

<https://doi.org/10.62837/2026.4.296>

ƏLİYEVƏ ŞƏLALƏ NƏRİMAN QIZI
Bakı Dövlət Universiteti
Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
e-mail: shalala767@gmail.com

İŞGÜZAR ÜNSİYYƏT ETİKASI

Xülasə:

İşgüzar kommunikasiyada təşkilatlar arasında məlumat mübadiləsinin təmin edən və qarşılıqlı münasibətləri möhkəmləndirən əsas vasitə işgüzar ünsiyyətdir. Bu proses yalnız informasiya ötürülməsi ilə məhdud deyil, həm də güvən, qarşılıqlı anlayış və əməkdaşlığın qurulmasında mühüm rol oynayır. İş dünyasında münasibətlərin formalaşması təşkilatın effektivliyini artırmaqla yanaşı, ümumi məqsədlərə çatma prosesini də asanlaşdırır. sürətlə dəyişən və qloballaşan müasir iş mühitində təşkilatlar yalnız xarici çağırışlara cavab verməklə kifayətlənməməli, daxili kommunikasiya proseslərini də məqsədyönlü və sistemli şəkildə strukturlaşdırmalıdırlar. Təşkilat daxilində effektiv ünsiyyətin qurulması, komanda ruhunun möhkəmləndirilməsi və əməkdaşlıq mühitinin inkişafı baxımından həlledici rol oynayır. Yaxşı qurulmuş ünsiyyət kollektiv arasında qarşılıqlı anlaşmanı gücləndirir və əməkdaşlar qərarların daha effektiv şəkildə qəbul olunmasına şərait yaradır. Eyni zamanda, qarşılıqlı münasibətlərin pozulması çox vaxt ünsiyyətdəki fərdi yanaşmalardan, anlaşılmazlıqlardan qaynaqlanır. Danışanın və dinləyənin fərqli perspektivlərə malik olması anlaşılmazlıqlara əməkdaşlıq prosesinin pozulmasına səbəb ola bilər. İşgüzar ünsiyyətin keyfiyyəti yalnız məlumatın məzmunu ilə deyil, onun necə ifadə olunması ilə də sıx bağlıdır.

Açar sözlər: Kommunikasiya, işgüzar, ünsiyyət, təşkilat, davranış, əməkdaş, idarəetmə, cəmiyyət

İşgüzar ünsiyyət etikasını müasir dövrdə hər bir qurumun mədəniyyətinin idarə olunması səviyyəsini səciyyələndirən mühüm amildir. Cəmiyyətimizdə demokratikləşmə və informasiyanın azad əldə edilməsi fenomenləri də davranışın müəyyən etik normalara uyğun olmasının aktuallaşmasında öz rolunu oynayır. İşgüzar etika işçilərin davranış qaydalarının məcmuəsi şəklində öz ifadəsini tapır. İdarəetmə üsulları əmək kollektivləri, firma işçiləri arasında yaranmış qarşılıqlı münasibətlərdən asılıdır. Bu münasibətlərin bir neçə tipini fərqləndirmək lazımdır: Sözsüz və passiv tabeçilik şəraitində rəhbərlik. Əməkdaşların davranışı bu şəraitdə şəxsiyyətin fəallığı və müsbət xüsusiyyətləri inkar edilir, ciddi şəkildə reqlamentləşdirilir, kollektivə nisbi müstəqillik verilir. Fəaliyyət sferasında sözsüz tabeçilik tələb olunur və məcbur etmə metodlarından istifadə olunur. Sözüün həqiqi mənasında müstəqil təşəbbüs və yaradıcılıq göstərməyi tələb edir bu halda idarəçilik funksiyalarının bir hissəsi kollektivə verilir və bununla da özünü dərk etmə elementləri tətbiq edilir. Qarışıq rəhbərlik tipi

də bir başqa mövcuddur. Rəhbərin əsas məqsədi və vəzifəsi, iş üçün zəruri şərait yaratmaqdan ibarətdir. Rəhbər subyekt kimi (öz-özünə idarə olunan sistem kimi) kollektivə şəxsiyyətə aiddir. Belə şəraitdə əsas təsir üsulu inandırmaqdır. Rəhbərlik tərəfindən əməkdaşlara təsir göstərən iki əsas nəticəyə nəzər salaq: Ruhlandırma (tərifləmə mükafatlandırma, və .s.) Məyus etməyə (müəyyən vəzifələrin yerinə yetirilməsindən diqqət göstərməmək, cəzalandırmaq, kənarlaşdırmaq və s.) Bunlardan başqa işgüzar təşkilatlarda tərəfdaşlara, tabeçilikdə olanlara təsir göstərmək üçün hansı hərəkət tərzinin yüksək təsirə malik olduğunun öyrənilməsi müasir dövrdə işgüzar etiketin əsas əlamətlərindən biridir. (1. s.12-18) Çox vaxt adamlarda təəsürat yaratmaq və həmin adamlara təsir etmə məsələlərində başlıca amil şəxsi amil hesab edilir. Bilavasitə ətrafdakılara təsir ilk baxışda xırda görünən, lakin bir çox hallarda həlledici təsirə malik məsələlərdən yaranır. Belə ki, ümumi təəsüratı gücləndirən şəraitə uyğun üslubda geyinilmiş paltarlar. Həmin paltarın göstəricisi uyğun gəlmə və yararlılıqdır. Hərəkətləri məhdudlaşdırmayan, şəraitin tələblərinə cavab verən rahat geyim yararlı hesab edilir. Səliqəlilik yüksək təsiretmə qabiliyyətinə malikdir və zəruridir. Son zamanlar geyimin (paltarın) qiyməti əsas amilə çevrilmişdir. Geyim maddi vəziyyətin simvolu və insanların şəxsi firavanlığının göstəricidir. Xarici görünüşünə görə adamların reaksiyası mənəvi keyfiyyətlərini göstərir.

Vacib məsələdən bəhs edən rəhbərlik, uzun-uzadı danışan adamlar aydın, dəqiq və inamlı danışanlara nisbətən az əhəmiyyətli adam kimi qəbul olunurlar. Ünsiyyət bacarığı hər hansı şəraitə uyğunlaşmağa imkan verir. Ünsiyyətin əlaqələndirici (kommunikativ) tərəfinə lazımi əhəmiyyət vermədiklərinə görə işçilər çox şey itirirlər. Üzdə olan şəxs həmişə rəhbər olur. Ona görə də həmin şəxs, davranış taktikası barədə düşünməli, öz hərəkətlərinə nəzarət etməli, son nəticəni proqnozlaşdırmalı və işgüzar ünsiyyət etikasına riayət etməlidir. Rəhbər adamları özünə cəlb etməli və ünsiyyət qurmaq qabiliyyətinə malik olmalıdır. O, davranışı ilə özünə qarşı hörmət və etibar qazanmalı, xoş münasibətlər, nəzakətli davranış tək cə etika ilə deyil, həm də rəhbər və işçi arasında müəyyən «məsafə»nin düzgün seçilməsində özünü göstərir. (2. s. 32-43) İşçilərin maraq və istəklərindən uzaq düşməyi həddən artıq laqeydlilik, uzaqlıq, mahiyyətə formalizmdir. Fərdi qaydada olaraq ara saxlamaq məsələsini həll etmək lazımdır. Bu zaman kollektivin sayı, ənənələrinin mövcudluğu, onun həmrəylik dərəcəsi kimi meyarlara əsaslanmaq lazımdır. Psixoloji cəhətdən səriştəli rəhbər özünə və adamlara qarşı manipulyasiya edilməsinə yol verməməlidir. Rəhbərin rolu ondan ibarətdir ki, bu cür yanaşmada tabelikdə olanın nəyi öz xeyri kimi başa düşdüyünü müəyyən etsin və onun reallaşdırılmasına çalışsın. İnsana ən çox nəyin lazım olmasını düzgün müəyyən etməkdən çox şey asılıdır.

Ünsiyyət vacib element olduğundan liderlərlə əlaqəni və tanışlıqları genişləndirməyə can atır. Nümunəvi iş işçilərin birbaşa iştirakı ilə formalaşır. İşçilərin qabiliyyətini artırmaq üçün rəhbər tərəfindən nəzarətin və təlimatların olması vacibdir. Yaxşı nəticə almaqdan ötrü hər kəs üçün vaxtınızı sərf etməli, ümumi maraqları ay-

dinləşdirməli, fərdi xarakterlərə qiymət verməli, tabelikdə olanlarla intensiv ünsiyyətə can atmalı, əldə olunan yüksək nəticələrə görə qürur hissi keçirməli, müsbət davranışı mükafatlandırmaq və adamlarda öz problemlərini özləri həll etmək cəhdlərini formalaşdırmağı lazım bilir. Rəhbər və tabelikdə olanların qarşılıqlı münasibətlərinin etikası işgüzar təşkilatlarda rəhbərlik bacarığının bir növüdə başqa işçilər üçün mühüm, çox şey vəd edən və məhsuldar işin müəyyən edilməsidir. Tabelikdəkilər tabelikdəkilərlə yaxşılığa doğru dəyişir daha geniş əlaqələr qurmaq tələb olunur və hansı məsələyə reaksiya vermək üçün tələb olunan vaxt azalır. İşçi əgər əlavə məsuliyyət götürməyə qadir deyilsə, və ya bunu istəmirsə, onun işinin stimullaşdırılması menecerin fəaliyyəti istiqamətində olmalıdır. Rəhbər şəxsiyyəti maksimum anlamağa çalışmalı, onun maraq və ehtiyaclarını nəzərə almalıdır. bdamların bu cür yanaşması tənqiddən və cəzadan qaçmaq cəhdlərinə əsaslanır ki, bunun nəticəsində onların davranışı dəyişir. İnsan tam gücü ilə kömək altında deyil, ona real qazanc əldə etmək imkanı olduqda işləyir. Neqativlər isə onun əlini işdən soyudur və nəticədə hər iki tərəf ruhdan düşür. İşçinin əmək fəaliyyətinin müsbət tərəflərini üzə çıxarıb onu həvəsləndirmək və müdafiə etmək daha doğru üsuldur. Bu halda işçinin işə can yandırmasını rəhbər müəyyən etməyə və mükafatlandırmaya xüsusi diqqət edir. Bu cür həvəsləndirmənin mühüm növləri bunlardır: - yaxşı işi tərifləmək və qeyd etmək, uyğun pul mükafatları vermək, başqalarına nümunə kimi göstərmək, xidməti vəzifədə irəli çəkmək, işini qiymətləndirmək lazımdır. Rəhbər və işçilər arasında əks əlaqənin olmaması, öz işinə heç bir reaksiya hiss etməyən işçinin əli işdən soyuyur. Rəhbər işçilərlə ünsiyyətə can atmalı, onları qiymətləndirməyi bacarmalıdır. (3. s. 45-52)

Hər bir menecerin şəxsi mövqeyi var ki, işgüzar fəaliyyət məsələlərində tabelikdəkilər bu mövqeyi həmişə nəzərə alırlar. Rəhbərlərdə yanaşma tərzii müxtəlifdir. Menecerin fəaliyyətinin ən mühüm göstəricilərindən biri adamların öz işinə və şəxsi inkişafına qüvvə və vaxt sərf etməsidir. Fərdlər öz şəxsi inkişafı üçün sərf etdikləri gücün müqabilində fərqləndirilir. Rəhbər insan enerjisini istiqamətləndirə bilir səmərəli işləyən, hər bir işçinin imkanlarını müəyyən edir və onları reallaşdırmaq üçün yollar axtarır. Menecer tabeliyində olan işçiyə səmərəli fəaliyyət göstərmək üçün indiki və gələcək göstəricilərin fərqi aydınlaşdırmağa kömək etməlidir. Rəhbər həmişə açıq və çevik olmaq üçün bir sıra zəruri tədbirləri görməlidir.

Pozitiv mühitə xas olanlar kollektiv içərisində öz əksini tapır: - əməkdaşlar qarşıya qoyulan bütün məqsədi tam başa düşürlər: - təcrübə və bacarıqlarını yenidən adamlar özləri qiymətləndirirlər. Müəhazirələr, seminarlar, nailiyyətlərin nümayiş etdirilməsi, stackeçmə üsulları. Qiymət verən bilir ki, obyektiv təəssürat yaratmaq və onu aydın hümanist formada çatdırmaq çox çətinidir. İmtahan verən isə attestasiya prosesinin çox gərgin və çətin olduğunu düşünür. (4. s. 24-32). Qiymətləndirmə prosesi təhsilin əsasını təşkil edir, bacarıqla edilmiş attestasiya müsahiblərindən fərdi təhsilin inkişafı üçün çox şey əldə edə bilər.

İşgüzar ünsiyyətin etikası məzmunca daha zəngindir. Məsələn, işgüzar ünsiyyət mədəniyyətinə vergi sahəsində diqqət yetirək. Vergi işçisinin peşəkar davranışının və əxlaqının ən vacib tərəfi işgüzar ünsiyyət etikasıdır. Vergi işçilərinin işgüzar ünsiyyət etikasını bilməmələri və ona riayət etməmələri bir çox vergi ödəyicilərinin onlarla ünsiyyət qurmaqdan imtina etmələri ilə nəticələnir və vergi işçiləri xoşagəlməz tənqid obyektinə çevrilirlər.

İşgüzar ünsiyyət elə bir ünsiyyət növüdür ki, hansısa aydın saziş, söhbətin həllini nəzərdə tutmaq üçün qarşılıqlı əlaqə məqsədi lazımdır. Məsələn, rəis həmkarlar, və tabeçilikdə olan şəxs burada tərəfdaşların hər birinin statusu müəyyən olunur. Ünsiyyət bacarığı hər hansı şəraitə uyğunlaşmağa imkan verir. Rəhbər həmişə üzdə olan şəxs olur, ona görə də o, öz hərəkətinə, davranışına nəzarət etməli, bu barədə dərin düşünməli, son nəticəni proqnozlaşdırmalı və işgüzar ünsiyyət etikasına riayət etməlidir. Eyni sahədə çalışanların ünsiyyəti geniş mənada ünsiyyətdən onunla fərqlənir ki, belə ünsiyyət prosesində məqsəd və öz həllini tələb edən konkret vəzifələr qoyulur. Qarşılıqlı əlaqələri işgüzar ünsiyyətdə tərəf müqabili ilə kəsmək mümkün deyil. İnsanların təşkilat daxilində, iş vaxtında həyata keçirilən qarşılıqlı fəaliyyəti İşgüzar ünsiyyətin əhəmiyyətli hissəsini xidməti ünsiyyət təşkil edir. İşgüzar ünsiyyət xidməti ünsiyyətə nisbətən daha geniş anlayışdır. Müxtəlif səviyyəli işgüzar qəbullarda, seminarlarda, sərəgilərdə həm də maddəli işçilərin və fərdi işəgötürənlərin qarşılıqlı fəaliyyəti baş verir.

İşgüzar ünsiyyət əsasən aşağıdakı formalarda həyata keçirilir: işgüzar danışıqlar; işgüzar söhbət; diskussiya, mübahisə, işgüzar müşavirə; telefon danışıqları; kütlə qarşısında çıxış; işgüzar məktublaşma və s. İşgüzar söhbət problemlərlə əlaqədar informasiya, müəyyən suallar, yaxud fikir mübadiləsidir. İşgüzar ünsiyyət prosesində razılaşdırılmış, qərar qəbul edilmiş danışıqların maraqlı tərəflərin əsas vasitəsidir. Müxtəlif məzmunlu sənədlərin ümumiləşdirilmiş adı işgüzar məktublaşmadır. İşgüzar ünsiyyət mədəniyyəti öz işçilərinə qarşı istifadə etdiyi etik normalar rəhbərin prinsiplərindən asılıdır. Ümumiyyətlə, norma və prinsiplər dedikdə xidmət zamanı hansı hərəkətlərin etik cəhətdən məqbul, hansının isə qeyri-məqbul olduğu nəzərdə tutulur. İlk növbədə bu normalar idarəetmə prosesində qəbul olunmuş sərəncamların verilməsinə aiddir.

Rəhbər və tabeçilikdəkilər arasında işgüzar ünsiyyət etikası pozulduqda kollektivdə insanların əksəriyyəti özlərini narahat, mənəvi cəhətdən müdafiəsiz hesab edirlər. İşgüzar ünsiyyətin xarakterinə təsir edən amillərdən biri rəhbərin işçiyə münasibətidir. İşgüzar ünsiyyətdə qarşılıqlı əlaqələrin məqsədi hansısa sövdənin gerçəkləşməsi, problemin həlli, yeni əməkdaşlığın qurulması və s. ola bilər. Rəis və tabeçilikdə olan şəxslər ünsiyyətin tərəfləri qismində isə həmkarlar, tərəfdaşlar və s. çıxış edir. Burada status kimi tərəflər müəyyən olunur.

İlk olaraq hər bir şəxs işgüzar sahədə olan sanballı peşəkarların simpatiyasını qazanmalı və həmin insanlarla kontakta girməyi bacarmalıdır. Əksər işgüzarların uğuru düzgün tərəfdaş seçimindən asılı olur.

Ümumiyyətlə, bu və ya digər sahədən olan məşhur peşəkar ilə əməkdaşlıq arzuolunan nəticənin əldə edilməsini asanlaşdırır. Bəzən insanlar işgüzar münasibətlər yaratmağa çalışdığı zamanda kobud səhvlərə yol verir və bu cür əlaqələr çox kobud, dikbaş, və bezdirici şəkildə alınır. Bu cür cəhdlər təcrübəli biznesmenlərdə kinayə və gülüşdən başqa heç nə oymur. Ümumiyyətlə, biznesmenlər ağıllı və hazırlıqlı insanlar belə, onları maraqlandıran şəxslərlə tərəfdaşlıq münasibətlərinin düzgün qurulmasına ehtiyac duyurlar. Belə desək bu bir növ özünəməxsus dostluq və yoldaşlığın təməlidir.

Hər gün müxtəlif adamlarla əlaqədə olan rəhbər üçün məsləhətləşmə qabiliyyətini öyrənmək və inkişaf etdirmək vacibdir. Kollektiv dayağı olmasa, sizin yaxşı menecer olmaq arzunuz reallaşa bilməz. Buna görə də kollektivdə baş verən konkret sosial-psixoloji problemlər və onların həlli yolları ilə tanışlıq maraqlıdır. Sosial-psixoloji situasiyaların xüsusi tədqiqatları göstərir ki, rəhbərin davranışına təsir edən bir neçə tip situasiyalara daha çox rast gəlinir. Bu situasiyaların birinci tipi rəhbərin təcili reaksiyasını tələb edir və bu halda düzgün variant seçməyə, düşünməyə vaxt qalmır. Burada ancaq sizin təcrübəniz yardımçı ola bilər. Belə situasiyalara misal olaraq, tabeliyinizdəki işçi sizin yanınıza gəlir, istehsalat mövzusunda söhbət edirsiniz və işçi birdən sizə başqa bir işçinin sizin rəhbərlik bacarığınıza mənfi yanaşdığını bildirir. Buna reaksiya olaraq siz həmsöhbətinizi başqalarının dediyini çatdırdığına görə danlayırsınız, ya da dediklərini həmin şəxsin yanında təkrar etməyini təklif edirsiniz. Əgər danlamaq təsir etmirsə, ikinci yolu yəni dediklərini təkrar etməyi məqsədə uyğun hesab etmək olar. Bu tip situasiyalarda rəhbərin həm əlavə informasiya almaq, həm də situasiyanı təhlil edib, lazım gələrsə həmkarları ilə müzakirə etməyə vaxtı var. İlk baxışda situasiyalar sadə görünsə də tələsik qərar çıxarmaq səhvlərə gətirib çıxarır. Hətta böyük idarəetmə təcrübəsi də rəhbəri səhflərindən qoruya bilmir. Bir neçə tip situasiyanı nəzərdən keçirək: Marketing şöbəsinin aparıcı işçiləri bir-biri ilə həmişə münaqişədədirlər. Buda işin nəticələrinə mənfi təsir edir. Peşəkarlıq baxımından hər işçi firma üçün qiymətlidir. Rəhbər nə etməlidir? Onlara tapşırırlar ki, firmanın mənafeyi naminə vəzifə borclarını yerinə yetirsinlər, əks halda ölçü götürüləcək. Bu formal cəhətdən düzgün qərardır. Lakin psixoloji cəhətdən belə yol tam düzgün deyil. Buna görə də kadrları yerləşdirərkən onların bütün sosial-psixoloji xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır. Onların birini, yaxud da hər ikisini cəzalandırmaq olar. Bu müvəqqəti olaraq xeyr verə bilər. Əgər onlar arasında münaqişə davam edirsə, firma üçün çətinliklər olsa belə onların əlaqələrini tamamilə kəsmək vacibdir. Müvəqqəti çətinliklər belə qərar qəbul etmək üçün əsas ola bilməz. (5. s. 69-76). Öz iş kabinetinizdə sırayı işçi ilə mühüm bir iş məsələsini müzakirə edirsiniz. Bu an menecerlərdən biri otağa daxil olur, sizinlə görüşür və mühüm bir məsələdən söhbət açır.

Bu halda necə etməli? Əgər siz sırası işçidən xahiş etsəniz ki, gedin sonra danışarıq, bu tabelikdəki işçiyə hörmətsizlik kimi çıxı bilər. Əgər menecerə təklif etsən ki, o bir az sonra gəlsin, bu daha düzgün olar. Bununla öz rəhbərlik üslubunu nümayiş etdirmiş olarsınız. XX əsrin ortalarından biznes təcrübəsinə etik normaların və prinsiplərinin tətbiqi məcəlləsi diqqəti daha çox cəlb etməyə başlamışdır. Biznesin əsas məqsədi pul qazanmaq, dövlətinə vəzifəsi - vergi yığmaqla, sosial proqramları həyata keçirməklə, sosial ədalət prinsiplərinə riayət olunmasını təmin etməkdir.

Nəhayət, müasir dövrümüzün bu sahədə ən görkəmli filosofları özündən əvvəlki filosofların fikirlərini öyrənən öz şəxsi həyat təcrübələrini də əlavə edərək çox maraqlı bir kitab yazmışdılar. Bundan sonra bir çox biznesmen də əlinə qələm almış və bu mövzuda əsərlər yaratmışdır. Onların böyük əksəriyyəti öz fikirlərini aforistik şəkildə ifadə etmişdir. Belə məsləhətlərdən çoxu mübahisəlidir və istənilən şəraitdə tətbiq edilə bilməz.

Milləti cəmiyyəti, öyrənmək çətin və vaxt aparan iş olsa da, mümkündür. Bunun üçün bədii, elmi və tarixi kitablar vasitəsilə xalqın mentalitetini öyrənmək, qəzetlər vasitəsilə cəmiyyətdə gedən prosesləri izləmək, nəhayət, sorğular keçirmək lazımdır. Bundan sonra isə siz ictimai fikrin formalaşdırılması üzrə işə başlaya bilərsiniz. işgüzar görüşə gəlmiş şəxslə necə münasibət qurmaq olar. Əlbəttə, siz onun maliyyə və ailə vəziyyəti, vərdisləri barədə qabaqcadan müxtəlif mənbələrdən informasiya toplaya bilərsiniz. Nəticəsini qiymətləndirmək böyük ağıl və araşdırma tələb etmir — əgər tərəf-müqabiliniz hazırladığınız sənədə imza atırsa və ya ayrılan zaman əlinizi sıxıb səmimi gülümsəyirsə, deməli, bu görüş uğurlu olub. (6. s. 65--77).

İşgüzar görüşü təşkil etməzdən əvvəl onun məqsədini təsəvvür etmək lazımdır. Bu cür görüşlər sadəcə tanışlıq xatirinə də keçirilə bilər. İstənilən halda dəvət etdiyiniz şəxs görüşün məramı barədə əvvəlcədən ətraflı məlumatlandırılarsa, bu, danışıqların daha səmərəli olmasına kömək edər.

ALIYEVA SHALALE

BUSINESS COMMUNICATION ETHICS

SUMMARY:

In business communication, the main tool that ensures the exchange of information between organizations and strengthens mutual relations is business communication. This process is not limited only to the transfer of information, but also plays an important role in building trust, mutual understanding and cooperation. The formation of relationships in the business world not only increases the effectiveness of the organization, but also facilitates the process of achieving common goals. In the rapidly changing and globalizing modern business environment, organizations should not only respond to external challenges, but also structure internal communication processes in a purposeful and systematic manner. Establishing effective communication within the organization plays a decisive role in terms of strengthening team spirit and developing a cooperative environment. Well-

established communication strengthens mutual understanding among the collective and allows employees to make decisions more effectively. At the same time, the breakdown of mutual relations often stems from individual approaches and misunderstandings in communication. The fact that the speaker and listener have different perspectives can lead to misunderstandings and disrupt the cooperation process. The quality of business communication is closely related not only to the content of the information, but also to how it is expressed.

Keywords: Communication, business, organization, behavior, employee, management, society

Этика делового общения

РЕЗЮМЕ:

В делового коммуникации основным инструментом, обеспечивающим обмен информацией между организациями и укрепляющим взаимоотношения, является деловая коммуникация. Этот процесс не ограничивается только передачей информации, но также играет важную роль в построении доверия, взаимопонимания и сотрудничества. Формирование отношений в деловом мире не только повышает эффективность организации, но и облегчает процесс достижения общих целей. В быстро меняющейся и глобализирующейся современной деловой среде организации должны не только реагировать на внешние вызовы, но и целенаправленно и систематически структурировать внутренние коммуникационные процессы. Установление эффективной коммуникации внутри организации играет решающую роль в укреплении командного духа и развитии атмосферы сотрудничества. Хорошо налаженная коммуникация укрепляет взаимопонимание в коллективе и позволяет сотрудникам принимать решения более эффективно. В то же время, разрушение взаимоотношений часто происходит из-за индивидуальных подходов и недопонимания в коммуникации. Тот факт, что говорящий и слушающий имеют разные точки зрения, может привести к недопониманию и нарушить процесс сотрудничества. Качество деловой коммуникации тесно связано не только с содержанием информации, но и с тем, как она выражена.

Ключевые слова: Коммуникация, бизнес, организация, поведение, сотрудник, менеджмент, общество

Ədəbiyyat siyahısı

1. İsmaylova M. Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti. Bakı, 2016
2. Məmmədli N. Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti. Bakı, 2020
3. Nəzəroğlu C. Danışığınla həyatı qazan. Bakı, 2020
4. Fətəliyeva V. Ana dilində ünsiyyət. Bakı, 2000
5. Rzayev P.Q. və Rzayev Z.H. Azərbaycanın vergi jurnalı. 2014
6. Şiriyev Fikrət. Azərbaycan dilinin nitq mədəniyyəti və ritorika. “Nurlar” nəşriyyatı. Bakı, 2014

Rəyçi: filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent Sultan Seyidova