

ომარ შუდრა

საავტორო რუბრიკა

” მართვის კულტურა ”

(სამეცნიერო და სამეცნიერო-პოპულარული სტატიები)

თბილისი

2009

მენეჯერთა მომზადების ზოგიერთი პრობლემა

დღეს მთელი მსოფლიო (და არა მარტო ჩვენი საზოგადოება) განათლების დარგში რევოლუციური ცვლილებების პროცესშია. კომპიუტერების საყოველთაო გავრცელების მნიშვნელობა შეიძლება შევადაროთ მხოლოდ საბეჭდი დაზვის გამოგონებას. იცვლება ცოდნის მთელი სისტემა, ხოლო მაღალი ტექნოლოგიების სახელმწიფოებში იწყება ცოდნის რეორგანიზაცია.

განათლების ტრადიციულ სისტემაში პედაგოგს, კლასში, აუდიტორიაში ცენტრალური როლი აქვს მინიჭებული. ასეთი ფსიქოლოგიური როლებია „მეთაური“, „მშობელი“, „მსაჯი“ და სხვ., ხოლო მსმენელის როლი პასიურია. ასეთი სისტემა ჩამოყალიბდა ისტორიულად, როცა საზოგადოებას მხოლოდ უბრალო შემსრულებლები სჭირდებოდა.

პედაგოგის დომინირებას განათლების ყველა საფეხურზე, სადაც მსმენელის დაპროგრამება უარყოფითი ფორმითაა (არ დაიგვიანო! რატომ შეგეშალა და სხვ.), უარყოფითი შედეგები აქვს (როგორც პედაგოგისთვის, ასევე მსმენელისთვის). „დიდაქტოგენური ნევროზები“ ამის ნათელი მაგალითია.

წლების განმავლობაში პედაგოგიური „წარმოება“ მორალური ქადაგების ლოგიკით და არა კარგად გააზრებული ტექნოლოგიით იყო აგებული. მაშინ, როდესაც თუნდაც მენეჯერთა პროფესიული მომზადებისთვის საჭიროა ინოვაციური, ინდივიდუალური უნარების განმავითარებელი, ინტერაქტიული ტექნოლოგიები, რომლებიც ხელს უწყობენ ანალიტიკური აზროვნების ფორმირებას და ავითარებენ მართვის ჩვევებს.

მაგალითად, იდეალური მენეჯერი უნდა იყოს მტკიცე და ერთდროულად, მოქნილი, სერიოზული, მაგრამ იუმორის გრძნობით, კეთილგანწყობილი, მაგრამ დისტანციის უნარით, საქმის ერთგული, მაგრამ წარმატებისას ან დამარცხებისას თავშეკავებული, მეოცნებე, მაგრამ კარგად განვითარებული ნებისყოფით, რისკზე წამსვლელი, მაგრამ მხოლოდ კარგი გათვლის შემდეგ და ა.შ.

ზოგადად, განათლების თანამედროვე, ე.წ. „საპროექტო მიდგომაში“ ცოდნის ადგილს იკავებს მოქმედება და ე.წ. „საკვანძო (ძირითადი) კომპეტენციები“. მეთოდის „აჩვენე და მოყევი“ იცვლება მეთოდით „შეეკითხე და გააკეთა (ask-and-do)“.

უფრო სწორედ, ცოდნის გარდა მსმენელში უნდა განვითარდეს სოციალური უნარ-ჩვევები, როგორცაა გადაწყვეტილების მიღება, სტრესების დამლევა, ადამიანებთან ურთიერთობა. დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ურთიერთობებს კოლექტივში, კოლეგებთან, ამხანაგებთან, ოჯახში, სხვა ადამიანის გრძნობებზე რეაგირებას (მეგობრობას) და სხვ.

რაც შეეხება ვიწრო სპეციალიზაციას, სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვა ტრადიციებია და თუ ეს საფრანგეთში და უმეტეს ქვეყნებში მიღებულია, აშშ, რუსეთსა და ჩვენთან ცდილობენ მსმენელს რაც შეიძლება უნივერსალური, ფართე განათლება მისცენ.

განათლება უნდა გახდეს „ემოციური“, რათა ინტელექტის გარდა ზემოქმედების ქვეშ მოექცეს პიროვნების აღზრდაც, ისე რომ ანგარიში გაეწიოს ადამიანის ფასეულობათა სისტემას. ამიტომ, განათლების ტრადიციული სისტემიდან განსხვავებით, ზოგჯერ არ არსებობს სწორი და არასწორი პასუხები, რადგან მათ აქვთ სოციალურ-ფსიქოლოგიური (ეთიკური) ხასიათი და მოითხოვენ დამოუკიდებელ მიებას (უფრო სწორედ, პასუხი უნდა აწყობდეს მსმენელს).

იცვლება რა ცოდნის მთელი სისტემა, ახალი ცოდნის გამოდევნებაში ჩვენ უნებურად გვემუქრება მუდმივი ინფორმაციული ჩამორჩენა. მაგალითად, ვიდრე ჩვენ კანონმდებლობას ვსწავლობთ, ის იცვლება, ისევე როგორც ეკონომიკა და ა.შ. შეუძლებელია ადამიანს ისეთი განათლება მისცე, რომ საკმარისი იყოს მთელი ცხოვრება, ამიტომ ნამდვილად უკეთესია, თუ ასწავლი, როგორ ისწავლოს მთელი ცხოვრება.

„ხელოვნური ინტელექტის“ და ე.წ. „საექსპერტო სისტემების“ სფეროში პროგრესს საექსპერტო ცოდნის დაგროვების ახალ საშუალებებისკენ მივყევართ, ე.ი. ადგილი აქვს ცოდნის რესტრუქტურირებას. როგორ მოვიქცეთ, მივცეთ ცოდნა, რომელსაც ასეთი სწრაფი დამველების თვისება აქვს, თუ არ ვასწავლოთ? რასაკვირველია, უნდა ვასწავლოთ, მაგრამ პირველ რიგში მორალი, კულტურა (კერძოდ, ინფორმაციას მუშაობის კულტურა), კულტუროლოგია (კერძოდ,

სამეწარმეო, შრომის), საერთოდ, აღზრდის საკითხები (რადგან გადამწყვეტია არა მარტო აღმზრდელი არამედ, გარემოც.).

მენეჯმენტის უახლესი, თანამედროვე კონცეპციაც ხომ სწორედ კულტურის კონცეპციაა, რადგან ენთუზიაზმი თუ არა აღჭურვილი ცოდნით, ეთიკით, ბოროტების მოტანა უფრო შეუძლია. სხვა სიტყვებით ეგზისტენციალური ვაკუუმის (მარტივად, საერთო აპათიის) გამო, განათლებამ უნდა გადასცეს არა მარტო ცოდნა, არამედ აღზარდოს სინდისიც (როგორც უნივერსალური აზრი, რომელსაც ფასეულობათა რღვევა არ ეხება).

ეკონომიკური რეფორმების და საერთოდ, ყველა პროგრესული ცვლილებების მთავარ საყრდენად (და ერთდროულად, შემაფერხებლად) ადამიანის კულტურა და ცნობიერებაა. მართლაც, განათლებული, მაღალპროფესიული კულტურული კადრების გარეშე ვერც ერთი ქვეყანა ეკონომიკის განვითარების ახალ საფეხურზე ვერ გადავა. ორგანიზაციის სტრატეგიული რესურსის – საუკეთესო კადრების შენარჩუნებაც შეუძლებელია საერთო კორპორაციული კულტურის გარეშე.

მეორე მსოფლიო ომში დამარცხებული გერმანია, იაპონია, ომის შემდგომ წლებში მოშიშმილე სამხრეთ კორეა დღეს განვითარებული ქვეყნებია. მუშაობის კულტურის ძველმა ტრადიციებმა გადამწყვეტი როლი ითამაშა ამ ქვეყნების ეკონომიკური კრიზისიდან გამოსვლაში. ყოფილი საბჭოთა კავშირის ხალხებმა კი, რომლებმაც ბიზანტიურ-მონღოლური, პრიმიტიული ტრადიციების ზეგავლენა განიცადეს, შრომის კულტურა ვერ აითვისეს.

ბიზნესი უპირველეს ყოვლისა – პრაქტიკაა, ამიტომ სწავლება ძირითადად აქტიური ლექციების, საქმიანი თამაშების და „კეის“ – ტექნოლოგიების (მათ შორის კონკრეტული სიტუაციების ანალიზის) გამოყენებით ტარდება. ამ ტრენინგების (კოუჩინგის) ცენტრალური ცნებაა იმიტაცია – გამოცდილების დაგროვების და მართვის მენტალობის განვითარების იაფი საშუალება (ჩვენს სინამდვილეში, ეს კაპიტალისტთა ასწლოვანი შეცდომების გათვალისწინებით კეთდება).

საინტერესოა, რომ მსმენელთა ძალიან მცირე პროცენტს შეუძლია წიგნით მუშაობა (ამიტომაც, ნაკლებად დადიან ბიბლიოთეკებში), დანარჩენები კი, რომლებსაც ჩვენ ტრადიციულად ჩამორჩენილებად ვთვლიდით, ასე ვთქვათ „სხვა მასალისგან“ არიან. ისინი ცოდნას გრძნობის ყველა ორგანოებით აგროვებენ.

მართლაც, მსმენელთა დომინირებული ტიპებია: ა) ვიზუალური (35%), ინფორმაციას აღიქვას დიაგრამებით, ქსერომასალით, წიგნის ტექსტით - (10%); 2) აუდიალური - (25%), ოპტიმალურია ინფორმაციის მიწოდება ასისტენტის ან მაგნიტოფონის საშუალებით; 3) კინესთეტიკური - (40%), ინფორმაციას აღიქვამს ილუსტრაციების ხელში მიწოდებით, შეხებით, ხელის ჩამორთმევით და სხვ.

განსაკუთრებით ეფექტურია ვიზუალური ინფორმაცია, რომლის თვისებაა ქვეცნობიერებაში შთაგონების წერტილის ფიქსაცია გონების კონტროლის გარეშე (ვიდეო-ტელეფილმების უარყოფითი გავლენა მოზარდებზე ამის ნათელი მაგალითია).

როგორც ჩანს, მომავლის განათლებაში ტრადიციულ „ტექსტის დიქტატს“ ნაკლები ადგილი დაეთმობა, აღარ იქნება გაფეტიშებული წერა-კითხვა, რომელიც, თანამედროვე წარმოდგენებით, სამყაროს ერთადერთი ფანჯარა როდია...

ამ კონცეფციების, მიდგომების გათვალისწინებით ავტორი ათიოდე წელია ატარებს ლექცია-ტრენინგებს საოფისე კულტურასა და ეტიკეტში.

ამ მეთოდიკაში პარალელურად, ერთდროულად ჩაქსოვილია საქმიანი თამაში, აქტიური ლექცია (ილუსტრაციების აუდიტორიაში გადაცემით), საოფისე ეტიკეტის, მსმენელში თავშეკავებულობის, დროის ეფექტური გამოყენების ჩვევების აღზრდა. ამ მეთოდიკით მსმენელი მუშაობს ინდივიდუალურ ტემპში, სასწავლო ტესტების ამოხსნის თვითონ შეუძლია თავის შეფასება, საბოლოოდ კი შეფასდება საკუთარი შესაძლებლობების მიხედვით (ანალოგიურად ამერიკული სისტემისა „წარმატება ყოველ მსმენელისთვის“).

ვინაიდან საქმიანი თამაშის ჩატარება ძვირი სიამოვნებაა, შერჩეულია მარტივი თამაში „თათბირზე“ და მოკლე („ბლიც“) ტრენინგები. წინა ლექციაზე ამოხსნილი ტესტების პასუხებს მსმენელი მაგნიტოფონით ისმენს (მუსიკალური პაუზებით, რომელიც ხელს უწყობს დამახსოვრებას). ასევე მაგნიტოფონით ისმენს მსმენელი სატელეფონო კულტურის და სხვა სცენარებს. ამრიგად, ახალი მასალის ათვისება, ძირითადად, ტრენინგებზე წარმოებს.

რეალურად, ტრენინგის სცენარი ასეთი მარტივი არ არის, ის ფაქტობრივად უახლოვდება მხატვრულ კომპოზიციას და ამდენად, მსმენელთა დიდ ინტერესს იწვევს, თუმცა ბუნებრივია, დადლაც უფრო მეტია, ვიდრე ლექცია – სემინარებზე.

ავტორებს კარგად ესმით, რომ მხოლოდ მსმენელთა აქტიურობა და დაინტერესება (რაც უკუკავშირის ანკეტებით ჩანს), ვერ აჩვენებს ამ ტექნოლოგიის (კოუჩინგის) ზუსტ ფასეულობას, რადგან საჭიროა ასევე საგანმანათლებლო პროცესის ხარისხის განსაზღვრა (თუნდაც პედაგოგ-მწვრთნელის, კოუჩერის თვითდიაგნოსტიკის კითხვებით).

მენეჯერთა მომზადების აქტიურ მეთოდებს, ტრენინგებს საქართველოში უფრო ფართე დანერგვა სჭირდება.

განათლების ტრადიციულმა სისტემამ თავის დროზე საუკეთესო შედეგები მოგვცა (ამის ნათელი მაგალითებია ჩვენი წარმატებები თუნდაც კოსმოსის და ატომური ენერჯის საკითხებში), მაგრამ XXI საუკუნის ახალმა ინფორმაციულმა, კომპიუტერულმა და რობოტულმა ტექნოლოგიებმა რევოლუციური ზეგავლენა მოახდინა არა მარტო განათლებაზე, არამედ თვით სახელმწიფოების პოლიტიკურ მოწყობასა და საზოგადოების დემოკრატიზაციაზეც.

რუბრიკა - მართვის კულტურა

თანამედროვე საქმისწარმოება

მსოფლიოში ყოველწლიურად ასობით მილიარდი საქმიანი ქაღალდი ბრუნავს. საქმისწარმოების ავტომატიზაციაზე (ამ ახალ მიმართულებას ჩვენთან და რუსეთში ინფორმატიკა შეისწავლის, საზღვარგარეთ კი – დოკუმენტალისტიკა) მოთხოვნილება დიდია, რადგან არ არსებობს ორგანიზაცია, რომ დოკუმენტებთან არ მუშაობდეს. ამასთან, ყველგან ერთნაირი პრობლემებია: დოკუმენტის დაკარგვა, ძებნა, კონტროლი, საქმისწარმოების მუშაკთა დაბალი კვალიფიკაცია. ერთდროულად, ორგანიზაციებს შორის ინფორმაციის გაცვლას სახელმწიფოსათვის სტრატეგიული მნიშვნელობა აქვს. მაგალითად, ამიტომ იყო, რომ აშშ ადმინისტრაციის კომპიუტერიზაციამდე „ქაღალდის საქმეებზე“ 600 მლნ დოლარი იხარჯებოდა წელიწადში. ამჟამად კი, „მაიკროსოფტის“ მონაცემებით, ევროკავშირის ქვეყნებს საქმიანი ქაღალდები 4 მილიარდი ევრო უჯდებათ. ევროკომისიამ დაისახა მიზნად

2010 წელს, (ავსტრალიის მიზამდვით), სავსებით უარი თქვას საქალაქო ტექნოლოგიაზე.

თუ მე-20 საუკუნის შუა წლებამდე კაცობრიობა მხოლოდ საწარმოო ტექნოლოგიას იცნობდა, კომპიუტერიზაციის შემდეგ გამოჩნდა ტექნოლოგიის ახალი სახეობა, სადაც გამოსავალი პროდუქცია ინფორმაციაა (მართვა, დაგეგმვა, ბანკები, განათლება, მედიცინა, თანამგზავრული კავშირები და სხვა).

ამჟამად, მკაცრ კონკურენტულ გარემოში, ბიზნესის გაძლოლა სულ უფრო რთულდება. პერსონალური კომპიუტერის ბაზაზე საქმისწარმოების ავტომატიზაციის სისტემები კი 80%-ით ამცირებენ დოკუმენტის დამუშავების დროს. საქართველოში ინფორმატიკის ეს მიმართულება (თუნდაც საბუღალტრო აღრიცხვისგან განსხვავებით) ჩანასახოვან მდგომარეობაშია. ამასთან, თუ კომპანიის საბუღალტრო საქმეში ოფისის თანამშრომელთა მხოლოდ 10 პროცენტი მონაწილეობს, საქმისწარმოებაში თანამშრომელთა 90 პროცენტია ჩართული. ზოგადად, ფინანსური დოკუმენტაცია უფრო ფორმალიზებულია და ადვილად ექვემდებარება ავტომატიზაციას, ამიტომაც, რომ ბუღალტრის პროფესიის პრესტიჟი ბოლო 5–10 წელიწადში საგრძნობლად ამაღლდა. ასეთივე ტენდენციები იწყება საქმისწარმოებაშიც.

საქმისწარმოება ადმინისტრაციული მართვის დარგია. მისი ძირითადი ფუნქცია მართვის დოკუმენტური უზრუნველყოფაა: თუ დაწესებულებაში არაა წესრიგი დოკუმენტებთან მუშაობაში – უარესდება მართვაც: დაწესებულების მუშაობის ეფექტურობა (განსაკუთრებით, როდესაც დიდი მოცულობის და მრავალფეროვან ინფორმაციის გადამუშავებასთან გვაქვს საქმე) ბევრადაა დამოკიდებული დოკუმენტბრუნვის ხარისხზე.

ორგანიზაციაში დოკუმენტზე მოთხოვნილება წარმოიშვა თანამშრომელთა შორის ფუნქციების განაწილებისას; დოკუმენტი „აწებებს“ ფუნქციათა საზღვრებს, ის ფუნქციათა განაწილების იარაღია.

დაწესებულებაში დოკუმენტების შესრულების კონტროლის ავტომატიზაციის სისტემების დანერგვას ჯერ კიდევ 80-იანი წლების კომპიუტერებზე ცდილობდნენ, მაგრამ არატრადიციული ტექნოლოგია ჩინოვნიკთა გამოუცხადებელი ბოიკოტის გამო ფეხს ვერ იკიდებდა. ხელმძღვანელს რომ საქმის რეალური ვითარება სცოდნოდა, მათ არ აწყობდათ.

ერთ საუკუნეზე მეტია, რაც საქართველოში (ისევე, როგორც რუსეთში) ჩამოყალიბდა დოკუმენტებთან მუშაობის გარკვეული მეთოდოლოგია. მართვის დოკუმენტური უზრუნველყოფის გაუმჯობესება კი მიმდინარეობს ისედაც სუსტი არსებული ნორმატიული ბაზის და უცხოური გამოცდილების გარეშე, სტიქიურად. საქართველოში საქმისწარმოება რომ უფრო ნაციონალური ცნებაა, ამას სუბიექტურთან ერთად ობიექტური მიზეზებიც აქვს: ესაა ცენტრალიზებული კონტროლის („ვერტიკალური“) სისტემა – დოკუმენტი ჯერ ხელმძღვანელის მაგიდაზე უნდა დაფიქსირდეს, მაშინ როდესაც დასავლეთში უფრო „ჰორიზონტალური“ სისტემებია გავრცელებული. მეორე მიზეზია დოკუმენტის სარეგისტრაციო ჟურნალი (ბარათი), რომლის რეკვიზიტებიც სახელმწიფო სტანდარტითაა რეგლამენტირებული. რაც უფრო გრძელი იყო „ინფორმაციული ჯაჭვი“ საქმეზე, მით უფრო ფასდებოდა ჩინოვნიკი. ასეთი „დოსიე“ კი არც ერთ ქვეყანაში არაა...

ტრადიციული მეთოდოლოგია პოსტსაბჭოურ პერიოდშიც დაკანონდა სახელმწიფო სტანდარტებში და საქმისწარმოების ინსტრუქციებში, თუმცა, საქმისწარმოებაში უნდა მოძრაობდნენ ქაღალდები და არა ადამიანები.

ჩვენგან განსხვავებით, დასავლური (მაგ., გერმანული) სისტემა ემყარება მაღალ საშემსრულებლო დისციპლინას, დეცენტრალიზებულია, ხოლო ზოგიერთი სახეობის დოკუმენტი საერთოდ არ რეგისტრირდება. ამჟამად იქ დოკუმენტების 70 პროცენტი ქაღალდის დუბლიკატის გარეშეა, საქმისწარმოების ავტომატიზაცია მოითხოვს ინფორმაციული ტექნოლოგიების უკანასკნელ მიღწევებს: მონაცემთა ბაზებს, საძიებო სისტემებს, არქიტექტურას „კლიენტი–სერვერი“ და სხვ. თუ ტერმინი „დოკუმენტბრუნვა“ აღნიშნავს მზა დოკუმენტების კონტროლირებად მოძრაობას, ელექტრონული დოკუმენტბრუნვა ამის გარდა მოიცავს დოკუმენტების მომზადებისა და კომპიუტერულ ქსელში გაცვლის სტადიებსაც (ელექტრონული ფოსტის საშუალებით შეიძლება თათბირების ორგანიზაცია და შესრულების კონტროლიც). აქ კომპიუტერის გამოყენება მხოლოდ შეჩვევის საკითხია, ისევე როგორც პაპირუსის ნაცვლად ქაღალდის გამოყენება.

თუ კომპიუტერის გამოყენება საბეჭდი მანქანის ნაცვლად პირველი ნაბიჯი იყო, დღეისათვის ჩვენთან უფრო გავრცელებულია ცალკეული სამუშაო ადგილების ავტომატიზაცია (ბუღალტერი, მდივანი, ტაბელის ინსპექტორი, საშვის გამოწერა) ასეთ სისტემებს პერსონალურ საინფორმაციო სისტემებს უწოდებენ. მაგალითად, მდივან–

რეფერენტისათვის შექმნილი სისტემები (Infoselect და სხვ.) 2–3-ჯერ ზრდის შრომის ნაყოფიერებას, სამუშაო კი ბევრად უფრო საინტერესო და მრავალფეროვანი ხდება. უფრო რთულია საკითხის კომპლექსური გადაჭრა, ტექნოლოგიის შემუშავება მთელი დაწესებულებისათვის, კორპორაციისათვის.

სხვადასხვა ქვეყნებში შექმნილია ასეთი სისტემებიც (Lotus notes, Staffware, „Дело 2000“, და სხვ.). ასეთ კორპორაციულ ინტრაქსელში სამუშაო ადგილების რაოდენობა რამდენიმე ასეულს აღწევს, დოკუმენტბრუნვის ელექტრონულ კონტურში კი ათეულ ათასობით კაცია ჩართული. სისტემის ელექტრონული არქივი მილიონამდე დოკუმენტს მოიცავს. საინტერესოა, რომ ავტომატიზაციას ექვემდებარება არა დოკუმენტნაკადი, არამედ შესაბამისი სარეგისტრაციო ბარათები, ე.ი. დოკუმენტის ტექსტი სისტემაში კი არ „შედის“ – მასზე მხოლოდ მითითებაა, რომელიც მონაცემთა ბაზაში ინახება. საჭირო შემთხვევებში კი დოკუმენტის ელექტრონული ასლის „ჩაკერებაც“ შეიძლება.

დოკუმენტს აქვს „მიმდინარე სტატუსი“ (მაგ., „ხელმოსაწერია“ – „ხელმოწერილია“ – „არაა ხელმოწერილი“). ყოველ თანამშრომელზე განსაზღვრულია სხვადასხვა დონის კონფიდენციალობის დოკუმენტებთან მუშაობის უფლება. შემოღებულია წამყვანი ოპერატორი (სისტემური ადმინისტრატორი) სისტემის „აწყობისათვის“. სისტემაში შესვლისთვის გამოიყენება პაროლის ნაირსახეობა – ელექტრონული ხელმოწერა, რომელიც შეიძლება იყოს „გასაცნობი“ და „საბოლოო“. ასეთ სისტემაში გამორიცხულია დოკუმენტის დაკარგვა, ძიება კი დაიყვანება შეკითხვაზე (თემატიკის ან „საკვანძო სიტყვის“ მითითებით).

სისტემის პროგრამული უზრუნველყოფა „მეგობრულია“ (რუსულ სისტემებში ძირითადად გამოყენებულია შედარებით რთული მონაცემთა ბაზები – Oracle და MS SQL Server).

ახალი ტექნოლოგია მოსახერხებელია სხვადასხვა ანგარიშების, რეგისტრაციის ჟურნალის, საკონტროლო და დავალებათა შესრულების ნუსხების ბეჭდვისათვის, რთული ანკეტების გამოყენებისათვის (სადაც მითითებულია პასუხების ვარიანტებიც), დიდი მოცულობის დოკუმენტების სკანირებისათვის.

ეს სისტემები დაწესებულებაში ადმინისტრაციული საქმისწარმოების ნაწილობრივ ავტომატიზაციას გულისხმობს. ესაა ფაქტობრივად, კოლექტიური დოკუმენტბრუნვის სპეციალიზებული სისტემა, რომელიც ერთიან ინფორმაციულ

სივრცეში მოქცევით ზრდის სამუშაო და საანგარიშო დოკუმენტის ხარისხს, კოლექტიური ცოდნის, საცნობარო და სხვა ინფორმაციის მაქსიმალური რეალიზაციით.

მაგალითად, სისტემა კონტროლზე აყვანილი დოკუმენტების თარიღის გასვლამდე პერსონალს რამდენიმე დღით ადრე აფრთხილებს. ავტომატიზებულია დოკუმენტის შედგენის წინასწარი ეტაპები – საკანონმდებლო ბაზის და ადრე შექმნილი დოკუმენტების შესწავლა, აგრეთვე დისტანციური (Web – ორიენტირებული) და „მობილური“ (ნოუთბუქით) მომხმარებლის მომსახურება.

დაწესებულ კონკრეტულ ორგანიზაციულ სტრუქტურაზე და საქმეთა ნომენკლატურაზე აწყობას წამყვანი ოპერატორი ან საშუალო კვალიფიკაციის სისტემური ტექნოლოგი ახორციელებს.

თანამედროვე საქმისწარმოების სიმბოლოები

<p>სიმბოლო &</p>	<p>And (ინგლ. „და“ კავშირი), ტირონის ნიშანი, ამპერსანდი, გამოიგონა ბერძენმა მონამ, ციცერონის მდივანმა და შემდგომ ბიოგრაფმა მარკ ტული ტირონიმ ჩვენს ერამდე 63 წელს. პლუტარქეს მიხედვით მან ციცერონის – ცნობილი ორატორის და სახელმწიფო მოღვაწის – გამოსვლების ჩასაწერად გამოიგონა სტენოგრაფიული (ტირონის) სისტემა. „რომაული სტენოგრაფია“ გამოიყენებოდა შუა საუკუნეებამდე. ამ სისტემიდან დღემდე შემორჩა მხოლოდ & სიმბოლო – ალფავიტის ბოლო ასო, რომლის წაკითხვისას, წარმოთქვამდნენ and per – se. ოც საუკუნეში ფრაზამ განიცადა ტრანსფორმაცია და ჩამოყალიბდა, როგორც ampersand. მის გრაფიკას საფუძვლად უდევს ლათინური et („და“). ჩვენთან ამპერსანდი ხშირად ეწლებათ @ სიმბოლოში.</p>
<p>სიმბოლო @</p>	<p>კომერციული at (ინგლ. „თან“, „დან“, „მდე“) სიმბოლო გამოიყენება ინფორმატიკაში კომერციულ სფეროში სხვადასხვა მნიშვნელობით (ელ. ფოსტა, პროგრამები, ფინანსური ჩანაწერები და სხვ.) მეტსახელად მას უწოდებენ dog (ძაღვი), monkey (მაიმუნი) და სხვ. ფინანსურ ანგარიშებში სიმბოლო \$1@\$10 ნიშნავს 1 დოლარიდან 10 დოლარამდე, ხოლო @\$200/თვეში – ყოველ თვეში 200 დოლარი.</p>
<p>სიმბოლო #</p>	<p>Hash (ინგლ.) „კვადრატი“, ოქტოტორპი გამოიყენება სხვადასხვა დანიშნულებით ინფორმატიკაში (კომპიუტერი, ტელეფონის ლილაკები) ნომრის (N) ნაცვლად (მაგ. № 3 = # 3) და ფინანსურ ანგარიშებში (მაგ. 5 # = ხუთი ფუნტი). სიმბოლო წარმოადგენს ჰოტენტოტური (სამხრეთ აფრიკა) ენის ერთ-ერთ „წკლაპუნა“, სასისმიერ ასო-ბგერას.</p>

<p>სიმბოლო •</p>	<p>„ფლაბდაბ“ (ინგლ.) – საოცარი ლაქა. ეს სიმბოლო, (დიდი წერტილის ნიშანი) გამოიყენება თანამედროვე საქმისწარმოებაში და პოლიგრაფიულ საქმეში პარაგრაფის (§) მნიშვნელობით (აბზაცის დასაწყისში), ხოლო ტექსტის ბოლოში თავის დასრულების მნიშვნელობით.</p>
<p>დირექტორი:</p>	<p>• საქმისწარმოების ახალი სტანდარტებით, 1972 (!) წლიდან გაუქმებულია ბრჭყალების ხმარება (სიტყვებში შეთანხმებულია, დამტკიცებულია), ორწერტილის და ფრჩხილების ხმარება ხელმოწერის გაშიფვრისას. ამრიგად, გავრცელებული შეცდომაა (არა მარტო რეგიონებში, დედაქალაქის საკმაოდ მაღალი თანამდებობის ხელმძღვანელებთან) ჩანაწერი</p> <p>/ ა. ივანიძე /</p>

საქმიანი კორესპონდენციის საერთაშორისო

სტანდარტები

საზღვარგარეთიდან შემოსული წერილის დამუშავება იწყება კონვერტის გარეგანი შემოწმებით და გახსნით (წესით, კონვერტში წერილი 2 ან 3 ნაწილად ისეა გაკეცილი, რომ ტექსტი შიგა მხარეს მოექცეს). მიღებულია, რომ კონვერტს მდივანი ვიწრო (მარჯვენა) მხრიდან, მენეჯერი კი ზედა მხრიდან ხსნის (ეს წესი თავიდან აგვაცილებს ბევრ გაუგებრობას). თანამედროვე კონვერტებში ხშირად მარჯვენა მხარეს მითითებულია გახსნის ადგილი, ზედა, მიწებებული ზოლის ქვეშ კი დაცვის ორი ინდიკატორია (ნახევრადამოჭრილი წრეები).

კონვერტის რამდენიმე საერთაშორისო ფორმატი არსებობს. მათ შორის ყველაზე გავრცელებულია ფორმატი DL (110 მმ X 220 მმ), უფრო ნაკლები ზომისაა Monarch (98 მმ X 190 მმ). ხოლო შედარებით დიდია ფორმატი C₅ (162 მმ X 229 მმ) და C₄ (230 მმ X 330 მმ). ეს უკანასკნელი გათვლილია A4 ზომის ფურცელზე.

გავრცელებულია, მაგრამ არ შედიან საერთაშორისო ISO სტანდარტში ე.წ. RA სერიის კონვერტები: LETTER, LEGAL, EXECUTIVE, EVRO და სხვ.

კონვერტზე ადრესატის მისამართი იწერება მარჯვენა ქვედა ნაწილში, გამგზავნის (ადრესანტის, უკუმისამართის) ადგილი კი მარცხენა ზედა მხარეა (1999 წლიდან საქართველოც ამ სტანდარტზეა გადასული). თუმცა უფრო მოსახერხებელია

გამჭვირვალე „ფანჯრიანი“ კონვერტი, სადაც ადრესატის მისამართი თვით წერილზეა დაბეჭდილი. მისამართი კონვერტზე იწერება სქემით ვის – სად, ე.ი. იწყება გვარით (დაწესებულება) და ბოლოვდება ქვეყნით. ამასთან, ყოველი სტრიქონი იწყება აბზაცის გარეშე: გვარი – თანამდებობა – დაწესებულება – სახლის ნომერი და ქუჩა (და არა პირიქით), – ქალაქი – შტატი (საგრაფო და სხვ.) – საფოსტო ინდექსი – ქვეყანა (თვით წერილში ქვეყანა არაა აუცილებელი).

საფოსტო ინდექსს აშშ-ში Zip Code უწოდებენ, დიდ ბრიტანეთში – PO (Post Office), საქართველოში რამდენიმე წელია ექვსნიშნა საფოსტო ინდექსი 38... შეიცვალა ოთხნიშნა 01.....ით.

კონვერტზე შეიძლება იყოს დაბეჭდილი შემდეგი გრიფები: Express Delivery (Urgent, Please Forward) – სასწრაფო, Private (Personal, Confidential) – პირადია, Air-Mail – ავია და სხვ. თუ წერილს სხვა პირიც უნდა გაეცნოს (ან პასუხი სასწრაფო) მიუთითებენ Attention (საყურადღებოდ). როდესაც არ იციან თანამშრომლის მისამართი და წერილი მოითხოვს სხვა მისამართზე (ან ქვეყანაში) გადაგზავნას – მიუთითებენ Care Of (ან C/O), რაც ნიშნავს „გთხოვთ გადაგზავნოთ“ და არა „ფრთხილად“ როგორც შეცდომით მითითებულია ჩვენთან გამოცემულ ზოგიერთ წიგნში.

წარწერა კონვერტზე P & P ნიშნავს გაგზავნის და შეფუთვის ხარჯებს.

მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში საქმიანი წერილის გაფორმების სხვადასხვა სტანდარტი და ტრადიცია არსებობს. მიუხედავად ამისა, საერთაშორისო (ინგლისურ) ენაზე შედგენილ წერილებისთვის გარკვეული ნორმები ჩამოყალიბდა. ცხოვრების დაჩქარებულმა რიტმმა საქმიანი მიმოწერის ტრადიციებზე იმოქმედა. გამარტივდა პუნქტუაცია და ნაკლებად ცერემონიული გახდა მიმოწერის ეტიკეტიც. ჩვეულებრივი (წერილ-მძიმისანი) სტილის გარდა, შემოჭრა შეზღუდული სტილი (მძიმე მხოლოდ რამდენიმე ადგილას) და თავისუფალი, ღია პუნქტუაციის სტილი (წერტილ-მძიმის გარეშე). ამჟამად ჩვენთანაც შემოდის უაბზაცო, ბლოკური (კომპიუტერული) სტილით ტექსტის გაფორმების ტენდენცია, სადაც აბზაცის როლს ორი გამოტოვებული სტრიქონი (ინტერვალი) ასრულებს (არსებობს ე.წ. ნახევრადბლოკური სტილიც, რომელსაც, ძირითადად სარეკლამო დანიშნულება აქვს).

საქმიანი წერილის ბლანკის ზედა ნაწილში ორგანიზაციის დასახელებაა, რეკვიზიტების ძირითადი ნაწილი კი (საქართველოს სტანდარტებისაგან

განსხვავებით) ხშირად ქვედა ნაწილშია. ზღანვზე მისამართის, ტელეფონის და ფაქსის ნომრის გარდა, გავრცელებულია შემდეგი ბიზნეს-სიმბოლოები: e x t (ტელეფონის დამატებითი ნომერი), VAT (დღგ), Reg (ფირმის რეგისტრაციის ნომერი) & - ამპერსანდი, („და“ ფუნქციით), @ - კომერციული at, („დან-მდე“ ფუნქციით), # ოკტოტორპი, კვადრეტი (ნომრის ფუნქციით), Inc (Co) – კომპანია, Cable - სატელეგრაფო მისამართი, Ap – აპარტამენტი და სხვ.

წერილის თარიღი საერთაშორისო სტანდარტით, მარჯვენა მხარეს დადმავალი წესით იწერება. (1998 წლიდან – წელი ოთხი ციფრითაა, მაგ. 2007.12.01). წელი – თვე – რიცხვი, ხოლო წერილის მარჯვენა მხარეს, სადაც წერილის ნომერი (ინდექსი) უნდა იყოს, შესაძლოა იყოს ინიციალებით შედგენილი მითითება (Reference). მაგალითად Our Ref: JB/MW ნიშნავს, რომ გამოგზავნილი წერილი შედგენილია მენეჯერ ჯეინ ბელის და მისი თანაშემწის (მდივნის) მიერ.

ვრცელ, A4 ფორმატის წერილს სჭირდება სათაური (მოკლე შინაარსი), რომელსაც აღნიშნავენ ქვევიდან ხაზგასმით ან სიმბოლოებით: Subject, Re (ჩვენთან გამოცემულ ზოგიერთ წიგნში შეცდომით Re და Ref გაიგივებულია).

საქმიანი წერილის ტექსტი იწყება მიმართვის სტანდარტული ფორმებით (ჩვენთან გავრცელებული ძახილის ნიშნების გარეშე). თვით ტექსტი უნდა იყოს თავაზიანი (მაგრამ არა მორიდებული), პირდაპირი (მაგრამ არა უხეში), მტკიცე (მაგრამ არა ჯიუტი). წერილის ბოლოში დამშვიდობების (კომპლიმენტის) ტრადიციულ ფორმებს ელექტრონული წერილების ზეგავლენით დაემატა ნაკლებად ცერემონიული ფორმებიც (მაგ. Best regards, Kind regards). როცა ხელმძღვანელის დავალებით წერილს ხელს აწერს სხვა პირი, იყენებენ სიმბოლოებს For ან P.P.

წერილის ბოლოს შეიძლება მითითებული იყოს დანართების რაოდენობა (Enc) და გაგზავნილი ასლების მისამართები (CC), ფრანგული აბრევიატურა RSVP (გთხოვთ მიპასუხოთ), E & O.E (ან ლათინურად S.E & O) – შეცდომები და შესწორებები გამორიცხულია (ფინანსურ დოკუმენტებში), PTO – გთხოვთ გადააბრუნოთ ფურცელი, MORE, Continuation – გაგრძელება შემდეგ გვერდზე*.

* საქმიან დოკუმენტებში გავრცელებული შემოკლებებია: Ca – დეკემა, CH - საბაჟო, D/A – საბუთი თან ერთვის, LOI – საგარანტო წერილი, Memo - მემორანდუმი, ბრძანება, MFD (pro)- დამზადებულია, Exp – გამოყენების ვადა და სხვ. წერილის თარგმნისას ფარენჰეიტებში მოცემულ ტემპერატურის გადაყვანა ცელსიუსებში შეიძლება ფორმულით (F° – 32)5/9=C°

ელექტრონული წერილების ზეგავლენით ბოლო წლებში პოპულარული გახდა ლათინური ასოებით შედგენილი ტექსტები, რომლის შინაარსი მშობლიურ (მაგ. ქართულ) ენაზე იკითხება (ტრანსლიტერაცია).

სტატიაში აღწერილი „ლოკოკინა“ ფოსტისაგან განსხვავებით (ამერიკელების ტერმინია) ელექტრონული ფოსტით და ფაქსით წერილის გაგზავნა იმდენად გამარტივდა, რომ არამც თუ ოფისებში, არამედ კონფერენც–დარბაზებში, ბიზნეს–ცენტრებში, სასტუმროებში, აეროპორტებში, თვითმფრინავის სალონებშიც კი გათვალისწინებულია მოდემის სპეციალური ელექტრო ბუდეები პორტატული კომპიუტერით (ნოუთბუქით) წერილის გასაგზავნად ან მისაღებად. უკანასკნელ წლებში კი WIFI ტექნოლოგიით ეს კავშირი უმავრთულოდ, კაბელის გამოყენების გარეშეც ხორციელდება.

განსხვავებული კულტურის ფართე მასების ინტერნეტში ჩართვას საქმიან კორესპონდენციაზე ჩვენი ტრადიციული წარმოდგენები ახალ, გლობალურ დონეზე გადააქვს.

მენეჯერი შეკრებილი საზოგადოების წინაშე

**ბრბო ჩუმად, უჩინრად მიჰქუხდა, როგორც
ღვარცოფი და მის წინაშე უძლური
იყო თვით ღმერთი!
გ. ლეონიძე, «მარიტა»**

საქართველოში დაწყებული ეკონომიკური კრიზისი, ექსპერტთა პროგნოზით, 1-2 თვეში თავის პიკს მიაღწევს. გაგრძელდება სამუშაოდან თანამშრომელთა მასობრივი დათხოვნა. დიდია ალბათობა, რომ ისევ გაგრძელდეს ლარის გაუფასურება. უმუშევრობის და გამვირებული ცხოვრების პრობლემებს ემატება დამაბულობა, რაც გამოწვეულია დაკარგული ტერიტორიებით, ომების გამო მოსახლეობის მუდმივი მიგრაციით, სოციალური კავშირების გაწყვეტით და ხელისუფლების რიგგარეშე არჩევნებზე გაუთავებელი დისკუსიით.

ასეთ პირობებში, ბუნებრივია, რევოლუციურად განწყობილ, უკმაყოფილო ადამიანთა სტიქიური შეკრებები (და არა მხოლოდ დედაქალაქის ცენტრალურ მოედნებზე).

დაწესებულების ხელმძღვანელი, ფირმის მაღალი რანგის მენეჯერი სრულიად მოუმზადებელია ხოლმე შეკრებილი საზოგადოების წინაშე, რომელიც გარკვეულ პირობებში, სრულიად ახალი ნიშნების მატარებელია: ერთიანობის და სოლიდარობის შეგრძნების შედეგად ის იქცევა ერთიან არსებად და ბრბოს სულიერი ერთობის კანონს ემორჩილება (ბრბოს ერთ-ერთი განმარტებით – ესაა კონტაქტური, გარეგნულად არაორგანიზებული ერთობა, რომელიც გამოირჩევა მისი შემადგენელი ინდივიდების მაღალი კონფორმიზმით).

ამდენად, მენეჯერისთვის სასარგებლო იქნება შეკრებილი საზოგადოების, მიტინგების ფსიქოლოგიის ცოდნა და სტიქიური მასების მართვის, «განეიტრალების» პრაქტიკული რეკომენდაციები.

შეკრებილი საზოგადოების კონტროლის ჩარჩოებში მოქცევა მართვის თეორიის ყველაზე რთულ ამოცანად ითვლება. ამის მიზეზია კრებაზე, მიტინგზე პიროვნების შეგნებულობის, პასუხისმგებლობის შემცირება. ეს კი, თავის მხრივ, გამოწვეულია ანონიმურობის, უსახობის, «უმისამართობის» (და აქედან გამომდინარე – დაუსჯელობის) შეგრძნებით.

მასაში ყოფნისას ინდივიდი ქვეცნობიერად ითვისებს სხვისი ქცევის ნიმუშებს, ექვემდებარება მას. ეს ურთიერთდამუხტვის ზომა დამოკიდებულია პიროვნებათა საერთო განვითარებაზე (უფრო ზუსტად – თვითშეგნების განვითარებაზე). საბოლოოდ, ბრბო ინტელექტუალურად მის შემადგენელ ინდივიდებზე გაცილებით სუსტია.

ურთიერთშთაგონების შედეგად ადამიანთა გრძნობები და აზრები ერთ მიმართულებას იღებენ. ბრბოსთვის დამახასიათებელია მოუთმენლობა, მიაშიტობა, ამორფულობა, ავტორიტარიზმი, ყურადღების ცვალებადობა, ფანტასტიკური მთარული ხმები, მოწოდებების და ლოზუნგებისადმი იოლი დამორჩილება.

ყოველივე ეს ხელს უწყობს მიტინგის მონაწილეებს განახორციელონ ირაციონალური, რისკიანი, ძალადობის, სისატყვის, ვანდალიზმის ნებისმიერი აქტი, რომელიც ჩვეულებრივ პირობებში, მათ ვერც კი წარმოუდგენიათ.

ერთი სტიმულით გამოწვეულ, იდენტური ემოციებისგან წარმოქმნილ ბრბოს არ გააჩნია რაიმე მორალური ნორმების კომპლექსი. ბრბოში აღმოცენდება პრიმიტიული (მაგრამ ძლიერი) იმპულსები, რომელთაც ვერ აკავებს ვერავითარი ეთიკური ან ორგანიზაციული ნორმები. ემოციური დამაბულობა კი ამაღლებს საკუთარი ძალის შეგრძნებას და ამცირებს პასუხისმგებლობის გრძნობას.

განსაკუთრებულ ძალას ბრბოს აძლევს კონკრეტული ოპონენტების არსებობა (ალბათ, ამიტომ ერიდებიან ხოლმე ქვეყნის ლიდერები ასეთ მიტინგებზე გამოჩენას).

შეკრებილ საზოგადოებაში, მიტინგზე, ადამიანთა ქცევა გარკვეულ კანონზომიერებას ემორჩილება. პირველ რიგში მათზე მოქმედებს ჩახუთული ჰაერი (უჟანგბადობა). სტიქიურ გამოსვლებს ხშირად თან სდევს დამატებითი ეფექტები, გამოწვეული ალკოჰოლის და ნარკოტიკის ზემოქმედებით. საინტერესოა, რომ ადამიანთა ერთობლიობის ბრბოდ გადაქცევის (ჯერ კიდევ ბოლომდე ამოუხსნელი) მექანიზმია ე.წ. ცირკულარული რეაქცია, ურთიერთდამუხტვა. ამის მიზეზია წინასწარი, მდგრადი განწყობა, ახალგაზრდა ასაკი, არასაკმარისი სოციალური გამოცდილება და ნებისყოფა, დაბალი პოლიტიკური კულტურა. ურთიერთდამუხტვა თან ახლავს ნებისმიერ მასობრივ ღონისძიებას და გარკვეულ ოპტიმალურ დონემდე, სასარგებლოც კია (როგორც გამაერთიანებელი ფაქტორი). მაგრამ, კონტროლიდან გამოსვლის შემდეგ ის უკვე დეგრადაციის მიზეზი ხდება.

ადამიანს, რომელიც ამ პროცესებშია ჩართული, ეზრდება ბრბოს შიგნიდან მომავალი იმპულსებისადმი მგრძნობიარობა, კარგავს ინდივიდუალურ განსხვავებულობას, ქცევაზე ცხოვრებისეული გამოცდილების ზეგავლენას, საღ აზრს. ინდივიდი იქცევა «როგორც ყველა», იწყება ფსიქიკის ყველაზე მდაბიო, პრიმიტიული ფენების გააქტიურება.

ამ ფონზე წარმოიშვება ბარიერები რაციონალური არგუმენტების წინააღმდეგ. ამიტომ, რაციონალური მეთოდებით ზემოქმედება არა მარტო უდროოა, არამედ საშიშიც.

საინტერესოა ბრბოთა კლასიფიკაცია:

1. შემთხვევითი ბრბო (მაგ. ცნობისმოყვარეები საგზაო შემთხვევისას, რაც განსაკუთრებით დამახასიათებელია აღმოსავლეთის ქვეყნებისათვის);
2. ექსპრესიული ბრბო (მაგ. პროტესტი საელჩოსთან, დაკრძალვით დამწუხრებული პროცესია), რომლის ექსტრემალური ფორმაა ექსტაზური ბრბო (მაგ.

ცეკვა გულისწასვლამდის ლათინოამერიკული ქვეყნების კარნავალზე, ზოგიერთი დისკოთეკა);

3. კონვენციური ბრბო (მაგ. ფეხბურთის მატჩზე, წინასწარ გამოცხადებული პოლიტიკური მიტინგი), რომელსაც აქვს «კონვენციის» გარეგანი ნიშნები: ფიქსირებული ადგილები, შემოღობილი და აკრძალული ზონები. კონვენციური მხოლოდ გარკვეულ მომენტამდე, ბრბო შეიძლება გადავიდეს მოქმედში;

4. მოქმედი ბრბო მენეჯერისათვის ყველაზე აქტუალური და საშიშია, მაგრამ ის ერთდროულად, ყველაზე მნიშვნელოვანია სოციალურ-პოლიტიკური გაგებით და ამიტომ ყველაზე უკეთაა შესწავლილი. ასეთ ბრბოში დომინირებს გალიზიანება, ღვარძლი, სოციალურად სამართლიანი ხასიათის აღშფოთება. თავის მხრივ, მოქმედ ბრბოს შეიძლება ჰქონდეს აგრესიული, პანიკური, მომხვეჭელი ან მეამბოხე თვისებები. ამბოხებული ბრბო ყველა რევოლუციური რყევების აუცილებელი ატრიბუტია, კლასობრივი ერთგვაროვნებითა და თავისი კლასის ფასეულობების გაზიარებით. წარმატების შემთხვევაში ის იქნება «რევოლუციურიც»¹, ხოლო დამარცხებისას – «პუტჩისტური».

მოყვანილი კლასიფიკაცია საკმაოდ პირობითია, რადგან პრაქტიკულად, ბრბოს ძირითადი თვისებაა გარდაქმნის უნარი: ერთი სახიდან მეორეში ის იოლად (სპონტანურად ან პროვოცირებულად) გადადის.

მიტინგის კონტროლის მანიპულაციის მეთოდები სწორედ ამ გარდაქმნის თვისებების გამოყენებას ეყრდნობა, საქმე იმაშია, რომ პრობლემა ბრბოზე ზემოქმედება კი არაა, არამედ მისი სწრაფი ტრანსფორმირებაა (ერთი სახიდან მეორეში).

თუ ბრბოს გამოუჩნდა ლიდერი, მისი ძალაუფლება შუუზღუდავია, რადგან მისი მიმდევრები კი არ აზროვნებენ, არამედ ბრმად მიყვებიან მის მითითებებს. ასეთ პირობებში აგრესიული ბრბო შეიძლება გადაიქცეს ამბოხებულად (რისი მაგალითიც ბევრია ჩვენს რეალობაში).

ბრბოზე ზემოქმედებისას საჭიროა აგრეთვე სპეციფიკური ფენომენის (ე.წ. ბრბოს გეოგრაფიის) გათვალისწინება:

¹ ბრბოს რევოლუციამდე ტრანსფორმაციის პოლიტიკურ-ფსიქოლოგიური დინამიკისთვის შესაძლოა, სულ რამდენიმე საათიც კი საკმარისი იყოს. ამისი ნათელი მაგალითია ირანში შაჰის რეჟიმის კრაზი და ძალაუფლებაში აიათოლა რ. ჰომეინის მოსვლა: გადატრიალება მოყვა ქალაქის რამდენიმე ადგილას «სტიქიურად» მოწყობილ საგზაო შემთხვევას.

საერთო მასის წინ წარმოიშვება მკვრივი ბირთვი, სადაც , როგორც წესი, ლიდერებია. მასის საერთო «დამუხტვა» სწორედ აქედან იწყება.

შემდეგ რიგებში ის პირებია, რომლებიც ლიდერების მიზნებს ემსახურებიან, ხოლო უფრო შორს – ბრბოს «მომხვეჭელი» ნაწილია, რომელიც მხოლოდ აგრესიული გზით პირად გამდიდრებაზე ფიქრობს. სულ ბოლოში გაფანტული არიან ცნობისმოყვარეები (რაც კარგად ჩანს ზემოდან გადაღებისას) – მათ მოვლენის მიზანი და არსი ცუდად ესმით.

ბრბოზე ზემოქმედება შეიძლება როგორც შიგნიდან, ისე გარედან. შიგნიდან ზემოქმედებისათვის საჭიროა ბირთვში შეღწევა (მაგ. დაწესებულების ადმინისტრაციის გამოყენებით). გარე ზემოქმედებისას კი, პირველ რიგში, ცნობისმოყვარეთა ჩამოცილებით იწყებენ.

შეკრებულ საზოგადოებას, მიტინგს თან სდევს ხოლმე მოარული ხმების, ჭორების გავრცელება. ამის მიზეზია, ძირითადად, საჭირო ოფიციალური ინფორმაციის დეფიციტი და და საზოგადოებაში ემოციური ბალანსის დარღვევა (ზედმეტი დაძაბულობა, ან პირიქით პროვინციალიზმი – საინტერესო მოვლენების ნაკლებობა საზოგადოებრივ ცხოვრებაში).

დიდ, ფართე საზოგადოებაში მოარული ხმები ბოლომდე ჭეშმარიტი არაა, ცირკულაციის პროცესში სიუჟეტი განიცდის რიგ კანონზომიერ ცვლილებებს, რომელიც საწყის ვერსიას მეტ-ნაკლებად ამახინჯებს (ქრება საწყისი დეტალები, დარჩენილს კი ამახინჯებს საზოგადოების სტერეოტიპები).

ცნობილია აგრეთვე, რომ თავიდანვე ნაკლებ სანდო მოარული ხმა, (მაგ. «მინისტრს ხსნიან») მოქმედებს რა ადამიანთა განწყობაზე და მოქმედებებზე, იწვევს სიუჟეტში აღწერილ ეკონომიკურ-პოლიტიკურ სიტუაციებს: როგორც სოციალური ცხოვრების აქტიური ფაქტორი, თითქოსდა ობიექტურ რეალობას თავის სიუჟეტში ათავსებს.

დემოკრატიულ სისტემაში მოარულ ხმებთან ბრძოლას (ტოტალიტარული რეჟიმისგან განსხვავებით) შეზღუდული მნიშვნელობა აქვს. სისტემას, დაწესებულებას, გარკვეულობის და გაურკვეველის ოპტიმალური შეხამება შინაგანად მეტ მრავალფეროვნებას აძლევს, ამიტომ ის უფრო ადაპტიური და სიცოცხლისუნარიანია.

დემოკრატიულ საზოგადოებაში არ დგას მთავარი ხმებთან ბრძოლის ამოცანა, რომელიც პრაქტიკულად, დაიყვანება მხოლოდ ცალკეული შეზღუდული ჯგუფების (საბრძოლო ნაწილი, ექსპედიცია, პოლიტიკური პარტია და სხვ) მთავარი ხმებისგან დაცვით.

მიუხედავად ამისა, ის შეიძლება საშიშ იარაღად იქცეს შეგნებული პროვოკატორის ხელში, და ბრძოლის იგნორირებამ, შესაძლოა, მნიშვნელოვანი ზიანი გამოიწვიოს. ასეთ შემთხვევაში, საინტერესოა, რომ მთავარი ხმების პირდაპირი გამოყოფა და უარყოფა ხშირად საწინააღმდეგო ეფექტს იწვევს – მისი ინტენსივობა იზრდება. ჩვეულებრივ არაეფექტურია სტანდარტული ფრაზაც: «არ დაუჯეროთ მტრის ჭორებს». ცხოვრების ყველა შემთხვევისათვის მარტივი და ცალსახა ინსტრუქციები არ არსებობს. ეფექტური ღონისძიებების მისაღებად კი საჭიროა წყაროს სანდოობის შემოწმება. თუ კი ინფორმაციის წყარო (ტელეარხი, ჟურნალისტი, პოლიტიკური მოღვაწე) საკმაო ავტორიტეტით სარგებლობს, შედეგიანი იქნება «პირდაპირი» შეტევა, მთავარი ხმის შინაარსის, მიზეზის, მითითებით და ალტერნატიული ვერსიის ჩამოყალიბებით.

რაც შეეხება ცირკულარული რეაქციის (ურთიერთდამუხტვის) ფენომენის ბუნებას, ის ჯერ ბოლომდე არაა გარკვეული. საქმე იმაშია, რომ ბრბოს ფსიქოლოგიის კლასიკური შრომების ავტორი, მე-19 საუკუნის ფრანგი მეცნიერი ლეონი განათლებით ექიმი იყო. აქედან გამომდინარეობდა მისი «ურთიერთდასნებოვნების» კონცეპციაც. ამ ფენომენის ბუნებების გარკვევაში როგორც ჩანს, მხოლოდ მედიცინის და ფსიქოლოგიის ძალისხმევა არაა საკმარისი.

უკანასკნელ წლებში ამ მხრივ ბევრი რამ დაზუსტდა. თანამედროვე თეორიული აღმოჩენებით ფუნდამენტური ფიზიკის დარგში (კერძოდ, მაღალი ენერგიების ელემენტარული ნაწილაკების ფიზიკაში), არაა გამორიცხული, რომ ურთიერთდამუხტვის პროცესში გარკვეულ როლს თამაშობს სხეულის მიერ წარმოქმნილი არა მხოლოდ რამოდენიმე ელექტრომაგნიტური ველი, არამედ ელემენტარული ნაწილაკებიც (მიკროლეპტონები) რომელთა მეშვეობითაც ხდება ადამიანებს შორის (და საერთოდ, სამყაროსთან) ურთიერთობა. ბრბოში

ინტელექტუალური თვითკონტროლის შემცირების გამო, მგძნობიარობა ამ ფიზიკური ველების მიმართ, უბრალოდ, იზრდება.²

დაბოლოს, სამწუხაროდ, ცივილიზაციებში, საზოგადოებაში, სადაც ქვეყნის პრობლემების გადაჭრაში მიტინგებს (და ბრბოს) წამყვანი როლი უკავიათ, ადამიანი არსებობის აზრს, თავის «მე»-ს კარგავს.

ერთდროულად მასში იწყებს დომინირებას განგაშის გრძნობა, ვინაიდან თავს მტრული და გაურკვეველი ძალების სათამაშოდ გრძნობს.

საერთოდ, ქვეყნის ხელისუფლების რეგულარული შეცვლა პუტჩებით და რევოლუციებით მხოლოდ სუსტი პოლიტიკური კულტურის ქვეყნებისთვისაა დამახასიათებელი.

საოფისე ეტიკეტი სამუშაო მაგიდაზე

საოფისე სივრცის ორგანიზაციის სამი ძირითადი ტექნოლოგია არსებობს: ტრადიციული (კაბინეტური), „ღია ოფისი“ (ყველა ერთ დარბაზში) და კომბიოფისი (ჩამოთვლილი ორის კომბინაცია, მინებით იზოლირებული დარბაზი).

კაბინეტური სისტემის ნაკლი ყველასთვის კარგადაა ცნობილი. გარდა იმისა, რომ ის უსაქმურ ატმოსფეროს უწყობს ხელს, არაფორმალური დაჯგუფებების და კონფლიქტების წყაროცაა. ღია ოფისის (open space) ეს ნაკლი არ აქვს – იქ არავითარი საიდუმლოება არ არსებობს – ყველაფერი „ხელისგულზეა“, მაგრამ ეს ხელს უშლის ზოგიერთი პროფესიის მუშაკებს (მაგ. იურისტებს). კომბინირებულ ვარიანტში კი გაერთიანებულია ორივე სისტემის უპირატესობა. იქ მუშაობენ თანამედროვე პრინციპით „გამჭვირვალე ოფისი – ერთიანი გუნდი“.

თანამედროვე საოფისე ავეჯის დიზაინის ფუძემდებლად გენიალური ფრანგი არქიტექტორი ლე-კორბუზიე ითვლება. შიდასაოფისე სივრცის დაპროექტების მისეული იდეები დღემდე ძალაშია. თუმცა, ალბათ გლობალიზაციისა და ავტომატიზებული სამუშაო ადგილების ეპოქა (კომპიუტერი, ფაქსი, ქსეროქსი და სხვ.) გარკვეულ კორექტივებს მოითხოვს...

² ამ მხრივ საინტერესოა ცნობილი რუსი მეცნიერის, კოსმობიოლოგიის ფუძემდებლის ა. ჩიჟევსკის (1970 წლამდე აკრძალული) შრომები, ფიზიკოსების ნ. ტელასა, გ. შიპოვის, დრუნვალო მელქისედეკის სენსაციური გამოკვლევები ე.წ. «მერ-კა-ბას» (ადამიანის ენერგეტიკული გამოსხივების) შესახებ, რაზეც განვითარებულ ქვეყნებში ადამიანის ცნობიერებაზე ზემოქმედების იარაღის შექმნაზე მუშაობენ.

ავილოთ თუნდაც „შემოქმედებითი უწყესრიგობა“ სამუშაო მაგიდაზე, რომელიც „მოდაში აღარაა“ და მიუთითებს მხოლოდ იმას, რომ მენეჯერს ორგანიზებულობა აკლია.

ყველაზე უხეში და ფართოდ გავრცელებული შეცდომაა – საწერ მაგიდაზე (და არა მის გვერდით) განლაგებული კომპიუტერი. მომსვლელი კაბინეტის მფლობელს ესაუბრება ფაქტიურად მონიტორის და სისტემური ბლოკის კაბელების „ტყის“ ფონზე.

ფაქტობრივად, ორი საქმიანი ადამიანი საუბრობს ისე რომ, ერთმანეთს წესიერად ვერც ხედავს. არც დოკუმენტის (წიგნის) ერთად განხილვაა მოსახერხებელი, მაშინ როცა საქმიანი ეტიკეტი მოითხოვს, რომ სივრცე თქვენსა და მოსაუბრეს შორის არაფრით არ იყოს დაკავებული.

ასევე გაძნელებული კონტაქტი მენეჯერთან, რომლის მაღალზურგიანი სავარძელი განათებული ფანჯრის ფონზეა და ამიტომ მისი სახე კარგად არ ჩანს*.

თავისი ეტიკეტი აქვს პლასტმასის სასაბუთე თეფშების გამოყენებასაც (ზოგჯერ ასეთი თეფშების „ცათამბრჯენებს“ ნახავთ). სასაბუთე თეფშების რაოდენობა ხუთს არ უნდა აღემატებოდეს, ზედმეტი დოკუმენტები კი კარადაში (საქალაქალდეში) უნდა იყოს – მით უმეტეს თუ ინფორმაცია კომერციული ან კონფიდენციალურია.

სამუშაო მაგიდა არ უნდა იყოს გადატვირთული ბლოკნოტებით, ჟურნალ–გაზეთებით, კომპიუტერის დისკეტებით (ხშირად – საფერფლის მეზობლად), ზედმეტი ავტოკალმებით. საეჭვოა, რომ ასეთი მაგიდა მოეწონოს თქვენს კლიენტს, პარტნიორს და შეიძლება „აქტიური მუშაობის“ უნიჭო დემონსტრაციად ჩათვალოს.

მაგიდაზე არ უნდა დავტოვოთ დაქმუქნილი ქაღალდები და პირადი ნივთები (სავარცხელი, ნახმარი ფინჯანი, მედიკამენტები, გასაღებები, სუნამო, პომადა და სხვ.). მაგიდაზე არ უნდა იყოს წიგნი ან ჟურნალი, რომელსაც კავშირი არ აქვს თქვენს ძირითად საქმესთან.

ჩვენს სინამდვილეში (მაღალი თანამდებობის პირებსაც კი) სამუშაო ადგილზე გამოფენილი აქვთ კულტის და რწმენის სიმბოლოები (ხატები, ჯვრები, სანთლები და სხვ.), რაც ცხადია, ეწინააღმდეგება საოფისე ეტიკეტს. ასევე არაა მიღებული საკულტე, აგრესიული ან ეროტიკული შინაარსის კედლის კალენდრები.

* საინტერესოა, რომ ამბიციურ ადამიანებს დიდი სივრცე უყვართ, (დიდი კაბინეტი, დიდი მაგიდა), ამიტომაცაა რომ ხელმძღვანელი თანამდებობიდან გათავისუფლების შემდეგ, განსხვავებით კოლეგებისგან, მათ ისევ დიდ მაგიდებთან ვხედავთ.

სამაგიეროდ, კედელზე შეიძლება იყოს თქვენი დიპლომები და საფირმო კალენდარი. კომპიუტერის ან კედლის „აჭრელება“ მიკრული ქაღალდის ფურცლებით (მით უმეტეს – პირადი შინაარსის ჩანაწერებით) ნიშნავს მხოლოდ იმას, რომ თქვენ არ ხართ მობილიზებული და საქმეების დაგეგმვა არ შეგიძლიათ.

ეტიკეტის თანახმად, მაგიდაზე შეიძლება იყოს ოჯახის ფოტო, უბრალო ფინჯანი ლამბაქით, მობილური ტელეფონი, სათვალის ბუდე, სავიზიტო ბარათები, თქვენთვის მნიშვნელოვანი სუვენირი, ყვავილები.

სამუშაო ადგილზე შეუფერებელია ჭიქები, საშაქრე, ლარნაკი კანფეტით, ბუტერბროდები, ნამცხვარი და სხვ. ყველაფერი ეს შეიძლება მხოლოდ შესვენებისას, სამუშაო დროს კი „სამალავშია“ შენახული.

ინდივიდუალური ელექტრული ჩაიდანნი არ უნდა „ამშვენებდეს“ ყოფილ სამუშაო ადგილს – საჭიროა ერთი საერთო, რომელშიც ის, ვინც თავის ფინჯანს ბოლოს შეავსებს, მაშინვე ხელახლა ჩართავს.

თუ თქვენ ელიტურ ხარისხიან ჩაის ამჯობინებთ, ჩაის მოსახარმად ჩაიდანნი ისეთი „ცხვირით“ შეარჩიეთ, რომ „ბადე“ არ დასჭირდეს – ეს შეუფერებელია ოფისში. ფინჯნები არ უნდა იყოს უცნაური, არასტანდარტული ზომის, სასაცილო (ან უხამსი) ნახატებით. საოფისე ფინჯნებსაც კი ოფიციალურობის ელფერი უნდა დაჰკრავდეს. ჩაის ფინჯანს და ლამბაქს შორის ქაღალდის ხელსახოცს დებენ, რათა შემთხვევითი წვეთები არ მოხვდეს კლავიატურას, საქმიან ქაღალდებს ან ტანსაცმელს (ხმაურიც ნაკლები იქნება).

შემოთავაზებულ ჩაიზე უარს არ ეუბნებიან (აწვდიან ჯერ ასაკით უფროს ქალს). როცა ჩაის ხელმძღვანელს მისაღებში (ან სხვა კაბინეტში) მიირთმევთ, თუ მაგიდა შორსაა თქვენგან, შეიძლება ლამბაქის ხელისგულზე (მკერდის სიმაღლეზე) დადება.

ჩაის ერთი და იგივე პაკეტის რამდენჯერმე გამოყენება – ცუდი ტონია. გამოყენებული პაკეტი უნდა გამოვწუროთ კოვზით და დავდოთ ლამბაქზე. ლიმონი კი – პირიქით, ფინჯანში უნდა დავტოვოთ (აქ საოფისე ეტიკეტი წინააღმდეგობაში მოდის ე.წ. – საჩაიე ცერემონიალთან).

ეტიკეტით არაა მიღებული ჩაის ბოლომდე დალევა (რათა უკანასკნელ მომენტში თავი ბოლომდე არ გადავწიოთ).

ჩაიზე ყოველი შემოსწორებული კოლეგის მოწვევა აუცილებელი არაა, მაგრამ თუ კი თქვენთან კლიენტი (პარტნიორი) შემოვიდა ხანგრძლივი (15 წუთზე მეტი) საუბრისთვის – შესთავაზეთ ჩაი (ყავა).

საოფისე ეტიკეტით, სუნამოს ხმარებასაც თავისი წესები აქვს, საქმიანი ქალის კოლეგის მაგიდა თუ სამ მეტრზე ახლოსაა, უმჯობესია თუ სუნამოსგან თავს შეიკავებს, და უპირატესობას ოდეკოლონს ან ტუალეტის წყალს მიანიჭებს.

სუნამოს შერჩევასაც ბევრი ნიუანსი უნდა გავითვალისწინოთ: წონა, კანის ფერი, სპეციალობა, სიმაღლე, ჩაცმის მანერა, დღის პერიოდი, სეზონი და სხვ. მაგალითად, სამსახურში წასვლის წინ გავრცელებული შეცდომაა როცა ქალი ცდილობს რომ „სუნამო მთელი დღის განმავლობაში იყოს“, დღის ბოლომდე არომატი მაინც ვერ შენარჩუნდება, ხასიათს კი თქვენს კოლეგებს დილიდანვე გაუფუჭებს (უმჯობესია, ფლაკონის თან წაღება და დღეში რამდენჯერმე გამოყენება). დილის სუნამოს სუნი (ისევე, როგორც ცხელ სეზონში) მსუბუქი უნდა იყოს (ასეთია ციტრუსული ან ზღვის არომატები ოზონის შეფერილობით). ზაფხულში კი მათ შეიძლება დაემატოს ყვავილოვან-ხილოვანი არომატები.

ყველა ქვეყნისათვის ერთიანი ეტიკეტი არ არსებობს და ზოგჯერ რადიკალურად განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან.

მაგალითად, ამერიკელებს კაბინეტის კარი ღია აქვთ (რადგან თვლიან, რომ მენეჯერი გარემოცვის განკარგულებაშია და თანამშრომლებთან დასამალი არაფერი აქვს), მაშინ, როდესაც ღია კარები გერმანელებში მოუწესრიგებლობის მაჩვენებელია, ამერიკელს არ შეუძლია არ დაელაპარაკოს ოთახში კოლეგას, დიდ ბრიტანეთში კი ეს მიღებულია.

ქვეყნის თანამედროვე დინამიური ცხოვრების ახალი მოთხოვნები, უცხოელებთან გახშირებული კონტაქტები, „ელექტრონული ოფისის“ მოთხოვნები სამუშაო ადგილის ტრადიციული გაფორმების ახლებურ გააზრებას მოითხოვს.

ალბათ, ისევე, როგორც ყველაფერში, აქაც „ოქროს შუალედია“ გამართლებული და განვითარებული ქვეყნების გამოცდილება ორგანულად უნდა შეერწყას მსოფლიოში აღიარებულ ტრადიციულ ქართულ ფასეულობებს.

კაბინეტში მიღების კულტურა

”თანამედროვე ოფისის” ცნება გულისხმობს მაღალეფექტურ მართვას, შრომის მეცნიერული ორგანიზაციით. განვითარებულ ქვეყნებში კი კაბინეტი მხოლოდ უმაღლესი რანგის მენეჯერებს აქვთ.

სამუშაო მაგიდა კაბინეტში (თანამედროვე წარმოდგენებით) ისე უნდა იდგეს, რომ მენეჯერი კარს ვერ ხედავდეს. სტუმრის (საქმიანი პარტნიორის, ხელქვეითის) სკამი, პირიქით, კარში შემოსული ადამიანისკენ უნდა იყოს მიმართული, ხოლო მის უკან არ იყოს ფანჯარა (სივრცე). მოსაუბრეებს შორის არ უნდა იყოს დიდი მანძილი (მაგიდის გამო) ე.ი. ოპტიმალურია მინიმალურ მანძილზე მაგიდის კუთხესთან განლაგება, უფრო მეტიც, თავაზიანი მენეჯერი თავის ძველ ამხანაგს, კარგ ნაცნობს საწერი მაგიდის ნაცვლად (რომელიც სუბორდინაციას უსვამს ხაზს) ცალკე სავარძლებთან ”სასაუბრო” მაგიდასთან მიიწვევს.

დავიწყეთ კაბინეტში მიღებით... ცუდ შთაბეჭდილებას ტოვებს მომსვლელი, რომელიც კარზე კაკუნით შემოდის, გვესაუბრება სუსტი ხმით ნახევრადლია კარებში, ავიწყდება თავისი სახელის, გვარის და თანამდებობის დასახელება. ასევე ცუდ შთაბეჭდილებას ტოვებს მენეჯერი, რომელსაც ”ავიწყდება” ტელევიზორის ხმის დაწევა, წამოდგომა, მაგიდიდან გამოსვლა და ხელის ჩამორთმევა, ან თავს არ იკავებს სატელეფონო საუბრებისგან მომსვლელის თანდასწრებით.

საზღვარგარეთის ქვეყნებთან ფართო კონტაქტი მოითხოვს ხელის ჩამორთმევის სხვადასხვა წესზე ყურადღების მიქცევას: აუცილებელია თვალებში ცქერა საფრანგეთში, იტალიაში, სამხრეთ ამერიკაში (საერთოდ სამხრეთის ქვეყნებში). ნაკლებად აუცილებელია აშშ-ში, აღმოსავლეთ ევროპაში, და ბოლოს, საერთოდ არ უყურებენ (და არც ხელს ართმევენ) იაპონელები და ჩინელები (უფრო სწორედ, მზერა გადააქვთ ნეიტრალურ ობიექტზე, მაგ. იკებანაზე).

ბევრი დრო მიაქვს მოულოდნელ ვიზიტებს ინფორმაციის და კონსულტაციის მიზნით, ოფიციალური და მეგობრული ურთიერთობის შენარჩუნებისთვის (”ისე შემოვიარე”). ამიტომ საჭიროა უარი ვთქვათ ”ღია კარის” მითზე. მოულოდნელი ვიზიტების პრობლემა იმაშია, რომ მენეჯერმა წინასწარ არ იცის, რა ინფორმაცია საჭირო მისგან.

მომსვლელი, რომელიც სამუშაოს ეძებს (ან გასაუბრებაზე) ანტიპათიას იწვევს, თუ ის ქილიკით, ლანძღვით საუბრობს წინა ხელმძღვანელზე, კამათობს და მსჯელობს კატეგორიულად, ერიდება თვალებში ცქერა, პირველი ახსენებს ხელფასს, აკეთებს ჩანაწერებს ნებართვის გარეშე.

შემოთავაზებულ ჩაიზე (ყავაზე) უარს არ ეუბნებიან (ჭიქას ჯერ ასაკით უფროს ქალს აწვდიან). საერთოდ, მენეჯერთან ფამილარობა და საუბრის გაჭიანურება არ შეიძლება მაშინაც კი, თუ ის, მეგობრულად გვექცევა. საუბრის ბოლოს შეიძლება სავიზიტო ბარათების გაცვლაც.

ჩვენთან გავრცელებული სტანდარტული, ოფიციალური (პროფესიული მონაცემებით) და ფირმის სავიზიტო ბარათების გარდა, ბიზნესმენები იყენებენ პირად (მხოლოდ სახელი და გვარი), საოჯახო და არაოფიციალურ პირებისთვის განკუთვნილ სავიზიტო ბარათებს (თანამდებობის მითითების გარეშე), ხშირად ფერადი ფოტოთი (დიპლომატის ბარათებს თავისი სპეციფიკა აქვთ). სავიზიტო ბარათს პირველი გადასცემს თანამდებობით (ასაკით) უმცროსი.

ბარათის ზომის ერთი სტანდარტი არ არსებობს, მაგრამ ქალის (ცოლის) ბარათი (მხოლოდ სახელი და გვარი) უმეტეს ქვეყნებში ერთი სანტიმეტრით ნაკლები ზომისაა. სავიზიტო ბარათები მზადდება ერთი ფერის შრიფტით, ყოველგვარი ზედმეტობის გარეშე.

განსაკუთრებით გავრცელებულია (რიტუალიც სპეციალურია) სავიზიტო ბარათები იაპონიასა და ჩინეთში, სადაც ის ნებისმიერი დოკუმენტის ტოლფასია.

პირად საკითხებზე მიღება ხელმძღვანელთან დადგენილი გრაფიკით ხდება (ტრადიციულად, ორშაბათს 15 სთ-ის შემდეგ). მიღების წინ დგება სია მთხოვნელთა გვარებით (მაქსიმუმ 10 კაცი კვირაში ერთხელ მიღებისას). მდივანი ნახევრადღია კარებში მოახსენებს ხელმძღვანელს მომსვლელის გვარს. მიღების დროს ტელეფონი გამორთულია და არ შეიძლება თანამშრომელთა შესვლა. თუ მომსვლელი აჭიანურებს გასვლას, თქვენ კი გელოდებიან ან გადაუდებელი საქმე გაქვთ, პრაქტიკაშია საუბრის შეჯამება (საათზე დახედვით), მაგიდაზე ქალაქდების გარჩევა ან ფეხზე ადგომა და კარისკენ გაყოლა. საერთოდ, რათა შეამციროს კაბინეტში მომსვლელთა ნაკადი, გამოცდილი მენეჯერი ხშირად გადის მისაღებში და იქვე "ფილტრავს" ნაკადს, ან თვითონ შედის ხელქვეითებთან.

კაბინეტი ფიქრისთვის საუკეთესო ადგილი არაა. ამიტომ სოლიდურ ფირმებს აქვთ "წყნარი ოთახი", სადაც ხელმძღვანელი ჩაკეტილი მუშაობს (და ეს მხოლოდ მდივანმა იცის).

... შავი, დერმატიტიანი ორმაგი კარები (მუდამ ბნელი "ტამბურით"), კარის თავზე ელექტროზარია (ადამიანის ღირსებაზე დამამცირებლად რომ მოქმედებს) ავეჯის "ავტორიტეტული" განლაგება, ადმინისტრაციულ-მზრდანებლოური (და არა მარკეტინგულ-პარტნიორული) მართვის სტილის ხელმძღვანელი...

დღეს ყველაფერი ეს ანაქრონიზმია. "თანამედროვე ოფისის" ცნება გულისხმობს მაღალეფექტურ მართვას, შრომის მეცნიერული ორგანიზაციით. განვითარებულ ქვეყნებში კაბინეტი მხოლოდ უმაღლესი რანგის მენეჯერებს აქვთ. სამუშაო ოთახებს კი ცვლის ადამიანის სიმაღლის მსუბუქი ტიხრები რბილი იატაკით, ხმის დამხშობი ჭერით, ჰაერის კარგი ცირკულაციით და განათებით. ოფისში, სადაც დანერგილია თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიები (კომპიუტერული ქსელი, ელექტრონული ფოსტა) არ დგას "ღია კარის" ტრადიციული პრობლემა-მენეჯერთან შეკითხვებს, საქმიან საუბარს, თათბირის საკითხებს ნაწილობრივ ხსნის ელექტრონული ფოსტა, რომლითაც თანამშრომლებს კავშირი აქვთ მენეჯერთან. კომპიუტერის "საფოსტო ყუთში" დაგროვილ შეკითხვებს ის პასუხს მისთვის მოსახერხებელ დროს გასცემს. ამრიგად, კარი მართლაც ღიაა (განსაკუთრებით, ამერიკაში), მაგრამ სამსახურებრივი ეთიკის წესებით, ამით არ სარგებლობენ.

რუბრიკა – სამართლებრივი საზოგადოება

ბიუროკრატი მოხელე

განვითარებული ქვეყნების გამოცდილება და მენეჯმენტის უახლესი კონცეპცია გვასწავლის, რომ ვიდრე საზოგადოებაში არ გამახვილდება ყურადღება მართვის, მუშაობის კულტურის საკითხებზე (ყველა დონეზე), პროგრესული ცვლილებები და სოციალურ-ეკონომიკური რეფორმები განწირულია. მათი მთავარი საყრდენი (და ერთდროულად შემაფერხებელი) ადამიანის კულტურა და ცნობიერებაა. მართლაც, განათლებული, მაღალპროფესიული კულტურული კადრების გარეშე ვერც ერთი სოციალური სახელმწიფოს მძიმეწონიანი ბიუროკრატიის* მქონე ქვეყანა განვითარების ახალ საფეხურზე ვერ გადავა.

ცნობილია, რომ მომხმარებელთან უკუკავშირის ყველაზე ნაკლები სიჩქარით და რისკით ადმინისტრაციული დაწესებულებები გამოირჩევიან (მშენებლობის, მრეწველობის, ვაჭრობის, ჯარის, რეკლამის და სხვა სფეროებისაგან განსხვავებით). აქ გავრცელებულია თანამშრომელთა პედანტიზმი, გადაწყვეტილების მიღების დიდი დრო, იერარქიული ურთიერთობანი. წინა პლანზეა ფორმა და არა რეზულტატი. აქედან იწყება ბიუროკრატიული რიტუალები – ყველაფრის წერილობითი ფიქსაცია (თავის გასამართლებლად), უაზრო დავალებათა შესრულება, კონტაქტის დარღვევა გარე სამყაროსთან და სხვ.

ზოგადი სახით, ბიუროკრატიული მუშაობის სტილი შეინიშნება მაშინ, როდესაც ორგანიზაცია, დაწესებულება, მართვის ორგანო, საზოგადოებრივ ინტერესებზე მაღლა საკუთარი უწყების ინტერესებს აყენებს და იწყებს ცხოვრებისგან, ხალხისგან მოწყვეტას. ბიუროკრატიას პერსონალური და კოლექტიური სიმპტომები აქვს.

* ბიურო (ფრ.) – საწერი მაგიდა, კრატოს (ბერძნ.) – ძალა, ძალაუფლება.

პერსონალური სიმპტომებიდან აღსანიშნავია თავის დაზღვევა. ერიდება რა კრიტიკას (ყოველი მხრიდან) ბიუროკრატი მტკიცე არგუმენტაციის ნაცვლად თავს არიდებს გადაწყვეტილების მიღებას. აქედან გამომდინარეობს „ზემდგომთან“ შეთანხმებისკენ მიდრეკილება და ხშირი უარი კონკრეტულ, საქმიან წინადადებაზე, საქმის გაჭიანურება, რასაც როგორც წესი, მოჰყვება მუშაკთა შემოქმედებითი პოტენციალის, სოციალური აქტივობის ჩაქრობა.

მეორე უკიდურესობაა ვოლუნტარიზმი – „ზემოდან“ მხარდაჭერის იმედით, მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების მოუფიქრებლად, ერთპიროვნულად მიღება, და დაუსჯელობიდან გამომდინარე – უპასუხისმგებლობა.

ასეთი თანამშრომელი იოლად იძლევა დაპირებებს, არასწორ ინფორმაციას და ვერ გრძნობს უხერხულობას დაპირების შეუსრულებლობის შემთხვევაში. გამოუვალი მდგომარეობისთვის მას წინასწარ აქვს დამუშავებული თავის მართლების მეთოდები (მაშინაც კი, როდესაც პოპულარული ტელეგადაცემის ღია ეთერშია და იქვე ნაჩვენები მისი უწყების უარყოფითი რეიტინგი 90 პროცენტს აღემატება!).

ბიუროკრატის იარაღია დემაგოგიაც; ის ხშირად ახსენებს ავტორიტეტულ სახელებს (ან პირიქით – „ხალხის მოთხოვნით...“), მოდურ და უსაფუძვლო ოპტიმისტურ ლოზუნგებს, კლიშეებს.

ბიუროკრატის პერსონალურ სიმპტომებს საფუძვლად უდევს პირადი გამორჩენის, „ბიუროკრატიული რენტის“ მიღება სამსახურებრივი მოვალეობის დარღვევით.

„ბიუროკრატიულ ჭაობში“ ჩაფლული დაწესებულება ადვილი გამოსაცნობია შემდეგი კოლექტიური სიმპტომებით: არაპროდუქციული (უშედეგო) და არაეკონომიური (ზარალიანი) მუშაობა, ინფორმაციის დამახინჯება (რაც აწყობს ყველას) მუშაობის ავტორიტარული სტილი, რომელიც იწვევს თანამშრომელთა ინიციატივის ჩახშობას.

ბიუროკრატის ნიშანია, აგრეთვე, მისწრაფება ინფორმაციის მონოპოლური ფლობისკენ, მისი „გაჟონვის შიში“, რადგან სხვა ინფორმაციასთან შედარებისას შეიძლება გამოჩნდეს „მიწერები“ და სიყალბე.

კოლექტიურ სიმპტომებს მიეკუთვნება ფორმალურ „მაჩვენებლებზე“ ორიენტაცია, რომლებიც, მართალია იცვლება მუშაობის ხარისხის პროპორციულად, მაგრამ მაინც ხელოვნურად გამოყვანილი რიცხვებია. შეფასების ასეთი ფორმალური

კრიტერიუმი შებრუნებულ ეფექტს იძლევა, თუ ის საფუძვლად დაედება წახალისება-დასჯის სისტემას.

ხელმძღვანელის არაკომპენტურობის შედეგია კადრების ტენდენციური შერჩევა: ნიჭიერი ძლიერ მუშაკთა ჩამოცილება, მაშინაც კი როცა ისინი უჩუმრად აკეთებენ თავის (და ერთდროულად სხვის!) საქმეს.

და ბოლოს, კიდევ ერთი სიმპტომი – ორმაგი მორალი, როდესაც „ჩინოვნიკი“ ამბობს ერთს და აკეთებს მეორეს (ყოველგვარი სინდისის ქეჯნის გარეშე). ამასთან, ის „ზეგამტარია“ ზევიდან მითითებისას და შეუღწევადია ხელქვეითისათვის.

ბიუროკრატიულ კოლექტივებში, სადაც თანამშრომლები ვერ ახდენენ თავიანთი შემოქმედებითი პოტენციალის რეალიზაციას, უფრო მეტ ყურადღებას უთმობენ პიროვნებათაშორისო ურთიერთობების გარკვევას, ჭორებს, ინტრიგებს და კონფლიქტებს.

საინტერესოა, რომ შეუძლებელია ადამიანთა ზუსტი გამიჯვნა ბიუროკრატებად და კარგ მუშაკებად. ბიუროკრატის „ვირუსი“ თავს იჩენს მხოლოდ არახელსაყრელ პირობებში. ამდენად ჩვენ ყველანი გარემოების მსხვერპლი ვართ. ამ ბრძოლაში ყველაფერს წყვეტს ადამიანის (დაწესებულების, კოლექტივის) ორიენტაცია: რომელი აჯობებს, მოვალეობის გრძნობა, სუფთა სინდისის შეგრძნება თუ პირადი გამორჩენა.

საქმიანობის ზოგიერთ სფეროში ბიუროკრატის ელემენტები, გარკვეული დოზით, სასარგებლო და აუცილებელია. ჩვენ ვებრძვით მხოლოდ ზედმეტ პედანტიზმს, რომელსაც ცოცხალი საქმის ჩაშლისკენ მივყევართ (ახლო წარსულში ევროპის ზოგიერთ ქვეყანაში გაფიცვის ნიშნად რკინიგზელები განრიგის მიხედვით პუნქტუალურ მოძრაობაზე გადადიოდნენ).

ჩვენი საუკუნე პოსტინდუსტრიული ინფორმაციული საზოგადოების ეპოქაა, სადაც ვერტიკალური ინტეგრაცია უკვე საშიში ხდება. იცვლება თანამშრომელთა ეთიკური ორიენტაცია – ურთიერთვალდებულების გრძნობა, კეთილი ნება პრობლემის გადაჭრისას, გარეშე ცვლილებებისადმი ადაპტაციის გაზრდილი ხარისხი. იქმნება კვალიფიკაციაზე დაფუძნებული ახალი ელიტა. ფასეულობების სწრაფი ცვლილებების გამო პროფესიული სიმწიფის მაჩვენებელი უკვე პიროვნული მახასიათებლები გახდა – კერძოდ ზნეობა.

ბიუროკრატის პროფილაქტიკაში გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს კარგ ოჯახურ აღზრდას, მოქალაქეობრივი პასუხისმგებლობის გრძნობას და ინტელიგენტურობას.

გლობალიზაციის პირობებში, ზოგადი, სოციალური და „სამართლებრივი კულტურის“ ზრდასთან ერთად, ბიუროკრატიულ ურთიერთობებს იმედია, ბოლო მოეღება.

რუბრიკა – ბიზნესის ეთიკა

მენეჯერი პრობლემების მარწუხებში

**წარმატება წარუმატებლობის მეორე მხარესაა
ჩასაფრებული კორპორაცია IBM დევიზი**

**არაფერია იმაზე უფრო საშინელი ,ვიდრე
ამოქმედებული უმეცრება გოეთე**

კრიზისული მოვლენები, რომლებიც ჩვენს ქვეყანაში განვითარდა ბოლო პერიოდში, მხოლოდ ქვეყნის ხელისუფლების სუბიექტურ თუ ობიექტურ შეცდომებზე არ დაიყვანება – ნაწილობრივ ის მსოფლიოში მიმდინარე გლობალური პროცესების შედეგაცაა.

მსოფლიო კრიზისების ეპოქაში შევიდა (ეკონომიკურ, სავალუტო, ეკოლოგიურ და სხვ.), საიდანაც გამოსავალი არ ჩანს (ყოველ შემთხვევაში, უახლოეს წლებში). ბუნებრივია, საზოგადოებაში გროვდება უკმაყოფილების, ურთიერთბრალდებების „უარყოფითი მუხტი“, რომელშიც, ასე განსაჯეთ, წვლილი ყოველ ჩვენთაგანს შეაქვს (ყველა „იძლევა რჩევას“, მიტინგებს, ხმაურიან „საქმის გარჩევებს“ თუ სასამართლო პროცესებს ბოლო აღარ უჩანს...).

სამყაროში, სადაც ადამიანთა უმეტესობას ეშინიათ იყვნენ ნაკლებ წარმატებული, ვიდრე მათი შეძლებული მეზობელი თუ კოლეგა, ცხოვრებისეულ სიძნელეებს ბოლო არ მოეღება. აგრესია, მრისხანება, ამბიციუა და თავდაჯერებულობა მსოფლიოს „აურის“ ერთ–ერთი ყველაზე დიდი დაბინძურების წყაროებია. ამასთან, მათი გამოვლენა არაკონსტრუქციულია, არ ცვლის არაფერს, და პირიქით, გვტოვებს ადამიანების სიყვარულის გარეშე (ყველა რელიგიაც ხომ ამას გვასწავლის). ჩვენი მოლოდინების, ოცნებების შესრულების ალბათობა მცირეა, და საჭიროა ამის შეგუება. გულგაცრუება ხომ სწორედ მოლოდინებს მოსდევს.

ცხოვრება განვითარების სხვადასხვა ეტაპებისგან, „თეთრი“ და „შავი“ ზოლების მონაცვლეობისგან შედგება. კრიზისული „შავი ზოლები“ ერების, ადამიანების განვითარების აუცილებელი ეტაპია, რომლის დროსაც გამოთავისუფლდება ახალი ძალები. შეიძლება ითქვას, რომ სწორედ სიძნელეებია ცხოვრების განვითარების სტიმული (უფრო ზუსტად, მათი შიში). თავის შინაარსს და ფორმას ცხოვრება ხომ მხოლოდ ბედის დარტყმებით იძენს. სწორედ დანაკარგი ათავისუფლებს ადგილს დიდი წარმატებისთვის. მართალია, დანაკარგებს განვიცდით, მაგრამ ამას უნდა შევეგუოთ, მიუხედავად იმისა, რომ დაცულობის გრძნობას ძველი უზრუნველყოფს, ახალი კი – არა. უფრო მეტიც, ის გვაცლის ნიადაგს, რაც გვაიძულებს ვეძებოთ ახალი საყრდენი წერტილი.

დიდი შეცდომაა მიღწეულით კმაყოფილება – თვითკმაყოფილი განწირულია. იოლი ცხოვრებისას სულიც უძლური და მოდუნებულია. სწორედ ამ კომფორტულ სიტუაციაში ჩაისახება მომავალი ტკივილის მიზეზი. თუ „მშვიდი ცხოვრების“ ფაზაში ჩვენ „დინებას მივყვებით“, კრიზისულ პერიოდებში განვითარების ფაზაში გადავდივართ; ამასთან, პირველი, ძნელი, ახლისკენ მიმართული ნაბიჯებით. ნამდვილი ცხოვრება კი სწორედ ასეთი ნაბიჯებისგან შედგება. კრიზისი წარმოიშობა მაშინ, როცა გვეშინია „აუცილებელი ნაბიჯის“ გადადგმის და ამიტომ აღარ ვართ ჩვენ თავთან ჰარმონიაში; როდესაც „არას“ ვეუბნებით მომენტს, სინამდვილეს.

მართლაც, უფსკრულს, რომელიც ჩვენს წინაა, ერთი ნაბიჯით ვერ გადალახავ, ნახტომს კი განარბენი სჭირდება, რასაც უკან დახევის გარეშე ვერ შევასრულებთ. ჩვენ სწორედ ეს უკან დახევა გვთრგუნავს. განსაკუთრებით, თუ ის ისე გრძელია, რომ დაღლილობისგან ნახტომისთვის ძალა აღარ გვყოფნის. სწორედ აქაა საჭირო სიბრძნე, რათა განვსაზღვროთ უკუდახევის ოპტიმალური მანძილი.

პრობლემის პირველადი მიზეზი ისევ ჩვენშია. როგორც პარადოქსულად არ უნდა ჩანდეს, გარემომცველი სამყაროს კრიზისის საფუძველი პიროვნული კრიზისია, ვინაიდან ადამიანები სამყაროს ნაწილი ვართ და გარეგანი სინამდვილე მხოლოდ შინაგანის ანარეკლია...

პიროვნული კრიზისის რამდენიმე ნაირსახეობა არსებობს: განვითარების, ურთიერთობების, ცხოვრების აზრის და სხვ. პიროვნული კრიზისების* მიზეზს რა გამოლევს – თუნდაც „სტრუქტურული ცვლილებების“ გამო დაკარგული თანამდებობა, უახლოესი ადამიანის გარდაცვალება, ქრონიკული უმუშევრობა ან ასაკობრივი („ორმოცწლიანების“) კრიზისი. რადგან ასაკობრივი კრიზისი მენეჯერის კარიერის საუკეთესო წილებს ემთხვევა, ამიტომ ყურადღებას სწორედ მასზე გავამახვილებთ.

საქმე იმაშია, რომ გარკვეულ ასაკობრივ ზღვარს მიღწეული ადამიანი, ცდილობს შეაფასოს რისი გაკეთება მოასწრო ახალგაზრდულ იდეალებთან შედარებით. ეს გამოცდა ყველაზე მთავარია ადამიანის ცხოვრებაში. ის თავის ოცნებებს, ცხოვრებისეულ მიზნებს ყოველდღიურობას, რუტინას უპირისპირებს და როდესაც მიხვდება, რომ კომპრომისებში აქტიური ცხოვრების გზა უკვე განვლო, ილუზიებს ემშვიდობება, იწყებს ფასეულობათა გადაფასებას, გაიაზრებს დარჩენილ მონაკვეთს და თუ შეიგნებს თავის ჭეშმარიტ შესაძლებლობებს, უფრო რეალურად გეგმავს დროს, შემდგომ ცხოვრებას.

კრიზისულ პერიოდში სულიერ გარდატეხას მოსდევს შინაგანი სამყაროს შეცნობა. მუდმივი ძიების და ანალიზის შედეგად ადამიანი გადადის „შინაგანი ცხოვრების“ ახალ, შედარებით უფრო მაღალ დონეზე.

დეპრესიის კარგი წამალია ადამიანებისადმი კეთილგანწყობა, შემოქმედებითი მუშაობა, რაც საშუალებას გვაძლევს გამოვამყდავნოთ ნიჭი, უნარი.

ამრიგად, მენეჯერის საშუალო ასაკი გარკვეულ შინაგან პატიოსნებას, ვაჟკაცობას, გონებრივ და სულიერ მოქნილობას, ცხოვრებისეული სირთულეების მიმართ ალღოს აღებას, სიმტკიცეს, თავშეკავებულობას, ახალი იდეებისადმი ნაკლებ სიმკაცრეს და რაც მთავარია, საკუთარი ღირსების გრძნობის შენარჩუნებას მოითხოვს.

* დეპრესია და შიში სამუშაოს გაცდენის, შრომისუნარიანობის დაკარგვის მიზეზების პირველ ადგილზეა (აშშ-ში ამჟამად წლიური ზარალი \$53 მლრდ. აღწევს).

უფრო ფართო თვალსაწიერით, კი შეიძლება დავასკვნათ, რომ მენეჯერის, საქმიანი ადამიანის კარიერა დაიყვანება კრიზისული სიტუაციებიდან გამოსვლის ხელოვნებაში.

„მდივან-რეჟერანტი“ — თქვენი მარჯვენა ხელი ბიზნესში



„ვიცი ინგლისური, ვიფარებ მდივან-რეჟერანტად, ხელფასით 350 ლარი...“ ხშირად ვხვდებით ასეთ განცხადებებს პრესაში, რაც მინანიშნავს, რომ დასავლეთიდან, ფემინისტრა პრესტიჟული, ჯერ კიდევ დემინციტიური (და ამიტომ მაღალხელფასიანი) პროფესიის ახალი ტალღა. სამწუხაროდ, ჩვენი განათლების სისტემა, სამხინი ზრამი და თუნდაც მინტალიტატი ამ ტალღას მოუზადამელი დასვდა. ის ჩანს თუნდაც იტიდან, რომ ინგლისური რომ საკმარისი იყოს ამ პროფესიისთვის, მთელი მსოფლიოს ინგლისურენოვანი მოსახლეობა უკვე მზად ყოფილა მდივან-რეჟერანტობისთვის...

წარსულს ჩაბარდა ის დრო, როცა ეგონათ, რომ ნებისმიერ წერა-კითხვის მცოდნეს შეეძლო სამდინოში (კანცელარიაში) მუშაობა, ხოლო ნებისმიერ განათლებულს — ბიბლიოთეკარობა. ტექნიკური მდინის ტიპური პასუხები „უფროსი გასულია“, „დღეს არ იწება“, „დაკავებულია, დაელოდეთ“ (ტრადიციული ყავის ხარშვის ფონზე) დღევანდელ პირობებში უკვე ანაქრონიზია.

განვითარებულ ქვეყნებში მენეჯერის, ბიზნესმენის თანამეშვეთა მომზადებას დიდი ყურადღება ექცევა. კარგი თანამეშვეთ ხომ ორჯერ ზრდის ხელმძღვანელის შრომის ნაყოფიერებას. მუშაობის ანაზღაურებაც შესაბამისია. სპეციალურ ერთწლიან კურსებზე მათ ასწავლიან საქმის წარმოებას (დოკუმენტალისტიკას), კომპიუტერს, ორ უცხო ენას, საბუღალტრო საქმეს, ისტორია-ლიტერატურას, ფსიქოლოგიას, კოსმეტიკას, შეიპინგს, სამეურნეო კანონმდებლობას, პრესის მიმოხილვას (რეჟერირებას) და ა. შ. სხვადასხვა

ქვეყნებში ასეთი მომზადების სპეციალისტების სახელწოდება (პროფილის მიხედვით) სხვადასხვაა: სუპერ-რეჟერენტი, ოფის-მენეჯერი, საქმისწარმოების რეჟერენტი, ბიზნეს-მდინი, მდინ-რეჟერენტი და სხვა.

ინფორმაციის სწორი დახარისხება-ფილტრაციით მდინ-რეჟერენტი დიდ სამსახურს უწევს ხელმძღვანელს. ის კარგად უნდა ერკვეოდეს ორგანიზაციის სტრუქტურაში და თავისებური დისპეტჩერის როლს ასრულებს ოფისში.

თანამედროვე კონცეფციით მდინ-რეჟერენტს უნდა ჰქონდეს შემოქმედებითი აზროვნების უნარი: ის ხელმძღვანელს უნდა აწვდიდეს „აზრების ნაკადს“. ასე რომ, მომავალი მდინ-ნოვატორებზეა ორიენტირებული.

მდინ-რეჟერენტის მუშაობას საფუძვლად უდევს პასუხისმგებლობის გადაცემა — დელეგირება. სამწუხაროდ, მოუხედავად მართვაში ფუნდამენტალური მნიშვნელობისა, დელეგირება ყველაზე ნაკლებად გაგებული და პრაქტიკაში არასწორად გამოყენებული კონცეფციაა. გარდა ამისა, შეიძლება ითქვას, რომ ნებისმიერი სასარგებლო საქმის „ჩაშლის“ ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი დელეგირების საერთო დაბალი კულტურაა.

დელეგირება სასარგებლო არა მხოლოდ ხელმძღვანელისთვის (მას მეტი დრო რჩება შემოქმედებითი მუშაობისთვის), არამედ მდინ-რეჟერენტისთვისაც — მდიდრდება მისი გამოცდილება, მატულობს კომპეტენტურობა, საკუთარი თავის რწმენა და აქედან გამომდინარე — ავტორიტეტი.

დელეგირებისას ხელმძღვანელის ყურადღება საქმის „თვითშესრულების“ ფუნქციიდან ხელქვეითების კონტროლზე გადააქვს. დელეგირების „დანერგვას“ ხელს უშლის შინაგანი წინააღმდეგობები. ხელმძღვანელი თავს იკავებს დელეგირებისგან შემდეგი გავრცელებული მიზეზებით:

1. იდეალური წესრიგის მოთხოვნიდან გამომდინარე, „მე უკეთ გაგაკეთებ“ პრინციპის გამო;
2. არ აქვს ხელმძღვანელობის ნიჭი, დაგალების უნარი;
3. არ აქვს ხელქვეითის ნდობა;
4. ეშინია, რომ „არ ეყვარება ხალხს“;
5. არ აქვს უკუკავშირი ხელქვეითის ეფექტური კონტროლისთვის.

თავის მხრივ, ხელქვეითიც ერიდება პასუხისმგებლობას შემდეგი მიზეზებით:

1. ეშინია კრიტიკის;
2. დამოკიდებულია ხელმძღვანელზე, არ აქვს თავის რწმენა;
3. არ აქვს ინფორმაცია, რესურსები, გამოცდილება;
4. არ უყვარს საკითხის დამოუკიდებლად გადაწყვეტა, (მით უმეტეს, სტიმულის გარეშე);
5. ისედაც ბევრი საქმე აქვს.

დელეგირების „რეჟიმში“ მუშაობისას მეტი ყურადღება უნდა მიეცეს ხელმძღვანელსა და თანამეშვეთს შორის ინფორმაციის-გაცვლის სიზუსტეს. ხშირად თანამეშვეთს ცუდი მუშაობის მიზეზია ხელმძღვანელისგან სინქრაში არაზუსტად მიღებული ინფორმაცია.

ცხადია, არ შეიძლება ყველაფრის დელეგირება. პირველ რიგში, საჭიროა რუტინული, სპეციალური ან მოსამზადებელი სამუშაოს (პროექტის), აგრეთვე თათბირზე დასწრების დელეგირება. ამავე დროს, არ შეიძლება საერთო „პოლიტიკის“, წახალისების და საკადრო საკითხების, განსაკუთრებით



მართვის კულტურა

მნიშვნელოვანი, სასწრაფო და მკაცრად კონფიდენციალური საქმეების დღეგეგმვა.

დღეგეგმვას ხელს უშლის საერთო სიტუაციაც დაწესებულებაში:

1. შეცდომებისადმი შეურიგებლობის ატმოსფერო;
2. ქაოსი უფლება-მოვალეობათა განაწილებაში;
3. შტატების უკმარისობა;
4. მუდამ „სასწრაფო“ საქმეები;
5. „ერთი კაცის პოლიტიკის“ ატმოსფერო.

მდივან-რეფერენტის, თანაშემწის ნიჭი ისევე იშვიათია, როგორც ნებისმიერ სხვა დარგში. ალბათ, ამიტომაცაა, რომ ორი-სამი შეცდომის შემდეგ მას უკვე აღარ ანდობენ მნიშვნელოვან დავალებებს. ჩვენთან გავრცელებული შეხედულება, რომ მდივან-რეფერენტისთვის საკმარისია უცხო ენის და კომპიუტერზე მუშაობის ცოდნა, მცდარია.

საოფისე კულტურაში განვითარებულ ქვეყნებში დიდი ყურადღება ექცევა კიბერნეტიკის ახალ დარგს, რომელსაც უწოდებენ დოკუმენტალისტიკას (რუსეთში – ინფორმატიკას). ის ახლოსაა დოკუმენტური სისტემების ოპტიმიზაციასთან, დოკუმენტაციონალისთან, გონებრივი შრომის ორგანიზაციასთან.

თუ ოფისში არაა მოგვარებული დოკუმენტებთან მუშაობის საქმე, უარესდება მართვაც. მართვის დოკუმენტური უზრუნველყოფის გაუმჯობესება კი, როგორც წესი, სტიქიურად ხდება, გამოცდილების გათვალისწინების გარეშე. დოკუმენტი – მუშაკებს შორის ფუნქციების განაწილების ინსტრუმენტი, ის „აწებებს“ ფუნქციების გაყოფის საზღვრებს.

ინფორმაციის ოკეანეში, რომელშიც მენეჯერს უწევს მუშაობა, ის თავისივე მხოლოდ ცალკეულ ნაკადებს მიმართავს, დანარჩენს კი ზღუდავს. დოკუმენტალისტიკა გვასწავლის, რომ დაწესებულებაში უნდა მოძრაობდნენ ქაღალდები და არა ადამიანები ქაღალდებით (რაც იწვევს რიგებს), რომ მენეჯერთან ინფორმაციული ნაკადის ხშირი ცვლა უნდა მოსპოს, ხოლო სხვადასხვა ნაკადის შეჯამება – ზედღება, საქმიანი ატმოსფეროს მტერია.

მდივან-რეფერენტი ხელმძღვანელზე უფრო მეტად უნდა ერკვეოდეს მართვაში, რადგან ის გრძნობს ხელქვეითთა განწყობას და ხელმძღვანელზე უკეთ აქვს განვითარებული „დროის გრძნობა“. მდივან-რეფერენტი ყოველდღიურად დამატებული მუშაობს, რაც მოითხოვს შინაგანი ძალების მობილიზებას, ინფორმაციული პივიენის წესების დაცვას. საერთოდ, ინფორმაციული ცხოვრების წესისადმი შეგნებულ დამოკიდებლობას ინფორმაციული კულტურისკენ მივყავართ. კერძოდ, დიდი მნიშვნელობა აქვს მისაღები ოთახის, კომპიუტერის ეკრანის განათებას, სიმყუდროვეს. სამუშაო მაგიდის ზედაპირი ცარიელი უნდა იყოს ქაღალდებისგან. ტელეფონის, რადიომიმღების, პრინტერის, ტელეფონის დაბალი ხმა, რბილი ავეჯი, ყვავილები მშვიდ ატმოსფეროს უნდა ქმნიდეს ოფისში.

განვითარებულ ქვეყნებში კონკურენტული გარემო სულ უფრო მკაცრდება, ბიზნესი, საქმიანი თანამშრომლობა კი – რთულდება. ამიტომ ოფისებში საბუღალტრო და სასაწყობო კომპიუტერული პროგრამების გარდა, გამოჩნდა დოკუმენტრუნვის ორგანიზაციის, სამუშაო დროსა და დავალების ეფექტური დაგეგმვის პროგრამები. თანამედროვე ორგანიზაცია, რომელიც დინამიური ბიზნესის პირობებშია, გასცდა „საქალაქო ტექნოლოგიის“ ჩარჩოებს. ეს ტექნოლოგია იცვლება „ელექტრონული დოკუმენტი“, მოთხოვნილება საქმისწარმოების ავტომატიზაციაზე რამდენჯერმე აღემატება საბუღალტროს, თუნდაც იმიტომ, რომ ოფისის პერსონალის

90% საქმისწარმოებაშია ჩართული. ყველაზე გავრცელებული მეთოდია ცალკეული სამუშაო ადგილების ავტომატიზაცია. მდივან-რეფერენტის მუშაობის ავტომატიზაციას ემსახურება სხვადასხვა სპეციალიზირებული პროგრამები (Evfpat 97 Client), პერსონალური ინფორმაციული სისტემები (Sideck, Curent და სხვ.), პრინციპულად ახალი ეტაპი დაიწყო (ფაქტობრივად, საოფისე სტანდარტია) პროგრამის MS Office 97 (მცირე ბიზნესის ვერსიით) გავრცელებით. უდიდესი პერსპექტივები აქვს უახლეს ინფორმაციულ ტექნოლოგიას, – „ინტრანეტს“, რომელიც „ინტერნეტის“ სტანდარტებს და პრინციპებს იყენებს შიდასაფირმო ქსელშიც (შიდა ინფორმაციის უსაფრთხოების გარანტიით).

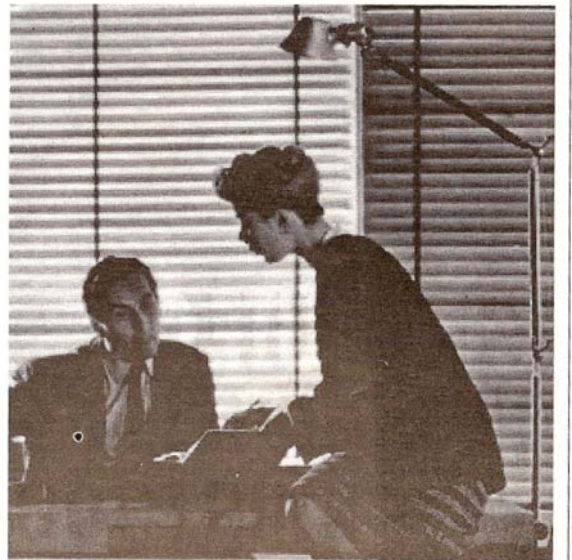
მუშაობის ჭეშმარიტი კულტურისგან ჩვენ ვერ ძალზე შორს ვიმყოფებით. საქართველოში მდივან-რეფერენტთა მომზადების დონე ოდნავაც ვერ აკმაყოფილებს ჩამოთვლილ მოთხოვნებს. დედაქალაქშიც კი, თვით საერთაშორისო და ერთობლივ ორგანიზაციებში მომუშავე ადგილობრივი პერსონალი (მოუხედავად უცხო ენის კარგი ცოდნისა) საქმიანი თვისებების, მანერების და ჩვევების მხრივ, ძალზე ცუდ მთავიპყლილებას ტოვებს.

თბილისში იყო (და ახლაც არის) მდივან-რეფერენტთა მომზადების რამდენიმე ცდა (თბილისის მეწვეურთა სკოლა, უცხო ენათა სახელმწიფო ინსტიტუტი, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ინვალიდთა დეპარტამენტი და სხვ.). მოუხედავად შეკვეცილი, გამარტივებული პროგრამებისა (თუნდაც მოსკოვთან შედარებით), ეს პროფესია რესპუბლიკაში პოპულარული ვერ გახდა (ცხადია, ცალკეულ ერთუზიანობებზე არაა ლაპარაკი). მსმენელთა მენტალიტეტიც („ჩვენ მხოლოდ ინგლისური და კომპიუტერი გეჭირდება“) ხელს არ უწყობს სწავლების მასშტაბების ზრდას.

ახალი მოთხოვნები, პირადი ორგტექნიკა (საოფისე ორგტექნიკასთან ერთად), მაღალი ანაზღაურება, იმედია, მნიშვნელოვნად შეცვლის ჩვენი საზოგადოების ტრადიციულ „სამწუნაროდ, არაპრესტიჟულ“ წარმოდგენებს მდივნის და თანაშემწის პროფესიაზე.

რუბრიკის „მართვის კულტურა“ მორიგი სტატიაა „საკომუნიკაციო კულტურა ოფისში“

ოზარ შუღრა



WIFI – უმავრთულო ქსელური ტექნოლოგიების უახლესი მიმართულება

გლობალურ უმავრთულო ტექნოლოგიების მიმართულებას (თანამგზავრულ ინტერნეტ-კავშირი და სხვ.) უკანასკნელ წლებში გამოეყო პერსონალური უმავრთულო ტექნოლოგია (Bluetooth* ტექნოლოგია – 10 მეტრამდე მანძილზე გადაცემით). შუალედური მდგომარეობა ამ ორ ტექნოლოგიას შორის უკავია WIFI ქსელებს, რომლებიც მუშაობენ 2,4 ან 5 გიგაჰერც სიხშირეზე, რამდენიმე ასეულ მეტრის მანძილზე გადაცემით. სხვა ტერმინოლოგიით ესაა WLAN ქსელი (wireless LAN - უმავრთულო ლოკალური ქსელი).

ასეთი ქსელები სჭირდებათ უნივერსიტეტებს, ბიბლიოთეკებს, კონფერენც-დარბაზებს, გამოფენებს, ბიზნეს-ცენტრებს, აეროპორტებს, კაფე-რესტორნებს, ავტოსერვისის ცენტრებს – ყველგან, სადაც ელოდებიან მომსახურებას, ხოლო ტრადიციულ კავშირგაბმულობის მავრთულების გაყვანა არაა მიზანშეწონილი ან შეუძლებელია. WIFI გამოდის, როგორც საზოგადოებრივ ადგილებში ინტერნეტის მიწოდების (შელწევს) სამსახური (ინტერნეტი კი დაწესებულების იმიჯის ამაღლების საშუალებაა). ასეთი საზოგადოებრივი სარგებლობის წერტილს ჰოტ-სპოტს** უწოდებენ, სადაც შედიან ნოუთბუქით, ჯიბის კომპიუტერით, ან სმარტფონით (კომპიუტერი მობილურ ტელეფონში). ვიდრე კლიენტს მოემსახურებიან, ის მუშაობს საიტებთან, კითხულობს ელ. ფოსტას და სხვ. ბუნებრივია, რომ პირველ ეტაპზე ჰოტ-სპოტის მომხმარებლები მივლინებაში ხშირად მყოფი ადამიანები იყვნენ.

უმავრთულო ტექნოლოგიების ეს მიმართულება ძალზე სწრაფად ვითარდება – ადამიანები მობილურებისკენ მიისწრაფვიან და მალე არავინ ისურვებს მავრთულებთან მუშაობას. ამის მაჩვენებელია შემდეგი ციფრები:

ჰოტ-სპოტის მომხმარებელთა რიცხვი მსოფლიოში 2003 წელს 10 მილიონი იყო, 2004 წელს კი 30 მლნ. უმავრთულო ლოკალური ქსელების რაოდენობით აშშ პირველ ადგილზეა. განვითარების ტემპებით კი წინ ევროპა-ახლო აღმოსავლეთის რეგიონია. 2008 წლისთვის ჰოტ-სპოტების რაოდენობა ევროპაში 10-ჯერ გაიზარდა (100 ათასი) და მოემსახურება 16 მლნ ადამიანს. ცხადია, ქვეყნების მიხედვით ზრდის ტემპი ერთნაირი არაა, თუ 2002 წელს ყველაზე აქტიური სკანდინავია იყო, 2003 წელს

* სიტყვასიტყვით – ცისფერი კბილი.

** სიტყვასიტყვით – წითელი წერტილი.

აქტიურობა გადავიდა დიდ ბრიტანეთსა და გერმანიაში და ახლაც ინარჩუნებენ ლიდერობას.

რუსეთშიც იზრდება WIFI პროვაიდერების და ჰოტ-სპოტების რიცხვი: 2008 წელს იქნება 1500 ჰოტ-სპოტი 30 ათასი მომხმარებლით (აქედან 70% კომერციული იქნება). ამჟამად მოსკოვში დომინირებს მომხმარებლისთვის უფასო მოდელი, სადაც პროვიდერი შემოსავალს იღებს აპარატურის ინსტალაცია-ექსპლოატაციით და ჰოტ-სპოტის მფლობელისაგან ყოველთვიური სააბონენტო გადასახადით. რუსული ბაზრის უდიდესი წარმომადგენელია ფირმა Яндекс WIFI. მოსკოვს და რუსეთის კიდევ 4 დიდ ქალაქს რამდენიმე პროვაიდერი ემსახურება.

თბილისში WIFI წერტილებია აეროპორტში, სასტუმრო „მერატონ-მეტეხში“ და „მარიოტში“, რამდენიმე დიდ კაფეში.

ჰოტ-სპოტი მუშაობს „კლიენტ-სერვერის“ რეჟიმში. ის შედგება მიმღებ-გადამცემისგან, ქსელური (მავთულიანი) ინტერფეისის კონტროლერისგან (Sthernet და სხვ.) ბაზური პროგრამული უზრუნველყოფის კომპლექტისგან, ხიდის ფუნქციის რეალიზაციით. ერთი ასეთი წერტილი 80-მდე კლიენტს შეიძლება მოემსახუროს, ხოლო კორპუსებს შორის გარე აქტიური ანტენებით კავშირი 3-4 კილომეტრამდე ზრდის უმავრთულო ქსელის ზონას. რამდენიმე ჰოტ-სპოტი შეერთებულია მავთულიან ინტერნეტთან (Ethernet, DSL და სხვ.). ასეთ ზონებს ჰოტ-ზონებს უწოდებენ.

კლიენტი – რადიოსიხშირის მიმღებ-გადამცემი და ინტერფეისისკვანძია (ნოუთბუქისთვის PC Card ან „ჩაქსოვილი“ გადაწყვეტა). ამჟამად ნოუთბუქების და ჯიბის კომპიუტერების უმეტესობა WIFI ადაპტერებითაა აღჭურვილი. შენობაში გადაადგილებისას მუშა მანძილია – 50 მ, პირდაპირი ხედვისას – 300 მ, გადაცემის საშუალო მანძილი კი 100 მეტრამდეა.

ჰოტ-სპოტი ასრულებს კონცენტრატორის ფუნქციას: იღებს მონაცემთა პაკეტებს, გადაამუშავებს დაგადასცემს ქსელში. როცა კლიენტის სადგური ხვდება ჰოტ-სპოტის მოქმედების ზონაში, ის ჩაერთვება და კლიენტი აეწყობა რადიოარხს. WIFI მუშაობს 2,4 გჰც (სტანდარტი 802.11 B) ან 5 გჰც (სტანდარტი 802.11a) სიხშირეზე. აქ იგულისხმება საერთაშორისო IEEE 802.11 სტანდარტის ქვეჯგუფები. ზოგან (მაგ. რუსეთში) შენობის შიგნით სპეციალური ნებართვა სიხშირეზე არაა საჭირო, თუმცა ჰოტ-სპოტის რეგისტრაცია საკმაოდ ძვირია და აპარატურის ფასს აღემატება.

ჰოტ-სპოტის მოსაძებნად პატარა (მობილური ტელეფონის ფორმის) ხელსაწყოებია (WIFI დეტექტორები), მიმართულებით ინდიკატორით. WIFI ტექნოლოგიის დანერგვამდე გავრცელებული იყო კავშირი ინფრაწითელი სხივებით – პაკეტური დაბალსიხქარიანი გადაცემა ფიჭურ ქსელებში (ე.წ. GPRS ტექნოლოგია), სადაც აუცილებელია მობილური ტელეფონის და ნოუტბუქის ინფრაწითელ პორტის ფიქსირებული განლაგება. აღსანიშნავია, რომ ლოკალური ქსელის პერსონალური უმავრთულო პროტოკოლი – Bluetooth ტექნოლოგია ასეთ ფიქსაციას არ მოითხოვს – მობილური ტელეფონი შეიძლება იყოს თუნდაც ჯიბეში.

GPRS ტექნოლოგიასთან შედარებით WIFI უფრო ეკონომიურად ითვლება.

უმავრთულო ქსელების ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემაა მათი უსაფრთხოება (თანამედროვემიდგომით): მეზობელი შენობიდან ჰაკერი ნოუტბუქით ისე შეაღწევს კლიენტის კომპიუტერში, რომ განსხვავებით ტრადიციული ინტერნეტისაგან ვერც დააფიქსირებ (რადგან შესაბამისი ლოგიკური პორტი არ კონტროლდება), ჰოტ-სპოტის აღმომჩენის ყიდვა კი შეიძლება რამდენიმე ათეულ დოლარად, და ინფორმაციის „გადაქაჩვა“ შეიძლება თუნდაც იქვემიდგომი ავტომანქანიდან.

WIFI მეორე ნაკლია დაბალი რეალური სიჩქარე: არხის გატარების ზოლის ნაწილი სამსახურებრივი მონაცემების გადაცემაზე მოდის და მანძილის და რადიოხელშეშლის ზრდასთან ერთად მცირდება.

5 მეგა ბიტ/წმ გამტარუნარიანი აპარატურა იძლევა საშუალო რეალურ სიჩქარეს 3–4 მეგაბიტ/წმ. სტანდარტი 802,11 A თუმცა უფრო სწრაფია, უფრო გავრცელებული და თანამედროვეა სტანდარტი 802.11 G, 108 მეგაბიტ/წმ გამტარუნარიანობით, რაც უახლოვდება მავრთულიანი ქსელების სიჩქარეს.

ამჟამად ფართოდ გავრცელდა პროტოკოლის ახალი სტანდარტი IEEE 802.16, უფრო სწრაფი, ვიდრე მავრთულიანი Ethernet ტექნოლოგიები. ამ ტექნოლოგიის Wimax უწოდებენ და მოსკოვში უკვე დაწყებულია მისი ფართე დანერგვა (2,6 ჰჰც სიხშირით) ამერიკული კომპანია Nextnet Wireless ხელშეწყობით.

საზოგადოება

სამართალი

კულტურა

უახლესი ტექნოლოგიების გამოგნებელი მიღწევები ზრდის ადამიანთა მისწრაფებებს, რასაც მოთხოვნის და მისი დაკმაყოფილების ციკლამდე მივყავართ. ადამიანთა გარკვეული ფენები უსაზღვროდ მომთხოვნები გახდნენ: მომავლის იმედმა (მოლოდინებმა) განუხრელი ზრდა განიცადა და მოთხოვნებად გარდაიქმნა, მოთხოვნები კი – სამართლად. ადამიანთა დიდი მასები მოითხოვენ, რომ მთავრობამ წარმატებით გადაჭრას როგორც საკუთარი, ასევე მათი პრობლემები, ეს კი არღვევს მსოფლიოს ბევრი (მათ შორის, ჩვენი) ქვეყნის სოციალურ რეჟიმს. მაინც რა კავშირია საზოგადოების სამართლებრივ კულტურასა და ქვეყნის ეკონომიკას შორის?

სამართალი უმნიშვნელოვანესი სოციალური ფენომენია, ვინაიდან სოციალური ძალები, საბოლოო ჯამში, გარდაიქმნება სამართლად. მეორეს მხრივ, საზოგადოებაზე ზემოქმედებას სამართლის სისტემებიც ახდენენ.

ამ ორმხრივ ზემოქმედებაში განმსაზღვრელია სამართლებრივი კულტურის (სამართლებრივი ცნობიერების) ცნება, რომელიც ფასეულობების, ქცევების, მოსაზრებების აღმნიშვნელი ფართო ტერმინია. სამართლებრივი კულტურის საკითხები საკმაოდ შეუსწავლელია (ცოტაა გამოკვლევები), მიუხედავად იმისა, რომ სამართლებრივი კულტურის მახასიათებლები გაზომვადი სიდიდეებია, ფაქტობრივად, მათი გაზომვა ჯერ არც ჩატარებულა.

როგორც ავლნიშნეთ, სამართალს სოციალური ძალები ქმნიან. მაგრამ ეს არაპირდაპირი გზით ხდება. ომი, ტექნოლოგიური ცვლილებები, ეკონომიკური კრიზისები ავტომატურად კი არ აისახება სამართლებრივ წესრიგში, არამედ სოციალური კონფიგურაციის შეცვლის შემდეგ იცვლება ადამიანთა მოლოდინები, რომლებიც გარდაიქმნება მოთხოვნად, ხოლო შემდეგ – სამართლად.

სამართლებრივი კულტურა (როგორც საერთოდ, კულტურა), წარმოადგენს იდეების, ფასეულობების, ქცევების ერთობლიობას. ყოველ პიროვნებას აქვს

გარკვეული სამართლებრივი კულტურა. შეიძლება საუბარი ასევე სოციალური ჯგუფების (მაგ. სხვადასხვა ქვეყნების) სამართლებრივ კულტურაზე. თუმცა, ეს არ ნიშნავს, რომ ჯგუფის ყოველი წევრი იზიარებს იგივე იდეებს.

სამართლებრივ კულტურაზე მსჯელობისთვის ჯერ კულტურის ცნების განმარტებაა საჭირო.

კულტურა წარმოადგენს განსაკუთრებული სირთულის ობიექტს. მისი შემეცნება ბუნების შემეცნებისგან განსხვავებულია. კულტურას აქვს არაბიოლოგიური წარმოშობა – ის საზოგადოებასთან ერთად შეიქმნა. აქედან გამომდინარეობს საზოგადოების და კულტურის ერთიანობა, კულტურის სოციალური ბუნება. უკიდურესი ანტინატურალობა, არაბუნებრივობა – მისი ყველაზე თვალშისაცემი მახასიათებელი ნიშანია. ამრიგად, კულტურას სუბიექტური, ადამიანიდან გამომდინარე წარმოშობის წყარო აქვს. ის ადამიანის სამყაროა, ერთიანობაა ყოველივესი, რითაც ადამიანი ველურობას განუდგება (მათ შორის, საკუთარი თავის ველურობას)...

ზოგადი განმარტებით – კულტურა ესაა საგანთა სამყარო, აღებული ადამიანური მნიშვნელობის და ფასეულობათა ხედვის კუთხით. კლასიკური გაგებით, კულტურის ცნება განუყოფელია არა მარტო ადამიანის ცნებიდან, არამედ მიზანდასახული განვითარების ცნებიდანაც.

ამრიგად, ფართე გაგებით, კულტურა ახასიათებს ადამიანთა ცხოვრების წესს, მათი ურთიერთობების «გაადამიანებას». კულტურა ახასიათებს ინდივიდის დამოკიდებულებას ბუნებასთან, საზოგადოებასთან, თავის თავთან, და ამიტომ განსაზღვრავს ამა თუ იმ ცხოვრების წესის «ხარისხს».

ადამიანის მიერ შექმნილი საზოგადოების ნივთიერი სიმდიდრე კულტურის მხოლოდ გარეგანი ფორმაა. მისი ნამდვილი შინაარსი – თვით ადამიანის განვითარებაა. ადამიანი წარმოდგენილია კულტურაში, როგორც თვითცვალებადი, თვითგანვითარებადი არსება. კულტურას არ შეუძლია ფუნქციონირება მყარი, გამომუშავებული მოქმედების სტანდარტების, ქცევის სტერეოტიპების გარეშე.

კულტურა ასრულებს უმნიშვნელოვანეს სოციალურ ფუნქციას – გამოცდილების, ცოდნის, ადამიანის საქმიანობის შედეგების გადაცემის ფუნქციას.

საზოგადოების მატერიალურ კეთილდღეობასა და მისი კულტურის დონეს შორის არ არსებობს პირდაპირი და უშუალო დამოკიდებულება: მატერიალური

კეთილდღეობის ზრდა ავტომატურად არ განსაზღვრავს საზოგადოების განვითარების კულტურის დონეს, ამიტომ, რიგ შემთხვევებში მატერიალური ცხოვრების დონე გამოდის, როგორც კულტურის განვითარების საფუძველი და საშუალება, სხვა შემთხვევებში – საზოგადოების ან მისი ცალკეული ფენების მატერიალური კეთილდღეობის ზრდას მივყავართ არა განვითარებისკენ არამედ კულტურის დეგრადაციისაკენ*.

ამრიგად, ეკონომიკას და კულტურას შორის არაა ცალმხრივი, წრფივი, მიზეზობრივი დამოკიდებულება: ეკონომიკა კულტურასთან დაკავშირებულია როგორც პირდაპირი, ისე შუალედური რგოლებით (საზოგადოების სოციალური სტრუქტურა, პოლიტიკა, იდეოლოგია და სხვ.). ასე რომ, კავშირი მათ შორის მრავალსახაა და ისტორიულად კონკრეტული (კულტურა ორგანულად დაკავშირებულია თავის დროსთან – მასში გამოხატულია კონკრეტული ეპოქის მოთხოვნები და პრობლემები).

მსოფლიოში კულტურათა მრავალფეროვნება ისტორიული ფაქტია, რომლებიც ამჟამად საზოგადოებრივი ცხოვრების გლობალიზაციის მძლავრ ზეგავლენას განიცდის.

სამყარო ხდება სულ უფრო პატარა (თანამედროვე ტრანსპორტი, კომუნიკაციის საშუალებები). ტექნოლოგიური რევოლუციის გამო თანამედროვე სამყარო წარმოადგენს კომპლექსურ, რთულ, ძალზე ცვლად სისტემას. კაცობრიობის ისტორიაში ვერაფერი ვერ შეედრება ჩვენი დროის სოციალური ცვლილებების აბსოლუტურ სისწრაფეს. ამას ფუნდამენტური გავლენა აქვს თანამედროვე კულტურაზე. სამართლებრივი კულტურა მზარდ ინტერტაციონალურ ხასიათს იძენს. ეკონომიკური თვალსაზრისით კი ეროვნული საზღვრები სულ უფრო მცირე მნიშვნელობას ინარჩუნებენ. ქვეყნებს ერთმანეთთან ეკონომიკური ურთიერთობები აკავშირებენ, სამართლებრივი ურთიერთობები კი მიყვებიან ეკონომიკურ ურთიერთობებს.

მსოფლიოში, რომელიც დაკავშირებულია ტელევიზიით, სატელიტური ანტენებით და აეროპორტებით ინტეგრაციულ პროცესებს კულტურათა ურთიერთშერწყმისკენ მივყავართ. ამ პროცესების შედეგები არაერთგვაროვანია: არაა

* ამ მოვლენის მოწმე ყოველი ჩვენთაგანია.

გამორიცხული ერთი, ძლიერი კულტურის მიერ მეორის ძალადობრივი ჩახშობაც. ცხოვრების ტრადიციული ფორმის მიმდევრები უკმაყოფილებას გამოხატავენ კულტურული იმპერიალიზმის წინააღმდეგ – ერები ცდილობენ შეინარჩუნონ თვითმყოფადობა, გააძლიერონ ტრადიციული კულტურა. ასე წარმოიშვა თანამედროვე სამეცნიერო-ტექნიკური კულტურის და ტრადიციული კულტურების ურთიერთობის რთული და წინააღმდეგობრივი პრობლემა, (როცა რთულდება ქორწინების და მემკვიდრეობის ტრადიციული ფორმების შენარჩუნებაც კი).

ყოველი კულტურა აყალიბებს ადამიანის გარკვეულ ტიპს, გარესამყაროს სპეციფიკური აღქმით, რაც აისახება მის აზროვნებაზე, საზოგადოებაში ქცევაზე, მოქმედების საშუალებებზე.

სამართალი და მართლწესრიგი ადამიანის კულტურის ერთ-ერთი უმაღლესი მიღწევაა, ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი სოციალურ-კულტურული სიკეთეა, რომელიც თავის მხრივ მოიცავს სამართლებრივ ფასეულობებს, სამართლებრივ იდეებს, ნორმებს, ინსტიტუტებს და სხვ. მართლწესრიგი საზოგადოებაში ფუნქციონირებს მხოლოდ მაშინ, როცა სახეზე გვაქვს სამართლის იდეურ-თეორიული, ფსიქოლოგიური, სოციალური და მატერიალურ-ფიზიკური კომპონენტები. ფორმალური, «კაბინეტში შექმნილი» კანონები, სადაც სრული იდილია სუფევს, საზოგადოება კი მისი სრული ანტიპოდია, შეიძლება შევადაროთ მრუდე სარკეს, სადაც საწყისი და არეკლილი გამოსახულებაა ერთმანეთში შეუსაბამობაშია.

ეკონომიკაში აპრობირებული, მენეჯმენტის უახლესი, კულტურის კონცეფცია სამართალშიც შემოიჭრა. თანამედროვე შეხედულებით, სამართლის ყოველი რეფორმა განწირულია წარუმატებლობისთვის, თუ იგი არ მიიღებს მხედველობაში სამართლებრივ კულტურას. ყოველი წარუმატებლობა ამ სფეროში, როგორც წესი, ტექნიკურ ხარვეზებზე დაიყვანება და ავიწყდებათ, რომ ყოველი რეფორმა ფაქიზი და რთული ამოცანაა. ამიტომ, ისევე, როგორც ეკონომიკაში, სამართალშიც ამოსავალი წერტილი უნდა იყოს საზოგადოების კულტურის მიერ დაწესებული შეზღუდვები.

თქვენი გარეგანი იმიჯი

საქმიანი ადამიანის გარეგანი მოწესრიგებულობა, იერი პირველი ნაბიჯია წარმატებისკენ, რადგან პოტენციური პარტნიორისთვის თქვენი კოსტიუმი, ხელჩანთა თუ ფეხსაცმელი ერთგვარი სიგნალის, კოდის როლს ასრულებს. ეს კოდი მიუთითებს ადამიანის რესპექტაბელობას, საქმეებში წარმატებასა და საიმედოობას.

კოსტიუმი. საშუალო დონის მიღებებზე, რომლებიც სადამოს 8 საათამდე იწყება, შეიძლება ნებისმიერი კოსტიუმის ჩაცმა (გარდა „მყვირალა“ ფერებისა). კოსტიუმი უნდა იყოს ცისფერი ან რუხი, ნაჭერი არ უნდა იყოს ხელოვნური ბოჭკოსგან, ოპტიმალურია მუქი-ლურჯი ან თაგვისფერი (შავი ფერის იშვიათად თუ დაგვჭირდება საქმიან შეხვედრებზე). რასაკვირველია, არ ღირს მოლაპარაკებაზე მისვლა კურტაკებში, სპორტულ შარვლებში (ჯინსებში), ტყავის პიჯაკებში და სხვ.

თუ მოლაპარაკებაზე სამუშაო დღის შემდეგ, პირდაპირ ოფისიდან მიდიხართ, მოსახერხებელია შტრეზებანი – კოსტიუმი ერთბორტიანი შავი პიჯაკით, ნაცრისფერი ჟილეტით და შარვლით მოშავო-მონაცრისფრო ზოლებით (გარდა შტრეზებანისა, საზეიმო ღონისძიებებზე მიღებულია სავიზიტო სერთუკი, ფრაკი და სმოკინგი).

პიჯაკი, როგორც წესი, იკვრება ყველა დილზე, ქვედას გარდა (რომელიც არასდროს არ იკვრება). სამილიანი პიჯაკზე გახსნილია ზედა დილიც. შეკრული პიჯაკით შედიან თათბირზე ნაცნობებთან, რესტორანში, თეატრში, გამოდიან ტრიბუნასთან. დილების შეხსნა კი შეიძლება სუფრასთან ან სავარძელში. შეიძლება დროდადრო ერთი ხელის ჩაყოფა პიჯაკის ჯიბეში*.

შარვალზე თუ დაჯდომისას ჯიბის ხაზი ჩანს, შარვალი პატარაა. სქელძირიან ფეხსაცმელზე სქელი ნაჭრისგან დამზადებული შარვალი უნდა ვატართ და პირიქით, თხელლანჩიან ფეხსაცმელზე მიღებულია მსუბუქი ნაჭრისგან შეკერილი.

შარვალი მოკლეა, თუ სიარულისას მოჩანს წინდები, ხოლო ვინც სწრაფად დადის, მისი შარვლის სიგრძე უფრო მეტი უნდა იყოს. ტოტებზე გადმოკეცილი შარვალი ოფიციალურ შეხვედრაზე არაა რეკომენდებული.

* ლითონის საკიდი აფუჭებს პიჯაკს (და საერთოდ, ყველა ტანსაცმელს). პლასტიკატის პარკებიც აბინძურებს ღია ფერის ტანსაცმელს (სტატიკური ელექტრობა ჭუჭყს იზიდავს).

პერანგი უნდა იყოს თეთრი, გახამებული ან რბილი საყელოთი, კეფაზე პიჯაკზე ერთი სანტიმეტრით ზევით. პრესტიჟულია პერანგი გრძელი სახელოებით.

ქალი, ბიზნეს-ლედი, რომელიც მიისწრაფვის წარმატებისკენ, თავის იერ-სახეს ბიზნესს უქვემდებარებს. საქმიანი ქალის ტანისამოსისთვის დამახასიათებელია კლასიკური ფორმები, მრავალფუნქციურობა, არასექსუალობა. ძირითადი სამოსია-კოსტიუმი (კაბა შეიძლება მხოლოდ სიცხეში და ისიც – ერთი ტონის). ქალის ტანისამოსის ფერების არჩევანი უფრო ფართეა, ვიდრე მამაკაცის. კლასიკურია მუქი-ლურჯი ფერი, გავრცელებულია წითელი, მუქი-რუხი და ყავისფერი. ნახატის პიჯაკიც კარგად გამოიყურება. ძლიერ პიროვნებად გამოგაჩენთ ლურჯი, მუქი ნაცრისფერი ან ზოლიანი კოსტიუმები, და პირიქით, ღია ლურჯი და ღია ნაცრისფერი ნაკლებად მკაცრ შთაბეჭდილებას ტოვებს. პიჯაკი უმჯობესია შეარჩიოთ გამძლე ნაჭრისგან, ნაზი შალის ან კრეპისგან.

პიჯაკის ჩაცმა შეიძლება შარვალზე, მოკლე კაბაზე, სარაფანზე, გრძელი პიჯაკი (გრძელ ქვედატანთან) სიმაღლეს ამცირებს. განიერი ქვედატანი და პიჯაკი – „კლიოში“ კი ირონიას იწვევს.

ქვედატანის ტრადიციული სიგრძეა – მუხლამდე (და ოდნავ ქვემოთ), რომელსაც მოკლე ჭრილი ამშვენებს. ზოგიერთ ფორმებში შარვალი დღემდე მიუღებელია, ამასთან შარვალის სტილი მხოლოდ მამაკაცური უნდა იყოს. რასაკვირველია, დაუშვებელია ბლუზონი, მაისური, კაბა ღრმა დეკოლტით, ძალიან ვინწრო კაბა (შარვალი), გამჭვირვალე ტანსაცმელი, დიდი და მკვეთრი სამკაულები.

ვარცხნილობა, მაკიაჟი და ბიჟუტერია ორგანულად უნდა ავსებდეს თქვენს საქმიან კოსტიუმს. ვარცხნილობა უნდა იყოს მკაცრი, მაგრამ ერთდროულად, ელეგანტურიც. აქსესუარები უნდა იყოს რაც შეიძლება ნაკლები. კოსმეტიკა კი ჩანდეს მხოლოდ ახლო მანძილზე, სუნამოს სუნიც ოდნავ უნდა იგრძნობოდეს.

ზაფხულის ტანსაცმელისადმი საქმიანი ეტიკეტი უფრო მკაცრია. პიჯაკი მამაკაცისთვის აუცილებელია (მოკლე სახელოიან პერანგზე ჰალსტუხის და პიჯაკის ტარებაზე ერთიანი აზრი არ არსებობს). პერანგის გახსნისას ქვევიდან მაისური არ უნდა ჩანდეს, რადგან ყველაფერი, რაც პერანგის ქვეშაა, ქვედა საცვლად ითვლება.

ქალებს პიჯაკის გარეშეც შეუძლიათ იარონ, თუმცა ზაფხულის კაბები და სარაფნები არ ითვლება საქმიან ტანსაცმლად. ტანსაცმელი არ უნდა იყოს შემოჭერილი, მაშინ ნაკლებად დაეტყობა ოფლის ნიშნები.

ქალი ზაფხულშიც კოლეგოტებში ან წინდებშია (თანაბარი ტექსტურით და ნეიტრალური ფერის, მქრქალი, ლაიკრის გარეშე). გოლფები და მოკლე წინდება შეიძლება მხოლოდ შარვალთან.

*ჰალსტუხი** საქმიან ადამიანს თვითგამოხატვის დიდ საშუალებას აძლევს. ოფისში მიღებულია მხოლოდ კონსერვატიულ–კლასიკური (და არა მოდური) სტილის ჰალსტუხები: მუქი – რუხი, მუქი – ლურჯი, ბორდო, ხაკი. ჰალსტუხის ფერი უნდა იყოს პერანგზე უფრო მუქი და კოსტიუმზე ღია. მისი ნახატი პერანგის ნახატს არ უნდა იმეორებდეს: თუ პერანგი ზოლიანია, ჰალსტუხი ერთი ტონის უნდა შეირჩეს. ჰალსტუხის ვიწრო მხარე არ უნდა ჩანდეს. არსებობს ჰალსტუხის შემდეგი ტიპები – ხელით შესაკრავი, შეკრული კვანძით და ჰალსტუხი – „პეპელა“.

კარგი ჰალსტუხები (რათა არ დაიგრიხოს) მოქსოვილია დიაგონალურად. ამის შემოწმება იოლია – ვიწრო ბოლოდან დაკიდული ჰალსტუხი არ უნდა იგრიხებოდეს. ზაფხულის ჰალსტუხის ქსოვილი თხელია, ზამთრის კი – სქელი. ჰალსტუხმა უნდა დაფაროს ქამრის ნახევარი (ან ოდნავ ქვემოთ).

ქამრის ფერი ფეხსაცმლის ან საათის სამაჯურის ფერს უნდა ემთხვეოდეს, ზომის შერჩევას კი მესამე ნახვრეტს იყენებენ.

ფეხსაცმელი. კლასიკური და უნივერსალურია შავი ფეხსაცმელი, რომელიც პრაქტიკულად ნებისმიერ კოსტიუმს შეეფერება (ყავისფერი ფეხსაცმელი შავ კოსტიუმს არ უხდება). ელეგანტურ შთაბეჭდილებას ტოვებს ფეხსაცმელი ზონრით (და არა ლოუფერი, ბრტყელი ენით).

ამჟამად ათვისებულია სპორტულად სტილიზებული (ოღონდ არასპორტული) ფეხსაცმელი და სანდლები. თუ ადრე არ იყო მიღებული ფეხსაცმლის შიშველ ფეხზე ტარება, ახლა ეს დაშვებულია. ამიტომ სანდლებს შიშველ ფეხზე იცვამენ, წინდებში მათი ხმარება კი ცუდ ტონად ითვლება.

ფეხსაცმელი კარგად ინარჩუნებს ფორმას, თუ შენახვისას მას ქაღალდის ხელსახოცებით დავტენით.

ქალის ფეხსაცმელი ტყავის ან ჟამშისაა, დაბალ ან საშუალო ქუსლზე. გამორიცხულია სპორტული და კაუჩუკის ქუსლიანი ფეხსაცმელი.

* ჰალსტუხის გამომგონებლებად ითვლებიან ჩინელი მეომრები, რომლებიც ყელს იხვევდნენ სიცივისა და ქარისგან დასაცავად. მზა ჰალსტუხები კი მე–19 საუკუნის 70-იან წლებიდან გამოჩნდა.

ზაფხულში ფეხსაცმელი უნდა იყოს მხოლოდ ნატურალური ტყავის – მასში სიცხზე ნაკლებად იგრძნობა. ფერი – ნებისმიერი ნეიტრალური, რომელიც შეეფერება კოსტიუმს, ქამარს, პორტფელს, ჩანთას. შეიძლება ღია ფერებიც, (მაგრამ არა თეთრი), ისიც ღია ფერის კოსტიუმზე და დღის საათებში. რასაკვირველია, მიღებაზე შეუფერებელია ღია ფეხსაცმელი, სქელლანჩიანი დახურული და სპორტული ფეხსაცმელი.

წინდები კოსტიუმზე მუქი ფერის უნდა იყოს, რათა კოსტიუმის ფერი ფეხსაცმლის ფერში გადავიდეს, ყველაზე კარგი ფერებია მუქი – ლურჯი, მუქი – რუხი, შავი. დაუშვებელია თეთრი ან ფერადი წინდები. საღამოს კოსტიუმს არ შეეფერება აგრეთვე ზოლიანი და უჯრედებიანი წინდები.

წინდის სიგრძე ისეთი უნდა იყოს, რომ დაჯდომისას არ ჩანდეს შიშველი ფეხი.

წვიმაში საქმიანი ადამიანი ლაბადითაა. ლაბადაზე ჩექმას არ იცვამენ. წვიმაში შეიძლება ფეხსაცმელი ან კალოშები (აქ იგულისხმება არა ტრადიციული, რეზინის, არამედ ამერიკული „საქმიანი“ კალოშები კაუჩუკისგან).

საკუთარ ოფისში მიღებულია ფეხსაცმლის გამოცვლა (როგორც მამაკაცისთვის, ისე ქალისთვის). ფეხსაცმელს ინახავენ მუყაოს ყუთში ან სპეციალურ ნაჭრის პარკში (და არა ცელოფანში) საწერი მაგიდის ქვედა უჯრაში.

სხვა დაწესებულებაში შესვლისას შეიძლება ფეხსაცმლის გაწმენდა „ღრუბლით“, მაგრამ ეს მხოლოდ ტუალეტში შეიძლება.

თუ ოფისში საერთო გარდერობი არაა, ლიფტში სველი ლაბადით არ შედიან. მას იხდიან და გადაიკიდებენ ხელზე. ეტიკეტის თანახმად, ლაბადის ნაცვლად შეიძლება ვისარგებლოთ ცელოფანის ლაბადით (კაპიუმონით).

ქოლგა უნდა იყოს შავი, შავი-რუხი, შავი-ლურჯი, საქმიანი ადამიანისთვის ქოლგა აუცილებელია, რადგან კოსტიუმი, რომელიც წვიმაში მოხვდა, კარგავს ფორმას და არასდროს არ იქნება ისეთი, როგორიც იყო. შენობაში შესვლის წინ ქოლგას ხურავენ. ჩვენს სინამდვილეში, ქოლგას გაშლილად ამრობენ, ეს ეტიკეტის უხეში დარღვევაა, დასაკეც ქოლგას კი დებენ პაკეტში და ინახავენ უჯრეში.

ხელჩანთა. საქმიანი კოსტიუმი კარგად ახასიათებს ადამიანს, მაგრამ ჩანთა, რომლითაც ის დადის სამუშაოზე, უკეთ ხსნის მის ხასიათს. კარგი საქმიანი პორტფელი იმიჯის ნაწილია, რადგან ცუდად ჩაცმული ადამიანიც კი

პროფესიონალად გამოიყურება, როცა მას ხელში ჩანთა უკავია. და პირიქით, სავსე ხელჩანთა და პლასტიკატის პაკეტი უარყოფითად მოქმედებს თქვენს იმიჯზე.

ხელჩანთა – საქმიანი ადამიანის სავიზიტო ბარათია. მართლაც, უმაღლესი თანამდებობის პირები ხელჩანთის გარეშეც თავს კარგად გრძნობენ – საქმიან შეხვედრებზე ისინი ტყავის მსუბუქი საქაღალდითაც კმაყოფილდებიან. მაგრამ, ასეთ დონემდე ჯერ უნდა მივაღწიოთ...

მსხვილი საკეტები, ლითონის ნაწილები ჩანთაზე, გრძელი ქაშრები შესაკრავად, აღარაა მოდაში. საშუალო რგოლის მენეჯერები ამჯობინებენ მხარზე გადასაკიდ, ვერტიკალურ ხელჩანთას, რომელსაც ერთდროულად სახელურიც აქვს – პლანშეტს. მამაკაცის ხელჩანთის ფერებია შავი, ყავისფერი, რუხი.

ქალის ხელჩანთა კი შეიძლება იყოს წითელი ან ლაკირებული. პატარა, ისევე როგორც დიდი ხელჩანთები აღარაა მოდაში. ოპტიმალურია საშუალო (25 X 25 სმ) ზომის.

კრიტიკულ მომენტში ცხვირსახოცის, ავტოკალმის, სავიზიტო ბარათის, მობილური ტელეფონის ძებნა შეიძლება საქმიან ქალს თანამდებობის დაკარგვად დაუჯდეს. მაინც, რა უნდა იყოს საქმიანი ქალის ხელჩანთაში? – ჩანაწერების წიგნაკი (ან ორგანიზერი), ავტოკალამი, მობილური ტელეფონი, სავიზიტე ბარათები, საფულე, გასაღები, ცხვირსახოცი, კოსმეტიკური ნაკრები, სარკე, სავარცხელი და სხვ.

ყველაზე მნიშვნელოვანი საგანი ჩანთაში კალმისტარია. ყველაზე პრესტიჟულია კალმიანი კალმისტარი (ოქროს კალამი არასდროს გამოდის მოდიდან). ყველაზე ძვირფასი კალმისტარი მოოქროვილი ან მოვერცხლილია. ამჟამად პოპულარულია ჩინური ლაქით დაფარული კალმისტრები, რომელზეც არ რჩება ნაკაწრი ან ცხიმის ნარჩენები.

სარკე უმჯობესია ცალკე იყოს – არ ღირს ხალხმრავალ ადგილას საპუდრეს დემონსტრაცია. გასაღებს ბუდე სჭირდება, რათა დანარჩენი ნივთები არ დაკაწროს, უმჯობესია თუ ბუდე იქნება ნატურალური ტყავის ან თანამედოვე – მტკიცე სინთეტიკის და ამასთან ერთად, ერთი ფირმის კოლექციიდან (ისევე როგორც საფულე, ბლოკნოტი, კოსმეტიკური ნაკრები).

მზის სათვალეს ჩვენს სინამდვილეში ყველგან ატარებენ, მაშინ როცა შენობაში მისი ტარება ულამაზოა. საქმიანი საუბრისას მზის სათვალეს იხსნიან – მაშინაც, თუ შეხვედრა ღია ცის ქვეშაა: ეტიკეტი მოითხოვს, რომ პარტნიორები ერთმანეთის

თვალეხს ხედავდნენ. სტილის ცვალებადობის გამო საჭიროა სათვალის ხშირი გამოცვლა.

თქვენი სამოსის ელემენტები ერთმანეთთან ჰარმონიაში უნდა იყვნენ, მაგრამ ეს არ ნიშნავს, რომ ყველა დეტალი, დაწყებული ფეხსაცმლით და დამთავრებული ქუდით, ერთ ფერში იყოს.

თანამედროვე შეხედულებით, საკმარისია მხოლოდ წყვილების შეხამება (მაგ. ფეხსაცმლის და ჩანთის), ხოლო ზოგიერთ ფერებს, როგორცაა შავი, თეთრი, მუქი რუხი, წყვილი სულაც არ სჭირდებათ.

ამრიგად გარეგანი იმიჯი, ელეგანტობა კარიერაში ჩვენი წინსვლის ფაქტორია. ამიტომ ის მუდმივ ყურადღებას მოითხოვს. კერძოდ, საჭიროა ტანსაცმელ – ფეხსაცმლის შექმნასაც ისევე პროფესიულად მიუდგეთ, როგორც ოფისში მუშაობას.

სამეწარმეო კულტუროლოგიის საკითხისთვის

საქმიანი ეტიკეტი მეწარმეთა პროფესიული ქცევის მორალის მნიშვნელოვანი მხარეა [1], რადგან არ იციან ეტიკეტის წესები, მათ მნიშვნელოვანი გარიგებები ეშლებათ. განსაკუთრებით უჭირთ ინტელიგენტური ჩვევების ფორმირება პირველი თაობის და დამწყებ მეწარმეებს [2].

მეწარმეთა მორალურ–ფსიქოლოგიური მოუმწიფებლობა ჩანს თუნდაც მათ სწრაფ, „დღევანდელ“ წარმატებისადმი მისწრაფებაში, მოუთმენლობაში, საქმიანი ურთიერთობების ტექნოლოგიის დაბალ დონეში, ფულისადმი პათოლოგიურ დამოკიდებულებაში. ყველაზე მწელი გადასალაზავი კი ჩამორჩენილი მსოფლმხედველობა და დაკომპლექსებული აზოვნებაა.

რა უნდა ახსოვდეს მეწარმეს? უპირველეს ყოვლისა, საქმიანი ეტიკეტი შეიცავს ქცევის კულტურას, რომელიც გულისხმობს ადამიანის ინდივიდისადმი ღრმა პატივისცემას (ყოველ შემთხვევაში, ადამიანის სოციალური როლი არ უნდა ახდენდეს ჰიპნოზურ გავლენას საქმიან პარტნიორზე).

წარმატებული სამუშაო დღის საფუძველი ყოველთვის საშინაო, ოჯახური ატმოსფეროა: თქვენი განწყობა დამოკიდებულია თუ როგორია ურთიერთობები

ოჯახში, როგორ დაისვენეთ. ღიმილი და დილის სალამი ძლიერი სტიმულატორია თანამშრომელთათვისაც.

საქმიანი ადამიანი ტრადიციულად, კაბინეტში სახით კარისკენაა (ეს ხელს არ უწყობს მის შრომის ნაყოფიერებას), მაშინ, როდესაც ოპტიმალურია მუშაობა ზურგით კარისაკენ, რაც შეეხება საწერი მაგიდის ზედაპირს – ის გადატვირთული არ უნდა იყოს (საქალაქდებოთ სავსე მაგიდაზე შეუძლებელია ყურადღებით მუშაობა). განსაკუთრებით უადგილოა მაგიდაზე ქალის ხელჩანთა, საოჯახო ცელოფნები, ქუდი და ოსხვ.

ბოლო დროს საქმიან ურთიერთობებში სიგარეტის მოწვევას სულ უფრო ნაკლებ ადგილს უთმობენ. თუ მოლაპარაკებები პატარა ოთახშია – უკეთესია თუ საერთოდ არ მოვწევთ. ევროპაში ალკოჰოლს სუფრაზე სიმბოლური მნიშვნელობა აქვს, ამიტომ აქაც თავშეკავებაა საჭირო.

საქმიანი ადამიანის კულტურას პირველ რიგში მისი მოწესრიგებულობა განსაზღვრავს. ჰალსტუხი აუცილებელი არაა მხოლოდ ფერად და სპორტულ პერანგთან (თუმცა, სამუშაო დროს ჭრელი, მუქი და მოკლე პერანგები არაა რეკომენდებული). მამაკაცს ორი ცხვირსახოცი აქვს, პირველს იყენებს დანიშნულებისამებრ, ბოლო მეორეს (მუდამ სუფთას) ინახავს პიჯაკის შიდა ჯიბეში (სათვალის გაწმენდა და სხვ.).

კაბინეტში თათბირზე, ბინაში, რესტორანში შედიან შეკრული პიჯაკით, რომლის ქვედა ღილი ყოველთვის შეხსნილია. დილის ბოლომდე გახსნა მხოლოდ სუფრასთან ან თეატრის სავარძელში შეიძლება.

თანამედროვე საქმიანი ცხოვრება წარმოუდგენელია ტელეფონის გარეშე. მისი საშუალებით ოპერატიულად წყდება უამრავი პრობლემა. უცხოეთში ფართოდაა გავრცელებული კურსები, მეთოდური რეკომენდაციები და ბროშურები ამ თემაზე (განსაკუთრებით – მობილურ აპარატზე). კაცობრიობა უკვე საუკუნეზე მეტია ტელეფონით სარგებლობს. თითქოს საკმარისი დროა გასული, მაგრამ ტელეფონით საუბრის ჭეშმარიტი კულტურისგან ჩვენ ძალზე შორს ვართ...

თუ თქვენ გიყვართ საჩუქრის მიძღვნა – შეგძლებიათ საკუთარი ეგოიზმის გადალახვა. წიგნის ჩუქებისას წარწერა კეთდება მარცხენა, ცარიელ ფურცელზე და არა მარჯვენაზე – სადაც წიგნის შიდა სათაურია (შეინარჩუნეთ სატიტულე ფურცელი

სუფთად). ახლა წიგნზე წარწერას უფრო იშვიათად აკეთებენ – როცა წიგნი გარკვეული მიზნითაა შერჩეული.

ყვავილების გადაცემა ბინის წინკარში შეფუთულ მდგომარეობაშიც შეიძლება, მაგრამ თუ თქვენ ოთახში შედიხართ ყვავილებით – მოხსენით ქაღალდი (ცელოფანი) და ისე გადაეცით იუბილარს.

ქალთა წილი ბიზნესში (და სახელმწიფოს მართვაშიც) ყოველწლიურად იზრდება. მომუშავე ქალი, რომელიც ოჯახის მეურნეობასაც უძღვება, თვლის, რომ ის იმსახურებს განსაკუთრებულ ყურადღებას როგორც უფროსებისგან, ისე თავისი ოჯახიდან. მაგრამ პრაქტიკულად, ბელმძღვანელი და კოლეგები მისი საქმიანი თვისებების გულგრილი შემფასებლები არიან და ოჯახიც უკმაყოფილოა (დედის მუდმივი მოუცლელობით). ასე რომ, კარიერის ოჯახზე მაღლა დაყენებით ქალი ვერაფერს მოიგებს.

პირველ რიგში საქმიანმა ქალმა დავალების მიღება და შესრულება უნდა ისწავლოს. ქალი, რომელსაც ეს ზედმეტი საუბრის და კამათის გარეშე შეუძლია – გზას იკვლევს კარიერაში. ხელმძღვანელის შენიშვნას თავის მართლების ნაკადი არ უნდა მოყვეს. სასარგებლოა ფრაზა „ძალიან ვწუხვარ, რომ ასე მოხდა“, რის შემდეგაც შეიძლება თავაზიანი ფორმით ჩამოვაყალიბოთ მიზეზიც.

ქალი – ლიდერი ნებას არ უნდა აძლევდეს თავს ისაუბროს დიქტატორული ტონით (სამსახურში და ოჯახშიც). როცა ქალი კარიერის ზენიტშია, ის შეიძლება გადავარდეს ყველასთვის გამაღიზიანებელ ამბიციურობაში – რაც შორსაა სიკეთისა და ქალურობისგან, თუმცა, თუ სურს შემდგომი კარიერა და ოჯახური ურთიერთობების შენარჩუნება, ეს თვისებები მას ახლა უფრო მეტად საჭიროდება. ქალურობის დეფიციტს ვერასდროს ვერ შეცვლის პროფესიული ცოდნა.

როგორი კარიერაც არ უნდა გავიკეთოთ, ძველ მეგობრებთან ურთიერთობას თავისი ხიბლი აქვს. ეს თავისით არ მოდის... აქაც სულიერი შრომაა საჭირო, თანაც ორივე მხრიდან, რათა თქვენი ძველი ურთიერთობები, დროის უღმობელი მოთხოვნიდან გამომდინარე, ახალ დონეზე, ახალ ჩარჩოებში გადავიყვანოთ. ცხადია, ეს ყველას როდი ძალუძს... ამიტომ გვესმის ხშირად პრიმიტიული „გამდიდრდა და აღარ ვჭირდები“...

ასეთივე დასახვეწია და ყურადღებას მოითხოვს ჩვენი კორპორაციული ეთიკა (ეთიკის კოდექსები და სხვ.), მიკროეთიკა (ურთიერთობა ხელქვეითებთან და სხვ.),

მაკროეტიკა (ურთიერთობა კონკურენტებთან, სახელმწიფოსთან და სხვ.), ადმინისტრაციული ეტიკა, ინტერნეტის ქსელური ეტიკა და სხვ.

ერთი შეხედვით, საქმიანი ეტიკეტი არსებული წესების კარგად შესწავლაზე დაიყვანება (ის ხომ ეკონომიკური პროფილის ყველა უმაღლეს სასწავლებელში ისწავლება) [3], მაგრამ ეს პრობლემისადმი ზედაპირული მიდგომაა, ჩვენს ჩამორჩენას ბიზნესის და ადმინისტრაციულ ეტიკაში უფრო ღრმა საფუძვლები აქვს...

კვალიფიკაციის და გადამზადების კურსებზე, რომლებსაც უცხოელი სპეციალისტები ატარებენ ყოფილი საბჭოთა კავშირის ტერიტორიაზე, ყურადღება გამახვილებულია მსმენელთა საერთო მსოფლმხედველობის, ხედვის კონცეფციის შეცვლაზე, რადგან მათში გამჯდარია ბიზნესისადმი „ინჟინრული“ მიდგომა.

ჩვენი საშუალო სკოლის ავტორიტარული ფესვები საოცრად მტკიცე და ღრმა აღმოჩნდა. საერთო განათლების ახალი პროგრამების მიზანი ახალგაზრდებისთვის მეტი ცოდნის და პრაქტიკული ჩვევების მიცემაა. მაგრამ ტექნოლოგების და ფასეულობების სწრაფი ცვლილებების გამო პროფესიული სიმწიფის მაჩვენებელი უკვე პიროვნული მახასიათებლები გახდა – კერძოდ ზნეობა, (რომელიც განათლების საფუძველი ყოველთვის იყო). ამასთან, ჯერ კიდევ უძველესი დროიდანაა ცნობილი, რომ ზნეობა ცოდნა-განათლების სფეროში არ შედის, რომ უნაყოფოა პრაქტიკული ცოდნა, რომელიც მორალით არაა დაბალანსებული.

ცივილიზებული ბაზრის ათვისებისას საბაზრო სტრუქტურებში დაფუძნების მსურველთა მხოლოდ 10 პროცენტი აღწევს წარმატებას. მხოლოდ ის, ვისაც შემოქმედებითი თვითრეალიზაციისკენ დიდი მისწრაფება აქვს, ცდილობს მოიპოვოს ადამიანთა ნდობა, შეუძლია მათი ინტელექტუალური პოტენციალის გახსნა, და ბოლოს, რაც მთავარია, სინდისიერი და წესიერია.

Р.Майсурадзе, О.Шудра

К вопросу культурологии предпринимательской деятельности

Р е з ю м е

Рассматривается значение делового этикета для успешной предпринимательской деятельности. Приведены отдельные примеры. Подчеркивается определяющая роль нравственности в освоении цивилизованного рынка.

R.Maisuradze, O.Shudra

On Culturologi in Entrepereurship

S u m m a r y

The author discusses importance of business etiquette for successful entrepreneurship.

Examples are given to illustrate the thesis.

The author emphasizes the defining role morals play in acquisition of well-developed market.

ლიტერატურა:

1. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. М., Изд. «Дело», 2004 г., стр.70.
2. შუდრა ო. ოფისის მართვის საკითხები, თბ. სტატისტიკის დეპარტ. გამომც. 1996 წ. გვ. 46.
3. Панкратов В.Н. Психотехнология управления людьми. М., 2002 г., стр.216.

საქმიანი ეტიკეტი

საქმიანი ეტიკეტი ბიზნესმენის პროფესიული ქცევის, მორალის მნიშვნელოვანი მხარეა, რადგან არ იცინა ეტიკეტის წესები, მათ მნიშვნელოვანი გარიგებები ეშლებათ. განსაკუთრებით უჭირთ ინტელიგენტური ჩვევების ფორმირება პირველი თაობის და დამწყებ ბიზნესმენებს.

მათი მორალურ-ფსიქოლოგიური მოუმწიფებლობა ჩანს თუნდაც მათ სწრაფ, “დღევანდელ” წარმატებისადმი მისწრაფებაში, მოუთმენლობაში, საქმიანი ურთიერთობების ტექნოლოგიის დაბალ დონეში, ფულისადმი პათოლოგიურ დამოკიდებულებაში. ყველაზე მწელი გადასალახავი კი ჩამორჩენილი მსოფლმხედველობა და დაკომპლექსებული აზროვნებაა.

რა უნდა ახსოვდეს ბიზნესმენს? უპირველეს ყოვლისა, საქმიანი ეტიკეტი შეიცავს ქცევის კულტურას, რომელიც გულისხმობს ადამიანის ინდივიდისადმი ღრმა

პატივისცემას (ყოველ შემთხვევაში ადამიანის სოციალური როლი არ უნდა ახდენდეს ჰიპნოზურ გავლენას საქმიან პარტნიოროზე).

წარმატებული სამუშაო დღის საფუძველი ყოველთვის სამინაო, ოჯახური ატმოსფეროა: თქვენი განწყობა დამოკიდებულია თუ როგორია ურთიერთობები ოჯახში, როგორ დაისვენეთ. ღიმილი და დილის სალამი ძლიერი სტიმულატორია თანამშრომელთათვისაც.

საოფისე სივრცის ორგანიზაციის სამი ძირითადი ტექნოლოგია არსებობს: ტრადიციული (კაბინეტური), “ღია ოფისი” (ყველა ერთ დარბაზში) და კომბიოფისი (ჩამოთვლილი ორის კომბინაცია, მინებით იზოლირებული დარბაზი).

კაბინეტური სისტემის ნაკლი ყველასათვის კარგადაა ცნობილი. გარდა იმისა, რომ ის უსაქმურ ატმოსფეროს უწყობს ხელს, არაფორმალური დაჯგუფებების და კონფლიქტების წყაროცაა. ღია ოფისს (open space) ეს ნაკლი არ აქვს – იქ არავითარი საიდუმლოება არ არსებობს – ყველაფერი “ხელის გულზეა”, მაგრამ ეს ხელს უშლის ზოგიერთი პროფესიის მუშაკებს (მაგ: იურისტებს). კომბინირებულ ვარიანტში კი გაერთიანებულია ორივე სისტემის უპირატესობა. იქ მუშაობენ თანამედროვე პრინციპით “გამჭვირვალე ოფისი – ერთიანი გუნდი”.

თანამედროვე საოფისე ავეჯის დიზაინის ფუძემდებლად გენიალური ფრანგი არქიტექტორი ლე-კორბუზიე ითვლება. შიდა საოფისე სივრცის დაპროექტების მისეული იდეები დღემდე ძალაშია, თუმცა, ალბათ გლობალიზაციის და ავტომატიზებული სამუშაო ადგილების ეპოქა (კომპიუტერი, ფაქსი, ქსეროქსი და სხვა) გარკვეულ კორექტივებს მოითხოვს...

ავიღოთ თუნდაც “შემოქმედებითი უწყესრიგობა” სამუშაო მაგიდაზე, რომელიც “მოდში” აღარაა და მიუთითებს მხოლოდ იმას, რომ მენეჯერს ორგანიზებულობა აკლია.

ყველაზე უხეში და ფართოდ გავრცელებული შეცდომაა – საწერ მაგიდაზე (და არა მის გვერდით) განლაგებული კომპიუტერი. მომსვლელი კაბინეტის მფლობელს ესაუბრება ფაქტიურად მონიტორის და სისტემური ბლოკის კაბელების “ტყის” ფონზე.

ფაქტობრივად, ორი საქმიანი ადამიანი საუბრობს ისე, რომ ერთმანეთს წესიერად ვერც ხედავს. არც დოკუმენტის (წიგნის) ერთად განხილვაა მოსახერხებელი, მაშინ როცა საქმიანი ეტიკეტი მოითხოვს, რომ სივრცე თქვენსა და მოსაუბრეს შორის არაფრით არ იყოს დაკავებული.

ასევე გაძნელებულია კონტაქტი მენეჯერთან, რომლის მაღალზურგიანი სავარძელი განათებული ფანჯრის ფონზეა და ამიტომ მისი სახე კარგად არ ჩანს. საინტერესოა, რომ ამბიციურ ადამიანებს დიდი სივრცე უყვართ (დიდი კაბინეტი, დიდი მაგიდა), ამიტომაცაა რომ ხელმძღვანელი თანამდებობიდან გათავისუფლების შემდეგ, განსხვავებით კოლეგებისაგან, მათ ისევ დიდ მაგიდებთან ვხედავთ.

თავისი ეტიკეტი აქვს პლატინის სასაბუთო თეფშების გამოყენებასაც (ზოგან ასეთი თეფშების “ცათამბჯენებს” ნახავთ). სასაბუთო თეფშების რაოდენობა ხუთს არ უნდა აღემატებოდეს. ზედმეტი დოკუმენტები კი კარადაში (საქალაქდეში) უნდა იყოს, მით უმეტეს, თუ ინფორმაცია კომერციული ან კონფიდენციალურია.

სამუშაო მაგიდა არ უნდა იყოს გადატვირთული ბლოკნოტებით, ჟურნალ-გაზეთებით, კომპიუტერის დისკებით (ხშირად-საფერფლის მეზობლად), ზედმეტი ავტოკალმებით. საეჭვოა, რომ ასეთი მაგიდა მოეწონოს თქვენს კლიენტს, პარტნიორს და შეიძლება “აქტიური მუშაობის” უნიჭო დემონსტრაციად ჩათვალოს.

მაგიდაზე არ უნდა დავტოვოთ დაჭმუჭნული ქაღალდები და პირადი ნივთები (სავარცხელი, ნახმარი ფინჯანი, მედიკამენტები, გასაღებები, სუნამო და სხვ.). მაგიდაზე არ უნდა იყოს წიგნი ან ჟურნალი, რომელსაც კავშირი არ აქვს თვენს ძირითად საქმეს.

ჩვენს სინამდვილეში (მაღალი თანამდებობის პირებსაც კი) სამუშაო ადგილზე გამოფენილი აქვთ კულტის და რწმენის სიმბოლოები (ხატები, ჯვრები, სანთლები და სხვ) რაც ცხადია, ეწინააღმდეგება საოფისე ეტიკეტს. ასევე არაა მიღებული საკულტე, აგრესიული ან ეროტიკული შინაარსის კედლის კალენდრები.

სამაგიეროდ, კედელზე შეიძლება იყოს თქვენი დიპლომები და საფირმო კალენდარი. კომპიუტერის ან კედლის “აჭრელება” მიკრული ქაღალდის ფურცლებით (მითუმეტეს-პირადი შინაარსის ჩანაწერებით) ნიშნავს მხოლოდ იმას, რომ თქვენ არ ხართ მობილიზებული და საქმეების დაგეგმვა არ შეგიძლიათ.

ეტიკეტის თანახმად, მაგიდაზე შეიძლება იყოს ოჯახის ფოტო, უბრალო ფინჯანი ლამბაქით, მობილური ტელეფონი, სათვალის ბუდე, სავიზიტო ბარათები, თქვენთვის მნიშვნელოვანი სუვენირი, ყვავილები.

სამუშაო ადგილზე შეუფერებელია ჭიქები, საშაქრე, ბუტერბროდი და სხვა. ყველაფერი ეს შეიძლება მხოლოდ შესვენებისას, სამუშაო დროს კი “სამალავშია” შენახული.

ინდივიდუალური ელექტრული ჩაიდანი არ უნდა “ამშვენებდეს” ყოველ სამუშაო ადგილს-საჭიროა ერთი საერთო, რომელშიც ის, ვინც თავის ფინჯანს ბოლოს შეავსებს, მაშინვე ხელახლა ჩართავს.

თუ თქვენ ელიტურ ხარისხიან ჩაის ამჯობინებთ, ჩაის მოსახარმად ჩაიდანი ისეთი “ცხვირით” შეარჩიეთ, რომ “ზადე” არ დასჭირდეს - ეს შეუფერებელია ოფისში. ფინჯნები არ უნდა იყოს უცნაური, არასტანდარტული ზომის, სასაცილო (ან უხამსი) ნახატებით. საოფისე ფინჯნებსაც კი ოფიციალურობის ელფერი უნდა დაჰკრავდეს. ჩაის ფინჯანს და ლამბაქს შორის ქალაქის ხელსახოცს დებენ, რათა შემთხვევითი წვეთები არ მოხვდეს კალვიატურას, საქმიან ქალაქებს ან ტანსაცმელს (ხმაურიც ნაკლები იქნება).

როცა ჩაის ხელმძღვანელის მისაღებში (ან სხვა კაბინეტში) მიერთმევთ, თუ მაგიდა შორსაა თქვენგან, შეიძლება ლამბაქის მარცხენა ხელისგულზე (მკერდის სიმაღლეზე) დადება.

ჩაის ერთი და იგივე პაკეტის რამდენჯერმე გამოყენება – ცუდი ტონია. გამოყენებული პაკეტი უნდა გამოვწუროთ კოვზით და დავდოთ ლამბაქზე. ლიმონი კი – პირიქით, ფინჯანში უნდა დავტოვოთ (აქ საოფისე ეტიკეტი წინააღმდეგობაში მოდის ე.წ. – საჩაიე ცერემონიალთან).

ეტიკეტით არ არის მიღებული ჩაის ბოლომდე დალევა (რათა უკანასკნელ მომენტში თავი ბოლომდე არ გადავწიოთ).

ჩაიზე ყოველი შემოსწრებული კოლეგის მოწვევა აუცილებელი არაა, მაგრამ თუ კი თქვენთან კლიენტი (პარტნიორი) შემოვიდა ხანგრძლივი (15 წუთზე მეტი) საუბრისათვის – შესთავაზეთ ჩაი (ყავა).

საოფისე ეტიკეტით, სუნამოს ხმარებასაც თავისი წესები აქვს. საქმიანი ქალის კოლეგის მაგიდა თუ სამ მეტრზე ახლოსაა, უმჯობესია თუ სუნამოსაგან თავს შეიკავებს, და უპირატესობას ოდეკოლონს ან ტუალეტის წყალს მიანიჭებს.

სუნამოს შერჩევასაც ბევრი ნიუანსი უნდა გაითვალისწინოთ: წონა, კანის ფერი, სპეციალობა, სიმაღლე, ჩაცმის მანერა, დღის პერიოდი, სეზონი და სხვ. მაგალითად, სამსახურში წასვლის წინ გავრცელებული შეცდომაა, როცა ქალი ცდილობს რომ “სუნამო მთელი დღის განმავლობაში ეყოს”. დღის ბოლომდე არომატი მაინც ვერ შენარჩუნდება, ხასიათს კი თქვენს კოლეგებს დილიდანვე გაუფუჭებს (უმჯობესია ფლაკონის თან წაღება და დღეში რამდენჯერმე გამოყენება). დილის სუნამოს სუნი

(ისევე, როგორც ცხელ სეზონში) მსუბუქი უნდა იყოს (ასეთია ციტრუსის ან ზღვის არომატები). ზაფხულში კი მათ შეიძლება დაემატოს ყვავილოვან – ხილოვანი არომატები.

თანამედროვე საქმიანი ცხოვრება წარმოუდგენელია ტელეფონის გარეშე. მისი საშუალებით ოპერატიულად წყდება უამრავი პრობლემა. უცხოეთში ფართოდაა გავრცელებული კურსები, მეთოდური რეკომენდაციები და ბროშურები ამ თემაზე (განსაკუთრებით მობილურ აპარატზე). კაცობრიობა უკვე საუკუნეზე მეტია ტელეფონით სარგებლობს. თითქოს საკმარისი დროა გასული, მაგრამ ტელეფონით საუბრის ჭეშმარიტი კულტურისგან ჩვენ ძალზე შორს ვართ...

ქალთა წილი ბიზნესში (და სახელმწიფოს მართვაშიც) ყოველწლიურად იზრდება. მომუშავე ქალი, რომელიც ოჯახის მეურნეობასაც უძღვება, თვლის რომ ის იმსახურებს განსაკუთრებულ ყურადღებას, როგორც უფროსებისგან, ისე თავისი ოჯახიდან. მაგრამ პრაქტიკულად, ხელმძღვანელი და კოლეგები მისი საქმიანი თვისებების გულგრილი შემფასებლები არიან.

პირველ რიგში საქმიანმა ქალმა დავალების მიღება და შესრულება უნდა ისწავლოს. ქალი, რომელსაც ეს ზედმეტი საუბრის და კამათის გარეშე შეუძლია, გზას იკვლევს კარიერაში. ხელმძღვანელის შენიშვნას თავის მართლების ნაკადი არ უნდა მოყვეს. სასარგებლოა ფრაზა “ძალიან ვწუხვარ, რომ ასე მოხდა”, რის შემდეგაც შეიძლება თავაზიანი ფორმით ჩამოვაყალიბოთ მიზეზიც.

როგორი კარიერაც არ უნდა გავიკეთოთ, ძველ მეგობრებთან ურთიერთობას თავისი ხიბლი აქვს. ეს თავისით არ მოდის... აქაც სულიერი შრომაა საჭირო, თანაც ორივე მხრიდან, რათა თქვენი ძველი ურთიერთობები, დროის უღმობელი მოთხოვნიდან გამომდინარე, ახალ ჩარჩოებში გადავიყვანოთ. ცხადია ეს ყველას როდი ძალუძს.

ასეთივე დასახვეწია და ყურადღებას მოითხოვს ჩვენი კორპორაციული ეთიკა (ეთიკის კოდექსები და სხვ.), მიკროეთიკა (ურთიერთობა ხელქვეითებთან და სხვ.), მაკროეთიკა (ურთიერთობა კონკურენტებთან, სახელმწიფოსთან და სხვ.), ადმინისტრაციული ეთიკა, ინტერნეტის ქსელური ეთიკა და სხვ.

კვალიფიკაციის და გადამზადების კურსებზე, რომლებსაც უცხოელი სპეციალისტები ატარებენ ყოფილი საბჭოთა კავშირის ტერიტორიაზე, ყურადღება გამახვილებულია მსმენელთა საერთო მსოფლმხედველობის, ხედვის კონცეფციის შეცვლაზე, რაგდან მათში გამჯდარია ბიზნესისადმი “ინჟინრული” მიდგომა.

ჩვენი საშუალო სკოლის ავტორიტარული ფესვები საოცრად მტკიცე და ღრმა აღმოჩნდა. საერთო განათლების ახალი პროგრამების მიზანი ახალგაზრდებისთვის მეტი ცოდნის და პრაქტიკული ჩვევების მიცემაა. მაგრამ ტექნოლოგიების და ფასეულობების სწრაფი ცვლილებების გამო პროფესიული სიმწიფის მაჩვენებელი უკვე პიროვნული მახასიათებელი გახდა – კერძოდ ზნეობა (რომელიც განათლების საფუძველი ყოველთვის იყო). ამასთან, ჯერ კიდევ უძველესი დროიდანაა ცნობილი, რომ ზნეობა ცოდნა-განათლების სფეროში არ შედის, რომ უნაყოფოა პრაქტიკული ცოდნა, რომელიც მორალით არაა დაბალანსებული.

ცივილიზებული ბაზრის ათვისებისას საბაზრო სტრუქტურებში დაფუძნების მსურველთა მხოლოდ 10% აღწევს წარმატებას. მხოლოდ ის, ვისაც შემოქმედებითი თვითრეალიზაციისკენ დიდი მისწრაფება აქვს, ცდილობს მოიპოვოს ადამიანთა ნდობა, შეუძლია მათი ინტელექტუალური პოტენციალის გახსნა, და ბოლოს, რაც მთავრია, სინდისიერი და წესიერია.

რუბრიკა – მართვის კულტურა

სწრაფი კითხვის პრობლემები

სულ ახლახანს ითვლებოდა, რომ დრო ფულია. მაგრამ ყოველი პროდუქციის რეალური ფასი კი მისი ნაკლებობით განისაზღვრება. ჩვენ დროის დეფიციტის ეპოქაში ვცხოვრობთ. განვითარებულ ქვეყნებში (განსაკუთრებით, იაპონიასა და ამერიკაში) ის იქცა ყველაზე ძვირადღირებულ საქონლად. მისი ყიდვა (დაზოგვის მიზნით) სულ უფრო ძნელი ხდება.

ვარაუდობენ, რომ თუ ასე გაგრძელდა, მალე დროს ისეთივე ფუნქცია და თვისებები ექნება, რაც ფულს, კაპიტალს ჰქონდა მსოფლიოსთვის ათიოდე წლის წინ.

დროის ეფექტური მართვის „კლასიკური“ მეთოდებია შრომის რაციონალიზაცია, კარგი ფიზიკური ტონუსი, დოკუმენტებზე მუშაობის კულტურა, საქმეთა დელეგირება, ორგტექნიკის დანერგვა (დროის ბლოკნოტი, ორგანიზერი, ელექტრონული დოკუმენტბრუნვა) მიზნის სწორი შერჩევა, სამუშაოთა დაგეგმვა, ძირითადი და მცირეხარისხიანი საქმის გარჩევა, კარგად მომზადებული თათბირები

და მოფიქრებული გადაწყვეტილებები, მტკიცე „არა“, რომელიც იცავს მენეჯერს პრობლემებისგან, რომელსაც ქმნის ნებისმიერი საზოგადოების ტიპური ინფორმაციულ-კომუნიკაციური სისტემა.

ამ ჩამონათვალს შეიძლება მივაკუთვნოთ სწრაფი კითხვაც.

საქმიანი ადამიანის სამუშაო დროის მესამედი დოკუმენტების, წიგნების, ჟურნალების, სპეციალური ლიტერატურის წაკითხვას ეთმობა. ეს ნიშნავს, რომ ყოველ სამ წელზე ერთი წელი (სამუშაო საათებში) კითხვაზე მოდის... ინფორმაციული ბუმის პირობებში, ცხადია, ნაბეჭდი პროდუქციის დიდი ნაწილი წაუკითხავი რჩება, ამიტომ მენეჯერმა თავისკენ უნდა მიმართოს მხოლოდ აუცილებელი ინფორმაციული ნაკადი, ამას კი გარკვეული ჩვევები სჭირდება. აქედან ჩანს სწრაფი კითხვის პრობლემის აქტუალობა.

ვიდრე სწრაფი კითხვის პრობლემებს შევხებოდეთ, საჭიროა წიგნის, დოკუმენტის დამუშავების ელემენტარული ჩვევები გავიხსენოთ: წაკითხვამდე საჭიროა მასალის გაფილტვრა, თუ რამდენად საჭიროა იგი (სელექტური კითხვა), უნდა გავამახვილოთ ყურადღება, თუ რა ინფორმაცია გვჭირდება წიგნიდან, გადავავლოთ თვალი თავებს, სარჩევს, წინასიტყვაობას, ხოლო საინტერესო თავებში ყურადღება მივაქციოთ პირველ და ბოლო ფრაზებს, ქვესათაურებს, გამოყოფილ სიტყვებს (აზრობრივ მაჩვენებლებს). ჟურნალ-გაზეთებში კი (წიგნებისაგან განსხვავებით) ძირითადი ინფორმაცია ტექსტის დასაწყისშია. მხოლოდ ინფორმაციის „გაფილტვრის“ ჩვევების განმტკიცების შემდეგ აქვს აზრი შემდგომ სწრაფი კითხვის ტრენინგების ეტაპს.

ადამიანი წუთში საშუალოდ 200-მდე სიტყვას კითხულობს. სტუდენტები, მენეჯერები, რომელთაც ტექსტთან ყოველდღიური შეხება აქვთ – 300 სიტყვამდე. ამ სიჩქარის ჩამოყალიბება სკოლის წლებში იწყება და შემდგომ თითქმის არ იცვლება. თუ გავითვალისწინებთ, რომ კითხვის მაქსიმალური სიჩქარეა 1200 სიტყვა წუთში (ნაპოლეონი, პრეზიდენტი კენედი), კარგად ჩანს გამოუყენებელი რეზერვები. სწრაფი კითხვის შესწავლისას ერთდროულად გამომუშავდება მნიშვნელოვან ფრაზებზე კონცენტრაციისა და აზრის სწრაფი გაგების უნარი.

შეიძლება დამოუკიდებლად, სპეციალური კურსებისა და ლიტერატურის გარეშე ავითვისოთ სწრაფი კითხვის ხელოვნება? შეიძლება, თუ 1-2 თვის განმავლობაში რეგულარულად, ყოველდღე ივარჯიშებთ.

ტრენინგების დაწყებამდე უნდა შეაფასოთ თქვენი სიჩქარე. ამისთვის საჭიროა ყურადღებით (ისე, რომ გაიგოთ შინაარსი) და ერთდროულად, მაქსიმალურ ტემპში, წაიკითხოთ საერთო ხასიათის (პოპულარული) ტექსტი. კითხვის წინ მოამზადეთ წამმზომი (საათი). თქვენი სიჩქარის შეფასება შეიძლება შემდეგი ცხრილით:

200 სიტყვამდე წუთში	–	ძალიან ნელი;
300 სიტყვამდე წუთში	–	ნელი;
400 სიტყვამდე წუთში	–	საშუალო;
600 სიტყვამდე წუთში	–	სწრაფი.

სწრაფი კითხვის ტრენინგების ნაწილი მიმართულია სკოლაში ჩამოყალიბებული კითხვის მავნე ჩვევების გადალახვაზე, მეორე ნაწილი კი კითხვის მეთოდის გაუმჯობესებაზე.

1. კითხვის დაბალი სიჩქარის ერთ–ერთი მიზეზია წინა სტრიქონზე (უკან) დაბრუნება (ეგრეთ წოდებული რეგრესია), თითქოსდა გაუგებარი შინაარსის გამო. ამ მავნე ჩვევის მოსაშლელად ვარჯიშობენ ქაღალდის ფურცლით, რომელიც ფარავს ზედა, უკვე წაკითხულ სტრიქონს.

2. შემდეგი მავნე ჩვევაა ეგრეთ წოდებული ვოკალიზაცია – უხმოდ ტექსტის მოსმენა–გამეორება ტუჩების, ენის, ყელის იოგების უმნიშვნელო მოძრაობით. ტრენინგისთვის საჭიროა ყურადღების კონცენტრაცია ტექსტზე და არა სიტყვაზე. საჭიროა კითხვა ერთდროულად რაიმე რითმის (მაგალითად, – ... ან .. – ..) ფანქრით მაგიდაზე კაკუნით. ვოკალიზაციის, ფარული არტიკულაციის შემთხვევაში ტექსტს ვერ წაიკითხავთ (ან რითმი შეგეშლებათ).

3. კითხვის ტექნიკის შესწავლას სოლიდური მეცნიერული საფუძველი აქვს. ეს მეთოდის საშუალებას გვაძლევს, შევასრულოთ მაგალითად, თვალის მოძრაობის ფოტოგრაფია, სტრიქონზე მზერის ყოველი შეჩერების (და უკან დაბრუნების) გრაფიკული ფიქსაცია, ერთდროულად დროის ჩანიშვნა და ა.შ. კვლევის პროცესში გამოირკვა, რომ ჩვეულებრივი (ვიწრო კუთხით) კითხვისას თვალის მოძრაობა საშუალოდ წამში 4–ჯერ ჩერდება. ასე რომ, ყოველ სტრიქონში რამდენიმე ნახტომი – ფიქსაცია გვაქვს. თვალის მოძრაობის გაჩერებაზე საკმაოდ დიდი დრო (95%) მოდის. ეს არ ხდება პერიფერიული ხედვისას (ფართე კუთხე), როცა ერთდროულად რამდენიმე სიტყვას აღვიქვამთ. ხედვის ფართო კუთხეზე გადასვლა შეიძლება ასეთი ვარჯიშით:

0 9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

თუ მზერას გავამახვილებთ ცენტრში 1–ზე, შევამჩნევთ, რომ ერთდროულად (ორივე მხარეს) ვხედავთ მხოლოდ რამდენიმე ციფრს. შემდეგ ორივე მხარეს სუფთა ფურცლის დაფარებით (დაახლოებით 5–ზე) ივარჯიშეთ ხედვის კუთხის გაზრდაში, ვიდრე ფურცლის გადაადგილებით მაქსიმალურ კუთხეს (0) არ მიაღწევთ.

ფიქსაციის წინააღმდეგ საჭიროა, აგრეთვე, ყოველი სტრიქონის მეორე – მესამე (და არა პირველი სიტყვიდან) წაკითხვა.

4. საშუალო სირთულის (პოპულარული) ტექსტის წაკითხვა 10 წუთის განმავლობაში. მეორე დღეს, ამავე დროში, ეცადეთ უფრო მეტი მოცულობის ტექსტი წაკითხოთ.

5. ჩაწერეთ მაგნიტოფონზე ტექსტი ჩვეულებრივზე 1,5–ჯერ მეტი ტემპით (სიმჭიდროვით). პრაქტიკულად ეს ნიშნავს 400–სიტყვიანი პოპულარული ხასიათის ტექსტის ისე ჩაწერას, რომ მან 1 წუთზე მეტი დრო არ დაიკავოს. ასეთი „დაჩქარებული“ ტექსტების რეგულარული მოსმენით მსმენელი ეჩვევა სწრაფ აზროვნებას. როგორც ჩანს, ეს ტრენინგი ვრცელდება სტუდენტებზეც, რომლებიც სწრაფად მოსაუბრე ლექტორს უსმენენ.

6. ფანქრით გაავლეთ ვერტიკალური ხაზი გაზეთის, წიგნის ტექსტის შუაში და წაკითხვისას მასზე გაამახვილეთ მზერა.

7. ამ ვარჯიშების შემდეგ შეიძლება გადასვლა „სლალომის მეთოდით“ კითხვაზე (მზერა მარცხენა ზედა კუთხიდან გადადის მომდევნო სტრიქონის მარჯვენა კუთხეში, შემდეგ ისევ მარცხნივ და ა.შ.) ხოლო ვერტიკალურად „სრიალის“ მეთოდი (3000 სიტყვა წუთში) გამოიყენება ალფაბეტურ სატელეფონო ცნობარებში, ლექსიკონებში, კომპიუტერის ეკრანზე სიებში ძიებისას.

ასეთი ტრენინგებით შეიძლება კითხვის სიჩქარის 2–3–ჯერ გაზრდა (ესე იგი 400–600 სიტყვამდე) 1–2 თვის განმავლობაში. საქმიანი ადამიანების 90 პროცენტისათვის ეს ტრენინგები რეალურია.

ამჟამად ცდილობენ სპეციალური პროგრამების საშუალებით ტრენინგების კომპიუტერის ეკრანზე იმიტაციას.

სწრაფი კითხვის კურსების ბუმბა უცხოეთში ისე გაიარა, რომ ჩვენთან არც კი დაწყებულა. ამჟამად უცხოელ ექსპერტთა ნაწილი სკეპტიკურადაა განაწყობილი

ტრენინგების ხანგრძლივი, მუდმივი ეფექტის მიმართ. ისინი თვლიან, რომ მათ მხოლოდ დროებითი ეფექტი მოაქვს (ისევე, როგორც კომპიუტერის და უცხო ენის კურსებს მუდმივი ტრენინგის გარეშე) და კითხვის სიჩქარე, როგორც წესი, ძველ, ინდივიდუალურ მონაცემებს უბრუნდება.

საოფისე კულტურა და ეტიკეტი

ტრადიციული განათლების სისტემაში პედაგოგს, კლასში, აუდიტორიაში ცენტრალური როლი აქვს მინიჭებული. ასეთი ფსიქოლოგიური როლებია „მსაჯი“, „მეთაური“, „მშობელი“ და სხვ., ხოლო მსმენელის როლი პასიურია. ასეთი სისტემა ჩამოყალიბდა ისტორიულად, როცა საზოგადოებას სჭირდებოდა მხოლოდ უბრალო შემსრულებლები.

პედაგოგის დომინირებას განათლების ყველა საფეხურზე, სადაც მსმენელის დაპროგრამება უარყოფითი ფორმითაა ცუდი შედეგები აქვს. „დიდაქტოგენური ნევროზები“ ამის ნათელი მაგალითია.

წლების განმავლობაში პედაგოგიური „წარმოება“ მორალური ქადაგების ლოგიკით და არა კარგად გააზრებული ტექნოლოგიით იყო აგებული. მაშინ, როდესაც თუნდაც მენეჯერთა პროფესიული მომზადებისთვის საჭიროა ინოვაციური, ინდივიდუალური უნარების განმავითარებელი, ინტერაქტიული ტექნოლოგიები, რომლებიც ხელს უწყობენ ანალიტიკური აზროვნების ფორმირებას და ავითარებენ მართვის ჩვევებს.

უფრო სწორედ, ცოდნის გარდა მსმენელში უნდა განვითარდეს სოციალური უნარ-ჩვევები, როგორცაა გადაწყვეტილების მიღება, სტრესების დაძლევა, ადამიანებთან ურთიერთობა და სხვ.

განათლება უნდა გახდეს „ემოციური“ რათა ინტელექტის გარდა ზემოქმედების ქვეშ მოექცეს პიროვნების აღზრდაც, ისე რომ ანგარიში გაეწიოს ადამიანის ფასეულობათა სისტემას.

იცვლება რა ცოდნის მთელი სისტემა, ახალი ცოდნის გამოდევნებაში ჩვენ უნებურად გვემუქრება მუდმივი ინფორმაციული ჩამორჩენა. შეუძლებელია ადამიანს ისეთი განათლება მისცე, რომ საკმარისი იყოს მთელი ცხოვრება, ამიტომ ნამდვილად უკეთესია, თუ ასწავლი, როგორ ისწავლოს მთელი ცხოვრება.

პროგრესს „ხელოვნური ინტელექტის“ და ე.წ. „საექსპერტო სისტემების“ სფეროში საექსპერტო ცოდნის დაგროვების ახალ საშუალებებისკენ მივყევართ. როგორ მოვიქცეთ, მივცეთ ცოდნა, რომელსაც ასეთი სწრაფი დაძველების თვისება აქვს, თუ არ ვასწავლოთ? რასაკვირველია, უნდა ვასწავლოთ, მაგრამ პირველ რიგში მორალი, კულტურა (კერძოდ, ინფორმაციასთან მუშაობის კულტურა), კულტუროლოგია (კერძოდ, სამეწარმეო, შრომის), საერთოდ, აღზრდის საკითხები (რადგან გადამწყვეტია არა მარტო აღმზრდელი არამედ, გარემოც).

მენეჯმენტის უახლესი, თანამედროვე კონცეპციაც ხომ სწორედ კულტურის კონცეპციაა, რადგან ენთუზიაზმი თუ არა აღჭურვილი ცოდნით, ეთიკით, ბოროტების მოტანა უფრო შეუძლია. სხვა სიტყვებით, ეგზისტენციალური ვაკუუმის (მარტივად, საერთო აპათიის) გამო, განათლებამ უნდა გადასცეს არა მარტო ცოდნა, არამედ აღზარდოს სინდისიც (როგორც უნივერსალური აზრი, რომელსაც ფასეულობათა რღვევა არ ეხება).

სოციალურ–ეკონომიკური რეფორმების და საერთოდ, ყველა პროგრესული ცვლილებების მთავარ საყრდენად (და ერთდროულად, შემაფერხებლად) ადამიანის კულტურა და ცნობიერებაა. მართლაც, განათლებული, მაღალპროფესიული კულტურული კადრების გარეშე ვერც ერთი ქვეყანა ეკონომიკის განვითარების ახალ საფეხურზე ვარ გადავა [1]. ორგანიზაციის სტრატეგიული რესურსის – საუკეთესო კადრების შენარჩუნებაც შეუძლებელია საერთო კორპორაციული კულტურის გარეშე.

ბიზნესი უპირველეს ყოვლისა – პრაქტიკაა, ამიტომ სწავლება ძირითადად აქტიური ლექციების, საქმიანი თამაშების და „კეის“ – ტექნოლოგიების (მათ შორის კონკრეტული სიტუაციების ანალიზის) გამოყენებით ტარდება. ამ ტრენინგების (კოუჩინგის) ცენტრალური ცნებაა იმიტაცია – გამოცდილების დაგროვების და მართვის მენტალობის განვითარების იაფი საშუალება [2].

საინტერესოა, რომ მსმენელთა ძალიან მცირე პროცენტს შეუძლია წიგნით მუშაობა, დანარჩენები კი, რომლებსაც ჩვენ ტრადიციულად ჩამორჩენილებად ვთვლიდით, ასე ვთქვათ „სხვა მასალისგან“ არიან. ისინი ცოდნას გრძნობის ყველა ორგანოებით აგროვებენ.

მართლაც, მსმენელთა დომინირებული ტიპებია: ა) ვიზუალური (35%), ინფორმაციას აღიქვამს დიაგრამებით, ქსერომასალით, წიგნის ტექსტით; 2) აუდიალური (25%), ოპტიმალურია ინფორმაციის მიწოდება ასისტენტის ან

მაგნიტოფონის საშუალებით; 3) კინესთეტიკური (40%), ინფორმაციას აღიქვამს ილუსტრაციების ხელში მიწოდებით, შეხებით, ხელის ჩამორთმევით და სხვ.

განსაკუთრებით ეფექტურია ვიზუალური ინფორმაცია, რომლის თვისებაა ქვეცნობიერებაში შთაგონების წერტილის ფიქსაცია, გონების კონტროლის გარეშე.

როგორც ჩანს, მომავლის განათლებაში ტრადიციულ „ტექსტის დიქტატს“ ნაკლები ადგილი დაეთმობა, აღარ იქნება გაფეტიშებული წერა–კითხვა, რომელიც, თანამედროვე წარმოდგენებით, სამყაროს ერთადერთი ფანჯარა როდია...

ამ კონცეფციების, მიდგომების გათვალისწინებით ავტორი ათიოდე წელია ატარებს ლექცია–ტრენინგებს საოფისე კულტურასა და ეტიკეტში.

ამ მეთოდიკაში პარალელურად, ერთდროულად ჩაქსოვილია საქმიანი თამაში, აქტიური ლექცია (ილუსტრაციების აუდიტორიაში გადაცემით), საოფისე ეტიკეტის, მსმენელში თავშეკავებულობის, დროის ეფექტური გამოყენების ჩვევების აღზრდა. ამ მეთოდიკით, მსმენელი მუშაობს ინდივიდუალურ ტემპში, სასწავლო ტესტების ამოხსნით თვითონ შეუძლია თავის შეფასება, საბოლოოდ კი შეფასდება საკუთარი შესაძლებლობების მიხედვით (ანალოგიურად ამერიკული სისტემისა „წარმატება ყოველ მსმენელისთვის“).

ვინაიდან საქმიანი თამაშის ჩატარება ძვირი სიამოვნებაა, შერჩეულია მარტივი თამაში „თათბირზე“ და მოკლე („ბლიც“) ტრენინგები. წინა ლექციაზე ამოხსნილი ტესტების პასუხებს მსმენელი მაგნიტოფონით ისმენს (მუსიკალური პაუზებით, რომელიც ხელს უწყობს დამახსოვრებას). ასევე მაგნიტოფონით ისმენს მსმენელი სატელეფონო კულტურის და სხვა სცენარებს. ამრიგად, ახალი მასალის ათვისება, ძირითადად, ტრენინგებზე წარმოებს.

რეალურად, ტრენინგის სცენარი ასეთი მარტივი არარის, ის ფაქტობრივად უახლოვდება მხატვრულ კომპოზიციას და ამდენად, მსმენელთა დიდ ინტერესს იწვევს, თუმცა ბუნებრივია, დალღაც უფრო მეტია, ვიდრე ლექცია – სემინარებზე.

მენეჯერთა მომზადების აქტიურ მეთოდებს, ტრენინგებს საქართველოში უფრო ფართე დანერგვა სჭირდება.

განათლების ტრადიციულმა სისტემამ თავის დოზე საუკეთესო შედეგები მოგვცა (ამის ნათელი მაგალითებია ჩვენი წარმატებები თუნდაც კოსმოსის და ატომური ენერჯის საკითხებში), მაგრამ XXI საუკუნის ახალმა ინფორმაციულმა, კომპიუტერულმა და რობოტულმა ტექნოლოგიებმა რევოლუციური ზეგავლენა

მოახდინა არა მარტო განათლებაზე, არამედ თვით სახელმწიფოების პოლიტიკურ მოწყობასა და საზოგადოების დემოკრატიზაციაზეც.

თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო

უნივერსიტეტი

R.Maisuradze, O.Shudra

CULTURE AND ETHICS AT THE OFFICE

Summary

The long experience in training courses for managers is summarised in the article.

Modern methods of teaching by using of business games, visual presentations, audio aids, tests and other active methods are suggested.

Р.Майсурадзе, О.Шудра

Культура и этикет в офисе

Резюме

В статье обобщен многолетний опыт тренингов подготовки менеджеров. Предложена методика с использованием деловых игр, визуальной информации, аудиотехники, тестов и других активных методов обучения.

ლიტერატურა – Литература - Referenses

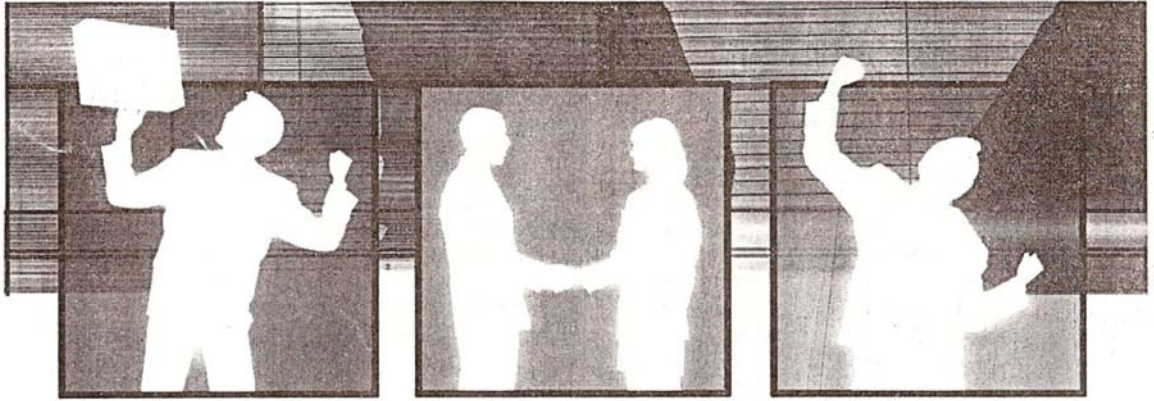
1. მაისურაძე რ. შუდრა ო. ბიზნესის ეთიკის ზოგიერთი პრობლემა, საქართველოს ეკონომიკისა № 1 2006 წ.
2. შუდრა ო. ოფისის მართვის საკითხები თბ. სტატისტიკის დეპარტამენტის გამომცემლობა, 1996 წ.

რ. მაისურაძე, ო. შუდრა
საოფისე კულტურა და ეტიკეტი

რეზიუმე

სტატიაში განზოგადებულია ავტორების პროგრამით მენეჯერთა მომზადების ტრენინგების მრავალწლიანი გამოცდილება.

ტრენინგებში გამოყენებულია საქმიანი თამაშები, ილუსტრაციები, დაბეჭდილი ტესტები, მაგნიტოფონზე ჩაწერილი სასწავლო სცენარები და ტესტები.



ბიზნესის ათიკის ზოგიერთი პრობლემები

ომარ შულრა

საქმიანი ეტიკეტი ბიზნესმენის პროფესიული ქცევის მორალის მნიშვნელოვანი მხარეა. რადგან არ იციან ეტიკეტის წესები, მათ ეშლებათ მნიშვნელოვანი გარიგებები. ამის გამო ჩვენი ბიზნესმენები ისევე, როგორც მათი კონსულტანტები და მდივან-თანაშემწეები პარტნიორების (განსაკუთრებით უცხოელი) კრიტიკის ობიექტები ხდებიან. განსაკუთრებით უჭირთ ინტელიგენტური ჩვევების გამოუმუშავება პირველი თაობის და დამწყებ ბიზნესმენებს.

საქმიანი ეტიკეტის წესები მუდამ ეხმარებოდა ბიზნესმენტა ეკონომიკური და ფინანსური ინტერესების დაახლოებას. ეფექტური მენარმეობის მთავარი მაჩვენებელია პრაქტიკული შედეგები და პირველ რიგში — მოგება, რომელიც ყოველთვის წინ იდგა, ვიდრე პარტნიორთა ნაციონალური, სოციალური და რე-

ლიგიური განსხვავებები. ბიზნესმენტა მორალურ—ფსიქოლოგიური მოუწინავე ბლობა ჩანს თუნდაც „აღმკვანდელი“ წარმატებისადმი მათ მისწრაფებაში, მოუთმენლობაში, საქმიანი ურთიერთობების ტექნოლოგიის დაბალ დონეში, ფულისადმი პათოლოგიურ დამოკიდებულებაში. ყველაზე ძნელი გადასალახავი კი ჩამორჩენილი მსოფლმხედველობა და დაკომპლექსებული აზროვნებაა.

ასევე დასახვეწია და ყურადღებას მოითხოვს ჩვენი კორპორაციული ეთიკა (ეთიკის კოდექსები და სხვ.), მიკროეთიკა (ურთიერთობა ხელქვეითებთან და სხვ.), მაკროეთიკა (ურთიერთობა კონკურენტებთან, სახელმწიფოსთან და სხვ.), ადმინისტრაციული ეთიკა, ინტერნეტის ქსელური ეთიკა და სხვ.

რა უნდა ახსოვდეს მენარმეს? უპირველეს ყოვლისა, საქმიანი ეტიკეტი შეიცავს ქცევის კულტურას, რომელიც გულისხმობს ინდივიდისადმი ღრმა პა-

ტივისცემას (ყოველ შემთხვევაში, ადამიანის სოციალური როლი არ უნდა ახდენდეს ჰიპნოზურ გავლენას საქმიან პარტნიორზე).

ქცევის ჭეშმარიტი კულტურის წესები იმდენად განსხვავდება ჩვენს სინამდვილეში გავრცელებული „საყოფაცხოვრებო“ ჩვევებისგან, რომ ხშირად ფართო აუდიტორიის გაცეხებას იწვევს ხოლმე. ამდენად, სასარგებლო იქნება ზოგიერთი მათგანის ჩამოთვლა.

წარმატებული სამუშაო დღის საფუძველი საშინაო, ოჯახური ატმოსფეროა: თქვენი განწყობა დამოკიდებულია, თუ როგორია ურთიერთობები ოჯახში, როგორ დაისვენეთ, დილით ღიმილიანი სალამი კი ძლიერი სტიმულატორია თანამშრომელთათვისაც.

მომსვლელი, რომელიც შედის ოფისის ოთახში, კარზე არ უნდა აკაკუნებდეს — თანამშრომლებს ეს მხოლოდ ალიზინანებთ. იგივე ეხება ხელმძღვანელს

კაბინეტს (მაგრამ თუ ხელმძღვანელი მოითხოვს სანიანალმდევოს — ეს ნების უნდა შესრულდეს).

საქმიანი ადამიანი, ტრადიციულად, კაბინეტში სახით კარისკენა (ეს ხელს არ უწყობს მის შრომის ნაყოფიერებას) მაშინ, როდესაც ოპტიმალურია მუშაობა ზურგით კარისაკენ. რაც შეეხება საწერი მაგიდის ზედაპირს — ის გადატვირთული არ უნდა იყოს (საქალაქმდევებით სავსე მაგიდაზე შეუძლებელია ყურადღებით მუშაობა). განსაკუთრებით უადგილოა მაგიდაზე ქალის ხელჩანთა, საოჯახო ცელოფენები, ქუდი და სხვ.

ბოლო დროს საქმიან ურთიერთობებში სიგარეტის მოწვევას სულ უფრო ნაკლები ადგილი უჭირავს. თუ მოლაპარაკებები პატარა ოთახში მიმდინარეობს, უკეთესია, საერთოდ არ მივნიოთ. ვეროპაში ალკოჰოლს სუფრაზე სიმბოლური მნიშვნელობა აქვს, ამიტომ აქაც თავშეკავებაა საჭირო.

საქმიანი ადამიანის კულტურას პირველ რიგში მისი მონესრიგებულობა განსაზღვრავს. პალსტუხი აუცილებელი არაა მხოლოდ ფერად და სპორტულ პერანგთან (თუმცა, სამუშაო დღის ქრული, მუქი და მოკლე პერანგები არაა რეკომენდებული). მამაკაცს ორი ცხვირსახოცი აქვს, პირველს იყენებს დანიშნულებისამებრ, ხოლო მეორეს (მუდამ სუფთას) ინახავს პიჯაკის შიდა ჯიბეში (სათვალის გასანმენდად და სხვ.).

კაბინეტში თათბირზე, ბინაში, რესტორანში შედინ შეკრული პიჯაკით, რომლის ქვედა ღილი ყოველთვის შეხსნილია. ღილის ბოლომდე გახსნა მხოლოდ სუფრასთან ან თეატრის სავარძელში შეიძლება. მამაკაცი პირს ყოველდღე იპარსავს (შავგერემანი კი დღეში ორჯერ, თუ მას შავი კოსტიუმი უნდა ეცვას საღამოს). შინაც ლამაზად უნდა გვეცვას, ოუნდაც კარგი განწყობისათვის.

თანამედროვე საქმიანი ცხოვრება წარმოუდგენელია ტელეფონის გარეშე. მისი საშუალებით ოპერატიულად წყდება უამრავი პრობლემა. უცხოეთში ფართოდაა გავრცელებული კურსები, მეთოდური რეკომენდაციები და ბროშურები ამ თემაზე (განსაკუთრებით — მობილურ აპარატზე). კაცობრიობა უკვე საუკუნეზე მეტია, ტელეფონით სარგებლობს. თითქოს საკმარისი დროა გასული, მაგრამ ტელეფონით საუბრის ქემარტივი კულტურისგან ჩვენ ძალზე შორს ვართ.

თუ თქვენ გიყვართ საჩუქრის მიძღვნა, შეგძლებათ საკუთარი ეგოიზმის გადალახვა. ნიგნის ჩუქებისას წარწერა კეთდება მარცხენა, ცარიელ ფურცელზე და არა მარჯვენაზე, სადაც ნიგნის შიდა სათაურია (შეინარჩუნეთ სატიტულე ფურცელი ზეფთად). ახლა ნიგნზე წარწერას უფრო იშვიათად მიმართავენ, როცა ნიგნი გარკვეული მიზნითაა შერჩეული.

ყვავილების გადაცემა ბინის წინკარში შეფუთულ მდგომარეობაშიც შეიძლება, მაგრამ თუ თქვენ ოთახში შედინარტყვავილებით, მოხსენით ქალაქი (ცელოფანი) და ისე გადავით იუბილარს.

ქალთა წილი ბიზნესში (და სახელმწიფოს მართვაშიც) ყოველწლიურად იზრდება. მომუშავე ქალი, რომელიც ოჯახის მეურნეობასაც უძღვება, თვლის, რომ ის იმსახურებს განსაკუთრებულ ყურადღებას როგორც უფროსებისგან, ისე თავისი ოჯახისგან. მაგრამ პრაქტიკულად, ხელმძღვანელი და კოლეგები მისი საქმიანი თვისებების გულგრილი შემფასებლები არიან და ოჯახიც დედის მუდმივი მოუცლევლობით უკმაყოფილოა. ასე რომ, კარიერის ოჯახზე მაღლა დაყენებით ქალი ვერაფერს მოიგებს.

პირველ რიგში საქმიანმა ქალმა დავალების მიღება და შესრულება უნდა ისწავლოს. ქალი, რომელსაც ეს შეუძლია ზედმეტი საუბრის და კამათის გარეშე, გზას იკლევს კარიერაში, ხელმძღვანელის შენიშვნას თავის მართლების ნაკადი არ უნდა მოჰყვეს. სასარგებლო ფრაზაა „ძალიან ვუნებოვარ, რომ ასე მოხდა“, რის შემდეგაც შეიძლება თავზანი ფორმით ჩამოვყალიბოთ მიზეზიც.

ქალი — ლიდერი თავს ნებას არ უნდა აძლევდეს, ისაუბროს დიქტატორული ტონით (სამსახურში და ოჯახშიც). როცა ქალი კარიერის ზენიტშია, ეს შეიძლება გადაიზარდოს ყველასთვის გამაღიზიანებელ ამბიციურობაში, რაც შორსაა სიკეთისა და ქალურობისგან, თუმცა თუ სურს წინსვლა კარიერაში და ოჯახური ურთიერთობების შენარჩუნება, ეს თვისებები მას ახლა უფრო მეტად სჭირდება. ქალურობის დევიციტს ვერასდროს შეცვლის პროფესიული ცოდნა.

როგორი კარიერაც უნდა მოვიწყოთ, ძველ მეგობრებთან ურთიერთობას თავისი ხიზლი აქვს. ეს თავისით არ მოდის, აქაც სულიერი ძალისხმევაა საჭირო, თანაც ორივე მხრიდან, რათა თქვენი ძველი ურთიერთობები, დროის უღმო-

ბელი მოთხოვნიდან გამომდინარე, ახალ დონეზე, ახალ ჩარჩოებში გადაიყვანო. ცხადია, ეს ყველას როდი ძალუძს. ამიტომ გვესმის ხშირად: „გამდიდრდა და აღარ ვჭირდები“.

ერთი შეხედვით, საქმიანი ეტიკეტი არსებული წესების კარგად შესწავლაზე დაიყვანება (ის ხომ ეკონომიკური პროფილის ყველა უმაღლეს სასწავლებელში ისწავლება). მაგრამ ეს პრობლემისადმი ზედაპირული მიდგომაა, ჩვენს ჩამორჩენას ბიზნესისა და ადმინისტრაციულ ეთიკაში უფრო ღრმა საფუძვლები აქვს. კვალიფიკაციის და გადაზადების კურსებზე, რომლებსაც უცხოელი სპეციალისტები ატარებენ ყოფილი სპეციალური კავშირის ტერიტორიაზე, ყურადღება გამახვილებულია მსმენელთა საერთო მსოფლმხედველობის, ხედვის კონცეფციის შეცვლაზე, რადგან მათში გამჯდარია ბიზნესისადმი „ინჟინერული“ მიდგომა.

ჩვენი საშუალო სკოლის ავტორიტარული ფესვები საოცრად მტიცივ და ღრმა აღმოჩნდა. ათწლეულობით არსებობდა ერთი, სწორხაზოვანი აზრი, მონაწილეები კი ინფორმაციის მიძღვების პასიურ როლს ასრულებდნენ. წინ იდგა საზოგადოებრივი აზრის პროორიტეტი, ყველაფერი ინდივიდუალური კი იჩქნალეზოდა.

საერთო განათლების ახალი პროგრამების მიზანი ახალგაზრდებისთვის მეტი ცოდნის და პრაქტიკული ჩვევების მიცემაა. მაგრამ ტექნოლოგიების და ფასეულობების სწრაფი ცვლილებების გამო პროფესიული სიმნიშვნის მაჩვენებელი უკვე პროფესიული მახასიათებლები გახდა — კერძოდ, ზნეობა, რომელიც ყოველთვის იყო განათლების საფუძველი. ამასთან, ჯერ კიდევ უძველესი დროიდანაა ცნობილი, რომ ზნეობა არ შედის ცოდნა-განათლების სფეროში, რომ უნაყოფოა პრაქტიკული ცოდნა, რომელიც არაა დაბალანსებული მორალით.

ცივილიზებული ბაზრის ათვისებისას საბაზრო სტრუქტურებში დაფუძნების მსურველთა მხოლოდ 10 პროცენტი აღწევს წარმატებას. მხოლოდ ის, ვისაც შემოქმედებითი თვითრეალიზაციისკენ დიდი მისწრაფება აქვს, ცდილობს ადამიანთა ნდობის მოპოვებას, შეუძლია მათი ინტელექტუალური პოტენციალის გახსნა, და ბოლოს, რაც მთავარია, სინდისიერი და წესიერია.

ელექტრონული ბიზნესი და „ქსელური ეკონომიკა“

ელექტრონული ბიზნესი და „ქსელური ეკონომიკა“

ინტეხნეტი და ეკონომიკა



რეკლამა

უახლოეს ათწლეულში გლობალურ ეკონომიკურ სფეროში რადიკალური ცვლილებები მოსალოდნელია. წინა ცვლილებებმა საბაზრო და ინდუსტრიული ცივილიზაციების შექმნამდე მიგვიყვანა, ამჟამად მსოფლიო საზოგადოებრივი მოწყობის დომინირებული ფორმის მორიგი გარდაქმნის დასაწყისშია.

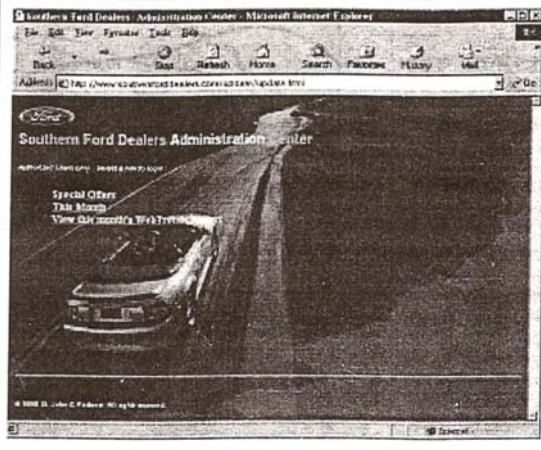
ამის მიზეზია ეკონომიკის ინფორმაციული სექტორის გაძლიერება, ახალი ტექნოლოგიების, ინტერნეტის ეკონომიკაზე ზემოქმედება, თვისობრივი ცვლილებები ადამიანებს შორის ინფორმაციის გაცვლაში და სხვა.

21 საუკუნე პოსტინდუსტრიული ინფორმაციული საზოგადოების ეპოქაა, მაღალანვითარებული ინფორმაციული ინფრასტრუქტურებით, სადაც შემეცნებითი და შემოქმედებითი მოთხოვნების დაკმაყოფილება ხდება ე.წ. ვირტუალური რეალობის რეჟიმში. მაგალითად, ადამიანთა უწყვეტი სწავლება განხორციელდება, ძირითადად, დისტანციური მეთოდით (ინტერაქტიული ვიდეო), ხოლო მილიონობით ადამიანის ძირითადი საკმარისობა იჭრება დისტანციური სამუშაო ადგილები (ე.წ. ტელესამუშაო, ტელემატიკა).

საინფორმაციო საზოგადოებაზე გადასვლის ერთ-ერთი საბაზო ინდიკატორია ინტერნეტის ქსელის გამოყენება (კერძოდ, სერვერების რიცხვი ათას მცხოვრებზე). დღეს

პრინცი პების ფორმირება, რომელიც ემყარება „მეზუთე თაობის“ მენეჯმენტს კომპანიები სრულიად ახალი მეთოდებით აწარმოებენ გარეშე ორგანიზაციებთან ოპერაციების ინსტრუქციას, გადასცემენ რა მათ ფუნქციების

ამრიგად, როდესაც ქვეყანაში დომინირებს ქსელური ორგანიზაციები, საფუძველი ვერება „ქსელური ეკონომიკას“ (სადაც უკვე არც ისე იოლია კონკურენტის გატოლება...) აშშ პრეზიდენტის მეგობრულად „ტექნოლოგია ამერიკის ეკონომიკური ზრდისათვის“ ნაციონალური ინფორმაციული ინფრასტრუქტურის (NII) პროექტი ჯერ კიდევ 1993 წელს გამოცხადდა (არსებობს ევროპული და გლობალური პროექტები). შექმნილია ინფორმაციული საზოგადოებაში აქტიურობის ცენტრი (ISAC). ამ პროექტებში მხოლოდ ის სახელმწიფოებია ჩართული, რომლებიც ვითარდებიან ინოვაციური (მაგ. აშშ) და ტექნოლოგიური (მაგ. იაპონია) მოდ-



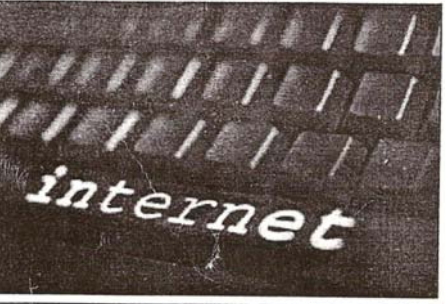
ნაწილს. მცირდება კომპანიების ზომები, იშვინება „პოტენციური“ ქვესისტემათა ქსელი, რომლებიც შზად არიან ცვლილებებისთვის და კოლექტიური მუშაობის კომპიუტერული საშუალებები, ხოლო „კოლექტივიზმის სულს“ სპეციალური კომპიუტერული პროგრამები ემსახურებიან.

ელებითა.

21-ე საუკუნეში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ფუნდამენტურ მეცნიერებას, მეცნიერს როგორც ცოდნის წყაროს, „ეკონომიკურ კულტურაზე“ დაფუძნებულ განათლებას. ფასეულობათა ტრანსფორმაციის ეპოქაში (რობოტები თვით სამუშაო ძალასაც კი აუფასურებენ) მხოლოდ ნოუ-ჰაუ არ კარგავს თავის ფასს. საქონლის მოხმარებისაგან განსხვავებით ინფორმაციული საზოგადოების დამახასიათებელი ფასეულებაა დრო, ამიტომ იქმნება კვალიფიკაციაზე დაფუძნებული ახალი ელიტა.

საბჭოთა კავშირში ჯერ კიდევ 1982 წელს კომპიუტერის ოპერატიული მეხსიერების 1 კილობაიტზე აშშ-ში 1 მეგაბაიტი მოდიოდა. ჩვენს ცივილიზაციური ჩამორჩენა უკვე ამ წლებში დაიწყო. იგივე ელიტი ქვეყნებს, რომლებიც არ მიდიან ინფორმაციული საზოგადოების გზით, ვინაიდან საერთო ეკონომიკური და ფინანსური კრიზისები, ინტელექტისადმი იქ გამოყვებული კონტრატული უპატივცემულობის შედეგი-ცივილიზაციური კრიზისია.

* საინფორმაციო საზოგადოების ძირითადი ცნება ახალ ევროპულ კულტურაში.
* ინფორმაციული პარტნიორობა „გახსნილობის“ ახალი სტანდარტები, კოლექტიური თანამშრომლობა მოთხოვნა-მიწოდების სტრატეგიაში, პირიპირდაპირი კონტაქტები და სხვა.
* დანარჩენ „არაღიულებს“ უკვე არც, როგორც ჩანს, ინფორმაციული საშუალება „არ სჭირდება“...



ინტერნეტს ჯერ არ შეუქმნია ახალი ეკონომიკა, თუმცა, ინფორმაციული საზოგადოება თანდათან „ქსელური ეკონომიკის“ პრინციპებზე გადადის.

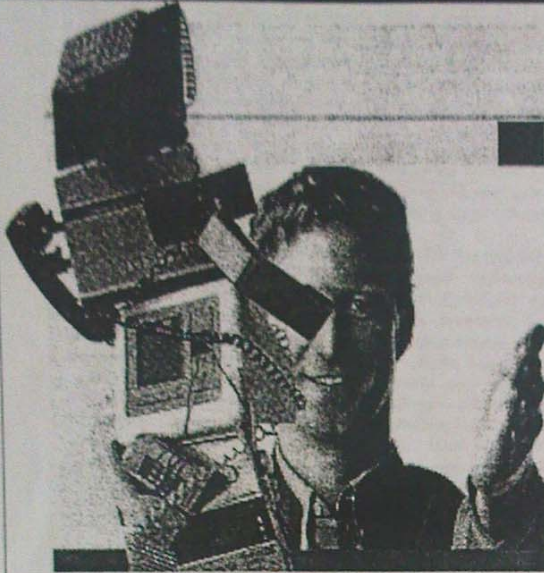
მართლაც, უარესად მუშაობს ბიზნესის გაძლიერის ძველი წესები (მოსავე კონკურენტები, დაიქვემდებარე მიწოდებელი, არ მისცე შემკვეთს ინფორმაცია კონკურენტზე და სხვა). იწყება ბიზნესის ახალი მოდელების,

ინდუსტრიული ეპოქის მონსტრი – ვერტიკალური ინტეგრაცია – უკვე სამიში ხდება, რადგან საეკუთა, რომ ცალკე აღებული კომპანია ბიზნეს-პროცესის ყველა ეტაპზე მოსახერხებელი იქნება, ამიტომ კომპანიას ურჩევნია გარდაიქმნას ე.წ. ბიზნეს-კომპლექსად, რომელიც აძლევს სტიმულს მცირე ბიზნესის ინტერნეტში ჩართვას. ეკონომიკური სტრუქტურების ასეთ დეცენტრალიზაციას კომპანიის გახსნილობა-გამჭვირვალებობაზე სრულიად ახალი სტანდარტები მოჰყვება.

იცვლება თანამშრომელთა ეთიკური ორიენტაცია: ურთიერთვალდებულების გრძობა, კეთილი ნება პრობლემების გადაჭრისას, იერარქიულ სისტემებზე უფრო მაღალი პროლუქციის ხარისხი, გარეშე ცვლილებებისადმი ადაპტაციის გაზრდილი ხარისხი.

ელექტრონული ოფისი თქვენთვის

რამის შესახებ



მეჩვენებს, რომლებიც თანამედროვე (ელექტრონულ) ოფისში მუშაობენ, ჩვეულებრივ, არ აქვთ (და არცაა საკვალდებულო ქონდები) სტეილური ტექნიკური განათლება. საოფისე ორგანიზაცია პრესტიჟის საჭე კი არა, ეფექტური მუშაობის აუცილებელი პირობაა. სტატიის მიზანია არასპეციალისტებს დაეხმაროს იფიქრონ (დროის მუდმივი დეფიციტის პირობებში) საჭიანი აპარატების ავტომატიზაციის უკანასკნელი მიღწევების კურსში.

პირველი საწერი (მამინდელი ტერმინოლოგიით - საბეჭდი) მანქანა, 1867 წელს შეიქმნა. ამჟამად კი 400-მდე სხვადასხვა მოდელის მანქანა ექსპლუატაციაში. საკანცელარიო და პორტატული მექანიკური მანქანები წინა საუკუნის 70-იან წლებში შეცვალა უფრო სწრაფმა ელექტრონულმა მანქანამ, რომელიც 80-იან წლებში გამოდგენა ელექტრონულმა (კომპიუტერულმა) საწერმა მანქანამ (დისკული ან მის გარეშე). შეიძლება ითქვას, რომ ოფისში¹ დღეს ელექტრონული საბეჭდი მანქანა კი უკვე ანაპრონიზებად იქცა. რთული კლასის საწერი მანქანები (მათ შორის, მიკროფონით სიტყვების შეტანით) თავის შესაძლებლობებით, „სამაგიდი ტიპიზაციას“ უახლოვდებიან. საუკეთესო ხარისხის ნაბეჭდი მიიღება, თუკი კომპიუტერიდან ნაკადური ან ლაზერული პრინტერია მიერთებული. საწერი მანქანის რეჟიმში გამოიყენება პორტატული, სამაგიდი (laptop) კლასის ნოუბუკი (ელექტრონული მდივანი). მეჩვენებს ტექსტის კარნახის სიჩქარე თითქმის ეთხვევა საწერ მანქანაზე მუშაობის სიჩქარეს და წუთში 300-400 ნიშანს შეადგენს².

ლოკუმენტური ელექტროკაემირის სახეებიდან ოფისის მუშაობაში გამოიყენება ტელეტაიპი, ტელექსი და ფაქსი. სატელეგრაფო აპარატი (რომელიც ერთდროულად გამოიყენებს რუსმა შილინგმა და ამერიკელმა პირმა 1837 წელს) თანდათან გზას უთმობს ტელექსს - საერთაშორისო (110 ჭეკანა) სპეციალიზებული (გამოყოფილი) ხაზებით, ერთ მილიონამდე აბონენტი, ცველა სასენი ნიშნით, პასუხის იქვე მიღებით. კომპიუტერული ტელექსით (ტელეტექსით) ინფორმაციის გადაცემა კი გაცილებით საიმედოა (ხშირად ემუდგება ტელეტექსტში).

ახლის ტექნიკაში, სადაც იეროლოფების გადაცემას ბევრი დრო სჭირდება, ტელექსი გამოდგენა ფაქსმა. ტერმინი ფაქსი წარმოიშვა ლათინური ფრაზიდან „ფაქსიმილე“ (გააქოვ მსგავსი). ფაქსი შოტლანდიელმა მეურველმა ბენამ გამოიგონა ჯერ კიდევ 1854 წელს, მაგრამ მსოფლიოში მასობრივად გაეცვალა მხოლოდ მას შემდეგ, რაც ინგლისურმა ფირმამ „ტელეფაქსმა“ დაიწყო სწრაფი აპარატების გამოშვება. ამიტომაც, რომ სწრაფ ფაქსებს ტელეფაქსებს უწოდებდნენ. ფაქსმა ძირეულად შეცვალა ჩვენი წარმოდგენები საოფისე საქმის წარმოებაში, კერძოდ ჩართულია ტელეფონის სქემაში და.

1 ოფისის ქვეშ ავტომატიზებული გელოსხმის კომერციული, საწარმოო, სახელმწიფო და სამხრე ხასიათის ნებისმიერ ბიზნეს-სისტემას.
2 ბეჭდვის რეკორდული სიჩქარეა 700 ნიშანი წუთში.

ფაქტობრივად, ტელეფონის და ტელექსის სინთეზი. თანამედროვე ფაქსები მუშაობენ ევროსტანდარტის A3, A4 და B4 (A4-ზე ოდნავ დიდი) ფორმატის ორიგინალებთან. დოკუმენტის ასლის მიღება და მასშტაბირება (გადიდება-შემცირება) კი ხდება თერმობერძობიარე (დაბალი ხარისხის) ქაღალდზე; თუკი ნაკადურ და ლაზერულ პრინტერთან მიერთებული უკანასკნელი მოდელის აპარატები A4 ფორმატის ქაღალდზე მუშაობენ. პირადი (პერსონალური) ფაქსების გარდა გამოიყენება საოფისე (ინფორმაციული) ფაქსები დიდი შესაძლებლობებით (დაპროგრამება, ავტომატიზებული, განმეორებითი გამოძახება, ასლის გადაღება, პაროლი, შეწყობილი ან ფრაზი ბეჭედა და სხვა).

ფაქსის ინფორმაციის კომპიუტერის ეკრანზე გამოტანა (პრინტერზე დაბეჭედა) ან კომპიუტერზე მომზადებული დოკუმენტის ფაქსით გადაცემა შეიძლება თანამედროვე (ფაქს-მოდემის) საშუალებით. საოფისე ორგანიზაცია შენობიდან თანდათან სატრანსპორტო საშუალებებში ინაცვლებს. მაგ., ამერიკულ ავიაკომპანია „დელტას“ თვითმფრინავებში უკვე რამდენიმე წელია ყოველ სავარძელში ტელეფონი და ფაქსი გათვალისწინებული. ასეთი ტერმინალები საჭიანი ადამიანისთვის რუსულ ავიაკომპანიებშიც გამოჩნდა.

ფაქსით სარგებლობა ტელეფონზე უფრო ძვირია. თანამედროვე ავტომატიზებული (ფიქური) ტელეფონი ძალზე განსხვავდება პირველი ტელეფონისგან, რომელიც შოტლანდიელმა, ბოსტონის (აშშ) უნივერსიტეტის პროფესორმა, ა.გ. ბელმა 1876 წელს დაამატერა. ამჟამად ვანეითარებული ქვეყნების ყოველ 100 მცხოვრებზე 80-მდე აპარატია, ხოლო ნიუ-იორკში მოსახლეობის 99%-ს ტელეფონი აქვს.

ამჟამად ფიქური³ (მობილური) ტელეფონის სამი კომერციული ქსელია: მუგაჰი, ჯეოსელი და მათეკომი. სხვადასხვა წარმოების მობილური აპარატები განსხვავდებიან სერვისის დონით, განსაკუთრებით კი მერძობიარობით (სამელო კაემირის ხარისხით). მობილური ტელეფონის ბუმბა აქტუალური გახდა ტელეფონით საზოგადოებრივ ადგილებში სარგებლობის ეთიკის საკითხები. ფიქური ტელეფონი და განსაკუთრებით რადიოეურბილიანი (ძირითადი, ხაზთან შეერთებული აპარატი ცალკე) დაზღვეული არაა „სატელეფონო ქურდებისგან“⁴.

სასარგებლოა წესად შემოვიღოთ, როდესაც ორგანიზაციის ორი ნომერი აქვს, უზრუნველსა, თუ ერთ-ერთ მათგანს მხოლოდ შემოსული ზარებისთვის გამოიყენებენ.

ჩვენი მოსახლეობის ცნობიერებაში ტელეფონი ფიქურიებს, როგორც პრიმითული ხელსაწყო, მაშინ, როდესაც ის ტექნიკური აზრის და საერთო კულტურის ხეგრების გადაცემაზეა. ტელეფონით სარგებლობისას აბინტეხი ხშირად ადვილზე არაა. რადგან ტელეფონის მუშაობა არ აქვს. ფაქტობრივად, ინფორმაცია იკარგება (ავტომატასზე მუშაობაში მოუხერხებელია, მასთან „საქმის დაჭერას“ ცველა ვრადება). აქედან წარმოიშვა ელექტრონული ფოსტის (E-mail) იდეა, სადაც კომპიუტერის⁵ საშუალებით ხდება ინფორმაციის დატოვება. წერილის გადაცემის პროცესს სხვა ქვეყანაში საშუალოდ 10 წუთზე მეტი დრო არ სჭირდება, ხოლო თუ ვერ მაღწია ადრესატს, 2-3 დღის შემდეგ უკან ბრუნდება. ვაგზავნა შეიძლება როგორც ინტერნეტის გზით, ისე ცალკე, თბილისის ან ნებისმიერი ქვეყნის „საფოსტო სერვერში“ აბინტეხად ჩართვის გზით. აქაც, ისევე როგორც ფაქსში, სერვისის მრავალი ვარიანტია: ერთდროულად რამდენიმე მისამართზე, პაროლით შენახვა, რომელმე მისამართიდან წერილების ბლოკირება, ხელმოწერის „მტამში“ და სხვ.

ელექტრონული ფოსტა უახლოეს წლებში საზოგადოებაში (და მით უმეტეს, ოფისში) ურთიერთობის ძირითადი საშუალება გახდება. ამჟამად მოსკოვში კი სოლიდურ დაწესებულებებში თანამშრომლები, ხელმძღვანელები და მდივები ტრადიციული სელექტორის ნაცვლად ელფოსტით სარგებლობენ, ხოლო ზოგიერთ სასტუმროში, კონფერენც-ცენტრში, ავტოპარტში და სხვა საზოგადოებრივ ადგილებში გათვალისწინებულია ნოუბუკის (პორტატული კომპიუტერების) შესაერთებელი ადგილები, რათა საჭიანამ ადამიანმა შეძლოს წერილის ვაგზავნა (ან შემოწმება, ხომ არაა მის წუთში ახალი წერილი).

ელექტრონული (ქსელური) - გამოსახულების მიღების ოპტიკური, მშრალი მეოიდი, ჩესტერ კარლსონმა (აშშ) 1938 წელს სასტუმროში გამოიგონა. ამიტომ პირველ ქსეროასლებ გამოსახული იყო „101238

3 ერთ აბტენიანი რადიული სისტემისგან განსხვავებით ტრიტორის კოლომტრან უტრებად (ფიქებად) დაყოფისას არ წარმოიქმნება „რადიო-ბილდები“.
4 მაგალითად, მოსკოვში „ტელეფონ-სკარის“ საშუალებით (რომლის შექმნა 80 დღეადად შეიძლება) სხვისი რადიოეურბილიანი ტელეფონით მუშაობელი ოთახიდან (ან შენობიდან) საუბრობენ, ანაკრიში კი, ცხალია, სხვის სახელზე მიღის ამიტომ რადიოეურბილი აპარატზე უნდა იყოს დადებული.

მართვის კულტურა

ASTORIA - 1947 წელს ეს ლიკენზია ფირმა „ალაიდა“ შეიქმნა, რომელსაც 1961 წლიდან შეცვალა დასახელება და გახდა Xerox (ქსეროქს-ტონი მშრალი). დღეს ეს უძლიერესი ფირმა, რომელიც გამოირჩევა შრომის სანდემო ორგანიზაციით. აქ შექმნა სწორედ ლაზერული პრინტერი, ფაქსი, კომპიუტერის თავნება და სხვა უახლესი ტექნიკა. აღსანიშნავია, რომ ასარატებში გამოყენებული ფხვნილი, ლაზერული ტექნოლოგია (ოზონი) მკურნა განმარტოვლობისათვის. ამიტომ მას თანდათანობით გამოდევნის ე.წ. დაზოგადების თანამედროვე ტექნოლოგია (კოლოციურად სუფთა, მშრალი მუილი ამაკის გარეშე). გარდა ამისა, ჩვენს სინამდვილეში შეპოიჭრა (თბილისში უკვე რამდენიმე ასარატია) ასლების გადაღების ძალზე იაფი, ე.წ. ტრაფარეტული ბეჭდვის ხელსაწყო - რიზოგრაფი (აღონია-გერმანიის ურობოლოე წარმოებს). აქ ფხვნილის საცვლად მუიანი გამოიყენება. რიზოგრაფი განსაკუთრებით ეფექტურია (ვიდრე ქსეროგრაფია) 40-50-ზე მეტი ასლის გადაღებისას.

აღილე წელია მოქმედებს სერვისმარისო (150-მდე ქვეანა) საბაჟო შეთანხმება შტრის-კოდის საშუალებით საქონლის იდენტიფიკაციას. შტრის-კოდის სისტემების შექმნა კომპიუტერული სკანირების ტექნიკისა და პოლიგრაფიული წარმოების მაღალ დონეს მოითხოვს. სინაილის სხვა, რომელიც კოდის წასაკითხად გამოიყენება, ხილვად ან უხილვად სპექტრში და აფიქსარებს ყაღბ კოდებსაც. სკანერი მაგიდის ფორმისაა (ურბრავია) ან მოძრავი, სახელურიანი ფორმა აქვს და ნაკლებად მოსახერხებელია). საქონლის იდენტიფიკაციისთვის აშშ-ში უკვე კიდევ 1973 წელს შემოიღეს სტანდარტი UPS (Uniform Product Code). მის პაზაზე 1997 წელს შეიქმნა ევროსტანდარტი EAN (European Article Numbering), რომელიც მიულ მსოფლიოში გავრცელდა. ამ სტანდარტში 1986 წელს კოდები საბჭოურ ქვეყნებსაც გამოუკვეს (პირველი თანრიგები 46,47,48)*. 1996 წლიდან კი საქართველოში რეგისტრირებულია ასამდე პროდუქციის მწარმოებელი.

ტექნიკის სრულყოფასთან ერთად საოფისე ორგანიზაცია თანდათან პირად ორგანიზაციაში გადადის. ეს ნაწილად თანდათ ფაქსის, კომპიუტერის, ასლის გადაღები ასარატის მავალითზე. მენეჯერის შრომის ეფექტურობას ზრდის ელექტრონული (მიზნის) ბლოკნოტი (დღის გეგმა, მაღიბმარა, შეზრუნებული თელა და სხვა), ორგანიზერი, ელექტრონული თარჯიმანი (ერთდროულად 6-10 ენაზე თარგმნით, 100 ათას სიტყვამდე), ფიჭური ტელეფონი, პეიჯერი, დიქტოფონი, მარკერები და სხვა. საზღვარგარეთ უკვე გამოჩნდა ე.წ. ინტეგრირებული სისტემა - ავტოკალმის ფორმის პერსონალური ციფრული თანამშემე, რომელიც ერთდროულად რამდენიმე ფუნქციას ასრულებს (მობილური ტელეფონი, კომპიუტერი, ავტოკალამი და სხვა). გარდა ამისა, მობილურმა ტელეფონმა და ნოუთბუკმა წამალა ტრადიციული შეხედულება „სამსახურში მუშაობის საათებზე“.

ჩამოთვლილი სერვისი დანიშნულების ორგანიზაციის გარდა, აღსანიშნავია სპეციალური დანიშნულების ტექნიკა. ასეთია: ეალუტის ტესტერი (დეტექტორი), საბანკო ორგანიზაცია, ელექტრონული ფული, ელექტრონული ფოტოგრაფია, პასპორტის პრინტერი, ეიდეოგრაფი, ოფისის დაცვის ელექტრონიკა და სხვა.

განვითარებულ ქვეყნებში, სადაც მიღებულია კანონები ელექტრონულ დოკუმენტებზე და მაღალხარისხიანი კომერცამულოობის ხაზება, ფართოდ გამოიყენება ინტერნეტის შესაძლებლობები: განსაკუთრებით დიდ გეონიზის იძლევა ელექტრონული ვაჭრობა (საწყოების და კატალოგების ტომების გარეშე). ინტერნეტით ხდება აგრეთვე ბანკის კლიენტების მომსახურება, აუბილიუების შეკვეთა (ტელეფონზე სწრაფად), პროკრის მუშაობა ბირჟაზე, სატრანსპორტო სექტორში სარგებლობა და სხვა.

ინტერნეტის კლიენტთა წრე ძალზე სწრაფად იზრდება (მაგ. რუსეთში, სადაც ინტერნეტის 400-მდე მიმწოდებელია (Prowider) - ყოველ 40 წამში, განვითარებულ ქვეყნებში კი - ყოველ 1 წამში). მიუხედავად ამისა, ინტერნეტის მსოფლიო ბუმი უკვე რამდენიმე წელია შეიცვალა ინტერნეტის (შიდა საფირბო კომპიუტერებს შორის ინფორმაციის გაცვლა) ბუბით, საქმიანი ოპერაციების და დოკუმენტბრუნვის ავტომატიზაციით.

საოფისე კულტურას ხელს შეუწყობს ლაზერული (ოპტიკური) კომპაქტ-დისკების ფართო დანერგვა (500-მდე მოქნილი დისკის (FD) მებსიერების ექვივალენტია. უკვე შექმნილია CD ROM-ზე ჩაწერილი ელექტრონული ჟურნალი (Time, Scientific America და სხვა), საწვავლო ჟურნალი, ცნობარები, მულტიმედია ნაწარმოები და სხვა, რომელთა გავრცელება ახალ „ევრანულ კულტურას“ შემოიტანს. ამრიგად, ტრადიციული წიგნის კულტურისგან განსხვავებით, შემოდის ახალი სოციოკულტურული („დივიტალური“) არე.

საერთოდ, სახელმწიფოს ეკონომიკური ძლიერება „სამ ექვამაზე“ აკეთული: ინფორმაცია, ტექნოლოგიები და კაპიტალი. საორგანიზაციო და საინფორმაციო კულტურა (სხვა სპეციალობებთან ერთად) ბიზნესის საფუძველია.

5 პერსონალური კომპიუტერი 20 წლის ასაკში გამოიყონეს ამერიკელს ს. ეონიკამ და სჯობსა, რომლებსაც საკუთარი ავტომანქანა გაყიდეს და მის ხარჯზე შექმნეს პირველი პერსონალური კომპიუტერი Apple (1977 წ.).
6 დანარჩენ თანრიგებში მწარმოებელი, საქონელი, შეფუთვა, ხარისხი და სხვა კოდები.

თანამედროვე სატელეფონო კულტურა



ომარ შულრა



ტელეფონის შექმნის იდეა (1861 წ.) ეკუთვნის სკოლის მასწავლებელს, გერმანელ ფილიპ რეისს. ამ იდეას შემდგომი განვითარება მისცა ფრუ-შენე ბაუმეისტერმა. ამერიკელმა ფიზიკოსმა ალექსანდრ გრემ ბელმა და 1876 წ. შეიტანა განაცხადი გადმოცემაზე, თითქმის იმავედროულად განაცხადი შექმნა ამერიკელ ე. გრეის, მაგრამ საბოლოოდ, პატენტზე „მოლაპარაკე ტელეფონზე“, რომელიც ბერებს მხოლოდ 500 მეტრზე გადასცემდა, აიღო ბელმა. ამის შემდეგ, 12 წელი ტელეფონი მხოლოდ სათამაშოდ ითვლებოდა... დღევანდელი კი უკვე ტელეფონის ცნობიერებაში ტელეფონი ფიგურირებს, როგორც პრიმატიული აპარატი, მაშინ როდესაც ის ტექნიკური აზრისა და საზოგადოების კულტურის სფეროებს მოიცავს. შემდგომში სატელეფონო კულტურის საფუძვლები კი წევრ ჯერ კიდევ შორსა ვართ...

ამჟამად, მსოფლიოში 700 მილიონზე მეტი ტელეფონის აბონენტია. მობილური ტელეფონების გავრცელება კი ამ რიცხვს ყოველწლიურად ზრდის.

განსაკუთრებით დიდია აპარატის რაოდენობა ევროპაში, სადაც საშუალო რანგის მენეჯერის ყოველწლიურად რამდენიმე ათეული სატელეფონო კაბინა აქვს. თუ ყოველ საუბარზე რამდენიმე წუთს ვიანგარიშებით, დღეში საშუალოდ დღი და 1-2 სთ.) ტელეფონზე მოდის.

გამოცემების ასეთი ფართო მასშტაბის შემდეგ, ტელეფონი უკვე ცუდად მოქმედებს ადამიანზე. განსაკუთრებით მძიმეა მისი ზეგავლენა ადამიანზე, სატელეფონო წერილები, ყურმილის აუდიოს მიმო - მიქროფონოფობია და სხვ. ამიტომაცაა, რომ საქმიან ადამიანთა უმეტესობა როგორც მტერს, ისე უფროს ტელეფონს. ამდენად, მნიშვნელოვანია ტელეფონით სარგებლობის გარკვეული ტექნიკური, პრევენციული თუ თვითკრივის წესების დაცვა.

ტრადიციული „ალო“ („ალო“) ინგლისური ფრაზის (იყავ ჯანმრთელი) ტრანსფორმირებული და შუბაკებული ვარიანტია, რომელიც ძირითადად ინგლისურენოვან ქვეყნებში გვევლინება.

ფინეთში, მაგალითად „ალო“ ცუდ ტონად ითვლება და ბინდიანაც კი პასუხობენ ტელეფონის ნომრის ან სახელის მითითებით.

იაპონიაში გაიგონებთ „ილაპარაკეთ“, ესპანეთში - „ტელეფონთან ვარ“, საფრანგეთში - „შედი ვარ“, რუსეთში კი - „ვისმენი“, საყოფაცხოვრებო დონეზე გავრცელებული ეს ე. წ. ნეიტრალური რეაქციის ფრაზები საქმიან წრეებში ინფორმაციული რეაქციით უნდა შეიცვალოს: ყურმილის ვილები (როგორც წესი, პირველ ზარზე), დაწესებულების, განყოფილების ან გვარის დასახელებით (ერთიანი სტანდარტი არ არსებობს). ცუდ შთაბეჭდილებას ტოვებს მენეჯერი, რომელიც ოთხი ზუმერის შემდეგაც ჯიუტად აგრძელებს რეკავს...

ურთიერთწარადგენის ტემპი და ტონი ისეთი უნდა იყოს, რომ თანამოსაუბრე ჩვენს ხმას შეწყვიოს (ამასთან, დიდილი აუზღაბეს ტემპის), სახელის შესწერება კი უზუსტესაა გვარის შემდეგ, ბოლოს.

არასწორად:

- საიდან არის? ვინ ლაპარაკობს? ვისი ბინა?
- გცალიათ? (მასუხი გულწრფელი მაინც არ იქნება)
- ბოდიშს ვიხდი, ხომ ვერ შეტყვი (ძველმოღურ-პროფინციულები)
- ვინ კითხულობს? რა საკითხზე რეკავთ?
- სწორია შეკითხვა:
- გამარჯობათ (პაუზა) უნივერსიტეტიდან გაწუხებით, მისურაბე ვარ, გია,
- თათბირი ხომ არაა? გაქვთ (თავისუფალი) ორიოდე წუთი?
- თუ შეიძლება... თქვენ ვირეკავთ...

ამის შემდეგ საჭიროა პირდაპირ საქმეზე გადავიდეთ (ჩვენთან ესოფენ გავრცელებული, უკვე მოსაწყენ ფორმალურად ქცეული „თავაზიანი ნაწილის“ გარეშე).

ჩვენს სინამდვილეში ხშირია შეუფერებელ დროს (საქმიანი საუბარი, თათბირი, ინტერვიუ და სხვ.) აწკრილებული ტელეფონი. მათი უმეტესობა რიგითი გამოძახებებია, ასე რომ, გამოცდილი მენეჯერი არ მოხვდება „მაღლე მნიშვნელოვანი“ ზარების ხაფანგში და შეეცდება ისინი მინიმუმზე დაიყვანოს.

საერთოდ, საქმიანი ადამიანი ყურმილს პირველი არც უნდა იღებდეს. ეს ხომ მდიდრის (თანამშენის) მოვალეობაა.

სწორია პასუხი:

- მასტერო, კოლეგა ახლა თათბირია, დარცხთ 20 წუთში...
- უკაცრავად გასულია, შეიძლება თავად დაგირეკოთ?
- ახლა დაკავებული ვარ, თუ შეიძლება მერე თვითონ დაგირეკავთ.

ამ გზით მენეჯერი თავისუფლდება პირდაპირ (ხშირად ემოციებით დამუხტული) გამოძახებებისგან. სამაგიეროდ მდიდარი მას წარუდგენს უკვე „გაფილტრულ“, მხოლოდ აუცილებელ ტელეფონის ნომრების სიას. ეს კარგად ემთხვევა აზროვნებას: მათ არ უყვართ ტელეფონის ნომრის მაცემა („თვითონ დაგირეკავთ“), არც ყურმილის აღება. შემოსულ ინფორმაციას (შენ, თვასხმაც კი) ავტომატურად აფიქსირებს. მენეჯერი, „სპიკერფონის“ რეჟიმში უსმენს, მაგრამ ყურმილს მხოლოდ მისთვის მნიშვნელოვან ინფორმაციაზე იღებს.

ასეთ ოპტიმალურ პირობებში მომუშავე მენეჯერი აღარ სჭირდება ჩვენთან ესოფენ პრესტიჟული 4-5 ტელეფონი მაგიდაზე. ეს დღეს უკვე ანაქრონიზმად ითვლება.

ცხადია, სატელეფონო საუბარზე ვრცელდება ის წესები, რომლებიც რეკომენდირებულია სტანდარტული (უტელეფონო) საქმიანი საუბრისას: დარეკამდე ხელს უნდა გეჭიდებოდეს ცხელი საჭირო დოკუმენტი, ავტოკალამი, დროის სარტყელების სტეპა (საერთაშორისო კავშირისას) და სხვ. წინასწარ უნდა ვთქვათ შეკითხვებზე და მასუხის ვარიანტებზე. ვეგსიონდის რეკომენდირებული ფრაზები (თქვენ აღმათ ვინდობათ... თქვენ შეიძლება დაინტერესდეთ? და არა „შე მინდობა...“ „შე ეს მაინტერესებს“). მაგრამ „სტანდარტული“ საქმიანი საუბრისგან განსხვავებით საქმიანი სატელეფონო საუბარი უფრო მეტ ყურადღებას მოითხოვს: აქ უკვე საჭიროა მინიმუმ 3-4 ფრაზის (განსაკუთრებით თანამშენის) უფრო მაგფიო გამოთქმა, „სარკის ეფექტის“ გათვალისწინება (თუ ჩვენ ხმამაღლა ვლაპარაკობთ, პარტნიორიც ასევე ვეგასუხობს - ჰგონია, რომ არ გვესმის). არ შეიძლება ერთდროულად დიდი ინფორმაციის მიწოდება (შეიძლება დავაპნით მოსაუბრე). ასევე, უნდა ვერიდოთ ხანგრძლივ საუბარს: „გაჯერების კანონით“ წარმოიშობა დამაბნელობა, ხოლო ჩვენი სახის მიმოკას (ხმის ტემპრით) გრძობს მოსაუბრე.

მოსალოდნელი რთული საუბრისას, დავეგხმარება ღრმა სუნთქვა, წელში გამართვა, სკამის ზურგზე მყარდობა, ან ფეხზე ადგობა (მეტე სპერი

ფილტვებში). ამიტომაცაა, რომ ინსტიტუტად თანამდებობის პირთან საუბრისას სკამიდან წამოდგებიან-ხოლმე. ხოლო მოსაუბრის გუნება-განწყობის უკეთ ვაკვების მიზნით, ყურმილი მარცხენა ყურთან უნდა გვეკვიროს (გმოციების ნახევარსფეროს სწორეთ ის უმსახურება), ერთდროულად, მარჯვენა ხელი თავისუფალია ჩანაწერებისთვის. თუ ცუდი განწყობა გვაქვს, უზუიბესია საერთოდ თუ არ დავრეკავთ.

ცნობილია, რომ, როცა ვინმე გველოდება დასარეკად, მაშინ უფრო მეტს ვლაპარაკობთ („ტერიტორიული ინსტინქტი“).

ცული სწრაფობისას, სიტყვების გადაცემას, ჩვენს პრაქტიკაში, ცალკეული ბგერებით (ადამიანის ასეულებით) ვახერხებთ. საინტერესოა, რომ განვითარებულ ქვეყნებში ესეც სტანდარტიზებულია, რათა ექსტრემალურ პირობებში (პოლიციელი, მეხანძრე ექსპ) ან საჭიან საუბარში გამოირიცხოს გაუგებრობა. ინგლისურენოვან ქვეყნებში ამ წესს უკვე სკოლის სახელმძღვანელოდან ასწავლიან:

Alfred	Jack	Samuel
Benjamin	King	Tommy
Charlie	London	Uncle
David	Mary	Victor
Edvard	Nelic	William
Frederik	Oliver	X-ray
Georgie	Peter	Yellow
Hurry	Queen	Zebra
Isaac	Robert	

ჩვენ შეეფიეთ, რომ საქართველოს ქალაქებში 4-6 ციფრანი ტელეფონებია, მაშინ, როდესაც განვითარებულ ქვეყნების ნომერში ათი და მეტი ციფრია. ამიტომ, დამასოურების მიზნით, ნომრის ასაკრფე ღილაკზე (0 და 1 გარდა) ციფრების ასოებით ცვლიან (სამი ასოდან ირჩევენ ერთ-ერთს, რომ მარტვი სიტყვა გამოვიდეს) მაგალითად, ნომერი 1113-25-39 იგივეა, რაც 103 ALEX.

ტელეფონი, რომელიც ერთი საუკუნეა, თითქმის არ შეცვლილია, ბოლო წლებში მნიშვნელოვანი მოღერნიზაცია განიცადა: ფართოდ გავრცელდა ფიჭური სისტემები, სერვისის სხვადასხვა სახეები, ჩვენთანაც გამოჩნდა „სუპერტელეფონი“ და ინტერნეტ-ტელეფონი...

საიმელობის გაზრდის მიზნით, ღისკანი (იმპულსური) აპარატი გამოდევნა ღილაკიანმა (ტრანსლოკმა) აპარატმა, რომელიც უკვე ადვილად ერთიანდება საოფისე (მინი) სადგურში, სადაც ერთ ხაზს (ნომერს) რამდენიმე აპარატის მომსახურება შეუძლია (მუსიკალური პაუზით).



ტელეფონის აპარატს გაუნდა გასაღები (საქალაქათმორისო კოდების ბავშვებისაგან დასაცავად), შემოსული ნომრის ავტომატური ამოცნობის ინდიკატორი, რადიოფერმილი მენეჯერისთვის, რომელიც ხშირად იცვლის სამუშაო ზონას (ხაზთან მიერთებულია მხოლოდ ძირითადი აპარატი), აკრეფილი ნომრის ინდიკატორის (კურსორის) დუბლირება „ადამიანის ხმით“ (მიკროპროცესორით), შემოსული და გასული ზარების მესსაერება (თარიღი, ხანგრძლივება) ასეულობით ნომერზე, ელექტრონული „ბლოკირტი“ ჩანაწერებისთვის და „ცხელი ხაზი“ პირდაპირი გამოძახებისთვის, რამდენიმე „მადვიმარა“, რომელიც დღის რეჟიმს ვეახსენებს, „მაგი ხა“ არასასურველი ნომრების ბლოკირებისთვის, ოფისიდან გასვლისას ნომრის სხვა ხაზზე (ავტომატმა, ბინა) გადამრთველი. გარდა ამისა, კომპიუტერთან შეერთებულ ტელეფონს („ხმოვან მონაცემთა ბანკი“) შეუძლია მღივის ნაცვლად დაურეკოს კლიენტებს.

სულ უფრო მეტ გავრცელებას პოულობს წერილზე სწრაფი და ტელეგრამაზე ურცელი მონოლოგი – ტელეფონოგრამა. მისი ტელეფონით კარნახი და ჩაწერა წარმოებს პირველ პირში. სატელეფონო საუბრისგან განსხვავებით, ტელეფონოგრამას დოკუმენტური, ოურიდიული მნიშვნელობა აქვს, შეიძლება მისი მრავალჯერადი გამოყენება და ამენჯად, საარქივო დამუშავება.

ფიჭური („მობილური“) ტელეფონის რამდენიმე სტანდარტდანი ჩვენთან, ძირითადად გავრცელდა ევროპული ციფრულ სტანდარტი GSM-900 (ამ სტანდარტში მსოფლიოში 220 მლნ აბონენტი მუშაობს).

ფიჭური ტელეფონის სერვისი სულ უფრო უზუიბესდება: გამოჩნდა მიკროფიჭური ქსელები (1 კმ-ზე ნაკლები რადიუსის საბაზო სადგურებით), ხმის (vois-mail) ფოსტა (მომსახურების ზონიდან გასული აბონენტი ზონაში შემოსვლის შემდეგ

მიიღებს შეტყობინებას, რომელიც შინახელა სადგურის მაგნიტოფონზე), ერთდროულად ორდიაპაზონიანი (მაგ. 900 და 1800 მჰც) ტელეფონი შეერთების დასაქარებლად, წინასწარ გადასვლა („ამოსაფხეკი“) ბარათით, ინფრაწითი ხაზი მეზობელ აპარატთან საუბრისთვის, ტელეფონები ელექტრონული კალენდრით, რომელშიც ჩაწერილია დაბადების (ან სხვა) დღეები, რადიომიმდებით და სათანადო ყურსაცმით, კომპიუტერული თამაშებით, დარტყმის გამძლე და წყალგაუმტარი აპარატებიც კი.

ფიჭური ტელეფონი იმდენად გავრცელდა მიუღს მსოფლიოში, რომ ზოგიერთ ქვეყანაში (რეკლამის მიზნით) აპარატებს უფასოდ გასცემენ, ხოლო 10 წლიდან ბავშვებს შრომისგან კონტროლის მიზნით, მობილური ტელეფონი აქვთ. ამას მოჰყვა საუბრის საშუალო ხანგრძლივობის (რომელიც უკანასკნელ დრომდე 2,5 წუთს არ აღემატებოდა) გაზრდა და ქსელის გადატვირთვა.

ფიჭურ ტელეფონის საყოველთაოდ ცნობილ დადებით მხარეებთან ერთად, უარყოფითიც აქვს: მას სჭირდება აკუმულატორის სისტემატური დამუშავება; თუ დაგვაიწყნა გამორთვა, შეიძლება განწყობა გავიფიქვოს საინტერესო სუქტაკლზე, ლექციაზე და სხვა, ამასთან დაუცველი ვართ ზედტელად თამაში ადამიანებისგან; ხშირია გავრცელების ცული ზონა, კავშირის გაწყვეტა; მათ ხშირად იმარავენ პრესტიჟული მოსახრებით (და არა მარტო ჩვენთან).

თუ საუბრის დროს ტელეფონი გაითიშა, არსებობს წესი: რეკავს მხოლოდ საუბრის ინიციატორი (რათა ერთდროული გამოძახებით ერთმანეთს ხელი არ შეუშლით).

ფიჭურმა ტელეფონმა ძალზე შეცვალა მფლობელთა ფსიქოლოგია: ისინი აღარ ერთიანდებიან საუბარს საზოგადოებრივ ტრანსპორტში, კონცერტზე, დარბაზლაზე, ლექციას თუ თამბარზე, ოფიციალურ სუფრაზე (მიღებაზე), საქვსიან ყოფინისას. ამიტომ განვითარებულ ქვეყნებში გამოჩნდა ბროშურები მობილური ტელეფონით სარგებლობის ეტიკეტზე.

„მაპატიეთ, მაგრამ ძალიან დამჭირდა“... მოითხოვს სატელეფონო ეტიკეტი საზოგადოებრივ ადგილებში მობილური ტელეფონის ხმარებისას (ისევე, როგორც ცხვირის დაციმციმებაზე ცხვირსახოცის ამოღებისას).

განსაკუთრებით საშიშია ტელეფონით სარგებლობა ავტომანქანის მართვისათინ ერთად (უნდა სასწრაფოდ შეეწყვიტოთ საუბარი, თუ თანამოსაუბრე საქვსიანაა). ეს აიკრძალა კოდეც ევროპის რამდენიმე ქვეყანაში.

საზოგადოება იძულებული ხდება მობილურ ტელეფონების მფლობელებს ისევე მოექცეს, როგორც თამბაქოს მწველებს: გამყოფს მათთვის ცალკე ვაგონები ტრანსპორტში, მაგიდები რესტორანში, გაიკრას გამაფრთხილებელი ნიშნები და წარწერები, შემოიღოს წინასწარი ვანცხადებები (საქტაკალი, ლექცია).

და ბოლოს, 1988 წელს აშშ-ში გამოჩნდა და ამჟამად ყველა სოლიდურ ფორმაშია კომპიუტერული, ინტერნეტ-ტელეფონი (I Phone). ესაა ფაქტობრივად ინტერნეტის ქსელში ჩართული კომპიუტერი მიკროფონით, რომელსაც უფრო უკეთესი სმენადობა და უფრო იაფი ტარიფები აქვს, ვიდრე ფიჭურ ტელეფონს.



ინტერვიუ, პრესკონფერენცია, პრეზენტაცია

მომზადდა *ოპარ შულრაძე*

საბაზრო ეკონომიკაში, კონკურენტულმა გარემომ გაართულა ხელმძღვანელის ურთიერთობა ჟურნალისტებთან.

„კომენტარების გარეშე“, „პრესისთვის არაა განკუთვნილი“, ქედმაღლური დამოკიდებულება ჟურნალისტებთან, ცრუ ინფორმაციით საზოგადოების ნდობის დაკარგვა, არასწორი რეაგირება რთულ შეკითხვებზე – ახალბედა ხელმძღვანელთა ტიპური შეცდომებია.

სტატიაში მოყვანილი რეკომენდაციები, ვფიქრობთ, ხელს შეუწყობს ხელმძღვანელებს მასშტაბისთან (პრესა და ტელევიზია) „საერთო ენის“ გამოჩენაში.

ინტერვიუში მენეჯერს პირობარს არ უხდია. ხშირად არც თუ სასიამოვნოა შეკითხვებიც. ამიტომ ბუნებრივია გრძობა, თითქოს ჟურნალისტი, აკეთებს რა თავის საქმეს, „ექსპლუატაციას გიწვევთ“ – გიყენებთ თქვენ. გამოსავალი აქედან ერთია, თქვენც გამოიყენეთ მასმედია, რათა ზეგავლენა მოახდინოთ და სასურველი მიმართულებით მართოთ საზოგადოებრივი აზრი.

ინტერვიუს წინ წინასწარ გადაწყვეტეთ – რა შეიძლება თქვით და რა არა. თუ ეს გიჭირთ, საერთოდ უარი თქვით, ამასთან ყოველგვარი კომენტარების გარეშე. არასასურველ შეკითხვებზეც კი არ უნდა იცრუოთ და „ითამაშოთ“, არამედ არგუმენტებით დაასაბუთოთ თქვენი თავშეკავების მიზეზი.

ინტერვიუში საუბრობენ მხოლოდ შემოწმებული ფაქტებით და არა მოსაზრებების და მთარული შეხედულების გამოთქმის სურვილით).

საუბარი უნდა იყოს პოპულარულ ენაზე, სპეციალური ტერმინების გარეშე, რათა ფართო აუდიტორიისთვის გასაგები, იყოს თქვენი ლექსიკა.

ჟურნალისტის შეკითხვაზე პასუხი ნებისყოფის დიდ კონცენტრაციას მოითხოვს, ამიტომ უსმინეთ ყურადღებით და დაზუსტეთ შეკითხვები.

დასასრულს, თქვენ უფლება გაქვთ გაუკეთოთ რედაქცია და გაასწოროთ ინტერვიუს ტექსტი.

პრესკონფერენციას ორგანიზაცია აწყოებს მნიშვნელოვანი ღონისძიებების ან მოლაპარაკებების შემდეგ. მას დღის საათებში იწვევენ, რათა ჟურნალისტებმა მასალის მომზადება მოასწორონ. ვიდრე ჟურნალისტი რეგისტრაციას, ორგანიზატორები ატარებენ ბრიფინგს, თუ როგორ უპასუხოთ შეკითხვებს. პრეზიდენტის მაგიდაზე წარწერება პრესკონფერენციის ორგანიზატორთა სახელის და გვარის მითითებით, ხოლო პრესასთან ურთიერთობის ჯგუფისათვის საჭიროა სამკერდე ნიშნები. ღონისძიების დაწყებამდე გამზადებული უნდა იყოს დოკუმენტთა პაკეტი (სტენდზე ან მაგიდაზე), სადაც შედის პრესკონფერენციის დეტალური პროგრამა, სარეკლამო მასალა და პროსპექტები, საინფორმაციო ფურცელი (პრეს-რელიზი), სუვენირები, ზოგჯერ გამომსვლელთა მოხსენებების თეზისები.

მოსხენებები უნდა იყოს მოკლე, მოულოდნელი, ჟურნალისტისთვის საინტერესო ინფორმაციით. არაა მიღებული კითხვის უპასუხოდ დატოვება, ფრაზები „კომენტარის გარეშე“ და სხვ. უმჯობესია ითქვას, რომ ინფორმაცია მიწოდებული იქნება მოგვიანებით, რთულ შეკითხვაზე მოფიქრებისთვის საჭიროა დროის მოგება სხვადასხვა ნეიტრალური ფრაზებით. ერთდროულად არ უნდა შეგეტყვოდ დაბეჭდა და გაღიზიანება მიუხედავად იმისა, რომ სიმართლე ხშირად მტკიცებულად აღიქმება საზოგადოებაში, მისი ნდობის მოპოვება მხოლოდ ამ გზით შეიძლება.

თავის მხრივ, ჟურნალისტების შეკითხვები არ უნდა მეორედობდეს და არ იყოს დღის წესრიგისგან გადახრილი.

პრესკონფერენციის დასურვის წინ სპეციალურად ხდება უკანასკნელი შეკითხვის გამოცხადება. დასასრულს, შეიძლება ინფორმაციის ვიდეომასალით დაზუსტება ან ჟურნალისტთა მიღება „კოქტეილის“, „ფურშეტის“ ან სხვა ფორმით.

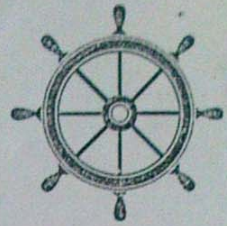
პრესკონფერენცია პრეზენტაციის შემადგენელი ნაწილია, რომელიც ორგანიზაციის რეკლამის ფორმას წარმოადგენს. პრეზენტაციის მიზეზი შეიძლება იყოს ახალი ორგანიზაციის შექმნა, მისი იუბილე, წიგნის განხილვა, პროდუქციის გამოფენა და ა. შ. პრეზენტაციის მიზანი – საქმიანი კონტაქტებია. საზოგადოების ინფორმირებისთვის იყენებენ მოსაწვევებს, რადიოს, პრესას.

პრეზენტაციას ჩვეულებრივ, დღის მეორე ნახევარში ატარებენ, ამასთან ოფიციალურ ნაწილში (1,5 სთ) შედის პრესკონფერენცია, ფილმის ან საქონლის დემონსტრაცია, გამოფენა, სუვენირები, კონცერტი და ა. შ.

ოფიციალური ნაწილის შემდეგ (ზოგჯერ – ოფიციალურ ნაწილამდე) ორსაათიანი მიღება „ფურშეტის“, „კოქტეილის“ ან ანალოგიური სხვა ფორმით.



კომპიუტერიული საიდუმლოება



ომარ შულრა

საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოება მიეკუთვნება ინტელექტუალური საკუთრების (ცნობილი, სამრეწველო საკუთრების) ობიექტთა რიგს (გამოგონება, სასაქონლო ნიშანი, სამრეწველო ნიმუში და სხვ). საერთოდ, საიდუმლოება კოეფიციენტი, რაც იმდენად უპირატესობას კონკრეტულ და დიდობას პარტნიორებს შორის. ინტელექტუალური საკუთრების (უბეტეს ქვერებში) აქვს სახელმწიფო და კრძალი (კომპიუტერიული) ფორმა.

კერძო და კომპიუტერიული სტრუქტურების გაკვეთებით, საერთოდ, საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის ერთად გამოიყენა ისეთი ცნება როგორცაა ნიუ-ჰაუ (Know-how ინგლ. იცოდე როგორ). ნიუ-ჰაუ — ესაა ცოდნა და პრაქტიკული გამოცდილება სამეცნიერო, ტექნოლოგიურ, ტექნიკურ, მართვითი-ორგანიზაციულ, კომპიუტერიულ-ფინანსურ სფეროებში, აქ იკვლიან სხვა მხლით კომპიუტერიულად საინტერესო ინფორმაცია, რომელსაც საბოლოოდ (კომპიუტერიული) ღირებულება და შესაბამისად, საბაზრო ფასი აქვს. ამიტომ ნიუ-ჰაუს საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოსთან ავიცილებენ. პრაქტიკაში, თანამედროვე კონცეფციის თანახმად, საწარმო ინფორმაცია (დედა) განხილდება, როგორც ვარკვეული სახის საკონსულტი, რომელიც შეიძლება გაიყოს შესაბამისი ტარაფებით (ვინაიდან მასზე დახარჯულია სპეციალისტთა შრომა). ამრიგად, საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოება ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის ერთ-ერთი ფორმაა (პატენტთან და საავტორო უფლებასთან ერთად).

ნიუ-ჰაუს წყარო შეიძლება იყოს სამეცნიერო-ტექნიკური მიღწევა, ახალი ტექნიკა და კომპიუტერიული პროგრამები, მონაცემები პროდუქციის რეალიზაციაზე, ბაზრის კონიუნქტურაზე, საშუალო ფორმებზე, რეკლამაზე, ფინანსებზე და ა. შ. საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოება ფორმის განვითარების პერსპექტივა, მისი კონტენტის წრე, დაკრძლება, საშუალო ველები, ხელშეკრულებები (თეთი ხელშეკრულების დადების ფაქტიც კი), ბიზნის ტელეფონები, თანამშრომელთა მისამართები, კონსულტინგი სიტუაციები ფორმის ცხოვრებაში. ნიუ-ჰაუს დაცვა ხდება საკუთარი პერსონალიზაცია, ვინაიდან, წვეულებრივ, თანამშრომელთა ნაწილი გადადის კონკრეტულ ფორმებში სამუშაოდ. თანამშრომელთა ქვეყნის კოდექსის შესრულებას თვალყურს ადევნებს ფორმის კადრების გრეფილება, რომელიც ცდილობს, რომ ფორმის შიდა ორგანიზაციის საკითხები რაც შეიძლება ნაკლებმა მუშაობა იცოდეს ფორმის სტრუქტურისთვის კი დაფიქრალია სამკერდე ერთეულად (სხვადასხვა ფერის) საშვი. ფაქტობრივად, სტრუქტურის გადაადგილება იფასება ცუდა თანამშრომლის კონტროლის ქვეშაა. ამრიგად, შიდა ინფორმაციული ნაკადის გარდა საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოებას წარმოადგენს კონტრაგენტების და „სუბლიმი“ სახელმწიფო ორგანიზაციის დაკავშირებული ნაკადი (ცხადია, გარდა კანონით განსაზღვრული ინფორმაციისა).

მატერიალური ნიუ-ჰაუსების განხილვები,

ინტელექტუალური საკუთრების (იდეების) ფასი ერთგვარადია — არავინ იყიდის უკვე ცნობილი ინფორმაციას. ამიტომ, ბუნებრივია საკონსულტაციო ფორმების მიერ გარანტიის მოთხოვნა, რომ მათი ინფორმაცია არ მოხედეს კონკრეტულად.

საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოების დაცვის დიდი გამოცდილება განვითარებულ ქვეყნებს აქვთ. ჯერ კიდევ 1967 წელს სტოკოლმში შეიქმნა ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაცია. ამერიკელები კი თვლიან, რომ ინფორმაციის 20%-ის გაფორმას, ერთ თვეში ფორმის გაკრება მოსჭვება. ამიტომ მათ 1979 წელს მიიღეს სათანადო კანონი, ხოლო ფორმებში სამსახურში მიღებისას პრაქტიკაში კანდიდატის ელექტრონული დოსიეს შესწავლა (ინფორმაციის ნაციონალურ ბანკში მის ფოტოსთან ერთად დაფიქსირებულია ხმა, ფინანსური მდგომარეობა და სხვ.) და სიცრუის დეტექტორზე შემოწმება.

გერმანიაში ნიუ-ჰაუსს გამოვლენა ისევე 3 წლის პატიმრობის ვადით.

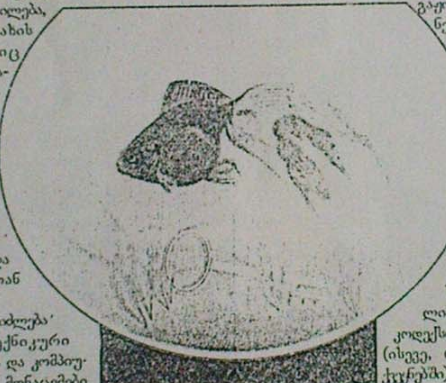
ველასზე ნაკლებად ზარალდება ინფორმაციის გაფორმისაგან იპონური ბიზნესი, რაც გამოწინააღმდეგებს მენეჯერებს თავისებურებებიდან (თანამშრომელი მიიღო ცხოვრების განხილვაში ერთ ფორმაშია). ამიტომაც აქ არაა შესაბამისი ნორმატიული აქტები.

საქართველოში საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოს (ნიუ-ჰაუს) დაცვის სამართლებრივი რეგულირება ხდება სამოქალაქო კოდექსით (მუხლი 1105), თუმცა (ისევე, როგორც პოსტსაბჭოურ ქვეყნებში) ჯერ არ ჩამოყალიბებულია მთლიანად, თუ რომელი ცნობები შეიძლება საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოებას.

საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოების წინააღმდეგ დიდი ტექნიკური არსენალი შექმნილი. თავის მხრივ, ოყისებში მათ საწინააღმდეგო იყენებენ ელექტრომაგნიტურ „ხმაურის გენერატორს“, „სოფურ“ (ლითონის ელემენტი ნახშირზე) დაჯავშნულ კარებს ფანჯრებს (რომელსაც ალუმინის ფოლგა მიკრული), ე. წ. „ფაფავალიზაციის“, რომელიც აუქსირებს დანაშაულის გამოსახულებას და სხვ.

ნიუ-ჰაუსს გამო ფორმები ერიდებიან Internet-ის ქსელსაც. ამ მხრივ დიდი პერსპექტივები აქვს Internet-ის სტანდარტებზე დაფუძნებულ ახალ ინფორმაციულ ტექნოლოგიას — ინტრაქსელს (INTRANET), სადაც ძირითადი პირობაა საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოების დაცვა, წარმადობა კი 80-ჯერ მეტია.

ფორმის ინფორმაციის დაცვის სამსახური საკუთრების სათანადო კადრების (მათ შორის, კომპიუტერიული უშიშროების მენეჯერთა) მომხადებას. მაგრამ ამ საკითხებში, ისევე როგორც საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოების კონცეფციამ, ბევრი რამ ჯერ საბოლოოდ არაა დადგენილი, საკმაოა და სცილდება საერთაშორისო სტატისის მოთხოვნებს.



სახელმწიფო საიდუმლოების დაცვა ჩვენთან ბოლო ვლენაზე ახალი იმეო ე. წ. „კირკვილი“ განვითარებაშია სისტემით და სათანადო ნახსიით (მეფრის მახუტებით — განსაკუთრებული მნიშვნელობის, უფრის მახუტებით — სრულად საიდუმლო, სოლო) ორგანიზაციებში — საიდუმლო დოკუმენტები.

ინფორმაციის უფრები განვითარება ხელს უშლის საინფორმაციო რეკლამა-განსახილვას, ამიტომ ახალი (როგორც ვლენაზე) „ოქროსი“ შუალედის მომხადება სატირო: საიდუმლო ინფორმაცია გარკვეული დროის შემდეგ კველდება, ამიტომ ვარაუდობა მისი მახუტების აუცილებლობა. მომხადება მითხლ მს ხელსაყრელია იმით, რომ ხსნის ინფორმაციის უფრები დაცვის ტარიფსაც. ნიუ-ჰაუს (ინფრ) როგორც პატენტის) გადადგმა სალიმინაციო ხელშეკრულებით (შეთანხმებით) ხდება.

სახელმწიფო საიდუმლოების განხილვაში საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოება უმნიშვნელოა ნუსხის გარეშე, რადგან ის თითოეული უფრისთვის ხსნა-დახსნაა. ამ შემთხვევაში საიდუმლოების იტავს თითო უფრის უშიშროების განხილვა ხსნის (და არა სახელმწიფო ორგანიზაციის). საწარმო-კომპიუტერიული საიდუმლოება მითხრულად შეიძლება იმის განხილვაში საიდუმლოებაში.



როგორ დავზოგოთ და ვმართოთ დრო

ომარ შულრა

ქვეყანა – ესაა დიდი სავაჭრო, სადაც მიიღებთ იმას, რაც გსურთ, მაგრამ გადახდა მოგიწევთ არა ფულით – არამედ დროით
ერნესტ ჰემინგუეი



იმ ფასეულობათაგან, რომელიც ადამიანს აქვს, სიცოცხლის შემდეგ, დრო ყველაზე მნიშვნელოვანია, მაგრამ ჩვენ, “პალატი დაკავშვულ” ადამიანებს, ის კრედიტში გვაქვს მოცემული. ამ კრედიტის პირობები კი (რადგან დროის გაფლანგვა – ცხოვრების გაფლანგვაა) განგებინს მიერ საკმაოდ უშედეგატიოა.

არის ერთი რამ, რაც ყოველ ჩვენგანს აბსოლუტურად თანაბარი რაოდენობით აქვს. ესაა დრო – უნივერსალური რესურსი, რომლის არც დაგროვება შეიძლება და არც დაბრუნება. ეკონომიკურ კრიზისს 90-იანი წლების საქართველოში და მასგან გამომდინარე, სიმძნელებს საშეურნეო ცხოვრებაში უფრო სერიოზულ მიღვამდე მიყვავართ ისეთი ცნების მიმართ, როგორცაა დროის ეფექტური მართვა. მართლაც, სამრეწველო ეკონომიკიდან მომსახურების ეკონომიკაზე გადასვლასთან ერთად საზოგადოების “შახურები” – თურისტები, ბანკირები, ფინანსისტები, ექიმები, მენეჯერები სულ უფრო მეტს მუშაობენ, რათა დააკმაყოფილონ თავიანთი კლიენტების მოთხოვნები. მათი სამუშაო კვირა (შინ მუშაობის ჩათვლით) უკვე 80 საათს აღწევს, მაშინ როცა ერთი კვირის „ბიუჯეტი“ მთლიანად 168 საათია. ისინი უკვე ვეღარ სცივლებიან თავიანთი ოფისებს, რათა გაუძლონ კონკურენციას. მათი არსებობა, ფაქტობრივად, ერთ უსასრულოდ გრძელ სამუშაო დღედ იქცა . . .
სულ ახლახან ითვლებოდა, რომ დრო ფულია.

მაგრამ ყოველი პროდუქციის რეალური ფასი განისაზღვრება მისი ნაკლებობით. ჩვენ კი ამჟამად ვცხოვრობთ დროის დეფიციტის ეპოქაში, ხოლო განვითარებულ ქვეყნებში (განსაკუთრებით იაპონიასა და ამერიკაში) ის იქცა ყველაზე ძვირადღირებულ საქონლად – მისი ყიდვა (დაზოგვის მიზნით) სულ უფრო ძნელი ხდება. ვარაუდობენ, რომ თუ ასე გაგრძელდა, მალე დროს ექნება ისეთი ფუნქცია და თვისებები, რაც 80-90-იან წლებში ფულს, კაპიტალს ჰქონდა მსოფლიოსთვის.

თანამედროვე ტექნიკა აჩქარებს ცხოვრების პულსს. ინფორმაციული ბუმი და სწრაფი ცვლილებები მუდმივ სტრესში, „ცაიბლტში“ ამყოფებს გარემოცვის უკონტროლო სტიქიაში, საერთო „ციფვის ბორბალში“ მოხვედრილ საქმიან ადამიანებს. ისინი გახდნენ მოუთმენლები, შფოთიანები, სულ უფრო გაბნეული ლოგიკური აზროვნებით... მართლაც, მენეჯერის სამუშაო დღე ხშირად ასე გადის: დილით კაბინეტში შესვლისთანავე იწყებს შემოსული ქაღალდების გაცნობას, მაგრამ რეკავს ტელეფონი (ფაქსი, ტელექსი) და ირკვევა, რომ გადასაკრებელი რთული საკითხი. ამისათვის კი დაუგეგმავი თათბირის მოწვევაა აუცილებელი. თათბირზე (რომელიც, როგორც წესი, ცუდადაა ორგანიზებული), რადგან ყველას თავისი მოსაზრება აქვს, დისკუსია ჭიანჭურდება... ასე გადის თითქმის ნახევარი დღე, მენეჯერს კი თითქმის არაფერი გაუკეთებია, რადგან ყველაფერს სისტემა სჭირდება.

როგორ დავზოგოთ და ვმართოთ დრო? აქ მხოლოდ შრომის რაციონალიზაცია როდია საკმარისი. საჭიროა დოკუმენტაციაზე მუშაობის კულტურა, საქმეების დელეგირება, თანამედროვე დაევევა და, საერთოდ, მუშაობის სტილის შეცვლა. საჭიროა აგრეთვე სამუშაო ტემპის შენარჩუნება, გადაწყვეტილებათა შესრულების ავტომატიზმი: თუ კარგად არ მოქმედებს მექანიზმი, რომელსაც მიღებული გადაწყვეტილება დაკავს პრაქტიკულ შემსრულებლად, ყველაზე კარგი გადაწყვეტილება კი „ცაში გამოეკიდება“.

ეს დრო („სინქარე“ გადაწყვეტილების მიღებიდან მის შესრულებამდე) ფორმის წარმატების ძირითადი მაჩვენებელია, ამიტომ საჭიროა დავაკანონოთ შესრულების აუცილებლობა (აქ სასარგებლოა გამოვიყენოთ “დასრულებული საქმის პრინციპი” სამხედრო საქმიან).

ხელმძღვანელმა წამოჭრილი პრობლემა ანალიზის პროცესში სტანდარტულ სიტუაციამდე უნდა დაიყვანოს, თუმცა ეს ყოველთვის როდია შესაძლებელი და ხშირად რჩება პრობლემის ე.წ. არასტანდარტული ნაწილი, რომლის გადაწყვეტა

¹ მაგალითად, დრო იქცა ნივთების და მწარმოებლის შეფასების ეტალონად: ნივთებში, საქონელში აისახება მისზე დაბარებული დრო (ხელის დამუშავებული ან ხის ნაკეთობა, ხელის დაწერილი წერილი და სხვა). "ეს საკითხები ნაწილობრივ განხილული იყო "ეკონომიკა" №11,12(1998) რუბრიკით მართვის კულტურა

მართვის კულტურა

მხოლოდ შემოქმედებითი მიდგომით შეიძლება.

საქმიანი ადამიანის აქტიურობას აზრი მხოლოდ მაშინ აქვს, როცა მიზანი (საშუალო, გრძელვადიანი) ზუსტადაა გარკვეული. ხელმძღვანელი, რომელიც დროს კარგავს არასწორ მიზანზე, უშედეგოა. საერთო მიზნის დაყვანა კერძო ამოცანაზე – ეს უკვე დაგეგმვაა. ადამიანები, რომლებიც გვეგმვენ დროს თვეებისა და წლებს მის მისწრაფებით, ყველაზე დეფიციტური და მაღალხელფასიანი მუშაკები არიან ნებისმიერ საზოგადოებაში (ერთდროულად, ყველაზე ხალისიანიც, რადგან კარგად ორგანიზებულ სფეროში არიან).

კვირის გეგმის საფუძველზე დგება დღის გეგმა – ის საბოლოო საფეხურია. საერთოდ, დროის 1% დაგეგმვას უნდა მოხმარდეს (ესა დღეში 10 წუთი, დღით ან საღამოს). დაგეგმვაზე დახარჯული ყოველი წუთი ხომ 4 ვერ მეტ ეფექტს იძლევა. წინასწარ დაგეგმილ დღეს ქვეცნობიერება გადაამუშავებს და დღეც ისე მიიმედ არ მოგვეჩვენება. საჭიროა ერთგვაროვან (დროში, ტერიტორიულად და სხვა) საქმეთა დაჯგუფება (მაგ. ქალაქის დაყოფა 2-3 საქმიან “ზონად”, რათა ყოველდღე უაზროდ უბნიდან უბანში არ ვიაროთ).

აქ დიდია ე.წ. დროის ბლოკნოტის (ორგანიზერის ან კომპიუტერ-ნოუთბუკის) როლი, რომელიც ერთდროულად დაგეგმვის ინსტრუმენტი, დღიური, ცნობარი, იდეების არქივი და კონტროლის ინსტრუმენტიცაა. საერთოდ, ბლოკნოტი (რომელიც საქმიანი კაცისთვის იგივეა, რაც ბადე მეთევზისათვის) ლოდინის და მგზავრობის დროსაც კი გვეხმარება მუშაობაში (ლოდინის ცნება საქმიანი ადამიანისთვის არც უნდა არსებობდეს). დროის ასეთ ჩარჩოებში საქმეც უკეთ კეთდება.

მენეჯერის ერთ-ერთი აუცილებელი უნარია ძირითადი და მეორეხარისხოვანი საქმეების გარჩევა, ვინაიდან დიდია „წერილმანებში“ ჩაფლობის ცდუნება. მართალია, იოლი საქმეები სასარგებლო მუშაობის ილუზიას ქმნიან, მაგრამ სწორედ ძირითადი, მნიშვნელოვანი საქმითაა საჭირო საშუალო დღის დაწყება (და არა რიტუალებით – შემოსული ფოსტა, პრესა, ახალი ამბები და სხვა).

საშუალოდ, მენეჯერი დღეში 40-მდე სხვადასხვა საქმეს აკეთებს ისე, რომ ერთ საქმეზე 20 წუთზე მეტი დრო არ რჩება. გარდა ამისა, 5 წუთიანი დაუთავრებელი საქმე შემდგომ “აწყობაზე” გაცილებით მეტ დროს გვაკარგვინებს (ამასთან, როცა ხელმძღვანელი ნებას რთავს გააწყვეტინონ საქმე, საუბარი და სხვა, ხელქვეითებიც მას ბაძავენ). ამიტომ საჭიროა ვისწავლოთ უარის თქმა, რათა არ

შეუდგეთ საქმეს სხვისი “ხათრი” (მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენში ცდილობენ დამნაშავეს გ რძ ნობის პროვოცირებას). თუ ეს გვიჭირს, ჩართული აღმოვჩნდებით წერილმან საქმეებში და გადავიქცევით უცხო, არაორგანიზებული ადამიანების მარიონეტად. ამრიგად, მეტიც “არა” მენეჯერს იცავს პრობლემებისაგან, რომლებსაც ქმნის ნებისმიერი საზოგადოების ტიპური ინფორმაციული კომუნიკაციური სისტემა (თავისი წერილმანებით, რომლებიც არ იძლევიან საჭირო ინფორმაციას).

სისტემა ყველაფერს სჭირდება. როცა რომელიმე საქმეს ყოველდღე იგივე საათზე ვაკეთებთ ან ყველა ნივთს, დოკუმენტს თავისი ადგილი აქვს (ე.ი. შემოგვაცქვს „მიკროსტანდარტები“ ჩვენს მუშაობაში), გვენახება შემოქმედებითი ენერჯია. ამრიგად, საჭიროა არა დაბაბული, სწრაფი, არამედ გონიერი, ეფექტური მუშაობა. მაგრამ დროის ეფექტურობის პრობლემის გადაჭრა მთელი ორგანიზაციის მისწრაფებითაა საჭირო, ვინაიდან რამდენიმე სუსტი მუშაკი შეიძლება უკან ეწეოდეს ყველას, უფრო მეტიც, მოუშაადებელი პერსონალი, დელეგირების და მოსმენის დაბალი კულტურა (როცა „ყველა უფროსობს“), სუსტი თანამშრომლები, მოუშაადებელი თათბირები, ნაჩქარევი ან გაჭიანურებული გადაწყვეტილებები, მიგვანიშნებს იმაზე, რომ დროის ეკონომიის დონე არა ცალკეული ორგანიზაციების, არამედ მთელი საზოგადოების განვითარების დონეა.

დროის დაზოგვაში (ისევე, როგორც ცხოვრებაში) უკიდურესობანი არასასურველია: წამოზომით მომუშავე, ზეორგანიზებული ადამიანი ისეთივე უსიამოვნო შთაბეჭდილებას ტოვებს ჩვენს ხალხში, როგორც არაორგანიზებული და უსაქმური. ადამიანის ბუნება ეწინააღმდეგება დაგეგმვას თუნდაც ერთი დღით, რადგანაც ეს ზღუდავს მის თავისუფლებას (მით უმეტეს, მიზნის მიღწევა თავისუფალ დროს მაინც ვერ იძლევა). აქ ბევრია დამოკიდებული ასაკზე, პროფესიაზე და სეზონზეც კი, ამიტომ დროის დაზოგვისა და მართვის საკითხები ძალზე პირადულია.

მოყვანილი მაგალითები მხოლოდ მცირე ნაწილია ე.წ. “თანამედროვე ოფისში” შრომის მეცნიერული ორგანიზაციისა, მაგრამ, თუ ყურადღებას გავამახვილებთ ამ საკითხებზე (ცხადია, კარგი ფიზიკური ტონუსის და “ფორმის” ფონზე), საშუალო დღის განმავლობაში მეტი საქმის გაკეთებას მოვასწრებთ და უფრო მომზადებული შევხვდებით მაღალეფექტური მართვის – “მომავლის ოფისის” კონცეფციას.

საქმიანი რჩევები

საბაზრო ეკონომიკის დამკვიდრებას თან ახლავს მრავალი დიდი თუ პატარა სამუშაო ვართულის ჩამოყალიბება. საწყის ეტაპზე ორგანიზაციისა თუ ფირმის ხელმძღვანელად გვევლინებიან კარები, რომელთაც აკლიათ (ან საერთოდ არ ბაზრინათ) მართვის გამოცდილება. ვფიქრობთ, მათთვის სასარგებლო იქნება მინეჯმენტის-საქმიანი ჰალალდების წარმოების, თათბირის ჩატარებისა, თუ საქმიანი საუბრების წარმართვის შესახებ სტატიების სერია, რომლის პუბლიკაციასაც ჩვენი ბაზრითი ღვინადან იწყებთ.

საქმიანი თათბირი

კრიზის და აქედან გამომდინარე სიძინელების დაძლევისათვის უდიდესი როლი ენიჭება სამუშაო დროის გამოყენებასა და მართვის სისტემის სრულყოფას. მენეჯერი, საერთოდ ხელმძღვანელი, აქამდე არსებული ანაზღაურების სისტემის ხარვეზების გამო ფასდებოდა (და, ალბათ, ახლაც ფასდება) არა მუშაობის შედეგებით, რეზულტატებით, არამედ აქტიურობით.

ხელმძღვანელის აქტიურობის გავრცელებული ფორმაა თათბირი. მასზე საკმაოდ ბევრი დრო იხარჯება, ხოლო შედეგია ნაბი, ეფექტურობა ძალზე დაბალია (ყოველ შემთხვევაში, ჩვენს სინამდვილეში). ითვლება, რომ, საშუალოდ, თათბირზე დახარჯული დროის 50 პროცენტი ფუჭად იხარჯება. ამის მიზეზია თათბირის მონაწილეთა და, პირველ რიგში, მენეჯერის არაკომპეტენტურობა, ორგანიზაციული უკულტურობა.

როგორია საქმიანი ეფექტური თათბირის ჩატარების წესები? უპირველეს ყოვლისა, მენეჯერს უნდა ახსოვდეს, რომ „ყველაზე უკეთ ორგანიზებულია ის თათბირი, რომლის ჩატარებაც არაა საჭირო“. სხვა სიტყვებით, ეს ნიშნავს, რომ ვიდრე თათბირს მოიწვევდეს, მენეჯერი უნდა ეცადოს საქმის მოგვარებას გადაწყვეტილების მიღების გზით, ტელეფონით, სელექტორული თათბირით ან თავისი წარმომადგენლის გაგზავნით ადგილზე.

თუ ყველა ეს საშუალება სასურველ შედეგს არ იძლევა და გადაწყდა თათბირის ჩატარება, საჭიროა მხოლოდ აუცილებელი პირების (არაუმეტეს 7 კაცისა) მოწვევა. თუ 2 მონაწილეზე კომუნიკაციური არხების რიცხვია 2, 8 მონაწილეზე უკვე ეს რიცხვი აღწევს 56. ამიტომაც დიდ თათბირებში გაძნელებული კონტაქტების დამყარება.

ზედმეტ მონაწილეებს (ჩვენს სინამდვილეში) იწვევენ, „რათა არავის აწყენინონ“. საქმისთვის უკეთესია, თუ ნაკლებადსაჭირო თანამშრომლები თათბირის დროს სამუშაო ადგილზე, ტელეფონთან იქნებიან, ხოლო, ის ვისი საკითხიც დაიხურა, დატოვებს სხდომას.

სწორად, ყველაფრის გათვალისწინებით უნდა შეირჩეს თათბირის დღე და საათი. ასევე წინასწარ შედგება დღის წესრიგი (გამოსვლები, გადაწყვეტილება, ინფორმაცია) და ერთი კვირით ადრე დაეგზავნოს მონაწილეებს. ეს ხელს შეუწყობს თათბირის მომზადებულად ჩატარებას. კარგი იქნება, თუ ამ პერიოდში მომხსენებელი მიიღებს შენიშვნებს.

საერთოდ, თათბირის მიზანია ყველა შესაძლო გადაწყვეტილებებს შორის ოპტიმუმის მოძებნა. თათბირის მიზანი აქტიურ ასპექტში უნდა ჩამოყალიბდეს („რა უნდა გაკეთდეს, რომ...“).

მონაწილეთა გამოსვლები იძლევიან ერთგვარ ინფორმაციულ მოდელს, რომლის ბაზაზეც თათბირის თავმჯდომარე ჩამოაყალიბებს კონცეპტუალურ მოდელს. ამ უკანასკნელის საფუძველზე ხდება გადაწყვეტილების მიღება.

ზოგჯერ თათბირის მიზანია დადებითი ფსიქოლოგიური ატმოსფეროს შექმნა ორგანიზაციაში.

თათბირი ზუსტად დანიშნულ დროს უნდა დაიწყოს და დამთავრდეს. ეს შეამცირებს დაგვიანებებს მორიგ თათბირებზე და საერთოდ გააუმჯობესებს მუშაობის კულტურას.

თავიდანვე საჭიროა რეგლამენტზე შეთანხმება. რეგლამენტისთვის მოსახერხებელია ქვიშის ან ჰიდრაკის საათი. ოთახში თვალსაჩინო ადგილზე უნდა იყოს საათი, რომლითაც შეიძლება თათბირზე დარჩენილი დროის გასაზღვრა.

ოქმის გარეშე (ან ცუდად შედგენილი ოქმით) თათბირის ჩატარება ყველაზე გავრცელებული შეცდომაა. ბევრ დროს გვაკარგვინებს ცუდად შედგენილი ოქმის პროექტი. ყველაზე მარტივ ოქმის ფორმას იყენებენ ამერიკელები: გადაწყვეტილება პასუხისმგებელი ვადებს (ვადებს აფიქსირებენ შემსრულებელთან შეთანხმებით). ოქმში პირველ საკითხებად, ცალკე უნდა გამოიყოს წინა თათბირის შეუსრულებელი საკმეები. 1-2 დღეში საბოლოოდ გაფორმებული ოქმი ურიგდებათ თათბირის მონაწილეებს (თანამედროვე ორგანიზაცია საშუალებას იძლევა ეს გაკეთდეს თათბირის დასრულებისას).

როგორია თათბირის წარმართვის ზოგადი წესები?
პირველად სიტყვა უნდა მიეცეთ ახალბედა, ნაკლებავტორიტეტულ თანამშრომლებს, რათა უფრო გარკვეული იყოს პასუხისმგებლობა მსჯელობაში „ჩვენ“ უნდა შევცვალოთ „მე“-თი; საჭიროა პრეტენზიის გარეშე კონკრეტულად ისაუბროთ მხოლოდ თქვენს მიერ აღქმულ კომპრომიტებაზე („მე მიჩვენება, რომ თქვენ ცდებით...“).

მეჩვევრისათვის აუცილებელია, ერკვეოდეს თათბირის მონაწილეთა ტიპებში (თეორიულ მოდელში). დადებითი ტიპები გამოთქვამენ კონსტრუქციულ აზრს, აჯამებენ საუბარს, შეაქვთ დისკუსიაში სიცხადე, ხსნიან დაძაბულობას, არიგებენ მოკამათევებს.

უფრო რთულია ურთიერთობა უარყოფით ტიპებთან. თათბირის წარმმართველი, ხელმძღვანელი (მენეჯერი) მზად უნდა იყოს მათთან თანამშრომლობისთვისაც. ამისათვის საჭიროა მუშაის ხასიათის გათვალისწინება და მასთან პერსონალური მიდგომის გამომუშავება. ვთავაზობთ რამდენიმე რჩევას:

1. აკრიტიკებს ყველაფერს, მოუთმენელი და ადგზნებული მოკამათეა. მოელაპარაკეთ თათბირამდე, შეინარჩუნეთ სიმშვიდე. დასკვნა ჩამოაყალიბეთ მისი სიტყვებით.
2. არავის არ ეთანხმება, ჯიუტობს. გაეცით პასუხი, ან ჩათვალეთ, რომ ის მართალია. მისი შეკითხვები მიმართეთ მონაწილეებზე.
3. არ მონაწილეობს საერთო საუბარში.

საჭიროა წახალისება (მაგალითად: „ყველას გვინდა გავიგოთ თქვენი აზრი“).

4. ამბიციურია, ხაზს უსვამს თავის სტატუსს. მიუჩინეთ ადგილი თქვენს გვერდით. მიეცით შუალედური დასკვნების საშუალება.

5. ძალაუფლების და სხვათა მანიპულაციის მოყვარულია. არ მისცეთ ამ როლის შესრულების უფლება, შეზღუდეთ მეთოდით „დიან, მაგრამ“.

6. უსაქმოდ და უტაქტოდ ლაპარაკობს თავის გრძობებზე. ადგილი მიუჩინეთ წამყვანის გვერდით, შეეკითხეთ მონაწილეებს, როგორია მათი აზრი.

გაითვალისწინეთ, რომ ამ ჩამოთვლილი ტიპებიდან, ყველა დარწმუნებულია თავისი ქცევის ბუნებრიობაში (მაშინ, როცა არც ერთ მათგანს გამართლება არ შეიძლება).

დაგეგმილი თათბირის წინა დღეს სასარგებლოა მოკლე თათბირის ჩატარება ეს საშუალებას მისცემს მონაწილეებს, ქვეცნობიერად გადაამუშაონ საკითხები და უფრო მომზადებული მოვიდნენ. მოკლე თათბირებზე, როდესაც ყველა ფეხზე დგას, ნაკლებია დეტალებზე, წვრილმანებზე ლაპარაკი და გადაწყვეტილებაც უფრო სწრაფად მიიღება.

საჭიროა ვიცოდეთ, რომ თათბირის მონაწილეთა შრომის ეფექტურობა უკვე 50 წუთზე იწყებს შემცირებას, 90 წუთზე თითქმის მინიმუმამდე ეცემა. თათბირის ბოლოს უნდა შეჯამდეს დავალებები და სხდომა დამთავრდეს პოზიტიურ ნოტაზე.

უსწოები, სწოებილი ზეპირი და შერეული

C.V. - სივი, Curriculum Vitae (ლათ.) - ცხოვრების გზა, საქმიანი აქტივობების თანამდებროვე ფორმა. იწერება ლათინურად, კითხვარისთვის ფორმით. ტრადიციული ავტობიოგრაფიისგან განსხვავებით, მიეთითება ვერ უკანასკნელი სასწავლებელი, ხოლო ყველაზე ბოლოს - საშუალო განათლება. ასეთივე შერეული ფორმაა, წლების მიხედვით აღინიშნება დაკავებული თანამდებობები. აწმ-ში C.V.-ს ცვლის Resume.

M-S - მისი - ინგლისურ ენაზე საქმიან მიმოხილვაში ტრადიციული მიმართვის ფორმების (ვათხოვილი, გაუთხოვარი) გარდა 1974 წლიდან (ქალი განთავსდებულების საზოგადოების ზეგავლენით) შეხვეწილად ხელი შეუდგინა მთავრობის M-S ფორმით, თუ არ სურს ხაზი გაუსვას თავის პირად, ოჯახურ მდგომარეობას.

MDO - რუსული აბრევიატურა Междисциплинарный оборот (ბანკის ფილიალის შორის ბრუნვა). ჩვენთან უთარგმნელიდ არასწორად იწერება დოკუმენტაციაში „მდო“ და ასევე არასწორად („ემ-დო“) წარმოითქმება რადიოში და ტელევიზიაში.

\$15 01/00 - დოლორის ჩაწერის ერთ-ერთი ფორმა. აქ ჩაწერილია 15 დოლორი და ერთი ცენტრი. სხვა ფორმით ჩაწერისას

\$15:01 ან \$15.01.

ISBN - უკვე საქართველოში გამოცემულ წიგნებზეც მითითებულია წიგნის საერთაშორისო ინდექსი (International Standart Book Number).

ISSN - სეროული გამოცემების (ტრადიციული გაზეთები და სხვ.) საერთაშორისო ინდექსი: International Standard Serial Number.

TIR-Transport International Routes - გადაზიდვები საერთაშორისო მარშრუტებზე. წარწერას შეხვედრით მიმღეუონის სატვირთო მანქანებზე და შესაბამის დოკუმენტებში, როგორც ტვირთის ერთეული.

E-mail - ელექტრონული ფოსტით (E-mail) მიღებული წერილების საქმიანში, კონკრეტულად და ლაკონურად სტილში ახალი პრობლემა წარმოიჩინა - მსუბუქ იუმორსაც კი ხშირად შეურაცხყოფისგან ვერ მივწავნ. ამან გამოიწვია კომპიუტერული წერილის ახალი კულტურის, ემოციის ამსახველი ნიშნების (Emoticon, Smiley) შემოქმედა. ტექსტის ბოლოს მითითებული ეს ნიშნები იკითხება თავის მარცხნივ (სახის გამოსახულების საწინააღმდეგო მიმართულებით) გადახრით. მართლაც :-) ღიმილს,

იუმორს ნიშნავს, :) თავისი ჩაწერის, - (მოწყენილობის და ა. შ. წერილებში ვაერცლებულია 15-მდე ემოციის ნიშანი.

• თანამედროვე საქმისწარმოებაში დახასიათებას სულ უფრო ხშირად ცვლის ავტორიტეტული პირის სარეკომენდაციო წერილი. მისი გადაცემა ხდება გახსნილი კონვერტით, ხოლო ტექსტი

დანიშნულებს საქართველოს სახელმწიფო სტანდარტი (სსტ 6.2-94). ამ სტანდარტით წერილის ბლანკზე ყველა რეკომენდაციის ზედა ნაწილი შიგნითი ვარიანტი დაწესებულია რეკვიზიტები ბლანკის ქვედა ნაწილი შიგნით, ცხადია, უწინააღმდეგება სტანდარტს. ამავე სტანდარტით ვიხა (რეზოლუცია) წერილზე იწერება არა მარცხენა კუთხეში, ირინილ, არამედ პირიპირადად მისამართის და ტექსტის შორის, რეზოლუცია, როგორც წესი, უნდა იყოს სრული (და არა მოკლე), რათი გაემოხადეს, თუ ვინ, რა საშუალებებით და რა აქტივობით უნდა შეასრულოს დავლება. რეზოლუციის მიხედვით მსჯელობენ ბელმდგანელოს მუშაობის სტილზე.

• სახელმწიფოს დედაქალაქის წინ არ არის საჭირო ქალაქის მითითება, ე. ი. ქ. თბილისის ნაცვლილ საკმარისია „თბილისი“. ეს წესი ვრცელდება იმ დასახლებულ პუნქტებზეც, რომელი სახელწოდებას ფუქტში აქვს „ქალაქი“ (მაგალითად, ახალქალაქი).

მოამზადა
ოკრა შუშარაძე

ზეპირი და შერეული

აქტივი (ლათ.) - მის ენის სერიზოზობა (ლათ.) - ცნობილ ვაკეთებ ბიზნესში (ინგლ.) - ჩანთა, მინისტრის პორტფელი
ვანაძე (იტ.) - თავისუფალი რეკლამა (ლათ.) - წამოვირება პალატი (ინგლ.) - ჩანგლით

უნდა იყოს მოკლე, გულწრფელი. ხელმოწერამდე ფურცლის შუა ადგილზე იწერება „დიდი მადლობა“, ხოლო ქვედა არეში განმეორებით იწერება იმ პირის სახელი და გვარი, ვისაც ვუწვევთ რეკომენდაციას.
• ორგანიზაციულ-განკარგულებითი დოკუმენტების გაფორმებაზე 1994 წლი-

უცნობი, ცნობილი ტერმინები და შემოკლება

სახალისო ფიჭობა, სახალისო ძივია, გულს ღვ გულს სახალისო მათიშატივა, მარკაჲ საქმისწარმოება? ზოგადად, უკვე მოქალაქეულთა შიხაღრუბებით საქმისწარმოება, საბუღალტრო ან საბარძივო საქმე ხოლმე მვალაჲჲ კონსერვატიული, მოსაწმინდი სფერო, ანაზღ თუ ღრმავლ შემოქმედებითაჲ ჩაგვარებით საბაჲს, ნაბაჲ-შიდა სფეროში, მათ შორის საქმისწარმოებაში გავრცელებულია სანიტარული და ღვსაფინანსოებელი, ავიაციით თუ ღვსა ტერმინოლოგია. თავთაჲ განსაჯათ...

Ⓛ and (ინგლ. „აღ“ კავშირი) სიმბოლო, ტირონის ნიშანი (ამბერსანდი) გამოიგონა ბერძენმა მონამ, შემდგომ ციციერონის მდივანმა და ბიოგრაფმა მარკ ტულუს ტირონიმ ჩვენს ერამდე 63 წელს. პლუტარქეს მიხედვით, მან ციციერონის - ცნობილი ორატორის და სახელმწიფო მოღვაწის - გამოსვლების ჩასანერაჲდ გამოიგონა სტენოგრაფიული (ტირონის) სისტემა. „რომაული სტენოგრაფია“ გამოიყენებოდა შუა საუკუნეებამდე. ამ სისტემიდან აღმუშავდა შემორჩა მხოლოდ & სიმბოლო. მის გრაფიკას საფუძვლად უდევს ლათინური et („და“) სინტაქსით ტერმინ ამპერსანდეს წარმოშობის ისტორია როდესაც რომაელები ასოებს სახელწოდებებს აძლევენ, &-ს უკანასკნელი ოფილი ეკავა აღფავიტში, ამიტომ ბოლო ასოების დასახელებისას წარმოიქმნებოდა „X, Y, Z and per-se and“ შემდგომ საუკუნეებში, ტრანსფორმაციის შედეგად ეს ფრაზა ჩამოვიდა, როგორც „ampersand“. სამწუხაროდ ჩვენთან ამპერსანდი ხშირად ეწოდება @ სიმბოლოში.

Ⓜ at (ინგლ. „თან“, „მდე“) სიმბოლო გამოიყენება ინფორმატიკაში და კომპიუტერულ სფეროებში სხვადასხვა მნიშვნელობით (ელ. ფოსტა, პროგრამები, ფინანსური ჩანაწერები და სხვ). მრეტსახელად მის უწოდებენ dog (ძალი), monkey (მაიმუნ) და სხვ.

Ⓝ hash (ინგლ. „აღუფერობა“)

სიმბოლო, („კვადრატი“), გამოიყენება ინფორმატიკაში (კომპიუტერის, ტელეფონის დილაკვი) და საქმისწარმოებაში N (ნაცვლაჲ). სიმბოლო წარმოადგენს მოტენტოტური (სამხრეთ აფრიკა) ენის ერთერთ „ნკლავუნ“, სასიმბერ ბერძნს.

ტერმინების პირველადი მნიშვნელობა

- რეკეტი (ინგლ.) ფუტსავატი
- ფიჩა (იტალ.) ხელმოწერა
- დივიდენდი (ლათ.) გასაყოფი
- „ლიპონი“ 1 მლნ ყვითელი ბანკოტი 1918 წ. რუსეთში
- ბლანკი (ფრ.) თეთრი
- კრედიტი (ლათ.) ვენდობი
- რეკლამაცია (ლათ.) უკმაყოფილება
- დეპოზიტი (ლათ.) შესანახად მიცემული
- ფაქსიმილე (ლათ.) გააკეთე მსგავსი
- სუპერდოლარი კარგად შენღებული ყალბი დოლარი
- დემოგოგი (ბერძნ) მეგზური
- მენეჯმენტი (ლათ.) ცხენის მართვის ხელოვნება
- კორუფცია (ლათ.) მოსყიდვა

Ⓡ Registered (ინგლ. „რეგისტრირებული“) სიმბოლო-ინდექსი, რეგისტრირებული, სერტიფიცირებული საქონლის საერთაშორისო ნიშანი. აშშ-ში 1905 წლიდან მილიონამდე ნიშანი რეგისტრირებული მიუხედავად ამისა, ყველა ქვეყანაში არაა მიღებული.

ნიშან-ინდექსი TM (Trade mark, „სავაჭრო მარკა“) გამოიყენება, როდესაც განზრახულია საქონლის რეგისტრაცია, ხოლო SM - არარეგისტრირებული საქონლისთვის. © არ უნდა შეგუშალოს საავტორო უფლების ნიშანში © - Copy write (ინგლ.).

XX ფინანსურ ჩანაწერებში გავრცელებულია დოლარის ჩანაწერის ფორმები X (ნიშნავს \$10), XX (ნიშნავს \$20), აგრეთვე ფუნტი სტერლინგის 10K (ანუ £10.000), სადაც £ (lb - „ლიბრა“) ნიშნავს ფუნტს.

წელიწობი.
● ფინანსურ ოპერაციებში, თუ დიდ ბრიტანეთში, გერმანიაში და სხვა ქვეყნებში 1000 მილიონს უწოდებენ მილიარდს, ხოლო 1000000 მილიონს - ბილიონს, ამერიკის შეერთებულ შტატებში კი ბილიონს უწოდებენ 1000 მილიონს.
● საქმისწარმოების ასილა სტანდარტებით, 1972 (I) წლიდან გაუქმებულია ბრქვალების სწარება (სიტყვებში შეთანხმებულია, დემტიცე-ბულია), ორნერტილის და ფრინო-ლუბის სწარება ხელმოწერის გამოც-გვისას (ეი. შეცდომა დირექტორა: /ი. იგანბე), გაუქმებულია ხაზის ჩამოსმა („მაგიერ“), როდესაც ხელს ვაწერთ ხელმძღვანელის მაგიერ (ხელმოწერა უნდა შესაბამისობა თანამდებობას, ამიტომ საჭიროა რეალური თანამდებობის ჩატექდა ან ხელით ჩანარი).
● ამჟამად საქართველოში ერთდროულად გამოიყენება საქმიანი წერილის შედგენის ტრადიციული (აზაიანი) და თანამედროვე (ბლოკური, კომპიუტერული-აზაიცის გარეშე) ფორმა, რომელიც უცხოეთის შეგავლენით გავრცელდა წერილის ბლოკურ გამოქვეყნებაში აზა-ციის როლს ასრულებს 2 ინტერვალი სტრიქონებს შორის. სარეკლამო მოსაზრებით გამოიყენება აგრეთვე ე.წ. ნახევრადბლოკური სტილიც, სადაც აზაიცის ორივე ფორმა ერთდროულად გამოიყენება.
● თარიღის ჩანწერის სამი სტანდარტი არსებობს 01.12.99 (დრედი ბრატანეთი, რუსეთი, საქართველო და სხვ), 99.12.01 (იაპონია, საერთაშორისო სტანდარტი), 01 დეკემბერი 99 (აშშ და სხვ). მცირედენი გადახვევები თარიღის ჩანწერის გაფორმებაში, რასაკვირველია, ყველა ქვეყნის პრაქტიკაშია.
*შოპაშაღა
ომარ შუღარბა*

ისარგავლეთ თანამედროვე ტექნოლოგიებით

ისარგავლეთ თანამედროვე ტექნოლოგიებით - ამ რუბრიკის მიზანია მკითხველებს გააცნოს ის შედეგები, რომლებიც მიღწეულია კომპიუტერულ, საკომუნიკაციო, საინჟინრო და სხვა ტექნოლოგიების სფეროში. ეს მიღწევები ხომ ყველა ჩვენთაგანის შრომის გასაძლიერებლად და მუშაობის ეფექტურობის ასაშაღებლად არის განკუთვნილი. ამჯერად ვთავაზობთ ფიზიკა-მათემატიკის მეცნიერებათა კანდიდატს, ბ-ნ ომარ შუდრას მიმოხილვით სტატიას ფიჭური (მობილური) ტელეფონის თანამედროვე შესაძლებლობების შესახებ.

ფიჭური ტელეფონი და მისი უახლესი შესაძლებლობები

ამჟამად მსოფლიოში 1200 მილიონი სტაციონარული ტელეფონის აბონენტია. ფიჭური აპარატების რიცხვი 2002 წელს ასეთივე იყო, ამჟამად კი მეტია 100 მილიონით.

მსოფლიოში პირველი რადიოსადგურის შექმნის შემდეგ (1920 წ., აშშ) უკვე 13 წლის შემდეგ ნიუ-იორკის პოლიციის მანქანებში მობილურ რადიოკავშირს იყენებდნენ. ტელეფონის ფიჭური პრინციპი კი მხოლოდ 1971 წელს, ბელის ტელეფონის ლაბორატორიაში (აშშ) ჩამოყალიბდა. ამრიგად, ფიჭური ტელეფონი მობილური კავშირგაბმულობის ერთ-ერთი ნაირსახეობაა.

მსოფლიოში პირველი ფიჭური ქსელის ექსპლუატაცია იაპონიაში დაიწყო (1979 წ.). საინტერესოა, რომ ასეთი ქსელების მასობრივი გავრცელება საუდის არაბეთში უფრო ადრე დაიწყო (1981 წ.), ვიდრე აშშ-ში (ჩიკაგო,

1983 წ.). ევროპაში ფიჭური ქსელი (GSM) მხოლოდ 1991 წ. გავრცელდა, თუმცა შვედეთსა და ნორვეგიაში უკვე 10 წლის წინ იყო დანერგილი სისტემა NMT-450.

ამჟამად ფიჭური ტელეფონის ყველაზე მეტი მომხმარებელი ევროპაშია (30%, აქედან რუსეთში - 1,5%), აშშ-ში და კანადაში კი მხოლოდ 20 პროცენტია.

ფიჭურ ქსელებში, ტრადიციული რადიალური ანტენისგან განსხვავებით, სადაც ე.წ. რადიორდიოები იქნება, დედაშიწის ზედაპირი დაფოფილია თავლის ფიჭის ფორმის უბნებად, რომლის ცენტრშიც მიმართული (ბრტყელი ფორმის) გამოსხივების ეწ. საბაზო ანტენებია.

სამუშაო სიხშირეზე (450-1900 მეგაჰერცი) რადიოსიგნალი სინათლის სხივივით სწორხაზოვნად ვრცელდება და პორიზონტამდე აღწევს (30-40 კმ),



ამიტომ საბაზო ანტენები მთებისა და მაღალი შენობების ზემოდაა დაყენებული. იმისათვის, რომ მეზობელ ფიჭვებში მომუშავე ტელეფონებმა ერთმანეთს ხელი არ შეუშალონ, ისინი სხვადასხვა სიხშირეზე მუშაობენ. ამრიგად, ფიჭური რადიოსადგური (საბაზო ანტენა) მობილურ აპარატსა და ცენტრალურ კომუტატორს (ფიჭურ ოპერატორს) შორის შუამავლის როლს ასრულებს. სწორედ ცენტრალური კომუტატორის გავლით ხდება ქალაქის ატს-თან და სხვა ფიჭურ ოპერატორთან (კონკურენტთან) დაკავშირება.

რთული რელიეფის ან დიდი დატვირთვის უბნებში (აეროვაგზალი, სავაჭრო ცენტრები და სხვ.) უფრო პატარა ზომის ფიჭვებია (მიკროფიჭა – რამდენიმე ასეულ მეტრზე და პიკოფიჭა – მაგალითად, მგზავრთა მოსაცდელ დარბაზში).

ფიჭურ ტელეფონში ავტომატიზაციის დონე საკმაოდ მაღალია: მაგალითად, ტელეფონით საუბრისას (ეკონომიის მოსაზრებით) იმ მომენტში, როდესაც ვუსმენთ, მიკროფონი (რადიოგადამცემი) გამორთულია. მაგრამ არაბუნებრივი სიჩუმის ნაცვლად ჩვენს პარტნიორს ყურმილში თავისივე ხმა მიეწოდება (მცირე ხმაურის სიგნალთან ერთად).

აბონენტის მიერ ფიჭვის საზღვრის გადაკვეთისას, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, იცვლება სამუშაო სიხშირე, ავტომატურია ეს გადართვაც, გადართვის დრო კი (რომელიც 1 წამს აღწევს) ლაპარაკში შეუმჩნეველი რჩება. ასევე ავტომატურად ხდება ნომრის ამოცნობა, როუმინგი და გადამცემის სიმძლავრის გაზრდა ანტენიდან აბონენტის დაშორებისას, (ამიტომ გამოსხივების მაქსიმალური სიმძლავრე სწორედ დაფარვის ზონის საზღვარზეა).

სულ უფრო უმჯობესდება ფიჭური სისტემების სერვისი. მსოფლიოში გავრცელებული სისტემების გარდა (AMPS, NMT, NTT, D-AMPS, GSM და სხვ.) აღსანიშნავია ახალი საერთაშორისო სტანდარტი UMTS, სისტემა თანამედროვე სერვისით GPRS (General Paket Radio Service).

თანამედროვე ფიჭურ სისტემებს აქვთ ორი დიაპაზონი

(მაგალითად, 900 და 1800 მეგაჰც) კავშირის დასაჩქარებლად, ერთდროულად ორი “ზარის” მიღების, “ზარის” გადატანის, ლოდინის და შეზღუდვის საშუალება, აუდიომატე (Voice Mail), კალენდარი, ნოუტბუქი და ციფრული ფოტოაპარატი (ფოტოტელეფონი ანუ სმარტფონი), დიქტოფონი, ფლეიერი, FM რადიომიმღები, მოკლე ტექსტური (SMS - Short Message Service მოკლე შეტყობინებების მიმოცვლა) და მულტიმედია (MMS - Multimedia Messaging Service მობილურ ტელეფონებს შორის, აგრეთვე მობილურ ტელეფონებსა და კომპიუტერებს შორის ტექსტური, აუდიო და ვიდეო ფაილების მიმოცვლა) შეტყობინება, უმავთულო ყურსაცვამი (Bluetooth რადიოდაკავშირების მოკლემანძილიანი სტანდარტი) 10 მეტრამდე მანძილზე, კონფერენციის, ფაქსის აპარატზე და ინტერნეტში გადაცემის რეჟიმში, ინფრაწითელი ხაზი (1 მეტრზე უმავთულო შეერთებისათვის), მსუბუქი, 20 გრამიანი აკუმულატორები, დარტყმისგამძლე და წყალგაუმტარი თვისებები.

ასეთ აპარატებს უკვე შეუძლიათ შეასრულონ “ელექტრონული მდივნის” როლი.

კომპიუტერული ტექნოლოგიით შექმნილი ფიჭური აპარატების მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ Sony Ericsson T68i, Sony Ericsson P800, Nokia 7650 და Nokia 3510 მოდელები, სადაც მულტიმედია შეტყობინების მომსახურება (MMS). ეს საშუალებას გვაძლევს მობილურ აპარატებს შორის (ან აპარატსა და კომპიუტერს შორის) გაგავზავნოთ ტექსტური (მაგალითად, ცხრილი), აუდიო (კლიპი) და ვიდეოფაილები (სქემა, რუკა, ფერადი ფოტო, ვიდეოკლიპი). საინტერესოა Motorola Accompli 008 მოდელიც – ის ელექტრონული ორგანიზერია ფაქსის აპარატზე გამოსახულების გაგზავნით. მას აქვს “შენიშვნების წიგნაკი”, “ხმოვანი ჩანაწერი” (3 წთ.), სამეცნიერო კალკულატორი, ორი მალევიძარა, დარეკილი და მიღებული ზარების ხანგრძლივობის და თარიღის მესსიერება (40 უჯრედი), სხვადასხვა ვალუტის გაცვლის კურსის მენიუ, ინტერნეტის მენიუ – WAP (Wireless Application Protocol) ბროუზერი, ტრადიციული ღილაკების ნაცვლად, ეკრანზე “დახატული” კლავიატურა, რომლის აკრეფა შეხებით, ან აპარატზე დამაგრებული სპეციალური “ფანქრით” შეიძლება.

ფიჭური ტელეფონები იმდენად გავრცელდა მთელს მსოფლიოში, რომ ბავშვებსაც კი (10 წლიდან) მშობლებისგან გაკონტროლების მიზნით აპარატები აქვთ. ამას მოყვა საუბრის საშუალო ხანგრძლივობის ზრდა და ქსელების გადატვირთვა (საქმე იქამდე მივიდა, რომ განვითარებულ ქვეყნებში საქმიანი ადამიანები კავშირისთვის პეიჯერს ამჯობინებენ).

ფიჭურმა ტელეფონმა ძალზე შეცვალა მფლობელთა ფსიქოლოგია: ისინი აღარ ერიდებიან საზოგადოებრივ ტრანსპორტში, კონცერტზე, დაკრძალვაზე, ლექციასა თუ თათბირზე, ოფიციალურ სუფრაზე (მიღებაზე), მანქანის საჭესთან. განსაკუთრებით საშიშია ტელეფონით სარგებლობა ავტომანქანის მართვასთან ერთად. ეს აიკრძალა კიდევ ევროპის რამდენიმე ქვეყანაში. არა მარტო საჭესთან – მგზავრის მიერ ფიჭური ტელეფონის გამოყენებაც საშიშია: ავტომანქანის, ავტობუსის ლითონის დასურული სივრცე უარყოფით ზეგავლენას ახდენს ადამიანზე, პირველ რიგში ბავშვებზე და ფეხმძიმე ქალებზე. განვითარებულ ქვეყნებში (თურქეთშიც კი) ამას ყურადღებას აქცევენ და ამიტომ მობილურ აპარატს ავტომანქანის გარე ანტენას უერთებენ.

არ არის გამორიცხული, რომ საზოგადოება იძულებული გახდეს, მობილური ტელეფონების მფლობელებს ისევე მოექცეს, როგორც თამბაქოს

მწვეველებს: გამოყოს მათთვის ცალკე ვაგონები ტრანსპორტში, მაგიდები რესტორანში, გააკრას გამაფრთხილებელი ნიშნები და წარწერები, შემოიღოს წინასწარი განცხადებები (სპექტაკლი, ლექცია) და ა.შ.

დღეისათვის საქართველოში მობილური ტელეფონების მომხმარებელთა დიდი ნაწილი მისი უამრავი შესაძლებლობებიდან მხოლოდ ძირითადი ფუნქციით სარგებლობს ანუ იყენებს მას მხოლოდ ჩვეულებრივი სატელეფონო საუბრებისთვის, აგრეთვე თითო-ორილა დამატებითი ინფორმაციისათვის (მაგალითად, საათი). მათთვის უახლესი ტექნოლოგიები – Bluetooth, MMS, ფოტოტელეფონი, მობილური თამაშები სხვადასხვა მიზეზებით ხელმიუწვდომელია. ამიტომ უნდა ითქვას, რომ მობილურის (და საერთოდ ტელეფონის) სარგებლობის ჭეშმარიტი კულტურისაგან და სრულფასოვნად გამოყენებისაგან ჩვენ ჯერ კიდევ საკმაოდ შორს ვართ...

ომარ შუდრა

საქართველოს ეკონომიკის კრიზისის ანალიზის დროს ტრადიციული გახდა ბრალდებები საგადასახადო და საფინანსო ინსტიტუტების მიმართ. ხარვეზების გამოწვევა ამ მიმართულებით, სტრუქტურული და საკადრო ცვლილებები აუცილებელი, მაგრამ არასაკმარისი პირობაა ეკონომიკის გამოცოცხლებისთვის. დღესვე რომ შეიცვალოს საგადასახადო კოდექსი უფრო პროგრესულით (თუნდაც იდეალურით), მოკლე დროში შეიცვლება ვითარება მცირე და საშუალო ბიზნესის, სახელმწიფო დაწესებულებების მუშაობაში? რა თქმა უნდა, არა.

განვითარებული ქვეყნების გამოცდილება და მენეჯმენტის უახლესი კონცეფცია გვასწავლის, რომ, ვიდრე საზოგადოებაში არ გამახვილდება ყურადღება მართვის, მუშაობის კულტურის, „ორგანიზაციული კულტურის“ საკითხებზე (ყველა ღონეზე – განათლების სისტემით დაწესებული და მართვის ორგანოების მუშაობით დამთავრებული), ნებისმიერი სასარგებლო წაქოწყება, რეფორმა, დიდი საქმე – განწირულია.

ეკონომიკურ კრიზისის 90-იანი წლების საქართველოში და მომდევნო



რესურსს, როგორც დროა, ანგარიში სჭირდება.

მენეჯერის სამუშაო დროის დაზოგვის ყველაზე ეფექტური მექანიზმი სამუშაოს დელეგირებაა. დელეგირება

ერთდროულად დროის დეფიციტის, ინფორმაციული ბუმის პირობებში მიუღივართ არაფორმალური კომუნიკაციების როლის გაზრდისაკენ (ბიზნეს-კლუბები, ბიზნეს-ლანჩები, პრეზენტაციები და სხვ.)

მართული ეკონომიკის გამოუყენებელი რეზერვები, ანუ ვინცაველთ მუშაობის კულტურა

სამეურნეო-საწარმოო ობიექტების შექმნაში მისგან გამომდინარე სიმწვლეებს უფრო სერიოზულ მიდგომაზე მივყავართ ისეთი ცნებების მიმართ, როგორცაა მართვის (მუშაობის) კულტურა და დროის ეფექტიანი მართვა. შეიძლება ითქვას, რომ მუშაობის კულტურის ღონე, დროის ეკონომიის ღონე – ეს საზოგადოების განვითარების დონეა.

მუშაობის კულტურის ძირითად მიმართულებას დროის ეფექტიანი მართვა წარმოადგენს. გაბატონებული სტანდარტების ზეგავლენით ჩვენი ცხოვრების სტილი სულ უფრო დაძაბული ხდება. თუ ამერიკელების დევიზი „დრო – ფულია“ მათ საუკეთესო მხრიდან არ ანასიათებს, არც ქართული მენტალიტეტი¹ საუკეთესო თავისი უზრუნველობით დროის მართვის საკითხში, მაშინ როდესაც საბაზრო ეკონომიკაში ისეთ

გულისხმობს მმართველობითი პასუხისმგებლობის შენარჩუნებასთან ერთად ხელქვეითისადმი ფუნქციური პასუხისმგებლობის გადაცემას. საქართველოში, (ისევე როგორც მთელს საბჭოთა კავშირში) მართვის ტოტალიტარული რეჟიმის პირობებში ხელქვეითზე პასუხისმგებლობის დელეგირებას და კერძოდ, თანამშრომლის (მდივან-რეფერენტის) როლს სათანადო ყურადღება არ ექცეოდა. ამას ხელს უწყობდა ხელმძღვანელის პატრიარქალური გლეხური მეურნეობის მოდელით მუშაობის სტილი: საქმეში ჩარევა, დიქტატი და სხვ.

ამრიგად, სამუშაოს დელეგირება მართვის კულტურის ძირითად რეზერვად შეიძლება ჩაითვალოს. მაღალეფექტური მართვის სხვა საშუალებებიდან სტატიაში მოვიყვანთ მხოლოდ რამდენიმეს.²

სახელმწიფო დაწესებულებებში მიღებული სუბორდინაციული სტილი ვერ ამართლებს არასახელმწიფო სტრუქტურებში. ადმინისტრაციულ ამბიციებს მივყავართ თანამშრომლებისგან იზოლაციისკენ, რაც „აზლო ბრძოლაში“ წამუშაობიანია. ერთდროულად, თანამედროვე ინტელექტუალური ტექნოლოგიები და მსოფლიო ბაზარზე ადგილის მოპოვება, წარმოდგენილია ოფისში დემოკრატიული ატმოსფეროს, ინფორმაციის „ქვეყიდან ზევით“ თავისუფალი ნაკადის, მოქნილი სამუშაო გრაფიკის, ინდივიდუალური პატივისცემის, „ლია კარის“ პოლიტიკის გარეშე. ამ მხრივ ყოველმხრივ მისაბამია ცნობილი ფირმების – IBM და INTEL-ის გამოცდილება და მუშაობის სტილი.

რუბრიკით „მართვის კულტურა“ უურნალის მორიგ ნომერში გამოქვეყნდება სტატია „მდივან-რეფერენტ“

მარ შულრა

¹ თუნდაც იმიტომ, რომ საქართველოს არ გაუვლია კაპიტალისტური განვითარების ნამდვილი სკოლა, ჩვენი ადამიანები უფრო ემოციურნი არიან, ვიდრე რაციონალურნი.

² დანარჩენი საშუალებები, რომლებიც მოიცავს მენეჯმენტის და მარკეტინგის საკითხებს, დეტალურად რუბრიკის მორიგ სტატიებში იქნება განხილული.

ხელმძღვანელის სამუშაო დღის რეჟიმი

ო. შუღრა

თანამედროვე ცხოვრების დაძაბულმა რიტმმა, „ინფორმაციულმა ბუმმა“, სირთულეებმა საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში კოლექტივის ხელმძღვანელის წინაშე მწვავედ დააყენა შრომისა და დასვენების რეჟიმის რეგულირების საკითხი. ამასთან ერთად, ხელმძღვანელის შრომის ეფექტურობის შესწავლა იმდენად რთულია, რომ რამდენიმე მეცნიერული დარგის (როგორც სოციალური, ისე საბუნებისმეტყველო მეცნიერებათა) გამოყენებას მოითხოვს. მაგალითად, დალილობის პრობლემა ცდება ფიზიოლოგიური მეცნიერების ჩარჩოებს, ვინაიდან გარკვეულწილად ორგანიზმის რესურსებს განსაზღვრავს თუნდაც ისეთი ფაქტორი, როგორც კოლექტივის განწყობაა.

ხელმძღვანელის შრომას თავისი სპეციფიკა აქვს — ის, როგორც ყველა შემოქმედებითი პროცესი, არ ექვემდებარება დროის ზეგარე რეგლამენტაციას (მისი სამუშაო დრო არ არის ნორმირებული).

ცხადია, ამიტომაც ხელმძღვანელის მუშაობის და დასვენების რეჟიმის განსაზღვრას განსაკუთრებული მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოთ. ხელმძღვანელი, რომელიც ამ საკითხებს ზერელედ ეკიდება ან საერთოდ თავს არიდებს, რამდენიმე წლის დაძაბული მუშაობის შემდეგ „ფარ-ხმალს“ ყრის. ხშირია შემთხვევა, როცა, 45-50 წლის ასაკის შემდეგ, ჯანმრთელობის გაუარესების გამო ხელმძღვანელი იძულებულია ნაკლებად საპასუხისმგებლო თანამდებობაზე გადავიდეს.

საერთოდ, ადამიანი იღლება არა ბევრი მუშაობით, არამედ ცუდად ორგანიზებული შრომით.

საჭიროა ვიცოდეთ, თუ როგორ იცვლება ადამიანის შრომისუნარიანობა დღის განმავლობაში. ჩვეულებრივ, ყველაზე ნაყოფიერია სამუშაო დღის პირველი ნახევარი. სამუშაოსთან შეგუების პერიოდი 1 საათამდე გრძელდება, შემდეგ, დაახლოებით 2 საათი, შრომის ნაყოფიერება მაქსიმალურია, რის შემდეგაც თავს იჩენს დალილობა.

სწორად იქცევიან იმ დაწესებულებებში, სადაც შემოღებულია მკაცრი წესი: არამც თუ გარეშე პირს, ნებისმიერ თანამშრო-

მელს არა აქვს დილის საათებში ხელმძღვანელის სამუშაო ოთახში შესვლის უფლება, მით უმეტეს აკრძალულია სხვადასხვა თათბირები დილის საათებში.

შესვენება მინიმუმ 45 წუთს უნდა გრძელდებოდეს (სხვაგვარად არ ხდება შრომისუნარიანობის სრული აღდგენა). ახლო წარსულში პრობლემის გადაჭრას შესვენების დროის გაზრდაში ხელდავდნენ, შემდგომ პასიურ დასვენებას აქტიური დასვენება დაუპირისპირეს. თანამედროვე წარმოდგენებით კი, გადამწყვეტია მოკლე შესვენებებისათვის ოპტიმალური დროის შერჩევა: როგორც ფიზიოლოგები გვიჩვენებენ, ხელმძღვანელს, რომელსაც კაბინეტში, მაღალი ნერვიული დაძაბულობის პირობებში უწევს მუშაობა, დღის მანძილზე ნ-ჯერ მაინც სჭირდება 10 წუთიანი მოკლე შესვენება. ამის გარდა, აუცილებელია სამუშაოს ხასიათის მონაცვლეობა (მაგალითად, ობიექტზე წასვლა და სხვა).

შესვენების შემდეგ სამუშაოსთან შეგუების პერიოდი 30 წუთამდე გრძელდება, რის შემდეგ გვაქვს სტაბილური 1,5-საათიანი შრომისუნარიანობის პერიოდი. მაგრამ შესვენების შემდეგ შრომისუნარიანობა დღის პირველი ნახევრის დონეს მაინც ვერ აღწევს. აქ ძირითადი ამოცანა იმაში მდგომარეობს, რომ არ დავუშვათ დაღლილობის დაგროვება და მისი გადაზრდა გადაღლაში. ამისათვის კი საჭიროა ყურადღების გამახვილება ყოველდღიურ, ყოველკვირეულ და ყოველწლიურ რელაქსაციაზე (გადართვაზე).

ყოველდღიური რელაქსაცია. ხელმძღვანელის დაღლილობა ძირითადად, გონებრივი დაღლილობაა, რომელიც კუნთების, მეტადრე სახის კუნთების დაძაბულობას იწვევს. ამდენად დაღლილობის მოხსნის კარგი საშუალებაა თუნდაც მხოლოდ სახის კუნთების მოშვება თბილი წყლის საშუალებით. მხედველობის გადაღლის დროს კარგია თვალებზე ცივი წყლის შესხურება, სმენის ორგანოების გადაღლისას კი დაბალ ხმაზე დაყენებული მუსიკა (სამუშაო ოთახში, ავტომანქანაში, შინ). შესვენების პერიოდში სასარგებლოა რამდენიმე მარტივი ვარჯიშის შესრულება და სუფთა ჰაერზე გასვლა. დღის მეორე ნახევარში კარგ ეფექტს იძლევა დასვენების რეჟიმი, რომელიც ევროპის ზოგიერთ ქვეყანაში დამკვიდრდა: შესვენება 12-15 საათებში ოჯახურ პირობებში, ბავშვებთან კონტაქტში, შესაძლოა, მოკლე ძილიც, შემდეგ კი მუშაობა 19-20 საათამდე.

ყოველდღიურ რელაქსაციაში ღრმა ძილს რომ დიდი მნიშვნელობა აქვს, ჩვენ ამაზე არ შევჩერდებით, რადგან ამის შესახებ საკმარისი ლიტერატურა არსებობს. ძილი ღრმა უნდა იყოს. თორემ ხანგრძლივი ძილი, როგორც სპეციალისტები თვლიან, ასუს-

ტებს ორგანიზმს და მის მოყვარულთ უვითარდება მიდრეკილება კონფლიქტებისა და პესიმიზმისაკენ.

დაძაბული სამუშაო დღის, ცხოვრების სწრაფი რიტმის გამო, თანამედროვე ადამიანს ზოგჯერ „გაუცხოების“, „სულიერი იზოლაციის“ გრძნობა შეიძლება დაეუფლოს. ამიტომაც არის ასე გავრცელებული აშშ-ში „ტაჩ-თერაპიის“ (შეხებით მკურნალობის) კერძო კურსები, ბგერადახშულ, ჩაბნელებულ ოთახში იოგების სისტემით ვარჯიშები, ფსიქოანალიზის კურსები და ე. წ. „მედიტაციური სეანსები“. ეს უკანასკნელი შემოღებულია აშშ ზოგიერთ საწარმოში შესვენების საათებში. ესაა დაძაბული ცხოვრების რიტმიდან გამოთიშვის, რელაქსაციის, კუნთების მოდუნების და გონების ერთი მიმართულებით კონცენტრაციის პროგრამა, რომელიც უფრო ღრმა რელაქსაციის საშუალებას იძლევა, ვიდრე ძილი.

ჩვენს ქვეყანაში ჩამოთვლილი პრობლემები ასე მწვავედ არ დგას. მაგრამ გადაღლილი ხელმძღვანელისთვის ამ მეთოდების ცალკეული ელიმენტების გამოყენება ურიგოდ არ უნდა მივიჩნიოთ. ამიტომაც, ნაკლებად ეფექტური, მაგრამ უფრო „ხელმისაწვდომი“ საშუალებებიც შეიძლება გამოვიყენოთ.

სტრესების, დაძაბულობის მიზეზია ჰიპოდინამია (მოძრაობათა უკმარისობა). სპეციალისტები გვიჩვენებენ, რომ გამოსასვლელი დღე ბუნების წიაღში მხიარულად, „შფოთიანად“ გავატაროთ. გონებრივი მუშაობიდან „გადაართვის“ აპრობირებული საშუალებაა ბაღში მუშაობა, ყვავილების მოვლა, საქმიანი საუბრების აკრძალვა დასვენების დღეებში და სხვა.

შესანიშნავად ხსნის ნერვიულ დაძაბულობას ცხელი აბანო (რუსული, ფინური, იაპონური და სხვ).

მიუხედავად ყოველკვირეული რელაქსაციისა, ნახევარი წლის მანძილზე გროვდება დაღლილობა და წელიწადში ორჯერ მაინც 12-15 დღიანი დასვენებაა საჭირო. ეს თუნდაც იმიტომ, რომ, როგორც შეისწავლეს, ქალაქებიდან დასასვენებელ სახლებში ჩასული დამსვენებლების 80 პროცენტს ძილი აქვს დარღვეული. შვებულების დღეებს ადამიანი ინდივიდუალური გემოვნების მიხედვით ატარებს, ამიტომაც აქ კონკრეტულ რეკომენდაციებს მოვერიდებით. ერთი რამ კი ცხადია, შვებულების დროს მაქსიმალურად უნდა ვიმოძრაოთ.

ადამიანმა უკვე ბავშვობიდანვე უნდა შეისწავლოს საკუთარი თავი, გაუწიოს კონტროლი თავის განწყობილებას, ეს ჩვენი პროფესიის ცოდნაზე ნაკლებ მნიშვნელოვანი როდია.