиган кишиларнинг кўрсатилган ижтимоий ҳолатлари ва ёши ҳам тенг бўлса, танишишга биринчи бўлиб ҳаракат қилган бизнесмен ўзининг визит карточкасини бериши мумкин.

Бизнес бўйича бўлажак чет эллик бизнесменлар билан биринчи учрашувда учрашувни ташкил қилган мезбон-бизнесмен биринчи бўлиб, меҳмонларга ўзининг визит карточкасини беради.

Визит карточкаларини беришга ҳам қатор этик талаблар қўйилади. Улар қуйидагилардан иборат: уларни беришда карточка

соҳиби бўлажак ҳамкорга бўлган ҳурматини билдириш мақсадида озгина энгашиш тартиби қабул қилинган; бундан ташқари уларни аввалдан танишларга беришда раҳматнома каби ҳис-туйғулар билдириш тажрибада қабул қилинмаган; визит карточкаларини беришда уларни шундай ушлаш керакки, олувчи таниш унинг матнини ўқиши учун қулай бўлиши керак; бундан ташқари, визит карточкасини бериш вақтида унинг соҳиби ўзининг исми-шарифини товуш чиқариб, таниш эшитадиган овозда айтиши керак. Бу айниқса талаффуз қилиниши қийин бўлган фамилияларнинг таниш хотирасида сақланиб қолиши учун катта аҳамиятга эга.

Фирма ва такилотларга келганда визит карточка соҳиби келганлиги ва ўзи тўғрисида маълумот бериш учун ташкилот котибига (котиба) бериши мумкин. Бундай ҳаракат бизнесменнинг олдиндан келишилмаган ҳолда ташриф буюришида ката аҳамиятга эга.

Танишларидан визит карточкаларини олаётган бизнесменларнинг ҳаракатига ҳам маълум талаблар қўйилган: улар ҳам визит карточкаларни олишда сал-пал бошларини эгиши ва уларни берган кишиларнинг олдида фамилияларини товуш чиқариб ўқиши лозим. Фақат шундагина танишларнинг исми-шарифини тўғри талаффуз қилганлик тўғрисида ишонч ҳосил бўлади; визит карточкасини олгандан кейин уни берган киши олдида карточкага белгилар қўйиш ва ўзининг қўли билан аниқликлар киритиш мумкин эмас. Бу бўлажак ҳамкорлар учун ҳурматсизликни билдиради. Агар аниқлик киритиш лозим бўлса, уни ёзиш учун карточканинг соҳибидан илтимос қилиш керак; бундан ташқари,

танишиш бўйича олиб борилаётган мулоқот даврида олган визит карточкасини бирданига чўнтакка солиб қўйиш ҳам ахлоқсизлик ҳисобланади. Худди шунигдек, олган визит карточкаларини уни берган киши олдида буклаш ёки қўлида айлантриб, ўйнаб туриш ҳам беодоблик ҳисобланади; танишларнинг карточкаларини стол устида эсдан чиқариб қолдириш ёки таниш кетгандан кейин уларни йиртиб ташлаш ҳам янги таниш шанига нисбатан беҳурматлик ҳисобланади.

Бизнес бўйича келишувларда визиткалар билан алмашинув маросимидан кейин уларни ўзининг қаршисида стол устида ҳамкорлар қандай ўтиришган бўлсалар, шу тартибда жойлаштириш керак.

Агар визит карточкаси совға билан берилши керак бўлса, уни совға солинган қутига солиб бериш керак. Визит карточкаси конвертга солиниб, қутичага қўйилади. Бундай ҳолларда конверт клейланмайди. Агар совға жуда ҳам шахсий характерга эга бўлса, конверт клейланиб, қутичага солинади. Агар визит карточка гулдастанинг ичига қўйиб бериладиган бўлса, ва расмий (важли) сабабларда (мисол учун байрам) карточкада унинг соҳиби исми-шарифининг устидан биров юқорироқда унинг сабаби ҳақида қисқача ёзув қилинади. Агар, христианлар урф-одатларига кўра, гул дафн қилиш муносабати билан топшириладиган бўлса, визит карточкада ҳеч қандай қўшимча ёзув қилинмайди. Бундай ҳолда визит карточкаси конвертга солиниб, гулдаста ўралган материалга биркитиб қўйилади.

Визит карточкаларини тавсиянома сифатида ишлатишда, визит карточкасининг усти томонида тавсия қилинаётган кишининг исми-шарифи ёзилиб, мўлжалланган кишига юборилади.

Норасмий қабулга кимнидир таклиф қилиш керак бўлса, визит карточканинг юқори томонида чақириладиган кишининг исми-шарифи ёзилади, пастки қисмида эса қабул тури, мисол учун «эрталабки» ёки «кечқурунги» нонушта, ўтказилиши жойи, санаси ва вақти кўрсатилади. Агар визит карточкасида берилаётган маълумотлар учун жой етишмаса, уни алоҳида откриткада ёзиб ва унинг ёнига визит карточкасини қўйиб, таклиф қилинадиган кишига юборилади.

Манзил ўзгарганда ҳамкорга янги карточка билан эскисини ҳам юбориш керак.

Почта ёки хат ташувчилар орқали юбориладиган визит карточкалари махсус конвертга солинади. Конвертда қўлдан сиёҳ билан ёки компьютерда, ёки машинкада адресатнинг исми, фамилияси ва лавозими кўрсатилади. Битта конвертга бир неча киши учун визит карточкаси солиб юборилиши ҳам мумкин. Бундай ҳолда ҳар бир карточканинг чап бурчагининг юқорисида қалам ёки ручка билан топширилиши керак бўлган кишининг исми, фамилияси ёзилади.

Конвертга солиб юбориладиган визит карточкалар букланмайди.

Аёл кишига эркак кишини таништиргандан кейин эркак киши бир ҳафта ичида аёл кишига ва ҳаёт йўлдошига, у билан таниш бўлмаса ҳам, ўзининг визит карточкасини юбориши керак.

Чет мамлакатларга борганда визит карточкаларини бериш ва олишга ҳам қатор талаблар қўйилади. Биринчидан, шахсий ёки корпоратив визит карточкалари жуда ҳам тоза ва кўркем, унинг устида ҳеч нарса ёзилмаган бўлиши керак. Икки томонлама ёзилган визит карточка танишига ёки ҳамкорга унинг тилида ёки тушунадиган тилида ёзилган томони билан узатилиши керак. Таниш ва партнёрларнинг визит карточкаларини олишда уни бирданига чўнтакка солиб қўймасдан ундаги маълумотлар билан берган киши олдида танишиб чиқиш ва исми ва фамилиясининг талаффуз қилинишига катта эътибор бериш қоидалари қабул қилинган. Фақат Англияда визит карточкаларини ўқимасдан ҳам бирданига чўнтакка солиб қўйиш мумкин.

#### Таянч иборалар:

шахсан топшириш, «биринчи навбатлилик» тамойили, чет эллик таниш, визит карточкаларини бериш, котиб (котиба), визит карточкаларини олиш, совға, дафн, гул, тавсиянома, норасмий қабул, карточка, манзил, конверт, аёл ва эркак кишиларни таништириш, чет тили, икки томонлама.

#### Назорат саволлари:

1. Визит карточкалари қайси вазиятларда берилади?
2. «Биринчи навбатлилик» тамойили деганда нимани тушунаси?
3. Визит карточкаларини беришга қандай талаблар қўйилишини биласизми?
4. Визит карточкаларини олишга қўйиладиган талабларни айтиб бераоласизми?
5. Агар визит карточка совға билан бериладиган бўлса, у қаерга ва қандай қўйилади?
6. Агар визит карточка турли вазиятларда гул билан бериладиган бўлса, унда нима ёзилади ва у нимага солинади ва қаерда бирктиб берилади?

7. Визит карточкасини тавсиянома сифатида ишлатилиши бўйича нималарни биласиз?
8. Норасмий қабулларга таклиф қилишда визит карточкаларида қандай маълумотлар ёзилади?
9. Манзил ўзгарганда ҳамкорга янги визит карточкаси қандай юборилади?
10. Почта ёки хат ташувчилар орқали визит карточкалари нима солинади ва унда нималар кўрсатилади?
11. Аёл кишини эркак киши билан таништирганда эркак киши аёл кишига ва унинг ҳаёт йўлдошига ўзининг визит карточкаси қанча вақт давомида юбориши керак?

### **15-Майруза. Новербал муносабат қилиш қоидалари.**

1. Новербал муносабат қилиш қоидалари.
2. Совғалар ва уларни топшириш қоидалари

#### **1. Новербал муносабат қилиш қоидалари.**

Новербал муносабат дегаанда, инсон мимикаси ва жестлари (имо-ишораси), умуан сўзсиз алоқа этиш тшунилади. Рухшуносларнинг таъкидлашича бундай муносабат қилиш катта самара берувчи алоқа этиш воситаси ҳисобланар экан. Чунки, инсон 70% дан куп информацияларни куриш орқали қабул этар экан. Шунинг учун ҳам, бизнинг биринчи таассуротимиз бу биздаги новербал факторлар, яъни юзимиз куриниши, кадам ташлаши (походкаси), нигохимиз, узимизни тутишимиз, кийиниш стилимиз ва бошқалар киради.

Албатта новербал характлар сўз бўла олмайди, лекин унга қўшимча- ёрдамчи бўлиши мумкин. Шунинг учун хизмат кўрсатиш соҳаси бизнесменларида уларни англаш муҳим ҳисобланади.

Новербал муносабат факторларини билиш, уни ўзаро муносабатда қўллаш мақсадида қуйида биз уларнинг энг кўп тарқалган «сўзларини» келтирамиз.

Инсонларни эмоционал кўринишини энг аввало унинг лабларининг ҳолати билдиради. Умуман юздаги табассум унинг дўстлик ёки уни тасдиқлашни билдиради. Бунда аёлларнинг табассуми эркакларникига нисбатан ҳақиқийроқ ҳисобланади. Улар қуйидагича изоҳланади:

- кўп жилмайиш – маъқулликга бўлган талаб;
- қийшиқ жилмайиш- жахли чиқишини назорат этиш белгиси;
- қошларини кўтариб жилмайиш – буйсунишга тайёргарлик;
- қошларини тушириб жилмайиш- ўзини юқори қуйиши;
- пастки ковокини кутармай жилмайиш –носамимиятсизлик;
- кззларини жимирлатиб жилмайиш- тахдир;
- кўзларини катта очиб жилмайиш – хайрон қолиш, қойил бўлиш.

Инсоннинг юз ҳолатининг кўриниши ҳам, унинг эмоциал характерини ифодалайди. Қуйида кўп тарқалган типик юз кўриниши нимани билдиришини келтирамиз:

- қувониш – лабларнинг бурилиши ва уларнинг бурчаклари орқага қараб чўзилиши, кўзларининг атрофида кичик ажинларнинг бўлиши билан;
- кизиқиш- қошлар бирмунча кўтарилган, ковоқлар эса озгина кенгайган ёки қисқарган;

- бахтли- лабларнинг ташқи бурчаклари кўтарилган ва одатда орқага олинган, кўзлар тинч;

-хайрон бўлиш – қошнинг кўтарилиши билан пешонада ажиннинг бўлиши, кўзлар бирмунча катталашади, очилаётган оғиз айлана шаклида бўлади;

- нафратланиш- қошлар туширилган, бурун ажинлашган, пастки лаб кўтарилиб, юқори лаби билан қўшилган, кўзлар худди қийшайгандай ,умуман инсон эзилган ;

-менсимаслик- қошлар кўтарилган, юз чўзилган, бош шундай кўтарилганки ,у худди юқоридан пастга қарагандай;

- куркув- қошлар озроқ кутарилган, лекин тўғри формада, пешонада горизонтал ажинларнинг бўлиши, кўзлар катталашган, пастки қовоқ кучланган, юқоригиси кўтарилган, оғиз очилган бўлиши мумкин;

-ғазаб- лаблар мускуллари ичкарига қараб силжиган, кўзлар таҳдидлантирувчи, бурун қанотчалари кўтарилган, лаблар ё маҳкам ёпилган ё орқага қараб тортилган, кўп ҳолатда юзлар қизаради;

- уят – бош эгилган, юз бурилган, нигоҳ четлашган, кўзлар пастга қараган ёки уёқ буёқга чопади, узилишли нафас олиш, юз жуда қизариб кетган ҳолатда бўлади;

- мотам- қошлар бирлашган, кўзлар хиралашган, лабларнинг ташқи бурчаклари бир мунча туширилган,

Ушбу юз кўринишининг ҳолатларини билиш тадбиркорларга муносабатда ҳамкорнинг ҳолатини кўриши ёки тушунишига ва

шунга қараб муносабатда бўлишига ёрдам беради. Худди шунингдек, корхона ходимларини ўргатишга қўлланилади.

Юз тузилиши билан бир қаторда, инсоннинг нигоҳи ҳолати ҳам унинг ички эмоционал ҳолатидан дарак беради.

Чунки, инсоннинг кўзлари унинг ички кечинмаларидан хабар беради. Шунинг учун, кўп ҳолларда уни бошқалардан ёшириш учун турли кўзойнақлардан фойдаланилади. Инсон ўзининг имо ишораси (жести) , мимикасини назорат эта олсада, нигоҳининг ҳолатини назоратини қилолмайди. Қуйида унинг айрим кўп учрайдиган ҳолатларини кўриб чиқамиз:

- нигоҳнинг йўқлиги- хаёлнинг мужассамланиши;
- нигоҳни атроф муҳитга ёки потолокка қаратилиши- сўзлашувдаги қизиқишнинг йўқолиши, партнёрнинг узундан узун монологи;
- кўзга қараб интилувчан нигоҳ (кўз корачиғининг торайиши) – душманлик белгиси;
- нигоҳнинг бурилиши ва туширилиши – уят, алдаш;
- четдан нигоҳ- ишонмаслик;
- нигоҳнинг гоҳ олинishi ёки орқага қайтарилиши – маъқулламаслик, ишонмаслик.

Хамсуҳбатга нигоҳнинг қисқа вақтда тутилиши, айниқса сўзлашув охирида ёки жозибали вақтларди, унинг фикрига ишонганлигини билдиради. Инсон хамсуҳбати билан сўзлашаётганда унга қулоқ солишига нисбаттан камроқ унга қарайди. Гапираётган вақтда эса, фикрини туплаб олиш учун ҳар вақт нигоҳини бошқа томонга буриб туради. Лекин нигоҳини

бутунлай бурса, унда унинг суҳбатдоши билан ҳамфикир эмаслигини, унинг шуҳбаси борлиги ёки буни уйлаб куришлиги кераклигини билдиради. Агар суҳбатдош, куп уз нигоҳини четга бурса, демак унга бу кизик эмас, унинг асабийлашганини, тезрок суҳбатни тугашини хохлаётганлигини билдиради.

Хизмат соҳасида купгина бошқа тармоқлардагидек имо ишора (жест)ларнинг ҳам ахамияти катта ҳисобланади. Инсоннинг жести унинг ички ҳолатининг нимага мослашаётганидан, статик ҳолатидан дарак беради. Худи шундай гавдасининг тутиш ҳолати, унинг хусусиятининг қанчалик мустаҳкамлигини билдиради.

Одамлар узининг туриш ҳолати ва унинг имо ишораси (жестини) мимикасига нисбатан камроқ назорат қилади. Одамнинг имо ишораси унинг ички ҳолатининг ташқи кўринишини ифодалайди.

Ҳозирги вақтда қуйидаги имо ишоралар гуруҳини ажратишимиз мумкин.

Агрессивликни ифодаловчи имо ишора:

- қўл бармоқларининг туташishi ( агар улар тиззада булса, бундай ҳолат башкалар томонидан агрессив ҳолат деб тушунилади);
- муштни сиқиш ( улар қанчалик қаттиқ сиқилса, ички уйғонишнинг шунчалик катта эканлигини билдиради. Агар мушт оркасида ёки чунтагида бўлса, ҳамкорнинг шунчалик қатъиятлигини, ҳаракатга тайёрлигини билдиради);
- «кўрсатиш бармоғини ҳамкорга кўрсатиш- «Мана сен...», «Сен мени яхши тушундингми...»;
- стулни «миниб» олмоқ;

Дадил имо ишоралар:

- бармоқ учлари билан қўлларнинг туташishi, қатлар бир бирига тегмайди;
- тумшуғи кўтарилган, қўллари орқага олиб туташтирилган;

Рози эмаслик:

- ёнбош нигоҳ- ишонмаслик имо ишораси;
- ўтирган ёки турган ҳамкорнинг оёқлари чиқишга йўналтирилган (ҳамкор кетишни хохлаяпти);
- бурнига тегиш ёки енгил артиб олиш ( сўзининг тўғрилигига ишонмаслик, ёки суҳбат вақтида ҳамкорда контр аргументнинг бўлиши).

Дадилсизлик, кузатиш имо ишораси:

- йуталиш ( хавфсизланиши ёки ишончнинг йўқолиши);
- хуштак (бадий бўлмаган);
- креслода ишқаланиш ( кўп ҳолда стресс ҳолати);
- гапираётганда қўл оғиз олдида бўлиши ( ўзига ишонмаслик).

Кўнгил қолиши ёки ўйлаб қолиш имо ишораси:

- бошнинг орқа томонини қашиш;
- ёқани бўшаштириш («ёқа халақит берияпти»);
- оёқ билан уриш (ерга ёки ҳавога).

Айтилганларни баҳолаш имо ишоралари:

- қўлнинг юзда бўлиши ( «Ўйлаш» позаси);
- бир бармоқни ўз ҳолига қўйиб ўолганларини жағ тагига тутиш ( танқидий баҳолаш, ҳозирда ҳамкорга салбий бўлиш);

- бошни эгиш (сухбатдошга кизиқиш ёки эгилган бошни кўтариш ҳам шуни билдиради, Лекин бошни бошқа ёққа буриш сухбатдошга қизиқиш қолмаганини билдиради);
- жағни қашлаш (янги кадамни ўйлаши);
- бурун учини бармоқ учлари билан қашлаш (гумонланиш);
- кўзойнак билан манипуляция (кўзойнакни артиш, олиб ушлагичини тутиш – шошмаётганликни билдиради. Агар кўзойнак ечилиб столга қўйилса унда сухбатнинг жиддийлашганлиги ёки мавзунинг қизиқ эмаслигидан далолат беради).

Қандайдир ҳаракатга тайёргарлик кўриш имо ишораси:

- гавда олдинда, қўллар белда (ўзига ишонч ва ҳаракатга тайёрлиги);
- ҳамкорнинг стул лабига ўтириши (хохлаган вақтда туриб кетиши, қулай фурсатда эса кетиб қолишига тайёргарлик. Ўзининг ҳаракати билан ҳаяжонини тинчлантириш ёки ўзига эътибор қаратиш);

Ўз ўзини баҳолашга қаратилган имо ишоралар:

- гавда олдинда (ўзига юқори баҳо берган вақтда);
- елкасини қўйиб юбориши (ўзини паст баҳолаши);
- қўлларини орқага олиб, бир қўли билан иккинчисини билагидан ушлаб туриши (ўзига ишонмаслигидан ёки ўз ҳаракатини тўғрилигидан).

Ҳолатга нисбатан пайдо бўлган характерни кўрсатувчи имо ишоралар:

- соғлом одамнинг бирор нарсага суяниши ёки ушлаб эгилиши (у турган ҳолатга тушунмаслиги ёки ҳолатга жавоби йўқлиги, чикиб кетаололмаслиги. Суяниб туриб ўзини анча дадил сезади);

- одам турган ҳолда қўли билан суянади ( стулга ёки столга яъни суҳбатдошининг эшитишига ишонмаслиги, тўлиқ контактнинг йўқлиги);

- қўл ушлаш усули ( қўли чўнтагида ёки гавдаси олдида чалкаш (крест) шаклида тутиши— одамовилик, очик одам қўлларини, кафтини суҳбатдоши кўриш майдонида ушлаб туради);

- костюми тугмаланган ( одамови кишилар бунга хожат бўлмасалар ҳам шундай юрадилар);

-кафтларни бирлаштириб туриш ( ички хаяжондагилар, ёёмонликни хис этиб турувчилар).

Муносабатни мураккаблаштирувчи ёки тугатувчи имо ишоралар:

- гавдада қўлларни чалкаш ҳолда тутиш ( ёпиқликни ёки чарчоқликни билдиради. Бундай ҳолат суҳбатдошни ўзидан четлаштиради эришилган муносабатни бузади. Қўулларни чалкашлик даражаси ички кучланишни кўрсатади);

-қўл ва оёқларни чалкаш ҳолда тутиш ( бу химоя шакли бўлиб, комунакабелликни камайтиради).

Аёлларнинг ҳаракати ва имо ишорасига хос бўлган хусусиятлари:

- агар аёлга муносабат зерикарли ва бефарқ булса, унда оёқларини чалкаш этиб , қимирлатиб туради);

- агар аёл суҳбат вақтида сумкачасини олиб, ундан хохлаган нарсани олса, демак суҳбат мавзуси қизиқ эмас. У ундан ўзини айиришга ҳаракат қилади).

Хизмат курсатиш соҳаси бизнесменлари чекувчи булса, уларнинг чекаётган сигареталарини ушлаш ҳолатидан уларнинг имо имшорасини билиш мумкин:

- чекаётганда тутун юқорига қараб чиқарилса- позитив хусусият, узига ишонишини билдиради;
- тутунни пастга қараб чиқарилиши- ижобий бўлмаган ҳолат, эзилган, муносабатни хохламаслик;
- тутунни бурун тешигидан чиқариш – устунликни билдиради;
- доимий кулни , хатто хали ҳосил бўлмаганда ҳам тўкиб туриш- ички зиддиятнинг борлигидан далолат беради;
- чала чекилган сигаретни ҳамсуҳбатнинг ўчириши – жавобни қабул қилганлигидан хабар беради.

Инсонларнинг ўзаро муносабатида улар орасидаги масофа ҳам этикет қоидаларига бўйсинади. Улар орасидаги масофа муносабат майдонини ҳосил этади. Бу майдон узаро шахсий майдон ёки узаро шахсий фазони ташкил этади ва у 4 зонага: интим, шахсий, ижтимоий ва расмийга бўлинади.

Интимли зона (60 см гача) барча зоналар ичида асосийларидан ҳисобланиб, уни одамлар ўзининг шахсий масофасидек ҳимоялайди. Бу зонага факат яқин эмоционал контакда бўлганлар (болалар, ота оналар, эру хотинлар, яқин дустлар ва х.к.) киради. Бу зонанинг ичида яна бир зонаси борки, унинг радиуси тахминан 15 см ташкил этиб, унинг ичига физикавий контакт орқали кириш мумкин. Бу зона юқори интим зона ҳисобланади.

Шахсий зонанинг катталиги 60 см дан 2 м булиши мумкин. Бу масофа одамларни расмий қабулда, дўстлик кечаларида ва бошқаларда бўлиши мумкин.

Ижтимоий зона (ёки тадбиркорлик, 2-4 м) булиб , асосан бир бирларини яхши билмаган нотаниш кишилар орасида бўлади.

Расмий ( жамоавий ёки оммавий 4 м дан ва ундан катта)-зона катта гуруҳдаги одамлар билан ўзаро муносабатда бўлишда риоя этилади.

Кўп давлатларда бу фазо катталиги бошқалардан фарқ қилиши ҳам мумкин. Масалан, русларда америкаликларга нисбатан яқинроқ бўлиши, яъни ижтимоий зона русларда америкаликларга нисбаттан кичик бўлиб , уларнинг шахсий масофалари билан бир хилда бўлиши мумкин. Ўзбекларда эса, эркалар орасидаги масофа ёки аёллар орасидаги масофа яқин булса эркак ва аёл орасидаги масофа узок бўлади. Умуман олганда кандай миллат бўлмасин уларга одатий бўлган ўзаро муносабат масофаси бузилса, бу уларнинг суверенитети бузилгандай қабул этишади, Шунинг учун ҳам ким билан муносабатда бўлишдан олдин бу масофаларни билиш лозим бўлади. Бу масофалар турли халкларда куйидагича булиши мумкин:

- яқин масофа- араблар, узбеклар, жанубий америка халклари, французлар, греклар, афроамерикаликлар, испанлар, шимолий америкаликлар, италянлар киради;
- ўрта масофада- инглизлар, скандинавияликлар, швейцарлар, немислар ва австрийцлар;

- катта масофада- Шимолий Америка оқ танли халки, австралияликлар, янги зелландияликлар киради.

## **2. Совғалар ва уларни топшириш қоидалари**

Ҳозирги вақтда хизмат корхоналарида, шу жумладан бизнес корхоналарда ходимларга, яқин ва таниш кишиларнинг бир-бирларига совға бериши анъанага айланган. Одатда совғалар байрам, юбилей, туғилган кунлари, ҳамкорлар ва яқин кишиларнинг бир-бирлари билан учрашуви муносабати билан берилади.

Совғани танлашда ва нима муносабат билан кимга берилишини ҳисобга олиш керак. Амалдаги этикет қоидалари совғани, кимга ва нима муносабат билан берилишидан қатъий назар, худди ўзига танлангандек танлашни тақозо қилади. Айниқса, бизнес корхоналари ходимлари совға танлашга жуда ҳам катта эътибор беришлари керак. Уларни танлашга қўйиладиган асосий этик талаблар қўйидагилардан иборат: биринчидан, совға ўзининг нархи бўйича қиммат бўлмаслиги керак; иккинчидан барча ходимларга бериладиган совғаларнинг нархлари тахминан бир хил бўлиши лозим. Биринчи талабнинг моҳияти шундан иборатки, байрамларда ходимлар ҳам корхона раҳбарларига ҳам совға қилишлари лозим бўлади. Раҳбарлар томонидан ходимларга қимматбаҳо савғо берилиши ходимларнинг иқтисодий жихатдан қийналиб қолишига олиб келиши мумкин. Иккинчи талабни ҳисобга олмасдан баъзиларга қимматбаҳо совғалар берилганда ходимлар ўртасида раҳбариятнинг корхонада ишлайдиган

ходимларга “бир кўз” билан қарамаслиги, ҳатто байрамларда ҳам шахсий хизматлар ва таниш–билишликлар ҳамда жўрачилик ҳисобга олиниши тўғрисида ёмон фикрлар шаклланиши мумкин.

Амалдаги этикет қоидаларига биноан юқорида кўрсатилган сабабларга кўра, совғалар нархи ёзилган этикеткасиз топширилади. Бундан ташқари берилган совға ходимнинг кайфиятига (кўрганда) доимо ижобий таъсир кўрсатадиган, қизиқишини қондирадиган ёки ундан уйда фойдаланиш мумкин бўлаоладиган бўлиши керак.

Совғалар билан ходимларни тақдирлашда яна шунини эсдан чиқармаслик керакки, у ёки бу ишга яқинда келган ва корхонага хизмати ҳали сингмаган, раҳбарга нисбатан муносабати унча яхши эмас ёки эътиборга унча лойиқ бўлмаган лавозимда ишлайди деб ҳеч кимни эътибордан четда қолдирмаслик керак.

Ходимларга совғаларни топширишда ҳам этикет қоидаларига риоя қилиниши керак: биринчидан, совға ходимга шахсан топширилади; иккинчидан, совғани топширишда ҳар бир ходим фаолиятининг ижобий томонлари алоҳида таъкидланиб ўтилиши шарт. Фақат шундагина ҳар бир ходим корхонада ўзига яраша ўрни борлигини ва ҳурматга сазоворлигини ҳис қилади ва меҳнати билан ғурурланади, натижада унинг корхона ходимлари ва раҳбариятига бўлган ҳурмати ошади ҳамда меҳнатига бўлган муносабати яна яхшиланади.

Совға бериш Марказий Осиё республикалари халқларига хос энг яхши хислатлардан бири ҳисобланади. Бундай хислат бизнес соҳасида фаолият кўрсатадиган кишиларга ҳам мансуб, чунки бу ерда яшайдиган ўзбеклар, тожиклар ва бошқа маҳаллий халқлар ўта

меҳмондўст. Улар нафақат бир–бирларини, бошқа мамлакатлардан келган таниш, ҳатто нотаниш меҳмонларни ҳам зиёфат қилиш ва уларга эсдалик совғаларини беришдан ташқари, бошқа чет мамлакатларга ўзлари борганда ҳам совға олиб боришади, чунки Марказий Осиё халқларининг, шу жумладан ўзбекларнинг, борган мамлакатлар халқини сийлаш уларнинг асосий урф–одатларидан бирига айланиб қолган.

Чет мамлакатлик танишлар ва бўлажак ҳамкорлар учун совғани танлаш ўта қийин масала, чунки бу ерда оригинал совғани танлашдан ташқари уни ўрайдиган материаллар рангини танлашга ҳамда борган мамлакатларнинг қонун–қоидалари ва урф–одатларига ҳам эътибор бериш лозим бўлади чунки, баъзи бир мамлакатларда, масалан, Хитой, лавозимдаги кишиларга совға бериш давлат қонунига кўра мумкин эмас. Чет элликларга совғаларни танлашда ҳам худди ўзига танлагандек танлаш керак; бундан ташқари совға арзон бўлишидан ташқари жуда ҳам оригинал бўлиши лозим, чунки чет элда шуни тақозо қиладиган этикет қоидалари амал қилади. Баъзи бир мамлакатларда, масалан, Америка қўшма штатларида, совғанинг нархи маълум бир суммадан ошгандан кейин совға билан тақдирланган киши давлатга солиқ тўлаши керак. Шу сабабли ҳам фуқаролари совғадан солиқ тулайдиган мамлакатларга борганда сувенирнинг нархи кўрсатилган қоғози қолдирилиши, бошқа мамлакатларда эса олиб ташланиши керак.

Расмий бўлмаган учрашувларда, масалан, шахсий бизнес масалалари билан борганда, совға шахсан ўз қўли билан

топширилади, расмий учрашувларда эса совға қилинадиган сувенирларни меҳмонхона хоналарига олиб бориб топшириш тавсия қилинади.

Совға сифатида корхона маҳсулотлари, шу жумладан озиқ–овқат маҳсулотлари (масалан, юқори сифатли спиртли ичимликлар, чой, қандолат маҳсулотлари ва шу) ва миллий сувенирлар ва нархи қиммат бўлмаган бошқа оригинал буюмлар берилади.

Барча сувенирлар, гулдан ташқари, упаковкага солиниб (ўралиб) берилади. Ўраш материалларини танлашда уларнинг рангларига катта эътибор бериш тавсия этилади, чунки материаллар рангига бўлган муносабат ҳар хил мамлакатларда ҳар хил. Масалан, Америка қўшма штатларида қизил ранг севги, сариқ ранг гуллаб–яшнаш, яъни тараққиёт, яшил – умид, зангори (ҳаво) ранг – вафодорлик, оқ ранг эса софлик (поклик) белгиси ҳисобланади; Хитойда қизил ранг эзгулик ва жасоратни, хушхабар ва бахтни, қора ранг – ҳалолликни, оқ ранг эса разиллик ва соҳталиқни билдириб, таъзия рангини билдиради. Булгарларда тўқ – яшил ва жигарранг, Австрияда яшил ранг, Голландияда эса тўқ сариқ ва зангори ранглар машҳур ҳисобланади.

Келтирилган маълумотлардан кўриниб турибдики, борадиган мамлакат халқининг урф–одатларини ва расм–русумларини билмасдан совға турларини ва уларни ўраш материалларининг рангларини танлаш жуда ҳам қийин бўлади. Шу боисдан ҳам борадиган мамлакатда қандай совғалар ва уларни ўраш материаллари рангларининг ўринли бўлиши тўғрисидаги маълумотларни билиш лозим.

Чет мамлакатларга борганда танишлар ва ҳамкорлар, айниқса ўзбекларнинг урф–одатлари билан таниш кишилар, уйларига меҳмончиликка чақиришлари мумкин. Эсингизда бўлсинки, бировнинг уйига зиёфатга ва хизмат юзасидан бошқа ишлар билан борганда гулдан яхши совға бўлмайди. Гулларни танлашда ҳам борган мамлакат халқининг урф–одатига хос хусусиятларни ҳисобга олиш керак, чунки баъзи бир мамлакатларда гортензия ва хризантема таъзия гули ҳисобланади ва совға қилинмайди; баъзиларида – ярқираган қизил гул севги белгиси ҳисобланиб, фақат энг яқин кишиларга (онаси, опаси ёки синглиси, хотини ёки қайлиғи) берилади. Энг яхшиси, гулни олишда уни сотаётганлар билан маслаҳатлашиш керак.

Гул, бошқа совға турларидан истисно ҳолда, ўраб берилмайди. Агар совуқ ҳавода қоғозга ўралган бўлса ҳам уни совға қилишдан олдин қоғози олиб ташланиши шарт. Бировнинг уйига борганда гул фақат уй бекасига берилади. Амалдаги европача этикет қоидаларига кўра совға сифатида бериладиган гуллар сони тоқ бўлиши керак. Лекин аксарият мусулмон давлатларида гуллар сони жуфт бўлиши лозим.

#### Таянч иборалар:

танлаш; этик талаблар; эътибордан четда қолдирмаслик; яхши хислат; нархи кўрсатилган қоғоз; корхона маҳсулоти; миллий сувенирлар; ўров материаллар ранги; гул, гортензия ва хризантема.

#### Назорат саволлари:

1. Совғалар қайси вақтларда берилиши мумкин?
2. Совғани танлашда қайси талабларга риоя қилиниши керак?
3. Совғани топширишда ходимнинг қайси хислатлари таъкидланиши керак ва нима учун?

4. Марказий Осиё республикаларининг маҳаллий халқларига қандай хислатлар хос?
5. Чет эллик танишлар ва ҳамкорлар учун совға танлашда нималарга эътибор берилиши керак?
6. Норасмий ва расмий учрашувларда совғалар қандай топширилади?
7. Қайси мамлакатларда қайси ранглар машҳур ҳисобланади?
8. Уйга меҳмончиликка борганда энг яхши совға турини биласизми?
9. Гул совға сифатида қандай ҳолда ва кимга топширилади?

## **VI-мавзу. Бизнесда меҳмондўстлик. Таомларни истеъмол қилиш қоидалари**

### **16- Маъруза. Бизнесда меҳмондўстлик.**

1. Меҳмондўстлик ва унинг бизнесменлар учун аҳамияти.
2. Чақирилган жойга бориш ва зиёфат столи атрофида ўтиришнинг умумий қоидалари
3. Зиёфат столини безатиш қоидалари

#### **1. Меҳмондўстлик ва унинг бизнесменлар учун аҳамияти**

Меҳмондўстлик бизнес фаолиятининг асосий элементларидан бири бўлиб, бизнес алоқалари мустаҳкамланишининг ва бизнесмен иши тез битиш гарови ҳисобланади. Бундай дейишнинг боиси шундаки, биринчидан, аксарият бизнес масалалари бугунги кунда овқатланиш столи атрофида ҳал қилинади; иккинчидан, ҳамкорлар билан танишишда, битимлар тузилгандан кейин ёки тузилиш арафасида ҳамда ҳамкорлар хайрлашишида овқатланиш столи атрофида учрашилади. Бундан ташқари ўзбекларнинг “Еган оғиз уялар” деган доно гапи бор. Бу бизнесменни меҳмон қилган корхонадан келган кишиларни жавоб тариқасида меҳмон қилиш керак деган маънони билдиради. Ўзбек бизнесменлар ўзларининг

фаолиятига алоқадор бўлган кишиларни ҳам ҳеч қандай сабабсиз меҳмонга таклиф қилишади.

Юқорида таъкидлаб ўтилган фикрлардан кўриниб турибдики, меҳмондўстлик қилиш сабаблари жуда ҳам кўп. Меҳмондўстлик қилишнинг бизнесменлар учун аҳамияти жуда ҳам катта: биринчидан, овқатланиш даврида бўлажак ҳамкорлар бир-бирларининг феъл-атворларини, муомала қилиш услубини ўрганишади; иккинчидан, бўлажак ҳамкорлар ўртасида шахсий алоқалар мустаҳкамланади; учинчидан, бир-бирларининг ташқи кўринишига, стол атрофида ўтиришига ва ўзини тутишига, овқатланишига, муомала қилишига ва юриш – туришига қараб келажакда ҳамкорлик ишларини олиб боришда ҳатти-ҳаракат қилинади.

Рус халқининг “Овқатланди ва юраги юмшади” деган ажойиб бир мақоли бор, чунки яхши кампанияда овқатланишда одам баҳра олади, кўнгли ёйилади, бир-бирларига иззат-ҳурмати ошади, ишонч пайдо бўлади, унинг натижасида дил юмшайди. Шу сабабдан ҳам ҳамкорлик масалалари тез ечилади. Агар сиз меҳмондўстлик даврида бўлажак ҳамкорларингиз ва ўртоқларингизда ўзингиз, миллатингиз ҳамда давлатингиз маданияти тўғрисида ижобий таассурот қолдирмоқчи бўлсангиз меҳмондўстлик қоидаларини яхши билишларингиз шарт.

Меҳмондўстликнинг этик пойдеворини меҳмонларни мансабига, жинсига ва ёшига қараб овқатланиш столи атрофида ўтирғизиш, стол атрофида ўзини тутиш, таомни бевосита истеъмол қилиш, таом истеъмол қилиш инструментларидан ва

салфеткалардан фойдаланиш ҳамда меҳмонларга хизмат кўрсатиш қоидалари ташкил қилади.

Таянч иборалар:

овқатланиш столи; меҳмондўстлик сабаблари;  
меҳмондўстликнинг аҳамияти; меҳмондўстлик этик пойдевори.

Назорат саволлари:

1. Овқатланишнинг бизнесмен фаолияти билан қандай алоқаси бор?
2. Меҳмондўстликнинг аҳамияти нимада?
3. Меҳмондўстлик этик пойдеворини қайси қоидалар ташкил қилади?

## **2. Чақирилган жойга бориш ва зиёфат столи атрофида**

### **ўтиришнинг умумий қоидалари**

Меҳмондўстлик қоидаларига нафақат меҳмончиликка борганда ва меҳмон чақирганда, ҳар кунлик овқатланишда ҳам итоат қилиниши шарт.

Ўзбекистон Республикаси ва чет мамлакатлар халқлари тажрибасида қабул қилинган қоидаларга кўра меҳмондўстлик асосан ресторанларда (овқатланиш соҳасининг бошқа корхоналарида ҳам) ва уй шароитларида ташкил қилинади. Ўзбекистонда меҳмондўстлик қилишда ҳам миллий анъаналар билан бойитилган европача этикет қоидаларига риоя қилиниши лозим. Улардан энг асосийси – ресторанга ёки уйга меҳмондўстликка чақирилишингиздан қатъий назар, кечикмасдан таклиф қилинган вақтга етиб келиш лозим, чунки кечикиб келиш маданияцизлик ҳисобланади. Эрта келиш эса меҳмон, уй эгаси ва бекасини ташвишга солиб қўйиши мумкин. Уйга меҳмонга

боришда уй бекасига совға сифатида гул олиб бориш тавсия қилинади.

Агар сиз меҳмон сифатида ресторанга чақирилган бўлсангиз, эсингизда бўлсинки, гардероб ёнида ёки залга киришдан олдин осиб қўйилган кўзгу олдида ташқи кўринишингизни яна бир марта назоратдан ўтказинг. Лекин бу кўзгу олдида сочларни тараш, макияжни тўғрилаш, кийимни тозалаш, лабига помада суртиш, атир—упа сепиш ман этилади.

Чақирилган меҳмонлар зиёфат залидан ташқарида тўплангандан кейин ҳаммаси бирга залга киришлари керак. Аммо этикет қоидаларига кўра зиёфат залига биринчи бўлиб аёл эмас, эркак меҳмон кириши лозим. Уй шароитида ташкил қилинган меҳмончиликка борганда ҳам бу қоидаларга риоя қилиниши шарт.

Ресторанда меҳмондўстлик қилишга зиёфатга чақирган киши стол эгаси ҳисобланади. Амалдаги этикет қоидаларига кўра стол эгаси меҳмонлардан олдин келиб ўтириш столларини танлаши ва кимнинг қаерда ўтиришини ўтиришини аниқлаб чиқиши керак. Агар танланган столлар катта залда бўлса, деворлар ёнидаги ва залнинг ўртасидаги жойлар фахрий ҳисобланади. Ҳурматли меҳмонлар девор ёнидаги столда юзи залнинг ўртасига, зал ўртасидаги жойда жойлашган стол атрофидагилар эса залга кириш эшигига қараб ўтиришлари лозим. Бундан ташқари энг ҳурматли ва азиз меҳмонлар стол ёки уй эгаларининг ўнг ва чап қўллари томонидаги жойга ўтирғизилади. Ресторанда ёки уй шароитида меҳмондўстлик қилишда стол ва уй эгалари рафиқалари билан бирга ўтиришади: бундай вазиятда аёл кишининг, яъни стол ёки уй

бекасининг, чап қўли тарафидаги жойга эркак меҳмон, стол ёки уй эгасининг чап қўли томонидаги жойда эса аёл меҳмон ўтириши керак. Уй шароитида меҳмондўстлик қилишда уй бекаси ва эгаси алоҳида жойда, лекин қарама–қарши ўтиришлари ҳам мумкин. Бундай вазиятда уй бекасининг чап қўли томонидаги жойда энг ҳурматли эркак меҳмон, ўнг қўли томонида эса ҳурматли аёл меҳмон учун жой ажратилади. Уй эгасининг чап қўли томонидаги жойда ҳурматли аёл меҳмон, ўнг қўли томонидаги жойда эса ҳурматли эркак меҳмон ўтириши керак.

Стол ва уй эгаларининг ва бекаларининг чап ва ўнг қўллари томонидаги бошқа жойларга қолган эркак ҳамда аёл меҳмонлар аралаш ўтирғизилади. Бунда аёл меҳмон эркак меҳмоннинг ўнг қўли томонидаги жойга ўтириши лозим, чунки таом истеъмол қилиш жараёнида эркак киши аёл кишига хизмат қилиши керак. Зиёфат залига киргандан кейин ҳар бир эркак меҳмон ўзининг ўнг қўли томонида ўтирадиган аёл меҳмонга ўтириш учун ёрдам бериши шарт. Аёл меҳмон ўз стулига ўтиргандан кейингина эркак киши ўз жойига ўтиради. Уй шароитида меҳмондўстлик қилишда ёши улуғлар ўтиргандан кейин охирида ёшлар ўз жойларига ўтиришади. Меҳмонларнинг ўтириш жойларини режалаштириш жуда ҳам жиддий масала. Ҳар бир меҳмоннинг ўтириш жойини аниқлашда шундай ёндашиш керакки, у ўтирган жойидан мамнун бўлиши лозим.

Амалда шундай вазиятлар бўлиши мумкинки, меҳмондўстликка бир нечта бизнес корхонасидан меҳмонларни таклиф қилиши лозим бўлиб қолади. Агар ҳар бир корхонадан 2 ва

ундан кўп вакиллар келган бўлса, ҳар бир вакил алоҳида бошқа корхона вакиллари билан аралаштириб ўтиргизилади.

Расмий ва жиддий қабулларда меҳмонларнинг зиёфат столи атрофида ўтириш жойлари меҳмоннинг лавозимини, ёши ва жинсини ҳисобга олган ҳолда қоғозда ёзиб кўрсатилиб қўйилади ва ҳар бир меҳмон ўзининг исми–шарифи ёзилган жойга ўтиради.

Бизнесменлар аксарият ҳолларда ўз фаолияти бўйича бошқа минтақаларга ва давлатларга сафарга чиқишади. Сафар даврида борган жойларидаги ресторанларда овқатланишади. Бу ерда ҳам амалдаги этикет қоидаларига риоя қилишлари шарт. Агар бизнесмен овқатланиш учун аёл киши билан бирга келган бўлса, овқатланиш залига биринчи бўлиб эркак киши кириб, ўтириш столини аниқлаши керак. Албатта, бўш столда ўтиришга ҳаракат қилиш лозим. Агар танланган стол катта (4 – 6 жойлик) бўлса, столнинг бир томонида ўтирилади. Бунда аёл киши эркак бизнесменнинг ўнг томонидаги жойда, агар стол кичик (2 – 3 жойли) бўлса, қарама–қарши ўтиришлари лозим. Агар бизнесмен овқатланиш учун бир неча киши билан келган бўлса, ўтиришда лавозимини, ёшини ва жинсини ҳисобга олиш керак.

Агар овқатланиш учун эркак ёки аёл бизнесмен бир ўзи келган бўлса, аёл киши якка эркак ўтирган столга, эркак эса якка аёл киши ўтирган столга, ёки алкоғолли ичимликлар ичиб ўтирган кампания столи атрофида бориб ўтириши амалдаги этикет қоидаларига зид келади.

Таянч иборалар:

меҳмондўстлик қоидалари; кўзгу; зиёфат залига кириш; мезбон; фахрий жой; чап ва ўнг қўл; аралаш ўтириш; расмий ва жиддий қабул; фақат овқатланиш

#### Назорат саволлари:

1. Меҳмондўстлик қаерларда ташкил қилиниши мумкин?
2. Нима учун меҳмондўстликка ўз вақтида бориш керак?
3. Ташқи кўринишдаги камчиликлар қаерда назардан ўтказилади?
4. Зиёфат залига ким биринчи бўлиб кириши керак?
5. Ресторанда зиёфат жойи қандай танланади?
6. Ресторан ва уй шароитларида меҳмондўстлик қилишда, уй эгалари ва бекаларига нисбатан қайси жойлар фахрий ҳисобланади ва энг ҳурматли меҳмонлар қандай ўтирғизилади?
7. Ресторан ва уй шароитларида меҳмондўстлик қилишда фахрий жойлардан бошқа жойларга меҳмонларни ўтирғизиш тартибини биласизми?
8. Меҳмондўстликка бир корхонадан бир нечта вакил келганда улар қандай ўтирғизилади?
9. Бизнесменлар оддий сафар вақтида ресторанларда овқатланишида қайси этик қоидаларга риоя қилишлари лозим?

### **3. Зиёфат столини безатиш қоидалари**

Маълумки, меҳмондўстликка келган кишилар ўз жойларини олдиндан безатилган зиёфат столлари атрофида эгаллайди. Безатилган зиёфат столи деганда устига дастурхон тўшалган, зарурий барча идиш–товоқлар, ичимлик ичиш идишлари, овқатланиш инструментлари, зираворлар, салфеткалар ва гуллар қўйилган стол тушунилади.

Ресторанларда зиёфат столларини махсус билимга эга бўлган ва дизайн талабларидан хабардор мутахассис ходимлар безатади. Лекин меҳмондўстлик доимо ресторанларда ташкил қилинмайди, у офисларда, уйда ва сайр қилиб далага чиқган жойларда ҳам ташкил

қилиниши мумкин. Офисларда, далага сайр қилиш жойларида ва уй шароитида аксарият ҳолларда меҳмон кутадиган бизнесменлар столни ўзлари безатишади. Шу сабабли ҳам ҳар бир бизнесмен зиёфат столини безатишдан хабардор бўлиши шарт.

Зиёфат столи устига тўшаладиган дастурхон, қўйиладиган идиш–товоқлар, ичимлик идишлари, овқатланиш инструментлари ва хизмат кўрсатишда фойдаланиладиган барча инвентар ва инструментлар тоза ювилган бўлиши ва санитария талабларига тўлиқ жавоб бериши шарт.

Идиш ва инструментларнинг бир–бирларига тиқилиб қолмаслигини бартараф қилиш мақсадида безатиш учун кенгрок стол танланади. Унинг устига тўшаладиган дастурхон крахмалланган ва жуда ҳам яхши дазмолланган бўлиши керак. Зиёфат столи қуйида кўрсатилган тартибда безатилади: аввал қимирламайдиган қилиб ўрнатилган стол устига дастурхон солинади. Унинг марказий тахи столнинг марказий ўқиға тўғри келиши, учлари эса стол қопқоғидан 25 – 30 см пастга тушиб туриши лозим. Фуршет столини безатишда дастурхоннинг пастга тушиб турган учидан полгача (ергача) бўлган масофа 5 – 10 см дан кўп ҳам кам ҳам бўлмаслиги керак; ҳар бир меҳмонга мўлжаллаб 60 – 70 см жой ажратилади ва шунга қараб стуллар ўрнатилади; қўйилган ҳар бир стул ўртасининг қаршисида стол чеккасидан 2 см жой қолдириб, устидан таом солинган идиш қўйиладиган катта ясси лаган ва унинг устидан диаметри 20 см. газак учун лаган қўйилади; унинг чап томонидан 5 – 15 см масофада пирожка тарелкаси жойлаштирилади; кейин газак ёки пирожка

ликопчасининг устига ҳар хил шаклда букланган мато салфетка қўйилади; устига таом солинган идиш қўйиладиган ясси лаганнинг ўнг таомнида 0,5 см масофада тиғи лаганга қаратилган ҳолда пичоқлар ва чап томонида худди шундай масофада тиши осмонга қаратиб, санчқилар жойлаштирилади. Пичоқ санчқи ва қошиқлар сони зиёфат столига бериладиган таомлар тури ва сонларига боғлиқ бўлади. Пичоқ ва санчқилар ўз навбатида қуйидаги тартибда қўйилади: тарелканинг ўнг томонидан гўшт ва балиқ таомлари учун пичоқлар, кейин эса газаклар учун пичоқ, чап томонида эса кетма–кет (тарелкадан бошлаб) гўшт, балиқ таомларини ва газакларни истеъмол қилиш санчқилари қўйилади. Агар биринчи таом столга тортилиши керак бўлса, газак ва балиқ таомини истеъмол қилиш пичоқлари ўртасига ош қошиғи, агар бульон ёки пюресимон суп берилиши назарда тутилган бўлса, ош қошиғининг ўрнига десерт қошиғи жойлаштирилади.

Зиёфат столи устига қўйиладиган десерт приборлар сони меҳмонларга бериладиган фақат десерт таомлар сонига боғлиқ бўлади ва улар ҳам стол устида жойлаштирилади. Агар десерт (ширин таом) сифатида меҳмонларга фақат компот таклиф қилинадиган бўлса, унинг учун десерт қошиқ устига таом солинган идиш қўйиладиган ясси лаганнинг орқа, яъни қарама–қарши, томонида стол чеккасига параллел ҳолда дастаси ўнг томонга қаратилиб қўйилади. Агар мевалар ҳам берилса, уларни истеъмол қилиш учун зарур бўлган десерт қошиқ ва санчқи ҳам компот ёки музқаймоқ қошиғининг орқа томонида бирин–кетин ҳолда

жойлаштирилади: десерт санчқиси чап томонда банди билан чап қўл, десерт пичоқ эса дастаси билан ўнг қўл томонга қўйилади.

Иккинчи гўшт ва балиқ таомлари, газаклар, биринчи ва ширин таомлар учун приборлар жойлаштирилгандан кейин ичимликлар учун қуйидаги тартибда идишлар қўйилади: меҳмоннинг чап қўли томонидан унга қаратиб биринчи қаторда ароқ учун рюмка, кейин вино учун рюмка, минерал ва мева сувлари учун фужер, иккинчи қаторда кўрсатилган тартибда оқ ош виноси учун рейнвей рюмкеси, қизил ош виноси учун лафт рюмкеси ва шампан виноси учун бакал. Меҳмоннинг чап қўли томонидан санчиқилар қарашисида туз ва зираворлар солинган прибор қўйилади.

Меҳмоннинг чап қўли томонида зиёфат столи чеккасидан 4 см қолдириб, устига кофе ёки чой учун чашка қўйилган ликопча жойлаштирилади. Ликопча устидаги чашка дастаси (банди) меҳмоннинг чап қўли томонига қаратилган бўлиши керак. Ликопчанинг устига чашканинг ўнг томонидан десерт қошиғи жойлаштирилади.

Кофе ёки чой ликопчасининг ўнг томонида пирожное ёки пироғни истеъмол қилиш учун зарур бўлган десерт қошиқ ёки санчқи қўйилади.

#### Таянч иборалар:

безатилган зиёфат столи; офис, уй шароити, сайр жойи; дастурхон; лаган ва ликопчалар; салфетка; пичоқ ва қошиқ; десерт прибор; ичимликлар идиши.

#### Назорат саволлари:

1. Безатилган зиёфат столи деганда қандай стол тушунилади?

2. Стол устига тўшаладиган дастурхон ва қўйиладиган идиш–товоқлар, овқатланиш приборларига қандай талаблар қўйилади?
3. Зиёфат столи устига дастурхон қандай тўшалади?
4. Зиёфат столи атрофида ҳар бир меҳмон учун ажратиладиган жойнинг кенглиги қанча бўлиши керак?
5. Зиёфат столи устида лаганлар, иккинчи гўшт ва балиқ таомлари, газаклар ва биринчи таом учун санчки, пичоқ ва қошиқлар столнинг қаерига ва қандай жойлаштирилади?
6. Зиёфат столи устида десерт таомлар ва иссиқ ичимликлар учун прибор ва идишлар қаерда ва қандай жойлаштирилади?
7. Алкоголли ва алкогольсиз ичимликлар учун идишлар зиёфат столининг қайси жойига ва қандай тартибда қўйилади?

### **17-Маъруза. Таомларни истеъмол қилиш қоидалари**

1.Овқатланиш ва зиёфат столи атрофида ўтириш ва ўзини тутиш қоидалари

2. Таомларни истемол қилиш этикети қоидалари

Меҳмондорчиликда эркак кишилар ўз жойларига аёл кишилар ўтиргандан кейингина ўтиришлари мумкин. Ўтирганда тиззалар тик ва елка кенглигида бўлиши шарт. Қўлларини ёки тирсакларини овқатланиш ёки зиёфат столи устига қўйиб ўтириш маданиятсизлик белгиси сифатида қаралади. Шу боисдан ҳам таом истеъмол қилиниб бошланмагунча қўллар тизза устида ушлаб турилиши шарт. Стулда энгашмасдан тик ўтириш лозим. Унинг учун хўранда ёки меҳмоннинг орқаси стулнинг суянчиғига бир текис тегиб туриши керак.

Оёқларни узатиб, чалқанчасига ўтириш ҳам европача халқаро ва шарқона этикет қоидалари бўйича қатъий ман қилинади. Худди шунингдек, ёнидаги аёл киши томон орқаси билан ўгирилиб ўтириш ҳам мумкин эмас.

Стол атрофида ўтирганда сочларини тараш, атир–упа сепиш ва лабларини буёш, тишларини кавлаш ҳам ман этилади, чунки бундай ҳатти–ҳаракатлар нафақат европача халқаро, шарқона этикет қоидаларига ҳам тўғри келмайди. Яна бир нарса эсдан чиқмаслик керакки, хизмат қилувчи ходимларни баланд овоз чиқариб чақириш ёки баланд овоз билан, айниқса масофада, таом ва ичимликларга буюртма бериш ҳам мумкин эмас. Улар фақат овозсиз имо–ишоралар ёрдамида чақирилади ёки келиши кутиб турилади.

Зиёфат столи атрофида ўтирганлардан бири аксирганда, унинг таниш ёки нотаниш бўлишидан қатъий назар, унга “соғ бўлинг” тилагани билдирмаслик керак ва эшитмаганликка солиб суҳбатни давом етказиш лозим. Шарқона этикет қоидалари ҳам шуни талаб қилади.

Стол атрофида ўтирганда таомни келтиришмагунча гаплашиб ўтириш мумкин. Бунда ҳам маълум бир қоидаларга риоя қилиниши лозим. Стол атрофида баланд овоз билан ёки шивирлаб гаплашиш мумкин эмас, чунки сизнинг баланд овозингиз бошқа кишиларга ҳалақит бериши ёки ёқмаслиги мумкин; шивирлаб гапириш эса одам психикасига баланд овоздан ҳам ёмон салбий таъсир қилади.

Бундан ташқари суҳбат мавзуси стол атрофида ўтирганларнинг ҳаммаси учун қизиқарли бўлиши шарт. Ҳеч қачон мунозарали масалалар ва таомларнинг нархи тўғрисида стол атрофида гап кетмаслиги керак, чунки мунозара вақтида бировларнинг кўнглига озор берилиши, таомлар ва ичимликлар

нархи тўғрисидаги гаплар эса сизларни меҳмонга чақирган кишига ёқмаслиги мумкин.

Амалда шундай вазиятларнинг гувоҳи бўламизки, ресторанга меҳмон бўлиб келган кишилар таклиф қилган кишининг имкониятларини ҳисобга олмасдан ҳоҳлаган таомларига ва ичимликларига буюртма беришаверади. Амалдаги халқаро ва шарқона этикет қоидаларига кўра буюртма бериш меҳмончиликка чақирган кишига ҳавола қилиниши керак, чунки у ўзининг иқтисодий имкониятини ва меҳмонлар ҳоҳишини ҳисобга олиб буюртма беради. Агар ёнидаги кишининг у тарафидаги меҳмон билан гаплашиши зарур бўлса, этикет қоидалари бундай вазиятда қўшнининг орқа томонидан энгашиб, айтмоқчи бўлган гапларини секин гапиришни ва суҳбатни чўзмасликни тавсия қилади. Гапиришда ҳам суҳбатдошнинг диққатини ўзига тортиш мақсадида унга қўл билан тегиниш мумкин эмас.

Ресторанда ва меҳмондўстликда бошқа столлар атрофида ўтирган кишилар билан гаплашиш зарур бўлиб қолганда қуйидагича ҳаракат қилиш лозим: ёнида ўтирган кишилардан кечирим сўраб ва ўрнидан туриб, бошқа стол атрофидаги киши ёнига бориб, унинг ёнидагилардан кечирим сўраб, гапирадиган гапларини гапириши ва тезда жойига келиб ўтириши керак; қайта келиб ўтиришда ҳам ёнида ўтирганлардан яна бир бор кечирим сўраши лозим.

#### Таянч иборалар:

аёл ва эркак киши; қўл ва тирсак; тизза; чалқанчасига ўтириш; аксириш; баланд овоз ва шивирлаш; суҳбат мавзуси; меҳмонга

чақирган киши; ёнидаги кишининг у тарафидаги ва бошқа стол атрофидаги меҳмон билан гаплашиш

#### Назорат саволлари:

1. Овқатланиш ёки зиёфат столи атрофида биринчи бўлиб ким ўтиради: эркак-ми ёки аёл киши-ми?
2. Ўтиришда оёқ, қўллар ва елка қандай ҳолатларда ушланиши керак?
3. Зиёфат ва овқатланиш столлари атрофида ўтиришда қайси ҳаракатларни қилмаслик керак?
4. Стол атрофида аксирган кишиларга “соғ бўлинг” тилагини тилаш керак-ми ёки йўқ-ми?
5. Стол атрофида гаплашиб ўтиришда сўз оҳанги қандай бўлиши керак, суҳбат мавзуси-чи?
6. Ресторанга меҳмончиликка таклиф қилинганда буюртмани ким бериши керак?
7. Ёнингиздаги киши қўшниси ва бошқа стол атрофидаги кишилар билан гаплашишда қайси этикет қоидаларига риоя қилиши лозим?

## **2. Таомларни истемол қилиш этикети қоидалари**

Бизнесменларнинг маданияти тўғрисида таомларни истемол қилиши ва истемол қилиш инструментларидан фойдаланиши ҳамда столдан туришига қараб ҳам хулоса қилинади. Шу сабабли ҳам таом истемол қилиш, инструментлардан фойдаланиш, овқатланиш столи атрофидан туришига қараб, айниқса чет мамлакатларда нафақат бизнесмен, унинг миллатининг маданияти тўғрисида ҳам хулоса қилиниши мумкин.

Ресторан ва меҳмондўстлик зиёфатларида овқатланиш жараёни унга тайёргарлик кўришдан, тайёргарлик эса безатишдан, стол устига қўйилган салфеткалардан фойдаланишдан бошланади. Маълумки, нуфузли ресторанларда овқатланиш столи устига ҳар хил шаклларда букланган мато ва қоғоз салфеткалар қўйилади.

Шуни таъкидлаш лозимки, мато салфеткалардан кийимни таом қолдиқлари билан ифлосланишдан сақлаш, қоғоз салфеткадан эса оғиз ва қўлларни тозалаш учун фойдаланилади. Бундан ташқари мато салфеткадан бармоқлар учларини артиш учун ҳам фойдаланиш мумкин. Шу сабабли ҳам таомни истеъмол қилиб бошлашдан олдин букланган мато салфеткани очиб, тиззага тўшаш лозим.

Овқатланишга умумий этик қоидалардан ташқари физиологик талаблар ҳам қўйилади. Физиологик талаблардан энг асосийларидан бир шундан иборатки, овқатланишда хўранданинг бутун диққати овқатга қаратилган бўлиши керак. Бошқа нарсаларга, масалан, газета, журнал ўқиш ёки телевизор кўриш учун диққатни бўлмаслик лозим, чунки диққатнинг бўлиниши истеъмол қилинган таомнинг ҳазм бўлишини пасайтириб юборади. Худди шунингдек, оғзига олинган таом бўлакчалари жуда майда қилиб чайланилиши ва кейин ютилиши керак. Майда чайналган таом жуда тез ҳазм бўлади. Овқатланиш даврида диққатни бўлмаслик кераклигини рус халқининг “овқатланишда мен кар ва гунгман” деган каби дона сўзлари яққол тасдиқлайди.

Таомларни истеъмол қилиш жараёнида чап қўл панжалари стол чеккасининг устида бўлиши керак. Бундан ташқари устига таом қуйилган тарелкани жойидан у ёки бу томонга суриш ва унга қўл билан тегиниш мумкин эмас. Таомларни истеъмол қилишда улар солинган идишнинг устига жуда ҳам кўп энгашмаслик ҳам керак, чунки бу бошқа томондан қараганда жуда ҳам ёмон кўринади ва маданияцизлик белгиси деб ҳисобланади. Шунинг

учун ҳам истеъмол қилишда таом устига камгина энгашиш лозим, чунки таом томчилари ва бўлакчалари қошиқ ёки санчқидан идишга қайтиб тушса кифоя. Идишларни стол устига қўйилган жойидан олиб ва кўлда кўтариб таомни истеъмол қилиш ҳам ўта маданиятсизлик ҳисобланганли сабабли европача халқаро этикет қоидаларига кўра таом истеъмол қилишнинг бу шакли ман қилинган.

Столга берилган биринчи таом, айниқса Ўзбекистон ёзги иқлим шароитида, жуда ҳам иссиқ бўлиши мумкин. Совутиш учун иссиқ таомлар устидан оғиз билан пуфлаш этикет қоидалари бўйича мумкин эмас, чунки пуфлаётган ҳаво таркибидаги микроорганизмлар стол атрофидаги бошқа кишиларга тушиб, ифлослаши мумкин. Шунинг учун ҳам таомнинг табиий ҳолда совушини кутиб туриш ва кутиш даврида қошиқ ёрдамида уни 1 – 2 марта аралаштириб қўйиш тавсия қилинади.

Таомни истеъмол қилишда оғизни катта ҳам очмаслик керак. Бу ташқаридан кўзатаётган кишилар учун жуда ҳам ёмон кўринади. Шу боисдан ҳам оғизга солинадиган маҳсулотлар кичик бўлакчаларга кесилган ёки бўлинган бўлиши лозим. Оғизга олинган таом бўлакчаларини жуда тез, айниқса чапиллатиб, чайнаш этикет қоидаларига кўра мумкин эмас. Таомни шундай чайнаш ва ютиш керакки, стол атрофидагилар буни сезмай ҳам қолишлари керак. Бундан ташқари оғизда таом бор вақтида гаплашиш ва ичимликлар ичиш ҳам мумкин эмас, чунки гаплашишда таом заррачалари оғиздан дастурхонга учиб чиқиши, ичилаётган ичимликларга тушиши ҳам мумкин. Бундай ҳолларда нафақат буни кузатиб

турган кишиларга, овқатланаётган одамнинг ўзига ҳам жуда ноқулай бўлади.

Европача ва шарқона этикет қоидалари бўйича таом фақат ўнг қўл ёрдамида истеъмол қилиниши керак, албатта бундан чапақайлар истисно. Бу иккала қоида бўйича ҳам овқатни пичоқ ёрдамида олиб ейиш ва овқатланиш даврида бир–бирларига қўл билан имо–ишоралар қилиш ҳам тавсия этилмайди.

Бульонлар, пюресимон суплар ва шўрваларга ўхшаган барча суюқ таомлар қошиқ билан бирданига охиригача ичилмайди ва идишнинг тагида қолдиқ қолади. Лекин қолдиқни охиригача ичиш ман қилинмайди. Унинг учун таом қолдиқли чуқур лаган ўзидан тескари томонга чап қўл билан озгина кўтарилади ва йиғилган таом қолдиғи ўзидан тескарига ҳаракат қилиб қошиқга олинади. Махсус чашкаларда берилган бульон ва пюресимон суплар қолдиқлари худди ичимлик сингари, идишлари кўтарилиб ичилади. Унинг учун чашкадан десерт қошиғи чиқарилиб, чашка тагига қўйилган ликопчанинг устига қўйилади, чашка эса чап қўл билан дастасидан (бандидан) ушлаб, кўтарилиб, қолдиқ ичилади ва чашка ликопча устига қайта қўйилади.

Биринчи таомларни истеъмол қилишда, уларнинг лаганга қайта тўкилмаслиги учун, қошиқни тўлдириб олмаслик керак. Бундан ташқари балиқ қилтаноклари, мевалар данак ва уруғлари ҳам таом истеъмол қилинаётган лаганнинг бир чеккасига ёки махсус қўйилган ликопчага оғиздан билдирмасдан чиқариб қўйилиши шарт. Шунинг учун овқатланишда бир–бирларининг оғзига қараб туриш этикет қоидаларига кўра тавсия қилинмайди.

Этикетнинг овқатланиш бўйича асосий қоидаларидан яна бири шундан иборатки, Европа мамлакатлари халқларининг иккинчи таомларини истеъмол қилишда лагандаги соус қолдиқларини охиригача, айниқса нон билан суркаб, ейиш мумкин эмас. Бу қоида палов, қовурилган гўшт ва балиқ каби миллий таомларни истеъмол қилишда ҳам эсдан чиқмаслик керак, энг яхшиси улар қолдиқларининг лаганда қолгани яхши, чунки Европа мамлакатлари халқлари соус ва ёғ қолдиқларни суртиб, тозалаб ейишга маданиятсизлик белгиси сифатида қарашади.

Махсус найчалар билан столга берилган совуқ ичимликлар умуман охиригача ичилмаслиги керак, чунки суюқлик билан бирга ҳаво тортилганда атрофдагилар учун ёқимсиз товуш чиқади.

Бундан олдин таъкидланганидек, ўзини маданиятли деб ҳисоблайдиган бизнесмен доимо халқнинг назорати остида бўлиши ва бошқа миллатлар вакиллари билан тез–тез учрашиб туриши сабабли шуни эсдан чиқармаслиги керакки, иссиқ ичимликлар (кофе, чой, какао кабилар) махсус чашка ва стаканларда қошиқча билан берилишига қарамасдан, қошиқсиз ичилади, чунки қошиқдан уларга солинадиган шакар, қанд ва асал каби ширинликларни фақат аралаштириш учун фойдаланилади. Ичимликларни ичишда ҳам чашка ёки стакан улар тагига қуйилган ликопча билан бирга кўтарилиб ичилмайди. Фақат чашка ёки стакандаги қошиқсиз чап қўл билан бандидан ушланиб, кўтарилиб ичилади.

Агар пакетли чой дамлаб берилса, чойни ичишдан олдин ипидан ушлаб пакет чиқарилиб олиниб, ликопчанинг қарама–қарши ёки чап томонига қўйилади, кейин эса чойга ширинликлар

солиниб, шахсий берилган қошиқча билан аралаштирилади, қошиқча эса ликопчанинг ўнг томонига олиб қўйилгандан кейин юқорида кўрсатилгандек, чап қўл билан бандидан ушлаб, қўтарилиб ичилади.

Таом ҳаммага келтирилгандан кейингина истеъмол қилиниб бошланади. Овқатланиш учун ресторанларга фақат эркаклар ёки фақат аёл кишилар келганда биринчи бўлиб овқатланишни ёши энг улуғи бошлайди. Ресторанларда меҳмондўстлик қилишда, у ерда ўтирган меҳмонларнинг ёшидан ва жинсидан қатъий назар, таомни истеъмол қилишни стол эгаси, яъни меҳмондорчиликни ташкил қилган киши, бошлаб беради. Уй шароитида меҳмондўстлик қилишда эса фақат уй бекаси бошлагандан кейингина меҳмонлар овқатланишни бошлашади.

Таомлар истеъмол қилиш жараёнида фойдаланилган салфеткалар стол устида қолдирилади. Мато салфетка устига таом идиши қўйилган ясси лаганнинг ёнида, агар у йиғиштириб олинган бўлса, унинг ўрнида қолдирилади. Қолдиришда салфеткалар қайта бўкланмайди, қандай фойдаланилган бўлса, шундай ҳолда қолдирилади.

#### Таянч иборалар:

бизнесмен ва миллат маданияти; салфетка; физиологик талаблар; чап қўл панжалари; идиш устига энгашиш; пуфлаш; бўлакчаларга кесиш ва бўлиш; чайнаш ва гаплашиш ҳамда суюқлик ичиш; ўнг қўл; пичок, имо–ишора; охиригача ичиш; балиқ қилтаноклари, данак ва уруғлар; соус ва ёғ қолдиқлари; маҳсус найча; иссиқ ичимликлар; пакетли чой; таомни истеъмол қилиб бошлаш.

### Назорат саволлари:

1. Таом истеъмол қилишда бизнесменларнинг қайси қоидаларга риоя қилишига қараб уларнинг маданияти тўғрисида хулоса чиқарилади?
2. Нуфузли ресторанларда қанадай салфеткалардан фойдаланилади ва унинг сабаби нимада?
3. Овқатланишга қандай физиологик талаблар қўйилади?
4. Таом истеъмол қилиш жараёнида чап қўл панжалари қаерда бўлиши керак?
5. Таомларни истеъмол қилишда гавданинг ҳолати қандай бўлиши лозим?
6. Биринчи иссиқ таомлар нима сабабдан пуфлаб совутилмайди?
7. Оғизни қандай очиш, таомни қандай чайнаб ва ютиш керак?
8. Нима учун оғизда таом бўлганда гаплашишга ва ичимлик ичишга рухсат берилмайди?
9. Таом фақат қайси қўл билан истеъмол қилиниши лозим?
10. Биринчи таомлар этикет қоидаларига кўра қандай ичилади?

### **18- маъруза. Овқатланиш приборлари ва улардан фойдаланиш қоидалари**

1. Умумий идишларда берилган газак ва маҳсулотларни истеъмол қилиш қоидалари
2. Хўл меваларни истеъмол қилиш қоидалари
3. Таомларга виноларни танлаш

#### **1. Умумий идишларда берилган газак ва маҳсулотларни истеъмол қилиш қоидалари**

Овқатланиш приборлари деганда кенг маънода овқатланишда ишлатиладиган идиш—товоқлар, таомларни порцияларга бўлишда, умумий идишлардан шахсий идишларга олишда ва сўзиб берилган таом ва ичимликларни истеъмол қилишда ишлатиладиган овқатланиш инвентарлари тушунилади.

Амалдаги қоидаларга кўра таом истеъмол қилиш приборлари қуйидаги турларга бўлинади:

- ош приборлари (ош пичоғи, ош санчқиси ва ош қошиғи);
- газак приборлари (газак учун пичоқ ва санчқи);
- балиқ таомлари приборлари (балиқ учун пичоқ ва санчқи);
- десерт приборлар (десерт пичоғи, десерт санчқиси ва десерт қошиқчаси);
- мева приборлари (мева учун пичоқ ва санчқи).

Ош приборларидан ресторанларда ва уй шароитида биринчи ва иккинчи таомларни (балиқ таомлардан ташқари) истеъмол қилишда, газаклар учун приборлар эса столга газаклар берилганда фойдаланилади. Балиқ таоми приборлари столга балиқдан тайёрланган иккинчи иссиқ таом узатилганда ишлатилади. Десерт приборлари столга пирожное, торт каби маҳсулотлар, мева приборлари эса мевалар берилганда қўйилади.

Юқорида кўрсатилганлардан ташқари бериладиган таомлар ва иссиқ ичимликлар турларига қараб овқатланиш столига қуйидаги приборлар қўйилиши мумкин:

- музқаймоқ, кофе ва чой қошиқчалари;
- устрица, омар, мидий, қисқичбақа ва крабларни истеъмол қилиш приборлари;
- муз бўлакчаларини, сарсабил (спаржа), нон бўлакчаларини, шакарларни олиш ва ёнғоқларни чақиш амбурлари;
- узум мевалари бошини бўлакларга кесишда фойдаланиш учун махсус қайчи;

- пирожное, торт бўлакчаларини ва балиқ икрасини олиш куракчалар.

Бу ерда шуни таъкидлаш лозимки, таом истеъмол қилиш приборининг ҳар бири алоҳида ва кетма–кет, пичоқ ва санчки бир вақтнинг ўзида параллел ишлатилиши мумкин. Тамоларни истеъмол қилиш приборларидан фойдаланиш ҳам жамиятда қабул қилинган маълум бир этикет қоидаларига асосланади.

Қабул қилинган қоидаларга кўра таомларни истеъмол қилиш жараёнида ва столга қўйишда ҳамда фойдаланилгандан кейин йиғиштириб олишда овқатланиш приборлари дастасининг ўртасидан ушланади. Бошқа бир кишига беришда ҳам дасталарининг ўртасидан ушланиб, сўраган кишига дастаси қаратилиб узатилади.

Биринчи таомлар ош қошиғи, чашкада берилган бульонлар, пюресимон ҳамда масаллиғи ўта майда қилиб кесилган суплар десерт қошиқлари ёрдамида истеъмол қилинади. Уларни истеъмол қилишда қошиқлар ўнг қўл билан ушланади.

Таомни қошиққа олишда ҳўранда қошиқ билан ўзи томонига эмас, ўзидан тескари томонга ҳаракат қилиши шарт. Худди шундай, қошиққа олинган таом унинг учидан эмас, ён томонидан ичилиши лозим. Таом истеъмол қилиниб бўлингандан кейин қошиқ каварик (дўнг) томони билан идиш тагига қаратиб қолдирилади.

Қиймаланган гўштдан тайёрланган иккинчи иссиқ таомлар(чучвара, манти, дўлма, котлет, бифштекс, биточка, зрази ва ш.ў.), қайнатиб пиширилган сабзавотлар, пампушка, клецки, лагман каби хамирли таомлар пичоқ билан кесилмасдан фақат

санчки ёрдамида истеъмол қилинади. Бундай вазиятларда ҳам санчки дастасининг ўртасидан ўнг қўл билан ушлаб фойдаланилади.

Натурал гўштлардан тайёрланган иккинчи иссиқ таомлар (қовурилган гўшт, сабзаётлар билан димланган гўшт, ромштекс, бифштекс, лангет кабилар), сарделка, сосискага ўхшаган иссиқ маҳсулотларнинг совуганида уларнинг таъми ва ҳиди пасайиб кетади. Шу сабабли ҳам улар бирданига бўлаклаб ташланмасдан, бир бўлакчадан кесиб олиниб, гарнир билан бирга истеъмол қилинади. Бундай вазиятларда санчки чап қўлда, пичоқ эса ўнг қўлда ушланади. Маҳсулотни кесишда санчки тик эмас, лаганга нисбатан қия, пичоқ эса тик ушланади.

Натурал балиқ гўштидан тайёрланган иккинчи иссиқ таомлар ҳам пичоқ ва санчки ёрдамида истеъмол қилинади. Фақат балиқ учун мўлжалланган пичоқ ва санчкидан фойдаланилади. Устига сардоқ солинган балиқ, дудланган кета ва сёмга балиқлари гўштлирини кичик бўлакларга бўлишда пичоқ ишлатилмайди, балиқ учун мўлжалланган санчки ишлатилади. Баъзи бир иккинчи балиқ таомлари лимон паллалари билан ҳам берилиши мумкин. Бундай таомни приборлар ёрдамида истеъмол қилишдан олдин лимон паллаларининг шарбати бармоқлар учи ёрдамида сиқилиб, балиқ устига сачратилади ва кейин таом приборлардан фойдаланиб истеъмол қилинади.

Яна шуни эътиборга олиш лозимки, агар овқатланиш жараёни биронта сабабга кўра тўхтатилиши керак бўлса, овқатланиш приборлари, улардан қандай фойдаланилаётган бўлса, шундай

ҳолда вақтинча тарелка устида қолдирилади, уларни қўлда ушлаб туриш мумкин эмас.

Овқатланиш жараёни тамом бўлгандан кейин таом истеъмол қилиш инструментлари идиш устида қолдирилади: санчки ва пичок дастаси билан лаган устида чап ёки ўнг томонга қаратиб қўйилиши керак, чунки фойдаланилган приборлар хўранданинг ўнг ва чап томонидан ҳам олинishi мумкин. Қўйишда шунга эътибор бериш керакки, санчки тишлари билан юқорига, пичок эса тиғи билан истеъмолчининг ўзига қаратиб қўйилади. Европача ва шарқона этикет қоидаларига кўра ҳеч қачон пичок тиғи билан бошқа кишига қаратиб қўйилмаслиги ва узатилмаслиги керак.

Таом истеъмол қилиш приборларидан истеъмолчи ўз истагини билдириш учун ҳам фойдаланади: агар таоми охиригача ейилмаган лаган устида санчки ва пичок дасталари билан бир–бирларига параллел ҳолда қолдирилган бўлса, хўранданинг таомни охиригача емаслигини билдиради; агар таомдан бўшаган лаган устида қошиқ ва санчки бир–бирларига нисбатан перпендикуляр ҳолда қолдирилган бўлса, шу таомдан яна истеъмол қилиш истаги борлигини билдиради.

Ресторанга ёки бировнинг уйига меҳмончиликка борганда стол устига қўйилган овқатланиш приборларини, стакан ва пиёлаларни салфетка билан қайта тозалашга ҳеч қачон ҳаракат қилмаслик керак, чунки, биринчидан, улар столга қўйилишдан олдин жуда ҳам тоза ювилган бўлади; иккинчидан, уларни қайта тозалаш ушбу ресторан ходимларига ёки уй бекасига тозалик бўйича ишонч йўқлигини билдиради. Агар сиз шундай деб ҳисоблайдиган

бўлсангиз, энг яхшиси, шу ресторанга кирманг ёки меҳмондорчиликка таклифни қабул қилманг.

Бундан олдинги бандда ҳар бир одам олдига қўйилган таом, иссиқ ва совуқ ичимликларни истеъмол қилишнинг умумий қоидалари кўриб чиқилди. Лекин таниш кишилар билан бирга ресторанларга овқатланиш учун борганда ва уй шароитида ташкил қилинган зиёфатларда тўй ва бошқа тантанали вазиятларда ва аксарият газак ва маҳсулотлар 4 – 6 кишига мўлжалланиб умумий идишларда стол устига қўйилади.

Умумий берилган газак ва тайёр маҳсулотларнинг аксариятига уларни олиш учун умумий инструментлар берилади. Умумий инструмент берилган таом ва газакларни бевосита умумий идишлардан истеъмол қилиш мумкин эмас. Умумий идишлардан маҳсулотларни умумий инструментлар ёрдамида ҳар бир киши ўзига қарашли лаганга олади ва кейингина индивидуал инструментлар ёрдамида истеъмол қилади. Умумий инструментлар берилмаган маҳсулот шахсий лаган ва ликопларга қўл ёрдамида олинади.

Умумий идишлардан шахсий идишларга қўл ёки умумий инструментлар ёрдамида олиш маҳсулотларнинг турига боғлиқ бўлади. Масалан, нок ва олма кабилар умумий идишдан қўл билан олинади, лекин уни ҳар бир киши кичик бўлакчаларга ўзининг идиши устида бўлиб, кейин истеъмол қилади. Шарқона этикет қоидаларига кўра нон, умуман ҳамма маҳсулотлар, фақат ўнг қўл билан олинади; худди шунингдек, умумий идишда берилган катта ўлчамли бутербродлар ҳам шахсий идишларга қўл билан олинади

ва кичик бўлакчаларга шахсий пичоқ билан бўлиниб, қўл билан ушлаб истеъмол қилинади; бутербродларга махсус умумий куракча ҳам берилиши мумкин.

Умумий идишда берилган салат ва паштетлар ҳам умумий инструментлардан фойдаланиб хўранданинг индивидуал идишига олинади ва кейин индивидуал инструментлар (санчқи, пичоқ) ёрдамида истеъмол қилинади. Худди шунингдек, умумий лаганда кесиб берилган колбасалар ҳам умумий санчқи ёрдамида истеъмолчи тарелкасига олингандан кейин, шахсий лycopчада ўзининг санчқиси ва пичоғи ёрдамида кесилиб, нон бўлакчалари устига қўйилиб истеъмол қилинади.

Баъзи бир пайтларда тайёр бутерброд ўрнига умумий идишларда алоҳида сариеғ, икра ва нон берилади. Бундай ҳолда бутербродни хўранданинг ўзи тайёрлайди. Унинг учун шахсий тарелкаларга сариеғ, икра умумий идишлардан уларга берилган умумий пичоқлар ёрдамида, нон эса қўл билан олинади. Шахсий тарелкаларда хўрандалар ўзининг пичоғи ёрдамида ёғ ва икрани ноннинг устига суртиб, бутерброд тайёрлашади. Тайёр бутерброд шахсий пичоқ билан кичик бўлакчаларга кесилиб қўл ёки шахсий санчқи ёрдамида истеъмол қилинади.

Каттароқ бўлакчаларга кесилган ва устидан сардоқ қуйилган дудланган балиқ, кета ва семга каби дудланган балиқ гўштлари ҳам умумий идишлардан хўрандалар шахсий лаганларига умумий инструментлар (махсус куракча, санчқи) ёрдамида олинади ва кейин шахсий лаганлар устида кичик бўлакчаларга бўлинади. Амалдаги халқаро этикет қоидаларига кўра, улар кичик

бўлакчаларга пичоқ ёрдамида эмас, шахсий санчқилар ёрдамида майдаланади.

Хўл сабзавот, мева ва кўкатлар витаминларнинг асосий манбаи эканлиги ҳисобга олиниб, охириги йилларда уларни майдаламасдан ювиб, умумий идишларда стол устига қўйиш қоидаси шаклланган. Хўл мева, сабзавот ва кўкатлар ҳам шахсий тарелкаларга қўл ёрдамида олинади. Сабзавотлар ва мевалар шахсий лаганчаларда кесилиб, бўлакчаларга бўлингандан кейин санчқи ёрдамида, кўкатлар эса майдаланмасдан қўл билан олиб истеъмол қилинади. Шунингдек, мураббо, повидло, жем каби ширинликлар ҳам умумий идишдан шахсий лycopчага умумий пичоқ билан олинади ва кейин шахсий пичоқ ёрдамида кесилган нон бўлакчалари устига суртилиб, қўл билан ушлаб истеъмол қилинади.

#### Таянч иборалар:

умумий идиш ва инструмент; нон; бутерброд; салат; пашет; икра; сариёғ; сардоқли балиқ; кета ва семга; хўл сабзавот ва мевалар; мураббо, повидло ва жем.

#### Назорат саволлари:

1. Умумий идишда берилган газак ва маҳсулотлар неча кишига мўлжалланади ва уларга берилган умумий инструментлардан қандай фойдаланилади?
2. Нон ва катта ўлчамли бутербродларни умумий идишдан олишда қайси инструментдан фойдаланилади ва қандай истеъмол қилинади?
3. Салат, пашет ва винеградлар умумий идишлардан қандай олинади ва истеъмол қилинади?
4. Истеъмолчиларнинг ўзлари икрали бутербродни қандай тайёрлашади ва истеъмол қилишади?

5. Сардоқли балиқ, кета ва снемга каби балиқ гўштлари умумий тарелкадан қандай олинади ва қайси иснтрумент ёрдамида кичик бўлакчаларга бўлинади?

6. Мураббо, повидло ва жем каби ширинликларни умумий идишдан олишда қайси умумий инструментдан фойдаланилади ва қандай истеъмол қилинади?

## **2. Хўл меваларни истеъмол қилиш қоидалари**

Меҳмондўстлик зиёфатларида ва ресторанларда хўл мевалар десерт таом ўрнида берилади. Улар ўзларининг нафис ранглари, шакллари ва хушбуй ҳидлари билан стол атрофида ўтирганларнинг кайфиятини яхшилади ва базм ёки овқатланиш жараёнининг яхши кечишига имконият яратади. Шунинг учун ҳам мевалар столни безашда газаклар билан бирга қўйилади ва уларга овқатланиш столи дизайнининг асосий элементларидан бири деб қаралади.

Шахсий тарелкаларга олинган меваларни истеъмол қилишдан олдин уларнинг аксариятига меҳмон томонидан қўшимча ишлов берилади. Хўл меваларни истеъмол қилишнинг ўзига хос хусусиятлари ҳам қўшимча ишлов беришдан ва уларнинг данак ва уруғларини ликопча ёки лаганга олиб қўйишдан иборат. Ушбу бандда баъзи бир уруғли ва данакли меваларни европача қоида бўйича истеъмол қилишнинг ўзига хос хусусиятлари кўриб чиқилган.

Олма, нок каби катта ўлчамли уруғли мевалар шахсий тарелкаларга қўл билан олинади ва истеъмол қилишдан олдин уларга қўшимча ишлов беришда индивидуал пичоқ ва санчқилардан фойдаланилади. Унинг учун десерт лаганчалар устида десерт пичоқ ёрдамида тўрт бўлакка бўлинади ва уруғи

уруғдони билан олиниб ташланади. Кейин ҳар бир бўлакчаси пўстлоғидан тозаланади ва кичик бўлакчаларга бўлинади. Бўлакчалар санчиқи ёрдамида олиб истеъмол қилинади.

Цитрус мевалари ҳам умумий идишдан индивидуал лаганчаларга қўл билан олинади ва кейин уларга қўшимча ишлов берилади. Унинг учун апельсин мевасининг устидаги пўсти десерт пичоқ ёрдамида айлана шаклида кесиб олинади ва кесилган томонидан пастга қаратиб пичоқ билан кесиклар қилинади. Кейин эса қўл ва пичоқ ёрдамида пусти олиб ташланади ва паллаларга ажратилади. Паллалар эса қўл ёрдамида олиб истеъмол қилинади. Мандарин эса қўл ёрдамида шахсий десерт лаган устида пўстлоғидан тозаланади ва паллаларга ажратилади. Улар паллалари ҳам қўл ёрдамида олиб истеъмол қилинади. Лимоннинг пўстлоғи ҳам десерт лаганча устида қўл билан тозаланади. Кейин шахсий десерт пичоқ билан бўлакчаларга кесилади ва десерт санчиқи ёрдамида олиб истеъмол қилинади.

Ўрик, шафтоли ва олхўри каби данакли мевалар ҳам умумий идишлардан шахсий десерт лаганчаларга қўл билан олинади. Кейин мевалар чизиғи бўйича кесик қилинади ва қўл ёрдамида икки паллага ажратилиб, данаклари олиб ташланади. Данаксиз мева паллалари қўл билан олиб истеъмол қилинади.

Анор ҳам умумий идишлардан қўл билан олинади. Кейин шахсий десерт лаган устида, худди мандариндек, пўстлоғидан айлана кесиб олинади кўринган қатлам бўйича пастга қаратиб анорнинг пўстлоғи доначаларигача кесилади ва икки қўл ёрдамида

анор меваси пўстлоғи билан паллаларга бўлинади. Паллаларга бўлинган анор доначалари кўл билан олиб истеъмол қилинади.

Амалда қабул қилинган этикет қоидаларига кўра майда данакли, уруғли ва уруғсиз мевалар (гилос, олволи, тут, қулупнай кабилар) умумий идишлардан умумий инструментлар ёрдамида олингандан кейин шахсий лаганчадан шахсий десерт қошиқ билан олиб истеъмол қилинади. Мевалар данаги ва уруғи ютилмаслиги ва десерт лаганчасининг бир чеккасига чиқариб қўйилиши керак. Унинг учун, бошқаларга сездирмасдан, улар оғиздан десерт қошиғига олинади ва махсус ёки умумий десерт лаганчасининг бир чеккасига қўйилади.

Европа мамлакатлари ресторанларида қовун ва тарвуз этилари хўрандаларга пўчоқсиз берилади. Истеъмолчи ўзининг десерт пичоғи ёрдамида тарвузнинг уруғларини этидан ажратиб олиб ташлайди. Тарвуз эти ва қовун десерт лаганча устида майда бўлакчаларга кесилади. Кейин десерт санчки ёрдамида истеъмол қилинади.

Маълумки, Марказий Осиё республикалари ресторанларида меҳмондўстлик зиёфатларида қовун ва тарвузлар бўлакчаларга бўлиниб, пўчоғи билан берилади. Бундай ҳолларда ҳам уларнинг эти десерт санчки ёрдамида истеъмол қилинади.

#### Таянч иборалар:

десерт таом ва дизайн; қўшимча ишлов; олма, нок кабилар; цитрус мевалари; ўрик, шафтоли ва олхўри кабилар; анор, майда мевалар; қовун ва тарвуз.

#### Назорат саволлари:

1. Столни безатишда меваларнинг аҳамияти қандай?

2. Олма, нок каби уруғли меваларни истеъмол қилишда уларга қандай қўшимча ишлов берилади?
3. Цитрус меваларга (мандарин, апельсин, банан) қандай қўшимча ишлов берилади ва қайси прибор ёрдамида истеъмол қилинади?
4. Ўрик, шафтоли, олхўри каби данакли мевалар қандай истеъмол қилинади?
5. Истеъмол қилишдан олдин анорга қандай қўшимча ишлов берилади ва унинг доначалари нима билан олиниб истеъмол қилинади?
6. Майда мевалар, қовун ва тарвуз этлари қандай истеъмол қилинади?

### **3. Таомларга виноларни танлаш**

Ресторанга ҳамкасб ёки ҳамкорларини таклиф қилганда ёки уларга зиёфат бериш мақсадида уйга чақирганда, бизнесменнинг жинсидан қатъий назар, унинг олдида муҳим бир масала пайдо бўлади, у ҳам бўлса, буюртма бериладиган ёки меҳмонларга таклиф қилинадиган газак ва таомлар турига қараб спиртли ичимликларни танлаш.

Эсда бўлсинки, ҳаммага ёқадиган таомларни танлаш ёки уларни меҳмонларга тайёрлаб бериш қийин масала, танланган таомларга яраша спиртли ичимликларни танлаш эса ундан ҳам оғир, чунки нотўғри танланган ичимлик таомнинг сифатини бузиб кўрсатишдан ташқари ўзининг ҳидини, таъмини бошқа сифат кўрсаткичларини намоён қилаолмайди.

Ўткир салатларга, колбаса ва дудланган гўшт ва балиқ (сенмга, остерина, ласось) гастронмия маҳсулотларига маринадланган ва тузланган маҳсулотлардан тайёрланган газакларга ароқ, аччиқ настойкалар, вермут, портвейн, мадера, херес, марсалу каби ўткир (кучли) винолар тавсия қилинади. Ушбу

виноларни бульон ва бошқа биринчи таомлардан кейин ҳам ичиш мумкин.

Қўй, мол ва чўчқа гўштлиридан қовуриб тайёрланган натурал таомларга (кабоб, антрекот, бифштекс, лангет, ромштекс, филе, эскалоп, тандир кабоб, димланган гўшт ва ш.ў), қовурилган жигар, буйрак кабиларга ҳамда гўшт гастронимик маҳсулотларига мукузани, телиани, қизил (спиртли аралаштирилмаган) вино, қизил шампан каби спиртсиз қизил винолар ҳамда қизил портвейн берилади.

Ёғли гўштли таомларга (масалан, палов оши, шашлик каби бошқа миллий ёғли таомларга) ошқозон сўлақларини кўпроқ ажралиб чиқишига имкон берадиган ва таомнинг ёғлилигини билдирмайдиган №8 – кахетин, №5 – саперави, тибани каби тахир винолар тавсия қилинади.

Ёввойи ва уй паррандалари гўштлиридан тайёрланган таомлар билан ўртача меъёда сўлақларни ажратиб чиқарувчи кабарне, бардо, матраса каби винолар ичилса, одамга яхши иштаҳа ва кайфият касб этади.

Агар ресторанга келганда мол ва парранда гўштлиридан тайёрланган иккита ёғсизроқ таомга буюртма берилган ёки меҳмонларга уларни тайёрлаб бериш керак бўлса, мол гўштидан қовуриб тайёрланган таомга қизил (спирт аралаштирилмаган) вино, парранда гўштидан тайёрланган таомга эса хуш (сухое) ёки нимхуш (полсухое) шампан виноси тавсия қилинади.

Балиқдан тайёрланган иссиқ таомларга одатда рислинг, цинандали, сильванер, фетяску каби винолар берилади. Ҳўл

сабзавотлар (бодринг, помидор), кўкатлар, гулкарам, яшил нўхат, ичига қийма солинган ва тоблаб пиширилган сабзавотлардан ҳамда қўзиқоринлардан тайёрланган таомлар хуш таъмли ош виноси ёки спиртли ним ширин винолар билан ичилади.

Нўхат, ловия ёки хушбуй ҳидли кўкатлар солинган таомлар билан кахетин винолари мос келади. Бундан ташқари кахетин винолари бринза, Тушинча, Кобийча тайёрланган тузли пишлоқларга ҳам тавсия қилинади.

Сарсабил ва артишокдан тайёрланган тансиқ овқатларга унча ширин бўлмаган мускат винолари (масалан, молдава мускатели, доғистон мускатели ва ш.ў.) берилади.

Десерт, шампан ва цимлян винолари мевалар, ёнғоқлар, шоколад конфетлари, шоколад, пирожний, торт, музқаймоқ ва бошқа ширинликларга жуда ҳам мос келади. Худди шунингдек, десерт таомларга ширин десерт ва ликер винолари (оқ, пуштиранг, бинафша, қора рангли мускатлар, мускатели, токай, “Пино – гри”, “Қора – чанах”, “Кюрда – мир”, “Ясман салиқ”, “Гончи”, “Қозоғистон”, “Қирғизистон”, “Тожикистон”, “Геташен”, “Буваки”, “Салхино”, “Гратиешти”, “Трифешти”, “Кокур”, “Олтин дала”, “Қуёшли водий”, Малагу, кагор каби винолар, нимхуш ёки ширин шампан ёки мускат шампан виноси тавсия қилинади.

Таомларнинг таъми ва ҳиди маълум бир ҳароратларда намоён бўлганидек, виноларнинг ҳам ажойиб ҳиди ва хуштаъмлилиги маълум бир ҳароратларда яхши сезилади. Шу сабабдан винолар ҳам ўзларининг таъми ва ҳиди максимум сезиладиган ҳароратларда сўзиб узатилиши шарт. Ароқ ва аччиқ настойкалар 8 – 10° С да

узатилиш лозим. Унинг учун улар ҳавонинг иссиқ кунлари кўрсатилган ҳароратларгача совутилиши, совуқ кунлари эса иситилиб берилиш керак.

Спиртсиз оқ ош винолари ва ним ширин винолар ёзнинг иссиқ кунларида  $8 - 10^{\circ}\text{C}$  гача совутилган, қишда эса  $12 - 14^{\circ}\text{C}$  иситилган ҳолда истеъмолчилар столига берилади. Спиртсиз қизил ош винолари қишда  $20^{\circ}\text{C}$  гача иситилиб, ёзда эса  $18^{\circ}\text{C}$  гача совутилиб берилади. Портвейнга ўхшаган қизил винолар  $16 - 18^{\circ}\text{C}$  да сўзиб узатилади. Херес ва мадера винолари совуқ кунлари  $20 - 23^{\circ}\text{C}$  гача иситилиб берилиши лозим.

Дисерт ва ликер винолари (мускатлар, токай, “Пино – гри”, “Салхино”, Малага каби винолар уй ҳароратида ( $16 - 18^{\circ}\text{C}$ ) истеъмолчиларга узатилиши керак. Баъзи бир винолар (шампан, цимлян ва мускат шампан винолари) ҳатто  $6 - 8^{\circ}\text{C}$  гача совутилиб узатилиши шарт, чунки бундан баланд ҳароратларда жуда тез кўпиради ва бакалга солингандан кейин тиниқлик даражаси пасайиб кетади. Шампан виноси фақат гази кетгандан кейингина ичилади.

Агар бир неча хил виноларга буюртма берилган ёки меҳмондўстлик зиёфатида дастурхонга тортиладиган бўлса, улар юқорида кўрсатилган ҳароратларда қуйидаги тартибда сўзиб истеъмол қилиниши керак: аввал кучли винолар, кейин сприциз ош винолари (аввал оқ, кейин эса қизил вино) ва ундан кейин эса десерт винолар ичилади.

Десерт винолардан кейин спиртсиз ош винолари ичилмайди, чунки ширин винолардан кейин улар жуда ҳам нордон бўлиб

туйилади. Худди шунингдек, спиртсиз қизил ош виноси тузланган балиқлар (сельд, балиқ эти тасмаси, сёмга ва ласось кабилар), колбаса, ветчина ва бошқа дудланган маҳсулотлар билан десерт ва ликер винолари истеъмол қилинмайди.

Эски ва юқори сифатли винолар кам сақланган оддий (ординар) винолардан кейин ичилади. Шунинг учун ҳам коллекцион винолар (ўта сифатли, 6 йилдан кам, бутилкаларда эса 3 йилдан кам сақланмаган) маркали винолардан (сақлаш муддати 1,5 йилдан кам бўлмаган), маркали винолар эса ординар (ишлаб чиқарилгандан кейин 3 ойдан кейин сотишга чиқарилиши мумкин бўлган) винолардан кейин ичилади.

Яна бир нарса эсдан чиқмаслик керакки, бир неча хил спиртли ичимликларни (ароқ, ликер, коньяк, узум виноси, пиво) бирданига ичиш мумкин эмас. Бу тез маст бўлиб ва ўзини назорат қила олмай қолишига олиб келади. Бундай ҳолда нафақат ақлингизни, ҳамкасблар, ҳамкорларингиз ва аҳоли ўртасида тўпланган обрўйингизни ҳам йўқотасиз.

Агар спиртли ичимликлар сизнинг миянгизга таъсир қилган бўлса, бундай вазиятларда спиртсиз нордон узум виносини ичиш ва бошқа спиртли ичимликларни истеъмол қилмаслик тавсия этилади. Худди шунингдек, десерт ва ликер узум виноларини истеъмол қилишда чекмаслик керак, чунки сигарет тутуни винонинг нозик ҳидини ва таъмини сездирмайди.

#### Таянч иборалар:

муҳим масала; ўткир салатлар, колбаса ва дудланган гўшт ва балиқ маҳсулотлари; қовуриб тайёрланган таомлар ва қовурилган

жигар ва буйрак; ёғли гўшт ва парранда гўштлиридан тайёрланган таомлар; мол ва парранда гўштидан тайёрланган иккита таом; балиқдан, кўкатлардан, сабзавотлардан ва кўзиқориндан тайёрланган таомлар; нўхат, ловия ва хушбўй ҳидли кўкатлардан тайёрланган таомлар; сарсабил ва артишок таомлари; десерт, шампан ва цимлян винолари; десерт таомлар; виноларни узатиш ҳароратлари; виноларни сўзиб истеъмол қилиш тартиби; бир неча хил спиртли ичимликларни ичиш; чекмаслик.

#### Назорат саволлари:

1. Қайси вақтларда таомларга вино танлаш муоммаси пайдо бўлади?
2. Ўткир салатларга, колбаса, дудланган гўшт ва балиқ ҳамда маринадланган ва тузланган маҳсулотларга қайси спиртли ичимликлар тавсия этилади?
3. Қовурилган натурал гўшт таомларига қовурилган жигар, буйрак ва гўшт гастрономия маҳсулотларига қайси виноларни тавсия қилган бўлар эдингиз?
4. Ёғли гўшт ва паррандалар гўштлиридан тайёрланган таомларга қайси вино турларини тавсия қиласиз, иккита гўштли таом берилганда-чи?
5. Балиқдан, ҳўл сабзавотлар ва ичига қийма солинган сабзавот ва кўзиқоринлардан тайёрланган иссиқ таомларга қайси винолар тавсия қилинишини биласизми?
6. Кахетин винолари қайси таомларга берилиши мумкин?
7. Десерт таомларига қайси винолар тавсия қилиниши мумкин?
8. Винолар қандай ҳароратларда истеъмолчиларга сўзиб узатилиши керак?
9. Виноларни ичиш тартибини биласизми, нима учун улар маълум бир тартибда ичилади?
10. Қайси вино турларини қайси маҳсулотлар билан ичиш тавсия қилинмайди, нима сабабдан?
11. Эски ва юқори сифатли виноларни ичиш тартибини биласизми?
12. Узум виноларини истеъмол қилишда чекмаслик кераклигининг сабаби нимада?
13. Бир вақтнинг ўзида бир неча хил спиртли ичимликларни ичиш мумкинми?

## **19-Маъруза. Йўл этикети қоидалари**

1. Йўлга кетишга тайёрланиш
2. Самолётда кетиш этикети
3. Поездда кетиш этикети қоидалари
4. Енгил машинада кетиш қоидалари

Бизнесменлар ўз фаолияти бўйича республиканинг бошқа минтақаларига, халқаро бизнес билан шуғулланадиганлар эса бошқа мамлакатларга ҳам сафарга чиқишади. Маълумки, сафарга чиқиш йўл транспорт воситаларининг биридан фойдаланишни тақозо қилади. Бугунги кунда узоқ масофаларга сафарга боришда вақтни тежашга имкон берадиган транспорт воситаларидан бири самолёт ҳисобланади.

Сафарга боришда ҳам халқаро тажрибада қабул қилинган этикет қоидаларига иттифоқ қилиш талаб қилинади. Ўзбекистон фуқароси бўлган бизнесменлар нафақат борган жойларида, йўлда кетишда ҳам буюк ва қадимий миллат вакиллари сифатида, юқори маданиятли халқ вакиллари эканликларини унутмасликлари лозим. Халқаро этикет қоидаларига риоя қилиш, айниқса чет мамлакатларга борганда, катта аҳамиятга эга. Шу боисдан ҳам ушбу маъруза матнида чет мамлакатларга боришда йўл кетиш этикет қоидаларига урғу берилади. Ушбу йўл қоидалари Ўзбекистон бўйича сафарга чиқадиган бизнесменларга ҳам тўлиқ тааллуқлидир.

Йўл кетиш қоидаларига иттифоқ қилиш сафарга тайёрланишдан бошланади. Йўлга чиқишдан олдин борадиган мамлакат ва у ерда

яшайдиган халқларнинг урф–одатлари ва расм–русмлари тўғрисидаги мавжуд маълумотлар билан танишиб чиқиш лозим.

Йўлга тайёрланиш бизнесменнинг қиёфасини тартибга солишдан ва йўл кийимларини танлашдан бошланади. Бизнесменлар сафарга чиқишдан олдин соқол-мўйловларини қиртишлаб олишлари ва покиза ювиниб–таранишлари лозим. Бундан ташқари йўл ва борган жойларида киядиган кийимларини танлашлари ва ажратиб жойлаштиришлари керак. Танланган йўл кийимлари (устки ва оёқ кийимлари), биринчидан, йўлда кийиб кетиш учун қулай, тоза ва дазмолланган, ранги бўйича бошқа кишиларнинг диққатини тортмайдиган ҳамда уларда ҳар хил ҳайвонлар расмлари ва бошқа расмлар солинмаган бўлиши керак.

Йўлда кийиладиган кийимлар чемондан ёки йўл сумкасининг устида жойлаштирилиши лозим, унинг сабаби келгуси бандда кўрсатилган.

Сафарга тайёрланишдан ташқари танишлар ва бўлажак ҳамкор учун совғалар танланиш лозим. Совғани танлашда халқнинг урф–одат қоидаларини ва анъаналарини ҳисобга олиши лозим. Бундан ташқари ҳамкорларга бериладиган совға арзон нархда ва шу билан бирга оригинал бўлиши керак. Лекин савғани беришда унинг нархи кўрсатилган қоғоз олиниб танашанади, чунки совға нархи билан эмас, ҳамкорга бўлган ҳурмат билан диққатга сазовордир.

Таянч иборалар:

сафар; чет мамлакат; сафарга тайёрланиш, қиёфа, кийим, совға.

Назорат саволлари:

1. Бизнесменлар сафарга боришда қандай этикет қоидаларига риоя қилишлари керак?
2. Сафарга чиқишдан олдин қайси маълумотлар билан танишиш лозим?
3. Йўл кийимига қандай талаблар қўйилади?
4. Совғага қандай талаблар қўйилади?

## **2. Самолётда кетиш этикети**

Самолётда этик қоидаларига риоя қилиш унинг салонига чиқишдан бошланади. Салонга чиқишда бошқалардан олдин ўтишга, бошқа йўловчиларнинг киришига тўсиқлик қилишга ҳаракат қилмаслик ва киришда стюардессалар билан саломлашиш керак.

Агар самолёт чет эл миллий компаниясига қарашли бўлса, унда ватандошларингиздан ташқари чет эллик фуқаролар ҳам бўлиши мумкин. Бундан ташқари самолётда чет эллик фуқаролар (стюардессалар) хизмат қилади. Агар самолёт “Ўзбекистон ҳаво йўллари” миллий компаниясига қарашли бўлса ҳам унда чет мамлакатлар фуқаролари ва ёши улуглар учиб кетаётган бўлишлари мумкин. Самолётнинг қайси компанияга қарашли бўлишидан қатъий назар, албатта, салонда хизмат қилувчи ходимлар билан саломлашиш ва фақат чиптада кўрсатилган жойда ўтириш лозим, чунки қўлайлиги бўйича ҳамма жой самолётда тенг ҳисобланади. Учиш даврида ўтирган жойида чекиш ҳам мумкин эмас. Ҳозирги вақтда барча мамлакатлар авиакомпаниялари самолётларида чекиш деярли ман этилган ёки чекиш мумкин бўлган самолётларда чекувчилар учун алоҳида жой ажратилган, шу боисдан билет сотиб олишда сигаретга бўлган муносабатни билдириш лозим.

Агар ўтирган жойингиздан тез—тез туриш одат бўлиб қолган бўлса, самолётда бу одатдан вақтинча воз кечиш ёки читпада сотиб олишда ўтишга яқин жойдан жой сўраш керак, чунки ўриндан туриб, салонда у ёқдан бу ёққа юриш, нафақат хавфсизлик қоидаларига, этикет қоидаларига ҳам тўғри келмайди.

Баъзи бир ватандошларимизда самолётда учиб бориш даврида ёнида ўтирганлар билан суҳбат қуриш, иложи бўлса, баъзи бир масалалар бўйича ўзининг билимдонлигини кўрсатиш истаги туғилади. Шу сабабли ҳам атрофда чет эллик фуқаролар ёки ёши улуг эркак ва аёл ватандошларингиз бўлса, энг яхшиси, бу ниятдан қайтиш лозим, чунки чет элликларнинг аксарияти учун сизнинг гапиришга ҳа деб интилишингиз беодоблик ҳисобланади.

Халқаро этикет қоидаларига кўра сизга хизмат қилаётган стюардессаларга ҳурмат билан қараш қабул қилинган. Шу боисдан ҳам уларни бўлар—бўлмаслик учун чақиравериш, айниқса овоз чиқариб, йўл кетиш этикет қоидаларига зид ҳисобланади. Агар илтимосингиз бўлса, у сизнинг ёнингизга келганда паст овоз ва хушмуомалалик билан гапингизни айтишингиз мумкин.

Дунёда қабул қилинган этикет қоидаларига кўра самолёт салонидан чиқишда катта стюардесса ҳар бир йўловчи билан хайрлашади. Сизлар ҳам табассум билан хайрлашишни эсдан чиқармангизлар. Хайрлашишда ҳам ёқимли гаплар билан миннатдорчилик билдириш қабул қилинган.

Самолёт салонидан чиқишдан аввал ҳар бир киши ўзининг қиёфасини ва кийимларини тартибга солиши шарт, чунки самолётдан тушишданоқ сиз халқ назорати остига тушасиз.

### Таянч иборалар:

салонга чиқиш; авиакомпания; чиптадаги жой; чекиш; тез–тез ўрнидан туриш; суҳбат қуриш; хайрлашиш.

### Назорат саволлари:

1. Самолёт салонида чиқишда этикетнинг қайси қоидаларига риоя қилиш керак?
2. Самолёт салонида ўзини қандай тутиш лозим?
3. Самолётнинг салонидан чиқишда этикетнинг қайси қоидаларига риоя қилиниши шарт?

## **3. Поездда кетиш этикети қоидалари**

Ҳар хил сабабларга кўра баъзи бир ватандошларимиз поездда сафарга боришни ёки саёҳат қилишни афзал кўришади. Поездда кетишда ҳам йўл этикети қоидаларига риоя қилиниши шарт.

Вагонга киришда бортбошқарувчи ва купега кирганда у ерда ўтирган йўловчилар билан саломлашиш лозим. Поезд шинавандалари шуни эсларидан чиқармасликлари керакки, купе фақат бир киши учун эмас, унда кетадиган барча йўловчилар учун мўлжалланган. Шу сабабли ҳам ўзларининг кийим–кечакларини ечиш ва жойлаштиришдан олдин ушбу ҳақиқатни ҳисобга олиш лозим. Яна шуни эсдан чиқармаслик керакки, чекиш ман этилган вагонда чекишга ҳаракат ҳам қилмаслик керак. Бундан ташқари вагоннинг тор коридорида бошқаларга ҳалақит бермаслик учун у ёқдан-бу ёққа юравериш ҳам мумкин эмас.

Купеда нонушта қилишда ҳам этикет қоидаларига қатъий риоя қилиниши лозим, чунки купедаги стол ҳамма йўловчилар учун мўлжалланган. Бундан ташқари кўшнилари эътибор бермасдан ҳадеб таом истеъмол қилавериш бўйича ҳатти–ҳаракатингизсиз билан кетаётган йўловчиларга ёқмаслиги ва беодоблик сифатида қабул

қилиниши мумкин. Худди шунингдек, таом қолдикларини овқатланган стол устида қолдириш ёки купе ойнасини очиб, ташқарига отиб юбориш ҳам маданияцизлик белгиси ҳисобланади. Тинмасдан кўп гапиравериш ҳам одамнинг маданияти пастлигидан дарак беради. Купеда кетишда ва бошқа йўловчилар билан мулоқот қилишда, уларнинг нотаниш одамлар бўлишига қарамаслан, ҳурмат ва хушмуомалалик билан муносабат қилиш лозим бўлади. Бу умуминсоний қоида ҳеч қачон унутилмаслиги керак.

Кўпчилигимиз эсдалик сувенирларини яхши кўрамыз, лекин купега қўйилган буюм ва предметларни сувенир сифатида олиб кетиш қатъий ман этилади.

Поездан тушишдан олдин ҳам ҳар бир йўловчи ўзининг қиёфасини тартибга келтириши лозим, яъни ювиниш, соқол–мўйловларини олиш, тараниш, тоза кўйлак ва бошқа кийимларини кийиши, тушишда эса проводниклар билан хайрлашиш керак.

Шундай қилиб, Ўзбекистон фуқароси қайси мамлакатга ва қандай транспорт воситаларида боришидан қатъий назар, юқори маданиятга эга бўлган миллатга мансуб эканлигини унутмаслиги ва Ўзбекистон тўғрисида салбий фикрларнинг шаклланишига олиб келадиган ҳатти–ҳаракат ва мулоқот қилмаслиги керак.

Юқорида кўрсатилган йўл қоидалари республика бўйича сафарга чиқадиган ёки саёҳат қиладиган бизнесменларга ҳам тааллуқли.

Таянч иборалар:

Бортпроводник; йўловчи; коридор; купе столи; мулоқот; сувенир.

Назорат саволлари:

1. Вагонга ва купега киришда қайси этикет қоидаларига риоя қилиниши керак?
2. Вагонда овқатланиш этикетини биласизми?
3. Поездан тушишда йўловчига қандай талаб қўйилади?

#### **4. Енгил машинада кетиш қоидалари**

Бизнес билан шуғулланадиган ва ўзини маданиятли деб ҳисоблайдиган ҳар бир шахс имижини нафақат самолётда ёки поезда кетишда, енгил автомашинада юришда ҳам сақлашга ҳаракат қилиши керак. Улар асосан ўзларининг автомашиналарида юришади. Бундан ташқари баъзан шаҳар транспорти бўлган таксидан ва таниш-билишларининг машиналаридан ҳам фойдаланишлари мумкин.

Ушбу бандда турли вазиятларда автомашиналарда юриш билан боғлиқ этикет қоидалари кўриб чиқилади.

Биринчи ҳолат: бизнесмен – ҳайдовчи. Бундай вазиятда у ўзининг машинасида бир ўзи ёки аёллар билан ҳам кетиши мумкин. Агар бир ўзи кетаётган бўлса, қўйидаги қоидаларига риоя қилиши лозим: автомашинани, шу жумладан унинг салонини тоза тутиши ва устки кийимларини машинада осиб қўймаслиги, уй кийимида машинани ҳайдамаслиги керак. Агар бизнесмен ўзининг машинасида битта аёл киши билан кетиши керак бўлса, аввал унга ўзининг ёнидаги жойга ўтиришга ёрдам беради ва кейин ўзи ўтиради. Агар бирга кетадиган аёллар сони иккита ёки учта бўлса, биринчи ҳолатда иккита аёл киши ҳам орқа ўтирғичларда ўтириши керак. Уларга ҳам ўтиришда ёрдам беради. Агар бизнесмен 3 та аёл киши билан кетиши керак бўлса, қўйидаги этикет қоидаларига риоя қилиниши керак: уларнинг иккитаси орқа ўтирғичга ўтиради,

уларнинг ўтиришида эркак бизнесмен машина эшикларини очиб ёрдам беради. Аёллардан танишроғи бизнесмен ёнидаги олдинги жойда ўтиради. Унинг учун эркак бизнесмен машинанинг олди томонидан айланиб ўтиб, эшигини очиб, ўтиришга ёрдам беради.

Манзилга етиб келгандан кейин эса эркак бизнесмен машинанинг эшикларини очиб ва суяниш учун қўлини бериб, машинадан тушишга ёрдам бериши керак. Аввал орқа ўтирғичларда ўтирганларнинг тушишига, кейин эса машинанинг олдидан айланиб ўтиб, олдинги ўтирғичда ўтирган аёл кишининг тушишига ёрдам беради.

Иккинчи ҳолат - бизнесмен шаҳар транспорти такси йўловчиси. Агар бизнесмен таксида кетаётган бўлса, у машинада меҳмон ҳисобланади. Шунинг учун ҳам меҳмонларга хос ҳатти-ҳаракат ва мулоқот қилиши лозим. Бу қоидалар қуйидагилардан иборат: таксининг орқа ўтирғичига ўтирилади, чунки орқадаги жойлар фахрий ҳисобланади; кетишда ҳам ҳа деб гапиравериш мумкин эмас, соҳиб сифатида такси ҳайдовчисига гапириш ва биринчи бўлиб ҳол-аҳвол сўрашга имкон бериш керак; бундан ташқари машина салонида устки кийимларни ечиб юриш, машина ойнасидан сочларини кўриш ёки лабини бўяш ҳам мумкин эмас. Агар таксида 2 – 3 та аёл киши билан кетиш керак бўлса, аёллар орқа ўтирғичда, эркак бизнесмен эса ҳайдовчи ёнида ўтириш керак. Агар бир аёл билан бирга кетиш керак бўлса, аёл ва эркак бизнесмен ҳам орқа ўтирғичда ўтириши керак. Ўтиришдан олдин таксининг ўнг эшигини очиб аёл кишининг ўтиришига ёрдам беради, кейин эса эркак бизнесменнинг ўзи ўтиради.

Агар таксида эркак бизнесменнинг бир ўзи кетаётган бўлса ҳам машинанинг орқа жойида ўтиради.

Таниш ёки ўртоқларининг машинасида кетишда эркак киши ҳайдовчи ёнидаги жойда ўтириш керак.

Таянч иборалар:

шахсий автомашина; бир ўзи, аёллар билан; такси: бир ўзи, аёллар билан; таниш киши ёки ўртоғи.

Назорат саволлари:

1. Бизнесмен автомашинада кетишда қайси қоидаларга риоя қилиши керак?
2. Ўзининг шахсий машинасида аёллар билан кетишда қайси этикет қоидаларига иттиоат қилиши лозим?
3. Таксида бир ўзи ва аёллар билан кетишда қайси этикет қоидаларига эркак бизнесменлар риоя қилишлари шарт?
4. Таниш ва ўртоқларининг машинасида эркак киши қаерда ўтиради?

## **VII-мавзу. Халқаро бизнес этикет**

### **20-Маъруза. Халқаро бизнес этикет қоидалари.**

Халқаро этикет қоидаларига риоя қилишнинг аҳамияти

Келажакда Ўзбекистоннинг чет мамлакатлар билан иқтисодий ва маданий алоқаларининг кучайиши республикада туризмнинг янада ривожланишига ва унга хизмат қиладиган соҳанинг шаклланишига олиб келади. Республикада туризм соҳасининг шаклланиши ва халқаро тажрибалар асосида ривожланиши туризм бўйича назарий билимларга ва катта амалий кўникмаларга эга бўлган мутахассисларнинг бўлишини талаб қиладди.

Республикада туризмни халқаро талаблар даражасида ташкил қилиш миллий мутахассисларнинг бу соҳа бўйича халқаро тажрибани ўрганишини тақозо этади. Шунинг учун ҳам Кадрлар тайёрлаш миллий дастури ёш мутахассислар малакасини

ривожланган чет мамлакатларда оширишни назарда тутди. Бундан ташқари республика фуқароларининг сайёҳ сифатида чет мамлакатларга бориб – келишлари ҳам ривожланиб бошланади. Шу боисдан ҳам чет мамлакатларга малакасини ошириш учун ва сайёҳлар сифатида борадиган республика фуқаролари баъзи бир чет мамлакатларда қабул қилинган ва уларга қатъий итоат қилиниши керак бўлган асосий этикет қоидаларини билишлари шарт. Унинг боиси шундан иборатки, республикадан бошқа мамлакатга борадиган ҳар бир киши, шу жумладан мутахассис, оддий бир фуқаро ҳисобланади. Бундан олдин таъкидланганидек, чет мамлакатдаги унинг ҳатти – ҳаракатига, айниқса этикет қоидаларига риоя қилишига қараб, Ўзбекистон Республикаси ёки ўзбек миллати тўғрисида фикр юритишади. Бундан шундай хулоса чиқариш мумкинки, турли мамлакат вакиллари бир – бирлари билан қайси мамлакатда учрашмасин, фақат тилни билиш кифоя қилмайди. Ундан ташқари шу мамлакатдаги жамият урф – одатларини ҳам билиши ва итоат қилиши керак, чунки қайси мамлакатда ва унинг қаерида бўлишидан қатъий назар, Ўзбекистон фуқаросидан чет элликлар ўзларининг мамлакатига, халқига, динига ва урф – одатларига ҳурмат билан қарашни кутади.

Европа мамлакатларидан бошқа мамлакатларга сайёҳ сифатида борадиганларнинг борган мамлакатда маданиятли Европа халқига яраша ўзларини тутишлари учун туризм бўйича Европа бош бошқармаси сайёҳларга қуйидаги 9 та асосий қоидага чет мамлакатда итоат қилишни тавсия қилади:

1. Эсингиздан чиқарманг, сиз ўз мамлакатингизда ҳамфуқароларингиз ўртасида фақат битта фуқаросиз, шу билан бир вақтда сиз чет элда «Испан» ёки «Французсиз». Сизларнинг мамлакатларингиз тўғрисидаги фикр хатти – ҳаракатларингизга боғлиқ бўлади;
2. Агар чет мамлакатда ҳаммаси ватанингиздагидан мабодо ёмон бўлиб кўринса, уйингизда доимо қолинг. Агар ҳаммаси яхши бўлиб кўринган бўлса, ватанингизга қайтиб келманг, чунки сиз учун у йўқ;
3. Чет мамлакатда шовқин қилманг, ўзингизни осойишта тутинг;
4. Кийимингиз билан бошқалар диққатини тортманг, умумий қабул қилинган стандартга кўра камтар кийиниш керак;
5. Сиздан фақат сўраган вақтда ашула айтишингиз мумкин;
6. Сизнинг ютқизишингиз олдиндан аниқ бўлган жойда ўзингизни кўрсатишга ҳаракат қилманг. Ютиб эса ўзингизнинг кучли хурсанд эканлигингизни билдирманг;
7. Эсингизда сақланг, сизнинг тилингизнинг чиройли иборалари тўғридан – тўғри таржима қилишда чет тилларга доимо тўғри келавермайди;
8. Сиз учун таниш бўлмаганларни, биринчи кўраётганларингизни тушунишга ҳаракат қилинг;
9. Ўргатишга ҳаракат қилманг, яхшиси ўзингиз ўрганинг.

Келтирилган тавсиялар Европа мамлакатларидан келадиган сайёҳлар ва бошқа фуқаролар учун уларнинг чет мамлакатларда рияз қилиши керак бўлган асосий этикет қоидаларини ўз ичига олибгина қолмасдан, ватанни севишга нисбатан катта тарбиявий

аҳамиятга ҳам эга. Ушбу тавсиялар Ўзбекистондан чет мамлакатларга борадиган фуқаролар, шу жумладан мутахассислар, учун ҳам яроқли.

Адабиётлардаги мавжуд материалларга асосланиб ушбу маърузада Англия, Франция, Германия, Испания, Голландия ва Осиё мамлакатларида сайёҳлар ва бошқа меҳмонлар томонидан риоя қилиниши керак бўлган баъзи бир этикет қоидалари кўриб чиқилади.

## **21 маъруза: Англия ва Франция**

### **1.Англия**

Англиялик сайёҳлар томонидан Франция, Швейцария, Италия ва Испания мамлакатларига борганда риоя қилиниши керак бўлган асосий этикет қоидалари англиялик муаллиф Барбара Картлэнд асарларида ўз ифодасини топган. Этикет қоидаларига, айниқса овқатланиш этикетига, Англияда ўта катта аҳамият берилади. Англияликлар нафақат овқатланишга, умуман барча учрашувларга ҳатто 5 – 10 дақиқа кечикиб келадиган кишиларни умуман ёқтирмайди. Англияда овқатланиш столи атрофида ўтирганда этикет қоидаларига кўра қўлни столнинг устига қўйиб ўтириш ман этилади. Икки қўлни ҳам овқатланиш бошланмагунча тизза устида ушлаб туриш керак. Овқатланиш даврида, агар пичоқ ва паншахачадан фойдаланилаётган бўлса, уларни биридан иккинчи қўлга ўтказиш ман этилади. Англияда қабул қилинган этикет қоидаларига кўра пичоқ доимо ўнг, паншахача эса таомни еб тамом қилмагунча доимо чап қўлда бўлиши шарт. Кўрсатилганлардан

ташқари Англияда гўштдан тайёрланган таомлар турли сабзавотлар билан бирга дастурхонга тортилади. Англия этикет қоидаларига кўра сабзавот ва гўшт бирга қўшилиб истеъмол қилиниши керак. Унинг учун гўштнинг кичик бўлаги пичоқ ёрдамида паншахача дўнг (қабарик) томонининг учига қўйилади, гўшт бўлакчасининг орқа тарафига сабзавот бўлакчалари қўйилиб оғизга келтирилади. Агар сабзавотлар, айниқса кўк нухат ёки гўшт алоҳида паншахача билан олинса, бу этикет қоидаларига зид бўлади.

Англияда хотин кишиларнинг қўлини ўпиб кўришиш қабул қилинмаган. Улар юзаки мақтовни ҳам ёктирмайдилар. Шунинг учун ҳам «қандай ажойиб торт» ёки «Сизнинг костюмингиз қандай яхши» каби мақтов лўқмаларини ташламаслик керак. Бу ўта катта назокатсизлик ҳисобланади. Бундан ташқари этикет қоидаларига кўра стол атрофида гаплашганда гапни ҳамма ўтирганларга эшиттириб гапириш лозим. Англияда чекиш қоидаларига ҳам катта эътибор бериш лозим. Биринчидан, агар суҳбатдошнинг ўзи сигарет билан меҳмон қилмаса, ундан сигарет сўраш мумкин эмас.

### **Миллий байрамлар:**

- 1 январь – Янги йил.
- 2 январь – Шотландиянинг байрамли куни
- 17 март- Шимолий Ирландияда рухоний Патрик куни
- 28 март- Ажойиб Жума куни
- 31 март – **Пасха** душанбаси
- 1 майнинг душанба куни май ойидаги банк таътили
- 26 май – охирги майнинг душанба куни- бахорий банк таътили
- 15 июнь- кироличанинг тугилган куни

14 июль – Оранжистлар куни (Шимолий ирландияда)

25 август – август ойидаги банк таътили (август ойининг охири душанбаси)

25 декабрь Рождество

## 2.Франция

Француз халқи Европада узининг маданияти ва тарихи билан машхур булган миллатлардан бири ҳисобланади. Француз тили азалдан халқаро муносабатларда ва дипломатик езувларда ишлатиладиган тил бўлган. Француз халқи жуда ҳам ишонмайдиган, ҳисоб китобли, зийрак, ҳозиржавоб, иш юзасидан бўладиган учрашувларда, музокараларда инглиз еки немис тилини ишлатганларни ёмон кўрувчи халқ ҳисобланади. Бироқ Франция бизнесменлари завқли, ишонувчан, мурувватли ҳисобланади. Улар гаплашиш оҳанги билан ўзларига жалб эта оладилар.

Французлар кўлни сунъий қовуштиришади, улар: дустларча, илтифотли, совуқ, бепарволик билан бўлиши мумкин.

Французларнинг миллий анъанаси – француз ошхонаси ҳисобланади. Уларда овқатни ликопчада қолдириш, овқатга туз сепиш, турли хилдаги зираворларни столга қўйиш қабул қилилмаган бу стол эгасига нисбатан ҳурматсизлик ҳисобланади.

Французлар хушмуомалали, сергап, таъсирчан, ҳисоб китобли бўлишига қарамасдан, улар якка ўзлари ишлашни ёқтиришади.

Францияда бир бирлари билан учрашганда визит карточкаларни тақдим этишади. Визит карточкаларда қайси олий

Ўқув юртини тугатганлиги биринчи бўлиб кўрсатилиши лозим. Чунки французларда маълумотлилик асосий ўринни эгаллайди. Агар музокараларда, учрашувларда бир нечта кишилар қатнашса, визит карточкаси юқори мартабага эга бўлган кишига берилади.

Мехмонларнинг кийими юқори сифатли, табиий матодан тикилган бўлиши керак. Синтетик матодан тикилган кийимлар бўлмаслиги лозимдир.

Францияда музокаралар, учрашувлар фақатгина иш кабинетида эмас, балким тушлик столи атрофида ҳам ўтказилиши мумкин. Иш юзасидаги учрашувлар “коктейл”, нонушта, тушлик ёки кечки овқат шаклида ўтказилиши мумкин. Иш юзасидан фақатгина кофе берилгандан кейин гапириш мумкин. Французлар билан дини, сиёсат, оилавий аҳволи, иш юзасидаги муаммолар, даромадлар, харажатлар ҳақида гапириш мумкин эмас. Иш юзасидаги музокаралар соат 11 лардан бошланади. Ярим соатдан кейин музокарпа қатнашувчиларига нонушта берилади. Биринчи учрашувларда ҳамкорларга сувенирлар бериш мумкин эмас.

Кечки овқатга таклиф этиш –бу меҳмон учун шон шарафдир. Кечки овқатга айтилган вақтдан 15 минут кейин келиши керак. Совға сифатида гул ( оқ ва хризантемалардан ), шампан виноси ки бошқа қиммат маркадаги винолар олиб борилиши мумкин. Ўткир ичимликларни французлар камдан кам ичишади.

Француз ресторанига кирганда бош кийим ва пальтони ечиб кириш лозим. Ресторанларда ҳисоб тарелканинг тагида салфетка остида қўйилади. Пул ҳам шу салфетка орасиг қўйилади.

## Миллий байрамлари

- 1 январь – Янги йил
- 1 май- Мехнаткашлар куни
- 8 май озодлик куни
- 12 май Христоснинг меърожи
- 23 май – Рухлар куни
- 14 июль – Бастилиянинг забт этган куни
- 15 август – Биби Майрамнинг куни
- 1 ноябрь – **Авлиёлар** куни
- 11 ноябрь –Хотирлаш куни
- 25 декабрь- Рождество

## 22 маъруза: Германия ва Испания

### 1.Германия

Немислар ҳам французлар каби хисоб китобли ва тежамкор, ва кўпроқ ишончлидир. Улар жуда ҳам жиддийлиги,камгаплиги ва ўзини тутишлиги,хамда ўта расмийчилик билан ажралиб туради. Немислар профессионаликни юқори даражада баҳолашади.

Ишбилармон кишилар чиқишимли , хурсандчилик қилишни, вақтичоқлик қилишни яхши кўришади. Шошма шошарликни маъқуллашмайди. Барча учрашувларни олдиндан белгилаб қўйишади.

Учрашувлар соат 10 гача ва 16 00дан ўтказилмайди. Немислар музокараларни бошлашдан олдин умумий саволлар ҳақида гаплашишадилар. Немис бизнесмени вақтни беҳуда

ўтказишни ёқтиришмайди. Бизнес ҳаида гапиришганда бирданига ишга ўтишади. Музокараларда “сиз” деб мурожаат қилишади, ҳаттоки кундалик ҳаётда “сен” деб мурожаат этишса ҳам. Германияда қарорни корхоналарнинг юқори раҳбари қарор қилади. Немислар юристнинг ёрдамига кўп мурожаат этишади.

Бошқарув шакли уларда авторитар ва иерархик услубда. Раҳбарлик чўққисига узоқ йўл билан боришади. Раҳбарлик лавозимида кўп ёши улуғлар ишлайди.

Уларда иш юзасидан ҳамкорларни уйга таклиф қилиш қабул қилинмайди. Бироқ таклиф этишса, ўзлари билан гул, атиргулдан ташқари, совға қилишади. Уй эгасига вино совға қилиш учун унинг таъбини билиш лозим. Шунинг учун уларга вино совға қилиш мумкин эмас.

Гулларни биринчи марта уйга ёки юбилейга келганда тақдим этишади.

Немислар билан танишганда амали ва унвони муҳим ҳисобланади. Германияда унвонга катта эътибор беришади. Турмушга чиққан аёлга турмуш ўртоғининг унвони берилади. Музокараларни бошлашдан олдин делегациянинг ҳар бир аъзосининг унвонини аниқлашади. Германияда ким билан гапиришдан қатъий назар, ҳар бирининг унвонини айтиб чақиришади. Музокараларга пухталиқ билан тайёрланишади. Қачонки масаланинг ечимини топиш эҳтимоли бўлсагина улар музокараларга киришади.

Иш юзасидаги учрашувларда совғалар берилмайди. Айрим ҳолатларда ҳамкорларга унча катта бўлмаган сувенирлар бериш

мумкин. Кўпинча Рождествода еки бирон бир юбилейларда берилади.

Немислар жуда ҳам жиддий кийинишади. Эркаклардан қорамтир костюм талаб қилинади. Аёлларга шим кийиш мумкин эмас.

### **Миллий байрамлари**

1 январь – янги йил куни

6 январь – худога сиғиниш куни

Апрель – Пасха

1 май – меҳнаткашлар куни

21 май Меърож куни

1 июнь –Рухлар куни

3 октябрь ҳамжиҳатлик куни

31 октябрь – шаклни ўзгартириш куни

1 ноябрь Авлиёлар куни

18 ноябрь – ибодат ва тавба қилиш куни

25 26 декабрь - Рождество

### **2.Испания**

Испанияликлар характери бўйича жиддий, очик, хушмуомалали, мурувватли ва катта хазил мутойибага мойил ҳамда гуруҳда ишлаш қобилиятига эгадирлар. Улар учрашув ва музокараларни ярим кунда белгилашмайди. Катта испан фирмалалари тижорат алоқаларини иерархик принцип асосида тузишади.Кўпгина холларда барча қарорларни асосий статусга эга бўлган хамкорлар, бошлиқлар қабул қилади. Музокаралар об ҳаводан,спортдан, диққатга сазовор шаҳарлар ва х.к. бошланади.

Учрашувларда регламент кузатилмайди, чунки испанияликлар кўп гапирувчи халқдир. Визит карточкалари испан ва инглиз тилларида бўлиши керак.

Испанияда иш юзасидан ҳамкорларни уйга таклиф қилиш қабул қилинмаган. Агар таклиф қилинаётган бўлса, бу меҳмон учун ифтихордир. Меҳмонга гуллар,коробка шоколад,шампан виноси ёки бошқа нарсаларни совға сифатида олиб бориш мумкин.

Испанияликларда 13 рақами, 13 сешанба ҳам бахтсиз рақам ҳисобланади.

Овқатланишда овқатланиш приборларидан тўғри фойдаланиш лозим. Овқатларни тарелкага қолдириш мумкин эмас. Испанияликлар жуда яхши суҳбатдош ҳисобланади.Улар билан хохлаган мавзуда гаплашиш мумкин. Улар билан санъат, адабиёт, туристик диққатга сазовор жойлар ҳақида, спорт ҳақида гапириш мумкин эмас. Уларда буқалар жанги, дин ҳақида гапириш мумкин эмас.

### **Миллий байрамлар**

1 январь янги йил куни

6 январь —чўқинтириш

Апрель — пасха якшанбаси ва пасха душанбаси

25 апрель — фашистлардан озодлик куни

1 май — меҳнаткашлар куни

2 июнь (биринчи июннинг якшанбаси) — Республика тузилганлиги куни

15 август — муваффақият куни

1 ноябрь — барча утганлар куни

4 ноябрь- миллий ҳамжихатлик

25 декабрь – Рождество

26 декабрь Стефан авлиё куни

## **23 маъруза. Корея ва Япония**

### **1.Корея**

Кореяликлар жуда ҳам муомала қилиш қийин бўлган ҳамкорлар ҳисоблашади. Улар билан телефон орқали ёки хатлар орқали алоқа қилиш мумкин эмас. Улар билан шахсан учрашган ҳолда ишларни амалга ошириш керак. Хеч бир иш учрашмасдан, муомала қилмасдан амалга оширилмайди. Бу ерда конфуциали қоидага қатъий риоя қилинади. Барча муносабатларда бировнинг хисси, ҳақ ҳуқуқи ҳурмат қилиниши шарт ва лозим.

Кореяликларга мурожаат этилганда исми олдидан Мистер ёки Миссис деб мурожаат этилади.

Кореяликлар хушмуомалали, киришимли, очиқ кўнгилли ва худди шуларни суҳбатдошдан талаб этишади. Улар жуда ҳам меҳмондўст ва ўзларининг меҳмонларида ноодатий, дабдабали қабул кечаларини уюштиришади.

Корея республикасида уйга ёки ресторанга кирганда оёқ кийимини ечиш лозим.

Улар катта эътиборни визит картчқаларига беришади. Визит картчқалари унғ қўл билан берилади ва қабул қилинади. Кореяликлар, агар визит картчқаси йўқ одам ҳисобланмайди. Корея визит картчқаларида биринчи бўлиб фамилия, кейин исм ёзилади.

Барча иш юзасидаги учрашувларда, музокараларда мантиқан ёндашиб, содда тилда фикр юритишишни хуш кўришади. Улар ўз таклифларини аниқ, ва ечимларини ҳам содда ҳолда тушунтиришади. Улар ўз норозиликларини очикдан очик айтишмайди ва ўзларининг ҳақликларини ҳам исбот қилиб ўтиришмайди.

Уларда қизил ручка билан шартномаларга қўл қўйиш мумкин эмас.

Этикетга қатъиян риоя қилишга катта эътибор беришади. Кореяликлар агар меҳмонлар уларнинг маданиятини, тарихини билишса, беҳад хурсанд бўлишади ва ҳурматлари ошади.

Иш фаолиятида эркакларга жиддий костюм, оқ кўйлак ва галстук, аёлларда эса брюк кийилмайди.

## **2.Япония**

Японлар бутун умри давомида хилма хил маросимлар ва каттиқ талаб қиладиган қарорларга қатъий риоя этиш билан ўтади.

Учрашганларда визит карточкалар билан алмашишади. Визит карточкаларни берувчи кишининг эгаллаб турган лавозими, статуси муҳим. Визит карточкалари ,қоида бўйича, иккала қўл билан ёзилган тексти юқорида тутган ҳолда бериш керак. Агар бизнесменнинг статуси пастроқ бўлса, ундан визиткани ўнг қўл билан олиш керак. Акс ҳолда япон бизнесмени жуда хижолат тортиши мумкин. Японлар жуда хушмуомалала халқдир. Лекин бу дўстликни билдирмайди. Японияда бўладиган маросимларда фақатгина эркаклар қатнашади. Японияда қўл билан кўришиш

қабул қилинмаган. Бу ерда таъзим қилган ҳолда саломлашади. Энгашиш сони 15,45,75 ва 90 таъзим қилишлар амалга оширилади. Яхши таассурот қолдириш учун 45 марта таъзим амалга оширилади. Ҳурмати баланд кишиларга 90 марта таъзим қилишади.

Японияда бошқарувнинг субординацияга асосланган авторитар шакли кенг тарқалган. Бироқ кўпгина қарорларни коллегиялик асосида қабул қилишади. Иш вақти – жаҳонда энг узун вақт ҳисобланади. Кўп ишчилар ташкилот раҳбари ишдан кетмагунча уйга кетишмайди. Японияда иш куни тугагандан сўнг иш ҳақида гаплашиш мумкин.

Японлар ишга алоқадор муносабатларни телефон ёки кўнғироқлар орқали эмас, балки воситачи орқали амалга оширишни афзал кўришади. Улар биринчи учрашувларда шахсий муносабатларни ўрнатишга ҳаракат қилишади.

Японияда худди Финляндияда саунани музокараларни ўтказиш учун фойдаланишса, бу ерда гольф ўйин майдонларидан фойдаланишади.

Японлар суҳбатдошга боши ирғатишади, бу розилик маъносини эмас, балки суҳбатдошни диққат билан тушунганлари ҳақида билдиради. Японлар учун музокараларда таассурот қолдириш биринчи ўринда туради. Шунинг учун муаммоларни ҳал қилиш оддий саволлардан бошланиб, уларни ҳал қилиниши осонлаштирилади.

Японияда гулларни ўстириш ва букетларни яшаш бу уларнинг санъати ҳисобланади. Шунинг учун уйга меҳмонга

чақирганда гул тақдим этишмайди, чунки уй эгаси меҳмон учун икебана тайёрлаб қўйган бўлади.

### **Миллий байрамлар**

31 декабрь - 2 - 3 январь Банк байрамлари

1 январь - янги йил куни

11 февраль - давлатнинг тузилганлигининг миллий куни

20 21 март баҳорги тенгкунлик байрами

29 апрель ўсимликлар куни

3 май конституция куни

4 май ишламайдиган кун

5 май болалар куни

20 июль денгиз куни

15 сентябрь - катталарни ҳурмат қилиш куни

23 24 сентябрь кузги тенглик куни

Октябрнинг 2 куни спорт ва соғлиқ куни

3 ноябрь миллий маданият куни

23 ноябрь меҳнатни қадрлаш куни

23 декабрь император куни

## **24 маъруза: Канада ва Араб мамлакатлари**

### **1. Канада**

Канада юқори ривожланган аграр индустриал мамлакат ҳисобланади. Бу ерда англо канадаликлар, франко канадаликлар, асл ҳиндийлар ва эскимослар истиқомат қилишади. Уларда расмий тил француз тили ва инглиз тили ҳисобланади. Дини католик ва протестантлар.

Бизнеснинг муҳити европа муҳитидек. Шарқда француз маданиятига риоя қилишади, Жанубда америка маданиятига , Ғарбда интернационал ва очик маданиятга риоя қилишади.

Барча музокаралар, учрашувлар белгиланган вақтда амалга оширилади. Бошқарув шакли демократикдан, жамоавий хал қилишади. Аёллар юқори лавозимларни эгаллашади. Охирги вақтларда аёлнинг роли ўсиб борди.

Канадаликлар чет элликлар уларнинг сиёсатини ва муҳим воқеаларни билганларни ҳурмат қилишади.

Улар билан суҳбатлашишда энг яхши мавзу бу спорт. Спортнинг асосий турларидан бири хоккей ва бейсбол ҳисобланади.

Барча музокара ва тадбирлар асосан ресторанларда ўтказилади. Бу тушликдан кейин иккинчи овқат пайтида кўпроқ ўтказилади. Кечки учрашувлар уйларда ўтказилади. Тушлик пайтида чекилмайди. Стол атрофида кўпроқ вино ва пиво ичилади. Канада қадимий англоғ европа стол атрофидаги суҳбат ўтказилади. Меҳмондорчиликка борганда гул олиб бориш қабул қилинган.

Гуллар меҳмондорчиликка боргунга ёки боргандан кейин миннатдорчилик учун юборилади юборилади.

Зиёфат учун миннатдорчилик билдириш қабул қилинмаган, аксинча меҳмондорчилик учун миннатдорчилик билдириш мумкин.

Канадаликлар билан хохлаган мавзуда гаплашиш мумкин. Бироқ Канада билан АҚШни солиштириш керак эмас. Улар билан гаплашиш осон ва тез амалга оширилади.. Улар бирданига “сен”га ўтишади. Дўстлик қанча яхши бўлса, шунча бизнес борасидаги

ишлар ҳам яхши ривожланиб боради. Иш юзасидаги ишларда “сен” деб муурожаат этиш бу ҳамкорга бўлган хурматни билдиради.

Муваффақиятли бизнесменнинг имиджида иш кийими асосий роль ўйнайди. Бизнесда тўқ қора костюм, оддий кундалик ҳаётда эса башанг кийим қабул қилинади.

## **2.Араб мамлакатлари**

Араб мамлакатлари учун ҳамкорлар ўртасида ўзаро ишонч асосий ўринни эгаллайди. Бизнесменлар учун ҳамкасб ўртасида ўзаро хурмат, ишонч ва муносабатларда аниқликни яхши кўришади. Ишлаш жараёнида ҳамфикрлашиб қарор топишади. Улар миллий қадриятларга қатъий риоя қилишади. Улар ҳар бир саволга миллий мустақиллиги билан боғлиқ ҳолатда таъсирчан ндашишади. Масалан, бармоқ учларини ўпиш бу юқори мактовни билдиради. Тинчликни талаб этишса, бармоқ учларига пуфлашади. Муносабат қилишларнинг турларидан бири бу Мисрча муносабат ҳисобланади. Миср бу одамларнинг қадимги цивилизация макони ҳисобланади. Мисрликларга миллий ғурурлик ҳисси, ўз мамлакатларнинг тарихий урф одатларига қатъиян риоя этиш хосдир. Музокараларда, учрашувларда кучли қоидалар асосида бошқариш ва ўзини тутиш хусусиятлари акс этилади. Улар миллий мустақиллик билан боғлиқ саволларга куйинган ҳолда муносабат кўрсатишади. Уларнинг барча ички ишларига аралашган ҳолатларни рад этишади. Музокаралар, учрашувларда ҳамкорининг ва унинг оиласининг соғлиғи ҳақида кўп саволларни беришади.

Уларнинг барчасига қисқа жавоб беришлари, бироқ шунга ўхшаш саволларни бериш қабул қилинмаган.

Араблар хушмуомалали халқ ҳисобланади. Барча бизнесменлари инглиз ва француз тилларда гаплаша олишад. Визит карточкалари ҳам инглиз ва араб тилларида бўлади.

Араб мамлакатларида чет эл сайёхлари аёлларга савол билан мурожаат этиши мумкин эмас. Барча ишга доир муносабатлар эркак кишилар орқали амалга оширилади. Қарийб барча араб аёллари ишга алоқадор эмаслар.

Ироқда барча давлат ишларида аёллар бошқариш лавозимларидадир.

Эрон, Покистон, Сурия, Саудия Арабистонда, Суданда аёллар бизнесда ҳеч қандай рол ўйнашмайди. Бирлашган Араб амирликларда аёллар фақат назарияда, амалиётда эса уларни кам учратиш мумкин.

Мисрда аёллар бизнесга тайёрланган ҳолда аста секинлик билан кириб келишмоқда.

Эронда аёлларга қўл узатилмайди ва кўзларига қараш мумкин эмас.

Араблар биринчи учрашувларда илтифот билан муомала қилишади. Улар бирданига аниқ “йўқ” ёки “ҳа” деб жавоб беришмайди, барчасига “Худо хоҳласа” деб жавоб беришади. Уларнинг ўзларини тутишларида ислом урф одатларига қатъиян риоя этишад ва бу албатта музокараларга ўз таъсирини кўрсатади.

Мисрда бошқариш шакли ғ патриархал. Музокараларда одам кўп бўлишига қарамасдан, фақатгина бир киши қарор қабул қилади.

Араб мамлакатларида кофе ни шакарсиз ичишни ёқтиришади. Кофе ичилгандан сўнг, мезбонга миннатдорчилик билдирилади ва яна кофе солинади. Худди шу зайлда то меҳмон кетгунга қадар кофе идишига қуйилиб турилади. Агар меҳмон ичишни хохламаса, кофе чашкасини чаппа тутган ҳолда у еқдан бу қга тебратиб турилади. Овқатни фақатгина ўнг қўл ёрдамида истеъмол қилинади. Агар меҳмон чап қўли билан овқатни олса, у дарҳол дастурхондан олинади. Чап қўл “нопок” ҳисобланади.

Агар кофе олдидан салқинловчи ичимликлар берилса, бу учрашувнинг охирига етганлигидан далолат беради. Ўнг қўл ёрдамида визит карточкалари алмашинади, пул ёки бошқа совғалар берилади. “Нопок” чап қўл билан берилса, бу улар учун ҳақорат ҳисобланади. Агар араб бизнесменлари билан бизнес қилмоқчи бўлса, улар олдида оёқни оёқга қўйган ҳолда ўтиришмайди. Бегона аёлларга гуллар берилмайди ва уларнинг соғлиқлари ҳақида сўралмайди. Мусулмон этика ва этикети қоидалари бўйича барча учрашувлар ва музокаралар беш вақт намозни ўқиш керакли учун тўхтатилиб турилади. Барча байрам ва арафаларда музокаралар ва учрашувлар белгиланмайди.

### **Миллий байрамлари**

1 январь Суданнинг миллий байрами

11 февраль Эроннинг миллий байрами

25 февраль Қувайтнинг миллий байрами

17 апрель Суриянинг миллий байрами

23 июль Мисрнинг миллий байрами

12 ноябрь Саудия Арабистоннинг миллий байрами

2 декабрь Бирлашган Араб амирликлар миллий байрами

16 декабрь Бахрейннинг миллий байрами

## **25 маъруза: АҚШ ва Хитой**

### **1. АҚШ**

АҚШ маданияти бу муваффақиятли одамларнинг маданиятидир. Бу ўлкада табассум қилиш инсоннинг меҳрли эканлигини билдиради. Агар америкаликлар табассум қилса, бу уларнинг ҳамма ишлари: шахсий ҳаёти, иши, молиявий аҳволи яхшилигидан далолат беради. АҚШ маданияти омадни ҳаётининг бойлигининг биринчи устуни сифатида кўради. Бироқ, америкаликларнинг табассуми меҳрни ифодалаши, ўзига тортиши ҳақиқию, қувончини сохта деб ўйлаш нотўғри. Аслида бундай эмас. Америкаликлар – шундай халқки, улар ўзларини ҳақиқикатдан бахтли ҳис эта оладилар. Улар болаликларидан ҳаётнинг қувончини ҳис қилиб вояга етадилар ва бу бахт доимо уларнинг қалбида бўлади. АҚШ этикети ҳар кимга, ҳар қандай ҳолатда ҳам табассум қилиш кераклигини таъкидлайди. АҚШ аҳолиси очикқўнгил, меҳмондўст ва доимо кулиб турадиган халқ.

Агар сиз Америкага саёҳат қилишни ният қилган бўлсангиз, фақат дўстларингиз ё танишларингизга эмас, балки йўлдан ўтаётган ҳар бир инсонга, магазиндаги сотувчиларга, меҳмонхона ходимларига, кўчадаги милиция ходимларига ҳам табассум қилишга тайёрланинг! АҚШ этикети ҳаётининг омадсизликларни атрофдагиларга айтишни, муҳокама қилишни қатъиян ман қилади. Бу диёрда фақат бахтли дамларни атрофдагилар билан баҳам кўриш мумкин. АҚШ этикети норозиликларни фақат энг ёмон ҳолатларда

айтилишига рухсат беради. Бунда ҳам фақат яқин инсонларга ёки қариндошларгагина айтиш мумкин.

- Америкаликлар ҳар доим қувончли дамларини дўстлари билан нишонлайдилар. Улар доимо дўстлар орасида бўлишади, уларда ”таниш” ё “шунчаки билиш” тушунчалари йўқ. Америкаликлар ҳаммани дўст деб билишади. Улар билан мулоқот вақтида буни ҳеч қачон эсдан чиқарманг. Агар сиз уларга ёқсангиз, демак, сиз уларнинг дўстисиз, сиз ҳам уларни ўз дўстингиз сифатида қабул қилишингиз керак...
- Лекин АҚШ этикетининг дўстлик мажбурияти ҳам бор. Америка этикети, ҳаттоки, энг яқин инсонингизнинг уйига ҳам айтмасдан боришни қатъиян ман этади. Америкалик ҳатто, минутга ҳам укаси билан учрашолмайди, агар олдиндан бу ҳақда айтмаган бўлса.
- АҚШ этикети телефон орқали ҳамсуҳбат бўлишга қаттиқ қаршилиқ кўрсатади. Агар сиз Америкада саёҳат вақтида бирор кишидан гаплашиш учун телефон номерини сўрасангиз, сизни тарбия кўрмаган, одобсиз деб ўйлашади. Америкада фақат бировга зарур ишингиз чиққандагина телефон қилишингиз мумкин.
- Америка этикети бегона аёлларга, у сизнинг яхши кўрган қизингиз ё хотинингиз бўлмаса, улар билан гаплашишни қатъиян ман қилади.
- Агар сиз Америкага борсангиз ҳеч қачон ресторандаги, кўчадаги, метродаги аёллар билан гаплашманг,

уларнинг оёғига қарамасликка ҳаракат қилинг. Акс ҳолда американка сизни бемалол судга бериши мумкин.

### **Миллий байрамлар**

1 январь Янги йил куни

5 февраль конституция куни

24 февраль - байроқ қабул қилган куни

21 март - мамлакатнинг миллий қаҳрамони Бенито Хуаресанинг туғилган куни

Март апрель Пасха

30 апрель Болалар куни

1 май меҳнаткашлар куни

5 май 1862 йилда Пуэблодаги урушнинг йили

16 сентябрь - мустақиллик куни

12 октябрь - Дия де ла Раса

20 ноябрь - Революция куни

25 декабрь Рождество

### **2.Хитой**

Хитойликлар билан ишларни амалага оширишдан олдин 3-4 ҳафта олдин ўзининг тақиқларини ҳаммаа бошидан охиригача таҳлил қилган ҳолда таништириши лозим, чунки қарорлар кўп овоздан, ҳамма билан келишилган ҳолда қабул қилинади.

Хитойда тижорат ишлари бўйича музокаралар бир нечта алоҳида этаплардан иборат: вазиятни аниқлаштириш, уларни таҳлил қилиш ва яқунловчи хулосадан иборат. Иш юзасидаги музокараларда визит карточкалари билан алмашишади. Бунда фирманинг реквизитлари тескари томонда хитой тилида

кўрсатилиши керак. Хитойда бир бирлари билан кўл бериб кўришишади. Бунда аввало мартабаси улуғ одам билан биринчи кўришишади. Музокараларда, учрашувларда энг биринчи навбатда хамкорнинг ташқи қиёфасига, кийимига ва ўзини тутишига эътибор беришади. Шулар асосида хар бир қатнашувчи ҳақида хулоса қилишади. Мартабаси улуғ кишига биринчи навбатда эътибор беришади. Эътиборни жалб қилган кишиларга ўз мойилликларни билдиришади ва шу орқали қарши тарафга ўз таъсирларини ўтказишади. Бизнесда аёллар ва эркеклар тенг ҳуқуқлидир. Хитойда уй эгасига гул олиб келиш мумкин эмас. Музокараларда, учрашувларда охирги қарорни ишда эмас, балки уйда ёки ресторанда, қайсики у ерда 25 хил овқат тортилади, ўтказилади. Мехмон ҳамма овқатлардан озроқ тановвул қилиши лозим. Уларни намоишкорона рад этиш мумкин эмас. Мехмон столдан биринчи бўлиб туриб кетиши лозим. Хитойликлар берилган таклифни чуқур ўрганишади. Чунки уларни айтилган ва қабул қилган қарорлари қоғозга ёзилгандек барқарор бўлиб қолади.

### **Миллий байрамлари**

1 январь янги йил, “Синьянь”

8 март - Халқаро хотин қизлар куни

1 май халқаро меҳнаткашлар куни

4 май хитой ёшлари куни

1 июнь Халқаро болалар куни

10 сентябрь Ўқитувчилар куни

1 октябрь Хитой халқ республикасининг Миллий куни (2 дам олиш куни)

## **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

### **Асосий адабиётлар**

1. В.А.Барановский, Л.В.Кулкова. Официант – бармен: Учебн. пос. для учащ. проф-техн. Лисеев, училищ и работников баров, ресторанов/Изд-е 3-е доп. и перераб.- Ростов н/Д, «Феникс», 2001
2. Г.Браун, К.Хепнер. Настольная книга официанта. Справочник. Серия «Хит сезона». – Ростов н/Д, «Феникс», 2001
3. Золотая книга этикета (Автор-составитель В.Ф.Андреев). Второе издание, исправленное и дополненное. – М.: Вече, 2005.
4. А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова. Этика деловых отношений: Учебник/. Под ред. А.Я.Кибанова – М.: ИНФРА – М., 2005
5. В.Матвеев, А.Панов. В мире вежливости – М.: «Молодая гвардия», 1983
6. Сабат эни Мери. Бизнес–этикет/ Энн Мери Сабат. – Пер. с англ. Б.Н.Остерова. – М.: ФАИР – ПРЕСС, 2004.
7. Р.Сафаров. Правила хорошего тона. – Т.: «Правда востока», 1993
8. Т.Худайшукуров. Касбий этика ва этикет/Маърузалар матни. – Самарқанд, СамИСИ, 2005
9. Е.С.Игнатьева .»Международный бизнес – этикет».М.:Вече,2009 г.

### **Қўшимча адабиётлар**

1. А.К.Байбурин, А.Л.Топорков. У истоков этикета. - Л.: “Наука”, 1990

2. М.И.Белопашка. Технология ресторанного обслуживания: Учебн. пос. для нач. проф. образования/Марина Ивановна Белошапка. – М.: «Академия», 2004
3. Н.Комалов, И.Суванкулов, И.Аллаёров. Тиббий одобнома. – Самарқанд, “Зарафшон”, 1995
4. Ёе.А.Крашенникова. О культуре продавса. – М.: «Економика», 1989
5. Муваффақият калити. Этикет. Тўплам. - Т.: “Янги аср авлоди”, 2004
6. Туризм, гостеприимство, сервис: Словар – справочник. – М.: “Аспект – Пресс”, 2002.

## М У Н Д А Р И Ж А

|                    |                                                                                                                                 |     |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
|                    | <b>КИРИШ</b> .....                                                                                                              | 3   |
| <b>I-мавзу</b>     | <b>Хизматлар соҳаси бизнес-этикети фанининг тушунчаси, предмети, мақсади ва вазифаси, бизнесменлар имиж</b> .....               | 4   |
| <i>1-маъруза.</i>  | <i>Хизматлар соҳаси бизнес-этикети фанининг тушунчаси, предмети, мақсади ва вазифаси</i> .....                                  | 4   |
| <i>2-маъруза</i>   | <i>Бизнес-этикет қоидалари ва бизнесменлар имиджи</i> .....                                                                     | 15  |
| <b>II-мавзу</b>    | <b>Хизматлар соҳаси бизнесида муносабат қилишнинг асослари ва унинг ўзига хос хусусиятлари</b> .....                            | 20  |
| <i>3-маъруза.</i>  | <i>Хизматлар соҳаси бизнесменлар фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари</i> .....                                                  | 20  |
| <i>4-маъруза</i>   | <i>Хизмат кўрсатиш бизнесменлари ташқи кўриниши, кийимлари ва уларнинг бизнесменлар имижини шакллантиришдаги аҳамияти</i> ..... | 29  |
| <i>5- маъруза</i>  | <i>Бизнесменлар аксессуарлари</i> .....                                                                                         | 49  |
| <i>6- маъруза</i>  | <i>Тантанали вазиятларда кийиладиган бизнесменлар кийимлари</i> .....                                                           | 59  |
| <b>III-мавзу.</b>  | <b>Хизмат соҳаси бизнес корхоналарида ўзаро муносабат қилишнинг этик қоидалари</b> .....                                        | 62  |
| <i>7-маъруза.</i>  | <i>Бизнес корхоналарида ўзаро муносабат қилишнинг этик қоидалари</i> .....                                                      | 62  |
| <i>8-маъруза.</i>  | <i>Хизмат этикети</i> .....                                                                                                     | 80  |
| <i>9-маъруза.</i>  | <i>Сухбат даврида сухбатдошларнинг ўзини тутishi ва ҳатти-ҳаракат қилиш қоидалари</i> .....                                     | 93  |
| <b>IV-мавзу</b>    | <b>Хизмат юзасидан хатлар ёзиш ва электрон воситалар орқали алоқа қилиш этикети</b> .....                                       | 112 |
| <i>9-Маъруза</i>   | <i>Хизмат юзасидан хатлар ёзиш этикет қоидалари</i> .....                                                                       | 112 |
| <i>10-Маъруза.</i> | <i>Телефонда гаплашишда ва электрон ёзишмаларда этикет қоидалари</i> .....                                                      | 116 |
| <b>V-мавзу.</b>    | <b>Визит карточкалари, совғалар ва уларни топшириш қоидалари</b> .....                                                          | 127 |
| <i>12-маъруза</i>  | <i>Иш юзасидан муносабат этикети қоидалари</i> .....                                                                            | 127 |
| <i>13 маъруза</i>  | <i>Визит карточкалари турлари</i> .....                                                                                         | 136 |
| <i>14 маъруза</i>  | <i>Визит карточкалардаги қисқартмалар ва олиш қоидалари</i> .....                                                               | 142 |
| <i>15-маъруза</i>  | <i>Новербал муносабат қилиш қоидалари</i> .....                                                                                 | 151 |
| <b>VI-мавзу</b>    | <b>Бизнесда меҳмондўстлик. Таомларни истеъмол</b>                                                                               |     |

|                  |                                                                   |            |
|------------------|-------------------------------------------------------------------|------------|
|                  | <b>қилиш қоидалари.....</b>                                       | <b>166</b> |
| 16 -маъруза      | <i>Бизнесда меҳмондўстлик.....</i>                                | 166        |
| 17-маъруза.      | <i>Таомларни истеъмол қилиш қоидалари.....</i>                    | 176        |
| 18 маъруза       | <i>Овқатланиш приборлари ва улардан фойдаланиш қоидалари.....</i> | 185        |
| 19-маъруза.      | <i>Йўл этикети қоидалари.....</i>                                 | 202        |
| <b>VII-мавзу</b> | <b>Халқаро бизнес – этикет.....</b>                               | <b>210</b> |
| 20 - маъруза     | <i>Халқаро бизнес этикет қоидалари.....</i>                       | 210        |
| 21- маъруза.     | <i>Англия ва Франция.....</i>                                     | 213        |
| 22- маъруза      | <i>Германия ва Испания.....</i>                                   | 217        |
| 23- маъруза .    | <i>Корея ва Япония .....</i>                                      | 221        |
| 24- маъруза      | <i>Канада ва Араб мамлакатлари.....</i>                           | 224        |
| 25-маъруза       | <i>АҚШ ва Хитой.....</i>                                          | 229        |
|                  | <b>Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....</b>                      | <b>233</b> |

*Самарқанд Иқтисодиёт ва Сервис институти  
«Хизматлар кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш» кафедраси  
Т.Худойшукуров, Ж.М.Қурбонов, Р.Ж.Курбанова*

**ХИЗМАТЛАР СОҲАСИ БИЗНЕС -ЭТИКЕТИ  
фанидан  
ЛЕКЦИЯЛАР КУРСИ**

*Олий таълимнинг*

**Лекциялар курси 5А610101-Хизматлар соҳаси (фаолият турлари ва  
йўналишлари бўйича) магистратура мутахассислиги талабалари учун  
мўлжалланган**

**Самарқанд, Самарқанд  
Иқтисодиёт ва сервис  
институти. Институт  
босмохонаси, Шоҳрух  
кўчаси, 60**

**Буюртма № \_\_\_\_\_  
Ҳажми 15,0 б.т.  
Адади 50 нусхада  
Баҳоси келишилган нархда**





