

INGLIZ VA O‘ZBEK BIZNES MUZOKARALARIDA TIJORIY SHARTLARNING LISONIY-SEMANTIK IFODASI

Ugilkhon Kakilova

Andijon davlat chet tillari instituti Mustaqil tadqiqotchi,

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.22628822>

Annotatsiya. Mazkur tezisdagi ingliz va o‘zbek biznes muzokaralarida tijoriy shartlarning lisoniy-semantik ifodalanishi qiyosiy jihatdan tahlil qilinadi. Asosiy e’tibor narx, miqdor, mahsulot xususiyati, to‘lov, yetkazib berish va sifat kabi tijoriy parametrlarning muayyan kommunikativ vaziyatda qanday konkret mazmun kasb etishiga qaratiladi. Ingliz tilidagi og‘zaki muzokara hamda o‘zbek tilidagi yozma shartnomaviy material tahlili tijoriy shartlarning konkretlashtirilishi ularning kommunikativ shakli va muzokaradagi vazifasi bilan uzviy bog‘liqligini ko‘rsatadi. Shu sababli qiyoslashda lisoniy xususiyatlar bilan bir qatorda tahlil qilinayotgan materialning kommunikativ shaklini ham hisobga olish zarurligi asoslanadi.

Kalit so‘zlar: biznes diskursi, biznes muzokarasi, tijoriy shart, narx, miqdor, yetkazib berish, semantik mazmun, ingliz va o‘zbek tillari.

Kirish. Biznes muzokarasining mazmuniy asosini tomonlar o‘zaro kelishishi lozim bo‘lgan tijoriy shartlar tashkil etadi. Narx, miqdor, mahsulot xususiyati, to‘lov tartibi, yetkazib berish muddati yoki sifat kabi parametrlar biznes muloqotida faqat nomlanib qolmaydi. Ular muayyan qiymat, muddat, miqdor yoki talab bilan aniqlashtiriladi, boshqa tijoriy shartlar bilan bog‘lanadi va zarur vaziyatlarda qayta ko‘rib chiqilishi mumkin. Shu sababli biznes muzokarasining semantik tahlilida tijoriy shartning mavjudligini aniqlash bilan cheklanmay, uning muayyan kommunikativ vaziyatda qanday mazmun kasb etishini ham o‘rganish zarur.

Biznes muzokaralariga bag‘ishlangan tadqiqotlarda narx, yetkazib berish hajmi, to‘lov, muddat, sifat, kafolat va mahsulot xususiyatlari muzokara predmetini tashkil etuvchi muhim masalalar sifatida ko‘rsatiladi. Malyuga (2009) biznes muzokaralarini madaniyatlararo biznes kommunikatsiyasi doirasida o‘rganib, uning mazmunini ifodalashda professional leksika va boshqa diskursiv vositalarning ishtirokini ko‘rsatadi. Stan (2011) esa biznes muzokaralarida miqdor, narx, chegirma, yetkazib berish va to‘lov kabi tijoriy mazmunlarning o‘zaro bog‘lanishiga e’tibor qaratadi.

Mazkur tezisning maqsadi ingliz va o‘zbek biznes muzokaralari materiallarida tijoriy shartlarning lisoniy-semantik ifodalanishi, konkretlashtirilishi hamda o‘zaro mazmuniy munosabatga kirishishini aniqlashdan iborat.

Muhokama. Tijoriy shart bilan uning muayyan vaziyatdagi konkret mazmunini farqlash tahlil uchun muhimdir. Masalan, narx muzokara predmetini tashkil etuvchi umumiy tijoriy parametrdir. Muayyan pul miqdorining ko‘rsatilishi esa ushbu parametрни konkretlashtiradi. Xuddi shuningdek, miqdor umumiy parametr bo‘lsa, sakkiz quti (eight boxes) uning muayyan vaziyatdagi aniq ifodasidir. Demak, tijoriy parametr diskursga kiritilgach, muayyan qiymat bilan bog‘lanib, tomonlar muhokama qilishi mumkin bo‘lgan konkret mazmunga ega bo‘ladi.

Ingliz tilidagi autentic og‘zaki savdo muzokarasi bu jarayonni yaqqol ko‘rsatadi. Xaridor mahsulot narxini aniqlashtiradi. Sotuvchi bildirgan dastlabki narx xaridor uchun maqbul bo‘lmagach, boshqa o‘lchamdagi mahsulot va unga mos yangi narx taklif etiladi. Yangi variantga munosabat bildirilgach, xaridor buyurtma miqdorini sakkiz quti sifatida belgilaydi. Bu holatda mahsulot xususiyati, narx va miqdor bir-biridan ajralgan mazmunlar sifatida emas, balki o‘zaro bog‘liq holda shakllanadi: bir tijoriy parametrning o‘zgarishi boshqasining aniqlashtirilishiga zamin yaratadi.

Bu misol tijoriy shartning muzokaradagi mazmuni doim bir xil holatda qolmasligini ham ko‘rsatadi. Masalan, narx dastlab sotuvchi tomonidan bildirilgan qiymat sifatida namoyon bo‘ladi. Xaridorning munosabatidan keyin esa boshqa mahsulot xususiyati bilan bog‘liq yangi qiymat muhokamaga kiradi. Shunday qilib, narx umumiy tijoriy parametr sifatida saqlanadi, biroq unga tegishli konkret mazmun muzokara jarayonida o‘zgarishi mumkin.

Tijoriy shartlarning yana bir xususiyati ularning o‘zaro bog‘liqligidir. Amaliy biznes muzokarasida narx miqdor bilan, chegirma buyurtma hajmi bilan, to‘lov tartibi yetkazib berish sharti bilan yoki transport xarajatlari mahsulotning umumiy qiymati bilan bog‘lanishi mumkin. Stan (2011) ham biznes

muzokaralaridagi shart konstruksiyalarini tahlil qilish jarayonida narx, miqdor, chegirma, yetkazib berish va to'lovga oid mazmunlarning o'zaro aloqador holda namoyon bo'lishini ko'rsatadi.

Korxonalar o'rtasidagi biznes muzokaralari (B2B — Business-to-Business) bo'yicha tadqiqotlarda ham xaridor va sotuvchi faqat narxni emas, balki yetkazib berish, transport xarajatlari va boshqa tijoriy parametrlarni o'zaro bog'liq holda muhokama qilishi qayd etilgan. Bunday holatda bir parametrga kiritilgan o'zgarish boshqa shartning maqbulligiga ham ta'sir qilishi mumkin. Demak, tijoriy shartlar biznes muzokarasida alohida mazmuniy birliklarning oddiy yig'indisi emas, balki o'zaro munosabatga kirishuvchi tijoriy parametrlar sifatida namoyon bo'ladi.

Tahlilga jalb qilingan o'zbek tilidagi yozma shartnomaviy materialda esa tijoriy shartlarning boshqa shakldagi konkretlashuvi kuzatiladi. Unda mahsulot turi, miqdori, narxi, sifati, qadoqlanishi va yetkazib berilishiga oid shartlar tegishli bandlar orqali aniq qayd etiladi. Demak, ingliz tilidagi og'zaki materialda ayrim tijoriy mazmunlar tomonlarning o'zaro nutqiy harakatlari davomida shakllanayotgan bo'lsa, o'zbek tilidagi mazkur materialda ular yozma va rasmiylashtirilgan ko'rinishda namoyon bo'ladi.

Shu bilan birga, o'zbek tilidagi shartnomaviy materialda mahsulot xususiyati, miqdori va narxiga oid ayrim o'zgarishlarni tomonlarning qo'shimcha kelishuvi asosida amalga oshirish imkoniyati ham nazarda tutiladi. Bu esa tijoriy shartning yozma ravishda konkretlashtirilishi uning mutlaq o'zgarmasligini anglatmasligini ko'rsatadi. Muayyan vaziyat yoki iqtisodiy omil o'zgarganda oldindan belgilangan parametr yana tomonlarning kelishuviga bog'liq masalaga aylanishi mumkin.

Bu o'rinda ingliz va o'zbek materiallari o'rtasidagi farqni talqin qilishda ehtiyotkorlik zarur. Tahlil qilingan ingliz tilidagi namuna og'zaki savdo muzokarasi, o'zbek tilidagi namuna esa yozma shartnomaviy material hisoblanadi. Shuning uchun birinchisida tijoriy mazmunning o'zaro nutqiy harakatlar orqali bosqichma-bosqich aniqlashib borishi, ikkinchisida esa uning rasmiy bandlar orqali qayd etilishini bevosita ingliz va o'zbek tillarining o'ziga xos farqi sifatida baholab bo'lmaydi. Ushbu tafovutga tahlil qilinayotgan materiallarning kommunikativ shakli ham ta'sir ko'rsatadi.

Shunga qaramay, ikki materialni funksional-semantik jihatdan qiyoslash imkoniyati mavjud. Har ikki holatda ham narx, miqdor, mahsulot xususiyati, sifat va yetkazib berish kabi umumiy tijoriy parametrlarning muayyan qiymat yoki talab bilan bog'lanishi kuzatiladi. Farq ularning aynan bir xil shaklda ifodalanishida emas, balki muayyan kommunikativ muhitda qanday konkret mazmun kasb etishidadir. Shu jihatdan tijoriy shartlarni qiyoslashda ularning nomlanishidan tashqari, qanday aniqlashtirilishi, boshqa parametrlar bilan qanday bog'lanishi va qaysi kommunikativ shaklda namoyon bo'lishi ham hisobga olinishi lozim.

Xulosa. Tahlil ingliz va o'zbek biznes muzokaralari materiallarida narx, miqdor, mahsulot xususiyati, to'lov, yetkazib berish va sifat kabi tijoriy shartlar muzokara mazmunining muhim tarkibiy qismlari ekanini ko'rsatadi. Ushbu parametrlar muayyan qiymat va talablar bilan konkretlashtirilib, boshqa tijoriy shartlar bilan mazmuniy munosabatga kirishadi. Ingliz tilidagi og'zaki va o'zbek tilidagi yozma material o'rtasidagi ayrim tafovutlarni bevosita tillar farqi sifatida emas, tahlil qilinayotgan kommunikativ shaklni ham hisobga olgan holda baholash zarur. Shu sababli qiyosiy tahlilda tijoriy shartning nima bilan ifodalangani, qanday konkretlashtirilgani va boshqa shartlar bilan qanday mazmuniy bog'lanish hosil qilgani asosiy mezonlardan biri bo'lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

Malyuga, E. N. (2009). К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика, № 3, 52–60.

Stan, S. (2011). The Role of the Conditional Structures in Business Negotiations. Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, XI(2), 1195–1197.

Kushnina, L. V., & Georgieva, N. Yu. (2013). Об исследовательских парадигмах перевода деловых переговоров. Фундаментальные исследования, № 11(9), 1961–1967.