بېيىشقا يېتەكلەش مەجمۇئەسى

ئابلەت جۇمە تۇپراق

سودا پۇرسىتىنى قەدىرلەڭ



شىنجاڭ يېن ياشلار نەشرىياتى

بېيىشقا يېتەكلەش مەجمۇئەسى

ئابلەت جۇمە تۇپراق

سودا پۇرسىتىنى قەدىرلەك



شىنجاڭ يېشىلتېخنىكا نەشرىياتى

图书在版编目(CIP)数据

经营机遇不可失：维吾尔文/阿不来提·居吗编著，
—乌鲁木齐：新疆科学技术出版社，2012.4
(致富丛书)
ISBN 978-7-5466-1210-2

Ⅰ.①经… Ⅱ.①阿… Ⅲ.①商业企业—连锁经营—
维吾尔语(中国少数民族语言) Ⅳ.① F717.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第075108号

پىلانلىغۇچى: ئىبراھىم سەمەن
تەشكىللىگۈچى: ئابدۇشۈكۈر ئىمىن، ئەبۇل ھەسەنخان
مەسئۇل مۇھەررىرى: تۇرسۇن يۈسۈپ
مەسئۇل كوررېكتورى: نورىمان قادىر
مۇقاۋىسىنى لايىھەلىگۈچى: خەمىدە سەئىدئالىم

بېيىشقا يېتەكلەش مەجمۇئەسى
سودا پۈرسىتىنى قەدىرلەڭ
*　　*　　*
شىنجاڭ پەن - تېخنىكا نەشرىياتى نەشر قىلىپ تارقاتتى
(ئۈرۈمچى شەھىرى يەنئەن يولى №255　پوچتا نومۇرى: 830049)
شىنجاڭ شىنخۇا كىتابخانىسىدا سېتىلىدۇ
ئۈرۈمچى لۇڭىيدا باسما چەكلىك شىركىتىدە بېسىلدى
فورماتى: 880mm×1230mm　1/32　باسما تاۋىقى: 4.125
2012 - يىل 5 - ئاي 1 - نەشرى
2012 - يىل 5 - ئاي 1 - بېسىلىشى
ISBN 978-7-5466-1210-2
باھاسى: 13.00 يۈەن



ئابلەت جۇمە تۆپراق 1963 - يىلى 4 - ئايدا يوپۇغا ناھىيەسى تېرىم يېزىسىنىڭ كۆتەگلىك كەنتىدە تۇغۇلغان، مارالبېشى ناھىيەسىنىڭ سېرىقبۇيا بازىرىدا چوڭ بولغان. ئۇ ‹‹ قەشقەر گېزىتى›› ۋە ‹‹قەشقەر›› ژۇرنىلىدا مۇخبىر، مۇھەررىر بولۇپ ئىشلىگەن. ھازىرغىچە 5000 پارچىدىن ئارتۇق خەۋەر - ماقالە، ئەدەبىي ئاخبارات، ئەدەبىي خاتىرە، شېئىر يېزىپ ئېلان قىلدۇرغان؛ ‹‹جاسارەتلىك بول ئوغلۇم›› قاتارلىق 17پارچە كىتابى ھەرقايسى نەشرىياتلاردا نەشر قىلىنغان. 30 پارچىدىن ئارتۇق ماقالە - ئەسىرى مەملىكەت، ئاپتونوم رايون تەرىپىدىن 1 -، 2 -، 3 - دەرىجىلىك مۇكاپاتلارغا ئېرىشكەن. ئۇ ھازىر جۇڭگو يازغۇچىلار جەمئىيىتى شىنجاڭ شۆبىسى ۋە قەشقەر ۋىلايەتلىك يازغۇچىلار جەمئىيىتىنىڭ ئەزاسى.

كىرىش سۆز

هاياتنى قەدىرلەش، ئۇنىڭ بىتەكرار پۇرسەتلىرىنى چىڭ تۇتۇش، ئەڭ زور تىرىشچانلىق بىلەن ئۇنى بېيىتىپ، ئۇنتۇلماس خاتىرىلەرنى قالدۇرۇش ھەممە كىشىنىڭ ئورتاق ئارزۇسى. ئەمما، بۇ ئارزۇنىڭ ھۇزۇرىنى سۈرۈش ھەممىلا كىشىگە نېسىپ بولۇۋەرمەيدۇ. ھەربىر كىشىدە كۆرۈنمەس بىر تىلتۇمار بار بولۇپ، ئۇنىڭ بىر تەرىپىگە «ئاكتىپ روھىي ھالەت» دەپ يېزىلغان. بۇ بايلىق، مۇۋەپپەقىيەت، خۇشاللىق ۋە ساغلاملىقنى جەلپ قىلىدۇ، شۇنداقلا كىشىلەرنى يۇقىرى پەللىگە ئېلىپ چىقىدۇ ۋە شۇ يەردە مەزمۇت تۇرغۇزىدۇ؛ تىلتۇمارنىڭ يەنە بىر تەرىپىگە «پاسسىپ روھىي ھالەت» دەپ يېزىلغان بولۇپ، بارلىق گۈزەل شەيئىلەرنى رەت قىلىدۇ، شۇنداقلا كىشىلەرنى تۇرمۇشنى ئەھمىيەتسىز ئۆتكۈزۈشكە مەجبۇر قىلىدۇ، ھەتتا يۇقىرى پەللىدە تۇرغان كىشىلەرنى چوڭقۇر ھاڭغا چۈشۈرۈۋېتىدۇ.

كىشىلىك ھايات پۇرسەت ۋە خىرىسقا تولغان بولىدۇ. ھازىرقى زامانىدىكى ئىقتىساد ۋە پەن - تېخنىكىنىڭ ئۈچقانىدەك تەرەققىي قىلىشى، رىقابەتنىڭ كەسكىنلىشىشى بىزدىن ئەنئەنىۋى ئىقتىساد ئېڭىمىزنى، قىممەت قارىشىمىزنى ئۆزگەرتىشىمىزنى، زامانغا لايىق بىلىم - ساپانى ھازىرلىشىمىزنى، ئۈچرىغان خىرىس، قىيىنچىلىقلارنى يېڭەلەيدىغان پەم - پاراسەت، جاسارەت بولۇشنى تەلەپ قىلىدۇ.

كىشىلىك ھاياتتىكى پۇرسەت ھەممىلا يەردە تولۇپ تۇرىدۇ. بۇ «پۇرسەت» لەر ھەممىلا ئادەمگە بېيىش ھوقۇقىنى بەرگەن.

بىراق، ئۇ تەييارغا ھەييار بولمىغانلارنىڭ بېيىشىغا كاپالەتلىك قىلمايدۇ. پەقەت تىرىشقان، ئىزدەنگەنلەرگە مەنسۇپ بولىدۇ.

ئىقتىساد ئىجتىمائىي تۈرمۇشنىڭ ھەرقايسى ساھەلىرىگە بىۋاسىتە ۋە كۈچلۈك تەسىر كۆرسىتىۋاتقان بۈگۈنكى كۈندە، بېيىش ئىستىكىدە بولغان ئوقۇرمەنلىرىمىزنىڭ ھۆزۈرىغا «بېيىشقا يېتەكلەش مەجمۇئەسى» نى سۇندۇق. مەجمۇئە تۈرلۈك تىجارەت يوللىرىنى، ئىستېمال يۆنىلىشىنى، مەبلەغ سېلىش ئۇسۇللىرىنى، پۇل تېپىشنىڭ توغرا يوللىرىنى كۆرسىتىپ بەرگەن بولۇپ، ئۇ بەلگىلىك پايدىلىنىش قىممىتىگە ئىگە، بۇ كىتابنىڭ ئىگىلىك تىكلەش، بېيىش، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئىستەكلىرىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشتا سىزگە ياخشى بىر يېتەكچى ۋە ياشلامچى بولۇشنى ئۈمىد قىلىمىز.

شىنجاڭ پەن ـ تېخنىكا نەشرىياتى

مۇندەرىجە

مۇقەددىمە 1
ئەسلىدىكى «پامىر» مارکىلىق مىنېرال سۇنى سېتىپ چىقىرىشتىكى تۈنجى ھاسىلات 4
سېتىپ چىقىرىشتىكى خەتەر ۋە زىيان 25
ۋاقىتلىق نېسى سېتىپ، بازار يېتىلدۇرۇش كېرەك 32
كۆپ قاتلاملىق مەھسۇلات سېتىش بازىرىنى پائال يېتىلدۇرۇپ، مارکىنىڭ بازارنى قاپلاش ئىقتىدارىنى ئاشۇرۇش كېرەك 39
خىرىس قىلغۇچىلاردىكى پەرق نەدە؟ 52
رىقابەتچىمىز بىزگە نېمىلەرنى ئۆگەتتى 61
تەرەققىيات كىمگە مەنسۇپ 68
دىرېكتورلارنى بازار ئېچىشقا يۈزلەندۇرۇش كېرەك 73
قاتمالىق، دورامچىلىقتىن قۇتۇلۇپ، تەتقىقاتنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش ئارقىلىق سۇپەتلىك مەھسۇلات يارىتىش كېرەك 81
ھېسسىي سودىنىڭ مەغلۇبىيىتى 86
تىجارەتتىكى ئۇتۇقسىز چېكىنىش 93
تىجارەت ئېڭى ۋە يېتەكچى ئىدىيە 100
خاتىمە 125

مۇقەددىمە

«پامىر» مارکسلىق مەنبەرال سۇ قەشقەر، پۇتکۇل ئاپتونوم رايونىمىز ۋە دۆلەت ئىچىدىلا ئەمەس، نۆۋەتتە پۇتۇن ئاسىيا، ياۋروپادىكى نۇرغۇن دۆلەت ۋە رايونلاردىمۇ داڭقى بار مەھسۇلات بولۇپ قالدى. بۇ ئۇنىڭدىكى سېھرىي كۈچنىڭ ئېچىلىشى بىلەن مۇناسىۋەتلىك بولۇپلا قالماستىن، بەلكى ئۇنىڭ ھەقىقىي قىممىتىنىڭ كىشىلەر قەلبىگە، جىسمىغا سىڭىشى، ياخشى سۇپەتلىك تەسىر كۆرسىتىشى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك. ھالبۇكى، بىز ئۆتكەن بىر مەزگىل ئىچىدە بۇ زەمزەم سۇيىمىزنىڭ ئۆز تۇپرىقىمىز، ئۆز رايونىمىزدىكى داڭقى ۋە قەدىر - قىممىتىنى ياخشى تەشۋىق قىلالماي قالدۇق.

ئەلۋەتتە، بۇ كۆپ تەرەپلىمە ئامىللارغا باغلىق بولسىمۇ، تەستە كەلگەن پۇرسەتكە ئېرىشكەن بىر تۈركۈم ھەۋەس قىلغۇچىلار خىيالغا، ھېسسىياتقا بېرىلىپ ئىش قىلىپ قالغانلىق سەۋەبىدىن ئۇنىڭ نۇرغۇن ئۆزگىچىلىكى نابۇت بولۇپ كەتتى. مانا بۇ ئۇنىڭ قەدىرلەشتىن، ئەتىۋارلاشتىن مەھرۇم بولۇشىدىكى بىر سەۋەب. بولۇپمۇ 2000 - يىللاردىكى بۇ سۇنى ساتقۇچىلاردا يۇز بەرگەن ھەددىدىن زىيادە ھېسسىياتقا بېرىلىپ كېتىش خاھىشى تالاش - تارتىشنى كۆپەيتىپ، خىرس پەيدا قىلىپ، مەغلۇبىيەتنى ئۆزىنىڭ ئاخىرقى نەتىجىسى قىلدى. بۇنى تولۇق بايان قىلىدىغان بولساق، شۇ يىللاردا بۇ سۇنىڭ سېتىش ھوقۇقىنى قولغا ئالغانلار بىر قىسىم كىشىلەردىكى بىر تەرەپلىمە قاراش، خاتا پىكىر قىلىش قاتارلىقلار خاتا پىلان

تۇرۇشنى كەلتۇرۇپ چىقاردى. شۇنىڭ بىلەن سودا - سېتىق ئەخلاقى ۋە پاراسىتى بار كىشىلەرگە مەنسۇپ بولىدىغان بۇ مەسىلە شۇ قەدەر ئېسىل، شۇ قەدەر شاپائەتلىك ۋە مەڭگۈلۈك بايلىق ھاسىل قىلىپ تۇرىدىغان مەۋجۇدلۇقتىن، قەدىرلەشتىن، ئەتىۋارلاشتىن، پەرۋىش قىلىشتىن، تەرەققىي قىلدۇرۇشتىن مەھرۇم قالدى. ئۇنىڭ تەرەققىيات جەريانىدا يېڭىلىنىش پۇرسەتلىرىنى بەربات قىلىۋەتتى. مىنېرال سۇ تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىش جەريانىدا پەيدا بولغان دىتسىزلىق ئايرىم سەرگۈزەشتىلەرگە يوچۇق ئېچىپ، نۇرغۇن كىشىلەرنى ئارمانلار قوينىغا غەرق قىلىۋەتتى. لېكىن ئۇلار بېسىپ ئۆتكەن مۇساپە بىزگە ئاز بولمىغان ئاچچىق ساۋاق، تەجرىبە توپلاپ بەردى. ئۇلار بېسىپ ئۆتكەن يولىنى بۇنىڭدىن كېيىن يەنە نۇرغۇن تىجارەتچىلىرىمىز، كارخانىچىلىرىمىز باشتىن كەچۈرۈشى مۇمكىن.

ھەر بىر ئادەمنىڭ ئېسىدە بولسۇنكى، كىم نېمىنىڭ قەدرىگە يەتسە، كۇچلۇك ئەقىدە قىلسا ۋە ئۇنى ۋايىغا يەتكۈزۈشنىڭ يولىنى ئاچالىسا، ئېنىقكى، ئۇ شۇنىڭ ۋەسلىگە يېتەلەيدۇ. بۇگۈنكى كۈندە ئەسلىدىكى «پامىر» مارکىلىق مىنېرال سۇنى ئاشۇ يىللاردىكىدەك يۇگۇرۇپ بېرىپلا تاپالمايمىز. نۆۋەتتە ئۇ ئالاھىدە لايىھەلەنگەن مەھسۇلات قىلىپ ئىشلەپچىقىرىلىپ ئاپتوموبىل بىلەن نەچچە مىڭ كىلومېتىر يىراق جايدىكى بېيجىڭگە توشۇلۇپ، دۆلەت رەھبەرلىرىنىڭ، شۇنداقلا تەرەققىي قىلغان دۆلەتلەردىكى ئەربابلارنىڭ ئىستېمال قىلىدىغان مەھسۇلاتى سۈپىتىدە ئىشلىتىلىۋاتىدۇ. مانا بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مارکىلىق مىنېرال سۇنىڭ خاسىيىتى ۋە بۈيۈك قىممىتى! دېمەك، بۇنىڭغا ئۆتكەن ئىشلار بىلەن بۇگۈنكى ئىشلار ناھايىتى ياخشى سېلىشتۇرما. بۇ كىتابتا مۇشۇ بىر مەسىلاتنىڭ ئومۇمىي ئەھۋالى بايان قىلىنىپ،

كارخانىچىلىرىمىز، پۈتكۈل جەمئىيەتكە رىقابەت ئىچىدە تەرەققىي قىلىش، يول تېپىش، مەسئۇلاتنى قەدىرلەش، ئەقىدە بىلەن ئەقىل - پاراسەتنى تەڭ جارى قىلدۇرۇش، مەسئۇلات سېتىشتا قاناداق مۇلازىمەت قىلىش ھەققىدىكى ئۇنۇملۇك، راۋان يولنى تونۇشتۇرۇپ، ئالتۇن ئاچقۇچقا ئېرىشىش پۇرسىتى يارىتىپ بېرىدۇ.

ئەسلىدىكى «پامىر» مارکىلىق مىنېرال سۇنى سېتىپ چىقىرىشتىكى تۇنجى ھاسىلات

سۇغا كىرمەي تۇرۇپ، چوڭقۇرلۇقىنى بىلگىلى بولمايدۇ. بازارغا كىرمەي تۇرۇپ ئۆز مەھسۇلاتىنىڭ قانداقلىقىنى، قانداق تىجارەت قىلىشنى بىلگىلى بولمايدۇ. چۈنكى ھازىرقى دەۋردە بۇگۈنكى بازار بىلەن ئەتىكى بازار، ئەتىكى بازار بىلەن كېيىنكى بازار ماھىيەتتىن ئوخشاش بولسىمۇ، ئىجتىمائىي قۇرۇلما، ئىستېمال تەرتىپى جەھەتتىن ئوخشاش بولمايدۇ.

ئەسلىدىكى «پامىر» مارکىلىق مىنېرال سۇنى بازارغا سالغان دەسلەپكى بىر ئايدىن كۆپرەك ۋاقىتتا، بىز نۇرغۇن مەسىلە ۋە قىيىنچىلىقلارغا ئۇچرىدۇق. شۇنداقلا ئاز - تولا ئۇقۇمغا ئىگە بولدۇق. شۇنى كەسكىن ئېيتىشقا بولىدۇكى، بىزنىڭ 1999 - يىلىنىڭ ئاخىرىدىن باشلاپ، بازار سىرتىدىن ئېلىپ بارغان تەكشۈرۈشلىرىمىز ھەم ئۇمىدلىك، ھەم خىرىسلىق، ھەم خەتەرلىك، ھەم خۇشلۇق بىلەن تولغانىدى.

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى بازارغا سېلىنغان ھامان بازارلىق بولىدۇ، دېگەن قاراش تاشقى جەھەتتىكى بىر خىل يۈزەكى پەرەز بولۇپ، ھەقىقىي ماھىيەت ئەمەس ئىدى. بۇ بىزنىڭ سەۋەنلىكىمىزدىن بولغان ئىش بولسىمۇ، ئاخىرقى ھېسابتا بىزدىن باشقا ھەر قانداق بىر ئادەمنۇ «پامىر»نىڭ بازاردىكى بىنورماللىقىدىن خالىي بولالمايتتى. مۇشۇ ئىشقا باغلىنىشلىق بولغان ھەر بىر كىشىدە دەسلەپ ئاشۇنداق چۈشەنچە ۋە ئۈمىد پەيدا بولغانىدى. ئاشۇ خىل ھېسسىياتتىكى باشقا بىرسىمۇ

رەسمىي رەۋىشتە بۇ سودىغا كىرىشىپ قالغان بولسىمۇ، ئاشۇ تۈيغۇنىڭ ھەقىقەتەن قىزىقىشتىن كېيىپ چىققان قاراش ئىكەنلىكىنى ھېس قىلىپ چۆچۈمەي قالمايتتى.

1. بازار بىزگە نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگەتتى ۋە ئۆزىنى بىزگە تونۇتتى

ئاساسىي گەپكە كەلسەك، ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مىنېرال سۇ ھەقىقەتەن داڭلىق، سۈپەتلىك، تەبىئىي، شىپاھلىق سۇ ئىدى. بىراق ئۇ بىز بازارغا سېلىشتىن ئىككى يىل ئىلگىرىلا ئىستېمال ساھەسىدىن چۈشۈپ قېلىشقا باشلىغانىدى.

بۇنىڭدىكى ئاساسىي سەۋەب شۇكى، ××سىستېمىسى ئىشلەپچىقىرىپ ساتقان ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» ماركىلىق سۇ ھەممىلا يەردە يامراپ، ئۇ كىشىلەرنىڭ نەزىرىدە ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مىنېرال سۇ شۇ دېگەن تۈيغۇ بىلەن ئومۇملاشقان. كىشىلەر ئەسلىدىكى «پامىر» نى يېڭىلاپ ئىشلەپتۇ دېگەن تۈيغۇغا كېلىپ قالغانىدى. چۈنكى ئۇلار «پامىر» ماركىسىنى ناھايىتى ئۇستىلىق بىلەن قوللىنىپ، ماركا، قۇتىلارنى ناھايىتى سېپىتىلىق بىلەن ئوخشاش قىلىپ ياسىغان: ئىككى خىل «پامىر» نىڭ قاچىلاش جەھەتتىكى تېخنىكىسى ۋە ئوراش قاچىلىنىشى ئوخشاش بولۇپ، ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ ئىناۋىتىنى ئۇستىلىق بىلەن ئەينەك قىلغان: ئىككى «پامىر» نىڭ سۈيى چىقىدىغان بۇلاق كۆزىنىڭ بىر - بىرى بىلەن بولغان ئارىلىقى 200 مېتىر بولۇپ، يەرلىك ھۆكۈمەت ھەر ئىككىسىنى ئىشلەش، سېتىشقا ۋە ماركىدىن ئورتاق پايدىلىنىشقا رۇخسەت قىلغان: شۇنىڭ بىلەن ھەتتا، بىرقانچە يىل ئەسلىدىكى پامىرنى، يەنى ھەقىقىي «پامىر» نى ساتقان تىجارەتچىلەر بولسۇن، يېڭىدىن

سېتىشقا كىرىشكەن ساتقۇچىلار بولسۇن ئۇنى دەمال قوبۇل قىلالمىغانىدى. بۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب: ئەسلىدىكى «پامىر» سۈيىنىڭ بىرقانچە يىلدىن بۇيانقى باھاسى زىيادە يۇقىرى بولغانلىقتىن، كىشىلەرنىڭ بولۇپمۇ ئادەتتىكى ئىستېمالچىلارنىڭ ئىستېمال سەۋىيەسى، كۆتۈرۈش ئىقتىدارىغا بېسىم پەيدا قىلىپ، سېتىۋېلىش كۈچىگە تەسىر يەتكۈزۈپ، تىنىپ قېلىشنى كەلتۈرۈپ چىقارغان. شۇنىڭ بىلەن نۇرغۇن ئادەم ئىستېمال قىلىش دائىرىسى ئىچىگە كىرەلمىگەن. ھازىرقى بازار ۋە مەھسۇلات ئالاھىدىلىكى، بولۇپمۇ بۇ ئىچىملىكنىڭ كەڭ ئىستېمالغا يۈزلىنىشى، ئومۇملىشىشى ئاساسەن تۆۋەن باھا، ئەلا سۈپەت، ئەلا مۇلازىمەت بىلەن بارلىققا كېلىدىغانلىقى ئىسپاتلاندى. «پامىر» مىنېرال سۈيىمىز بىرنەچچە يىل داۋاملىدا مانا مۇشۇنداق دائىرىدىن بىراقلا يىراقلاپ كەتكەنلىكتىن بېسىلىپ قالغان. ئەڭ مۇھىمى ئۇ باھا جەھەتتە مۇناسىپ بىرلىككە ئىگە بولالمىغانلىقتىن، بارا - بارا كىشىلەرنىڭ نەزىرىدىن چۈشۈپ قالغان. بۇ خىل ئەھۋال ئىككىنچى بىر خىل پامىر سۈيىنىڭ بازار تېپىشىغا، كەڭ ئومۇملىشىشىغا پۈرسەت، ئىمكانىيەت يارىتىپ بەرگەن. كىشىلەر مۇنداق قارىغان: باھاسى يۇقىرى ياكى بىر قەدەر تۆۋەن بولسىمۇ، ئۇ بەربىر «پامىر» غۇ؟ بۇ خىل چۈشەنچە ئەسلىدىكى پامىرنى يېڭى نۇسخىدىكى «پامىر» دەپ قارىغان. بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنىڭ بازىرىنى يوققا چىقارغان. بىز بۇ خىل ئەھۋالغا قارىتا نۆۋەتتە بازاردا كەڭ ئومۇملاشقان «ۋاخا» ماركىلىق تازىلانغان سۇنىڭ باھا ۋە بازارنى يېتەكلەش جەھەتتىكى ئارتۇقچىلىقىدىن پايدىلىنىپ، دەسلەپتە باھا ئۆلچىمىنى تۆۋەن قىلىش، تۆۋەن باھادا سېتىش، مۇقىم باھانى تەدرىجىي ئۆستۈرۈش ئۇسۇلىنى قوللىنىپ، بازارنى سىناپ باقتۇق. شۇڭا بىز بىر قەدەر تۆۋەن ھەم مۇقىم باھانى ساقلاپ بازارغا

يۇزلەندۇرۇشتەك ئىستېمال يېتەكچىلىكىنى يولغا قويدۇق. بۇنى بۈگۈنكى زامان سودا - سېتىق ئىشلىرىنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە بازار كۆتۈرۈش كۈچىنىڭ بىر خىل ماس ئەندىزىسى دېيىشكە بولاتتى، تۆۋەن باھادىن يۇقىرى باھاغا قاراپ ئۆرلەتسەك مەھسۇلات بازار تاپالمىسىمۇ كاساتلاشمايدۇ، ئىناۋەتتى چۈشۈپ كەتمەيدۇ. ئەگەر باھانى يۇقىرى كۆتۈرۈپ، ئىككىنچى بىر خىل پامىرغا ئوخشاش باھانى كۆپ قېتىم تۆۋەنلەتسەك، مەھسۇلات كاساتلىشاتتى، ئىناۋەتتى تۆكۈلەتتى. بىزنىڭ تۆۋەن باھادا سېتىپ چىقىرىشىمىزنىڭ روشەن ئۇقۇمى شۇ بولدىكى، ھەربىر مەھسۇلاتىمىز داۋالغۇش ئىچىدە بازارغا يۇزلەندى. بىر خىل مۇقىم باھادا سېتىپ چىقىرىشىمىز، كىشىلەرنىڭ نەزىرىدىكى گۈمانىي قاراشلارنى بارا - بارا يوققا چىقاردى. بولۇپمۇ تىجارەتچىلەر تىجارەت ئۇسۇلىمىزنى قوللىدى. بىرى، باھا مەسلىسىدە ئالدىنقى يىللاردا تۇرلۈك داۋالغۇش بولغان. مەلۇم بىر تىجارەتچى ئەتىيازدا بىر يەشىكىنى 30 يۈەندىن ساتسا، يەنە بىرسى بىر يەشىكىنى 20 يۈەندىن ساتقان، بىرسى 50 يۈەندىن نېسى تارقاتقان بولسا، يەنە بىرسى 35 يۈەنگە نېسى تارقاتقان. بىرقانچە يىلدىن بۇيانقى تۇراقسىز، يۇقىرى باھا كىشىلەردە ھەر خىل گۇمان پەيدا قىلغان. بۇ يىلقى 23 يۈەنلىك باھا باش يازدىلا بازاردا پەيدا بولغانلىقتىن، ئۇلاردا باھا يەنە چۈشىشى مۇمكىن دېگەن قاراش پەيدا بولغان. شۇڭا ئۇلاردىن بىر قىسمى سۈكۈت قىلىپ تۇردى. يەنە بىرى، ئالدىنقى يىللاردىكى يۇقىرى باھانىڭ بىراقلا تۆۋەنلەپ كېتىشى، ساختا سۇ بولسا كېرەك، دېگەن قاراشنى شەكىللەندۇردى. ئەمما شۇ بىر خىل باھا ئاي ئاخىرىدىمۇ شۇ پېتى داۋاملاشقانلىقتىن، ساتقۇچىلارنىڭ تەلەي سىناشلىرى پەسەيىپ، كۆپرەك سېتىۋېلىپ ئىستېمال ئېھتىياجى قايتىدىن جانلىنىشقا باشلىدى. بۇ بىر ياخشى يۇزلىنىش بولدى. دېمەك بۇ بىر ئۆتۈق.

2. ئىككىنچى بىر خىل «پامىر»نىڭ بازارغا سېلىنىشى، «پامىر» ماركىلىق مىنېرال سۇيىمىزنىڭ بازىرىغا ئېغىر بۇزغۇنچىلىق سالدى

ئىككىنچى بىر خىل «پامىر»نى كىشىلەر دەرھال پەرق قىلالمىغاچقا ئەسلىدىكى «پامىر» دەپ چۈشەندى. يۇقىرىدا دەپ ئۆتكەندەك، «پامىر» دېگەن ماركا ئىسمى ئورنىغا پەقەت «يىراق يول» دېگەن خەتلا كىرگۈزۈلگەن، مەھسۇلاتنىڭ قالغان جايلىرى ھەتتا يەشىك، رەڭ، خەت ـ چېكىتكە قەدەر ئوخشاش ئىشلەپچىقىرىلغان: ئىككىنچى، ئۇنىڭ ئادرىسىغا ئوخشاشلا «پامىر مىنېرال سۇ زاۋۇتى» ئىشلەپچىقاردى دەپ تولۇق يازغان. مانا بۇنىڭ بىلەن ئالدىنقى يىللاردا كەڭ ئومۇملاشقان ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» نى كىشىلەر دەرھال تونىيالمىغان. شۇڭا «سۇيى پامىر بۇلىقىنىڭ، ماركىسى ئۆزىگە خاس يېڭى بولغان» دېگەن چۈشەنچە ئومۇملاشقان. سۇپەت، كۆركەملىك جەھەتتە، بولۇپمۇ ئوراش ـ قاچىلاش جەھەتتە ئۇنىڭ سۇپىتى ئەسلىدىكى «پامىر»دىن خېلىلا ياخشى بولغاچقا، كىشىلەرنىڭ نەزىرى دەرھال ئاشۇ مەھسۇلاتقا مەركەزلەشكەن. بۇنىڭغا قارىتا بىز ھېچنەرسە دېيەلمىدۇق. ئۇلار ھە دېسە ئەسلىدىكى «پامىر»نى ساختا، ۋەيران بولغان، شەخسىيلەر چىقىرىدۇ، دەپ داۋراڭ سالدى. ھازىرقى زامان كىشىلىرى ئۇچۇرغا سەزگۈر بولغاچقا، ئۇلارنىڭ تەشۋىقاتىغا ئاسانلا ئىشەندى. بۇنىڭدىكى بىردىنبىر سەۋەب: ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ ئوراش، قاچىلاش سۇپىتىنىڭ بىرقەدەر ناچار بولغانلىقىدا ئىدى. نۇرغۇن ئىستېمالچىلار ئوراش ـ قاچىلاشتىكى يېتەرسىزلىكىمىزنى ئالاھىدە سېلىشتۇرما سۇپىتىدە ئوتتۇرىغا قويۇپ، شەخسىيلەرنىڭ چىقارغانلىقى راست ئىكەن دېگەن يەكۈننى چىقاردى. قەشقەردىكى ئىستېمالچىلارنىڭ نەزىرىدە ھۆكۈمەت مەھسۇلات چىقارسا ھەقىقىي، شەخسىيلەر مەھسۇلات چىقارسا ساختا بولىدۇ، دەيدىغان قاراش بار ئىدى.

بۇلاردىن باشقا، تۆۋەن باھامۇ كىشىلەردە ناچار بولمىسا باھاسى تۆۋەن بولامتى؟ دېگەن سوئاللارنىمۇ پەيدا قىلدى. بۇ ئاز كەلگەندەك، ئالدىنقى يىلى بىزنەڭ سابىق زاۋۇت ئىشلەپچىقارغان بىر مۇنچە سۇ (ۋاقتى ئۆتمىگەن) بازارغا كىرىپ، بىز قويغان باھانى تېخىمۇ گۇمانلىق قىلىپ قويدى. ھەتتا، ئايرىم كىشىلەر بىر يەشەك «پامىر» مىنېرال سۇيىنى 18 يۇەنگە ساتىمەن، دېدى. بۇنىڭدىن باشقا، ئايرىم جايلاردا غايىپ تەشۋىقات خادىملىرى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى 17 يۇەندىن ساتىمەن دېدى. شۇ سەۋەبتىن نېسى تارقىتىلىپ بولغان بىرمۇنچە مىنېرال سۇلىرىمىز قايتۇرۇپ بېرىلدى. كېيىن «يىراق يول» سۇ زاۋۇتى كېسەللىكلەرنىڭ ئالدىنى ئېلىش تارماقلىرىغا ئەرز قىلىپ، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىمىزغا پېچەت سالدۇردى. بۇ بىزنىڭ سۇغا قارىتا كىشىلەرنىڭ لاياقەتسىز سۇ دېگەن ئىغۋالارنى تېخىمۇ كۆپلەپ تارقىتىشىغا سەۋەب بولدى. بىز نۇرغۇن دەرت، ئازاب چەكسەكمۇ روھىمىزنى چۈشۈرمەي ئىرادىمىزنى بوشاشتۇرماي، بېكىتكەن نىشانىمىزدا مەھكەم تۇردۇق. ئاخىردا يۇقىرىدىكى ئۆتۈقنى بىر ئاي، ھەتتا ئىككى ئاي بالدۇر قولغا كەلتۇردۇق.

3. تەشۋىقات ئىشلىرىدا بوغۇلۇپ قالدۇق

يۇقىرىقىدەك ئەھۋال ئاستىدا بىز دەرھال تەشۋىقات ئېلىپ بېرىپ، جەمئىيەتكە چۈشەنچە بېرىپ، جامائەت پىكرىنى يېتەكلىگەن بولساق، نەتىجىلىرىمىز بالدۇرلا كۆرۈلۈشكە باشلايتتى. شىركەت ئۆزى باش بولۇپ مەبلەغ سېلىپ قىلىشقا تېگىشلىك بۇ ئىشقا بىز كۆپ قېتىم تەكلىپ بەرگەن بولساقمۇ چەكلەپ قويۇلدۇق. ئۇلار بۇ ئىشنى ياكى ئۆزى قىلمىدى، ياكى بىزنەڭ قىلىشىمىزغا يول قويمىدى. راستىنى دېگەندە ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ئىچىپ كۆرگەن، ئادەتلەنگەنلەر چۈشەنسىمۇ، ئىچىملىك يۇزلىنىشىدىكى

ئىستېمالچىلار توپى بولغان ياشلار ئانچە بىلىپ كەتمەيتتى.

بۇگۈنكىدەك ئۇچۇر دەۋرىدە ئادەملەر ھەر كۈنى تۈمەنلىگەن ئۇچۇرلارنى قوبۇل قىلىسىمۇ، يەنىلا ئۇچۇرغا قانمايدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇيىمىزنىڭ ئۇچۇرى كىشىلەرگە قانچىكى بالدۇر يەتكۈزۈلسە، ئۇنى قوبۇل قىلىشى، يېڭىدىن ئىستېمال قىلىشى شۇنچە بالدۇر، شۇنچە تېز بولاتتى. بۇ ھەقتىكى تەشۋىقنىڭ ۋاقتىدا تارقىتىلماسلىقى، بىزگە يېتىپ كەلگەن مەھسۇلاتلارنىڭ ۋاقتىدا بازار يېتىلدۈرۈلۈشىگە ئېغىر نۇقسان يەتكۈزدى. تەشۋىقات بوغۇلمىغان بولسا، سۇيەت جەھەتتىكى نوقسانلارمۇ ئۇنچىلا كۆزگە چېلىقىپ كەتمەسلىكى مۇمكىن ئىدى.

4. سۇيەتتىكى نۇقسان بازار ئېچىشىمىزغا، ئۆزىمىزنى كۆرسىتىپ قويۇشىمىزغا زەربە بولدى

ئىككى زاۋۇت ئاربىسىدىكى رىقابەت جەريانىدا پەيدا بولغان ئازارلىق بىزگە توقۇلغان ئۆسەكلەرنى ئاۋۇتتى. بۇنىڭغا دەستەك بولغىنى يەنىلا مەھسۇلاتىمىزنىڭ كۆرۈنۈش جەھەتتىكى نۇقسانى ئىدى، مەھسۇلاتنىڭ يەشىكى راستىنلا كۆرۈمسىز، رەڭگى تۇتۇق بولغاندىن تاشقىرى، ماركىنىڭ چاپلىنىشى رەتسىز ئىدى. چاپلىنىشى ياخشى ئورۇنلاشتۇرۇلمىغان ماركا خۇددى بالىلار چاپلاپ قويغاندەك ياكى شۇنداقلا كەيدۈرۈپ قويغاندەك كۆرۈنەتتى. كوچىلاردا، دوكانلاردا تىزىپ قويۇلغان ئىچىملىكلەر ئىچىدىكى كۆرۈنۈش سۇيىتى ئەڭ ناچىرى بىزنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مېنېرال سۇ مەھسۇلاتىمىز ئىدى. ئالدىنقى ئايلاردا ئىشلەنگەن سۇنىڭ ماركىسى بوتۇلكىنىڭ يان تەرىپىگە ياكى بوتۇلكا ئوتتۇرىسىغا سۈرۈلۈپ قالمىغان بولۇپ قالدى. بەزىدە بوتۇلكا ئېغىزى ياخشى قاپلانمىغان بولۇپ، ئايرىم بوتۇلكىلار پۇچۇق بويۇن بولۇپ قالغان. مىجىلىپ كەتكەن، بەزى بوتۇلكىلارغا ماركا قاتتىق قىسىپ چاپلىنىپ، قىيپاش، قىرلىق

بولۇپ قالغان. ھەتتا توشۇش، يۆتكەش جەريانىدا پۈرلىشىپ سۇرۇلۇپ كونا بوتۇلكىدەك بولۇپ قالغان. ئايرىم بوتۇلكىلار ئىشلەنگەن چاغدىلا قورۇلۇپ قالغان، بەزى بوتۇلكىلارنى يانتۇ قىلغاندا ئاغزىدىن سۇ تېمىپ قالىدىغان بولۇپ قالغان. بۇ خىل مەھسۇلاتلارنىڭ بىر-مۇنچىلىرىنى بىر ئامال قىلىپ باشقىلارغا مەجبۇر ساتتۇق، ئايرىملىرىنى ساتقۇچىلارغا ئالماشتۇرۇپ بېرىپ، ئەپۇ سورىدۇق. ئايرىملىرىنىڭ باھاسىنى قىسمەن تۆۋەنلىتىپ سېتىشقا مەجبۇر بولدۇق. لېكىن، ئۇ مەھسۇلاتنىڭ ئەلا بولۇشىغا، ئىناۋىتىگە نۇقسان يەتكۈزدى، قۇسۇرچىلارغا دەستەك بولۇپ بەردى.

5. رەسمىيەتلەرنىڭ ۋاقتىدا ھەل بولماسلىق ئىشمۇ نۇرغۇن تالاپەتنى كەلتۈردى

ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇت بىزنىڭ زاۋۇتقا كېسەللىكلەرنىڭ ئالدىنى ئېلىش تارمىقىنىڭ پېچىتىنى سالغاندىن كېيىن، لايىقەتلىك كىنىشكىسىنى ئىككى يىل تەكشۈرتمىگەن دېگەن باھانە بىلەن زاۋۇتنى ئىشلەپچىقىرىشتىن توختاتتى. ئۇلار 4 - ئاينىڭ 25 - كۈنىدىن 5 - ئاينىڭ 16 - كۈنىگىچە مال سېتىپ چىقىرىشىمىزغا توسىق قۇردى. ئۆسەكچىلەرنىڭ گەپلىرى يەنە بىر قېتىم ئىسپاتلاندى. بۇ مەزگىلدە مەھسۇلاتلىرىمىزنى كىشىلەر سېتىۋالاي دېمىدى، بىز تەرەپ - تەرەپكە مەھسۇلات ئاپاردۇق، ھەتتاكى ئىشىك ئالدىغا قەدەر ئاپىرىپ، نەق، نېسى تارقىتىپ، سودا يولىمىزنىڭ توسۇلۇپ قېلىشىنى ئازايتتۇق. قەشقەردىكى ۋاكالىتەن سېتىش مەركىزىمىزنىڭ ئىلكىدە باج، بازار باشقۇرۇش، سەھىيە قاتارلىق تارماقلارنىڭ كىنىشكىسى بولمىغاچقا، كۆپ ھاللاردا ئاشكارا ھەم ئىزچىل سودا بىلەن شۇغۇللىنالمىدۇق. ناھىيەلەردىمۇ شۇنداق بولدى. ھەر قايسى كەسپىي تارماقلار بىزگە قاراشلىق دۇكانلارنى، سېتىش ئورۇنلىرىنى، ئامبارلارنى پېچەتلەش، تىجارەت توختىتىش

قاتارلىق تەدبىرلەرنى يولغا قويدى. مانا بۇ ئىشلار ساتقۇچىلاردا لاياقەتلىك، رەسمىيەتتى بار مەسۇلاتنى سېتىۋالمىز دەيدىغان قاراشنى پەيدا قىلدى. بۇنداق كۆپ تەرەپلىمە ئاۋارىچىلىكلەر سودىمىزغا ئاز بولمىغان زەربىلەرنى ئېلىپ كەلدى. يىل بېشىدا سودا ئېغىزىنى چوڭ ئېچىپ، بازار ئىگىلەيمىز دېگەن پىلانلىرىمىز ئاز بولمىغان قىيىنچىلىقلارغا ئۇچرىدى.

ئەمما بىزمۇ بوش كەلمىدۇق، پۈتۈن زېھنىمىز بىلەن سۇيىمىزنى كىشىلەرگە ھەر جاي، ھەر يەردە تونۇشتۇرۇپ تۇردۇق.

6. ئايرىم كىشىلەرنى «پامىر» مارکىلىق مىنېرال سۇدىن بەھرىمەن قىلىش زۆرۈر ئىدى

سودا قىلىشتىكى مەقسەت پايدا يارىتىش، پايدا يارىتىش ئۈچۈن ھامان بەدەل تۆلەشكە، ئايرىم نەرسە ۋە ئايرىم ئىمتىيازلاردىن ۋاز كېچىشكە توغرا كېلىدۇ. قەدىمدىن بۇيان، كىشىلەر مەھسۇلاتقا قارىتا ئېستېمال يولىنى ئېچىشتا، شۇ مەھسۇلاتنى ئايرىم كىشىلەرنىڭ ئىستېمال قىلىپ بېقىشىغا سۇنۇپ كەلگەن. بەزىلەر بۇنداق قىلىشنى ئىلاجسىزلىق دەپ قارايدۇ، ئەمەلىيەتتە بۇ بىر خىل مەھسۇلات تونۇشتۇرۇش، تەشۋىق قىلىش ھەرىكىتى بولۇپ، مۇنداقچە قىلغاندا، بۇ خىل ھەرىكەت ئىستېمالچىلار ئۈچۈن ھەقسىز سودا ھەرىكىتى بولۇپ ھېسابلىنىدۇ. بۇ سودا ـ سېتىق قانۇنىيىتى، ماھىيىتىگە ماس كېلەمدۇ ـ يوق؟ بۇنىڭغا بىر نېمە دېمەك تەس. ئەمما، ھازىرقى زامان ئىستېمال ئالاھىدىلىكى، مەھسۇلاتنىڭ ئىستېمالغا كىرىشى ئاشۇ خىل ھەرىكەتنى كۆپ ھاللاردا يېتەكچى قىلىدۇ. بولۇپمۇ كۆپ سانلىق ئېچىملىكلەرنىڭ ئىستېمالى ئاشۇ خىل ھەرىكەت ئاستىدا مەيدانغا كېلىدىغان بولۇپ قالدى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ بۇ خىل ئىستېمالغا قاتنىشىشى زادى قايسى دەرىجىدە؟ ئېنىق مەلۇمات يوق. بىر نەرسە ئايان بولدىكى، ئالدىنقى يىللاردا نۇرغۇن ئىدارە ـ ئورگانلاردا

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى ھەقسىز ئىستېمال قىلىنغان، بۇنداق ھالەت مەھسۇلاتنى سېتىش جەريانىدا خۇشامەتچىلىك قىلىشتىن شەكىللىنىپ قالغان. بۇ ئېنىقلا باشقىچە زىددىيەت پەيدا قىلىدۇ. ھەتتاكى ئومۇمىيۈزلۈك يامان تەسىرنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. بۇ يىل ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىمىز ئاشۇ خىل ئادەت كۈچىگە ئىگە كىشىلەرنىڭ بوسۇغۇسىغا بارمىدى. بۇ خىل ھالەت ئەكس تەسىر بەرسە، ئۇ ھالدا مەھسۇلاتنىڭ ئۆلۈك ئىستېمالىنى شەكىللەندۈرۈپ قويۇشى مۇمكىن. گەرچە بىز بۇ يىل بۇنداق «ئىستېمال» قىلدۇرۇشتىن توختىغان ۋە تامامەن قول ئۈزگەن بولساقمۇ، مەلۇم دائىرىدە تېتىپ كۆرۈشكە تەكلىپ قىلىشنى ئويلىنىپ كۆردۇق. ئەمەلىيەتتە شىركەتنىڭ بۇ جەھەتتىكى پىلانى تازا ئېنىق، جانلىق ئەمەس ئىدى، شۇڭا ئۇنى ۋاقتىدا يولغا قويۇش ئىشقا ئاشمىدى، قەشقەر توپ تارقىتىش مەركىزى بۇ خىل ئۇسۇلنى قوللىنىشنى ئويلانغان بولسىمۇ، كېيىنكى مەزگىلدىكى سېتىپ چىقىرىشقا نۇقسان يەتكۈزۈپ، كاسات بولۇشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىشى مۇمكىن، دەپ قاراپ توختاپ قالدۇق. ئاساسلىقى، بۇ ئىشتا پايدا ئەمەلىي كۈچىگە قارىغاندا زىيان ئەمەلىي چىقىمى ئېشىپ كېتىشىدىن ئەنسىرىدۇق. يەنە بىرسى، مەلۇم مىقداردىكى تېتىپ بېقىش پائالىيىتىنى ئېلىپ بېرىپ مەھسۇلات تارقىتىشنى ئويلىغان بولساقمۇ، مەھسۇلاتنىڭ سۈپىتىدىكى نۇقسان تۈپەيلىدىن جۈرئەت قىلماي كەلدۇق. بەزى سۇ زاۋۇتلىرى ئىشلەپچىقارغان سۇنىڭ تېتىپ بېقىش پائالىيىتى تەكرار سەرپ قىلغان مىقدارى ناھايىتى كۆپ بولدى. ئۇلار بازار تاپالمىغان مەھسۇلاتلارنىڭ ھەممىسىنى مەمۇرىي، كەسپىي تارماقلارغا، بولۇپمۇ باشقۇرغۇچى، نازارەت قىلغۇچى تارماقلىرىغا تەقدىم قىلدى. ئۇلار بۇ جەھەتتە ئوبيېكتىنى ياخشى تاللىيالمىدى. ھېلىقى ئورگاندىكى كىشىلەر بىكارغا بېرىلگەن سۇلارنى ئۆزى ئىستېمال قىلماي سۇ ساتمىدىغان تىجارەتچىلەرگە

ئەرزان باھادا سېتىپ پۇل ئۇندۇرۇۋالدى. بۇ خىل تەتۇر تاناسىپلىق سودا كارخانىنى، تىجارەتچىنى ۋەيران قىلمىغان تەقدىردىمۇ يامان تەسىر بەرمەي قالمايدۇ. كۆرمىگەن، ئاڭلىمىغان مەھسۇلات مانا مۇشۇنداق غەيرىي يول بىلەن بازارغا كىرسە، يەنە كېلىپ سېتىشقا مەجبۇرلانسا مەھسۇلاتنىڭ ئىناۋىتى چوقۇم چۈشمەي قالمايدۇ. مەجبۇرىي سېتىشقا ئۇچرىغان تىجارەتچىلەر بۇ ئىشتىن قاتتىق رەنجىدى، بەزىلەر كايىپ سېسىق گەپلەر بىلەن تىللىدى، سېتىشتىن بىزار بولدى، كاسات مەھسۇلات زورلاپ سېتىلسا، تىجارەت قىلغۇچىغا بەك ئېغىر كېلىدۇ. ئەمما ئەسلىدىكى «پامىر» سۈيىمىز بۇنداق كاساتچىلىقتىن قۇتۇلۇپ قالدى. شۇڭا تېتىپ كۆرۈش تەشۋىقاتى پىلانلىق ھالدا قانات يايدۇرۇلسا بولاتتى. مەسىلەن، ئۇنى ساتقۇچىلار تېتىپ كۆرۈش كېرەك، ئاندىن قالسا بانكا، سۇغۇرتا، تېلېگراف، دوختۇرخانا، تىرانسپورت ساھەسىدىكى ئوخشاش مۇشۇ خىل مەھسۇلاتقا ئېھتىياجلىق ئورۇنلاردىكى كىشىلەردىن تېتىپ كۆرۈشكە تاللانسا مەھسۇلاتقا قارىتا مەمۇرىي ھوقۇقى بار ئورگانلارغا قارىغاندا ئۇنۇمى ئالاھىدە ياخشى بولىدۇ. بۇ ئالاھىدە دىققەت قىلىشقا تېگىشلىك مۇھىم نۇقتا. نامىغا، كۆرۈنۈشىگە قاراپ بۇ خىل ھەرىكەتنى قوللىنىش بىھۇدە ئىش بولۇپ قالىدۇ. بىزمۇ، شىركەتمۇ بۇ ئىشقا سەل قارىماسلىقىمىز كېرەك. بۇ ئىش سەل كېچىككەن بولسىمۇ ئالدىمىزدىكى بىر مەزگىل ئىچىدە شىركەت كۆپىرەك مەبلەغ ئاجرىتىپ، بۇ ئىشتىكى يولنى ئېچىپ بېرىشى كېرەك.

7. مەمۇرىي ۋاستىنىڭ ھەيدەكچىلىكىدە ناھايىتى چوڭ بوشلۇق بار ئىدى

مەمۇرىي ۋاستە يەرلىك مەھسۇلاتنىڭ بازارغا كىرىشىدىكى ھەيدەكچى بولۇش رولىنى ئويناىدۇ. تۇرلۇك مەمۇرىي ۋاستىلەر ياخشى، مۇۋاپىق يولغا قويۇلسا، شۇ خىل مەھسۇلاتنىڭ بازار ئىستىقبالى ئۈچۈن يېشىل چىراغ يېقىلغان بولىدۇ. ئەسلىدىكى

«پامىر» مىنېرال سۇيىمىزگە نىسبەتەن مەمۇرىي ژاستە يوق دېيەرلىك بولدى. ئۇنىڭ بازار ئېچىشىغا قولايلىق يارىتىدىغان ئېتىبار بېرىش تەرتىپلىرى، رىغبەتلەندۈرۈش ئۇسۇللىرى يوق، بۇ ئىش شىركەت تەرىپىدىن ژەدە سۇپىتىدە كەسكىن ئوتتۇرىغا قويۇلغان بولسىمۇ، ھازىرغىچە يول ئېچىپ بېرىلمىدى، بۇنى قانات يايدۇرۇش تولىمۇ مۇھىم ئىدى.

8. ئاچچىق ساۋاق بىلەن خۇشاللىق تەڭ مەۋجۇت بولدى

پەيزاۋات ناھىيەسىدە ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مىنېرال سۇنى سېتىش پونكىتىنى قۇرغان بولساقمۇ، پونكىت مەسئۇلى 500 يەشەك مىنېرال سۇنىڭ سېتىلىشىغا ناھايىتى سۇس مۇئامىلە قىلىدى. مەھسۇلاتنى زىيانغا ئۇچراتماقچى بولغانلىق خەۋىرىگە ئاساسەن دەرھال مەھسۇلاتنىڭ بىر قىسمىنى قايتۇرۇۋېلىپ، يەنە بىر قىسمىنىڭ پۇلىنى ئېلىپ خەتەرنى ئازايتتۇق. قەشقەر شەھىرىدىكى بىر داڭدار تىجارەتچى رەڭزازلىق قىلىپ، 300 يەشەك مىنېرال سۇنى باشقىلارنىڭ قولى ئارقىلىق ئېلىپ بازارغا سالغاندا، دەرھال سېتىشىنى چەكلەپ، بازاردىكى باھا قالايمىغانچىلىقىنىڭ ئالدىنى ئالدۇق. بۇ ئىككى ئىش بىزگە ئېغىر زەربە ھەم ساۋاق بولدى. ھازىرقى زامان ئېچىملىكلىرىنىڭ ئىستېمالدىن كېيىن قولغا كېلىدىغان كىرىمى ئادەمنى ھامان ئاشۇ خىل ئاۋارىچىلىككە سۆرەپ بارىدۇ. ئەمما، ئېھتىياتچان، جانلىق بولغاندا، بۇنىڭ ئايرىم زىيانلىرىدىن، خېيىم ـ خەتەردىن ساقلانغىلى بولىدۇ. شۇڭا مەھسۇلاتنى بىر ئادەمگە كۆپ بەرگەندە ھەممىسىنى نېسى قىلماسلىق، ئاز بەرگەندە تېخىمۇ نېسى قىلىپ قويماسلىق زۆرۈر ئىكەن، دېگەن قاراشقا كېلىپ قالدۇق.

بىز ھازىرچە ناھىيەلەرنىڭ مىنېرال سۇ تىجارىتىدە مەغلۇپ بولدۇق دېسەكمۇ بولىدۇ. بۇنىڭدا نۇرغۇن ئامىللار مەۋجۇت بولۇپ، بىز ئۇزاق مۇددەت ئويلىنىپ، ناھىيەلەردىكى نۇقتىلارغا ئىشىنىڭ

ھۆددىسىدىن چىقالايدىغان، مەسىۋلاتنى زىيانغا ئۇچراتسا تۆلىيەلەيدىغان كىشىلەرنى تاللىغاندۇق. مانا بۇ بىز ئالدى بىلەن ئويلىغان ئىش ئىدى، بۇ خىل ئادەملەرنى تاللىمىغاندا ھەدىگەندە خېيىم خەتەر، زىياندىن ساقلانغىلى بولمايتتى. ھالبۇكى، ئۇلاردا ئوخشىمىغان تىجارەت ئۇسۇلى مەۋجۇت ئىدى. ئاساسلىقى باھادا زىيادە ئېسىپ قويۇش گەۋدىلىك كۆرۈلدى. سەل يىراق نۇقتىدىن قارىغاندا، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ بىرقانچە يىلدىن بۇيان ناھىيەلەردە سېتىلىش، تارقىلىش دائىرىسى تولىمۇ تار بولغان. سەۋەبى ئەينى چاغدا قەشقەر شەھىرىدە يۇرگۈزۈلگەن يۇقىرى باھا ناھىيەلەردىمۇ ئورتاق يۇرگۈزۈلگەن، ھەتتا يۆتكەش مۇلازىمىتى ھەققى قوشۇلۇپ تاغاردا بىر باھا بىلەن ئىستېمالغا كىرگەن. بۇ يىلقى باھا ئانچە يۇقىرى بولمىسىمۇ، شۇ جايدىكى ساتقۇچىلار ئالدىنقى ساۋاقنى ئىگىلىمەي، نۆۋەتتىكى باھانى يېتەكچى قىلماي، باھانى زىيادە يۇقىرى بېكىتىپ قويغان، بۇ خىل يۇقىرى باھا ئىستېمالغا كىرەلمىگەن ياكى كۆپلەپ سېتىشقا توسالغۇ پەيدا قىلغان. يەنى مەھسۇلات قولدىن قولغا ئۆتۈپ تەننەرخى ئۆرلەپ كەتكەن. ناھىيەلەرگە ئەۋەتىلگەن 63 تونىنا مىنېرال سۇدىن بىر ئاي ئىچىدە ئاران 10 تونىسى سېتىلغان. بۇ بىزنىڭ تۈپتىن ئۆزگەرتىشىمىزگە باغلىق ئىش بولۇپ، كۆپلەپ كۈچ، مەبلەغ سەرپ قىلىپ، بۇ خىل ھالەتنى بىۋاستە سېتىشقا، تارقىتىشقا ئۆزگەرتىشىمىز زۆرۈر ئىدى. بىزنىڭ ناھايىتى زور كۈچىمىز مۇشۇ ئىشقا قارىتىلمىسا، مەھسۇلات سېتىشىنى تورلاشتۇرۇش، دائىرىسىنى ئۇزۇكسىز كېڭەيتىش مەقسىتىگە يەتكىلى بولمايتتى. ناھىيەلەردە تارقىتىش، سېتىشنى ھۆددە ئالغان خادىملاردا سېتىش قىزغىنلىقى بار. ئۇلار ئاساسەن سودا - سېتىق بىلەن شۇغۇللىنىۋاتقان ياكى سودا - سېتىق قىلىشنى بىلىدىغان كىشىلەر بولۇپ، ساختىپەز ئەمەس، ئۇلارنىڭ كۆپ قىسمى ھۆكۈمەت، كەسپىي تارماقلاردا ئىناۋەتلى بار كىشىلەر، بىزنىڭ ئەينى چاغدا كۆزدە تۇتقان بىر يېرىمىز دەل مۇشۇنداق

ئادەملەر ئىدى. ئىچىملىكنىڭ رايونىمىزدىكى تەرەققىيات نۇقتىسىدىن ئالغاندا، بىز بازارنى يېتەكچى قىلغان ھالدا ئورگانلارغا يۆرۈش قىلمىساق، ئىستېمال مىقدارىنى ئاشۇرالمايمىز، جەمئىيەت ئومۇمىي كەيپىياتىدىن، ئىچىملىكنىڭ ئىستېمال مەنبەسىدىن قارىغاندا، مەھسۇلاتىمىز يۇقىرى قاتلام ئورگان خادىملىرىغا ماس كېلىدۇ. ئۇلاردا ھەر ھالدا پۇل بار، ئۇلار پۇلنىڭ بىر قىسمىنى چوقۇم ئىچىملىككە سەرپ قىلماي قالمايدۇ. ئىچىملىك ھامان ئۇلاردىن ھالقىپ كېتەلمەيدۇ، جەمئىيەتنىڭ ئاساسىي كۇچى بولغان دېھقانلىرىمىزدا ئىچىملىك ئىستېمالى بەك تۆۋەن بولۇپ، مىنېرال سۇ ئىچىملىكى ئىستېمال قىلىش ئادىتى يوق. ئۇلارنى يېتەكچى قىلساق، مەھسۇلاتىمىزنىڭ سېتىلىش مىقدارىغا يۇقىرى ئۆلچەم بىلەن مۇئامىلە قىلغىلى بولمايدۇ. مۇشۇنداق بىر قاتار ئىشلار بولغاچقا، بىز ناھىيەلەردىكى ساتقۇچىلارنى تاللىغاندا، ھۆكۈمەت خىزمەتچىلىرىنى نىشان قىلىپ تاللىدۇق. ئۇنىڭ ئۈستىگە، ئۇلارنىڭ ئىگىسى بار، ئۇلار يەۋالسىمۇ ئالغىلى بولىدۇ. ئەمما، ئۇلاردىن بەزىلىرى سودىدا تازا پىشمىغان، بۇمۇ بىر سەۋەنلىك. بىراق ئۇلارنىڭ يول تېپىش ئىقتىدارى بار. مەھسۇلاتىمىز دەسلەپتە بازارغا سېلىنغاندا ھېسسىيات جەھەتتىن بولسىمۇ، ئۇلار ناھايىتى قىزغىن، جانلىق ئىش قىلغانىدى. ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» بازارغا سېلىنغاندىن كېيىن، ئۇلاردىكى روھىي بېسىم ئېغىرلاپ كەتتى، قىزغىنلىقىمۇ سۇسلاشتى، ئۇلار بىلەن ئوتتۇرىمىزدا توختام بولغاچقا، ئايرىم جەھەتتىن بولسىمۇ ۋاز كەچمىدى. بىراق بازاردىكى كەينى - كەينىدىن يۈز بەرگەن باھادىكى قالايمىقانچىلىق ئۇلارنى راستتىنلا ئۈمىدسىزلەندۈردى. بۇ بىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىمىزنى ئۇلارغا بېرىپ، پۇلنى ۋاقتىدا ئالالماسلىقتەك بىر خىل پاسسىپ قىممەت ئۇسۇلىنى قوبۇل قىلىشىمىزغا سەۋەب بولدى. ئۇلارنىڭ ئۆزىدىمۇ ئايرىم مەسىلە بار. مەسىلەن: (1) ئۇلار ئۆزىدىن كېيىن ساتىدىغان ئادەمنى ياخشى

تاللىمىغان، ئادەم سانى ئاز، جانسىز: (2) پائالىيەت دائىرىسى تار: (3) مۇلازىمەت باھاسى بەك يۇقىرى: (4) ئەسلىھەلىرى يېتەرسىز: (5) سېپتىپ چىقىرىش تەدبىرى جانسىز: بۇلاردىكى ئاساسىي قىيىنچىلىق يەنىلا مەبلەغ كەمچىل بولۇش بىلەن نېسى قىلىپ بېرىدىغان ئىشنى ۋاقتىدا ھەل قىلىپ بەرمەسلىك بولدى، مەيلى قانداقلا بولسۇن، ئاشۇ ئىشلارنى قىلىشقا ئۇلار ئاز بولمىغان مەبلەغ سالدى. ئۇلار يەنە ئادەم، ئەسلىھە كۆپەيتسە چىقىم كۆپىيىپ كېتىدۇ، مۇشۇ بىر خىل مەھسۇلاتنىلا ساتسا، كىرىم - چىقىمغا بويلاشمايدۇ، ئۇلارغىمۇ بۇ جەھەتتە ئامال يوق. سېپتىش نۇقتىلىرى ۋە دۇكانلارغا باشقا مەھسۇلاتنى سالاي دېسە، بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزنىڭ سېپتىلىش مىقدارى، تارقىلىش دائىرىسىگە نۇقسان يېتىدۇ. ئۇلارنىڭ قارىشىچە، مەھسۇلاتنى بىز تارقىتىدىغان، ئۇلار پۇلنى ئەمەلىيلەشتۈرىدىغان بىر خىل ئۇسۇلنى قوللانساق بولىدىكەن. بۇمۇ ئويلىنىپ كۆرسەك بولىدىغان ئىش، ئەمما بۇ ئىش قاچان جانلىق بولىدۇ، قانچىلىك ياخشى بولىدۇ، بۇنىڭغا بىر نېمە دېمەك تەس، ئۇلارغا بەك ئېغىر كېلىۋاتقىنى دەل يەتكۈزۈپ بېرىش مۇلازىمىتى. بۇنىڭغا قارىتا بىز يېڭى ئۇسۇلنى تېپىپ چىقمىساق بولمايدىغاندەك تۇرىدۇ. بىزنىڭ قارىشىمىزچە، بۇنى ھەل قىلغىلى بولىدۇ. ئاساسلىقى يول بويلىرىدا نۇقتا قۇرۇش، شۇ نۇقتىلار ئارقىلىق شۇ دائىرىنىڭ مەھسۇلاتىنى تارقىتىشقا مۇناسىپ كېلىدىغان توشۇش، يۆتكەش مۇلازىمىتىنى يولغا قويۇش كېرەك. بۇنىڭ ئۈچۈن ئاز بەدەل تۆلەش كار قىلمايدۇ. ناھىيەلەردىكى ساتقۇچىلارنىڭ ئىشەنچىسىدە خۇددى بىزگە ئوخشاش تەۋرىنىش بولدى. ئەينى چاغدا شىركەت بىز بىلەن توختام تۈزگەندە نۇرغۇن جانلىق ۋەدىلەرنى بەرگەن، بۇنىڭغا ئاساسەن بىزمۇ ناھىيەلەردىكى ھۆددىگە ئېلىپ ساتقۇچىلارغا قىسمەن ۋەدىلەرنى بەرگەن. شىركەتنىڭ ۋەدىسىدىن ئادا بولغانلىرى يوق دېيەرلىك بولغاچقا، بىز بەرگەن ۋەدىمۇ ئەمەلىيەتتە ئىشقا ئاشمىدى. بۇ ھال ئۇلاردا ئوخشىمىغان

چۈشەنچىلەرنى پەيدا قىلىدى، مانا مۇشۇ بىر قاتار ئىشلار ئۇلاردا پۇلنى ئارقىغا سۆرەپ بېرىشتەك بىر خىل پاسسىپ روھىي ھالەتنى پەيدا قىلىدى. بۇنى ھەل قىلىش ئۈچۈن داۋاملىق خىزمەت ئىشلەش، مۇھىمى بازارنى ئاكتىپ تەدبىر بىلەن ئېچىش كېرەك. بۇ جەريانداا يەنە ئۇلارنى سەۋرچانلىق بىلەن قايىل قىلىش لازىم. ئەمما، كۈتۈپ تۇرۇپ پۇرسەتنى، ۋاقىتنى ئۆتكۈزۈۋېتىشكە بولمايدۇ. ۋاقىت بىلەن پۇرسەت كەتسە، بىز ھامان ياخشى ئۇتۇققا سازاۋەر بولالمايمىز. بىزگە ئېھتىياتچانلىق بىلەن تەمكىنلىك مۇقەررەر ھەمراھ بولمىسا بولمايدۇ. ئەملىيەت شۇنى ئىسپاتلىدىكى، ناھىيەلەرگە سېتىشنىڭ كەڭ قاتلاملىق بولماسلىقى بىزنىڭ ئۈستى - ئۈستىگە بېسىم قىلالماسلىقىمىزغا سەۋەب بولدى. بۇ ھال بىزنى ۋە ئۇلارنى تەتۈر تاناسىپلىق نەتىجىگە ئىگە قىلىپ قويدى. ئۇلار كۆپلەپ ساتالمىدى ياكى پۇلنى يىغالمىدى، بىزمۇ بەرگەن مەھسۇلاتلىرىمىزنىڭ ھېچ بولمىسا يېرىم پۇلنى ۋاقتىدا قايتۇرۇپ ئالالمىدۇق. ھېلىقىدەك سەۋەبلەر بولغاچقا، ئۇلار يۈرەكلىك مەبلەغ سالالمىدى. 4 - ئاينىڭ 11 - كۈنىدىن 5 - ئاينىڭ 25 - كۈنىگىچە ناھىيەلەرگە زاكاس بىلەن ئەۋەتىلگەن سۇ 5787 يەشىك، 69444 كىلوگىرام بولۇپ، ئومۇمىي پۇلى 133 مىڭ 186 يۈەن 80 پۇڭ ئىدى، بۇ پۇلدىن ھازىرغىچە بىزگە قايتىپ كەلگىنى ئاران 15 مىڭ 168 يۈەن. بۇ سەل قاراشقا بولمايدىغان ئېغىر ئەھۋال. بۇ ئېغىر يۈك بىزگە پەقەت ئارامىلىق بەرمەيتتى.

9. بىز شەھەردە باغلىما تىجارەت شەكلىنى يولغا قويدۇق

قەشقەر شەھىرى مەھسۇلاتىمىزنىڭ ئاساسلىق سېتىلىش مەنبەسى. بۇ ناھايىتى مۇھىم نۇقتا. ھەر قانداق سىناقنى يولغا قويساق، ھامان نەتىجە چىقماي قالمايدۇ. ئەمما، ئاشۇرۇۋېتىشكە بولمايدۇ. يەل بېشىدا نۇرغۇن ئادەملەر قەشقەر شەھىرىنىڭ نەچچە يۈز تونىنا مىنېرال سۇيىنى مەن ساتىمەن دەپ قىزىپ

كەتتى، بىز قىزغىن بولدۇق، ھەر ھالدا مۇشۇ سۇنى سېتىپ ياخشى ئىش قىلدۇق دەپ ھاياجانلىنىپ تازا روھلاندۇق. ئەمما، خېرىدار بولغۇچىلار بازاردىكى ھېلىقى قالايمىقانچىلىقتىن قورقۇپ، ھەممىسىنى مەن ساتىمەن دېگەن گەپنى قايتا ئاغزىدىن چىقارمىدى، ئەمما بىز گاڭگىراپ قالساق بولمايتتى. شۇڭا قالايمىقان ئەمەس، چوقۇم تەرتىپلىك تىجارەت شەكلىنى يولغا قويمىساق بولمايتتى. مۇبادا بىراۋلار قەشقەر شەھىرىدە ساتىدىغان مىنېرال سۇنى ۋاكالىتەن سېتىشنى ئۈستىگە ئالسىمۇ، زىيانغا ئۇچرىمايدىغان، ھۆددە ئالغۇچىمۇ زىيان تارتمايدىغان بىر خىل چارە بولمىسا بولمايتتى. بىز بازار ئاچقۇچىمىز xx نىڭ تەكلىپى بىلەن كىچىك تېپىتكى توختام بىلەن مىنېرال سۇ ساتىدىغان شەكىلنى ئويلاپ تاپتۇق. ئۇنىڭدا ھەر بىر ئادەم ئالتە ئاي ئىچىدە ھەر كۈندە ئىككى يەشىكتىن 360 يەشىك مىنېرال سۇنى 23 يۈەندىن نەق پۇلغا سېتىشنى ئىشقا ئاشۇراتتى. ئۇ جەدۋەللىك توختام ئىدى. كېيىن ھېس قىلدۇقكى، بۇ خىل ئۇسۇل بىر خىل باغلانما تىجارەت شەكلى بولۇپ، مال بەرگۈچى بىلەن مال سېتىۋالغۇچى چوڭ - كىچىك خېيىم - خەتەردىن خالىي بولۇپ قالىدۇ. مەھسۇلات ئالغۇچىمۇ قايسى چاغدا لازىم بولسا شۇ ھامان مەھسۇلاتقا ئىگە بولالايدۇ. بۇنىڭغا قول قويغان تىجارەتچى چوقۇم مال سېتىشقا مەجبۇر بولىدۇ. قىممەت قىلماي ئاز - تولا پايدا كۆرۈپلا ساتىدۇ، ئۇ چاغدا ھەممىلا ئادەم مەھسۇلاتنى بېسىپ قويماي، ئېسىلىۋالماي رىقابەت ئىچىدە ساتىدۇ، باھا ئۆرلەپ كەتمەيدۇ. مەھسۇلات بېسىلىپ قالمايدۇ، ھەممىلا يەردە تۆۋەن نىسبەتلىك بىر خىل مۇقىم باھا بارلىققا كېلىدۇ. بۇ بىزنىڭ بىر خىل تەسەۋۋۇرىمىز ئىدى، بۇنىڭغا بىرلەشتۈرۈپ ئويلىغان يەنە بىر ئىشمىز بار ئىدى. ئۇ ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» نىڭ بازارغا سېلىنىشى بىلەنمۇ مۇناسىۋەتلىك. بىز شۇ چاغدا پۇرسەتنى ناھايىتى ياخشى تۇتتۇق. گەرچە شىركەت بىلەن تۇزگەن توختامدا ئىككىنچى بىر

خىل «پامىر» نىڭ بولماسلىقىغا كاپالەتلىك قىلىش ماددىسى بولسىمۇ، ھەر ئېھتىمالغا قارشى ئۇلارنى ئەينى چاغدا مەھسۇلات ئىشلەپچىقارمايدۇ دېگىلى بولمايتتى. ئەمما، بىز ناھىيەلەردە بازار ئېچىشنى داۋاملاشتۇردۇق. 4 - ئاينىڭ 16 - كۈنى ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» قەشقەر شەھىرىدە بازارغا سېلىندى. ئۇلار ئالدى بىلەن نېسى تارقاتتى، كىشىلەرگە مەجبۇرلاپ تاڭدى. بىز بۇنى سودىدا باشتىلا دەككە يېگەنلىكىنىڭ بەلگىسى دەپ قارىدۇق. ئۇلار چوقۇم باھانى چۈشۈرۈشكە مەجبۇر بولىدۇ. ئۇ چاغدا، ئۇلارنىڭ مەھسۇلاتى تەتۇر تاناسىپلىق قىممەت يارىتىدۇ، ئىناۋەتنى چۈشىدۇ، ئاخىردا ساتالمايدۇ، قايتا - قايتا باھانى تۆۋەنلەتسە، ئىستېمالچىلار ئارىسىدىكى تەسىرى يامان بولىدۇ. بىز بولساق، تۆۋەن باھادىن يۇقىرى باھاغا ئۆرلەش، نەق پۇلغا سېتىپ، ئاز پايدا ئېلىش، كۆپ سېتىپ، ساتقۇچىلارغا مەنپەئەت يەتكۈزۈش ئۈسۇلىنى يولغا قويدۇق ۋە 23 يۈەنلىك باھا بىلەن كىشىلەرنى باغلانما تىجارەت يولىغا سۆرەپ كىردۇق. بىز تۈزگەن باغلانما شەكلىدىكى توختامنامە پەۋقۇلئاددە دۇكانلاردىن باشقا ھەر قانداق بىر دۇكانغا، ئورگانغا ماس كېلىدىغان بولغاچقا، كىشىلەر دەرھال قوبۇل قىلدى. ئىككىنچى بىر خىل «پامىر»نىڭ يۇقىرى باھاسى بىلەن بىزنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ باھاسى ئارىلىقىدىكى چوڭ پەرق ساتقۇچىلارنى زىيادە خوشال قىلدى. بىز توختام بىلەن ئۇلارنى باغلۇۋالغان بولغاچقا، بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزنى ئىختىيارسىز رەۋىشتە سېتىشقا مەجبۇر بولدى. ئۇنى، يېگىرمە توختام ئەمەلىيلەشكەن بولغاچقا، ھەممىسى توختامدىكى ۋەزىپىنى ئادا قىلىش ئۈچۈن كىم پۇل بەرسىلا ساتتى، ئۇلاردا مەھسۇلاتىمىزنى سېتىش رىقابىتى مەيدانغا كەلدى. بەزىلەر بىر ئايدا ئالتە ئايلىق سېتىش مىقدارىنى ئادا قىلىپ بولدى. بۇنىڭ بىلەن ئىككىنچى بىر خىل «پامىر»غا خېلى ئېغىر زەربە بولدى. ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» ئارقا - ئارقىدىن ئۇچ قېتىم باھانى چۈشۈرۈپ، 26

يۈەنگە، ئايرىم ئەھۋالدا 25 يۈەنگە ساتقان بولسىمۇ، سېتىلىش مىقدارى كۆپ بولمىدى، تارقىلىش دائىرىسىمۇ كېڭەيمىدى.

بىز باغلىما تىجارەت شەكلىنى قەشقەر شەھىرىدىن ھالقىتىپ قەشقەر كوناشەھەر، يېڭىشەھەر ناھىيەلىرىدىمۇ يولغا قويدۇق، قارىغاندا بىز بۇ ئۇسۇلنى باشقا ناھىيەلەر، شەھەرلەردىمۇ يولغا قويساق، نەتىجە قازىنىشتا گەپ يوق ئىدى، گەپنى سەل يىراققا سۈرسەك، نۇرغۇن كىشىلەر بىزنىڭ بۇ سودىنى قىلىپ كېتەلەيدىغانلىقىمىزغا ئىشەنگەن، ئەمما ئايرىم كىشىلەر ئىشەنمىگەنىدى. ئۇلاردا ھەم كۆرەلمەسلىك، ھەم بۇ سودىنى ئۆزى قىلىش ئويى بار ئىدى. ھالبۇكى، بىز ھامان ئۇمىدۋار بولدۇق، سودا پىسخىكىسى جەھەتتە ھامان بىز ئۆز ئەۋزەللىكىمىز بىلەن مەھسۇلات ئەۋزەللىكىنى ئالدىنقى ئورۇنغا قويۇپ، باشقا ھەر قانداق ئىشلاردىن قورقماي، بازارنى ھەقىقىي ئېچىش ئۇستىدىلا غەم يېدۇق. بىز كىشىلەرنىڭ بۇ ھەقتىكى ياخشى سۆزلىرىگە قارىتا، ئىجابىي پوزىتسىيە تۇتۇپ، ئۆزىمىز تاللىغان يول بىلەن سېتىشنى ئىشقا ئاشۇردۇق. شۇڭا، كۇتۇپ تۇرغانلارمۇ ئاخىردا بىزنىڭ سودىمىزغا قارىتا ئىككىلەنسە بولمايدىغانلىقىنى تونۇپ يەتتى. بىزنىڭ مۇلازىمەت جەھەتتىكى ئەلالىق، دەللىكىمىزمۇ كىشىلەرنى رازى قىلدى. ئالدىنقى يىللاردا يۈز بەرگەن باھادىكى بىرده ئۇنداق، بىرده مۇنداق داۋالغۇش كىشىلەرنىڭ مەھسۇلاتقا بولغان چۈشەنچىسى، ئىشەنچىسىنى بۇزغان بولسا، مانا ئەمدى ئەسلىگە كېلىشكە باشلىدى. بۇ بىزگە نىسبەتەن چوڭ بىر ئەۋزەللىك. شۇنىڭغا ئەگىشىپ، بىزده ئايرىم يېتەرسىزلىكمۇ مەۋجۇت بولدى. ئۇ بولسىمۇ مۇلازىمەت سەۋىيەسى ۋە سۈپىتى بەك ئالاھىدە ئەمەس. شۇ چاغدا بىز بەك چوڭقۇر، ئىچكى قاتلاملارغىچە مۇلازىمەتنى قانات يايدۇرمىز دېسەك، نۇرغۇن دەسمايە كېتەتتى. ئۇنى تەننەرخكە قوشۇۋەتسەك، باھانىڭ ئۆزلەپ كېتىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ ـ دە، مەھسۇلاتنىڭ كەڭ كۆلەملىك تارقىلىشىغا ئېغىر دەرىجىدە زەربە بولاتتى. ئۇ چاغدا

مەسۇلاتنى كۆپ سېتىپ، ئاز پايدا ئېلىش، ئاز پايدا ئارقىلىق كۆپ پايدا يارىتىش مەقسىتىگە يەتكىلى بولمايتتى. ئاز سېتىپ كۆپ پايدا ئالمەن دېسەك، نۆۋەتتىكى ئىچىملىك تىجارىتىدە ئاخىرى چىقمايدىغان تىجارەت شەكىللىنىپ قالىدۇ. ھازىرقى ۋاقىتتا مەھسۇلاتنى ئال دېگۈزمەي، ئالمەن دېيىش ناھايىتى ئالاھىدە بىر ئىش ئىدى. ھەر قايسى جەھەتتىن ئويلانغاندا، دائىم خەتەر بىلەن كەسكىن ئېلىشىپ تۇرمىساق، گاھىدا كىشىلەرگە يول قويمىساق بولمايدۇ. شۇنداق ئەھۋاللارغىمۇ يولۇقتۇقكى، ئايرىم توختام تۈزگۈچىلەر مېنىڭ باشقا خېرىدارىم بىلەنمۇ توختام تۈزۈپسەن، دەپ رەنجىدى. بۇنداق ئەھۋال تەكرار سادىر بولدى، سېتىشنى بەك مەركەزلەشتۈرۈۋەتسەك، ئوبوروتقا تەسىر يېتىدىكەن، بەك قويۇۋەتسەك بۇ خىل ئىختىلاپ كېلىپ چىقىدىكەن، ئەمەلىيەتتىمۇ ھەر قانداق توپ تارقاتقۇچىنىڭ ئۆزىگە يارىشا خېرىدارى بولىدۇ. ئۇ خېرىدارلار ئاشۇ بىر ئادەمگە باغلىنىپ قالغان. ئۇلارنى قولدىن بېرىپ قويۇشقا بولمايدۇ، ئەمما، مۇلازىمەتنى بەك چەكسىز قىلىۋەتمەي ئاكتىپ تەدبىر قوللانساق، ئۇ ئىشلار ئۆزلۈكىدىن ئىزغا چۈشمەي قالمايدۇ. سودا بىلەن شۇغۇللانغۇچىلارنىڭ نۆۋەتتە پىشىپ يېتىلگەن پىسخىكىسىمۇ شۇنىڭغا تەشنا. ھازىر مۇشۇ بىر نۇقتىدىن بىز باغلانما تىجارەت توختامىدا بىر خىل باھا ئاستىدىكى بەش خىل رىغبەتلەندۈرۈش لايىھەسىنى تۈزۈپ چىقتۇق. بۇ باغلانما تىجارەت شەكلىنىڭ يەنە بىر خىل ئارتۇقچىلىقى بولۇپ، قوبۇل قىلىنىشى ئاسان، ئاددىي شەكىلدىكى باغلانما تىجارەت ئۇسۇلىدىن نەچچە ھەسسە ئۇستۇن تۇرىدۇ. بۇ ئۇسۇل پىشىپ يېتىلگەندە، ناھىيەلەرگە قەدەر يولغا قويۇشقا بولاتتى. بۇنى يولغا قويالمساق، مەبلەغ قىيىنچىلىقىمىزنى ئازايتىپ، مۇلازىمەت دائىرىسىنى كېڭەيتىشكە پۇرسەت تۇغۇلاتتى.

قەشقەردە بىز بىلەن باغلانما تىجارەت توختامىنى تۈزگەنلەردىن ئون نەچچە ئادەم بىر ئايدىلا 6 ئايلىق سېتىپ

چىقىرىش مىقدارىنى تۆۋەتتى. پۇلنى دەل ۋاقتىدا قولىمىزغا تەگكۈزدى. قەشقەر شەھىرىگە كىرگۈزۈلگەن 6443 يەشىك مىنېرال سۇدىن ھازىرغىچە سېتىلىپ بولغىنى 4310 يەشىك، بۇنىڭدىن 2000 نەچچە يەشىكنىڭ پۇلى ئەمەلىيلەشتى.

ئومۇملاشتۇرغاندا، شۇ چاغدا شىركەتتىن كەلگەن مىنېرال سۇ 12 مىڭ 30 يەشىك بولۇپ، سېتىپ چىقىرىش جەھەتتىكى تىرىشچانلىقىمىز ناھايىتى قەتئىي بولسىمۇ، شىركەت ئويلىغىنىدەك، ئۆزىمىز پىلانلىغاندەك مەقسەتنى ئىشقا ئاشۇرالماي، بىئارام بولدۇق. قەرز ئېلىش يولى بىلەن ×× ناھىيەدىن شىركەتكە 100 مىڭ يۈەن ھەل قىلىپ بەردۇق، ئىلگىرى - كېيىن بولۇپ شىركەتكە سۇ پۇلىدىن 76 مىڭ يۈەن ئەۋەتىپ بېرەلىدۇق. مانا بۇ، زاۋۇتنىڭ ئىشلەپچىقىرىش تەرەققىياتىغا ئىجابىي تەسىر كۆرسىتىدۇ. ئامالنىڭ بارىچە تىرىشچانلىق كۆرسىتىپ، مەبلەغ مەسىلىسىنى ھەل قىلىپ بېرىش بىزنىڭ باش تارتساق بولمايدىغان مەجبۇرىيىتىمىز. بۇ خىل جاۋابكارلىق ئالدىدا بىر مىنۇتمۇ سۈكۈت قىلىپ تۇرالمايمىز. شىركەتنىڭ بىزگە داۋاملىق كۆرسەتمە بېرىشىگە تەشنا. بۇ سەممىي ھېسسىياتىمىز تىجارەت نۇقتىسىدىن ئېتىراپ قىلىنمىسىمۇ، ئەمەلىيەت نۇقتىسىدىن ئېتىراپ قىلىنسا دېگەن ئۈمىدتە بولدۇق.

2000 - يىلى 5 - ئاينىڭ 29 - كۈنى

سېتىپ چىقىرىشتىكى خەتەر ۋە زىيان

تېگى - تەكتىدىن ئالغاندا، قايسى خىل «پامىر» بولسۇن، ئۇنىڭ ماھىيىتى سۇ. شۇنداق ئېيتىشقا بولىدۇكى، بىزدە تاتلىق سۇ، تاتلىقلاشتۇرۇلغان، ساپلاشتۇرۇلغان سۇ بەك كۆپ. مۇشۇنداق سۇدىن قۇتىلىق، تۆڭلۈق سۇ ئىشلەپچىقىرىدىغان سۇ زاۋۇتلىرىمۇ ئىنتايىن كۆپ. بۇلارنىڭ ھەممىسىنىڭ كىشىلەر نەزىرىدىكى چۈشەنچىسى: بۇ سۇلار پەقەتلا ئۇسسۇزلۇقنى قاندۇرۇش رولىغا ئىگە دېگەندىن ئىبارەت. گەرچە ئاشۇ سۇلارنىڭ سالامەتلىكنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش، ئاسراش، كېسەلگە شىپا بولۇشتەك رولى خېلىلا يۇقىرى بولسىمۇ، ئەمما ھەممىلا ئادەم ئۇنداق يۇقىرى باھا بېرىۋەرمەيدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىغىمۇ مۇشۇ خىل يەكۈننى تەدبىقلاشقا توغرا كېلىدۇ. ئالاھىدە تىلغا ئېلىشقا تېگىشلىك ئارتۇقچىلىقى ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ ئادەتتىكى سۇدىن ئارتۇقچىلىقى ناھايىتى كۆپ، ئۇ مۇشۇ ئارتۇقچىلىقى بىلەن تىجارەت قىلىدىغان، پۇل تاپقىلى بولىدىغان مەھسۇلات قىلىپ ئىشلەنگەن. بىراق نېمىلا دەيلى بۇنداق مەھسۇلاتنىڭ بېسىلىپ قىلىش ئېھتىمالى زور بولىدۇ. شۇ سەۋەبتىن نۇرغۇن ئىچىملىك ساتقۇچىلار بۇ خىل تىجارەتتىن ھامان دادلايدۇ. دېمەك، مىنېرال سۇ تىجارىتى قىلىش شۇنچىلىك قىيىن، شۇنچىلىك جاپالىق بولىدۇ. بۇنى پەقەت قىلىپ باققان ئادەملا بىلىدۇ. ئەمەلىيەت جەريانىدا نۇرغۇن خەتەر ۋە زىيانغا ئۇچرايمىز. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى بېسىلىپ قالسا قانداق قىلىش كېرەك؟ ئۇنىڭ پايدىلىق ۋە زىيانلىق تەرەپلىرى قايسى جەھەتلەردە ئىپادىلىنىدۇ؟

1. تۆۋەن باھادا تۆكمە قىلىپ سېتىش كېرەك

بۇ خىل تۆكمە قىلىپ ئەرزان باھادا سېتىشنىڭ پايدىسى بىلەن زىيىنى تەڭ مەۋجۇت بولىدۇ. (1) بۇ خىل سېتىش مەھسۇلاتنىڭ ئومۇمىيۈزلۈك زىيانغا ئۇچرىشىنى مەلۇم دەرىجىدە چەكلەپ، سەرمايىنىڭ ئورنىنى تولدۇرۇۋېلىشقا ئاساس سېلىپ بېرىدۇ. بۇ پايدىلىق تەرىپى. (2) بۇ خىل سېتىش شۇ خىل مەھسۇلات ۋە شۇ خىل مارکىنىڭ كىشىلەر نەزىرىدىكى ئوبرازىنى خۇنۇكلەشتۈرىدۇ، ياخشى تەسىرىنى يوق قىلىدۇ. بۇ شۇ خىل مەھسۇلاتنىڭ كېيىنكى ئىستىقبالىنى، سېتىش يوللىرىنى كەڭ ئېچىشقا توسالغۇ بولىدۇ. (3) نېسى سېتىشقا توغرا كېلىدۇ.

2. ياندۇرقى يىلى سېتىش كېرەك

بۇ خىل مەھسۇلاتنى يۇقىرىقىدەك تۆكمە قىلىپ سېتىشتىن ساقلىنىش ئۈچۈن ئامبار قالدۇقى بولۇپ قالسا، ياندۇرقى يىلى سېتىشقا توغرا كېلىدۇ. ياندۇرقى يىلى سېتىشنىڭ پايدىسى تۆكمە قىلىپ سېتىشقا قارىغاندا ياخشى بولىدۇ. ئەمما بۇنىڭمۇ بىرقانچە خىل زىيانلىق تەرىپى بار: (1) مەھسۇلاتنىڭ سۈپىتىدە ئۆزگىرىش بولۇشى مۇمكىن: (2) ساقلاش ھەققى كۆپىيىدۇ: (3) بۇزۇلۇشى ئېغىرلىشىدۇ، مەسىلەن، چاشقان، قار ـ يامغۇرنىڭ بۇزغۇنچىلىقى قاتارلىقلار.

3. زورۇقۇپ سېتىلغاندىن كېيىنكى خەتەر

شىركەت بىلەن تۈزگەن توختامدا يىللىق سېتىش پىلانى تۈزۈلگەن بولۇپ، ھازىرقى بازار ئەھۋالىدا پىلاننى ئادا قىلىش مۇمكىن ئەمەس ئىدى. مۇشۇنداق ئەھۋالدا ۋەزىپىنى ئادا قىلىش ئۈچۈن زور مىقداردا مەھسۇلاتنى زورۇقۇپ سېتىشقا، تېگىپ سېتىشقا مەجبۇر بولۇشىمىز مۇمكىن. بۇنىڭ پايدىسى: پىلاننى سان جەھەتتىن ئورۇنلاشقا بولىدۇ. بۇنىڭ زىيانلىرى: (1) سېتىش

كىرىمنى تولۇق ئەسلىگە كەلتۈرۈش ئىشقا ئاشىمايدۇ. يەنى زورۇقۇپ، تېڭىپ سېتىلغان مەھسۇلاتنىڭ پۇلىنى دېگەن ۋاقىت - قېرەلمىدە ئالغىلى بولمايدۇ. (2) مەھسۇلاتنىڭ نۇرغۇن دەسمايىسى، مەبلىغى تۈرۈپ قالىدۇ. (3) ئۆلۈك هالدىكى بېسىلىپ قېلىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىپ، ئوبوروت تۆۋەنلەپ كېتىدۇ.

4. نېسى مال پۇلىنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش جەھەتتىكى قىينچىلىق

ساتىدىغان نۇرغۇن مەھسۇلاتلارنىڭ ئاخىرىنى ئۈزۈپ تۇگەتكىلى بولمايدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ ئاخىرىنى ئۇزۇشمۇ شۇنداق بولىدۇ. شۇڭا، بەلكىم يىل ئاخىرىدا نۇرغۇن ساتقۇچىلار، تارقاق ساتقۇچىلار ئېشىپ قالغان مەھسۇلاتلارنى باھانە قىلىپ، مەھسۇلات پۇلىنى تولۇق ئەسلىگە كەلتۈرۈشكە توسالغۇ بولۇشى مۇمكىن. شۇڭا بۇ خىل قالدۇق بولۇپ قالغان مەھسۇلاتلارنى دەرهال يېغىپ، قايتۇرۇۋېلىش، سېتىپ بولغان مەھسۇلاتنىڭ پۇلىنى تولۇق ئەسلىگە كەلتۈرۈش كېرەك. مۇشۇنداق قىلغاندا، ئېشىپ قالغان مەھسۇلاتنىڭ كەلتۈرىدىغان زىيانلىرىنى تۇگەتكىلى بولىدۇ. ئەمما، ئېشىپ قالغان مەھسۇلاتنى قايتۇرۇۋالمىغاندا، ياندۇرقى يىلى سېتىشقا، پۇلىنى تاپقاندا بېرىشكە ماقۇل بولۇشقا توغرا كېلىدۇ.

5. ئەسلىھەلەرنىڭ كەلتۈرىدىغان زىيىنى

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ سودىسى خۇددى پاللىدە قىلىپ ئۆچكەن چاقماق يالقۇنىغا ئوخشايدۇ. ئۇ پەسىل خاراكتېرى ناھايىتى كۈچلۈك بىر خىل مەھسۇلات. شۇڭا، ئۇ ئىستېمالدىن توختىغان هامان ساتقۇچىلار، سېتىپ چىقارغۇچىلارغا شارائىت ئۇڭايسىزلىقى ئېلىپ كېلىدۇ. بەزى ساتقۇچىلار پەقەت مۇشۇ سۇنى دەپلا بىر قىسىم ئەسلىھەلەرنى

سەپتىۋالغان، ياساتقان، بۇ خىل ئەسلىھەلەرنىڭ چىقىم زىيانلىرىنى شۇ بىر قېتىملىق سەپتىش بىلەن تولۇقلاپ كەتكىلى بولمايدۇ. بۇنىڭدىن باشقا، ئورۇن، ئامبار، دۇكان قاتارلىقلارنىمۇ نەزەردىن ساقىت قىلىۋېتىشكە بولمايدۇ. بۇ خىل نەرسىلەرنى پەقەت بىرنەچچە ئايلىق ئالغىلى بولمايدۇ، ئالغىلى بولىدىغانلىرىنىڭ ئورنى مۇۋاپىق بولمايدۇ، ئالغىلى بولمايدىغانلىرىنىڭ ئورنى مۇۋاپىق بولسىمۇ، باھاسى، ئىشلىتىش ۋاقتى ئوخشاش بولمايدۇ. شۇنداق ئىكەن، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ساتمىغان مەزگىلدىمۇ ھەق تۆلەشكە توغرا كېلىدۇ. بۇنىڭغا كېتىدىغان كۈچ، مەبلەغمۇ ئاز بولمايدۇ.

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ زىيانغا ئۇچراش ئېھتىماللىق سەۋەبىنى كۆپ تەرەپتىن مۆلچەرلەش مۇمكىن. (1) قەشقەردە نۇرغۇن كىشى سۇ قاتارلىق ئىچىملىكلەرگە جىددىي پوزىتسىيەدە بولمايدۇ. يېقىنقى يىللاردىن بۇيانقى سودا كاساتچىلىقى يېمەك - ئىچمەك سانائىتىنىڭ تەرەققىي قىلىشىغا توسالغۇ بولدى. شۇ ۋەجدىن نۇرغۇن ئىچىملىك كارخانىلىرى ئىشلەپچىقارغان مەھسۇلاتلىرىنى 1 -، 2 -، 3 - قول ساتقۇچىلارغا نەق بېرىدىغان، نېسى ساتمىدىغان، يەنى مالنى ئالدىن بېرىپ، سېتىپ بولغاندىن كېيىن پۇلنى ئالىدىغان قائىدىسى شەكىللەندۈرگەن. بۇنىڭ بىلەن ئىچىملىك ساتقۇچىلاردا سېتىش قىزغىنلىقى تۆۋەن بولۇش، مال پۇلىنى ۋاقتىدا بەرمەسلىك، توختامغا ئەمەل قىلماسلىق كەيپىياتى ئەۋج ئالغان. شۇڭا ساتقۇچىلار مەھسۇلات سېتىلسىمۇ ۋاقتىدا پۇلىنى بەرمەيدۇ، بەلكى ئارقىسىغا سۈرەپ پايدىلىنىدۇ. (2) ئايرىم كارخانىلارنىڭ مەھسۇلاتلىرى ساتقۇچىلارنىڭ قولى بىلەن تۆكمە قىلىپ سېتىلىدۇ. سەۋەبى ئۇ نېسى بېرىلگەن مەھسۇلات بولۇپ، ئۇلار مەھسۇلات ئىگىسىنىڭ زىيانغا ئۇچرىشىنى نەزەرگە ئالمايدۇ. بەلكى نېمە قىلالايسەن، دېگەندەك مەھسۇلات پۇلىنى خالىغان

ئىشلارغا سەرپ قىلىۋالالايدۇ. زۆرۈرىيىتى كەلسە نۇرغۇن جاينىڭ پۇلىنى يىغىۋېلىپ، ۋەيران بولدۇم دەپ يوققا چىقىرىشقا تىرىشىدۇ. بولۇپمۇ بازارلىق مەھسۇلاتلارنى كەڭ كۆلەمدە كىرگۈزۈپ، ئەرزان سېتىپ پۇل قىلىپ، بانكا قەرزىگە، باشقا مەھسۇلاتلارنىڭ قەرزىگە، باشقا تۇردىكى مەھسۇلاتلارنى كىرگۈزۈش رەنىسىگە دەسمىي قىلىۋالىدۇ. ئايرىملىرى تېخى ئىشچى - خىزمەتچى، مۇلازىمەتچىلەرنىڭ ئىش ھەققى، پاراۋانلىق، تۇرمۇش، ئەسلىھە شارائىتىنى ياخشىلاشقا سەرپ قىلىۋالىدۇ. ھەتتا تېخى ۋەيران بولۇشتىن ساقلىنىش مەبلىغى قىلىۋېلىشىمۇ مۇمكىن.

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ئالىدىغان بولساق، مىنېرال سۇ قىسقا ۋاقىت ئىستېمال قىلىنىدىغان مەھسۇلات بولۇپ، مەھسۇلاتنىڭ ئايىغى ئۆزۈلمەي تۇرۇپلا، قىش، ئەتىيازدا توختاپ قالىدۇ. بۇ مەھسۇلاتنى سېتىش بىلەن شۇغۇللانغانلاردا چوقۇم كۆپ خىل تەييارلىق بولۇشى كېرەك. يەنى ئالدىن ئىشلەپچىقارغان ۋە كىرگۈزگەن بىر قىسىم مەھسۇلات كۈز كىرىشى بىلەن بېسىلىپ قالىدۇ. بۇنى قانداق قىلىش كېرەك؟ بېسىلىپ قالغان ۋە ئېشىپ قالغان مەھسۇلاتنى يانداۋۇرقى يىلى ساتسا، سۈپەتتە مەسىلە كۆرۈلسە قانداق قىلىش كېرەك؟ يانداۋۇرقى يىلى مۇشۇ تۇردىكى يېڭى مەھسۇلات بازارغا كىرسە، قانداق قىلىش كېرەك؟ بۇ مەھسۇلات كاساتلاشسا قانداق قىلىش كېرەك؟ دېگەندەك تەشۋىش ۋە ئۇنۇملۇك ھەل قىلىش تەدبىرىنى ئويلىنىش كېرەك. (3) ساتقۇچىلاردىكى نېسى مال پۇلىنى ئەسلىگە كەلتۈرۈشتىمۇ يۇقىرىقىدەك ئەھۋاللاردىن خالىي بولغىلى بولمايدۇ. ئۇلارمۇ مال پۇلىنى باشقا ئىشلارغا سەرپ قىلىۋالىدۇ. ئېلىپ قېچىپ كېتىدۇ. ھەتتاكى، باشقىلارغا قەرز بېرىپ، ئەسلىگە كەلتۈرۈشكە توسالغۇ بولىدۇ. ئەمما ئۇلارنىڭ كەلتۈرىدىغان زىيىنى چوڭ كارخانىلار كەلتۈرگەن زىياندەك كۆپ بولمايدۇ، ئادەتتە توپ - پارچە ساتقۇچىلارنىڭ كىرگۈزىدىغان مەھسۇلاتى چەكلىك نىسبەتتە بولىدۇ، قانداقتۇر چوڭ، ئوتتۇرا، كىچىك تىپتىكى

سېتىش، مۇلازىمەت قىلىش كەسپى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان كارخانىلاردەك نەچچە ئون تونىنا مەھسۇلاتنى بىراقلا قوبۇل قىلىۋالالمايدۇ، قوبۇل قىلسا گۇمانلىنىپ، تەكشۈرۈشكە توغرا كېلىدۇ ياكى زور مىقدارداۋ رەنە پۇلى ئېلىشقا توغرا كېلىدۇ. شۇنىمۇ كۆرۈش كېرەككى، توپ - پارچە ساتقۇچىلارنىڭ سېتىش، پۇل بېرىش قىزغىنلىقى چوڭ مۇلازىمەت كەسپىي كارخانىلىرىنىڭكىدىن يۇقىرى بولىدۇ. قىسمەن ئەھۋالدا كەلتۈرىدىغان زىيىنىمۇ ئاز بولىدۇ. (4) چوڭ تىپتىكى سېتىش، مۇلازىمەت قىلىش كەسپى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان كارخانىلار بىلەن تارقاق ساتقۇچىلارنىڭ كەلتۈرىدىغان زىيىنى ئوخشاش بولمايدۇ، مىقدار جەھەتتىن ئالغاندا، كارخانىلارنىڭ بىرلا ۋاقىتتا، بىرلا قېتىمدا كەلتۈرىدىغان زىيىنى چوڭ، ئەسلىگە كەلتۈرۈش قىيىن بولىدۇ. تارقاق ساتقۇچىلارنىڭ بىرلا قېتىمدا بىرلا ۋاقىتتا كەلتۈرىدىغان زىيىنى ئاز بولىدۇ، ئەسلىگە كەلتۈرۈش بىر قەدەر ئاسان بولىدۇ. سېتىش جەھەتتە كارخانىلارنىڭ كەلتۈرىدىغان زىيىنى ئېغىر، تارقاق ساتقۇچىلارنىڭ ئاز بولىدۇ. يەنى كارخانىلار يۇقىرى ئۆلچەمنى ئاساس قىلىپ، تۈرلۈك چىقىملارنى قوشۇپ مەھسۇلاتنى بازارغا سالىدۇ، پايدا ئۆلچىمىدە يۇقىرى ئۆلچەمنى ئاساس قىلىۋالىدۇ، بۇ كۆپلەپ سېتىپ چىقىرىشقا، سېتىش قىزغىنلىقىغا نۇقسان يەتكۈزىدۇ. تارقاق ساتقۇچىلارنىڭ بولسا ئالىدىغان پايدىسى ئاز بولسىمۇ، سېتىش قىزغىنلىقى يۇقىرى، مەھسۇلاتقا چاپلايدىغان تەننەرخى تۆۋەن بولىدۇ، يۇقىرى پايدىنى قوغلاشسىمۇ، مەھسۇلات تەننەرخىنى بەك ئاشۇرۇۋەتمەيدۇ، بەلكى كۆپ سېتىش، ئاز پايدا ئېلىشنى ئىشقا ئاشۇرۇشقا تىرىشىدۇ، بۇ مەھسۇلات پۇلىنىڭ ۋاقتىدا ئەمەلىيلىشىشگە تۈرتكە بولىدۇ.

شۇ نەرسىنى ئەستە تۇتۇش كېرەككى، بىز بىر مەھسۇلاتنى ئىشلەپ بازارغا سالدۇق دېمەكلىك بىلەن، ئۆزىمىزمۇ مۇرەككەپ تۈرمۇش، ئىشلەپچىقىرىش مۇھىتىغا كىرىپ قالىمىز. شۇنىڭ بىلەن بىرگە ئۆزىمىزگە باغلىنىشلىق بولغان نۇرغۇن ئادەمنىمۇ

ئۆزىمىزگە تەۋە بولغان مۇھىت، باغلىنىش ئىچىگە، سەرپىيات ۋە ياشاش قاينامليرىغا سۆرەپ كىرىمىز. بۇ يەردىكى ئاساسىي ئىش بىزنىڭ مەجبۇرىيىتىمىزدە بولىدۇ. بىز ئۆزىمىزنىڭ ياخشى تەرەپلىرىنى ئويلاش بىلەن بىرگە ئاشۇ بىزگە باغلىنىپ قالغان كىشىلەرنىڭمۇ مەنپەئەتىنى ئويلىشىمىز، ئۇلارغا قۇربىمىزنىڭ يېتىشىچە ياردەم بېرىشىمىز كېرەك. مەھسۇلاتىمىزنىڭ سېتىلىش جەريانىدا ئۇچرىغان زىيان، خىرىسلارنى بالدۇر ئويلاپ، بالدۇر تۇتۇش قىلىپ، يۇز بېرىش ئېھتىماللىقى بولغان ئىشلارنىڭ ئالدىنى ئېلىش تەييارلىقىنى ياخشى قىلىشىمىز كېرەك. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى سېتىشنىڭ تۇنجى يىلىدا بىز يۇقىرىدىكى ئىشلارنىڭ ئالدىنى ئېلىشنى ياخشى ئىشلىشىمىز كېرەك.

2000 - يىلى 1 - ئاينىڭ 13 - كۈنى

ۋاقىتلىق نېسى سېتىپ، بازار يېتىلدۇرۇش كېرەك

مەھسۇلاتلارنى نېسى سېتىش بىر خىل پاسسىپ تىجارەت ئۇسۇلى بولۇپ، كۆپ ھاللاردا ئۇنىڭ خەتىرى بەك چوڭ بولىدۇ. مانا مۇشۇ ئەمەلىيەتنى، خەتەرنى ئويلىغاندا، ھەر قانداق بىر مەھسۇلاتنى نېسى ساتسا بولمايدۇ. تىجارەتكە پىشقان كىشىلەر بۇ ئىشتا ناھايىتى تەجرىبىلىك بولۇپ، ھەر قانچە چوڭ پايدا چىقسىمۇ قولىدىكى نەق مەھسۇلاتنى ھەرگىز نېسى ساتمايدۇ. ئەمما، بازار ئېچىش، ساتقۇچىلارنىڭ سېتىش قىزغىنلىقىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ۋە ئايرىم مەھسۇلاتلارنىڭ ساتقۇچىلىرىدا شەكىللەنگەن ئادەت خاراكتېرى، ساتقۇچىلارنىڭ مال قوبۇل قىلىش پىسخىكىسىنى نەزەرگە ئالغاندا، ۋاقىتلىق نېسى سېتىشقا مەجبۇر بولىدىغان ئىشمۇ دائىم يۈز بېرىدۇ. بۇمۇ كۆپ تەرەپكە باغلىق، چۈنكى مەھسۇلاتنىڭ ئېھتىياجى، سېتىپ چىقىرىش تەقەززاسى مۇشۇنداق پاسسىپ تىجارەت ئۇسۇلىنى قوللىنىشقا بۇاستە سەۋەب بولىدۇ. بەزىدە ناھايىتى نۇرغۇن مەھسۇلاتنى نېسى قىلىپ سېتۇۋېتىشكە توغرا كېلىدۇ. بۇ يەردىكى نېسى قىلىپ سېتۇۋېتىشتىكى گەپ خەتەرنى قانداق بىر تەرەپ قىلىشتا بولىدۇ. ئادەتتە نېسى قىلىپ سېتىۋەتكەندە دەمال نۇرغۇن مەھسۇلات قولدىن چىقىپ، ئوبوروت قىلىنىپ بولغاندەك كۆرۈنىدۇ. ئەمەلىيەتتە، يۇقىرىدا دېگەندەك ئۇنىڭ خېيىم ـ خەتىرىنى قانداق بىر تەرەپ قىلىش ناھايىتى مۇھىم بىر مەسىلە. ئۇنداقتا نېسى قىلىپ سېتىۋەتكەندىن كېيىن كۆرۈلىدىغان خېيىم ـ خەتەرنى قانداق ئازايتقىلى بولىدۇ؟

مەھسۇلاتنى نېسى قىلىپ سېتىۋەتكەندىن كېيىن

كۆرۈلمىدىغان خېيىم - خەتەرنى كونكرېتلاشتۇرساق، ئۇنىڭ يۈز بېرىش مۇمكىنچىلىكى ناھايىتى روشەن بولغان تەرەپلىرىنى كۆرەلەيمىز. «پامىر» مىنېرال سۇيىنى سېتىشقا باشلىغان دەسلەپكى چاغلاردا سۇغۇق ئىچىملىكلەرنىڭ، بولۇپمۇ مىنېرال سۇ، پاكىزلانغان، تازىلانغان سۇلارنىڭ ئالدى بىلەن توپ ساتقۇچىلارغا نىسبى بېرىلمىدىغانلىقىنى، پۇلىنىڭ مەھسۇلات سېتىلىپ بولغاندا يىغىۋېلىنمىدىغانلىقىنى بىلمەيتتۇق. بۇنى ئۇققاندىن كېيىن تولىمۇ ھەيران قالدۇق. بۇ بىز تەكشۈرۈپ بىلگەن ئىشلار ئىچىدە دىققەت قىلمىغان، سىر بولۇپ قالغان ئىش ئىكەن. شۇ چاغدا 600 گىرامدىن قىلىپ قاچىلانغان 20 بوتۇلكا مىنېرال سۇ بىر يەشىك بويىچە ھېسابات قىلىناتتى. بىز كۆڭلىمىزدە ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى 1998 - يىلى ھەر بىر يەشىكى 28 يۈەن توپ، 35 يۈەندىن 65 يۈەنگىچە پارچە سېتىلغانلىقىنى نەزەردە تۇتۇپ، بىر يەشىكنى توپ ھېسابلىغاندا 23 يۈەندىن نەق پۇلغا ساتساق، ناھايىتى ياخشى بولىدىغۇ، دەپ ئويلىغانىدۇق. ئەمما بىز مەھسۇلاتنى بازارغا سېلىپ، نەق پۇل بېرىشنىڭ گېپىنى قىلمۇدۇق، توپ ساتقۇچىلار پىسەنت قىلىپ قويمىدى، ئەرزان بولسىمۇ، نەق پۇلغا زادىلا ئالمىدى. بىز بىر قىسىم توپ ساتقۇچىلار بىلەن مۇڭدىشىپ، ئۇلارنىڭ يارەم قىلىش ھېسابىغا مەھسۇلاتىمىزنى نەق پۇل ئېلىپ تىجارىتىمىزنى باشلاپ بېرىشىنى ئۆتۈنگەن بولساقمۇ، كېيىن ئالايلى دەپ مەيدىمىزدىن ئىتتىرىپ تۇردى. ئۇلار: «سۇ دېگەننى نىسى ئالمىز، سىلەرمۇ دەسلەپ نىسى بېرىشكىلار كېرەك، بولمىسا بىز باشقىلارنىڭ مەھسۇلاتىنى ساتىمىز، سۇ دېگەن ئات گۆشىگە ئوخشايدۇ. باشقىلار ئالسا ساتىمىز، ئالمىسا زورلىغىلى بولمايدۇ. مەيلى ئەرزان سېتىڭلار، مەيلى قىممەت سېتىڭلار، بىزگە بەربىر، مەھسۇلاتىڭلارنى ئەكېلىپ قويساڭلار، سېتىلىپ قالسا پۇلىنى بېرىمىز،

سېتىلمىسا مەھسۇلاتنى ئېلىپ كەتسەڭلار بولىدۇ» دېگەن پوزىتسىيەدە بولدى. نەق پۇلغا سېتىشنىڭ گېپىنى ئاڭلىغان بەزىلەر مىيىقىدا كۈلۈپ قويدى. راستىنى ئېيتقاندا، ئۇلار بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزنى ساتمىغانغا سودىسىز قالمايدىكەن. بىز بۇنى بىلىپ، بۇ جەھەتتە ناھايىتى چوڭقۇر چۈشەنچىگە ئىگە بولدۇق. ھەتتا، ساتىمىز دەپ قىزغىن پوزىتسىيە قوللانغان، باغلانما توختامغا قول قويغان ساتقۇچىلارمۇ توختام قەغىزىنى قولىمىزغا تۇتقۇزۇپ قويدى. بىز بىرقانچە قېتىملىق كۈتمىگەن جاۋاب ۋە دەككىدىن كېيىن، ھەممە ئىشنى تامامەن چۈشەندۇق. تېخى بەزىلەر ئالدىنقى يىلى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ساتقان ×× ئەپەندىمۇ شۇنچە قىممەت بولسىمۇ نېسى تارقاتقان، پۇلنى كېيىن يىغقان، دېدى. بۇ سۆنى نېسى تارقىتالمىغانلار ساتالايتتى، دېمەك، بۇ مەھسۇلاتنىڭ نېسى سېتىلىدىغانلىقىنى، ساتقۇچىلارمۇ نېسى ئېلىپ، نەق - نېسى قىلىپ ساتىدىغانلىقىنىمۇ بىلىۋالغىلى بولاتتى. نېسى سېتىشتەك بۇ خىل ئۇسۇل ئەسلىدىكى «پامىر»غا ئومۇملىشىپ قالغانىدى. ئەلۋەتتە بۇنى ئۆزگەرتىش ئاسان ئەمەس ئىدى. شۇنداق بولغاچقا، ھەر قانچە كۈچەپ باققان بولساقمۇ، مەھسۇلاتنىڭ پۇلى بىرەر قېتىممۇ نەق بولمىدى. بىز بۇ سودىنى قىلىش جەريانىدا، نۇرغۇن نەرسىلەرنى ھېس قىلدۇق. نېسى سېتىش مۇشۇ تۇردىكى مەھسۇلاتنىڭ بازارغا كىرىشىدىكى بىر مۇھىم ھالقا، بازار ئېچىشقا تۇرتكە، سېتىلىشىغا ۋاسىتە بولۇپ قالغانىدى. بىراق نېسى سېتىشنىڭ ھەقىقەتەن خەتىرى چوڭ، بۇ يولغا كىرىپ قالغاندا، ناھايىتى سەزگۈر، چاققان بولۇش زۆرۈر ئىدى. لېكىن نېمىلا دەيلى بۇ ئىشتا بىرەر ياخشى چارىنى تېپىپ، ئۇنىڭ خېيىم - خەتىرىنى تۈگىتىپ، بىر باشقا ئېلىپ چىقىش ئاسان ئەمەس ئىدى، بۇنىڭ ئۈچۈن ھەر تەرەپلىمە تىرىشچانلىق كۆرسىتىشكە توغرا كېلىدۇ. قانداق قىلىش كېرەك؟ نېسى

بەرمەيمەن دەپ تىجارەت قىلمىساق بولمايدۇ - دە! قاراپ تۇرساق تېخىمۇ چاتاقنىڭ چوڭى چىقىدۇ. ئۇستىمىزگە ئارتىلىپ قالغان 1000 تونىنا مىنېرال سۇنى سېتىپ چىقىرىش ۋەزىپىسىنى ئادا قىلمىساق، نۇرغۇن زىيانغا دۇم چۈشىمىز. ئۇنىڭدىن كۆرە تەۋەككۇل قىلماي بولمايتتى. بۇ تەۋەككۇلچىلىك چوقۇم ئىلمىي، جانلىق بولۇشى كېرەك. بىز ئاخىردا بازار ئېچىش ئۈچۈن نېسى ساتماقتىن باشقا ھېچقانداق چارىمىزنىڭ يوقلۇقىنى بىلدۇق. بىز نېسى سېتىشقا شۇنچىلىك ئۆچ تۇرۇپمۇ ھېچقانداق ئامال قىلالماي، نېسى سېتىش يولىغا قەدەم قويدۇق. شۇڭا بىز ھەر بىر نېسى ساتقۇچىغا ئەڭ كۆپ بولغاندا 50 يەشكىتىن مىنېرال سۇ بېرىشنى ئويلاشتۇق. بۇنىڭدا پەقەت بىرلا قېتىم نېسى قىلىش، ئىككىنچى قېتىمدىن باشلاپ نەق قىلىش ياكى ئالدى بىلەن نېسى بېرىش، كېيىنكى قېتىم مەھسۇلات بەرگەندە، ئالدىنقى قېتىم بەرگەن مىنېرال سۇنىڭ پۇلىنى ئېلىپ بولۇپ ئاندىن مەھسۇلات بېرىش ئۇسۇلىنى قوللانماقچى بولدۇق. نېسى ئېلىپ ساتقۇچىلارغا ھەقسىزلا ئىگە بولۇش، ئۇلار يازغان ئىسپات تولۇق بولۇش، كېپىل بولغۇچى تۇرغۇزۇش، بىزدىن ئالغان مەھسۇلاتنىڭ پۇلىنى ۋاقتىدا بېرەلەيدىغان، چوقۇم تۆلىيەلەيدىغان بولۇشنى شەرت قىلدۇق. بۇنىڭ ئۈچۈن ھەر بىر نېسى ئېلىپ ساتقۇچىغا نىسبەتەن ئىچكىرىلەپ ئېنىقلاش ئېلىپ باردۇق. قېچىپ كېتىدىغان، سېتىۋېلىپ پۇلىنى بەرمەي خەجلەپ كېتىدىغان، گېپىدە تۇرمايدىغان ئادەملەرنى نېسى بېرىش دائىرىسىدىن چىقىرىپ تاشلىدۇق. ناھىيەلەردە بولسا ئۆزىمىز تونۇيدىغان، مال - مۈلۈكى بار كىشىلەرگە نېسى بەردۇق. ئەگەر بىز بۇ جەھەتتە كەتكۈزۈپ قويساق، ئۇ ھالدا مەھسۇلاتنى نېسى ئېلىۋالغان ساتقۇچىلار تۇرلۇك ئامالىلار بىلەن بىزدىكى يوچۇق، بوشلۇقتىن كۆپ تەرەپلىمە پايدىلىنىپ، مەھسۇلاتنىڭ پۇلىنى، ھەتتاكى دىرىنى بەرمەي يوق قىلىۋېتىدۇ. بۇ بىزنى

نۇرغۇن ئاۋارىچىلىككە سالىدۇ. بۇنى تەسەۋۋۇر قىلغاندىمۇ ئاقۇبتىنىڭ شۇنچىلىك يامان ئىكەنلىكىنى ھېس قىلىش ئۇنچىلىك تەس ئەمەس. بىز كېيىن نېسى بېرىشنىڭ بىخەتەرلىكىنى كۆچەيتىش تەدبىرلىرىنى ئوبدان يولغا قويالىساق خەتىرىنى ئازايتىش نىشانىغا تولۇق يەتكىلى بولىدىغانلىقىنى ھېس قىلدۇق.

مەھسۇلاتنى نېسى بېرىپ ساتقۇزۇشنى ۋاقىتلىق نېسى سېتىش دەپ ئاتاشقىمۇ بولىدۇ. بۇنداق ساتقاندا: (1) ساتقۇچىلارنىڭ سانى ئۇزۇكسىز كۆپەيمەيدۇ، سەۋەبى: ئۇلار ئۆز يېنىدىن مەبلەغ سالمايدۇ، نېسى ئالغان مەھسۇلاتنى سېتىش مۇلازىمىتىنى يولغا قويۇش بىلەن پايدا يارىتىدۇ؛ (2) نېسى مەھسۇلات ئۇلار ئۈچۈن زاپاس مەبلەغ بولۇش رولىنى ئويناىيدۇ، ھەتتا، ئۇلار نېسى مەھسۇلاتنى ۋاقتىدا، تېز سېتىپ، ئۇنىڭ پۇلىنى مەبلەغ قىلىپ باشقا مەھسۇلاتلارنى سېتىۋېلىشقىمۇ ئولگۇرىدۇ. بۇ ئارقىلىق ۋاقىتلىق مەبلەغ قىيىنچىلىقىنى ھەل قىلىپ، ئۆزىنىڭ مال مەنبەسىنى كۆپەيتىۋالىدۇ؛ (3) ئۇلار نېسى مەھسۇلاتنى تېزراق سېتىپ چىقىرىشتا ئۆزلىرىدىن پارچە مەھسۇلات سېتىۋالغۇچىلارغا كۆپرەك تەۋسىيە قىلىشقا تىرىشىدۇ؛ (4) نېسى مەھسۇلاتنى قاچان، قانداق چاغدا ساتسا بولىدۇ، بۇنىڭغا تېز ساتسەن دەپ بەك يۇقىرى چەك بېكىتىپ بەرگىلى بولمايدۇ؛ (5) نېسى مەھسۇلاتنىڭ ساتقۇچىلارغا كەلتۈرىدىغان خېيىم ـ خەتىرى ئانچە چوڭ بولمايدۇ. چۈنكى سېتىلمىسا قايتۇرىدۇ. ۋاقتى ئۆتسە ئالماشتۇرىدۇ؛ (6) مەبلىغى ئاز دۇكانلارغا نىسبەتەن بۇ تولىمۇ باب كېلىدىغان ئۇسۇل بولۇپ، ئۇلار نېسى مەھسۇلاتنى ئاساسلىق مەھسۇلات قىلىپ سېتىپ پايدا يارىتىشنى كۆزلەيدۇ. مانا مۇشۇنداق بىر قاتار ئىشلار نېسى سېتىشنى تېزلىتىدۇ. ھەتتا ئۇلار ساتقۇچىلاردا ناھايىتى ئاكتىپ سېتىش تۇيغۇسىنى شەكىللەندۈرىدۇ. بۇنداق قىزغىنلىق مەھسۇلاتنىڭ ئوبوروتچانلىقىنى

ئاشۇرىدۇ. ئوبوروتنى جانلاندۇرىدۇ ھەم بازارنى كەڭ ئېچىشقا ھەيدەكچىلىك قىلىدۇ. بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىدەك بازىرى يېڭىدىن ئېچىلىۋاتقان مەھسۇلاتقا نىسبەتەن ناھايىتى ئۇنۇم بېرىدۇ. «ۋاخاخا»غا ئوخشاش كەڭ بازار ياراتقان مەھسۇلاتلارغا بۇ خىل نېسى سېتىش ئۇسۇلىنى قوللىنىشقا بولمايدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى قەشقەر ۋىلايىتىدە كەڭ بازار تاپقۇزۇش، ئومۇملاشتۇرۇش ئۇچۇن چوقۇم نېسى سېتىش ئۇسۇلىنى بىرقانچە يىل داۋاملاشتۇرۇش كېرەك. بىز بىر ياز تىجارەت قىلىپ قوبۇل قىلغان ۋە يەكۇنلىگەن بۇ تەجرىبە ئۇزاق مەزگىل پۇت تىرەپ تۇرالىدى.

دەسلەپكى چاغلاردا بىز نېسى سېتىشنى زادىلا قوبۇل قىلالمىدۇق. شۇ سەۋەبتىن ھەتتاكى مەھسۇلاتىمىزنى كۆپلەپ سېتىپ پايدا ئالغان ساتقۇچىلىرىمىزمۇ يېڭىدىن ئىشلەپچىقارغان ئەسلىدىكى «پامىر»نى دەمال قوبۇل قىلماي توختىۋالدى، ئاخىرى ئۆزىمىز ئۇلارغا يالۋۇرۇپ مەھسۇلات ئاپىرىپ بېرىپ، سېتىش مىقدارىنى ئاشۇرۇپ، ئوبوروتنى تېزلەتتۇق.

ئەلۋەتتە، بىز نېسى سېتىشتا ئالدى - ئارقىمىزغا ئەستايىدىل قارىدۇق. شۇنداقتىمۇ نېسى قىلىپ ساتقان مەھسۇلاتىمىزنىڭ پۇلىنى ئەملىيلەشتۇرەلمەسلىك ھادىسىلىرى قەدەمدە بىر كۆرۈلۈپ تۇردى. ھەتتا بەزىلەرنىڭ ئارقىسىدىن نەچچە ئاي يۇرۇپ پۇلنى ئاران ئالغان ئىشمۇ بولدى. مەھسۇلاتنى ئالغان ئايرىم دۇكانداrlar بىر كېچىدىلا قېچىپ كېتىپ بىزنى داغدا قويغان ئەھۋاللارمۇ بولدى. بەزىلەر دۇكانلىرىنى باشقىلارغا ئۆتۇنۇپ بېرىپ، گۆشىيىپ تۇرۇۋالدى. نېمە ئامال، ساتمىساق بولمايدۇ، ساتقاندىن كېيىن ئاشۇنداق ئاۋارىچىلىكى بولىدۇ. دېمەك، بىرەر ئىشنى قىلساڭ تېخى، قىلمىساڭ تېخى دېگەندەك، جاپا تارتماي ھالاۋەت يوق، ئەجىر قىلماي ئۇتۇق يوق. قىسقىسى، بازار يېتىلمىسە، بازار كەڭ ئېچىلمىسا، مەھسۇلاتنى

كۆپلەپ سېتىپ چىقارغىلى بولمايدۇ. بازار ئارقىلىق ئوبوروت سالمىقى ئاشمىسا، مەبلەغ ئۈنۈمىنى قولغا كەلتۈرگىلى بولمايدۇ. مەبلەغ ئىشلەپچىقىرىشنى جانلاندۇرىدۇ، بازار، ئىشلەپچىقىرىش، مەبلەغ، ئوبوروت ماس قەدەمدە تەرەققىي قىلغاندىلا پايدا كۆپىيىدۇ، پايدا ئاشسا مەبلەغ مەنبەسى ئېشىپ، بانكا قەرزىنى ئازايتىشقا ئاساس سالىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى نېسى سېتىشتىكى بۇ بىر قاتار ئىشلارنىڭ رولى ناھايىتى چوڭ بولدى. دېمەك، گاھىدا نېسى مال ساتمىسىمۇ بولمايدۇ.

2001 - يىلى 1 - ئاينىڭ 23 - كۈنى

كۆپ قاتلاملىق مەھسۇلات سېتىش بازىرىنى پائال يېتىلدۈرۈپ، ماركىنىڭ بازارنى قاپلاش ئىقتىدارىنى ئاشۇرۇش كېرەك

سودا - سېتىق كارخانىلىرىغا، ساتقۇچىلارغا نىسبەتەن ماركا ئەڭ چوڭ بايلىق. ئۇنىڭدىن ئۇنۇملۇك پايدىلىنىش - پايدىلانماسلىق بايلىق يارىتىش - يارىتالماسلىق، بازار ئىگىلەش - ئىگىلىمەسلىك، پايدا يارىتىش - يارىتماسلىق بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك، ماركىنىڭ ئۇنۇمىرسال كۆچمىنى يارىتىش، سېتىش - سېتىۋېلىشتا ئۇنۇملۇك پايدىلىنىش كۆپ تەرەپلىمە تىرىشچانلىقنى، ئىجادچانلىقنى باغلىق بولىدۇ. ئۇ ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش بىر گەۋدىلەشكەن، بولۇپمۇ يېتەكچى خاراكتېرلىك بازار ئېچىش، سېتىش بىلەن بىر گەۋدىلەشكەن هالەتكە يەتكەندە، ئۆزىنىڭ هاياتىي كۈچىنى زور دەرىجىدە ئاشۇرالايدۇ ۋە تەرەققىي قىلىش ئارقىلىق بازار يېتىلدۈرىدۇ. بازار بەرپا قىلىدۇ، بۇ ئارقىلىق شۇ مەھسۇلات ئومۇملىشىدۇ.

هازىرقى زامان ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش پائالىيىتىدىن قارىغاندا، يۇقىرىدىكى نۇقتا ناهايىتى مۇهىم ۋە دەۋر سۈرۈۋاتقان ئۇسۇل بولۇپ، مەھسۇلات ۋە سودىنىڭ دەۋرچانلىق خۇسۇسىيىتىنى هازىرلاش رولىنى ئويناىدۇ. ئۇ يەنە زامانىۋى، كۈچلۈك، كۆلەملەشكەن سودىغا يول هازىرلاپ بېرىدۇ هەمدە كارخانىلار، كارخانىچىلار ۋە تىجارەتچىلەرنى كەڭ كۆلەملىك تەجرىبە، مەبلەغ، ئۇسكۇنە، تېخنىكا، هۇنەر - سەنئەت بىلەن تەمىن ئېتىدۇ.

ماركا ياكى مەھسۇلاتنىڭ ماركىسى قانداق ئەھۋالدا ئۇنىۋېرسالللىققا ئىگە بولالايدۇ؟ بۇ قارىماققا ئاددىي تۇيۇلىدۇ. ئەمەلىيەتتە ئاسان قولغا كەلتۈرگىلى بولمىدىغان، ئاسان جاۋاب بەرگىلى بولمىدىغان ئىش ئەمەس. ئەمما بىر مەھسۇلات ۋە شۇ مەھسۇلات ماركىسىنىڭ ھەقدارى بولغان كىشىلەر، چوقۇم بۇ سۆزلەرنى ئەستايىدىل قارىشى، ئەستايىدىل جاۋاب تېپىشى، ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلىشى كېرەك. بۇنىڭدىن باشقا، ماركىغا مۇناسىپ تېخنىكا كىرگۈزۈش، مەبلەغ سېلىش ئارقىلىق ئۆزىگە خاس ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش بازىرىنى ئېچىش كېرەك.

ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق ماشىنىلار سۇ ۋە ئۇنىڭ ماركىسى بولغان «پامىر» مۇ بۇ خىل جەريانىنى باشتىن كەچۈرمىسە بولمايتتى. چۈنكى «پامىر» ماركىسى ناھايىتى داڭلىق ماركا، ئەگەر ئۇ ئۆزىنىڭ مۇشۇ خىل ئۇستۇنلۇكىدىن پايدىلىنىشنى، ئەڭ زور دائىرىدە پايدىلىنىش قىممىتىنى يارىتىشنى ئىشقا ئاشۇرالمىسا، ئۇ دەۋرنىڭ ئارقىسىدا قالىدۇ ۋە بازاردا شاللىنىپ كېتىدۇ. ماتېرىياللاردىن مەلۇم بولۇشىچە، دۇنياغا مەشھۇر كوكا كولا ئىچىملىكىنىڭ ئەينى زامانىدىكى نامى ۋە بوتۇلكىلىرى ھازىرقىدەك ئالاھىدە بولمىغان، ئۇنىڭ غوجايىنى ئەينى زامانىدا ئۇنى ھازىرقىدەك كېڭەيتىشنى بىلمىگەن ياكى خالىمىغان. لېكىن ئۇنىڭ پاتېنت ھوقۇقى باشقىلارغا سېتىلغاندىن كېيىن، سېتىۋالغۇچى ھەر تەرەپلىمە لايىھەلەش، تەتقىق قىلىش، بازار ئېچىش بىلەن شۇغۇللانغان. ئوراش ـ قاچىلاش سۇپىتىنى ناھايىتى ياخشى قىلغان. كۆپ تەرەپلىمە ئۇنىۋېرسال ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش ھالىتىنى شەكىللەندۈرگەن. شۇ ئارقىلىق بارا ـ بارا دۇنياۋى داڭلىق مەھسۇلات، ماركا بولۇپ يارالغان. كوكا كولانىڭ دۇنياۋى مەھسۇلات بولۇپ يارلىشى كىشىلەر ئېھتىياجى بىلەن مەھسۇلاتنىڭ سۇپىتى جەھەتتىكى خاسلىقىنىڭ ماس كەلگەنلىكىدە. بازار ئېچىشتا ئىستېمالنى چىقىش قىلىش

بىلەن مۇلازىمەتنى ئەڭ ئۇنۇملۇك يولغا قويغانلىقىدا كۆرۈلىدۇ.

ئەمدى بىز ئەتراپىمىزغا قاراپ باقايلى: «ۋاخاخا» تىلغا ئېلىنمايدىغان، «ۋاخاخا» نامىدىكى ھەر خىل مەھسۇلاتنى ئىستېمال قىلمايدىغان سورۇن ئاز تېپىلىدۇ. ئۇ ھەممە يەرنى تولۇق قاپلاپ كەتتى. «ۋاخاخا» تېپىدىكى بىر يۈرۈش ئىچىملىك، كۆپ قاتلاملىق، يۈرۈشلۈك يېمەكلىك، ئائىلە جابدۇقلىرى، شۇنىڭدەك كۇندىلىك تۇرمۇش بۇيۇملىرى، لازىمەتلىكلەر پايدىلىنىش ئۇنۇمىنىڭ يۇقىرىلىقى بىلەن جەمئىيەتنىڭ قاتتىق دېتال، يۇمشاق دېتال ساھەسىگە بۆسۈپ كىردى، ھەتتاكى ئۇلار كىشىلىك تۇرمۇشنى تەرەققىي قىلدۇرۇشتا ئىلغار تېخنىكىنى ئاساسىنىڭ ئاساسى قىلىپ تۇتقان. ئۇلار تولىمۇ سەزگۈرلۈك بىلەن مارکىنى ئۇنۇمبرسال كۈچكە ئىگە قىلغان. مەبلەغ، ئۇنۇم ۋە پايدا يارىتىشتا توسۇۋالغىلى ۋە يەڭگىلى بولمايدىغان ھاياتىي كۈچكە تولغان. ناھايىتى كەڭ بازار سورۇنى ياراتقان. يەنە ئالايلۇق، بىزگە ئەڭ تونۇشلۇق بولغان، ئەڭ ئومۇملاشقان، شۆھرەت قازانغان «ئارمان»، «ئىخلاس»، «قىزىل تۆگە»، «يۇرتۇم» مارکىلىق يۇرۇشلۇك ئىچىملىكلەر، تالقانلار، يۇرۇشلۇك مەھسۇلاتلارمۇ بۇ خىل ئۇنۇمبرساللىقا ئىگە. ئۇلار ئۆز مارکىسىدا كۆپ خىل مەھسۇلات ياراتقان مىللىي كارخانىلارنىڭ تىپى ۋە ئۇلگىسى. ئۇلار مەھسۇلات مارکىسى يارىتىپلا قالماستىن يەنە بازار مارکىسىمۇ ياراتتى. مەسىلەن، مارکا نامى بىلەن ئاتالغان تاللا بازارلىرىغا ئوخشاش، شۇنداقلا ھەر قايسىسى شۇ خىل زەنجىرسىمان بازارنى، شۇنداقلا ھەر قايسى جايلاردىكى شۇ خىل مارکا نامى بىلەن ئاتالغان بازار - دۇكانلارنى يېتىلدۇردى. دېمەك، ئۇلار بازارنىڭ ئۆزىگىمۇ مارکا چاپلىدى.

بازارغا مارکا چاپلاش ياكى بازار نامى بىلەن مارکىنى ئاتاش

رايونىمىزدىكى يېڭى بىر خىل بازار ۋە ئىستېمالنىڭ شەكىللىنىشى بولۇپ، ئۇ نۇرغۇن مەھسۇلاتلىرىمىزنىڭ تەرەققىي قىلىشى ئۈچۈن پايدىلىق. ئاشۇ ماركىلار ھەم ماركا ئۇنىۋېرسالىلىقى، ھەم بازار ئۇنىۋېرسالىلىقىنى ياراتتى. مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىش بىلەن بازار، بازار بىلەن ماركىنىڭ بىر گەۋدىلىك رولى ئالاھىدە ياخشى ماسلاشتۇرۇلدى، بۇنداق ئۇسۇل بازارنى مونوپول قىلىش سالمىقىنى ئاشۇرۇپ، سودا ئوبوروتى، تىجارەت يۇنىلىشى قاتارلىق جەھەتلەردە زور ئۇنۇمنى بارلىققا كەلتۈردى. ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇلار بازار بىلەن ئېھتىياجنىڭ ئۆزلىرىگە شۇنداق بىر ئەۋزەللىكنى بەرگەنلىكىنى تونۇپ يەتتى. يەنە بىر ئەۋزەللىك مۇشۇ ئانا تۈپراق بولىدىكەن، ئۇلار پىششىقلاپ ئىشلەيدىغان ئاشۇ ئېسىل مېۋىلەر تۈگىمەيدۇ. مانا مۇشۇ تۈپراقتىكى ئۇلۇغ خەلقلا بولىدىكەن، ئۇلارنىڭ ئىشلەپچىقىرىشى توختاپ قالمايدۇ. «ئارمان»، «ئىخلاس»، «قىزىل تۆگە» مەڭگۈ ئۆلمەيدۇ. ساغلاملىقنى ھەممىدىن ئەزىز بىلىپ قوغداش، مەبلەغ سېلىش ئۇلارغا ئىچكى، تاشقى باغلىنىش ۋە ئەۋزەللىك ئاتا قىلىدۇ، شۇڭا ئۇلار كەڭ ۋە مەڭگۈلۈك ئىستېمالغا ئىگە بولىدۇ.

«پامىر» ماركىسى ۋە ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىگە كەلسەك، ئۇمۇ ئۆز نۆۋىتىدە ئىچكى - تاشقى باغلىنىشقا ئىگە مەھسۇلات بولغان. ئۇنداقتا ئۇنى قانداق قىلغاندا قايتىدىن ئاشۇنداق ھاياتىي كۈچكە، ئىستېمالغا ئىگە قىلغىلى بولىدۇ؟

«پامىر» ناھايىتى داڭلىق، ئېسىل، تەڭداشسىز، ھاياتىي كۈچكە، دۇنياۋى شۆھرەتكە ئىگە ماركا. ھالبۇكى ماركا بىرلا مەھسۇلات، يەنى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ئىشلەپ ساتىدۇ. بۇ سۇغا دۇنيادا كەمدىن كەم تېپىلىدىغان، ئاجايىپ مۆجىزىلەر سىرى يوشۇرۇنغان، پەۋقۇلئاددە خۇسۇسىيەتكە ئىگە

بولۇپ، ئۇنىڭ تەركىبىدە ئادەم بەدىنىگە جىددىي ئېھتىياجلىق بولغان 127 خىل ئېلېمېنت بار. مانا مۇشۇ ئالاھىدىلىك مارکىنىڭ داڭقىنى چىقارغان. «پامىر» تاغ تىزمىسىنىڭ ئومۇمىي ئاتالغۇسى بولۇپ، بۇ گۈزەل پاساھەت مارکىغا مۇجەسسەم بولغان. شۇنىڭغا مۇناسىپ ھالدا مىنېرال بۇلاق سۈيىنىڭ سۈ سۈپىتى ۋە ئالاھىدە قىممىتىمۇ مارکىنى ئاجايىپ چوڭ پاساھەتكە ئىگە قىلغان. بۇ نۇقتىدىن ئالغاندا، ئۇنىڭ تەڭداشسىزلىقىغا شەك كەتمەيدۇ. ئەمما، ئۇ بۈگۈنكى كۈندە ئۆز رايونى ئىچىدە چەكلىنىپ قالغان. بۇنداق چەكلەپ قويۇش ئۇنىڭ ھاياتىي كۈچىنى، شۆھرىتىنى بوغۇپ قويغان. ئۇ بۇ خىل بېكىنمىچىلىكتىن ئۇزاق مۇددەت قۇتۇلالمىغان ياكى بىر ئىزىدا توختاپ قالغان. ئەسلىدىكى «پامىر» مارکىلىق مىنېرال سۇ بىرلا مەھسۇلات بولغانلىقى، ئۇنىڭ ئۇستىگە يازلىق مەھسۇلات بولۇپ، پەسىل خاراکتېرى كۈچلۈك بولغانلىقى سەۋەبلىك، بازىرى بىردەم پەسىيىپ، بىردەم جانلىنىپ تۇرغان. بۇ خىل ئەھۋال بازار، ماركا ۋە مەھسۇلاتنىڭ بازار ئۇنۇمى ۋە مەھسۇلات ئۇنۇمىنى تۆۋەنلىتىپ، داۋامچانلىقىنى يوققا چىقارغان. ئۇنى يەل بويى سېتىلىدىغان، يەل بويى ئىشلىنىدىغان، يەل بويى توختاۋسىز بازارغا سېلىنىپ تۇرىدىغان، كىشىلەرنىڭ ئېڭىدا ۋە تۇرمۇشىدا مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدىغان قىلىش كېرەك. بۇ ئىشقا ئاشمىسا، ئۇ چاغدا بۇنىڭ نۇرغۇن زىيانلىرى بولۇپلا قالماستىن، تەرەققىي قىلىشىغا ئاز بولمىغان توسالغۇلارنى پەيدا قىلىدۇ. ئۇنى بۇنداق توسالغۇلاردىن ئادا - جۈدا قىلغىلى بولامدۇ - يوق؟ مېنىڭچە، بولىدۇ. بۇنىڭ ئۈچۈن كۆپ تەرەپلىمە تىرىشچانلىق كۆرسەتكەندىن تاشقىرى، بىر مەزگىل سەۋر قىلىشقا، تەتقىق قىلىشقا، كەڭ بازار ئېچىشقا توغرا كېلىدۇ. بۇ بازار ئۇنىڭ كۆپ خىل مەھسۇلاتلىرىنى ئىشلەپچىقىرىش، يەنى مارکىنى ئاساس

قىلغان كۆپ خىل ئىچىملىك ۋە مەھسۇلاتنى يارىتىشتىن بەرپا بولىدۇ. يۇقىرىدا تىلغا ئالغان مەھسۇلاتلارنى يەنە تىلغا ئالساق، ھەرگىزمۇ ئازمايمىز. مۇبادا ئاشۇ مەھسۇلاتلارغا ئوخشاش «پامىر» ماركىسىنى قوللىنىپ باشقا مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش يوللىرىنى ئاچساق، كەلگۈسىدە يېڭىچە سېتىش، ئىشلەپچىقىرىش ئۇسۇللىرىنى تېپىپ چىقساق، ئۇ چاغدا يېڭىچە بولغان بازار ئەندىزىسى بارلىققا كېلىدۇ. ئۇ چاغدا «پامىر» مىنېرال سۇيى ۋە «پامىر» ماركىسىدىكى مەھسۇلاتلارنى كەڭ بازارغا ۋە ئىقتىسادىي، ئىجتىمائىي ھاياتىي كۈچكە ئىگە قىلغىلى بولىدۇ. مەھسۇلات ۋە ماركىنىڭ كۆپ تەرەپكە چېتىشلىق بولۇشى ئۈنىڭ مونوپول ھالىتىنى شەكىللەندۈرۈپ، بازارنىڭ قاپلىنىش دائىرىسى ئىچىدە مەلۇم نىسبەتتە ئۆزلۈكىدىن تەشۋىق قىلىش ۋە ئىستېمال قىلىش ئۈنۈمىگە ئىگە قىلىدۇ. ئالايلۇق، ماركىنىڭ، بولۇپمۇ داڭلىق ماركىلارنىڭ كۆپ خىل مەھسۇلاتقا چاپلىنىشى تەشۋىقات ئۈنۈمى ۋە ئىستېمال ئېڭىنى پەيدا قىلىدۇ. ئىلگىرىكىدەك بىر خىل ماركا بىلەن بىر خىل مەھسۇلات ئىشلەش ھازىر تەدرىجىي ئەمەلدىن قېلىۋاتىدۇ. ئۈنىڭ ئورنىنى بىر خىل ماركا، كۆپ خىل مەھسۇلات، يېڭى مەھسۇلات ئىگىلىدى. ئالايلۇق، «ئۇچ بەش» ماركىلىق تاماكا داڭلىق مەھسۇلات ھەم داڭلىق ماركا، ھازىر «ئۇچ بەش» ماركا ئاستىدا نۇرغۇن ئىستېمال بۇيۇملىرى، تۇرمۇش ئەسلىھەلىرى ئىشلەپچىقىرىلىۋاتىدۇ. ئەگەر «پامىر» ماركىسى ئاستىدا بىرقانچە خىل يېڭى مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىلسا، ئۇ ھالدا شۇ ماركا ئاستىدا ئىشلەپچىقىرىلغان يېڭى مەھسۇلات دەرھال بازار تاپالايدۇ. چۈنكى مەھسۇلات كىشىلەرگە تونۇشلۇق بولمىسىمۇ، ماركا تونۇشلۇق. مەلۇم مەنىدىن ئالغاندا، ئىستېمالچىلارنىڭ پىسخىكىسىدا داڭلىق ماركىلىق مەھسۇلاتلارنىڭ كۆپىنچىسى

ناچار مەھسۇلات ئەمەس، دەپ قارىلىدۇ. يەنە بىر جەھەتتىن يېڭى - كونا مەھسۇلات، ئەسلىدىكى مەھسۇلاتنىڭ بازاردىكى تەشۋىقات ئۇنۇمىنى يوقىرى كۆتۈرىدۇ. بازارنىڭ مەنىۋى - ماددىي ھالىتىدە كونا مەھسۇلات مەلۇم كۆلەمگە، مەلۇم سالماققا ئىگە بولىدۇ. ئۇ ھالدا ئۇنىڭغا يانداش يەنە بىر يېڭى مەھسۇلات بارلىققا كەلسە، بىر - بىرىنى ئىلگىرى سۈرۈش رولىنى ئويناىيدۇ. «پامىر» ماركىسىنى چاپلاپ باشقا مەھسۇلاتلارنى، يەنى ئالما، ئانار، چىلان، قوغۇن، تاۋۇز قاتارلىقلاردىن بىرقانچە ئون تۈرلۈك ئىچىملىك ۋە يېمەكلىك مەھسۇلاتلىرىنى ئىشلەپچىقىرىش ئىشقا ئاشۇرۇلغاندا ئالاھىدە بازار ئۇنۇمى يارىتىلى بولىدۇ. بولۇپمۇ يەرلىك مەھسۇلاتلارنى ئاساس قىلغان، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى مەھسۇلاتىغا ماس كېلىدىغان، ماس كەلمىگەندىمۇ، ئۇنىڭ ئىناۋىتىنى چۈشۈرمەيدىغان مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرىپ بازارغا سالغاندا، ماركىنىڭ ۋە مەھسۇلاتنىڭ بازاردىكى سېتىلىشىنى داۋاملاشتۇرغىلى، پەسىل خاراكتېرىنى يوقىتىپ، زور ئىقتىسادىي ئۇنۇم يارىتىلى بولىدۇ. ئۇ ھالدا بازاردا، قىسقىسى، ھاياتلىق پائالىيەتلىرى قاينىمىدا «پامىر» ئۆزىنى نامايان قىلىپ تۇرۇشتەك ھالەت شەكىللىنىدۇ - دە، ئۇ كىشىلەرنىڭ قەلبىدە پارلاپ تۇرىدۇ، بىرەر نەرسە ئالىدىغان چاغدىمۇ خىيالىغا «پامىر» كېلىدىغان بولىدۇ.

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى بىرلا مەھسۇلات بولۇپ، قەشقەر رايونىدىلا سېتىلىدۇ. دېمەك، ئۇنىڭ بازىرى ئىنتايىن كىچىك، ئىنتايىن ئاجىز، ئۇنىڭ بارلىقى، ھەممە مەھسۇلاتى بۇ كىچىك بازارغا مەركەزلىشىپ قالغان. باشقۇرغۇچىلاردا ھېسسىيات كۆچلۈك، ئەمەلىي ئىش ئاز، خىيالىي چۈش چەكسىز، رېئال، ئىلمىي قاراش چەكلىك. شۇنداق بولغاچقا، بۇنىڭدىن ئىلگىرى بىر قېتىم ئېچىلىپ بولغان قەشقەر بازىرىمۇ

خۇنۇكلىشىپ قالدى. بازار ئېچىش مۇھىتى ۋە تەشۋىقات جەھەتتىكى يېتەرسىزلىك، ئىچىملىك ساھەسىدىكى يېڭىدىن يېڭى مەھسۇلاتلارنىڭ ئارقا - ئارقىدىن توختاۋسىز بازارغا كىرىشى ئۇنى كۈندىن - كۈنگە بازار قايناملىدىن چۈشۈپ قېلىشقا سۆرەۋاتىدۇ. ئەگەر يەنىلا مۇشۇ خىل ھالەتتە كېتىۋەرسە، ئۇ ئۆز ئورنىنىمۇ تاپالمايلا قېلىشى مۇمكىن. بۇنداق مۇمكىنچىلىككە دۇچ كېلىش بىلەن بىر چاغدا ئاخىرىنى يۇغۇشتۇرۇۋالغىلى بولمايدىغان ئىقتىسادىي ئاۋارىچىلىك كېلىپ چىقىدۇ. شۇڭا، قەشقەر بازىرىدا تۇرلۇك شەكىلدىكى ئىمكانىيەتلەر بىلەن «پامىر» ماركىسىنى پائال قوغداش، ئاسراش ناھايىتى زۆرۈر. قەشقەردە مەھسۇلاتنى چوڭقۇر يىلتىز تارتقۇزۇش، سېتىش، مۇلازىمەت جەھەتتە مۇقىم تەرەققىي قىلدۇرۇش، كېڭەيتىشنى داۋاملىق قوغداش، يېتىلدۇرۇش قەدىمىنى تېزلىتىش كېرەك. ئۇ ئارقىلىق تەدرىجىي كىشىلەر بېقىنىدىغان، سېغىنىدىغان، ئارزۇ قىلىدىغان ئىستېمالىلىق مەھسۇلاتقا ئايلاندۇرۇش كېرەك. بۇنى كونكرېت تەدبىقلاش، كېڭەيتىش جەھەتتە تەجرىبە توپلاش، ئىلغار كۆزنەكلەرنى بەرپا قىلىش، قوللىنىش زۆرۈر. بۇنىڭغا ئەگەشكەن ھالدا باشقا جايلاردا كەڭ كۆلەملىك بازار ئېچىشنى يولغا قويۇش كېرەك. باشقا جايلاردا بازار ئاچقاندا، قەشقەردىكى سېتىشنى كۆپەيتىشكە مەلۇم دائىرىدە، مەلۇم مەزگىل تەسىر يېتىشى، مەھسۇلاتنى كۆپلەپ سېتىشقىمۇ مەلۇم تەسىرى بولۇشى مۇمكىن. بۇنىڭدىن ساقلىنىش ئۈچۈن، چوقۇم باشقا جايلاردا ئاچىدىغان بازارنى ياخشى ئېچىش، ياخشى تەشكىللەش، ئىزچىل تەرەققىي قىلدۇرۇش كېرەك. ئالايلۇق، رايونىمىزدىكى ئەڭ چوڭ ئىستېمال بازىرىنىڭ بىرى بولغان ئۈرۈمچى شەھىرىنىڭ بازىرىنى ئېچىش كېرەك. ئۈرۈمچى بازىرى بىلەن بىللە قوشنا بازارلاردىن خوتەن، ئاتۇش، ئاقسۇ، كورلا قاتارلىق

بازارلارنىمۇ ماس قەدەمدە ئېچىش كېرەك. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىقە نىسبەتەن بۇندىق بازارلار ناھايىتى مۇھىم. بۇ جايلاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ بازىرى يېتىلسە، قەشقەردىكى ئىش مىقدارى زور ھەجىمدە ئاشىدۇ، مەھسۇلاتنىڭ بازاردىكى قاپلىنىشى، تورلىشىشى، ئومۇملىشىشى زور دەرىجىدە ئاشىدۇ. ئۇ چاغدا مەھسۇلاتنىڭ قاپلىنىش كۆلىمى، ئىستېمال دائىرىسى قاتارلىقلارنىڭ سالمىقىنى يۇقىرى كۆتۈرگىلى بولىدۇ. بۇ قەشقەردىكى سېتىش كۇچىنى ئاشۇرۇشتىمۇ مۇھىم رول ئوينايدۇ. چۈنكى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى ئۇرۇمچى قاتارلىق بازارلارنى قاپلىغاندا، نۇرغۇن مەھسۇلاتنىڭ، بولۇپمۇ ئوخشاش تۈردىكى مەھسۇلاتلارنىڭ، ئىچىملىكلەرنىڭ قەشقەرگە، ھەتتا باشقا ۋىلايەت، شەھەرلەرگە كىرىشى مەلۇم دەرىجىدە توسىلىدۇ. كىشىلەرنىڭ پىسخىكىسىدىن ئالغاندا، ئۆزىمىزنىڭ بار تۇرسا، باشقىسىنى ئالامدۇق ـ ساتامدۇق دېگەن قاراش پەيدا بولىدۇ. بۇ باشقا مەھسۇلاتلارنى، بولۇپمۇ ئوخشاش تۈردىكى مەھسۇلاتلارنى ئېلىپ ـ سېتىشتا گەۋدىلىنىدۇ. مۇبادا ئاشۇ جايلاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى بولمىسا، ئوخشاش تۈردىكى باشقا مەھسۇلاتلارنى ئېلىش، سېتىشقا مەجبۇر بولىدۇ. يەنە بىر جەھەتتىن ئالغاندا، ئوخشاش مەھسۇلاتنى ئىشلەپچىقارغۇچىلاردىمۇ سەزگۈرلۈك پەيدا بولۇپ، ئوخشاش تۈردىكى مەھسۇلات، ئۆز مەھسۇلاتى، يەنى يەرلىك مەھسۇلاتى بار جايلارغا قارىتا، ئۆزىنىڭ مەھسۇلاتىنى تۆكمە قىلىپ سېتىش، تۆكمە قىلىپ يۆتكەشتىن ئىبارەت قىلىدۇ ـ دە، تەبىئىي ھالدا شۇ خىل مەھسۇلاتلارنىڭ شۇ رايوندىكى قاپلاش دائىرىسى كىچىكلەپ، ئۆز رايونى ئىچىدىكى مەھسۇلاتلارغا بازار ئىگىلەش پۇرسىتى چوڭ بولىدۇ. يەنى باشقىلارنىڭ ئوخشاش تۈردىكى مەھسۇلاتلىرىنىڭ مەلۇم بازاردىكى ئورنى ئاجىزلاپ، قاپلىنىش

دائىرىسىنى كىچىكلەيدۇ. سودا قىلغۇچىلار، مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىپ ساتقۇچىلار سېتىشتا ھامان بوشلۇق ئىزدەيدۇ. ئوخشاش تۈردىكى مەھسۇلاتى يوق بولغان جايلاردا تۆكمە قىلىپ بازار ئاچىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ئالساقمۇ قەشقەردە كىشىلەر ئۇنىڭ كۆپ خىل ئارتۇقچىلىقىنى ھېسابقا ئالغان، ئۇنى ئۆز مەھسۇلاتىمىز دەپ قاراپ قەدىرلەيدۇ. بۇ دەل كونا قاراشنىڭ بىر خىل ئىپادىلىنىشى بولسىمۇ، ئۇ ئىستېمال نۇقتىسىدىن ئالغاندا «پامىر»غا تولىمۇ پايدىلىق. يەرلىك مەھسۇلاتلار ئۇچۇن بۇنداق ئىدىيە شۇ بىر مەھسۇلاتنى بازارلىق قىلىدۇ. مەبلەغنىڭ باشقا جايلارغا ئېقىپ كېتىشىنى چەكلەيدۇ. يەرلىك ئالاھىدىلىككە ئىگە مەھسۇلاتنى تەرەققىي قىلدۇرىدۇ. گەرچە بۇ خىل سودا ـ سېتىق پىسخىكىسى ھازىرقى زامان سودىسىغا نىسبەتەن تولىمۇ قالاق سودا قارىشى بولسىمۇ، ئۆز جايىدىكى ئاۋامنىڭ قاراش نۇقتىسىدىن ئالغاندا خاتا ئەمەس. چۇنكى ئىستېمال ۋە سودىنىڭ ئالدىنقى شەرتى ئادەم، ئادەم ئىدىيەسى ئىستېمالنى ئاچىدۇ. ئىستېمال سودىنىڭ راۋاجىنى، خۇسۇسىيىتىنى بەلگىلەيدۇ. ئۇنى چۇشەنمىگەندە، يەنى ئىستېمالچىنىڭ پىسخىكىسىنى چۇشىنىپ يەتمىگەندە، سودا ـ سېتىقتا ئۇتۇق قازانغىلى بولمايدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى ئۆز ئورنىدىن چىقىپ، باشقا بازارلارنى ئىگىلىسە، ئۇ چاغدا مانا مۇشۇ خىل روھ ۋە ئىستېمال پىسخىكىسى بۇ مەھسۇلاتنىڭ بازىرىنى راۋاجلاندۇرۇشقا كۇچلۇك تۈرتكە بولمايدۇ. مىنېرال سۇ ئىستېمال قىلغۇچى كىشىلەردىن سۇرۇشتە قىلىپ ئىگىلىگەن ئەھۋالدىن شۇنى ھېس قىلىشقا بولىدۇكى، قەشقەردىن چىقىپ باشقا جايلارغا بارغان تۇركۇم ـ تۇركۇم ساياھەتچى، ئېكسكۇرسىيەچى، سودا ـ سانائەتچى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى تاپالمىغانلىقىدىن

ئەپسۇسلانغان. باشقا جايلاردا بازار ئېچىشتا ئاز - ئازدىن سېتىپ كۆپەيتىش، تۆۋەن باھادا سېتىش، باھانى تەدرىجىي ئۆرلىتىش كېرەك. يېڭىدىن بازار ئاچقان جايلاردا چوقۇم تۆۋەن باھادا سېتىشتىن كېلىپ چىقىدىغان زىيانغا پىلان تۈزۈپ، تەدرىجىي زىيانىنى ئازايتىش، بارا - بارا پايدا ئېلىش، كۆپ سېتىش، تۆۋەن نىسبەتلىك پايدا يارىتىش، يۇقىرى ئۇنۇمنى قولغا كەلتۈرۈش يولىدا مېڭىش كېرەك. بازار ئېچىشتا، پايدا يارىتقان بازارلارنىڭ تەجرىبىسىنى قوللىنىش بىلەن بىر چاغدا، يېڭىدىن بازار ئاچقان جايلاردا كۆرۈلگەن زىيانىنى قامداش مېخانىزمىنى بەرپا قىلىش كېرەك. مۇقىم، بىرلىككە كەلگەن باھا بولۇش، قالايمىقان قىلىۋەتمەسلىك. بىر رايون، بىر جايدا بىر قول ئارقىلىق سېتىپ چىقىرىش كېرەك. بۇ مەھسۇلاتنىڭ خېيىم - خەتىرىنى ئازايتىدۇ، مەھسۇلات قولدىن - قولغا ئۆتۈپ كۆپ قوللۇق بولۇپ كەتسە، ھەم خېيىم - خەتەر كۆپىيىدۇ، ھەم باھا مۇقىمسىز، مەھسۇلات بازىرى قالايمىقان بولۇپ كېتىدۇ. مانا بۇ مەھسۇلاتنىڭ ئوبرازىنى، ئىناۋىتىنى چۈشۈرۈپ، ئىستېمال دائىرىسىنى چەكلەپ قويىدۇ. بۇنىڭ ئەكسىچە بولغاندا، سودا كۆڭۈلدىكىدەك بولىدۇ.

«پامىر» ماركىسىنى باشقا تۈردىكى مەھسۇلاتلارغا چاپلاپ سېتىش، ئىجارىگە بېرىش كېرەك. ماركا ھەم ئۇنۇملۇك، ھەم جانلىق نەرسە. ئۇ تاۋارنى ئۆزىگە مەنبە قىلغاندا جانلىق بولىدۇ ھەم شۇ چاغدىلا جانلىق نەرسە بولۇپ قالىدۇ. ھازىرقى ئەھۋالدا «پامىر» ماركىسىنى بۇنداق ھالغا كەلتۈرۈش مۇمكىنچىلىكى ئاز، ئەمما ھازىرقى زامانداىكى ماركىنىڭ قىممەت يارىتىش، پۇلغا ئايلىنىش نۇقتىسىدىن ئالغاندا، ئۇنى بىر خىل مەھسۇلات بىلەن چەكلەپ قويسا، ئۇنۇمى تۆۋەن بولۇپ قالىدۇ. ماركىنىڭ ھەقدارلىرى، كۆپ خىل مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىش ئىقتىدارى

يارىتالمايدىغان ئەھۋالدا ئوخشاش تۇردىكى مەھسۇلاتلار ياكى باشقا تۇردىكى مەھسۇلاتلارغا ماركىنىڭ پايدىلىنىش ھوقۇقىنى مەلۇم چەك ئىچىدە ساتسا، ئىجارىگە بەرسە بولىدۇ. مۇبادا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىگە ئوخشاش ئىچىملىك تۇرىدىكى مەھسۇلاتلارغا ماركىنىڭ پايدىلىنىش ھوقۇقىنى سېتىشقا، ئىجارىگە بېرىشكە بولمىسا، ئۇ ھالدا باشقا تۇردىكى تۇرمۇش بۇيۇملىرىغا ئىجارىگە بەرسە، ئۆزىنىڭ ئانا مەھسۇلاتىغا ھېچقانداق تەسىر يەتكۈزمەيدۇ، رىقابەتچى شەكىللەنمەيدۇ. رىقابەتچى شەكىللەنگەن تەقدىردىمۇ قايسى خىل مەھسۇلات كۆپ سېتىلسا، يەنىلا «پامىر» ماركىسىغا پايدىلىق بولىدۇ.

«پامىر» ماركىسى ئاستىدا ئىشلەپچىقىرىلغان تۇرلۇك مەھسۇلاتلار بارلىققا كەلسە، ئۇ چاغدا ئۇنىڭ پەسىل خاراكتېرى يوقالغاندىن تاشقىرى، ماركىنىڭ بازىرى كەڭ ئېچىلىدۇ. «پامىر» مەھسۇلاتلىرىنى ساتىدىغانلار كۆپىيىدۇ. ھەتتا مەخسۇس ساتقۇچىلار، مەخسۇس بازارلار بارلىققا كەلمەي قالمايدۇ. ئۇ چاغدا، «پامىر» مىنېرال سۇيىمۇ تېگىشلىك ئۇستۇنلۇكى بىلەن ئۆزىنىڭ ھاياتىي كۈچىنى نامايان قىلىشقا پۇرسەت يارىتىدۇ. شۇڭا، «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ ماركىسىنى كەڭ بازارغا سېلىپ، مەھسۇلات مىقدارى كۆپ بولۇش بىلەن ماركا قىممىتىنى ھەقىقىي ئىشقا ئاشۇرۇشقا تۇرتكە بولىدۇ.

خېيىم ـ خەتەر دەرىجىسىنى ئازايتىش كېرەك. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى ئىچىملىكلەر تۇرى قاتارىدا بازاردا ئالدى بىلەن نېسى سېتىلىپ، ئاندىن پۇلى يىغىلىدۇ. بۇ ئۇنىڭ مەبلەغ خېيىمخەتىرىنى ئىزچىل ئېغىرلاشتۇرىدۇ. بۇ خىل سېتىشتا چوڭ ـ كىچىك خېيىم ـ خەتەر دائىم كۆرۈلۈپ تۇرىدۇ، مانا بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ تەرەققىياتىنى بەلگىلەيدىغان ئاساسلىق ئامىل. بۇنىڭدىن قۇتۇلۇش ئۈچۈن، بىر

رايون، بىر تارماقتا چوقۇم مەھسۇلاتنى بىرلا ئادەم سېتىش كېرەك. بۇنداق بولغاندا، بىر خىل ۋاقىتلىق سېتىش مېخانىزمى شەكىللىنىپ، شىركەتنىڭ چېتى بەك كېرىلىپ كەتمەيدۇ، ئەكسىچە، ئاساسلىق مەھسۇلات ۋاستىلىك ساتقۇچىغا يۈكلىنىپ، ۋاستىلىك ساتقۇچى كۆپ قاتلاملىق ۋاستىلىك سېتىش يولى ئارقىلىق ئۆزىگە تەۋە بولغان مەھسۇلات مىقدارىنى ئادا قىلىدۇ. بۇ خىل سېتىشتا ئىشلەپچىقارغۇچى قانداق بولۇشتىن قەتئىينەزەر، بىرلا ۋاستىلىك ساتقۇچىنى يېتەكچى قىلىپ، سودا پائالىيىتىنى قانات يايدۇرسا، باش شىركەت قىسمەن خەتەر، يەنى تۆۋەن نىسبەتلىك خېيىم - خەتەر بىلەن چەكلىنىدىغان هالغا كېلىدۇ. ۋاستىلىك ساتقۇچى ئاساسلىق خېيىم - خەتەرگە ئىگە بولىدۇ. بۇ خىل ئەھۋالدا كارخانىنىڭ ـ ئىشلەپچىقارغۇچىنىڭ زېمىمسىدىكى ۋەزىپە ئازىيىپ، بازارنى ئېچىش، يېڭى مەھسۇلات يارىتىش ۋە ئۇنى تەتقىق قىلىشقا يېتەرلىك پۇرسەت تۇغۇلىدۇ. خېيىم - خەتەرنى ئۆڭلاشقا سەرپ قىلىدىغان نۇرغۇن ئاۋارىچىلىقى تۇگەيدۇ. شۇڭا ئىشلەپچىقارغۇچى ۋاستىلىك ساتقۇچىنى تۇرلۇك يوللار بىلەن رىغبەتلەندۇرۇشى، قوللىشى ۋە يېتەكلىشى كېرەك. كارخانىنىڭ خېيىمخەتەر دەرىجىسىنى ئازايتىشقا يارىدەم بېرىپ، مەبلەغ خېيىم - خەتىرىنى تىزگىنلەشكە ئاساس سېلىپ بېرىدۇ. يۇقىرىقىلاردىن باشقا، سۇپەتنى ئىزچىل ياخشىلاش، باشقۇرۇشنى كۈچەيتىش، تەتقىقاتنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش، ئىشلەپچىقىرىش ئۇنۇمى بىلەن بازار ئۇنۇمىنى ماسلاشتۇرۇش، پايدىنى كۆپەيتىش بىلەن خېيىم - خەتەرنى ئازايتىشنى ئەستايىدىل، ماس قەدەمدە ئېلىپ بېرىش كېرەك.

2001 - يىلى 1 - ئاينىڭ 17 - كۈنى

خىرىس قىلغۇچىلاردىكى پەرق نەدە؟

بۇ يەردە كىتابتا تىلغا ئالغان، بىر يەردىكى ئىككى شىركەت ۋە ئۇنىڭ تارمىقىدىكى مىنېرال سۇ زاۋۇتلىرى ھەققىدە توختىلىمىز. ئۇلاردىكى پەرق زادى نېمە؟ بۇ مەسىلىگە كەسكىن جاۋاب بېرەلمىسەكمۇ ھەر ھالدا ھازىرقى ئەھۋالدىن يەكۈن چىقىرىپ بىر قەدەر توغرا جاۋابنى بېرەلەيمىز. لېكىن ئۇلارنىڭ كېيىنكى تەرەققىيات يۈزلىنىشى زادى قانداق بولىدۇ؟ بۇنى بىلىش بەك قىيىن. مېنىڭچە، ھازىرقى قىياسىمىز خاتا چىقمايدىغۇ دېگەن قاراشتا مەن. پەرق بىلەن تەرەققىياتنى تېپىش ئۈچۈن سىلىشتۇرما بولمىسا بولمايدۇ. بۇ يەردە مەن ئىككى شىركەت ۋە زاۋۇتنىڭ ئەھۋالى، تەرەققىيات يولى ھەققىدە ھېس قىلغان قاراشلىرىمنى ئايرىم - ئايرىم ئوتتۇرىغا قويۇپ، باشقىلار بىلەن ئورتاقلاشماقچى. تۆۋەندىكىلەر سىلىشتۇرۇپ چىققاندىن كېيىنكى ھېس قىلغانلىرىم:

1. سىياسىي ئۇستۇنلۇك. «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيىت شىركىتى ۋە ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتنىڭ رىقابەتچىسى بولغان ئىككىنچى بىر خىل شىركەت ۋە مىنېرال سۇ شىركىتىنىڭ سىياسىي ئۇستۇنلۇكى زادى قانچىلىك؟

سىياسىي ئۇستۇنلۇك ھازىرقى زامان كارخانىلىرى ۋە بەرەر ئورگانىنىڭ تەرەققىي قىلىشىدىكى مۇھىم ئاساسلارنىڭ بىرى. سىياسىي ئۇستۇنلۇككە ئىگە بولماي تۇرۇپ تەرەققىي قىلغىلى بولمايدۇ، تەرەققىي قىلغاندىمۇ چەكلەشتىن خالىي بولالمايدۇ. يېڭىدىن قۇرۇلغان، تەرەققىي قىلىۋاتقان كارخانا ئۈچۈن، شۇنداقلا

«پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى ئۇچۇن تېخنىكا شۇنداق. بىراق بۇ شىركەت دىرېكتورلىرىنىڭ ھەممىسى ئىشتىن ئايرىلمىغان، كۆپ سانلىق پايچىك ۋە باشقۇرغۇچىلار ھۆكۈمەت خادىمى، ئىشچى ـ خىزمەتچىلەر بولۇپ، ئۇلار كارخانىنى باشقۇرۇشتا چوقۇم سىياسىي ئۇستۇنلۇككە ئىگە بولۇشى كېرەك. ئۇلار سىياسەتنىڭ قوللىشىدىن يىراقلاپ كەتسە، ئاسانلا كارخانىنى ۋەيران قىلىپ قويىدۇ. ئەمەلىيەتتىمۇ بىر قىسىم دىرېكتورلارنى ناھىيەلىك ھۆكۈمەت ئىش تەقسىملەپ، ئۇ يېزا، بۇ كەنتلەرگە ۋەزىپە بىلەن ئەۋەتىۋەتتى. شۇنىڭ بىلەن ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدىكى ئىش ئۆكسۈپ قالدى. بۇ بارلىق باشقۇرغۇچىدا ئەندىشە پەيدا قىلدى. مۇشۇ ئەندىشىدىن كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇكى، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ باشقۇرغۇچىلىرىدا سىياسىي ئۇستۇنلۇك يوق دېيەرلىك، بولغاندىمۇ جانلىق ئەمەس. چۈنكى ئۇلار بىرلا مىنېرال سۇ زاۋۇتى، بىرلا «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭلا بولۇشىنى تەشەببۇس قىلىدى ھەمدە بۇنىڭ ئۈچۈن زىيادە ئۇرۇنۇپ، سىياسىي ئۇستۇنلۇكنى نابۇت قىلدى. ئەسلىدە ئۇلار ئۆزىگە ئوخشاش مەھسۇلات ئىشلەش، سېتىش بىلەن شۇغۇللىنىدىغان ئىككىنچى بىر خىل شىركەت بىلەن تىركەشمەي مەھسۇلاتنى ياخشى، كۆپ تەرەپلىمە ئىشلەپ، بازار بىلەن تۇتۇشسا ياخشى بولاتتى. بىراق ئۇلار ھەتا دېسىلا نۇرغۇن كىشىلەرنى، پارتىيە، ھۆكۈمەت ئورگانلىرىدىكى رەھبىرىي كادىرلارنى نارازى قىلدى. بولۇپمۇ قارشى تەرەپ بولغان بىر خىل كارخانىنىڭ خوجايىنلىرى ۋە ئۇلارغا ھېسداشلىق قىلىدىغان تارماقلارغا دەز كەتكۈزدى. مانا بۇلار ئەسلىدىكى «پامىر»نىڭ سىياسىي جەھەتتىكى ئۇستۇنلۇكىنى سۇسلاشتۇرۇپ قويدى ۋە ئارقا تېرىكىدىن ئايرىپ قويدى. ئەمەلىيەت شۇنى ئىسپاتلىدىكى، ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتى سىياسىي جەھەتتە ئالدىنقى قاتاردا تۇردى. چۈنكى، ئۇمۇ بىر قانۇنلۇق شىركەتنىڭ قانۇنلۇق زاۋۇتى، قانۇنلۇق

تىجارەت قىلىدىغان ئىمتىيازغا ئىگە. بۇنى قانۇنمۇ، پارتىيە، ھۆكۈمەتمۇ قوللايدۇ. شۇڭا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنىڭ مەھسۇلاتى تەكشۈرۈشتىن ئۆتمىگەن دېگەن گەپ بىلەن بابلاپ ئەدىپسىنى بېرەلىدى، يەنى كېسەللىكلەرنىڭ ئالدىنى ئېلىش تارماقلىرىنىڭ پېچىتى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىغا چاپلاندى. بۇيرۇق خاراكتېرلىك چەكلەشنى يۇرگۈزگەن ئەھۋالدا، ئەسلىدىكى «پامىر» يەنىلا ئۆزىنىڭ ئىشىنى داۋاملاشتۇرۇپ كۈچ كۆرسەتتى. نۇرغۇن كىشىلەر، بولۇپمۇ سىياسىي سەھنىدىكى كىشىلەر شىركەت ۋە زاۋۇتنىڭ تەرەپدارلىقىنى قىلغاچقا ئۇلار ئىشلەپچىقارغان مەھسۇلات تاشقورغاندىكى ئاساسلىق ئورگانلاردا ئىستېمالغا يۈزلىنىپ، ھۆكۈمەت پۇلىغا ئالىدىغان سۇغا ئايلاندى. بۇ جەھەتتە ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى سىقىپ چىقىرىپ يول بەرمىدى.

دېمەك، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى بۇنىڭغا ئەھمىيەت بېرىپ، سىياسىي ئۇستۇنلۇك يارىتىشى كېرەك. ئىككىنچى بىر خىل شىركەت بولسا تېخىمۇ سەزگۈرلۈك بىلەن سىياسىي ئۇستۇنلۇكنى ساقلىشى زۆرۈر.

2. ئىقتىسادىي ئۇستۇنلۇك. سىياسىي ئۇستۇنلۇك ئىقتىسادىي ئۇستۇنلۇككە تەسىر كۆرسىتىدۇ. سىياسىي ئۇستۇنلۇك بىلەن ئىقتىسادىي ئۇستۇنلۇك بىر گەۋدىگە ئايلانسا، كارخانا مەڭگۈ مەغلۇپ بولمايدۇ. ئىقتىسادىي ئۇستۇنلۇك ئۇزاق زامان داۋام قىلالمىسا، سىياسىي جەھەتتىكى ئۇستۇنلۇككە نۇقسان يەتمەي قالمايدۇ. ئىشلەپچىقىرىش، سېتىپ چىقىرىش ئەمەلىي ئەھۋالدىن شۇنى ھېس قىلدۇقكى، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنىڭ ئىقتىسادىي ئەھۋالى ناچار. شۇنداقتىمۇ ئىشلەپچىقىرىشنى بىر ئامال قىلىپ يۈرۈشلەشتۇرۇپ، بازاردا پۈت دەسسەپ تۇرۇپ كەتتى، ئىككىنچى بىر خىل مىنېرال سۇ زاۋۇتى

ئىقتىسادىي جەھەتتە ئۇستۇن ئورۇندا تۇرۇپ كەلدى. ئەمما ئۇلارنىڭ كۆپ تەرەپلىمە قەرزى، بانكا قەرزى نەچچە مىليون يۈەن بولۇپ، ئۆسۈمنى ھېسابلىغاندا زىيىنى ئاز ئەمەس، بۇ ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش، تەشۋىق قىلىش، بازار ئېچىشقا ئېغىر نۇقسان يەتكۈزدى. ئۇنىڭدىن باشقا، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى بىلەن بولغان تىركىشىشتىنمۇ كۆپ تەرەپلىمە زەربىگە ئۇچراپ، خەتەرگە ئۇچرىغان مەھسۇلات پۈلى قاتارلىق ئاممىلار قوشۇلۇپ، مەھسۇلاتنى زور ھەجمدە چېكىندۈرۈپ، بازارنى ئىگىلىشى ناچار بولۇپ قالدى. شۇڭا ئۇلارنىڭ ئىقتىسادىي ئۇستۇنلۇكىنى يېتەرلىك ئاساسقا ئىگە دەپ قارىغىلى بولمايدۇ.

دېمەك، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى ئىقتىسادىي شارائىتىنى داۋاملىق ياخشىلاپ تۇرۇشى، ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتنىمۇ ئىقتىسادىي جەھەتتە تولۇقلاپ تۇرۇشى كېرەك.

3. سۈپەت جەھەتتىكى ئۇستۇنلۇك. ھەر ئىككى تەرەپتە ئىككى خىل ئۇستۇنلۇك مەۋجۇت. ئەسلىدىكى «پامىر»دا مەھسۇلات ئۇستۇنلۇكى، يەنى سۇنىڭ سۈپىتى ياخشى، ئەلالىق دەرىجىسى يۇقىرى: ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ ئوراش، قاچىلاش ئۇستۇنلۇكى بار. ئەسلىدىكى «پامىر»نىڭ نام - ئاتاق ئۇستۇنلۇكى، بازار ئۇستۇنلۇكى ۋە ئىستېمال ئۇستۇنلۇكى بار، ئەمما مەھسۇلاتنى ئوراپ قاچىلاش جەھەتتە ئۇستۇنلۇكى يوق. ئىشلەپچىقىرىلغان مەھسۇلاتنىڭ ئوراش، قاچىلاش، بېزەش جەھەتتىكى سۈپىتى ناچار بولغاچقا، بازاردا كۆپ تەرەپلىمە كەمسىتىش، ئېلىپ بولغان مەھسۇلاتنى قايتۇرۇپ بېرىش سەتچىلىكى يۈز بېرىپ تۇردى. بۇ ئۇنىڭ ئوبرازىنى خۇنۇكلەشتۈرۈپ قويدى. ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ ئوراش، قاچىلاش، ئۇستۇنلۇكى ھەقىقەتەن بار. بۇنى ئېتىراپ قىلىش كېرەك. ئۇلار يېڭىدىن ئىشلەپچىقارغان 300 گىرامىلىق

مىنېرال سۇنىڭ ئوراپ قاچىلىنىشى شۇقەدەر سىپىتا، چىرايلىق بولۇپ، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ 300 مىللىگىراملىق مەھسۇلاتى بولماسلىقتەك بوشلۇقنى تولدۇرۇپ دەرھال بازار تاپىتى. بۇ مەھسۇلات ئوراش، قاچىلاش، سۇپىت جەھەتتىكى ئارتۇقچىلىقى، تېخنىكا يېڭىلاش جەھەتتىكى ئەمەلىي جانلىقلىقىنى ئىسپاتلىدى. بۇ خىل ئۇستۇنلۇك ھامان بازارنى ئۆزىگە جەلپ قىلماي قالمايدۇ. «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى يەنە قانچە يىلدا بۇنداق يۇقىرى سەۋىيە، يۇقىرى تېخنىكا كۇچىنى كۆرسىتەلەيدۇ. بۇنىڭغا ھۆكۈم قىلىش تەس. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى بۇنىڭغا سەل قارىماسلىقى، كەسكىن تەدبىر قوللىنىپ ئوراش، قاچىلاش سۇپىتىدە ئەلا ئىقتىدار ھازىرلىشى كېرەك.

4. ئىشلەپچىقىرىش ئۇسۇنلۇكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدىكى ئىش تۇزۇمى، ئىشلەپچىقىرىش تەرتىپى خېلىلا قالايمىقان، قائىدە - تۈزۈم زىيادە جانسىز. ئىش ھالقىلىرىنىڭ سۇپىت نازارەت ئۆتكەللىرىنىڭ ئىنتىزامى بوش، مەخپىيەتلىكنى ئاشكارىلاش ئەھۋالى ئېغىر. ئىشچىلاردا زاۋۇتقا كۆيۈنۈش تۇيغۇسى كەمچىل. ئىشچىلار ئارىسىدا ساۋاتسىزلار ۋە قەۋم - قېرىنداشلار كۆپ، يۈز - خاتىرە قىلىش ئەۋج ئالغان، مەسىلە چىقسا قاتتىق بىر تەرەپ قىلىشقا يول يوق. ھەرقايسى ئىش ھالقىلىرىدا رولىنى ياخشى جارى قىلدۇرىدىغان كەسىپ ئەھلى يوق. قىسقىسى، ئۇلارنى باشقۇرىدىغان ئادەم كۆپ، ئەمەلىي ئىش قىلىدىغان ئادەم ئاز. تەربىيەلەش، يېتەكلەش ئىشلىرىنى يۈرگۈزىدىغان ئادەم تېخىمۇ يوق. ئىچكى جەھەتتىكى باشقۇرۇش قالاق، تەرەققىي قىلمىغان. مانا بۇلار مەھسۇلات مىقدارى، مەھسۇلات سۇپىتى، ئىشلەپچىقىرىش ئۇنۇمىگە ئېغىر زەربە بېرىپ، كارخانىغا ئاپەت خاراكتېرلىك قىيىنچىلىقلارنى ئېلىپ كەلدى. ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتىنىڭ بۇ جەھەتتىكى قائىدە - تۈزۈملىرى بەك كۆپ، بىر قەدەر مۇكەممەل،

ئۇلارنىڭ جەمجەت ئىشلەپچىقىرىش بىلەن شۇغۇللىنىش ھالىتى، قايسى ئىشنى قىلسا، ئۇنى ئۆز ئورنىدا ئەمەس، بازاردا كۆرسىتىشىدىن بۇنى بىلىۋالغىلى بولىدۇ. ئەمەلىيەتتىن كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇكى، ئۇلارنىڭ ئىچكى جەھەتتىكى باشقۇرۇشى ياخشى. مەسىلەن، ئىككى زاۋۇتنىڭ ئارىلىقى 200 مېتىر كەلمەيدۇ. ئۇلار 300 مىللىگىرام، 600 مىللىگىراملىق مىنېرال سۇ ئىشلەپچىقىرىپ، بازارغا سالغاندىلا، ئاندىن ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدىكى كىشىلەر بىلگەن، ھەر قانداق چاغدا ئىشلەپچىقىرىش ئەھۋالىنى سەزدۈرمىگەن. زاۋۇتنىڭ، مەھسۇلاتنىڭ مەخپىيەتلىكىنى چىڭ ساقلىغان. دېمەك، ئىچكى باشقۇرۇشتا ئۇلار ئۇستۇنلۇككە ئىگە: ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى بۇنىڭ ئەكسىچە ئۇستۇنلۇكتىن مەھرۇم قالغان. بۇ ئىشلەپچىقىرىش، سۈپەت - ئۇنۇم قاتارلىقلاردا ئاشكارىلىنىپ قالغان. ئەڭ مۇھىم ھالقا ھەل قىلىنمىسا، كارخانا ھامان ھاياتىي كۈچىدىن مەھرۇم قالىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەمەس. ئۇ دەرھال بۇ خىزمەتنى ناھايىتى قاتتىق قوللۇق بىلەن تۇزەپ، ئىشلەپچىقىرىشنىڭ ئىچكى ھاياتىي كۈچىنى ئاشۇرۇشى كېرەك.

5. رەھبەرلىك ئۇستۇنلۇكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنىڭ رەھبەرلىك قاتلىمى تولىمۇ مۇرەككەپ، بەزىلەرنىڭ ھەقمقىي ئىشلەش ئويى يوق، ئۇلار ئاددىي ئىشنى تۇرۇپلا مۇرەككەپلەشتۈرىدۇ. كەسپىي ساپا ھازىرلاش، تەتقىقات بىلەن كارى يوق، ئېنىقكى باشقۇرۇش ئىقتىدارى تۆۋەن، رەڭۋازلىق بىلەن ئىش قىلىشقا خۇشتار، بىرسىنىڭ گېپىنى يەنە بىرسى ئاڭلىمايدىغان، توغرا گەپ بىلەن خاتا گەپكە دەرھال ھۆكۈم قىلالمايدىغان، ئىشنى قىلىپ قويۇپ بىر - بىرىگە دۆڭگەپ قويۇشقا ئۇستا. چاتاق چىقسا قاچىدىغان، ئۆز ئالدىغا بۇيرۇقۇازلىق قىلىدىغان، بىر - بىرىنىڭ ئىززەت - ھۆرمىتىنى قىلمايدىغان، باش ئاغرىقى بىلەن مەجلىس كۆپ، چەكلەش،

ئالدىنى ئېلىش تەدبىرى يوق. ئىش تەقسىماتى ئايدىڭ ئەمەس، نېمە پايدىلىق، ئۆزىگە نەپ يەتسە، شۇ ئىشنى قىلىمەن دەپ تۇرىدىغان، ئومۇملۇق قارىشى ياكى بىرلىكى يوق. ئىش ئاقمايدىغان كارخانا ھامان ئېغىر قىينىچىلىققا يولۇقىدۇ، رەھبەرلىك قاتلىمىدىكى چېچىلاڭغۇلۇق، ئىتتىپاقسىزلىق، باش - باشتاقلىق ھەر تەرەپلىمە نىزالارنى پەيدا قىلىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى بىلەن ئىككىنچى بىر خىل شىركەتنى سېلىشتۇرغاندا، ئىككىنچى بىر خىل شىركەتنى بىرلا ئادەم باشقۇرۇش رەھبەرلىك قىلىش مېخانىزمى يولغا قويۇلغان بولۇپ، شۇ بىرلا ئادەمنىڭ دېگىنى ھېساب بولىدۇ. بىرلا ئادەم باشقۇرىدۇ، قول ئاستىدىكى باشقىلار ئۇنىڭ دېگىنى بويىچە قىلىدۇ، ھوقۇقىنى ۋە باشقىلارنى تاراڭ - تاراج قىلمايدۇ، ئاساسلىق قارارلارنى كوللېكتىپ چىقىرىدۇ. ئۇلارنىڭ رەھبەرلىك جەھەتتىكى ئۈستۈنلۈكىنى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدىكىلەر قوبۇل قىلالمايدۇ. شۇڭا ئۇ يەردىكى ئىختىلاپ خېلى بىر زامانلارغىچە ھەل بولماسلىقى مۇمكىن. بۇ خىل ئەھۋالدا ئۇلارنىڭ شىركەتنى تېزدىن تەرەققىي قىلدۇرۇشىنى ئىشقا ئاشۇرۇشى پەقەت بىر شېرىن چۈشلا بولۇپ قالىدۇ. بۇ خىل چېچىلاڭغۇلۇق ئاخىردا ئۇلارنى گۇمران قىلىشى ياكى پالەچ ھالغا چۈشۈرۈپ قويۇشى مۇمكىن. ئۇلار بۇ جەھەتتە قايتا - قايتا ئۆزىگە سوئال قويۇپ، تەجرىبە يەكۈنلەپ ئۇيۇشۇپ بىر ياقىدىن باش چىقىرىپ، مەركىزىي ئىشقا بويسۇنۇش ئىدىيەسىنى جارى قىلدۇرۇشى زۆرۈر. بۇ زۆرۈرىيەت ئۇلارنىڭ چىقىش يولىدىكى ئاچقۇچ.

6. ئايلانما مەبلەغ ئۈستۈنلۈكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى بىر قېتىم ۋەيران بولغان كارخانا بولسىمۇ، مەھسۇلاتنىڭ بازاردىكى سېتىلىش ئەھۋالىغا ئاساسلانغاندا مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىشى بىر قەدەر تۇراقلىق بولدى. بىراق ھەر ئىككى كارخانىنىڭ زىممىسىدە بانكا، مالىيە تارماقلىرىغا

قايتۇربدىغان قەرزى بار. بۇ ھال ئۇلارنىڭ قايتا قەرز ئېلىش، قەرز مەبلىغى ئارقىلىق سەرمايىنى كۆپەيتىش، ئايلانما مەبلىغىنى جانلاندۇرۇش ئىشلىرىغا توسالغۇ پەيدا قىلدى. ئەمەلىيەتتىمۇ ×× بانكا بىلەن ×× بانكا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىغا قەرز بېرىشنى رەت قىلدى. ئىككى كارخانا ئايلانما مەبلەغ جەھەتتە قىسىلىپ، ئىشلەپچىقىرىشنى ئاران - ئاران يۈرۈشتۇردى. ئىككىنچى بىر خىل شىركەت سىياسىي جەھەتتە ئۇستۇنلۇككە ئىگە بولۇپلا قالماستىن، زىيان تارتسىمۇ ئەسلى مەبلىغى چېچىلىپ كەتمىگەن بولغاچقا، ئۆزىنىڭ ئىقتىسادىي يېغىرىنى ياپالىدى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدا بىر يىلدا بىر قېتىم پاي پايدا پۇلىنى ئايرىپ بەرمەسە، پايچىكلار نارازى بولۇپ، يامان تەسىر پەيدا قىلىدۇ. شۇڭا ئۇلار دەرھال قەرز مەبلىغى ھەل قىلىپ، ئايلانما مەبلەغ مىقدارىنى ئاشۇرۇپ، مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىشنى تېزلىتىشى كېرەك.

7. ئىسراپچىلىقتىن ساقلىنىش ئۇسۇنلۇكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدا دىرېكتورلاردىن ئالتىسى بار. ئۇلار ماتېرىيال سېتىۋېلىش، يۆتكەش قاتارلىق ئىشلاردا كامالىدىروپكىغا چىقىدۇ، ئايلىق ئىش ھەققى 1500 يۈەندىن 2500 يۈەنگىچە، تېلېفون راسخوتى، كىچىك ماشىنا راسخوتى ئايرىم ئاتچوت قىلىپ بېرىلىدۇ. ماتېرىياللارنى بۇاستە سېتىۋالماي، ۋاستىلىك سېتىۋېلىش مەۋجۇت، سېتىۋالغان ماتېرىياللارنىڭ تەننەرخى بىر قەدەر يۇقىرى، بۇ ھال شىركەتنىڭ پايدىسىنى خورىتىدۇ، شۇنىڭ بىلەن مۇقىم سەرمايە جۇغلىيالمىدى. بۇ ئىش ئۇزۇن مۇددەت داۋام قىلسا، شىركەتنىڭ قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈپ قېلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. ئىككىنچى بىر خىلى بۇ خىل ئىشلىرى يوق دېيەرلىك، قانۇنىي ۋەكىل بۇ ئىشلارنى ئۆزى بۇاستە تۇتىدۇ، ھەر قايسى تۈرلەرگە قويۇلغان ئۆلچەمنى شىركەتنىڭ پايدىسىغا قاراپ ئىجرا قىلىدۇ. ماتېرىيال سېتىۋېلىشتا باھا تالاشتۇرۇش ئۇسۇلىنى قوللىنىدۇ. بۇ

ئارقىلىق چىقىمنى ئازايتقان. بۇ جەھەتتىكى ئۈستۈنلۈكنى ئالاھىدە تىلغا ئېلىشقا تېگىشلىك.

8. كۆيۈنۈش ئۈستۈنلۈكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدىكىلەرنىڭ قەلبىدە زاۋۇتقا، مەھسۇلاتقا چىن يۈرىكىدىن كۆيۈپ، مۇھەببەت بىلەن ئىشلەيدىغانلاردىن بىر، ئىككىسىلا بار. بىر زاۋۇتقا نىسبەتەن ھەممە ئىشنى زاۋۇتنىڭ مەنپەئەتى ئۈچۈن دەيدىغان روھ بولمىسا، كارخانىغا كۆيۈنۈش كەيپىياتىنى يارىتقىلى بولمايدۇ. مىنېرال سۇ زاۋۇتى بىرلا ئادەمنىڭ مۇلۈكى ئەمەس، ئۇ پايچىكلارنىڭ مۇلۈكى، زاۋۇت ئىشچى - خىزمەتچىلىرىدىن قوشۇمچە، بىر قىسىملاردا زىيان بولسا، يالغۇز ماڭىلا بولامتى؟ دەيدىغان قاراش شەكىللىنىپ قالغان. بۇ مەنىۋى جەھەتتىن ئىش ئورنىنى، زاۋۇتنى تۆۋەن كۆرۈشنى شەكىللەندۈرۈپ، ئېغىر زىيان پەيدا قىلماي قالمايدۇ. ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتى خادىملار ئارىسىدا زاۋۇتنى سۆيۈش روھىنى ئىزچىل ئەۋج ئالدۇرغان. مانا مۇشۇ روھ تۇمانلارنى يېرىپ چوققىلارغا ئۆرلەيدىغان ئىلھام ۋە مەدەتنى ئاتا قىلىدۇ.

2000 - يىلى 7 - ئاينىڭ 25 - كۈنى

رىقابەتچىمىز بىزگە نېمىلەرنى ئۆگەتتى

ئەينى يىللاردا تاشقورغان ناھىيەسىدىكى مۇناسىۋەتلىك تارماقلار يەرلىكلەردىن تەركىب تاپقان بىر ياكى بىرقانچە مىنېرال سۇ ئىشلەپچىقىرىدىغان، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى بىلەن رىقابەتلىشىدىغان، رىقابەت ئارقىلىق بىر - بىرىنى ئىلگىرى سۈرىدىغان زاۋۇت قۇرۇشنى ئارزۇ قىلغان. بۇ ئارقىلىق ئاساسلىق باشقۇرغۇچى تارماقلار، بولۇپمۇ تاجىك رەھبىرلىرى كادىرلار ھەم مىنېرال سۇ بايلىقىدىن پايدىلىنىش، ھەم ناھىيە ئىچىدىكى ئىشسىز قالغان، ئىش كۈتۈپ تۇرغان بىر بۆلەك ئادەمنىڭ ئىشقا ئورۇنلىشىشىنى كاپالەتكە ئىگە قىلىشنى نىشان قىلغان.

دېگەندەك، ئىككىنچى بىر خىل شىركەت مۇشۇنداق زاۋۇتتىن بىرنى قۇرۇشنى ئوتتۇرىغا قويغاندا، ئۇلارنىڭ كۆڭلىگە ئوبدانلا ياققان. ئىككى يىلنىڭ ئالدىدا، ناھىيەلىك خەلق ھۆكۈمىتىنىڭ قوشۇلۇشى بىلەن ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتى قۇرۇلۇپ ئىشلەپچىقىرىشقا كىرىشتۈرۈلگەن. ئۇمۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنىڭ ماركىسىنى چاپلاپ مەھسۇلات ئىشلەپچىقارغان، ساتقان. ئۇلار ئوراش - قاچىلاش سۈپىتىنى ياخشى قىلغان ھەم يۇقىرى باھادا بازارغا سالغان ھەمدە ناھايىتى تېزلا بازار تاپقان، پايدىسىمۇ ئالاھىدە ياخشى بولغان. بۇنداق بولۇشىدىكى ئاساسلىق ئامىل ــ ئۇنىڭ سۈيى باشقا بۇلاقنىڭ بولسىمۇ، ماركىسى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنىڭكى بىلەن ئوپمۇ ئوخشاش بولغان. شۇڭا كىشىلەر بۇ مىنېرال سۈنى ئەسلىدىكى «پامىر»نىڭ يېڭىدىن ئىشلەنگەن

نۇسخىسى، دەپ قارىغان.

ئەمما، ئەينى چاغدا نېمىسى نېمە بولغان ياكى ئاز - تولا ئىختىلاپ كۆرۈلگەنمۇ، دۆلەت تەكشۈرۈپ بېكىتكەن ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال بۇلىقىنىڭ سۈيىنى بەرمەي، شۇ بۇلاققا يانداش بولغان يەنە بىر بۇلاقنىڭ سۈيىنى بەرگەن، ئەمما ئالدىنقى يىل ناھىيەلىك ھۆكۈمەت ھەر ئىككى زاۋۇتنىڭ بىرلا «پامىر» ماركىسىنى ئىشلىتىشكە بولمايدىغانلىقىنى ئوتتۇرىغا قويغان. قارار قىلىنىش ئارقىلىق ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇت «پامىر» ماركىسىنى باسمايدىغان، ئىشلەتمەيدىغان بولغان. شۇنىڭ بىلەن ئۇلار «يىراق يولدىكى ھەمراھ» دەپ ماركا ئىسمى قويۇپ سېتىشقا مەجبۇر بولغان. بۇ ئىككى زاۋۇت بىر - بىرى بىلەن بەيگىگە چۈشكەندى. مانا ئەمدى ئۇلار ھەقىقىي بىر رىقابەتچىگە دۇچ كەلگەنلىكىنى تونۇپ يەتكەن. ئەمما ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇت قىلچە پىسەنت قىلمايى، ھەرقانداق ئەھۋالدا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنى شەخسىيلەرنىڭ قولىدىن تارتىپ ئالىمىز دېگەن پىلاننى تۈزگەن. شۇڭا بازارنى خاتا مۆلچەرلەپ قالغان. ئۇلار پەقەت مۇشۇ بىرلا ئىسمىنى ئۆزگەرتكەندىن باشقا، ھەتتا يەشىكتىن تارتىپ، ماركىنىڭ كۆرۈنۈشىگە قەدەر ھېچ نەرسىنى ئۆزگەرتمىگەن، بەلكى ئالدىنقى يىلدىكى ئەسلىدىكى «پامىر» دەپ چىقارغان مەھسۇلاتقا ئوپمۇ ئوخشاش مەھسۇلات ئىشلەپ بازارغا سالغان. ئۇلارنىڭ بۇ جەھەتتىكى سەزگۈرلۈكىگە ھەقىقەتەن قول قويۇشقا تېگىشلىك. شۇڭا، نۇرغۇن كىشىلەر ئۇنى ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ ئۆزگەرگەن نۇسخىسى دەپ قاراپ، دەمال پەرق قىلالمايى، ئىستېمال قىلىۋەردى. بازاردا ئۇنىڭغا نىسبەتەن قىلچە يامان تەسىر بولمىدى، كىشىلەر تەبىئىي يوسۇندا ئالدىنىپ، غەيرىيلىك ھېس قىلمىدى. بۇ ھال بىز سېتىۋاتقان، ئىككى يىلدىن بۇيان بارا - بارا ئىستېمالدىن قېلىۋاتقان ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى داغدا قويۇشقا سەۋەب بولدى. ئەمما ھەقىقىي يوسۇندا ۋەيران بولۇش گىردابىغا

سۆرەپ كىرەلمىدى. باشقىلار قانداق قىلىدۇ، بۇنى بىلىش قىيىن، ئەمما بىز، يەنى قەشقەر توپ ۋە پارچە سېتىش مەركىزى ئەسلىدىكى «پامىر» مۇنبىرال سۈيىنى كۆپ تەرەپلىمە تەدبىرلەر بىلەن قوغداپ قالدۇق. بۇ جەھەتتىكى تۆھپە ھەقىقىي يوسۇندا ئېتىراپ قىلىنىشى كېرەك.

بىزدە ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتقا قارىتا كۆچلۈك سەزگۈرلۈك بار ئىدى. گەرچە بىز سودا قىلغۇچى بولساقمۇ، ئۆزىمىز مەھسۇلاتنى سېتىۋالغان زاۋۇتنىڭ تەرەپدارى، بىز ئەسلىدىكى «پامىر» بىلەن بىر تەن، بىر نىيەتتە بولغاچقا، جان - جەھلىمىز بىلەن ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ بازار ئېچىشىغا كۈچلۈك قارشى تۇردۇق. بازاردا بىز ئۇلارنى يېڭەلمىسەك، توختام ۋە سودا ئىشلىرىدا مەغلۇپ بولۇپ، ئاز بولمىغان زىيانغا دۇچار بولار ئىدۇق. شۇڭا، بىز سەۋرچانلىق بىلەن ئىش كۆرۈپ، رىقابەتچىمىزنى يېڭىش، ئۇنىڭ ئالدىدا مېڭىش ئۈچۈن دائىم تەدبىر ئويلانىدۇق. بىز مۇنداق بىرقانچە ئىشنى قىلدۇق. بىز ئۇلارنىڭ ئىزىدىن ئەمەس، سودا قىلىش ئۇسۇلىدىن پايدىلاندۇق. ئۇنىڭ بىزگە ئۆگەتكەن، بىز ئۆگەنگەن، بىز بىلگەن نەرسىلىرى كۆپ بولمىسىمۇ، ئۆگەنگەن، بىلگەنلىرىمىز تولىمۇ جانلىق، كۈچلۈك، ئۇنۇملۇك بولدى.

1. باھادا ئاكتىپ بولدۇق. ئەينى چاغدا نۇرغۇن تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىپ ئەسلىدىكى «پامىر» مۇنبىرال سۈيىنىڭ ھەربىر يەشىكىنى ئوتتۇراھال باھا 26 يۈەندىن سېتىشنى ئويلىغان ۋە مۇقىملاشتۇرغان بولساقمۇ، ئىچىملىكلەرنىڭ ۋاقىت ئېھتىياجى، كىشىلەرنىڭ باھانى كۆتۈرۈش كۈچى، قەشقەر ۋىلايىتىنىڭ ئىقتىسادىي ئەھۋالىنى نەزەردە تۇتۇپ، ھەربىر يەشىكىنى 24 يۈەن ياكى 23 يۈەن قىلىشنى ئويلىدۇق. ئۇنىڭ ئۈستىگە سېتىپ چىقىرىش پىلان - كۆرسەتكۈچىگە ئاساسەن، ئەڭ تۆۋەن ئىش ھەققى تەقسىماتى بويىچە ئادەم، ماددىي كۈچ قاتارلىقلارنى پىلانلاپ، بازارنى كۈتۈپ تۇرغانىدۇق. توختامدا يەنە ئەسلىدىكى

«پامىر» مىنېرال سۈيىدىن باشقا ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» مىنېرال سۈيىنىڭ بولمايدىغانلىقى ئالاھىدە تىلغا ئېلىنغان بولسىمۇ، ئۇنىڭ تاقالغانلىقىنى ھېچكىم جاكارلىمىغان يېكى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى ئۇنى سېتىۋالمىغان، شۇڭا بىز ئۇلارنىڭمۇ بىر ئامال قىلىپ سۇ ئىشلەپچىقىرىپ بازارغا سالمىدىغانلىقىنى پەرەز قىلىپ بولغانىدۇق. چۈنكى ئۇمۇ تاشقورغانىنىڭ بۇلغانمىغان بۇلاق سۈيىنى مەنبە قىلاتتى، ئۇنى ھۆكۈمەت ھە دېگەندىلا ئەمەلدىن قالدۇرمايدۇ. دېگەندەك ئۇلارمۇ 2000 - يىلى 4 - ئاينىڭ 15 - كۈنى ئىشلىگەن مەھسۇلاتنى ئەتىسىلا بازارغا سالدى. ھەر يەشىك مىنېرال سۇنى نېسى 29 يۈەن باھا بىلەن تارقاتتى، شۇ چاغدىلا بىزنىڭ ئىشىمىز ئوڭ كەلدى، دەپ قاريدۇق. ئۇلارنىڭ بۇ باھاسى زىيادە يۇقىرى ئىدى. ئالدىنقى يىللاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيى نامى بىلەن بازارغا سېلىنغان بۇ سۇ ئالاھىدە بازار تاپقان. سەۋەبى، بازاردىكى مىنېرال سۇلارنىڭ ھازىرقىدەك تۈرى كۆپ، سۈپىتى ياخشى ئەمەس ئىدى. ئۇنىڭ ئۈستىگە ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىدە ئادەم بەدىنىگە پايدىلىق ئېلېمېنتلار كۆپ، ماگنىتلىق دەرىجىسى يۇقىرى ئىدى، مانا بۇ ئالاھىدىلىك بۇ سۇنى قەدىرلەش تۇيغۇسىنى پەيدا قىلغان، كىشىلەر ئەتىۋارلاپ ئىچىشكە ئادەتلەنگەن. ئالدىنقى يىللاردا كىشىلەرنىڭ قولىدا پۇل كۆپ، ھۆكۈمەت قىزىل رەقىمى ئاز ئىدى. كىشىلەر بۇ سۇنى ھەر ھالدا كۆپرەك سېتىۋالغان. شۇڭا، باھاسى ئىزچىل يۇقىرى بولسىمۇ، بېسىلىپ قالمىغان. بۇ مەھسۇلات ئالدىنقى يىللاردا ئەسلىدىكى «پامىر» نى تەپكەن، كىشىلەر ئۇنىڭغا كۆنگەنىدى. بۇ يىل ئۇلار يەنىلا ئاشۇ خىل تۇيغۇ بىلەن سېتىش باھاسىنى زىيادە يۇقىرى چىقارغان. بۇنىڭغا ئاساسەن بىز باھانى تۆۋەن چىقىرىشنى ئويلاشتۇق. چۈنكى كىشىلەر ئوخشاش مەھسۇلاتقا قارىتا تۆۋەنرەك باھادا بولسا كۆپرەك سېتىۋالالايتتى. تۆۋەن نىسبەتلىك باھانى تەدرىجىي

يۇقىرى ئۆلچەملىك باھاغا قاراپ تەرەققىي قىلدۇرساق ھەم مەھسۇلاتنىڭ بازىرى توسالغۇغا ئۇچرىمايدۇ، ھەم ئابرۇيى چۈشمەي ئىناۋەتتى ئاشىدۇ. بىز 4 - ئاينىڭ 18 - كۈنى باغلىما تىجارەت شەكلىدىكى كىچىك توختامنى تۈزۈپ، تىجارەتچىلەرگە نەق پۇلغا ھەر بىر يەشك ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى 23 يۈەندىن سېتىشنى يولغا قويدۇق. ساتقۇچىلار ھاڭ - تاڭ قالدى، ساختا مەھسۇلات بولۇپ قالمىسۇن دەپ گۇمان قىلغانلارمۇ بولدى. بىراق ئۇلار دەرھال سېتىۋالدى، بۇ چاغدا ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇتنىڭ ئادەملىرى ئاغزى - ئاغزىغا تەگمەي بىزنىڭ سۇيىمىزنى ساختا سۇ دەپ تەتۇر تەشۋىق قىلدى. لېكىن، بىز ئۇلارنىڭ داۋراڭلىرىغا قۇلاق سالماي، دەيدىغانىنى دەۋەردۇق، قىلىدىغانىنى قىلىۋەردۇق. ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇتنىڭ ئادەملىرى بىز مال تارقاتقان كۈنى چۈشتىن كېيىن مەھسۇلاتنىڭ باھاسىنى 29 يۈەندىن 28 يۈەنگە چۈشۈردى. مانا بۇ ئۇلارنىڭ بازاردا تۇنجى مەغلۇبىيەتنى كۆتۈۋېلىشى ئىدى. كېيىن ئۇلار يەنە تۆۋەنلىتىپ 26 يۈەنگە چۈشۈردى. بىراق مەھسۇلاتى بازار تاپالمايى بېسىلىپ قالدى. يۇقىرى باھادىن تۆۋەن باھاغا يۈزلەنگەن مەھسۇلاتنىڭ كۈرسى ھامان چۈشۈپ كېتىدۇ، بۇ بەك خەتەرلىك، ھەتتا كارخانىنى ۋەيران قىلىشقا ئېلىپ بېرىشى مۇمكىن. ئەسلىدە ئۇلار بىزنى 30 يۈەن ياكى 35 يۈەن باھادا مەھسۇلات ساتىدۇ، دېگەن پەرەز بىلەن ھېلىقى باھانى قويغانىكەن. بۇ بىز ئېرىشكەن بىرىنچى تەجرىبە.

2. ھەقسىز تارقىتىشقا قاتتىق چەك قويدۇق. ئالدىنقى يىللاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى ئىزچىل ھالدا ئايرىم ئەمەلدار ۋە خادىملارنىڭ ھەقسىز ئىستېمال قىلىدىغان، بەزىلەر مىنېرال سۇنى زاۋۇتنىڭ ئۆزىدىن بىكارغا ئېلىپ قەشقەرگە ئاپىرىپ، نەق پۇلغا ساتىدىغان مەھسۇلات قىلىۋالغان، ھەتتا ئاشۇ خىل كىشىلەرنىڭ مەخسۇس سېتىش نۇقتىسى

مەيدانغا كەلگەن. ئەينى چاغدا زاۋۇت بۇنىڭدىن نۇرغۇن ئىقتىسادىي زىيانغا ئۇچرىغان. بۇ، زاۋۇتنىڭ ۋەيران بولۇشىغا سەۋەب بولغان بىر ئامىل بولۇپ قالغان. بىز پۈل سەرپ قىلىپ مىنېرال سۇ ئىشلەپ، بىكارغا تارقىتىدىغان ئىشقا قاتتىق چەك قويىدۇق. بىرى، بۇ مەھسۇلات بىزگە بىر تالمۇ ھەقسىز بېرىلمەيدۇ؛ يەنە بىرى، بىكارغا تارقاتقاندا باھانى قالايمىقانلاشتۇرۇشقا سەۋەب بولىدۇ. ئەمما ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتى مەھسۇلاتنى كۆپ مىقداردا بىكارغا تارقاتتى. بولۇپمۇ ئۇلار تويۇنۇپ كەتكەن جايلارغا مەھسۇلات تارقىتىپ ئىناۋەت، ئابروي قازانماقچى، بازار ئاچماقچى بولدى. ئەمما بىز يۇقىرىدا دەپ ئۆتكەندەك، مەھسۇلاتقا ئېرىشكۈچىلەرنىڭ كۆپچىلىكى ئۇنىڭ باھاسىنى بىر - ئىككى ھەسسە تۆۋەنلىتىپ سۇ ساتىدىغان تىجارەتچىلەرگە ئاپىرىپ بېرىپ ساتتى ياكى سېتىپ قويۇشقا بەردى. بۇنىڭ بىلەن ئۇلارنىڭ بازار ۋە باھاسىدا قالايمىقانچىلىق كېلىپ چىقتى - دە، مەھسۇلات كاساتلاشتى.

3. تەشۋىقاتنى كەڭ، سالماق ئېلىپ بارىدۇق. ئەسلىدىكى شىركەت پىلانى ۋەدىسىدە 100 مىڭ يۇەن خەجلەپ تەشۋىقات ئېلىپ بېرىش ئوتتۇرىغا قويۇلغانىدى. لېكىن ئۇلار بۇنداق پۇرسەتنى يارىتالمىدى. قەشقەر توپ - پارچە سېتىش مەركىزى بۇ جەھەتتە كۆپ تەرەپلىمە ئىزدەنگەن بولساقمۇ دېگەن نىشانغا يېتەلمىدۇق. تەشۋىقاتنى ئۆزىمىز ئېلىپ بېرىشقا شىركەت يول قويمىدى. ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتى 6 - ئاينىڭ 1 - كۈنى ناھايىتى كەڭ، داغدۇغىلىق تەشۋىقات ئېلىپ بېرىپ، قەشقەر شەھىرىنىڭ كوچىلىرىغا ماشىنا چىقاردى، پىلاكات ئاستى، «1 - ماي» تىياتىرخانىسى بىلەن تېلېگراف ئىدارىسى ئالدىدىكى 200 نەچچە مېتىر يولغا سالىيوت ئېسىپ ئاتتى، تەشۋىقات ۋەرىقى تارقاتتى. ئۇلار ھەتتا ماشىنىلارغا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيى بىز ئىشلەۋاتقان مەھسۇلاتنىڭ دەل ئۆزىدۇر. ئەسلىدىكى «پامىر» ساختا دەپ يازدى. بىزنىڭ قاتتىق ئاچچىقىمىز كەلدى.

لېكىن بىز بۇنىڭغا خۇشال بولدۇق. ئۇلار بىزنى تەييارلا تەشۇنق قىلىۋاتقان تۇرسا، نېمە دەپ رەنجىيمىز؟ بۇنىڭغا سۆكۈت قىلىش كېرەك ئىدى. ئاخىرى 7 - ئايغا كەلگەندە، گېزىت، رادىيولاردا ئالاھىدە پەرقلىق تەشۇنقات ئېلىپ بارىدۇق. ئۇلارنىڭ تەشۇنقات شەكىللىرىدىن ماھىرلىق بىلەن پايدىلىنىپ، ئوخشىمايدىغان، ئۆزگىچە تەشۇنقات ئىشلەپ، ئۇلار بىلەن بولغان ئالاھىدە پەرقىمىزنى ئېنىق كۆرسىتىپ قويىدۇق. بۇنىڭ ئۈنۈمى ئالاھىدە ياخشى بولدى.

4. مۇلازىمەتتە جانلىق بولدۇق. ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇت مۇلازىمەتتە گاھىدا ئاكتىپ، گاھىدا پاسسىپ بولدى، مەھسۇلات باھاسىدا بىرنى ساتسىمۇ ئوخشاش، 100 نى ساتسىمۇ ئوخشاش دەپ تۇرۇپ ۋەدىسىگە خىلاپلىق قىلدى. بىز كۆپ ئالغان بىلەن ئاز ئالغانىنى پەرقلەندۇردۇق. تارقىتىشتا ئىدارىلەرنى، ئىستېمالچىلارنى بىھۇدە ئويلاپ يۈرمەي، بازارنى تويۇنىدۇردۇق. يەنى ھەر قانداق جايدىكى بىر دۇكان بولسۇن، مەھسۇلاتنى ئاپىرىپ بېرىپ كەلگەن تارقىتىشقا ئاساس سالدۇق. بۇ جەھەتتە ئۇلارنىڭ تەلىپىدىكى مۇلازىمەتنى بارلىق كۈچىمىز بىلەن قىلىپ رازى قىلدۇق.

2000 - يىلى 7 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، قەشقەر

تەرەققىيات كىمگە مەنسۇپ

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىغا قارىغاندا، ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتىنىڭ ئۇستۇنلۇكى كۆپ. بۇ ئۇستۇنلۇك كەلگۈسىدە كۆچمىنى ئىزچىل نامايان قىلالامدۇ - يوق؟ بىراق ئۇلار ھازىرقى ئەھۋالدا بازارنىڭ ئارقىسىدا قالدى. ئۇلارنىڭ بۇ جەھەتتىكى ئەڭ چوڭ خاتا كەتكەن تەرىپى ماركىنى دەپ ئۆزگەرتكەنلىكى ۋە ئۆزىگە بەك تەمەننا قويۇپ كەتكەنلىكى. ئۇلار تەرەققىي قىلالامدۇ - يوق؟ مېنىڭچە تەرەققىي قىلىشتا مۇنداق بىرقانچە ئىشنى قىلىشى كېرەك.

1. ماركىنى ئىككىى خىل چىقىرىشى كېرەك. ئۇلار ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىسىنى ئاز - تولا مەبلەغ سېلىپ سېتىۋېلىپ، ئالدىنقى يىلدىكىدەك ئوخشاش قىلىپ مەھسۇلات ئىشلەپ چىقارغان بولسا، مەھسۇلاتى ئەسلىدىكى «پامىر» بىلەن تەڭ بازارغا ئىگە بولاتتى. ئۇ چاغدا مىنېرال سۇنى قىممەت باھادا ساتقان بولسىمۇ، ئوخشاشلا بازار تاپماي قالمايتتى. چۈنكى ئۇلارنىڭ ئوراش - قاچىلاش سۈپىتى ياخشى ئىدى. ئەمدى ئۇ يەنىلا ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىسىنى قولغا كىرگۈزۈپ ھەم «پامىر»، ھەم ھېلىقى ماركا بىلەن سۇ ئىشلەپ بازارغا سالسا، بازار ئۇستۇنلۇكى بولىدۇ. ئۇ چاغدا بازارنى بارا - بارا ئىگىلەپ، ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ سودىسىغا تەسىر كۆرسىتەلەيدۇ. ئۇ يەنە ئۆزىنىڭ سىياسىي جەھەتتىكى ئۇستۇنلۇكىدىن پايدىلانسا، ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىسىنى قايتا ئېلىش پۈرسىتىگە ئىگە بولالايدۇ. «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدىكىلەرمۇ دەمال بۇنىڭغا تاقابىل تۇرالمايدۇ ھەم مايىل بولۇشقا مەجبۇر بولىدۇ. دېمەك، بۇ ماركا ئۆزىنىڭ ھېلىقى ماركىسىغا يول ئاچىدۇ. بۇ ئارقىلىق

كەلگۈسىدە ئۇ ئۆزىنىڭ ماركىسى بىلەنمۇ بازار تاپالايدۇ. ئۇ ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىسىنى ئىشلىتىش ئۈچۈن كۆپ تەرەپلىمە بەدەل تۆلىمىسە بولمايدۇ. چۈنكى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى نۇرغۇن ساۋاقنى قوبۇل قىلدى. ئۇلارنىڭ سۇ ئىشلەش، بازار ئېچىش قاتارلىقلاردا كۆزى ئېچىلدى. شۇڭا ئۇلار كەلگۈسىدىكى سودىسىدىن ھامان ئەنسىرەيدۇ. ئۆزىنى يەپ كېتىشىدىن تېخىمۇ ئەنسىرەيدۇ.

2. ھېلىقى سۇ زاۋۇتى تەتقىقات ئېلىپ بېرىشى كېرەك. «پامىر» مىنېرال سۇيى 10 نەچچە يىل تەتقىقات ئېلىپ بېرىش ئارقىلىق ياخشىلىقى ئىسپاتلانغان مەھسۇلات. ھېلىقى زاۋۇت ئىشلىگەن بۇلاقنىڭ سۇيى زادى قانداق؟ بۇ توغرىدا ئېنىق بىر مەلۇماتنى كۆرمىدۇق. نۇرغۇن كىشىلەر بۇ جەھەتتىكى ئىشلارنى بىلمەيدۇ. مەھسۇلاتنىڭ چۈشەندۈرۈشىگە يېزىلغان سۆزدىكى بىرقانچە خىل ئېلېمېنت بىلەن ھەممىلا ئادەمنى قايىل قىلىپ كەتكىلى بولمايدۇ. شۇڭا ئۇلار قايتا - قايتا تەكشۈرۈش، تەتقىق قىلىش ئارقىلىق سۇ سۈپىتىنى مۇئەييەنلەشتۈرۈشى كېرەك. شۇنى كېسىپ ئېيتىشقا بولىدۇكى، بەلكىم بۇ ئىككى بۇلاقنىڭ تومۇرى بىر. سەۋەبى، ئارىلىقى ناھايىتى يېقىن، بۇ خىل ئەھۋالدا تەتقىقات ئەتراپلىق بولسا، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى بىلەن سېلىشتۇرما قىلىپ، دۆلەت بېكىتكەن ئۆلچەم بىلەن ئۆزئارا سېلىشتۇرۇپ، مەھسۇلاتنىڭ ئوخشىماسلىقىنى نامايان قىلىش كېرەك. ئۇ ھالدا «پامىر» رىقابەت كۆزى بىلەن ئەمەس، رەسمىي يوسۇندىكى باراۋەرلىكنى چىقىش قىلغان رىقابەت مەيدانىدا ماڭالىسا، نۇرغۇن جەھەتتىن پۇت تىرەپ تۇرۇش ئىمكانىيىتىنى يارىتالايدۇ.

3. نەق مەيدان تەشۋىقاتىنى جانلاندۇرۇش كېرەك. ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتىنىڭ بازاردىكى تەشۋىقاتى بەك جانلىق بولۇۋاتىدۇ. ھەتتا چېكىدىن ئېشىپ كېتىۋاتىدۇ. ئالايلۇق، مەھسۇلاتنى ھەقسىز تارقىتىپ كاساتلاشتۇرۇش دەرىجىسىگە بېرىپ يەتتى. ئەمما مۇناسىۋەتلىك كىشىلەرنى، شۇنداقلا تەشۋىقات،

مەدەنىيەت تارماقلىرى، بازار سودىسى بىلەن شۇغۇللانغۇچىلارنى ئۆزىنىڭ مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىش سورۇنلىرىنى ساياھەت قىلىشقا تەشكىللەش، بىۋاستە كۆرسىتىش، ماقالە ئۇيۇشتۇرۇش كېرەك ئىدى. كىشىلەر نەق مەيدانىنى كۆرسە، ئىككى بۇلاقنىڭ يېقىنلىقىنى ئۆز كۆزى بىلەن كۆرسە ھەر ئىككىسى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى ئىكەنلىكىنى تونۇغۇنا كېلىدۇ. ئۇ چاغدا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدىكىلەر ئۇنى ساختا دېسىمۇ باشقىلار بۇنى كۆرەلمەسلىك دەپ قارايدۇ. بۇ ئۇلار ئىشلەپچىقارغان ھېلىقى ماركىلىق مەھسۇلاتنى بازارغا يۈزلەندۈرۈشكە تۇرتكە بولىدۇ.

4. بازارنى تەڭ تۇتۇش كېرەك. ھېلىقى سۇ زاۋۇتىنىڭ ئىستېمالچىلارنى مۆلچەرلەش ئىقتىدارى بىر قەدەر تۆۋەن، ئۇلار ئىستېمالدا خەنزۇلارنى ئاساس قىلغان. قەشقەردەك ئۇيغۇرلار نوپۇسى كۆپ جايدا خەنزۇلارنىلا نەزەردە تۇتسا، نۇرغۇن ئىستېمالچىدىن قۇرۇق قالىدۇ. ئۇلار زور ئىستېمالچىلار قوشۇنى بولغان ئۇيغۇر ئىستېمالچىلارنى نەزەردىن ساقىت قىلىۋەتمەسلىكى كېرەك.

5. بىرلا ئادەم سېتىش كېرەك. ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ قەشقەردىكى ساتقۇچىلىرى جانلىق ئەمەس، مەھسۇلاتنى زاۋۇتمۇ، ۋاكالىتەن ساتقۇچىلارمۇ ساتىدۇ، بۇ ھالنى ئۆزگەرتىپ، بىرلا تەرەپ ساتىدىغان، ھەر قېتىملىق باھاسى ھەممىلا جايدا بىر خىل بولىدىغان ھالەتنى شەكىللەندۈرۈشى كېرەك. قالايمىقانچىلىق، بازار ئېگىز ـ پەسلىكى سادىر قىلىشتىن ساقلىنىشى كېرەك. ئەمەلىيەت ئىسپاتلىدىكى، ئۇمۇ ـ بۇمۇ ساتسا كاساتچىلىق يۈز بېرىدۇ. بازار قالايمىقانلىشىدۇ، مەبلەغ چېچىلىپ كېتىدۇ. شۇڭا خېرىدار چاقىرىپ، سېتىشنى ھۆددە بېرىپ، بىرلا تەرەپ سېتىشنى قىلىپلاشتۇرۇش زۆرۈر. چۈنكى ھەر قانداق بىر مەھسۇلات بىر رايوندا بىر خىل تارقىتىلسا، ئوخشاش باھادا سېتىلسا، بازار ۋە ئىناۋەت تاپالايدۇ. ئەكسىچە بولسا، بازار زەربىسى بىلەن ۋەيران بولىدۇ.

6. باھانى بازارغا قاراپ تەڭشەپ تۇرۇش كېرەك. باھا مەھسۇلاتنىڭ تۆپ ماھىيىتىنى بېكىتىش رولىنى ئويناپدۇ. ئۇ ھەم مۇقىم بولۇشى، ھەم جانلىق بولۇشى كېرەك. بۇ ئىككىسى ئورتاق ئىشقا ئاشسا ئۇنۇمى ياخشى بولىدۇ. جانلىق بولمىغاندىمۇ مۇقىم بولسا مەھسۇلاتنىڭ ئىناۋىتى ئاشىدۇ. ئەمما مىنېرال سۇ پەسىل خاراكتېرلىك مەھسۇلات بولغاچقا، باھاسى چوقۇم جانلىق بولۇشى كېرەك. ئەتىيازدا بىر خىل، يازدا بىر خىل، كۈزدە بىر خىل، قىشتا بىر خىل باھا بولۇشى كېرەك. باھانىڭ يۇقىرى - تۆۋەنلىكى چوقۇم بازاردىكى ئوخشاش تۇردىكى ئىچىملىكلەرنىڭ باھاسىغا، بازارنىڭ كۆتۈرۈش كۈچىگە قاراپ بولۇشى كېرەك.

7. مۇلازىمەتنى زور كۈچ بىلەن ياخشىلاش كېرەك. ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنى ساتقۇچىلار قەشقەر شەھرىگىلا يىغىلىۋالغان. سېتىش دائىرىسى تولىمۇ چەكلىك، ناھىيەلەرگە ۋە رايون ئاتلاپ باشقا جايلارغا ساتمايدۇ. مانا بۇ، مەھسۇلاتنىڭ كۆپەيىش سېتىلىشىغا تەسىر قىلىدىغان مۇھىم ئامىل. ئۇلار ناھىيەلەردە، يېزىلاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى تارقاتقاندەك تارقاتسا، تەشۋىق قىلسا، ئۇلارنىڭمۇ بازارنى قاپلاپ، يېڭى بازارغا ئىگە بولۇش ئېھتىماللىقى زور. بۇ ئۇلار تېخى ھېس قىلمىغان نۇقتا، ئەڭ چوڭ چىقىش يولى ۋە پايدىلانسا بولىدىغان ئالاھىدە بوشلۇق. شەھەردە پېشكەللىككە يولۇققان بۇ مەھسۇلات گاڭگىراپ قالماي يېزا - بازارلارغا يۈزلەنگەن بولسا، بۇنداق ھالغا چۈشۈپ قالمايتتى.

8. ئىغۋاگەرچىلىكتىن ساقلىنىش كېرەك. سودىدىكى ئىغۋاگەرچىلىك گاھىدا ئىغۋاگەرنىڭ ئاجىزلىقى، يېتەرسىزلىكىنى ئاشكارىلاپ قويىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى بىلىدىغانلار، چۈشىنىدىغانلار كۆپ، شۇڭا ئۇنى ساختا دېسە كىم ئىشىنىدۇ، كىم ئېتىراپ قىلىدۇ؟ ئۇ چاغدا نۇرغۇن كىشىلەر دەل ئۆزىنىڭ ساختا بولمىسا، بىر جايدىكى سۇ زاۋۇتىنى ساختا، يالغان دەپ سۆكەمدۇ؟ دېگەن قاراشقا كېلىدۇ. مانا بۇ ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇت ئۈچۈن زىيانلىق، شۇڭا ئىغۋاگەرچىلىك قىلماي،

توغرا پوزىتسىيە تۇتۇپ، مەھسۇلاتنى بازار ئارقىلىق يېتەكلەپ، بازارنىڭ قوبۇل قىلىشىنى نىشان قىلغان ھالدا مۇڭاپىق تەدبىر قوللىنىپ، تەشۋىقات ئېلىپ بېرىشى كېرەك.

9. ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتى چوقۇم ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى بىلەن ھەمكارلىقنى قانات يايدۇرۇشى كېرەك. ھەتتا ئۇلار كەلگۈسىدە قوشۇلۇشنى ئىشقا ئاشۇرسا، بىرلىشىپ كەتسە، ھەر ئىككى زاۋۇتقا پايدىسى تېگىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنىڭ خادىملىرىدا ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتىنى يەڭبتىش غەرىزى بولسىمۇ ئېنىق مەقسەت - مۇددىئاسى يوق. يەنە بىرقانچە يىلغىچە ئۇنى يۇتۇالغۇدەك مادارغىمۇ ئىگە بولالمايدۇ. ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇتنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» سۇ زاۋۇتىنى يەڭبلىش غەرىزى بولسىمۇ كۆچى ئۇنچىۋالا يېتەرلىك ئەمەس. شۇڭا ئۇلار ئۇزاق زامانلارغىچە تىركىشىدۇ، تىركىشىشتە ھامان بىر - بىرىدىن زەربە يەيدۇ، ئۇنىڭدىن كۆرە رىقابەتچى بولسىمۇ، رەقىب بولۇپ قالماسلىقى، ھەمكارلىشىپ ئۆزئارا تەرەققىي قىلىشى كېرەك. بۇ ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇتقىمۇ، ئەسلىدىكى «پامىر»غىمۇ پايدىلىق. مەسىلەن، ئۆزئارا بازار تاپالايدۇ، تېخنىكا جەھەتتىن ئالغا باسالايدۇ.

ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇت يۇقىرىدىكى ئىشلارنى ۋاقتىدا قىلىپ ئۇنۇملۇك ئىشقا ئاشۇرالىسا، تەدرىجىي ھالدا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنى يەڭبتەلەيدۇ. ئۇنداق بولمايدىكەن ئەسلىدىكى «پامىر» بىرقانچە يىلدا تەجرىبە توپلاپ، كۆچىيىپ مەلۇم تەرەققىياتقا ئېرىشىپ، ئۇزاق مۇددەت تىركىشىپ تۇرۇش ۋەزىيىتىنى ساقلاپ قالىدۇ. تىركىشىش جەريانىدا ئىككىنچى بىر خىل ئۆز رايونىدىن ھالقىپ، بازارغا ئىگە بولالىسا، ئۇ چاغدا تەرەققىيات چوقۇم ئۇنىڭغا مەنسۇپ بولىدۇ.

2000 - يىلى 7 - ئاينىڭ 26 - كۈنى، قەشقەر

دىرېكتورلارنى بازار ئېچىشقا يۈزلەندۈرۈش كېرەك

ـ سىلەرنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيىەت شىركىتىدە قانچە ئەمەلدار، قانچە دىرېكتور بار؟ ـ دەپ سوراپ قالدى بىر خەنزۇ ساتقۇچى بىر كۇنى بىزنىڭ باھادىكى ئۆزگەرتىش، تالاش ـ تارتىشلاردىن ئاغرىنىپ.

ـ ئەمەلدار خېلى كۆپ. ئەمما، بىزنىڭ ئېتىراپ قىلىدىغىنىمىز 50 ئەتراپىدا كىشى بار. بۇنىڭ ئىچىدە دىرېكتوردىن بەش ـ ئالتە ئادەم بار.

ـ نېمە؟ بىر مىنېرال سۇ شىركىتىدە بەش ـ ئالتە دىرېكتور بارمۇ؟ سىلەرنىڭ شىركەت مىنېرال سۇدىن باشقا قانچە خىل مەھسۇلات ساتىدۇ؟ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى كىچىككىنە بىر زاۋۇت، ئىشلەيدىغان مەھسۇلاتمۇ تايىنلىق. شۇنداق تۇرۇقلۇق، قايسى ئىش ئۈچۈن شۇنچە كۆپ دىرېكتور كېتىدۇ! دىرېكتور كۆپ يەردە گەپ كۆپ، ئىش ئاز، چىقىم كۆپ، ئۇنۇم ئاز بولىدۇ. ھازىرقى زامان شىركەتلىرىدە چىقىم كۆپ، بىكار نان يېگۈچىلەر كۆپ بولۇپ كەتسە، كارخانا، شىركەت رونىق تاپالمايدۇ، ۋەيران بولمىسىمۇ، بىر ئىزدا توختاپ قالىدۇ. نېمىشقا دېسىڭىز، دىرېكتور كۆپ بولۇش سەۋەبلىك سىلەردىمۇ بۇگۈنكى گەپ ئەتە يوق، تۈنۈگۈنكى گەپ بۈگۈن يوق بولۇۋاتىدۇ. بىر قېتىم مۇزاكىرە قىلىپ بېكىتكەن گەپ گەپ بولمايدىكەن. ئۇ ئۇيانغا، بۇ بۇيانغا تارتىدىكەن، بىرىنىڭ گېپىنى قىلسا، يەنە بىرسىنىڭ گېپى چىقىدۇ، گېپى چىققانىنى ھېساب قىلمىسا، چوڭ ئىختىلاپ تۇغۇلىدۇ، بىرەر ئىشنى قىلماقچى بولسىمۇ ۋاقتىدا كېڭىشىپ ھۆكۈم قىلالمايدۇ. ئۇنداق بولسا ئىش ۋاقتىدا

ھەل بولماي، پۈرسەت كېتىدۇ - دە، بازار ئۆلىدۇ، بازار ئۇلارنى ساقلاپ تۇرمايدۇ. پايدا ئالمەن دېسە بازاردا چاقىقان بولۇش كېرەك. دىرېكتور كۆپ شىركەتتە بۇنداق پۈرسەت دائىم زايا بولۇپ كېتىدۇ. بولۇپمۇ، سىلەرنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىدا قاتمال كارخانا باشقۇرۇش ئۇسۇلى مەۋجۇت. بەش دىرېكتور بار دەيلى، ئۇلار ھەر ئايدا 500 يۈەندىن ئىش ھەققى ئالسا، بىر يىلدا بىر ئادەم 6000 يۈەن، بەش ئادەم 30 مىڭ يۈەن ئالىدۇ، 1000 يۈەندىن ئالسا، بىر ئادەم 12000 يۈەن، بەش ئادەم 60 مىڭ يۈەن ئىش ھەققى ئالىدۇ. دىرېكتور دېگەنىكەن، ھازىر ئۇلارنىڭ ئايلىق ئىش ھەققى ئەڭ تۆۋەن بولغاندىمۇ 1500 يۈەن بولىدۇ. ئۇلارنىڭ كاماندىرۇپكىسىمۇ شۇنىڭغا مۇناسىپ بولىدۇ، ئۇلارنىڭ قىلىدىغانغا ئىشى بولمىسا، چوقۇم ماتېرىيال سېتىۋېلىش ئىشىنى قىلىدۇ، شىركەتكە، زاۋۇتقا ماتېرىيال سېتىۋېلىشنىڭ كۆپ تەرەپلىمە پايدىسى بار. بۇ ئېنىقلا شىركەتكە چىقىم كەلتۈرىدۇ. ئاشۇنداق بىرقانچە قېتىم ئاتچوت قىلىش تەكرارلانسا، شىركەت ئۆزى ئالغان مەھسۇلاتلارنى ئەرزان ئالغانىدەك قىلسىمۇ، ھېلىقى چىقىملارنى قوشسا، ئۆز ئورنىدا تۇرۇپ سېتىۋالغان قىممەت باھالىق ماتېرىيالغا سېلىشتۇرغاندا باھاسى تېخىمۇ يۇقىرى بولىدۇ. دېمەك، سىلەرنىڭ شىركەتتىكى ئاشۇ بەش دىرېكتور ئۆزىمۇ سەزمىگەن ھالدا شىركەتنىڭ پايدىسىنى، ھەتتا دەسمايىسىنى يەپ ۋەيران قىلىدۇ. مەھسۇلاتنى قالايمىقان تارقىتىدۇ، تەستىقلايدۇ، ئۇنداق قىلمايمەن دېسە، تەستىق سالغۇچىلارنىڭ دوست - بۇرادەرلىرى بولۇپ، ئۇلارغا شۇنداق قىلىپ بەرمىسە غۇرۇرى يول قويمايدۇ. شۇڭا ئۇلار قائىدە - تۈزۈملەرنى خالىغانچە بۇزىدۇ. بىرلا ئادەمنىڭ گېپىنى گەپ قىلمايدۇ، بىرلا ئادەمگە بويسۇنمايدۇ، مۇشۇنداق بىر قاتار ئىشلار تۈپەيلىدىن كارخانىلار ئۆزىنى باشقۇرالمايدۇ. ئارىدىن نەپ ئالىدىغانلار كۆپسىيدۇ. پاي قوشقان كىشىلەر پايلىرىنى دەرھال قايتۇرۇۋېلىشى كېرەك، چۈنكى سىلەرنىڭ دىرېكتورلاردا

كارخانا مونوپوللۇقى ۋە جانلىق، ھەقىقىي سودا ئېڭى يوق. بىر ئادەم قۇرۇپ، بىرقانچە ئادەم باش قوشۇپ باشقۇرىدىغان شىركەتلەردە بۇنداق بولمايدۇ. ئىش ئىش بولىدۇ، ئۇنۇم ياخشى بولىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ياخشى باشقۇرسا، سۇپىتلىك ئىشلەپچىقارسا، كىمگە كۆلەمدە مەبلەغ سالسا، مەھسۇلات پۈتۈن دۇنياغا يۇزلەنگەن بولاتتى.

ــ نېمە دېسەڭ، ھازىرچە ئامال يوق، ــ دېدىم مەن ئۇنىڭغا، ــ بۇگۈن مۇنداق سۆزلىمەي، ئەتە يەنە بىر خىل سېتىشىم يېقى ساتماسلىقىم مۇمكىن. ئالساڭ ئال، بولمىسا كوتۇلدىما.

بۇ بىر سورۇندا بىرمۇنچە گەپلەر چاقچاق بىلەن ئارىلىشىپ كەتتى. گاھى پىكىرلىرىنى ئېتىبارغا ئالمىغاندىمۇ، گاھى قارىشىلارنى، يەكۈنلەرنى نەزەرگە ئالمايدىكەن. دەسلەپ ئۇنىڭ گەپلىرى ماڭا قاتتىق تەگكەن بولسىمۇ، قىزىرىپ تۇرۇپ، تەمكىن ھالدا ئاڭلىدىم. ئاچچىقىمنى يالغان كۈلكە بىلەن يوشۇردۇم. ئۇنىڭ گەپلىرىگە بىكىرەك زەڭ سالسام، نۇرغۇنلىرى توغرىدەك قىلدى. مانا ئەمدى ئويلانساق، ئاشۇ دېگەن گەپلەرنىڭ ھەقىقەتەن ئاساسى بار ئىكەن. شىركەتنىڭ يىل ئاخىرىدىكى خۇلاسە ۋە بەزى ئەھۋاللىرىنى ئاختۇرۇپ كۆرسەك ئايرىم دىرېكتورلارنىڭ ئالغان پۇلىدىن كامانداروپكا ۋە باشقا ئىشلارغا ئىشلەتكىنى ھەقىقەتەن كۆپ ئىكەن. ھەتتا بەزىدە ئۇلار ھېساب بېرەلمەي قالدى. شۇ ۋەجىدىن شىركەت قەرزدارچىلىق ئازگىلىغا چۈشۈپ قىلىپ، باج، ئىش ھەققى ۋە باشقا رەسمىيەت ھەققى، بانكا قەرزى دېگەن بىر تالاي ئىشلاردا ئېغىر ئاۋارىچىلىككە قالدى.

مېنىڭچە مۇنداق بىرقانچە ئىشنى نۇقتىلىق قىلىش كېرەك:

1. دىرېكتورلارنىڭ ئىش تەقسىماتىنى چوقۇم ئېنىق بېكىتىش كېرەك. دىرېكتورلارغا قارىتا قاتتىق تۇرۇم تۇرغۇزۇپ، چەكلەش مېخانىزمىنى يۈرگۈزۈش، بويسۇنمىسا ۋاقتىدا ھوقۇقىدىن قالدۇرۇش كېرەك. ئىمكانىيەتنىڭ بارىچە ئۇلارنىڭ

سانىنى قىسقارتىش، قىسقارتىشقا بولمىغاندا، دەرىجىسىنى تۆۋەنلىتىش، ئىش تەقسىماتىنى ئايرىپ، شۇ بويىچە ئىش بېجىرىش تەرتىپىنى تۈزۈغۇزۇش كېرەك.

2. ئىش ھەققىنى تۇراقسىز قىلىش كېرەك. ھەر بىر دىرېكتورنىڭ شىركەتكە كەلتۈرگەن پايدىسى، ئىش ئۈنۈمىگە قاراپ ئىش ھەققى بېرىش كېرەك. كونكرېت قوللىنىش چارىسىنى ئەھۋالغا، ئىشنىڭ ئالاھىدىلىكىگە قاراپ يولغا قويۇش كېرەك. كۆپ ئىشلىسە، كۆپ پايدا ياراتسا كۆپ بېرىش كېرەك.

3. بىرلا ئادەم كونكرېت مەسئۇل بولۇش. يېتەكلەش، باشقۇرۇشتا بىرلا ئادەم مەسئۇل بولۇش، قارار چىقىرىش، باشقىلار قوللاش، كوللېكتىپ مۇزاكىرە قىلىش، بىرلا ئادەمگە بويسۇنۇشتەك ئىچكى باشقۇرۇش لايىھەسىنى يولغا قويۇپ ئەمەلىيلەشتۈرۈش كېرەك.

4. دىرېكتورلار ماتېرىيال سېتىۋېلىشىنى، كاماندىروپكا مىقدارىنى قىسقارتىش كېرەك. ماتېرىيال سېتىۋېلىشتا ھۆددە ئېلىش، پايدا - زىيىنىغا ئۆزى مەسئۇل بولۇش، جاۋابكارلىق تۇيغۇسى بىلەن ئىش قىلىشتىن ئىبارەت ئۈنۈملۈك، بىخەتەر، مۇۋاپىق ئۇسۇلنى قوللىنىش كېرەك. ماتېرىيالنى ماتېرىيال ئىگىسى ئۆزى يۆتكەپ ئاپىرىدىغان، بېجىرىدىغان قىلىش ياكى باشقىلار مەبلەغ سېلىپ ۋاكالىتەن ئىش بېجىرىدىغان ھالەتكە ئۆزگەرتىش كېرەك. ھازىرقى زامان تىجارىتىدە كارخانىلارنىڭ ئىشلەپچىقىرىشى ۋە ئىشلەپچىقارغان مەھسۇلاتى مۇقىم بولۇش تەكتلىنىۋاتىدۇ. شۇڭا كارخانىلاردا ماتېرىيالغا بولغان ئېھتىياجنى قاندۇرۇش ناھايىتى مۇھىم بولۇۋاتىدۇ. مۇنېرال سۇغا كېتەرلىك ماتېرىياللارنى ئىشلەپچىقىرىدىغان كارخانىلارمۇ مۇلازىمەت ئارقىلىق سېتىشقا يۈزلەنگەن، شۇڭا بۇ خىل مەھسۇلاتنى ئىشلەپچىقارغان زاۋۇتنىڭ ئالدىغا بېرىپ ماتېرىيال سېتىۋېلىش ھاجەتسىز. تاشقورغاندا تۇرۇپمۇ شۇ خىل ماتېرىياللارنى زاۋۇت باھاسىدا سېتىۋالغىلى بولىدۇ. دىرېكتورلار

شۇ خىل خام ماتېرىياللارنى ئالاھىدە بېرىپ سېتىۋالماي، تاشقورغاندا تۇرۇپ سېتىۋالسا، تەبىئىيكى ماتېرىيال تەننەرخى زور دەرىجىدە تۆۋەنلەيدۇ. مەسىلەن، كامانداروپكا چىقىمى ۋە خېيىم - خەتەر چىقىمى قاتارلىقلار ئۆزلۈكىدىن ئازىيىپ، زاۋۇتنىڭ پايدىسى، مەبلىغى خوراپ كەتمەيدۇ. بۇ خىل ئۇسۇلنى يولغا قويغاندا جەمئىيەتتىنمۇ مەبلەغ سالغۇچى چىقماي قالمايدۇ. بۇنداق ئۇسۇلنىڭ كۆپ تەرەپلىمە پايدىسى بار: زاۋۇتنىڭ مەبلىغى كۆپىيىدۇ. چۈنكى ئۇ چاغدا زاۋۇت مەبلەغ سالماي، ۋاكالىتەن مەبلەغ سالغۇچى ياكى ماتېرىيال ئىشلەپچىقارغۇچى مەبلەغ سالغان بولىدۇ، بۇ، سۇ زاۋۇتنىڭ ماتېرىيالغا سالغان مەبلىغىنى خوراتماي، مەبلەغ ئەملى كۈچىنى ئاشۇرىدۇ؛ ماتېرىياللارنىڭ خېيىم - خەتىرى تۆگەپ، سۈپىتى ئاشىدۇ، ماتېرىيالنى ئۆزى سېتىۋالغاندا، ھەمىشە سۈپەتلىك بولۇپ كەتمەيدۇ، زىيان قىممىتى يۇقىرى بولىدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە نەق پۇلدا ئېلىم - بېرىم قىلىنغاچقا، مەھسۇلاتتا سۈپەتسىزلىك ئەھۋالى كۆرۈلسە، زىيان بولسا، سۈپەتسىز ماتېرىيالنى قايتۇرۇش، پۇلنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش قىيىن بولىدۇ. بىر قىسىم مەبلەغ، ۋاقىت ئىسراپ بولىدۇ. ۋاكالىتەن مەبلەغ سالغۇچى ياكى كارخانىلار ماتېرىيالنى ئۆزى بېۋاستە ئېلىپ كەلسە، چوقۇم سۈپەتكە ئەھمىيەت بەرمەي قالمايدۇ، سۈپەتسىز بولسا قايتۇرۇش ئاسان، ماتېرىيال زىيىنى كۆرۈلسە بېرىدىغان پۇلدىن تۇتۇپ قالسا بولىدۇ. ئۇ چاغدا ماتېرىياللارنىڭ مونوپوللۇق خاراكتېرى، مەسئۇلىيەتچانلىق دائىرىسى كۈچلۈك بولىدۇ. زىيان كارخانىغا بولماي، ۋاكالەتچى تەرەپكە بولىدۇ. ماتېرىيال ساتقۇچىنىڭ مەبلىغىدىن پايدىلىنىپ پايدا ئالغىلى بولىدۇ. ماتېرىيالغا مەبلەغ سالغۇچىلارنىڭ مەبلىغى تاشقى مەبلەغ بولۇپ، زاۋۇتقا چوقۇم ھاياتىي كۈچ ئېلىپ كېلىدۇ. ماتېرىيال مەبلىغىنىڭ زور بىر قىسمىنى ئىشلەپچىقىرىشقا ئىشلىتىپ، مەھسۇلات ئىشلەپ

بازارغا سالغىلى بولىدۇ. بۇ خىل ئۇسۇلدا ئىشلەنگەن مەھسۇلات ئوبوروتى ماتېرىيال مەبلىغىنى قايتۇرۇش بىلەن بىر چاغدا پايدا يارىتىدۇ. بۇ دەسمايىسىز پايدا بولۇپ، زاۋۇتنىڭ مەبلىغىنى جانلاندۇرۇشتا ئالاھىدە رول ئوينايدۇ. بۇنىڭ بىلەن زاۋۇتنىڭ ئەسلىدىكى مەبلىغى خورىمايدۇ، كۆپەيمەيدۇ، ھەتتا مەبلەغنىڭ بانكا ئۆسۈمىمۇ پايدا يارىتىدۇ. مۇبادا زاۋۇتنىڭ بانكا قەرزى بولسا، مانا مۇشۇنداق تاشقى مەبلەغ بىلەن قايتۇرۇش ئىمكانىيىتى تۇغۇلىدۇ ياكى ئەسلىدىكى مەبلىغى ئارقىلىق بانكا قەرزى تۆلەنسە، بانكا قەرزى ئازىيىپ باردۇ. مىنېرال سۇ تىجارىتى تېگىدىن ئالغاندا ئالدىن مەبلەغ سېلىپ، كېيىن پۇلىنى يىغىدىغان بىر خىل تىجارەت بولغاچقا، تاشقى مەبلەغ بىلەن ئىشلەپچىقىرىشنى جانلاندۇرۇش ئەڭ ئۇنۇملۇك، ئەڭ جانلىق يول.

5. دېرىكتورلارنى بازارغا غەرق قىلىش كېرەك. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ داڭقى بولسىمۇ، بازىرى جانسىز، بازىرى بولسىمۇ ئاز، ئېچىلمىغان: خېرىدارى بولسىمۇ، ئومۇملاشمىغان، بۇنىڭ ئاساسلىق بازىرى قەشقەر شەھىرى، بۇ سۇنى ناھىيەلەردە تونۇيدىغانلار ئاز، تونىسىمۇ ناھىيە بازىرى بىلەن چەكلەنگەن، يېزا - بازارلاردا بىلىدىغانلار يوق دېيەرلىك. بىزنىڭ بىرنەچچە دېرىكتورىمىز 10 مىڭ تونىنا مىنېرال سۇ ساتىمەن دەپ پو ئاتتى - يۇ، 100 تونىنا سۇ ساتالمىدى. سەۋەبى نېمە؟ بۇ دەل بازارنى بىلمىگەنلىكتىن بولغان ئىش بولۇپلا قالماستىن، بازار ئېچىش، ئومۇملاشتۇرۇشقا سەل قارىغانلىقتىن بولغان. ئۇلار سۇ سېتىشتا ھە دېسە قەشقەر شەھىرىگە تىقىلىۋالدى. بۇنداق بېقىنىۋېلىش، بىرلا بازارغا تايىنىش، بىرلا بازار ئارقىلىق بازار ئېچىش، قىممەت يارىتىش قارىشىنىڭ ئۇنۇمى تولىمۇ تۆۋەن بولىدۇ. تىجارەت قىلغۇچىغا نىسبەتەن، بولۇپمۇ بىرلا مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىپ ساتىدىغان كارخانا ئۈچۈن مۇئەييەن ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش پىلانى بولغاندىن تاشقىرى، سېتىش مىقدارىغا ماس كېلىدىغان بازار كەڭلىكى،

ئومۇملاشتۇرۇش، تارقىتىش دائىرىسى بولۇشى كېرەك. ئەمما، شىركەتتىكى دىرېكتورلار ھە دېسە شارائىتىنىڭ ناچارلىقى، مەبلەغ كەملىكى ئۈستىدىن شىكايەت قىلىپ، شىركەتنىڭ بىر تۇتاش ئورۇنلاشتۇرۇشى، مەبلەغ تەشكىللىشىگە نارازى بولۇپ، ئۆزى مۇستەقىل بازار ئېچىشقا، تىجارەت قىلىشقا، مەھسۇلاتنى ئومۇملاشتۇرۇشقا جۈرئەت قىلمىدى. قەشقەر شەھىرىدىن باشقا جايدىن بازار ئېچىشقا ئۇرۇنۇپ باقمىدى. ئۇلار باشقا جايلارغا كۆز تىكىپ بازار ئاچقان بولسا ئىنتايىن ياخشى بولغان بولاتتى. ئۇلار بازارغا يۈزلىنىپ، باشقا جايلاردا بازار ئاچسا، كۆپ تەرەپلىمە ئۇنۇم قولغا كېلەتتى. بۇنداق بولغاندا: (1) دىرېكتورلارنىڭ بازار قارىشى، سودا ئېڭى ۋە مەھسۇلاتقا قارىتا چۈشەنچىسى، مۇھەببەت تۇيغۇسى كۈچىيىپ باراتتى: (2) مىنېرال سۇ سېتىش تەجرىبىسى توپلاپ، بۇنىڭدىن كېيىنكى سېتىش، ئىشلەپچىقىرىشقا ئاساس سالاتتى: (3) بازار ئېچىش، مۇلازىمەت قىلىش، ئومۇملاشتۇرۇشقا نۇرغۇن يېتەكچى ئاساس يارىتاتتى: (4) ئومۇملاشتۇرۇش سالمىقىنى زورايتىپ، مەھسۇلاتنىڭ قاپلىنىش دائىرىسىنى ئاشۇرۇپ، ئوبوروتنى تېزلىتىپ، پايدىنى ئاشۇراتتى: (5) بازار ئارقىلىق تەڭشەپ، بازارنى مونوپول قىلىش ئۈچۈن ئاساس سالاتتى. ئەمدىكى گەپ ئۇلارنى بازارغا، بازار ئېچىشقا يۈزلەندۈرگىلى بولامدۇ - يوق؟ دىرېكتورلارنىڭ ئەھۋالىدىن قارىغاندا، ئۇلارنىڭ خىيالىدا بۇنداق ئوي يوق. شۇنداق ئىكەن، ئۇلار بۇ ئىشنى ئۆزلۈكىدىن قىلمايدۇ. شۇڭا، قەتئىي ھالدا ئۇلارنى بازار ئېچىشقا مەجبۇرلاش كېرەك: (1) كونكرېت تەدبىر بەلگىلەپ، ئۇلارنى ھەر قايسى بازارلارغا مەسئۇل قىلىش كېرەك: (2) بازار ئېچىش رايونىنى نۇقتا قىلىپ، ۋەزىپىدە تۇرغۇزۇپ، چۈشەندۈرۈش بىلەن تارقىتىش، سېتىش، ئومۇملاشتۇرۇش قاتارلىقلارنى ھۆددە قىلىپ بېرىش كېرەك. (3) مۇكاپات، جازالاش تەدبىرىنى تۇزۇپ، ئۇنۇمگە قاراپ ئىش ھەققى بېرىش ياكى ساتقان مەھسۇلاتتىن ئالغان پايدىنىڭ مەلۇم قىسمىنى ئاجرىتىپ بېرىش قاتارلىق جانلىق يوللار بىلەن ئۇلارنىڭ قىزغىنلىقىنى قوزغاش كېرەك.

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ تارقىلىشى ئەزەلدىنلا تار دائىرىدە بولۇپ، ئۇنىڭ داڭقىمۇ تاشقورغان ناھىيەسى ۋە قەشقەر شەھىرىدىلا ئېتىراپ قىلىنغان. شۇڭا كەڭ ئومۇملاشتۇرۇش، كەڭ كۆلەمدە تارقىلىش ئىمكانىيىتى يارىتىلمايدىكەن، ھازىرقى زامانداكى باشقا ئىچىملىكلەرنىڭ زەربىسى ئاستىدا بۇرۇنقى تۇرغۇنلۇقتىن قۇتۇلالمايدۇ. باشقۇرغۇچىلار كونا سەنەمگە دەسسەپ ماڭمىغانلا بولسا، پارلاق ئىستىقبال يارىتىش خىيالى چۈشتىن باشقا ئىش بولمايدۇ، خالاس.

2000 - يىلى 12 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، قەشقەر

قاتمالليق، دورامچىلىقتىن قۇتۇلۇپ، تەتقىقاتنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش ئارقىلىق سۈپەتلىك مەھسۇلات يارىتىش كېرەك

«پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ داڭقىنى ھېسابقا ئالمىغاندا، ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش قاتارلىق ئىشلاردىكى يېتەرسىزلىكى ئۇنىڭ كۆپ تەرەپلىمە ئارتۇقچىلىقىنى يوققا چىقىرىۋەتتى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى مىنېرال سۇنىڭ قاچىلاش سۈپىتىنى، سۈرئىتىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ئۈچۈن، 600 مىڭ يۈەنگە بىر دانە ئۈسكۈنە سېتىۋېلىپ، ئىشقا كىرىشتۈرگەن بولسىمۇ، ئۇنىڭ بىرەر كۈن ساق ئىشلەپ باققىنىنى ئاڭلىمىدۇق. بۇ ھەقتىمۇ نۇرغۇن قىزىق پاراڭلار بار. بىراق ئۇنى تەكشۈرىدىغان، ئۇنىڭغا قۇلاق سالمىدىغان ئادەم يوق. ئەينى چاغدا ئۈسكۈنىنى سېتىۋالغان دىرېكتور ئۈسكۈنە سېتىۋېلىش توختىمىنى قول ئۈچىدا تۇزگەن، لاياقەتلىك ئۈسكۈنە سالاھىيىتىنى تەكشۈرمىگەن ۋە ئۆلچەم بويىچە تەكشۈرۈپ ئۆتكۈزۈۋالمىغان، كېيلىپ چىققان چاتاقلارغا ئۈسكۈنە ساتقان شىركەت ئىگە بولمىغانلىقتىن، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى ئېغىر قىيىنچىلىق ۋە ئاۋارىچىلىككە دۇچ كەلدى. بۇزۇلغان سايمانلارنى رېمونت قىلىش، زاپچاس ئېلىش قاتارلىق ئىشلار زاۋۇتنى ھالسىراتتى، مەبلىغىنى بىھۇدە ئىسراپ قىلدى، ھەتتاكى ئۇنىڭ تەسىرى مەھسۇلاتنى ۋاقتىدا ئىشلەپچىقىرىشقا توسالغۇ بولدى. ئىشچىلارنىڭ ۋاقتىنى بىھۇدە ئىسراپ قىلدى. ئاڭلاشلارغا قارىغاندا، ئۈسكۈنىلەرنىڭ

ھەممىسىگە نەق پۇل بەرسەك باھاسى تۆۋەن بولىدۇ دەپ پۇل تۈتۈپ قالماي ھەممە پۇلنى نەق بەرگەن، يېڭىدىن سېتىۋالغان بۇ ئۈسكۈننىڭ ئىچكى قىسمىدىكى قۇرۇلمىلارنىڭ ھەممىسى پۈتۈنلەي دېگۈدەك ناچار بىرىكمە سۈلياۋلاردىن ياسالغان بولغاچقا، ئاسان كاردىن چىقىدىكەن. بۇ ئۈسكۈنە 24 سائەتتە 30 مىڭ بوتۇلكا سۇ قاچىلاش ئىقتىدارىغا ئىگە دېيىلگەن، بىراق بىرەر قېتىم بۇ نىشان ئىشقا ئاشمىغان، بۇ نۇرغۇن گۈمانىنى پەيدا قىلدى. مەھسۇلات سېتىش قانۇنىيىتى نۇقتىسىدىن ئالغاندا، بۇنداق چوڭ تىپتىكى ئۈسكۈننى سېتىۋالغاندا، چوقۇم ساتقۇچىنىڭ پۇلىدىن بىرقانچە 100 مىڭ يۈەن پۇل تۈتۈپ قېلىنىدۇ. ھەقىقەتەن ئۈسكۈنىدىن مەسىلە كۆرۈلمىسە، ئاندىن تۈتۈپ قالغان پۇل تەدرىجي بېرىلىدۇ ياكى زاۋۇت ئىشقا كىرىشىپ پۇل تاپقاندا بېرىلىدۇ، ئۈسكۈنە يېڭى بولسىمۇ، سۈپەتسىز بولغاچقا مەھسۇلاتنى يېڭىچە چىقىرىشتىن ئىبارەت نىشانغا يېتەلمىدى. يەنى بازار رىقابىتىدە ئالدىغا ئۆتىدىغان مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرالمىدى. شۇ كونا رامكا، كونا بوتۇلكا ئۇنىڭ ئاساسلىق ئوراپ ـ قاچىلاش ئۆلچىمى بولۇپ قالدى. بىرەر يېڭى مەھسۇلات ئىشلەپ، كونا مەھسۇلاتقا يانداشتۇرۇلمىدى.

ماركا، يەشىك، بوتۇلكا قاتارلىق بىر بۆلەك ماتېرىياللارغا كەلسەك، ئۇنىڭدىمۇ بىرمۇنچە كۆلكىلىك ئىش بولدى. ئالدىنقى يىلى 5 ـ ئايدا تەشۋىقات ئېلانى ئىشلەيدىغان بولۇپ، بىر دىرېكتورنىڭ قول تىقىشى بىلەن مەلۇم بىر كومپىيۇتېرخانىغا باردۇق. بۇ لايىھىلەش ئورنى بىرنەچچە تۈرلۈك لايىھە تۈزۈپ، ناھايىتى ياخشى ئېلانلارنى ئىشلەپ بەردى. بىراق ئاخىردا شىركەت تەرەپ ئۇنى تاشلاپ قويدى. ھەتتا ھېلىقى ئېلاننى لايىھەلەشنى بۇيرۇغان دىرېكتورنىڭ گېپىنى يوققا چىقىرىپ، لايىھەلىگەن ئىش ھەققىنىمۇ بەرمىدى. بۇ ئىشنىڭ ئالدىدىراق شەھەرلىك سۈلياۋ زاۋۇتىدىكى بىرسى بىزنى چاقىرىپ، ماركىنى تېخىمۇ ئەرزان لايىھەلەپ بېسىپ بېرىش، يەشىكنى ئەرزان،

سۈپەتلىك ئىشلەپ چىرىشنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، يىل بويى ئۆزى مەبلەغ سالىدىغانلىقىنى، سېتىپ بولغاندا پۇلنى ئالىدىغانلىقىنى ئوتتۇرىغا قويغان بولسىمۇ، شىركەتتىكى يەنە بىر دىرېكتور قارشى تۇرۇپ، ئۆز لايىھەسىنى ئىشلەيدىغان بولدى. ئۇ لايىھەلىگەن ماركا، بوتۇلكا، يەشىكلەر 7 - ئايدا ئاندىن زاۋۇتقا كەلدى. بۇ ئىشلار ئۈچۈن بىر دىرېكتور نەچچە ئاي ئۇرۇمچىدە ياتتى، ئۇنىڭغا نۇرغۇن پۇل سەرپ قىلدى. بۇ ماتېرىياللارغا پۇلنى ئالدىن بەردى. شۇنىڭ بىلەن ئۈسكۈنە سېتىۋالغاندىكىدەك ئويۇندىن يەنە بىرسى ئوينالدى. ئەمەلىيەتتىمۇ، قەشقەردىكى يەشىك زاۋۇتى بىلەن بىر دانە يەشىكنى 2.8 يۈەندىن ياساپ چىرىشنى پۈتۈشكەن. ئۇرۇمچىدە ياساتقان يەشىكنىڭ ھەربىر دانىسى 3.2 يۈەندىن (3 يۈەندىن پۈتكەن، 0.2 يۈەندىن يۆتكەش كىراسى قوشۇلغان) بولغان. بۇ يەشىكلەر ناھايىتى ناچار ياسالغاچقا، ئاسانلا مىجىلىپ كەتتى. خەتلىرى كۆك رەڭدە چىسىلغان بولسىمۇ، ئاپتاپتا رەڭگى تېزلا ئۆچۈپ كەتتى. ماتېرىيالى نېپىز بولغاچقا، سۇ قاچىلاپ ئۈستى - ئۈستىلەپ باسقىلى بولمىدى، يەشىك يېنىغا مۇز تاغنىڭ سۈرىتى چۈشۈرۈلگەن بولسىمۇ، تازا جەلپكار، كۆركەم ئەمەس ئىدى. نۇسخا ۋە كۆرۈنۈشلىرى ئاساسەن تازىلانغان ۋاخاخا سۈيىنىڭ يەشىك ۋە بوتۇلكىسىغا تەقلىد قىلىنغان ۋە شۇنى ئۆلچەم قىلىپ ياساتقان، كىچىك بوتۇلكىلىق مىنېرال سۇ يەشكىنىمۇ بازارغا قارىماي، بىر يەشكىگە 24 بوتۇلكا مىنېرال سۇ پاتىدىغان قىلىپ ياساتقان. ئەمما قەشقەردە ئۇ قەتئىي قارشى ئېلىنمىدى. شىركەت بۇنىڭغىمۇ گەپ قىلمىدى. بوتۇلكا ماتېرىيالىمۇ سۈپەتسىز بولۇپ، تاغنىڭ سۈرىتى چۈشۈرۈلۈپ لايىھەلەنگەن ماركا كۆرۈنۈشى قاتارلىقلارغا «لېببەيشى» سۈيىنىڭ بوتۇلكىسى ئۆلچەم قىلىنغان. ماركا بوتۇلكىغا، بوتۇلكا يەشكىگە ماس كەلمەسلىك ئەھۋاللىرى ئىزچىل يۈز بەردى. بۇ نەرسىلەر پەقەت مەھسۇلاتنىڭ شەكلىدە ۋە قۇرۇلمىسىدا قىسمەن ئۆزگىرىش پەيدا قىلدى. لېكىن، مەھسۇلاتنىڭ كۆرۈنۈشى ۋە باشقا جەھەتلەردە دورامچىلىق شەكىلۈازلىق ئەۋج ئالدى.

1. بوتۇلكىنىڭ كۆرۈنۈشىنى ياخشى لايىھەلەش كېرەك. بوتۇلكىنىڭ شەكىل - تۈرلىرىنى بىرقانچە ئون خىلغا يەتكۈزۈش، قايسىسى چىرايلىق، كۆركەم، مۇناسىپ، ئىستېمالچىلارغا يېقىن بولسا، شۇنى ئىشلەش كېرەك. مەھسۇلاتنىڭ ئوراپ قاچىلىنىشىدىمۇ ھەممە جەھەتتىن ماسلاشقان، بىر گەۋدىلىك بولۇشىنى ئىشقا ئاشۇرۇش زۆرۈر. ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ رىقابەتچىسى بولغان ئىككىنچى بىر خىل مىنېرال سۇ زاۋۇتى بۇ جەھەتتە ئالاھىدە يېڭىلىق ياراتقان. «پامىر» مىنېرال سۇيىدە ئۇلارنىڭ تەتقىقاتىغا ئوخشاش تەتقىقاتتىن 20 ~ 30 پىرسەنت قانات يايدۇرۇلسا، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى تېخىمۇ ئىناۋەت، ئايرۇي تېپىپ بازار تاپاتتى.

2. ماركىنى جىپسلاشتۇرۇش كېرەك. ماركىنىڭ تاشقى كۆرۈنۈشى ئەينى يىللاردا مۇۋاپىق ھەم ئىلغار بولسىمۇ، ھازىرقى بازار ئىگىلىكى، رىقابەت قاينىمىدا دەۋرىنىڭ ئارقىسىدا قالغان. شۇڭا، ئۇنى داۋاملىق ئۆزگەرتىش، قايتا - قايتا لايىھەلەش، ئۆزلەشتۇرۇش، بوتۇلكا بىلەن ماسلاشتۇرۇش لازىم. تاغ مەنزىرىسى چۈشۈرۈلگەن ماركىنىڭ رەڭگى يېشىل بولۇپ، دەمال كۆزگە چېلىقىدۇ. بىراق ئۇ بوتۇلكىغا ماسلاشمىغان، خۇددى كىچىك ئادەمگە چوڭ ئادەمنىڭ كالتە پاختىلىق چاپىنىنى كىيدۈرۈپ قويغاندەك كۆرۈنىدۇ. ئۇنىڭ رەڭ، چوڭ - كىچىكلىكىنى بوتۇلكىغا ماسلاشتۇرۇپ، جىپسلاشتۇرۇپ، مۇۋاپىق چوڭلۇق، مۇۋاپىق رەڭ بىلەن لايىھەلەش كېرەك.

3. تەشۋىق قىلىش كەمچىل. تومۇز ئىسسىق باشلانغاندا مەھسۇلاتنى تەشۋىق قىلىش توختاپ قالدى، شۇڭا ئەتراپقا قارىۋالماي، ئالدىغا قاراپ، يىراقنى كۆزلەپ تۈرلۈك شەكىلدىكى مەھسۇلاتنى تەشۋىق قىلىشنى قانات يايدۇرۇش كېرەك.

4. لايىھەلەرنى رىقابەتلەشتۇرۇش يېتەرلىك ئەمەس. لايىھەنى رىقابەتلەشتۇرۇش ئۇسۇلىنى قوللانغاندا نۇرغۇن ياخشى ئۇتۇقلارنى قولغا كەلتۈرگىلى بولىدۇ. مەلۇم مىقدارىدا پۇل ئاجرىتىپ مەھسۇلات لايىھەسىنى سىرتتىن سېتىۋېلىش، ياخشىلىرىنى

مۇكاپاتلاش كېرەك. ئۇ چاغدا ئوراش، قاچىلاشنىڭ ئەڭ ياخشى، ئەڭ باب لايىھەلىرىنى ئىجاد قىلىشنى قولغا كەلتۈرگىلى، بۇ جەھەتتە كۆزلىگەن مەقسەتكە يەتكىلى بولىدۇ.

5. ماتېرىياللارنى مەبلەغ سالغۇچىلار سېتىۋېلىش. زاۋۇتقا ئالىدىغان ماتېرىيالنى بىۋاسىتە ئېلىش كېرەك. خام ماتېرىياللارنى باشقىلار مەبلەغ سېلىش، يۆتكەش، ھۆددىگە ئېلىش ئۈسۈلى بىر قەدەر ياخشى ئۇسۇل. بۇنىڭدا ئوراش، قاچىلاش سۇپىتىنىڭ بىردەكلىكىنى، ئىزچىللىقىنى ساقلاپ قالغىلى بولىدۇ. بۇ يەنە نۇرغۇن تەدبىرلەرنى بەلگىلەشتە ئالاھىدە رول ئويناىدۇ.

2001 - يىلى 1 - ئاينىڭ 20 - كۈنى

ھېسسىي سودىنىڭ مەغلۇبىيىتى

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيىەت شىركىتى باش باھاردىلا ھېسسىي سودا بىلەن مەشغۇل بولدى. تىجارەت جەريانىدا مەيلى سودا قىلىشىنى بىلەيلى، مەيلى بىلمەيلى، ھەر قانداق ئادەم ھېسسىي تىجارەت بىلەن شۇغۇللىنىشتىن خالىي بولالمايدۇ. تىجارەتتە پىشقان، مول ئەمەلىي تەجرىبىسى بار كىشىلەر، بولۇپمۇ تەكرار - تەكرار تەجرىبىگە، ئەمەلىي ئۇقۇمغا ئىگە كىشىلەر سودا - سېتىق ئىشلىرىدا ھېسسىي سودىدىن ساقلىنالايدۇ، بولۇپمۇ، سودا پايدا - زىيانلىرىغا 60 ~ 70 پىرسەنت ھۆكۈم قىلالايدىغان كىشىلەرلا ھېسسىي سودا قىلىشتىن ساقلىنالايدۇ. ھېسسىي سودا ئەمەلىيەتنى چىقىش قىلماي، ئېزىپ كېتىشتىن شەكىللىنىدۇ. ئۇ مەلۇم تىجارەت ئەھۋالىغا قاراپ پەيدا بولىدىغان بىر خىل خىيالىي تۇيغۇ بولۇپ، ئەمەلىيەتنىڭ ماھىيەتلىك مەنىسىدىن ئايرىلغاندىن كېيىنكى سەلبىي تۇرتكىدىن پەيدا بولىدۇ. ئۇنىڭدا تىجارەت قىلىشقا خاس جانلىق، ئەمەلىي، ماددىي ئالاقە شەكلى بولمايدۇ، بولغاندىمۇ يېتەرلىك بولمايدۇ. چۈنكى ئۇ بىر خىل تىجارەتنىڭ كۆرۈنۈشتىكى ئۇتۇقىغا قاراپ پەيدا بولىدىغان مايىللىققا ئىگە بولىدۇ. بۇ خىل تۇيغۇ تۇنجى تىجارەت قىلىش يولىغا كىرىشتىن ئاۋۋال ۋە كىرىپ بولغاندىن كېيىن ناھايىتى روشەن كۆرۈلىدۇ. ئەمما، رەسمىي تەرىزده سودىغا كىرىشكەندە، دەرھال بۇ خىل ھالەتتىن قۇتۇلمىسا، ئاشۇ خىل تىجارەت بىلەن شۇغۇللانغان ئادەم، ئورگان، شىركەت مەغلۇبىيەتتىن خالىي بولالمايدۇ. چۈنكى تىجارەت قىلغاندا ئۇلارنى شۇ خىل ھېسسىيات

قامال قىلىۋالغان بولىدۇ. شۇڭا ھېسسىياتقا تايىنىپ ئىش بېجىرىدۇ، توختام، ئەھدىنامە، كېلىشىم ئىمزالايدۇ، ئاق كۆڭۈللۈك، سەممىيەت بىلەن ئىش قىلغان كىشىلەر بۇ خىل ھالەتنى قوبۇل قىلىپ كەچۈرىدۇ. قارا نىيەت، نەپسانىيەتچى، ئالدامچى كىشىلەر بۇنداق سەممىيەتكە قەتئىي يول قويمايدۇ. تىجارەت قىلماي نۇرغۇن پايدا، نەپ ئېلىشنىڭ كويىدا بولىدۇ. قۇسۇر ئىزدەپ ئاۋارىچىلىك تېرىماي قالمايدۇ. قارشى تەرەپتىن بىر بۆلەك ھەق ۋە نەپ ئالماي قويمايدۇ. ھېسسىي سودا تولا چاغلاردا قارشى تەرەپكە مەنپەئەت يەتكۈزىدۇ. ھېسسىي سودا قىلغۇچىنىڭ توختام ۋە باشقا ۋەدىلىرىنىڭ ئىجرا قىلىنىشىغا پۈرسەت بەرمەيدۇ. ھامان قارشى تەرەپكە يوچۇق، تۇتۇۋالىدىغانغا قۇيرۇق چىقىرىپ بېرىدۇ.

بىز ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى قەشقەر، ئاتۇشتا باش ۋاكالەتچى بولۇپ سېتىشنى تەشەببۇسكارلىق بىلەن ھۆددە ئېلىشنى ئويلىشىشتىن ئاۋۋال ھېسسىي تۇيغۇدا ئەللەيلەنگەنىدۇق. كېيىن رەسمىي يوسۇندا ئەمەلىي ئىشقا تۇتۇش قىلغاندا بۇنىڭدىن قۇتۇلدۇق. سەۋەبى: بازارنى تەكشۈردۇق ھەمدە ئۆزىمىزنىڭ ئەھۋالىغا تەدبىقلىدۇق، ئىشقىلىپ قىلىش زۆرۈر بولىدىغان بارلىق ئىشلارنى قىلىپ كۆردۇق. ئاخىردا بىز بازارنىڭ كۆتۈرۈش كۈچىگە ئاساسەن، تۇنجى يىلدا 600 تونىنا مىنېرال سۇنى سېتىپ چىقىرىشقا كۆزىمىز يېتىپ، مۇشۇ نىشاندا چىڭ تۇردۇق. ئاساسلىرىمىز: بىرى، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى كىشىلەرنىڭ ئىستېمالىدا قىسمەن ساقلىنىپ قالغان: ئىككىنچىسى، نۆۋەتتە بازاردا بۇ خىل ئىچىملىكلەر ناھايىتى كۆپ بولۇپ كەتكەن. ئۇلار ئىستېمالنى سۇپەت ۋە ئۇنۇم، شۇنداقلا تۆۋەن باھا بىلەن ئىگىلىگەنىدى. ئۇچىنچىسى، كىشىلەرنىڭ تۇرمۇش سەۋىيەسى، بولۇپمۇ ئىقتىسادىي سەۋىيەسى يىللاردىكىدىن ناچار بولۇپ، شۇ چاغدا ۋىلايەتنىڭ مالىيە قىزىل رەقىمى 200 مىليون يۈەندىن ئاشقان، كارخانا، كەسپي

ئورۇنلارنىڭ ئىقتىسادىي ئەھمىيلىي كۆچمە ئوخشاشلا ئاجىز بولۇۋاتاتتى. بۇ خىل ئەھۋال مىنېرال سۇنىڭ راۋان، كۆپ سېتىپ چىقىرىلىشىغا توسالغۇ بولاتتى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى بۇنىڭغا دەمال جىددىي قارىسىمۇ، ھېسسىي قاراش بويىچە «پامىر» دېگەن ئېسىل سۇ، ئۇ بازارغا كىرگەن ھامان تالىشىپ سېتىلىدۇ، دېگەن تۇيغۇ بىلەن ئەھمىيلىي ئەھۋالنى تازا قوبۇل قىلالمىدى. ئۇلار ئۆزىنىڭ بۇ خىل كۆز قارىشىدا ناھايىتى چىڭ تۇردى. ئۇلار ھازىرنى ئەمەس، كەلگۈسىنى ئويلاپ، كەلگۈسى ئۈچۈن ئۇل سېلىش ئويىدا بولمىدى. ئىمكان بار تېزدىن ھەممىنى ئىگىلەپ، ھەممە پايدىنى بىراقلا يىغىش تۇيغۇسىدا بولدى، بىزنىڭ بۇنداق پايدا ئېلىشىمىزدا ھېچقانداق كىشىنىڭ ھەققى يوق، كىم بولسۇن توسالغۇ بولماسلىقى كېرەك، دەپ قارىدى.

كېيىن ھېس قىلدۇقكى، بۇنداق ھېسسىياتتا بولۇش، ھېسسىي پايدا ئېلىش بىلەن شۇغۇللىنىش ـ ئەمەلىيەت جەريانىدا ئۆزلۈكىدىن مەغلۇپ بولۇپ كېتىدىكەن. ئەمەلىيەت جەريانىدا بىرقانچە ئەمەلىي ئىش مەيدانغا كەلسە، ھېلىقىدەك ھېسسىياتلار ئاخىرى جانسىز، جىڭغا ئولتۇرمايدىغان قۇرۇق نەرسە بولۇپ قالىدىكەن، كىمنىڭدۇر تىجارەت يولى، تىجارەت رىسقىنى ھېسسىياتقا بېرىلىپ ئىگىلىۋالغىلى ۋە زور پايدا يارىتىپ بېسىۋالغىلى بولمايدىكەن. بىلدۇقكى، ئەينى چاغدا بىز بىر قىسىملاردىكى بولمىغۇر ھېسسىياتنى قانداق ھەل قىلارمىز دەپ بەكلا جىددىيلەشكەن، تىت ـ تىت بولغان، ھەتتاكى قورقۇپ ئۇخلىيالمىغان بولساق، كېيىنكى ئەمەلىي سودا جەريانىدا بىز ئۇلاردىكى ھېسسىياتتىن قىلچە قورقۇپ قالمىدۇق. بەلكى ناھايىتى تەمكىنلىشىپ قالدۇق. ئەمما بىز ئۇلاردىكى ئاشۇ ھېسسىيات سەۋەبىدىن زىيان تارتىپ ئۆزىمىزنى قۇتقۇزۇپ قالىدىغان ئاملىنى تاپالماي قېلىشتىن ئەنسىرىدۇق. شۇڭا بىز ئۇنداقلارنىڭ قىياسىدىن ساقلىنىشتا بوشىشىپ قالماي،

جانلىق ئىشلەپ مەھسۇلاتنى كۆپلەپ سېتىش ئارقىلىق ئالدىنقا چىقىشىمىز كېرەك ئىدى. بۇنىڭ ئۈچۈن بىز جان پىدا قىلىپ ئىشلىدۇق. بىزدىكى تۈيغۇ ـ بىزگە بولسا ئۇلارغا بولىدۇ، بىزگە بولماي ئۇلارغا بولسىمۇ بولىدۇ. ئۇلارغا بولغىنى بىزگە بولغىنى، ئۇلار بولغاندىلا بىزگە بولىدۇ. ئۇلارغا بولمىسا بىزگە ھېچنەرسە يوق دېگەندىن ئىبارەت ئىدى. ئۇلار توختامنىڭ ئايرىم ماددىلىرىغا خىلاپلىق قىلسىمۇ، ئۇنىڭغا ئېسىلمۇالماي ئۇنى ئەسلىگە كەلتۈرۈشكە، تولۇقلاشقا تىرىشتۇق. بىز تىجارەت قىلىپ مەغلۇپ بولغان ئەھۋالدىمۇ ئۇلار بىزنى ياخشى دېگەن تۈيغۇدا بولۇپ قالسىلا كۈپايە! دەيدىغان قاراش بار ئىدى. بۇ سودىغا خاس تۈيغۇلارنىڭ بىرسى بولسىمۇ، ئادىمىي ئەدەپ ـ ئەخلاق، تىجارەت ئەخلاقىنى ئالدىنقى ئورۇنغا قويىدۇق، بۇ سودىنى راۋاجلاندۇرۇشقا تۈرتكە بولىدۇ. گاھىدا ئۇ ئەمەلىي تىجارەت جەريانىدا ئۆزىنىڭ رولىنى يوقىتىپ قويسىمۇ، ئومۇمىي جەھەتتىن ئالغاندا، ماھىيەتلىك كۈچكە ئىگە بولىدۇ.

مەيلى قانداق بولسۇن، بىزنىڭ قاراشلىرىمىز سەممىي، ئەتراپلىق، بىر قەدەر مۇكەممەل بولغاچقا، ئەمەلىيەتنىڭ سىناقلىرىغا بەرداشلىق بېرىپ، ھەقىقەتنى ئاشكارىلاپ بەردى. شۇڭا ئۇلار بىزنى ۋاكالەتچىلىككە تاللاشتا 1 ـ نامزات قىلىپ تاللىدى. بۇ تاللاش ئۇلار ئۈچۈنمۇ، بىز ئۈچۈنمۇ تولىمۇ توغرا تاللاش بولغان دېسەك ئارتۇق كەتمەيدۇ. بىز بۇنى تولۇق چۈشىنىمىز. بىز ئۈچۈن ياخشى بولغىنى ئۇلار دوستلۇقنى ئەلا بىلىش بىلەن بىرگە، بىزنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى سېتىش ئىقتىدارىمىز، تەدبىرىمىز، شۇنداقلا مەبلەغ ھەل قىلىش، قوللاش جەھەتتىكى ئارتۇقچىلىقىمىزنى ئالدىنقى ئورۇنغا قويىدى. ئۇلاردا ھەم پايدا يەتكۈزۈش ئارزۇسى، ھەم زور پايدا ئېلىش ئىستىكى بولدى. ئۇلار ئۈچۈن توغرا بولغىنى ھەقىقىي، سەممىي ھەمكارلاشقۇچىغا ئىگە بولغىنى بولدى. مەيلى بىز ئۇلاردىن خاپا بولايلى، مەيلى خوشال بولايلى، مانا بۇ بىر

نۇقتىنى ھەر ۋاقىت ئۇنتۇپ قالساق بولمايدۇ. بىز ھەر قانداق بىر قىيىن ئىشقا دۇچ كەلگەندە مانا مۇشۇنى كۆز ئالدىمىزغا كەلتۈرۈپ، ئۇنى ۋىجدان تارازىمىز قىلىشىمىز كېرەك. دەسلەپتە بىزدە بۇنداق چۈشەنچە بولمىسىمۇ، كېيىن ھېس قىلدۇقكى، ئۇ بىزنىڭ ھەممە نىيىەت ۋە سودا ساھەسىدىكى بىرلىكمىزنى ساقلايدىغان مۇھىم ئامىل بولۇپ قالغان. دەسلەپكى قاراش بويىچە دېسەك، ئورتاق نىشان ئۈچۈن ئۆزئارا ھەمكارلىشىپ، تەڭ ئالغا بېسىش، غەلىبىدىمۇ، مەغلۇبىيەتتىمۇ بىر گەۋدە بولۇش ئىدى. مۇشۇنداق نىشان بولغاچقا قاراشلىرىمىزدا بىردەكلىك ھاسىل بولدى، قوبۇل قىلىش، ھەل قىلىش، يۇرۇشلەشتۇرۇش ئىشلىرىدا يېڭىچە يول پەيدا بولغان. بۇ بىزنىڭ دەسلەپكى بىر مەزگىلدىكى روھىي ھالىتىمىز ئىدى. ئەمما، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىدىكى ئايرىم كىشىلەر كېيىنچە ئىشلەپچىقىرىش ئەھۋالىدىن كۆرە، مەھسۇلاتىمىز ناھايىتى كاتتا، داڭلىق دەپ مۇتلەق ھېسسىي تىجارەت بىلەن مەشغۇل بولدى. ئۇلارنىڭ ئەڭ كۆڭۈل بۆلگىنى ھازىرنىڭ ئۆزىدىلا قولغا كەلتۈرىدىغان پايدا بولدى.

ئەسلىدىكى گەپكە كەلسەك، ئەينى چاغدا توختامدا ئۇلار بىزگە قىلىپ بېرىدىغان نۇرغۇن مەزمۇنلار بار ئىدى. ئەمەلىيەت جەريانىدا، شىركەت شۇ چاغدا ئۆزىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش، مەبلەغ، تېخنىكا ئەھۋالىنى نەزەرگە ئالمىغان. پەقەت قىلسىلا بولىدىغۇ دېگەن ھېسسىي قاراش بىلەن ئىش قىلغان. شۇڭا، توختامدا مۇھىم ئەمەس دەپ قارىغان ئىشلەپچىقىرىش ئەھۋالى ئۇلارنىڭ توختامدىكى ھەممە ئۇششاق نەرسىلەرنى، ھېسسىي سودا پىلانلىرىنى بەربات قىلىۋەتتى. ئەڭ مۇھىمى ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتى سۇ ئىشلەپچىقىرىپ بازارغا سالدى. 3 ـ ئاينىڭ ئاخىرىدا مىنېرال سۇ ئىشلەپ بازارغا سالىمىز دېگەن بولسىمۇ، 4 ـ ئاينىڭ ئوتتۇرىلىرىدا مەھسۇلات ئىشلەپچىقاردى. ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتقا، سۇ زاۋۇتىغا

لاياقەتسىز دەپ پىچەت چاپلىۋېتىلدى. شىركەت بىزگە تۇرلۈك رەسمىيەتلەرنى ئۆتەپ بېرىمىز دېگەن بولسىمۇ، رەسمىيەتلەرنىڭ بىر قىسمىنىلا 5 - ئاينىڭ باشلىرىدا ئۆتەپ بەردى. 4 - ، 5 - ئايدا 350 تونىنا سۇنى يۆتكەپ بولۇشنى پۈتۈشكەن بولساقمۇ، ئاران 100 نەچچە تونىنا مىنېرال سۇ ئىشلەپ يۆتكەپ بەردى. يەنە نۇرغۇن پىلان ئىشقا ئاشمىدى، بازارنىڭ مال بىلەن تەمىنلەش خىزمىتىگە ئېغىر نۇقسان يەتتى، مەھسۇلاتنى يانداپ ساتمايمىز دەپ توختامدا پۈتۈلگەن بولسىمۇ، يەكەن ناھىيەسىدە 6 تونىنا مىنېرال سۇنى ياندىن ساتتى. بىز قىلىۋاتقان بۇ تىجارەتنىڭ ھەممىسى ئەمەلىي ئىش ۋە توختام، ۋەدىنامىلەردىكى ئۆلچەم بويىچە يولغا قويۇلمىدىغان بولغاچقا، بىر ئىشنى قىلماي تۇرۇپ، بىرنەچچە ئىشنى بۇزغاچقا، سودىنىڭ ئاخىرىنى قۇم باستى. شىركەت ئۆزىدىكى ئاشۇ يېتەرسىزلىك، نۇقسانلارنى زادىلا كۆرمىدى. ھەتتاكى بۇنى كۆرسىتىپ قويساقمۇ، ئېتىراپ قىلغىلى ئۇنىمىدى. يۇقىرىدا دېگەندەك، ھەر قانداق ئىشنى بىز ئەمەلىيەتتە كۆرسەتمىسەك بولمايتتى. سودا قىلىش ئەمەلىي، جانلىق ئىش قىلىش بولۇپ، ھە دېگەندە ئۆزىمىزنى تاشلىۋېتىپ، سەن ئۇنى قىلمىدىڭ، ھېسسىياتقا بېرىلدىڭ، ئەمەلىيەتتىن ئايرىلدىڭ، توختامغا خىلاپلىق قىلدىڭ، دەپ تاپا - تەنە قىلىپ يۆلىنىۋالساق، نەپ ئېلىش كويىدا بولساق، يەنى توختامدا دېگەن نەپنى جايىمىزدا ئولتۇرۇپلا ئالمىغان بولساق، ئاخىرقى ھېسابتا ئۇلارنىڭمۇ ئىستىقبالى تۇگەيدۇ. ئەڭ مۇھىمى نەتىجىمىز، ئىستىقبالىمىز كۆيىدۇ. بىز ئەڭ ياخشىسى شىركەتنىڭ يېغىرى بىلەن ھەپىلەشمەي، نەزىرىمىزنى كېيىنكى ئىشلارغا ئاغدۇرۇپ، تىجارەت داۋامىدا، ئىمكانىيەت، پۇرسەتلەردىن پايدىلىنىپ، مەھسۇلاتنى كەڭ تارقىتىشقا يۈزلەنسەك بولىدۇ. شۇ چاغدا، ئۇلارنى، ئۇلاردىن كۆرە ئۆزىمىزنى قوغداپ قالالايمىز. سودىمىزنى جانلاندۇرۇپ، مەھسۇلات ئەۋزەللىكىنى يارىتالايمىز. قانۇن ئالدىغا بېرىپ قالساقمۇ، ئەمەلىي پاكىت ئاساس قىلىنىدۇ. ئەمەلىي

تىجارەت نەتىجىسى قانۇن تارازىسىدا تۇرالايدۇ. ھېسسىي سودا خاھىشى پاكىت بولالمايدۇ. شۇ قانۇننىڭ تەدبىقلىشىدا پۈت تىرەپ تۇرالمايدۇ. ئەمەلىي تىجارەت جەريانىدىكى نۇرغۇن توسالغۇ، بولۇپمۇ سېپتىش بىلەن ئەمەلىيلەشتۈرۈش، بازار ئېچىش بىلەن رىقابەت جەريانىدا كۆرۈلۈۋاتقان مەسىلىلەر، ھادىسىلەر شىركەتنىڭ توختامغا خىلاپلىق قىلىشى ۋە سادىر قىلغان مەسىلىلەر مېنىڭ ھەمراھلىرىمنى بىزار قىلىدى. ئۇلارنىڭ تەۋرىنىپ قېلىشى ئەمەلىيەتتە نورمال ئەھۋال. بىراق شىركەت دېگىنىگە ئەمەل قىلمىغاچقا، بىزمۇ بوش تۇرساق بولمايدۇ. مەيلى قانداق ئىش يۈز بەرسۇن، جان بېقىش كويى ۋە نەپ ئېلىش كويىدا بولۇش كىشىنى بەك ئاۋارە قىلىدۇ. شۇڭا، بۇنىڭدىن قاتتىق ساقلىنىپ، ھەر بالا كۆرۈلسىمۇ، ئىشنى ئاخىرغىچە ئېلىپ بېرىش زۆرۈر. مانا بۇ ھەممىزنىڭ چىقىش يولى!

تىجارەتتىكى ئۇتۇقسىز چېكىنىش

7 - ئاي كىرگەندىن كېيىن، بىز نۇرغۇن نەرسىلەرنى ھېس قىلىدۇق. تەجرىبە، ساۋاق، شۇنداقلا غەيرىي نورمال سودا پائالىيىتى، يېلىنىش، ئېچىنىشلار بىزگە نۇرغۇن بىلىم بەردى. ئاز - تولا قورساق كۆپۈكى، ئاۋارىچىلىكمۇ تېپىپ بەردى. چىقىش يولى ئىزدەش جەريانىدىكى بولمىغۇر قاراش، يامان نىيەت، خىياللارمۇ ئەتراپىمىزدا ئايلىنىپ يۈردى. ئاخىرقى ھېسابتا بىز يەنىلا ئالدىمىزغا قارىمساق، كەلگۈسىنى ئويلىمساق بولمايدىغانلىقىنى تونۇپ يەتتۇق. بۇ قەشقەر توپ - پارچە سېتىش مەركىزىدە پەيدا بولغان قاراش بولۇپ، ھازىرقىدەك توغرا ئىكەنلىكى ئۈچۈن چاغدا تېخى ئىسپاتلانمىغانىدى. ھېلىمۇ ئېسىمدە، بىز ھەتتاكى ھەر قانداق بىر ئادەمنىڭ قولىدا باشقا ئېچىملىكنى كۆرسەك «ھەي نېمىشقا ‹پامىر›نى ئالمىغانسەن - ھە؟» دەيدىغان كەيپىيات شەكىللەندى. بىز تېخى ھەسرەت چېكىپ تۇرۇپ، ئاشۇنداق كىشىلەرنىڭ ئالدىنى توسۇپ، «پامىر» سۈيىنى ئېلىشنى تەۋسىيە قىلىدىغان تۇيغۇدا بولغان. كىمدۇر بىرىنىڭ قولىدا «پامىر» مىنېرال سۈيىنى كۆرسەك، ھېلىقى ئادەم كۆزىمىزگە ئاجايىپ چىرايلىق كۆرۈنگەنىدى. بۇ بىزنىڭ شۇ چاغدىكى ئورتاق تۇيغۇمىز بولۇپ قالغانىدى. ھازىر بولسا بۇنداق تۇيغۇ ئازراق سۇسلاشتى. ھازىر بىز بىرسى، مەھسۇلاتىمىزنى، قولىمىزدا بار سۈنى سېتىپ چىقىرىپ، سالغان مەبلىغىمىزنى تىرىلدۈرۈۋالساق، يەنە بىرسى، بىراۋلار مەھسۇلاتىمىزنى كۆپەرەك ئالسا، قىش كىرىشتىن ئاۋۋال ھەممىسىنى بىر تەرەپ قىلىۋالساق دېگەن تۇيغۇدا ئىدۇق. مانا شۇ تاپتا ھېلىقى

چاغدىكى ئەسەبىيلىك، بىراۋ ئەسلىدىكى «پامىر»غا نۇقسان يەتكۈزسە، ئالدىنقى يىللاردا ئىشلىگەن كونا سۈنى ساتسا ئۆلگىدەك ئۆچ كۆرۈش، جان جەھلىمىز بىلەن قارشى تۇرۇش، بارلىق قۇربان بېرىشكە رازى بولۇشلارنى ئويلىساقلا، بىر خىل ساددا ۋە ئىپتىدائىي ھېسسىياتقا قۇربانلىق بولۇپ كەتكەنلىكىمىزنى ھېس قىلىمىز. ھەر قايسى ناھىيەلەردە بازار ئاچمىمىز دەپ تارتقان جاپا - ئۇرۇنۇشلار، بولغان چىقىم ۋە سەرپ قىلغان قان - تەر ھەممىسىنىڭ ھازىرقى ۋاقىتتا بىر ئاچچىق كۈلكىگە باراۋەر ئىكەنلىكىنى تونۇپ يەتتۇق. مانا بۇلار تىجارەت داۋامىدا يۈز بەرگەن ئەسەبىيلىك، ھېسسىياتقا كۆپرەك بېرىلىپ كېتىش ئىدى. بۇلارنى ئويلىسام بىر جەھەتتىن نۇرغۇن ئازابتىن خالاس بولغاندەك، يەنە بىر جەھەتتىن، ھەسرەت ۋە پۇشايمانغا قالغاندەك بولىمەن. ئادەمنىڭ ھېسسىياتى بىلەن تاللاش ئېڭى ۋە تاللاش ئادىتى تۇپتىن ئوخشىمايدىكەن. ھېسسىيات ئادەمنى ھاياجانغا سېلىپ، قۇرۇق خىيالغا باغلاپ، ئادەمنى ھەقىقىي مەنىگە ئىگە قىلماستىن، نەتىجىسى يوق نەرسىگە باغلاپ قويىدىكەن. ئەسلىدە مەن ئاشۇ ئىشلارنى قىلمىسامۇ تىجارەتتە يەنىلا ھازىرقىدەك نەتىجىگە ئېرىشىدىكەنمەن. مەيلى مەن ساتاي، مەيلى باشقىلار ساتسۇن بازارنىڭ كۆتۈرۈش كۈچىگە، ئىستېمال ئېھتىياجىغا لايىق ساتىدىغان گەپ ئىكەن. قانداقتۇر ئاشۇرۇپ سېتىش مۇمكىن ئەمەس ئىكەن. مۇمكىنلىكىنى ھازىرلاشتا نۇرغۇن تەرەپكە ئەھمىيەت بېرىش زۆرۈركەن. بۇنداق نىيەتنى مەلۇم دەرىجىدە ئىشقا ئاشۇرغىلى بولىدىكەن. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى ياندىن تۆكمە قىلىپ سېتىش سەۋەبلىك بازاردا مەھسۇلاتنىڭ ئىناۋىتى، ئىشەنچىسى يوققا چىقتى. بولۇپمۇ مەھسۇلاتنىڭ بازار ئېچىش تەرەققىياتىغا نۇقسان يەتتى، بازاردىكى راۋان سېتىلىشى، ئىستېمال قىلىنىشىغا نۇقسان يەتتى، ئۇنىڭ ئىپادىلىرى مۇنداق:

1. قاتناش، توشۇش راۋانلىقىنى چەكلىمىگە ئۇچراتتى. بىز

مۇشۇ تىجارەت بىلەن شۇغۇللىنىشقا باشلىغاندىلا، ماشىنا، ئۇسكۇنە كۆچمىنى ئاشۇرۇپ مىنبىرال سۇنىڭ ئىستېمالچىلارنىڭ قولىغا تېز، ۋاقتىدا، بىۋاستە يەتكۈزۈلۈشىنى ئىشقا ئاشۇردۇق. شۇڭا بۇ ھەقتە بىر قاتار پىلانلارنى تۈزۈپ، مەبلەغ سېلىپ، توشۇش، يۆتكەشنى راۋانلاشتۇردۇق. بۇ جەھەتتە ئەلا مۇلازىمەتنى ئىشقا ئاشۇردۇق. ھالبۇكى، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنبىرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى توختامدىكى سېتىپ چىقىرىش مەزمۇنىغا كۆپ قېتىم خىلاپلىق قىلغانلىقتىن، كېيىنكى سودا ئىشلىرىمىزدىكى ئومۇمىيلىقىنى نەزەردە تۇتۇپ، ئىشەنچ تۇرغۇزالماي، قاتناشقا مەبلەغ سېلىشنى توختېتىپ قويدۇق. بىز 86 مىڭ يۈەنگە سېتىۋالغان ئاپتوموبىلنى زىيىنى ئېغىر بولغانلىقتىن، توختېتىپ قويدۇق. مىنبىرال سۇنىڭ ۋاقىت خاراكتېرى كۆچلۈك بولغاچقا، تېز، دەل، ۋاقتىدا يەتكۈزۈپ بېرىش مۇھىم بىر ئېھتىياج ئىدى. بۇ ئېھتىياج ئىشقا ئاشمىسا، راۋانلاشمىسا، مەھسۇلاتنىڭ كۆپ سېتىلىشىغا نۇقسان يېتىدۇ ياكى بېسىلىپ قىلىپ، ئېغىر زىيان كەلتۈرىدۇ. قاتناش مەسىلىسى ھەل بولسا، بۇ خىل قاتناش راسخوتمۇ ئۆزى بىلەن تەڭ ھەل بولاتتى. كۆپ قوللۇق سېتىش تۈپەيلىدىن بىز بۇ ساھەگە سالىدىغان مەبلىغىمىزنى قىستۇق.

2. مەھسۇلاتنىڭ تارقىلىش دائىرىسى تارىيىپ كەتتى. پىلانىمىزدا قەشقەر ۋىلايىتى دائىرىسىدە كەڭ كۆلەمدە مەھسۇلات تارقىتىپ، كۆپ سانلىق كىشىلەرنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنبىرال سۇيىنى تونۇشىنى ئىلگىرى سۈرمەكچى بولغانىدۇق. بۇنىڭدىكى مەقسەت: تۇنجى يىلدا تونۇتۇش، كىشىلەرگە چۈشەنچە بېرىش، مەلۇم مىقدارىدا زىيان تارتىپ، بازار دائىرىسىنى كېڭەيتىش، كۆپ ھەم كەڭ كۆلەمدە سېتىش بازىرىنى شەكىللەندۈرۈشكە ئاساس سېلىش. يانداۋرقى يىلى ئاچقان بازار بىلەن بۇ يىل تارتقان زىياننىڭ ئورنىنى تولدۇرۇش، يانداۋرقى يىلىدىكى بارلىق زىياننى 3 - يىلى قاپلاپ پايدا ئېلىشقا

يۈزلىنىش ئىدى. ھالبۇكى، كۆپ قوللۇق سېتىش يامراپ كەتكەندىن كېيىن، پىلانسىزلىقنىڭ خىيالغا ئايلىنىپ قالغانلىقىنى ھېس قىلدۇق.

ئەسلىدە بازارنى بايقى تەرتىپ بويىچە ئاچقان بولساق، ئۇزاق مۇددەت پۇت تىرەپ تۇرۇشنى ئىشقا ئاشۇرغىلى بولاتتى. بىراق ھازىر بۇ يولدا ماڭساق، مېۋىسىنى باشقىلار يەپ، زىيان بىزگە بولاتتى. بىز زىيان تارتىپ باشقىلار مېۋىسىنى يېسە، توغرا بولمايدۇ - دە! شۇڭا، بىز مىنېرال سۇ تارقاتقان دائىرىلەردىن ۋاز كەچمەي مۇقىم تۇردۇق. ھەتتا تارقىتىش دائىرىسىنىڭ بەك كەڭ بولۇپ، نۇرغۇن مەبلىغىمىزنىڭ چېچىلىپ كەتكەنلىكىدىن پۇشايمان قىلدۇق.

3. تورلىشىش نىسبىتى تۆۋەنلەپ كەتتى. بىز قەشقەر ۋىلايىتى بويىچە 180 نەچچە يېزا - بازارنىڭ ھەممىسىدە بىردىن زەنجىرسىمان سېتىش نۇقتىسى قۇرۇشنى ئىشقا ئاشۇرماقچى ئىدۇق. تۇنجى يىلدا بۇنىڭدىن 100 نى ئىشقا ئاشۇراتتۇق. ياندۇرقى يىلى يەنە 50 نى ئىشقا ئاشۇراتتۇق. شۇنداق بولغاندا يىللىق ئوبوروت مىقدارىنىڭ ئېشىشى يىلدا 1000 تونىنىدىن 1500 تونىغا يەتكۈزۈلەتتى. ئەمەلىيەتتە شۇ چاغدا بىز قۇرغان نۇقتا 50 كە يەتكەن. يېزىلاردىكى نۇقتا 20 نەچچە ئىدى. ھالبۇكى، كۆپ قوللۇق، يانداپ سېتىشتىن كېيىن، بىز ئىزىمىزدا توختاپ قالدۇق. شۇنىڭ بىلەن تورلاشتۇرۇش، زەنجىرسىمان سېتىش قۇرۇق گەپكە ئايلىنىپ قالدى.

4. مەبلەغ خەتىرى ئېغىرلاشتى. بىز ئەينى چاغدا زور كۈچ بىلەن مەبلەغ توپلاپ، زاۋۇت ئۈچۈن جان پىدا قىلغانىدۇق. ھالبۇكى، كۆپ قوللۇق سېتىش يولغا قويۇلغاندىن كېيىن ساتقان مالغا ساتقۇچى قاچان پۇل بەرگۈسى كەلسە، شۇ چاغدا پۇلنى بەردى ياكى پۇلنى ۋاقتىدا ئەۋەتىپ بەرمەي، بانكىغا بېسىپ قويۇش ھالىتى شەكىللەندى. ساتقۇچىلار، بىزدىن مال

ئالغۇچىلارمۇ ئوخشاش بولۇپ كەتتى. ئۇلار ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى بىر قېتىم مەندىن ئالسا، يەنە بىر قېتىم باشقا بىرسىدىن ئېلىپ، مەندىن ئالغانلىنى سېتىپ بولسىمۇ سېتىپ بولالمىدىم دەپ، باشقىلاردىن ئالغان ئەسلىدىكى «پامىر» سۇيىنى كۆرسىتىپ قويۇپ مەھسۇلات پۇلىنى كەينىگە سۆرەپ بەرمىدى. شىركەتنىڭ مەلۇم بىر دىرېكتورى مەلۇم ئادەمگە بەرگەن مىنېرال سۇنىڭ پۇلىنى سېتىلمىدى، دەپ بەرمىدى. ھەتتا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ئەرزان سېتىپ توپلىغان پۇلىنى دەسمىي قىلىپ باشقا مەھسۇلاتلاردىن سېتىۋېلىپ تىجارەت قىلدى. «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىنىڭ مەھسۇلات پۇلىدىن پايدىلىنىپ تىجارىتىگە يول تاپتى. بۇنىڭ بىلەن زاۋۇتنىڭ مەبلىغى ھەر تەرەپلىمە خوراپ، ئايلانما مەبلەغ ئوبوروتى تۆۋەنلەپ، ئىشلەپچىقىرىشقا نۇقسان يەتتى. پارچە - پۇرات يىغىلغان پۇل زاۋۇتنىڭ جىددىي ھەل قىلمىسا بولمايدىغان خام ئەشيا سېتىۋېلىش ئېھتىياجىغا دال بولالمىدى.

5. باھا قالايمىقان، مۇلازىمەت، ئىستېمال سەزگۈرلۈكى تۆۋەن بولدى. باھا ئىزچىل ھالدا قالايمىقان بولدى. بىرى، مەھسۇلاتنى مەھسۇلاتقا تېگىشىپ تىجارەت قىلىش ئەۋج ئالدى. يەنە بىرى، بىراۋلارنىڭ مەبلەغ سېلىشىنى قولغا كەلتۈرۈش ئۈچۈن ئۇلارغا مەھسۇلات باھاسىنى تۆۋەنلەتتى. 2 - قول ساتقۇچىلار شىركەتنىڭ يۇقىرى باھاسىنى بىر چەتكە قايرىپ قويۇپ، ئۆز ئۈسۈلى بويىچە تېز، كۆپ سېتىپ، ئاز پايدا ئېلىپ، باھادا بازارنىڭ ئەڭ تۆۋەن نۇقتىسىنى سېتىش نىشانى قىلدى. قالايمىقانچىلىقتا قالغان باھا كىشىلەرنىڭ سېتىش، ئىستېمال قىلىش قىزغىنلىقى، سەزگۈرلۈكىنى تۆۋەنلىتىۋەتتى. مەسىلەن، 10 يەشىك ئېلىپ ساتىدىغان ئادەم بىر يەشىك ئالدى. بىر يەشىك ئالىدىغان ساتقۇچىلار ئەتە باھا چۈشسە ئالمەن دەپ

ئالمىدى. ھەتتا، ساختا، ناچار بولسىمۇ ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ باھاسى مۇقىم بولىدۇ، دەپ ئۇنى ئېلىپ ساتتى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى سېتىشتىن قاچتى. بۇ ھال كىشىلەرنىڭ يىل بېشىدا دېيىشكىنىدەك ھامان بۇ مەھسۇلاتنى بىرلىككە كېلىپ ساتالمايدۇ، دېگەن گۇمانىنى ئىسپاتلاپ قويدى. بۇ ئۇنىڭ ئىستېمال قىزغىنلىقىنى تېخىمۇ ۋەيران قىلىۋەتتى. نۇرغۇن ساتقۇچىلار بىرەر مەھسۇلاتنى يۇقىرى باھادا سېتىشنى، يۇقىرى ئىستېمالالىق مەھسۇلات بولۇشىنى تىلەيدۇ، بۇ پەقەت مۇقىم باھالىق مەھسۇلاتلارنى نىشان قىلغان تىجارەت شەكلىنى كۆرسىتىدۇ. ھالبۇكى، ئەسلىدىكى «پامىر» يەنە بىر يىل ياكى ئىككى يىل تىرىشچانلىق كۆرسەتسە ئاندىن كىشىلەردە، ساتقۇچىلاردا ئەنە شۇنداق چۈشەنچىنى يېتىلدۇرگىلى بولاتتى. چۈنكى مۇقىم، تۇراقلىق باھاسى بولمىغان مەھسۇلاتلارغا قارىتا ساتقۇچىلار تولىمۇ سۇس مۇئامىلىدە بولىدۇ. ئاتايىتەن ئالمايدۇ، بەلكى پايدا ئېلىپ سېتىش، بولمىسا كارى بولماسلىق تۇيغۇسىدا بولىدۇ.

6. كىشىلەرگە بەرگەن تەسىرى ياخشى بولمىدى. كىشىلەر ئەسلىدىكى «پامىر»نى داڭلىق ماركا، داڭلىق مىنېرال سۇ دەپ قارايتتى، كۆپ قوللۇق تۆكمە قىلىپ سېتىش جەريانىدا كىشىلەر ھەقىقىي «پامىر» يوق بولۇپ كەتتى، دەپ قارىدى. بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ ئوبرازىنى قاتتىق يەرگە ئۇردى. تۆكمە قىلىنمىغان، ئۆز يولىدا سېتىلغان ياكى باھاسى مۇقىم بولغان بولسا ئىدى، ئۇ چاغدا ھەر قانچە تۆكمە بولۇپ كەتسىمۇ ئوبرازىغا نۇقسان يەتمەيتتى. ئالتۇن كۆمۈلۈپ قالسىمۇ پارقىرايدۇ، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى ئېسىل سۇ بولغاچقا، ئۇنى ئىچكەن ئادەم ماختايتتى. مانا ئەمدى ساتقۇچىلارنىڭ ئىشەنچسى يەرگە ئۇرۇلغاچقا، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىگە مېھرى - مۇھەببىتى بارلارنىڭ رايى بىراقلا

يېنىپ كەتتى. بۇنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش ئاسان ئەمەس. بۇ ئۇنىڭ تىجارەت يولىدىكى چوڭ توسالغۇ.

7. مۇلازىمەت ياخشىلانغان بولسىمۇ، سۈپەت ناچار بولدى. مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىش ئالدىغا قەدەر باردى. ئەمما جانسىز، تەكرار بولدى. بىرسىنىڭ ئارقىسىدىن يەنە بىرسى مال سۆرەپ ئاپىرىپ، ساتقۇچىلارنى بىزار قىلدى. بىرسى ئەرزان سوريسا، يەنە بىرسى قىممەت ساتتى ياكى باھانى يۇقىرى قويسىمۇ، ئەرزان سوريسا دەرھال ساتتى. بۇنىڭدا بەزىلەر ئالدىنىپ قالدى. بەزىلەر پايدا ئالدى. بەزىلەرگە زورلاپ سېتىلدى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنىڭ شۇ چاغدىكى تەشۋىقاتى ھەرخىل، چاكىنا، سۈپەتسىز بولدى. بىرسىنىڭ مۇلازىمىتى يەنە بىرسىنىڭ تەسىرىنى ئىنكار قىلىدىغان مۇلازىمەت ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى كاسات مەھسۇلاتقا ئايلاندۇرۇپ قويدى.

8. چېگرا ئاتلاشتىن مەھرۇم قالدى. ئايرىم ساتقۇچىلار باشقا ۋىلايەت، شەھەرلەر بىلەن توختام تۈزۈپ، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى ۋاكالىتەن ساتماقچى بولغانىدى. ھالبۇكى، مۇقىمسىز، تۇراقسىز باھا ئۇلارنىڭ باشقىلار بىلەن توختام تۈزۈش، يۆتكەپ سېتىش ھەققىدىكى قىزغىنلىقىنى سۇسلاشتۇرۇپ قويدى - دە، باشقىلارنىڭ قولى بىلەن ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنىڭ چېگرا ئاتلاش يولىنى بوغۇپ قويدى.

2000 - يىلى 8 - ئاينىڭ 28 - كۈنى

تىجارەت ئېڭى ۋە يېتەكچى ئىدىيە

تىجارەت ئېڭى بىلەن تىجارەت جەريانىدىكى يېتەكچى ئىدىيە زادى قانداق مۇناسىۋەتكە ئىگە بولىدۇ؟ بۇ ئىككىسىدىن قايسىسى مۇھىم، قايسىسى قايسىسىغا يول ئېچىپ، قايسىسىنى چەكلەيدۇ؟ دېگەن سوئاللارغا توغرا، ئېنىق، جانلىق جاۋاب ئاڭلاپ باقمىدىم. لېكىن ئەمەلىي سودا قىلىش جەريانىدا ئىككىسىنىڭ توغرىسىدا ئاز - تولا ئۇقۇمغا ئىگە بولۇپ قالدىم. راستىنى ئېيتقاندا، بۇ ھەقتىكى قارىشىمنى مۇكەممەل دەپ ھۆكۈم قىلىپ كېتەلمەيمەن. چۈنكى بۇ جەھەتتىكى يەكۈنىمنى مەن ئاساسلىقى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيىتى شىركىتىدىكى ئايرىم خادىملارنىڭ ئىختىلاپلىرى ۋە ئۇلارنىڭ تىجارەت قىلىش جەريانىدىكى ئوڭۇشسىزلىقى، ساۋۇقىدىن ھېس قىلدىم. ئاشۇ خادىملار تىجارەت قىلىش جەريانىدا ئاز بولمىغان قېينىچىلىقلارنى يولۇقتى، ئەمەلىي ئىشلاردا تەجرىبىسىزلىك، بېكىنمىچىلىك قىلدى. شۇ جەريانىدا تىجارەت ئېڭى بىلەن يېتەكچى ئىدىيەسىدە نۇرغۇن بوشلۇق، زىددىيەتلىك تەرەپلەرنى ئۆزىمۇ سەزمەستىن ئېچىپ قويدى. نۇرغۇن نەرسىلەر بۇ ئارقىلىق ئاشكارىلىنىپ قالدى. بۇ ھەقتە بىلگەنلىرىمنى ئورتاقلىشىپ ئۆتەي:

تىجارەت ئېڭى بىلەن يېتەكچى ئىدىيەنىڭ مۇناسىۋىتى

تىجارەت ئېڭى بىلەن يېتەكچى ئىدىيە قارىماققا ئوخشاشلا بىر ئىشتەك كۆرۈنىدۇ، ھەتتاكى بىر - بىرى بىلەن بىرىكىپ كەتكەندەك قىلىدۇ. ئۇلار ئوتتۇرىسىدىكى ماھىيەتنى يەشسەكمۇ، بىرلا ئۇقۇمنى

ئىپادىلەيدىغاندەك قىلىدۇ. لېكىن ئۇلار ئارىسىدا چوڭ ئارىلىق بار. شۇنداقلا ئۇلار ئارىسىدا ھەقىقىي بىر - بىرىنى تولۇقلايدىغان مۇناسىۋەت بار. يەنە بىر جەھەتتىن ئۇنى يەككە ھالدا شەرھلىسەك، ئۇلار ئۆز ئالدىغا ئايرىم مەنىگە ئىگە بولىدۇ: تىجارەت ئېڭى بولسا - تىجارەت قىلىش تۇيغۇسى، تىجارەت قىلىش تاكتىكىسى، تىجارەت قىلىش ئۇقۇمى، تىجارەت، سودا - سېتىق قىلىش تەجرىبىسى، سەزگۈرلۈكى ۋە تىجارەت ئۇنۇمۇبرسال چۈشەنچىسى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بۇ بىر قاتار تەرەپلەر ئۇنىڭ ماھىيىتىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. يېتەكچى ئىدىيە بولسا ــ بىرەر تىجارەتنى يولغا قويۇشقا بولغان ئومۇمىي قاراشنى كۆرسىتىدۇ. ئۇ تىجارەت قىلغۇچىنىڭ تىجارەت قىلىش نىشانى، ئۇسۇلى ۋە تىجارەتنىڭ خۇسۇسىيىتىنى گەۋدىلەندۈرۈش جەھەتلەردىكى ئىدىيەدە ھەل بولۇپ بولغان بىر خىل خاس ئېتىقادنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. تىجارەتتىكى يېتەكچى ئىدىيە - تىجارەت ئېڭى بىلەن بىرەكلىككە ئىگە بولسا، ئۇ ھالدا بۇ خىل تىجارەتتە چوقۇم ياخشى ئۇنۇم قولغا كېلىدۇ. تىجارەت ئېڭى بولسىمۇ، يېتەكچى ئىدىيەدىن چەتنىسە، تىجارەتكە خاس يېتەكچى ئىدىيە تۇرغۇزۇلمىسا، ئۇ ھالدا ئۇنداق تىجارەت چوقۇم نەتىجىلىك بولمايدۇ.

تىجارەت بىلەن شۇغۇللىنىش ھەممىلا ئادەمنىڭ قولىدىن كەلمەيدۇ. چۈنكى ئۇ كەسكىن رىقابەت ئىچىدە داۋاملىشىدۇ. ئۇنىڭ پائالىيەت سورۇنىنى قاينىاق جەڭ مەيدانى دېسە تازا مۇۋاپىق بولىدۇ. ئۇنىڭ خاسلىقى، ئومۇمىيلىقى ۋە ئەڭ كەڭ ئىجادىيلىقى بولۇش بىلەن بىرگە، ھەر خىل سەلبىيلىكلەردىنمۇ خالىي بولالمايدۇ. شۇڭا تىجارەت قىلىشتا ھەقىقىي يوسۇندىكى تىجارەت ئېڭىغا ئىگە بولۇش زۆرۈر. تىجارەتتە ئۇتۇق قازانغان كىشىلەرنىڭ كۆپ قىسمى تىجارەتنىڭ ئۆزىگە خاس

ئارتۇقچىلىقىنى ئالدى بىلەن نەزەرگە ئېلىپ ۋە ئالدىنقى قاتارغا قويۇپ، ئىجادىي يوسۇندا پايدىلىنىشنى ئىشقا ئاشۇرىدۇ. مانا بۇ تىجارەت ئېڭى بولۇپ، ئۇنىڭ تىجارەتتىكى رولى ئىنتايىن چوڭ بولىدۇ. ئەمما تىجارەت بىلەن شۇغۇللىنىدىغان ھەممىلا كىشىدە بۇنداق ئاڭ بولمايدۇ. بەلكىم بەزىلەردە ھەقىقەتەن يېتەكچى ئىدىيە بولۇشى مۇمكىن. يەنە بەزىلەردە تىجارەت ئېڭى بولسىمۇ، ئۇ كەڭ ۋە چوڭقۇر بولماسلىقى مۇمكىن. بەزىلەردە تىجارەت ئېڭى ھەقىقەتەن يۇقىرى بولسىمۇ، تىجارەت قىلىشتىكى يېتەكچى ئىدىيە كەمچىل بولىدۇ. بۇ كۆپ ھاللاردا ئايرىم كىشىلەرنىڭ تىجارەتتىكى خاسلىقىنى تۇتماي، ئاددىي ھالدىكى تار مەنپەئەتپەرەسلىكنى قوغلىشىپ، ھېسسىياتقا بېرىلىپ، يېتەكچى قىلىدىغان مۇھىم ئامىلغا سەل قاراشقا سەۋەب بولۇشى مۇمكىن. بۇنداق بولسا تىجارەت قىلىشتىكى يېتەكچى ئىدىيە توغرا بولماي قالىدۇ. بۇ يېتەكچى ئىدىيەنىڭ سەلبىي تەرىپى بولۇپ، ئۇنى بىر خىل سەلبىي خاسلىق دەپ ئاتاشقىمۇ بولىدۇ. تىجارەت قىلغۇچىلاردا شەكىللىنىپ قالغان بۇنداق سەلبىي ئىدىيە تىجارەت نەتىجىسىنى سەلبىي نەتىجىگە ئېلىپ بارىدۇ.

تىجارەت تەرەپبازلىق ئەمەس

ئەسلىدىكى «پامىر» مارکسلىق مىنېرال سۇنى قەشقەردە سېتىشقا ياردەملەشتۇرگەن دوستۇم ياسىن مۇھەممەت ياۋروپادىكى بىر باينىڭ ئالەمدىن ئۆتۈش ئالدىدا بارلىق مال ـ مۈلكىنى ئۆزىدىن ئۈستۈن تۇرىدىغان ئۇچ بايغا (كارخانىچىغا) مىراس قالدۇرغانلىقىنى سۆزلەپ بەردى. بۇ بايدىن نېمىشقا شۇنداق قىلىسىز؟ دەپ سورىغاندا، ئۇ: بۇ مېنىڭ ئەڭ توغرا تاللىشىم! مۇبادا مەن پۈتكۈل مال ـ مۈلكۈمنى قول ئاستىمدا

ئىشلەۋاتقانلارغا، ئورۇق - تۇغقانلىرىمغا مىراس قىلسام، ئۇلار بىكار يېتىپ يەيدۇ، ئۇ چاغدا مېنىڭ ياراتقان ئىگىلىكىم ۋەيران بولىدۇ. مەن كىشىلەرنىڭ ئالدىدا ياريماس، سودا قىلىشنى، ياشاشنى، پۇلنى، بايلىقنى نېمىگە ئىشلىتىشنى بىلمەيدىغان بىر ئادەم بولۇپ قالىمەن. چۈنكى قول ئاستىمدىكى كىشىلەر تىجارەت قىلىشنى، تىجارەتنىڭ نېمىلىكىنى بىلمەيدۇ، تىجارەت قىلىشنى بىلمىگەن ئادەم مۇقەررەركى، يۆلىسەڭمۇ تىك تۇرمايدۇ. ئۇلاردا تىجارەت ئېڭى يوق، ياشاش جەريانىدا بولۇشقا تېگىشلىك يېتەكچى ئىدىيەمۇ توغرا ئەمەس. مال - مۈلكۈم بايلارغا مىراس قىلىنسا، كۆپىيىدۇكى، ئازىيىپ كەتمەيدۇ؛ يوقالمايدۇ. قول ئاستىمدا ئىشلەۋاتقان كىشىلەر ئاشۇ بايلارنىڭ قولىدا ئىشلىسە، بىر ئۆمۈر ئىشلەپ، تۇرمۇشىنى كاپالەتكە ئىگە قىلالايدۇ. مانا بۇ مەڭگۈلۈك تىجارەت بولىدۇ. مېنىڭ مال - مۈلكۈم مەڭگۈ داۋاملاشمىغان تىجارەتنىڭ ۋاستىچىسى بولۇپ قالىدۇ، دېگەن.

— بۇنىسى راست، تىجارەت قىلىشتا يېتەكچى ئىدىيە توغرا بولمىسا، نەتىجىمۇ توغرا چىقمايدىكەن، — دېدىممەن ئۇنىڭ بايانلىرىنى قۇۋۋەتلەپ.

— ئۇ ئېنىقلا گەپ، — دېدى ياسىن مۇھەممەت تەكىتلەپ، — تىجارەت دېگەن تىجارەت، ئۇنىڭ يېتەكچى ئىدىيەسى توغرا بولمىسا، قانداقلا بولسۇن، ئۇ رېئاللىق تەرىپىدىن شاللىۋېتىلىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى ساتقانلارنىڭ تىجارەت قارىشىدىكى بىنورماللىقىمۇ دەل مۇشۇنداق شاللىنىشقا دۇچ كەلدى. مۇبادا ئۇلاردا تىجارەت قىلىشتىكى يېتەكچى ئىدىيە رېئاللىققا ماس كەلگەن بولسا، رېئاللىق بىلەن تىجارەت قىلىش ئىدىيەسى بىرلىككە كەلسە، ئاشۇ تىجارەت رېئاللىققا ماسلاشقان بولسا، ئۇ ھالدا ئۇلارنىڭ تىجارىتى دەمال قىمىنچىلىققا ئۇچرىغان، قىمىن ئەھۋالدا قالغان بولسىمۇ، تەدرىجىي ياخشىلىنىپ

تەرەققىي قىلاتتى، روناق تاپاتتى، ھەممە ئادەمنى خۇشال قىلاتتى، قايىل قىلاتتى، رازى قىلاتتى. ئېنىقكى ئۇلاردىكى يېتەكچى ئىدىيە توغرا بولمىدى، ئۇلار تار مەنىدىكى يېتەكچى ئىدىيەنىڭ قۇربانى بولۇپ كەتتى، يەنى ئۇلاردا ئىزچىل تەرەپپازلىق مەۋجۇت بولىدى. تىجارەت ھەقىقەتەن بەزى مەھسۇلاتلاردا، تىجارەت پائالىيىتىدە تەرەپپازلىققا، بىر تەرەپلىمىلىككە يول قويمايدۇ. ئۇلاردىكى بىر تەرەپلىمىلىك، يەنى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى بىزنىڭ، شۇڭا ئۇنىڭدىن پەقەت ۋە پەقەت بىزلا پايدىلىنىشىمىز، پايدا يارىتىشىمىز، پۇل تېپىشىمىز كېرەك، باشقىلارنىڭ بۇ سۇدا ھەققى يوق، ھەر قانداق ئادەم ئۇنىڭغا نەزىرىنى سالماسلىقى، تامادا بولماسلىقى كېرەك، دەپ قارىدى. بۇ قارىماققا توغرىدەك تۇرىدۇ، تىجارەت نۇقتىئىنەزىرىدىن قارىغاندا بۇ بىمەنىلىك، تار بىر تەرەپلىمىلىك، تار ئۇقۇم ئىچىدە چۆكۈلداشتىن باشقا ئىش ئەمەس.

ياسىن مۇھەممەت تەكىتلەپ مۇنداق دېدى:

ــ ھازىرغۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيى پىششىقلاپ ئىشلىنىپ، قۇتىلارغا قاچىلىنىپ، بازارلاردا سېتىلىپ پۇل بولۇۋاتىدۇ. ئىلگىرى قانداق ئىدى؟! گەپ مانا مۇشۇ يەردە. ئويلاپ باقايلى، مۇبادا بۇ سۇ يەنە شۇنداق ئېقىۋەرگەن بولسا، كىشىلەر ئۇنى پۇل قىلىشنى ئويلىمىسا، يەنە نەچچە ئون يىللار بىكارغا ئېقىپ كېتىشىمۇ مۇمكىن ئىدىغۇ؟ چۈنكى ئۇنىڭ ناھايىتى ئۇزاق زامانلاردىن بۇيان ئۇزۇكسىز ئاققان، بىكارغىلا ئېقىپ كەتكەن تارىخى بارغۇ؟ ئۇ زامانلاردا بۇ سۇ ھازىرقىدەك پۇلغا يارايدىغان مەھسۇلات بولمىغان. دېمەك، ئۇ تىجارەت خاراكتېرلىك ئىستېمال قىلىنىشقا يۈزلىنەلمىگەن. بۈگۈن بولسا، ئۇ تىجارەت شەكىلدىكى ئىستېمالغا قەدەم قويىدى، شۇنداق ئىكەن، ئۇنىڭ تىجارەت ئىستىقبالى تار تەرەپپازلىققا ئەمەس،

بەلكى كەڭ ئومۇمىيلىققا يۈزلىنىشى، پاراسەت ئىگىلىرىنىڭ ئۇنىڭ ئۈچۈن تەرەققىيات يولى ئېچىشىغا تەقدىم قىلىنىشى كېرەك ئىدى. ئۇنىڭ بۇ جەھەتتىكى مۇھىم ئىپادىلىنىشى توغرا تىجارەت قارىشىدا، توغرا يېتەكچى ئىدىيەدە ئىپادىلىنىدۇ. دېمەك، تىجارەت دېگەن كىم ھەققىي بىلىپ قىلالىسا، تەرەققىي قىلدۇرۇشنى بىلەلىسە، ئۇتۇق قازىنالايدىغان كەسىپ. بۇنىڭ ئەكسىچە بولسا، مىڭ ۋايسىسىمۇ بىكارغا كېتىدىغان ئاۋارىچىلىك، خالاس. تىجارەت شۇنچىلىك رەھىمسىز ھەم شۇنچىلىك رەھىمدىل بولىدۇ. چۈنكى ئۇ قىلىشنى بىلگەن ئادەمگە رەھىمدىللىك بىلەن قۇچاق ئاچسا، بىلمىگەن ئادەمگە رەھىمسىزلەرچە ئوت ئاچىدۇ. تىجارەتنىڭ بۇ خىل خۇسۇسىيىتىنى بىلمەي، مېنىڭ دېگىنىم ھېساب دەپ چىڭ تۇرۇپ، خاتالىق سادىر قىلىش ئۆزىنى نابۇت قىلىش بىلەن باراۋەر ئىش. كىم مەھسۇلات تىجارىتىدە مېنىڭ ئادەملىرىم پايدىلىنىشى كېرەك دەيدىكەن، ئاخىردا ئۆزىمۇ، ئۆزىنىڭ ئادەملىرىمۇ ئۇنىڭدىن پايدىلىنالمايدۇ، قۇرۇق قالىدۇ. تىجارەت دېگەن كىشىنىڭ ناتوغرا ھېسسىياتىغا يول قويىدىغان، رەھىم قىلىدىغان چوڭ ئانا، چوڭ دادا ئەمەس.

ئاساسىي گەپكە كەلسەك، يۇقىرىدا دەپ ئۆتكەندەك ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىنىڭ بىر قىسىم ئاساسلىق باشقۇرغۇچىلىرىدا توغرا بولغان تىجارەت ئىدىيەسى ۋە تىجارەت قىلىشتىكى يېتەكچى ئىدىيە، بولۇپمۇ ئومۇمىيلىققا ئىگە ئەمەلىي ئۇقۇم يوق ئىدى. شۇڭا ئۇلار تار تەرەپبازلىق پاتقىقىغا پېتىپ قېلىش، ھېسسىياتقا زىيادە بېرىلىش سەۋەبلىك، قەشقەر توپ - پارچە سېتىش مەركىزى بىلەن بولغان توختامنى بۇزدى، ھېچ بولمىغاندىمۇ توختامنىڭ بىرقانچە ماددىسىنى ئىنكار قىلدى. بۇنداق بۇزغۇنچىلىق قەشقەر توپ -

پارچە سېتىش مەركىزىنىڭ، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيىتى شىركىتىنىڭ قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈرۈپ قويدى.

تىجارەت ئومۇمىيلىقنى مەنبە قىلىدۇ

سودا قىلىشنىڭ چىقىش يولى پايدا ئېلىش، پايدا ئېلىشنىڭ چىقىش يولى راستچىل، سەممىي بولۇش، شۇنداقلا ئادىل، لىللا، تەدبىرلىك، چاققان، كەسكىن ھۆكۈم قىلالايدىغان، قارشى تەرەپنى، ئىستېمالچىلارنى ھەقىقىي رازى قىلالايدىغان بولۇشتا. شۇنداق قىلغاندىلا، ئۆزىگىنى، باشقىلارغىنى پايدا يەتكۈزەلەيدۇ. نەپكە ئېرىشتۈرەلەيدۇ. بۇ خىل تىجارەت ئومۇمىيلىقى بولغاندىلا، تىجارەت راۋان، ئېلىم ـ سېتىم جانلىق بولىدۇ، بۇ ئاخىرقى ھېسابتا شۇ بىر خىل تىجارەت يېكى شۇ بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ ئوبوروت سالمىقىنى ئاشۇرۇش رولىنى ئويناىدۇ. بۇنىڭ ئەكسىچە بولسا، تىجارەتنى توسقۇنلۇققا ئۇچرىتىپ، تىجارەت يولىنى بوغۇپ قويىدۇ ۋە يېكى ئۇنى بىر خىل كاساتچىلىققا سۆرەپ كىرىشى مۇمكىن. ئەرزان كاسات مال مەنبەسىنىڭ كۆپلىكى، باھاسىنىڭ مۇقىمسىزلىقى، ئېھتىياجنىڭ ئازلىقى، شۇنداقلا مەھسۇلاتنىڭ پەسىل خاراكتېرىنىڭ كۈچلۈك بولۇشى، مودا قوغلىشىشقا ماسلاشماسلىقى، ئوخشاش بولمىغان ئىقتىسادىي، ئىجتىمائىي كىرىزىس قاتارلىقلارنىڭ تەسىرى تۈپەيلىدىن كېلىپ چىقىدۇ: قىممەت كاسات ئېلىم ـ سېتىم جەريانىدىكى ئىختىلاپ، مال مەنبەسى كەمچىل بولۇش، قىسمەن ئېھتىياج كۈچلۈك بولۇش قاتارلىق ئامىللارنىڭ تەسىرىدىن پەيدا بولۇش بىلەن بىر چاغدا، ئېلىم ـ سېتىم جەريانىدىكى كۆپ پايدا ئېلىشنى كۆزلەش، ئاز ساتسىمۇ قىممەت سېتىشنى قولغا كەلتۈرۈشلەردىن كېلىپ

چىقىدۇ. بۇنىڭ ھەر تەرەپلىمە زىيىنى بولىدۇ. ئەمما، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى سېتىش جەريانىدا، يۇقىرىقى ھەر ئىككىسى خىل ئەھۋال كېلىپ چىقتى. بۇنداق بولۇشىدا ئاساسلىقى، بۇ سۇنىڭ قەشقەردىكى توپ - پارچە سېتىشتىن ئىبارەت باش ۋاكالەتچىلىك ھوقۇقىنى تارتىۋېلىش بىلەن ئۆزىنىڭ گېپىنى گەپ قىلىش، پۈتۈن پايدىنى ئۆزى ئېلىش ياكى بولمىسا ئۆزلىرى تونۇيدىغان ئادەمگە ئۆتۈنۈپ بېرىپ، پايدا يەتكۈزۈش سەۋەب بولدى. ئۇلارچە بۇ مەھسۇلات بىرىنچىدىن، ئۆزىنىڭ. شۇڭا، بارلىق پايدىغا ئۆزلىرى ئىگە بولۇشى كېرەك، بۇ ئۇلارنىڭ بىردىنبىر ھېچكىم تارتىپ ئالالمايدىغان ھوقۇقى. بۇ ئىشتا كىمنى خالىسا، كىمنى ئېتىراپ قىلسا، كىمگە بەرگۈسى كەلسە، شۇنىڭغا بېرىش، ياندىن ھەر قانداق بىر ئادەم قول تىقماسلىقى، ئارىلاشماسلىقى كېرەك. بۇ ئۇلاردىكى بىر خىل ئىچكى ھېسسىيات، كۆچلۈك ئىدىيە بىرلىكى، خالاس. شۇڭا بۇ مەھسۇلاتنى ئۇلار ئۆزى خالايدىغان، ئۆزىنىڭ ھېسسىياتىنى قوللايدىغان، مۇناسىپ پايدىلىنىش ھەققى بار ئادەملەرگە بېرىشى كېرەكمىش. ئىككىنچىدىن، ئۇلارنىڭ قارىشىدا «پامىر» مىنېرال سۈيى داڭلىق، ئېسىل، بازىرى ئاجايىپ چوڭ مەھسۇلات. ئۇنى كىشىلەر ھەر زامان، ھەر ماكاندا ئىشلىتىدۇ. ئۇنىڭسىز ياشىيالمايدۇ. بۇ خىل قاراش ئۇلارنى ھەددىدىن زىيادە سەزگۈر، ھەددىدىن زىيادە مەنمەنچى قىلىپ قويغان. ئۇچىنچىدىن، بۇ مەھسۇلات مەڭگۈ ئۆزىنىڭ قولىدا تۇرۇشى، باشقىلار قول سوزماسلىقى كېرەك، شۇڭا مەڭگۈ ئۆزى بىلگەنچە ئىش قىلىشى كېرەكمىش.

مانا مۇشۇنداق بىر تەرەپلىمە يېتەكچى ئىدىيە ئۇلارنى بوغۇپ قويغان بولۇپ، تار ھەم ھېسسىي بولغان تىجارەت ئۇقۇمى ئىچىگە بېقىندۇرۇپ قويغان. شۇڭا ئۇلاردا دائىم دېگۈدەك ئەسلىدىكى

«پامىر» مىنېرال سۇيىنى سۇ بازىرىنىڭ پەۋقۇلئاددە ھېسسىياتلىنىشى بىلەن غايىۋى يۈكسەكلىككە كۆتۈرۈپ، تەڭداشسىز بازار ئەۋزەللىكى، خىيالىي تۇيغۇ ئىچىدىكى ھېساباتنى تەسەۋۋۇر قىلىۋالغان. بىلىش كېرەككى، تىجارەت ھېسسىياتقا باقمايدۇ، بازارمۇ ھېسسىياتقا باقمايدۇ، تىجارەت خاراكتېرى ھېسسىيات ئارقىلىق بېكىتىلسە، ئۇنىڭ نەتىجىسى قۇرۇق خىيالدىن باشقا نەرسە بولمايدۇ، بۇنداق ھېسسىيات ئۈستىگە قۇرۇلغان تىجارەت ۋە بۇنداق ھېسسىيات بىلەن قانات يايدۇرۇلىدىغان تىجارەت نەتىجىسى سۇ ئۈستىدە لەيلەپ قالغان كۆپۈككە ئوخشاپ قالىدۇ. ئۇ خۇددى غۇررىدە كەلگەن شامالدا غايىب بولىدىغان ئۇچقۇنغا ئوخشايدۇ. تىجارەت بىر تەرەپلىمە قاراشلار بىلەن كۆمۈلۈپ قالسا، ئۇ ھالدا ئۇنىڭ جەريانى تولمۇ تار، يۈزە بولۇپ قالىدۇ ـ دە، بېكىنمىچىلىك پاتقىقىغا پېتىپ قالىدۇ. بۇنداق بېكىنمىچىلىك تىجارەتنى بوغۇپ قويىدۇ، ئۇنى قىلغۇچىلارنىڭ ئاغزىدا، خىيالىدا ھەممىنى قىلىش بولسىمۇ، ئەمەلىيەتتە جانلىق بىر ئىشنى قىلىش قولىدىن كەلمەيدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا تىجارەت ئېڭى بىلەن تىجارەت يېتەكچى ئىدىيەسىدە ئېغىر ئىختىلاپ كېلىپ چىقىدۇ. بىر بولسا، بۇ چاغدا بىردىنلا بىر ـ ئىككى ئۇقۇم پەيدا بولۇپ، يېڭى تۇيغۇ، يېڭى ھېسسىيات شەكىللىنىدۇ، بىر بولسا تېخىمۇ ئەسەبىيلىك شەكىللىنىپ، بىر تەرەپلىمىلىك، تەرەپبازلىقنىڭ قۇربانى بولۇپ كېتىدۇ. بۇ يەردە بىر نەرسىنى ئەسكەرتىش زۆرۈركى، بۇنداق ئۇقۇمدىكى كىشىلەرنىڭ ئىدىيەسى يەنىلا بىر تەرەپلىمىلىككە ئېغىپ كېتىش جەھەتتىكى خاتا ئاڭ ۋە توغرا بولمىغان يېتەكچى ئىدىيە بىلەن تەتۇر نەتىجىگە سەۋەب بولماي قالمايدۇ. مۇشۇ بىر قاتار تەرەپلەرنى نەزەرگە ئالغاندا، تىجارەت كۆپ ھاللاردا تېخىمۇ تار مەنىدىكى بىر تەرەپلىمىلىكنى ئۆزىنىڭ چىقىش مەنبەسى قىلمايدۇ. ئۇ ئومۇمىيلىققا، كەڭلىككە ۋە ئورتاق

بايلىق خاراكتېرىگە ئىگە بولغاندىلا، ئۆزىنىڭ ھەقىقىي قىممىتىنى تېپىش پۇرسىتىگە ئىگە بولالايدۇ.

بىر تەرەپلىمىلىك ۋە تاقابىل تۇرۇش

ئەلۋەتتە، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيىتى شىركىتىدىكى بىر قىسىم كىشىلەرنىڭ قارىشىدىكى خاتا تىجارەت ئۇقۇمى ۋە توغرا بولمىغان يېتەكچى ئىدىيە بىزنىڭ قەشقەر توپ - پارچە سېتىش مەركىزىنىڭ ئىشلىرىغا نۇرغۇن زىيانلارنى سالىدى، ھالبۇكى، ئۇلارنىڭ زىيانلىرىغا قاراپ تۇرساق، توسمىساق، ئۇ چاغدا ئۆزىمىزنى نابۇت قىلىشىمىز كۆز ئالدىمىزدىكىلا ئىش ئىدى. بۇنىڭ ئۈچۈن ئىككى خىل يول بار ئىدى. ئۇنىڭ بىرى، ئۇلاردىكى يېتەكچى ئىدىيەنى ئۆزگەرتىش، ياخشىلاش، يەنە بىرى، ئۇلارنىڭ قاراشلىرىغا ۋە كەلتۈرگەن زىيانلىرىغا قارشى تۇرۇپ، يەنىمۇ كۆپ زىيان سېلىشنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئىدى. بىز بىرىنچى ئىشقا ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلىپ، ئۇلاردىكى قاتمالليق ۋە پاسسىپ ئىنكاسنى بارلىق كۈچىمىز بىلەن ئۆزگەرتىپ، ياخشىلاپ، بىزگە مايىل قىلىشنىڭ تەدبىر، يوللىرىنى قىلىپ كۆردۇق. بىراق ئۇلارنىڭ قارىشىدىكى قاتمالليق، بىر تەرەپلىمىلىك زادىلا ئۆزگەرمىدى، بەلكى تېخىمۇ كۈچەيىپ، ئۆزىمىزنىڭ تەدبىرى ئۇنۇم بەردى، يەنىمۇ چىڭ تۇرغاندا ئاخىرى ياخشى نەتىجىسى تېزلا چىقىدۇ، دەيدىغان قاراشقا كېلىپ قالدى. بۇ ئۇلارنىڭ خاتا پەرىزى، خاتا يەكۈنى بولۇپ، ئۆزلىرىگە كەلتۈرىدىغان زىيانلىرىنى پەرەز قىلالمىدى. ئۇلار بۇ جەھەتتە بۇنداق نەتىجىنىڭ بولۇش مۇمكىنچىلىكىنى نەزەردىن ساقىت قىلىۋەتتى. بىزنىڭ بۇ ئىشتىكى تىرىشچانلىقىمىز بەربات بولغاندىن كېيىن،

ئىككىنچى بىر خىل يولنى تۇتۇپ، ھېچ نەرسىدىن قورقمايدىغان قەتئىيلىك بىلەن تاقابىل تۇرۇش يولىغا قەدەم قويدۇق.

راستىنى ئېيتقاندا، بۇ ئىشتا بىز تولىمۇ سەگەك بولدۇق، شۇنداقلا ئەتراپلىق تەھلىل قىلىپ، ئۇلارنىڭ قارشىدىكى زىددىيەتلىك تەرەپلەرگە ئېسىلىپ، ئەجەللىك ئاجىزلىقىنى تۇتۇۋالدۇق. مەيلى قانداق ئىش بولسۇن، بىز مەيدىمىزنى كېرىپ، قورقۇپ كېتىشتىن مۇستەسنا بولدۇق. چۈنكى ئۇلار ھەر قانچە پاراكەندىچىلىك سالسىمۇ، سېتىش ھوقۇقىنى بىزدىن تارتىۋالسىمۇ، زىيان بىزگە ئەمەس، ئۇلارنىڭ ئۆزلىرىگە بولاتتى. بىز ئەنسىرەش ئورنىغا ئېھتىيات قىلدۇق. ئايرىم ئىشلارنىڭ ئالدىنى ئالدۇق. شۇنداق قىلماي بولمايتتى. بىرىنچىدىن، قەشقەر توپ - پارچە سېتىش مەركىزى توختامدا دېگەن پۈلنى دەلمۇ دەل قىلىپ قويدۇق. بۇ بىزنىڭ كېيىنكى ئىشلاردىكى بىردىنبىر چىقىش قىلىدىغان ئاساسىمىز ئىدى. ئىككىنچىدىن، بىز ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىگە كېپىل بولۇپ قەرز پۇل ئېلىپ بېرىدىغان ئىشنى توختاتىپ قويدۇق. چۈنكى بۇ گەپنى بىز ئاغزاكى دېيىشكەن بولۇپ، ئۇنى ئېلىپ بەرمىسەك يازما توختامغا خىلاپلىق قىلىش كېلىپ چىقمايتتى. بىراق ۋەدىگە خىلاپلىق قىلىش كېلىپ چىقىپ ئىناۋىتىمىز، ئىشەنچىمىز يەرگە ئۇرۇلاتتى. قارشى تەرەپنىڭ بۇاپالىقىنى نەزەرگە ئالغاندا، بۇ بىز بەك ئەنسىرەيدىغان ئىشمۇ ئەمەس ئىدى. شۇڭا بىز بۇ ئىشنى قىلىشتا سەل توختىۋېلىشنى توغرا تاپتۇق. بۇ ئىشقا نەزەر سالغاندا، مۇبادا قەرز پۇلغا كېپىل بولۇپ، ئۇلارغا 500 مىڭ يۈەن ئېلىپ بەرسەك، ئۇلارنىڭ ھېلىقى ناتوغرا تىجارەت قارىشىدىكى قارا نىيىتى ئىشقا ئېشىپ قالسا، قاراپ تۇرۇپ قەرزگە بوغۇلۇپ بىچارە ھالغا چۈشۈپ قالاتتۇق. ئەينى چاغدا بىزنىڭ قەرز پۇلغا كېپىل بولۇپ ئېلىپ بېرىشىمىزدىكى مەقسەت ئۇلارنىمۇ،

ئۆزىمىزنىمۇ قەرزگە بوغۇپ، تەڭ جاۋابكار بولۇش، ئۇلارنىڭ قەرز پۇل ئېلىپ بەرمىدىڭ، ساتقان سۈنىڭ پۇلىنى ۋاقتىدا بەرمىدىڭ دەيدىغان ۋايساشلىرىغا تاقابىل تۇرۇش، باھانە تېپىپ بىزگە بۇزغۇنچىلىق سېلىشىدىن ساقلىنىش ئىدى. بىزنىڭ قەرز پۇل ئېلىپ بېرىشنى توختىتىپ قويۇش قارارىمىز بولۇش ئالدىدا بىز ھەر ھالدا ئېھتىيات بىلەن ئىش قىلغان، چۈنكى شۇ چاغدىمۇ ئۇلارنىڭ نىيىتىدىكى توغرا بولمىغان قاراشلىرى ئاز - تولا ئاشكارىلىنىپ قالغانىدى، شۇڭا بىز قەرز پۇلغا كېپىل بولۇپ، مەبلەغ ئىشىنى ھەل قىلغاندىمۇ، ئېھتىياتچان بولدۇق. ئۇلارغا ئېلىپ بەرگەن قەرز پۇل مىقدارى ئانچە كۆپ بولمىدى، ئۇ توختامدىكى سۈنىڭ سېتىلىش نىسبىتى ئىچىدە بولدى. يەنى ئۇلارنىڭ بىزگە ئۆتكۈزگەن مەھسۇلاتى 80% تىن ئېشىپ كەتمىدى. ئالغان قەرز پۇلنى بىزگە بەرگەن مىنېرال سۇ پۇلغا ھېسابقا قىلىپ بەردۇق. مەسىلەن، ×× ناھىيەدىن ئالغان 100 مىڭ يۈەن، قەشقەر شەھىرى، قاغىلىق ناھىيەسىدىن ئالغان 59 مىڭ يۈەن ئالدىنقى مەزگىل ئىچىدە تەمىنلىگەن مىنېرال سۇيىمىزنىڭ پۇلىغا ئۇدۇل قىلىندى. كېيىن بىز ئېلىپ بەرگەن قەرز پۇللارنى ساتقان سۈنىڭ پۇلى ئارقىلىق قايتۇردۇق. بۇنداق بولغاندا، قەرز پۇلنىڭ بىزگە كەلتۈرىدىغان زىيىنى ئانچە ئېغىر بولمايتتى، ئەمەلىيەتتىمۇ ئېغىر بولمىدى. ئۇچىنچىدىن، ئۇلارنىڭ ساددا خىيالى رېئاللىققا ئايلانسىلا، يۇقىرىدا بايان قىلغاندەك بازار قالايمىقانلىشىپ كېتەتتى. بۇ بىزنىڭ بىرنەچچە ئاي يۈگۈرۈپ يۈرۈپ، تەرەپ - تەرەپكە تارقاتقان مەھسۇلاتلىرىمىزغا زىيان سالاتتى. بېسىلىپ قېلىش، پۇلنى يىغىش ئارقىغا سۈرۈلۈش، پۇلنى ۋاقتىدا بەرمەسلىك، چېچىلىپ كېتىش ئەھۋاللىرى كۆرۈلەتتى. بۇ بىزگە كېلىدىغان ئەڭ زور خەۋپ ئىدى. ئەمەلىيەتتىمۇ، ئۇ بىزگە ئاخىرقى ھېسابتا نۇرغۇن زىيان سالدى.

بىز پەرەز بىلەن ھۆكۈم قىلغان ئىشلارنىڭ 99% ى رېئاللىققا ئايلاندى. بۇنىڭ بىلەن بىز تولىمۇ سەزگۈرلىشىپ ئېھتىيات بىلەن مۇئامىلە قىلىدىغان بولدۇق.

بۇنىڭ ئىپادىسىنى مۇنداق تەرەپلەردىن ئېنىق كۆرۈۋالغىلى بولاتتى: 3 - ئايدا بىز ھاپىلا - شاپىلا، زۆرۈرىيەت بىلەن بىر قىسىم ناھىيە، يېزا - بازارلارغا مىنېرال سۇ تارقاتقانىدۇق. شىركەت بىلەن ئارىمىزدىكى توختام ۋە باشقا ئىختىلاپ تۇپەيلىدىن، ناھىيە، يېزا - بازارلارغا تەكرار تارقىتىدىغان مىنېرال سۇنى تارقىتىشتا ئىككىلىنىپ قالدۇق. ئەڭ چوڭ ئىشىمىز 3 - ئايدا تارقاتقان مىنېرال سۇ پۇلىنى يىغىش بولدى. چۈنكى بىز بۇ ئىشنى ئەڭ تېز سۈرئەتتە قىلمىغاندا، ئاشۇ جايلاردىكى خېرىدارلار بىزنىڭ شىركەت بىلەن بولغان ئەھۋالىمىزنى بىلمەي قالسىلا، بېرىشكە تېگىشلىك پۇلنى بەرمەيدۇ، سېتىشقا تېگىشلىك مىنېرال سۇنى ساتماي بېسىپ قويۇپ، پۇرسەت كۈتۈپ، بىر تەرەپ قىلىشىمىزنى كۈتىدۇ، ئەڭ ئاخىردا ئۆزىدىكى مەھسۇلاتىمىزنى بىكارغا بېرىۋېتىشىمىزنى تامام قىلىدۇ. شۇڭا بىز ئالدى بىلەن تارقىتىپ بولغان مەھسۇلاتنى پۇلى بولسا پۇلىنى، پۇلى بولمىسا ئۆزىنى ئېنىقلاش، يىغىش، ئىمكان بار قولدىن چىقىرىش، قۇتقۇزۇشنى يولغا قويدۇق. بۇ ئىنتايىن توغرا، دەل ۋاقتىدا بولغان بولسىمۇ، بىر تەرەپ قىلىشتىكى بازار ئەھۋالىنىڭ ئاساسىي قاتلاملاردا تولىمۇ تۆۋەن بولۇشى سەۋەبلىك، ئوبوروت پىلانىمىز ئېغىر دەرىجىدە توسقۇنلۇققا ئۇچرىدى. ئەينى چاغدا بىز تارقىتىشنى پىلانلىغان نىشاننىڭ 80% ى ئىشقا ئاشقان بولسىمۇ، ئۇنىڭ سېتىلغان پۇلىدىن قولغا كېلىپ ئەمەلىيلەشكىنى 10 پىرسەنتكىمۇ يەتمىدى. مۇشۇ ئىشنىڭ ئەمدىكى نەتىجىسى كۆرۈلۈۋاتقاندا، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيى بازىرىنىڭ بىرىدىنلا

قالايمقانلىشىپ كەتكەنلىكىنى ھېس قىلىپ قالدۇق. ساتقۇچىلارنىڭ تۇيغۇسىدا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ كۇرسى چۈشۈپ، باھا مۇقىملىقى توغرىسىدىكى قاراش ئۆزگىرىپ، پۇلنى بەرمەسمۇ بولىدىغان خاھىش ئەۋجىگە چىققان ئىدى. شۇنىڭ بىلەن بىز ئالدىمىزغا ياكى ئارقىمىزغا ماڭالمايدىغان بىچارە ھالغا چۈشۈپ قالدۇق. ساتقۇچىلارمۇ يامان تومۇرچى بولۇپ، بىزنى ئۆزىنىڭ كۆزىگە قارايدىغان قىلىپ قويدى. بىز ئۇلارغا تەكرار تېلېفون بېرىش، تەكرار سۆزلەش، تەكرار باھاسىنى چۈشۈرۈش قاتارلىق تەدبىرلەرنى قوللانغان بولساقمۇ، ئۇلار پەسەنتىگە ئېلىپ قويمىدى. ئۇ يەنە بىزگە ئىسراپچىلىق ۋە بىھۇدە ئەمگەك سىجىللىقى كەلتۈرۈپ بەردى.

تىجارەتتىكى ئەۋزەللىك ۋە تەشەببۇسكارلىق

يۇقىرىقىلار بىز بىلەن ساتقۇچىلار ئوتتۇرىسىدىكى قىيىن ئىش. لېكىن شىركەت بىلەن ئوتتۇرىمىزدىكى مۇناسىۋەتلەردىمۇ روشەن زىددىيەتلەر كۆرۈلدى. بۇنىڭدا بىزگە پايدىلىق ئامىللار كۆپ ئىدى. ئەگەر شىركەت ئىزچىل ئاشۇنداق بىنورماللىقنى سادىر قىلسا، ئۇ چاغدا بىرىنچىدىن، بىز يەنىلا تەشەببۇسكار ئورۇنغا ئىگە بولىمىز؛ ئىككىنچىدىن، توختامدىكى بەزى نەرسىلەر ئاجىزلايدۇ؛ ئۈچىنچىدىن، بازاردا ئۇستۇنلۇكنى يەنىلا بىز ئىگىلەيمىز؛ تۆتىنچىدىن، بازار ئارقىلىق جاپا تارتىپ ئالىدىغان پايدىمىزدىن ئۇلارنىڭ توختامغا خىلاپلىق قىلىش يوچۇقىدىن پايدىلىنىپ ئالىدىغان پايدىمىز كۆپ بولاتتى.

تەشەببۇسكار ئورۇنغا ئۆتىمىز دېگىنىمىز: توختامدا نۇرغۇن كونكرېت مەزمۇنلار يېزىلغان، بىز ئىزچىل ھالدا توختامنىڭ روھىنى چۈرىدەپ ئىش قىلدۇق. توختامغا خىلاپ بىرەر ئىشنىمۇ

سادىر قىلمىدۇق. ھەتتا شىركەت توختامنىڭ بىرقانچە ماددىسىغا خىلاپلىق قىلغان بولسىمۇ، مەسىلەن، سۈيى ياخشى بولماسلىق، مال ۋاقتىدا كەلمەسلىك، ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلات بولمايدۇ، دېگەن بولسىمۇ، ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ بازارغا سېلىنىشى قاتارلىقلاردا توختام ماددىلىرىدىكى مەزمۇنلارغا خىلاپلىق قىلىشنى سادىر قىلىش كېلىپ چىقتى. بىز ئۆزئارا چۈشىنىش نۇقتىسىدىن تەكرار ئەسكەرتىپ تۇرغان، مۇشۇ ئىشلار تۈپەيلىدىن دەۋا قىلساق، ئۇلار ئېنىقلا جاۋابكار بولۇپ قالاتتى. بىز ئۇلارنىڭ ئۇستىدىن قىلغان دەۋايىمىزدا ھەر قانداق ئېھتىياجىمىزنى قاندۇرالايتتۇق. توختامدىكى بەزى مەزمۇنلار ئاجىزلايدۇ دېگىنىمىز: ئەينى چاغدا توختام ناھايىتى قاتتىق تۇرۇلگەن، ئۇنىڭدىكى ئايرىم مەزمۇنلار ناھايىتى سەزگۈر ئىدى، ھەتتاكى نەچچە مىليون يۈەنلىك چىقىم بىزنى مانا مەن دەپ كۆتۈپ تۇراتتى. ئەگەر توختامدىكى 1000 تونىنا مىنېرال سۇنى تولۇق ساتالمىساق، ئۇنىڭ پۈتۈن مەسئۇلىيىتى زىممىمىزگە چۈشۈپ، نۇرغۇن جەريمانە تۆلەيتتۇق ياكى توختامغا خىلاپلىق قىلىش پۈلى تاپشۇراتتۇق. دەسلەپكى چاغلاردا مىنېرال سۇ سېتىش قىزغىنلىقى تۈپەيلىدىن ئۇ خىل قاتتىق توختام بىزگە ھېچ قانچە كۆرۈنمىگەنىدى، سېتىش جەريانىدا بازاردىكى كاساتچىلىق تۈپەيلىدىن بۇنچىلىك كۆپ مىنېرال سۇنى سېتىپ چىقىرىشقا كۆزىمىز يەتمەي، ئەنسىرەشكە باشلىغانىدۇق. ئەمما، بازار ئېچىش، سېتىپ چىقىرىش ئۇچۇن ناھايىتى چىڭ تۇرۇپ، باش چۆكۈرۈپ ئىشلەپ، بازار ئېچىش بىلەن كۆزىمىزدە ئۇيقۇ يوق ھالەتتە يۈردۇق. تەرەپ - تەرەپكە يۈگۈرۈپ ھالىمىزدىن كەتتۇق. مۇبادا توختام بۇزۇلسا ياكى ھېلىقىدەك توختام ماددىلىرىغا خىلاپلىق قىلىش كېلىپ چىقسا، بىزنى قىيناۋاتقان مەزمۇنلارنىڭ دەرىجىسى چۈشىدۇ - دە، بېسىم يېنىكلەيتتى.

سېتىپ چىقىرىش پىلانى ۋە مىقدارى ئورۇندالمىسا، شىركەت ساتمىدىك دەپ بىزگە بېسىم قىلالمايتتى. ئۇستىمىزدىن ئەرزمۇ قىلالمايتتى. بازاردا ئۇستۇنلۇكنى ئىگىلەيمىز دېگىنىمىز: ئۇلار توختامنى بۇزسا، ئۆزلىرى بازارغا سالمىغان مىنېرال سۇنىڭ باھاسى چوقۇم يۇقىرى بولىدۇ. ھەر قانچە بولسىمۇ، بىز بىلەن تۈزگەن توختامدىكى باھادىن تۆۋەن بولمايدۇ، ھېچ بولمىسا تەڭ بولىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا ئۇلار ھەرگىزمۇ توختامغا چىقىلالمايدۇ. چۈنكى توختامدىكى ئاساسىي ھالقا ۋە سودىنى بۇزۇشتىكى ھالقىمۇ مىنېرال سۇنىڭ باھاسى. ئۇلارنىڭ ئىزچىل دەۋاتقان ۋايساشلىرىدىمۇ باھا تۆۋەن بولۇپ قالدى دېگەندىن ئىبارەت ئىدى، شۇڭا ئۇلار توختامدىكى بۇ ئەجەللىك ھالقىنى چۆرىدەپ، باھانى يۇقىرى قىلىش بىلەن خىيالدىكى تەسەۋۋۇرغا يېتىشىنى كۆزلەيدۇ. ئۇ چاغدا قولىمىزدىكى نەچچە مىڭ ساندۇق مىنېرال سۇ ئۇلار بازارغا سالغان مىنېرال سۇدىن ئەرزان بولىدۇ. ئەگەر ئۇلار مەھسۇلاتنى بازارغا سالغاندا باھا ئۆرلەپ بازار جانلانسا، بىزمۇ شۇنىڭغا ئەگىشىپ، باھانى ئۆستۈرۈپ، باھا پەرقىدىن يۇقىرى پايدىغا ئىگە بولىمىز. ئەگەر ئۇلار سالغان مەھسۇلات بازاردا تۇرۇپ قالسا، بىز ئۆز باھاسى بويىچە ساتمىز، بازار زىيادە تۆۋەنلەپ كەتسىمۇ، قولىمىزدىكى مەھسۇلاتنىڭ باھاسىنى تۆۋەنلىتىپ ساتساقمۇ، بىز زىيان تارتمايمىز ياكى ئەسلىدىكى نەرخنى قولغا كەلتۈرەلەيمىز. شۇنداق ئىكەن، بازار ئۇلار ئويلىغاندەك، ئۇلارنىڭ بازىرى بولماستىن، بىزنىڭ بازىرىمىز بولىدۇ. ئۇ چاغدا بازارنى ئۇلار تەڭشىمەي، بىز تەڭشەيمىز، سېتىش ۋە باھانى قانداق قويۇشتا ئۇلار بىزگە بېقىنىپ ئىش قىلىشقا مەجبۇر بولىدۇ. ئەمەلىيەت ئىسپاتلىدىكى، ئۇلار ئاخىردا شۇنداق قىلدى. سېتىش ۋە بازار ئىگىلەش جەريانىدا بىز مەبلىغىمىزنى تولۇق قايتۇرۇۋالدۇق، دېمەك، بىز زور پايدىغا ئىگە بولدۇق، دېگەن گەپ. ئۇلار زور مەبلەغ

قوبۇل قىلىش پۇرسىتى، بازار ئېچىش كەڭلىكىگە ئىگە بولىمىز، دەپ قەشقەردىكى سېتىش ھوقۇقىنى بىزدىن ئېلىپ باشقىلارغا بېرىپ، ھېچنەرسىگە ئىگە بولالمىدى. بەلكى شىركەت ۋە سۇ زاۋۇتىنىڭ بىر قىسىم قالدۇق مەبلىغى بېسىلىپ قېلىپ ئېغىر زىيان كېلىپ چىقتى. بىزدىن تالىشىپ ئالغان كىشى بىزنىڭ سېتىش جەريانىدىكى ئۇستۇنلۇكىمىز سەۋەبىدىن زىيان تارتتى، مەھسۇلات پۇلىنى بەرمەي، نۇرغۇن مەبلەغنىڭ خوراپ كېتىشىنى كەلتۈرۈپ چىقاردى. بازار ئارقىلىق ئالىدىغان پايدىمىزغا قارىغاندا توختامغا خىلاپلىق قىلىشتىن ئالىدىغان پايدىمىز كۆپ بولىدۇ دېگىنىمىزدە، بىزنىڭ ئۇلارغا ئۆتكۈزۈپ قويغان كاپالەتنامىمىز، رەنە مۇلكىمىز بولسىمۇ، بىز ئېھتىيات بىلەن ئىش قىلغانلىقتىن، ئۇ نەرسىلەرنىڭ ھەممىسىنىڭ مىقدارىغا قاراپ مىنېرال سۇ پۇلىغا ئۇرۇپ، بالانس قىلىپ بولغانىدۇق. شۇ جەريانداۋ ئۇلارنىڭ 20% مەبلىغى بىزنىڭ قولىمىزغا ئۆتۈپ بولغان. مانا بۇ بىزنى ناھايىتى ياخشى ئاساسقا ئىگە قىلغان. ئەگەر توختام بۇزۇلسا، 20% مەبلەغ قولىمىزدا بولغاچقا، خاتىرجەم ھالدا ئۇنى بىر تەرەپ قىلىپ، ئۆزىمىز خالىغانچە ئىشلەتسەك، ئۇلار ھېچنەرسە دېيەلمەيتتى. بىز ئەرز قىلمىساقمۇ ئۇلار ئاشۇ پۇل ئۈچۈن ئەرز قىلىپ، ئۆزى جاۋابكار بولۇپ قالاتتى. بۇ جاۋابكارلىق ئۇلارنىڭ توختامغا ئومۇمىيۈزلۈك خىلاپلىق قىلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىراتتى. ئۇلار بۇنى ئېتىراپ قىلسا، ئەرز قىلمايتتى. ئېتىراپ قىلماي، كاللىسى قىزىپ كېتىپ ئەرز قىلسا، ئۆزى زىيان تارتاتتى، بىز بولساق سودا قىلماي، جاپا تارتماي پايدا ئالغۇچى بولۇپ قالاتتۇق. بىراق بىز بۇنداق قىلىشنى خالىمايتتۇق. چۈنكى ئۇ ھەم ئاۋارىچىلىك كەلتۈرۈپ چىقىراتتى، ھەم ئۆزىمىزنىڭ دىيانىتى، غۇرۇرى، ئەخلاق، ئەقىدە قارىشى بويىچە توغرا بولمايتتى. بۇ پەقەت ئۇلار قىلىش ئېھتىماللىقى بولغان مۇمكىنچىلىككە قارىتا قىياسەن قارىشىمىز

ئىدى. تېگىدىن ئالغاندا مەقسىتىمىز، ئۇلارنىڭ پۇلىنى ئېگىلىۋېلىش، نەپ ئېلىش ئەمەس، بەلكى سودا قىلىش، ھەمكارلىشىش، تەرەققىي قىلىش، ئەسلىدىكى «پامىر»دىن ئىبارەت مىنېرال سۇنى دۇنيا بازىرىغا يۆزلەندۈرۈش، ھالال پۇل تېپىش، لىللا سودا قىلىش ئىدى. ئەگەر ئۇلار توختامدىن ئومۇمىيۈزلۈك يېنىۋېلىپ، توختامغا خىلاپلىق قىلسا، ئۇچ يىل توشماي تۇرۇپ، ئومۇمىي توختامدىن يېنىۋالغان ھېسابلىنىپ، 5% يېنىۋېلىش سوممىسى قايتۇرسا، ئاز دېگەندىمۇ بىزگە 85 مىڭ يۈەندىن ئۇچ يىلغا 250 نەچچە مىڭ يۈەن تۆلەيتتى. توختامنىڭ ئالدىنقى تارماقلىرىدىكى ماددىلىرىغا خىلاپلىق قىلىش بولسا، ئومۇمىي توختام ماددىلىرىغا خىلاپلىق قىلىش بولاتتى. قىسمەن توختام ماددىلىرىغا خىلاپلىق قىلىشنىڭ زىيان تۆلىمى ئانچە چوڭ ئەمەس ئىدى. ئۇلار ئەرز قىلسا، بۇنىمۇ قوشۇپ تۆلەيتتى ياكى جاۋابكار بولۇپ قالاتتى. بىزنىڭ توختام ماددىلىرىغا قىسمەن خىلاپلىق قىلىش ئۇستىدىن ئەرز قىلماسلىقىمىز، ئۇلار بىلەن بولغان چۈشىنىش، ھەمكارلىشىشنى ئىلگىرى سۈرۈش، يىل ئاخىردا كۆرۈلىدىغان ئايرىم سەۋەنلىكلىرىمىزگە خاتىمە بېرىشتە يول ئېچىش بىلەن بىر چاغدا، ھەقىقىي مەيداندا تۇرۇپ، سەممىي سودا قىلىشتەك ياخشى نىيەت، ياخشى كۆڭلىمىزنى چۈشەندۈرۈپ، ناچار ئەمەسلىكىمىزنى كۆرسىتىپ قويۇش ئىدى. بىراق ئۇلار بۇ نەرسىلەرنى ئويلاپ يەتتىمۇ - يوق، ئېتىراپ قىلامدۇ - يوق؟ بىر نەرسە دېگىلى بولمايتتى. بەلكىم ئۇلار ئىككىنچى بىر تەرەپتىن بۇنى چوڭقۇر ئويلىغان، ھەتتاكى رېئاللىقتىن چەتنىگەن ھالدا ئويلانغان بولۇشى مۇمكىن. ئەمما، سودا جەريانىدا ئەمەلىيەتتىن ھالقىغان يەكۈن پۈت تىرەپ تۇرالمايدۇ، يەكۈن چوقۇم پاكىت بىلەن رېئاللىقنى چەمبەرچەس باغلىشى كېرەك. ئۇلار ئەمەلىيەتتە بۇ نۇقتىغا دىققەت قىلىپ كەتمىدى.

باها قالايمقانچىلىقى ۋە پاراكەندىچىلىك

يۇقىرىدا دەپ ئۆتكەنىمىزدەك ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيىتى شىركىتىدىكى ئايرىم كىشىلەرنىڭ بىر تەرەپلىمىكىلى بىلەن توختام ماددىسىنىڭ جېنى بولغان مەھسۇلاتنى قەشقەردە بىزدىن باشقا ھەر قانداق بىر تەرەپنىڭ بېۋاستە ساتماسلىق، باھانى ئۆستۈرمەسلىك ھەققىدىكى مەزمۇن بۇزۇلدى. ئۇلار مىنېرال سۇنى ئىشلەپ، بىزگە دېمەيلا ئۆز ئالدىغا بېۋاستە بازارغا سالدى. باھانىمۇ ئۆستۈردى. بىزگە باھانى ئۆستۈرۈشنى دېمەيلا كەسكىنلىك بىلەن ئىش تۇتۇشىدا يەنىلا ھېسسىياتقا بېرىلىپ كېتىش مەۋجۇت ئىدى. شۇنىڭ بىلەن بىر چاغدا قەشقەردىكى مەلۇم بىر ئىچىملىك سۇ ساتقۇچىنىڭ ھەر تەرەپلىمە كۈشكۈرتىشى، ئۆسەك تارقىتىپ، ئىشىمىزدىن قۇسۇر تېپىپ، سېتىش ھوقۇقىنى تارتىۋېلىپ، ئۆزى مونوپول قىلىش ئويىنىڭ ھەر تەرەپلىمە تەسىر كۆرسىتىشىمۇ مۇھىم رول ئويىنىدى. ئۇ كىشى ھېلىقى دىرېكتورلارنى دوست تۇتۇپ، ئىندەككە كەلتۈرۈۋېلىپ، بىزگە قارشى كۈچ توپلىدى. بىز يۇقىرىدا دەپ ئۆتكەنىمىزدەك، كېيىنكى كۈنلەردە راستىنلا شۇ كىشى بىزدىكى ئىمتىيازنى تارتىۋېلىپ شىركەتنى، مىنېرال سۇ زاۋۇتىنى ۋەيران قىلىشقا باشلاپ ماڭدى. بىز ئۆز ئارا تۇزگەن توختامدا باھانى بىر يىلدا بىر قېتىم تەڭشەش ئوتتۇرىغا قويۇلغان. مەھسۇلاتنى بېۋاستە ئۆستۈرۈپ بازارغا سېلىشتا يەنە قانداق ئويۇن بار، بىر نەرسە دېگىلى بولمايتتى. ئۇلار ھېلىقى كىشىنىڭ زىيادە ئۈچۈرىشى بىلەن بازار راستىنلا بولسىمۇ، قەشقەر توپ - پارچە سېتىش مەركىزى بازاردا سۆرەلمىلىك قىلىپ مەھسۇلاتمىزنى بېسىپ قويغان ئوخشايدۇ، دېگەن تۇيغۇدا بولغان. نەدىمۇ ئۇنداق ئىش بولسۇن؟ چۈنكى بازار قانچە ياخشى بولسا، بىزگە ۋە شىركەتكە كەلتۈرىدىغان پايدىسى شۇنچە

كۆپ بولىدۇ. بۇ بىزمۇ پايدا ئېلىشنى كۆزلەپ قىلىۋاتقان تىجارەت بولغاچقا، كۆپ سېتىپ كىرىمنى، پايدىنى كۆپ قىلىشنى ئەلۋەتتە ئويلايمىز - دە، بېسىلىپ ياتقان مەھسۇلاتلىرىمىزنى سېتىپ، سۇغا ئايلىنىپ كەتكەن پۇللىرىمىزنى ئەسلىگە كەلتۈرسەك، پايدا ئالساق ياخشى بولىدىغۇ؟ شۇ چاغدا شىركەت مىنېرال سۇنى ئۆزىمىز بىۋاستە بازارغا سېلىپ، بازارنى ئۆزىمىز مۆلچەرلەپ باقمىز، بازاردىكى ئەھۋالىمىزنى سىناپ بېقىپ، بىر نەرسە دەيمىز، سىلەر بىر مەزگىل ماسلىشىڭلار، تەخىر قىلىڭلار، دېگەن بولسا ئىدى، ئۇ چاغدا توختامدا پۈتۈشكىنىمىز بويىچە بىا مەسلىھەت ئىش قىلىپ، مەھسۇلاتنى ماسلاشتۇرۇپ بازاردىن پايدىلانغان بولساق، ئۇ چاغدا كېلىپ چىققان نۇرغۇن ئاۋارىچىلىك يۈز بەرمەيتتى. بۇ ئىشتىكى ئەڭ قىزىق، كۈلكىلىك بولۇۋاتقان ئىش، ناھايىتى زور زىيانغا ئۇچرايدىغانلىقى بىلەن كارى بولماسلىق بولدى. ھەتتاكى، توختامنى بۇزۇپ، بىزدىن سېتىش ھوقۇقىنى تارتىۋالسا، ئاخىردا ئەسلىگە كەلتۈرۈش مۇمكىن بولمايدىغان چوڭ زىيان بولىدىغانلىقىنى ئويلاپمۇ قويمىدى. ئۇلار مەھسۇلاتنى بازارغا سالغان مەزگىلدە بازىرى ياخشى، مەھسۇلاتى يېتىشمەي قېلىۋاتقان بولسا ئىدى ئۇ چاغدا ئۇلار ئاشۇنداق ھۆكۈم ئارقىلىق قارارنى دەلىللىسە بولاتتى. كېيىن ئويلانسام، مەن ئۇلاردىن كىرگۈزگەن مىنېرال سۇنى ئىستېمالچىلار سېتىۋالغان دەپ ئويلاپ قاپتۇ. ئۇلار شۇنداق ئويلىغان بولسا، ھەقىقەتەن خاتالاشقان بولىدۇ. ئۇلار شۇنداق سوئال قويالمىغانكى، بىز ئىشلەپچىقارغان سۇنى بازار سىڭىرىپ كېتىۋاتامدۇ ياكى ۋاكالەتچى بېسىپ قويۇۋاتامدۇ؟ ئۇلار ناھايىتى ياخشى بازار ئەۋزەللىكى يارىتىمىز دەپ قارىغان ئىشتا بىردىنلا ھېچ نەرسىگە ئىگە بولالمايدىغان قالدى، بۇ چاغدا ئارقىسىغا يانىدىغانغا يولمۇ قالمىغانىدى. يۇقىرى باھادا سېتىشقا تەييارلانغان مەھسۇلات زاكالەت پۇلىمۇ يوق ئەھۋالدا

ساتقۇچىلارنىڭ دۇكانلىرىغا كىردى، بەزىلەر بۇ سۇنى ساتقىلى بولمايدۇ، باھاسى يۇقىرى، دۇكان ئىچىنى بېسىق قىلىپ قويىدۇ، دەپ ئاز مىقدارىدا كىرگۈزۈپ، بازارنى سىناپ باقماقچى بولدى. ئاخىردا مەھسۇلات بېسىلىپ قېلىش، پۇلى چېچىلىپ كېتىش، نېسى كۆپ بولۇپ كېتىش بىلەن زور زىيان كېلىپ چىقتى. ياسىن مۇھەممەت مۇنداق دېدى: ئۇلارنىڭ قارىشى ئەزەلدىنلا توغرا ئەمەس، چىقىش قىلغىنى، يېتەكچى قىلغىنى پەقەت ئۆزىنىڭ خاھىشى، ئۇ تىجارەت خاھىشى ئەمەس، شۇڭا ئۇلار بۇرنىغا يەپ، ئاپىلا دېگەن چاغدىلا خاتا قىلغانلىقىنى ھېس قىلىشى مۇمكىن. ئۇ چاغدا ئۇلار ئاللىقاچان كېچىككەن بولىدۇ. ئەمەلىيەت بۇنى تولۇق ئىسپاتلاپ بەردى.

ھەمكارلىشىش ۋە چەتكە قېقىش

توختام نۇقتىسىدىن ئالغاندا، توختام تۈزگۈچى تەرەپلەر تىجارەت داۋامىدا پايدا ئېلىشنى كۆزلىگەن ئاساستا تۈزىدۇ، مەھسۇلات ئىگىسى توختام تۈزگەندە، چوقۇم ئالدى بىلەن پايدىنى بىرىنچى شەرت قىلىدۇ، توختامنىڭ مەقسىتىمۇ ئاشۇ پايدىنى، مەھسۇلاتنى قوغداشنى نىشان قىلىدۇ. يەنى توختام بىر ياكى بىرنەچچە خىل مەھسۇلات ۋە ياكى ھەربىرىنىڭ ئېلىپ بېرىلىش قېلىپى بولۇپ، ئۇنى تۈزگەن تەرەپلەر ئۇنىڭدا ئوتتۇرىغا قويۇلغان تەرتىپ، ئۆلچەملەرنى ئۆزىنىڭ شۇ ئىشتىكى ھەربىر ئۆلچىمى قىلىدۇ. شۇڭا ئۇ ئالدىن بىرلىككە كېلىش ئارقىلىق ھەر قايسى تەرەپنىڭ مەنپەئەتىنى، پايدىسىنى قوغداشنى ئالدىنقى شەرت قىلىدۇ. توختام ئىجرا قىلىنىۋاتقان مەزگىلدە بىر تەرەپ يەنە بىر تەرەپنىڭ پايدىسىنى قوغدىمىسا، ھەر ئىككى تەرەپكە زىيان كەلتۈرىدۇ. بىز ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنى قەشقەردە سېتىش توختامىنى تۈزگەندىمۇ ناھايىتى ئەتراپلىق ئويلانغان. ھالبۇكى، ئۇلار بىزنىڭ پايدىمىزنى

قوغدىماقتا يوق، زىيان سالدى. دەسلەپكى چاغلاردىكى تۈيغۇمسىز بويىچە بىر - بىرىمىزگە يول قويغان ۋە بىر - بىرىمىزنى قوغدىغان، يۆلىگەن بولساق، بۇنداق ھەمكارلىق ئۇزاق داۋاملاشسا، مەھسۇلاتنىڭ بازاردىكى بىرلىكى قوغدىلىپ، تىجارىتىمىز رونىاق تاپقان بولاتتى. مانا بۇ تىجارىتىمىزنىڭ چىقىش يولى ئىدى.

تىجارەتنىڭ قېلىپى يوق. بىراق ئۇنى كىم قىلالىسا، شۇنى قەدىرلەش كېرەك. قىلالمىسا زورلاشقا بولمايدۇ. قىلىۋاتقانلارنى زورلاپ بۇزۇشقا تېخىمۇ بولمايدۇ. تىجارەتنى قاملاشتۇرۇپ قىلىش ھەقىقەتەن تەس ئىش. شۇڭا ئۇنى قىلالىسا، كىم بولسۇن قولىلاش، يول قويۇش كېرەك. قىلالمىسا كىم بولۇشتىن قەتئىينەزەر توسۇش، چەكلەش، يېتەكلەش ئارقىلىق يارەدەم قىلىش كېرەك. بىز مىنېرال سۇ تىجارىتىنى ناھايىتى ياخشى، جانلىق قانات يايدۇرغان. گەرچە ئايرىم نۇقسانلىرىمىز بولسىمۇ، تىجارەت داۋامىدا ئۇنى ھەل قىلىپ كەلگەن. ئۇ ھېچقانداق ئىشقا پۇتلاشمايتتى. بولۇپمۇ شىركەتنىڭ پايدىسى، ئىشلەپچىقىرىشى ۋە ئوبرازىغا ھېچقانداق نۇقسان يەتكۈزمەيتتى. سېتىپ چىقىرىش جەريانىدىكى نۇقسان، يېتەرسىزلىك، توسالغۇلارنى ئالدىن مۆلچەرلەش قىيىن بولسىمۇ، ئامال قىلىپ ئاسانلاشتۇرغانىدۇق. مەسىلەن، بىز كەتكۈزۈپ قويغان ئىشلاردىن نېسى بېرىپ، پۇلنى ۋاقتىدا ئالالماسلىق، ئۇنىڭغىمۇ، بۇنىڭغىمۇ ئوخشاش سېتىش، ئاز ئالسىمۇ، كۆپ ئالسىمۇ پەرقلەندۇرمەي سېتىش، بېرىشكە تېگىشلىك بولمىغان كىشىلەرگە بەرمەيمەن دەپ ئاستىرتتىن بېرىش - سېتىش، ھەددىدىن زىيادە زورۇقۇپ سېتىشقا بېرىلىپ كېتىش، تۆكمە قىلىپ بازارنى تويۇنىدۇرۇپ قويۇش، بىر قېتىملىقنىڭ نېسى پۇلىنى بەرمىسىمۇ يەنە تەكرار نېسى مەھسۇلات بېرىش، ھەتتاكى زىيادە كۆپ بېرىش، ئىشەنچسىز ئادەملەردىن دۇكىنى بولسىلا كىم بولۇشتىن قەتئىينەزەر ئالدى - ئارقىسىنى سۇرۇشتە قىلماي نېسى بېرىش،

هۆججەت ـ ئىسپات يېزىپ بەرسىلا ماقۇل بولۇش قاتارلىق ئەھۋاللار يۈز بەردى، ئەمما بۇنداق ئىشلار كەلتۈرۈپ چىقارغان مەسىلىلەرنى ۋاقتىدا ھەل قىلىپ ماڭدۇق. بۇنىڭغا نۇرغۇن ۋاقتىمىز ئىسراپ بولدى. ئاندىن پايدىمىز يوقاپ كەتتى. بۇنى زاۋۇت، شىركەت كەلتۈرگەن زىيان دېگىلى بولمايدۇ. ئۇلارنىڭ مەنپەئەتىگە ھېچقانداق زىيان يەتكۈزمەيدۇ، بۇلارنىڭ ھەممىسى ئۆزىمىزنىڭ ئىچكى ئىشى بولۇپ، ئۇنى ھەل قىلىش ئۇلارنىڭ قولىدىن كەلمەيدۇ، يەنىلا ئۆزىمىز ھەل قىلمىساق بولمايدۇ. ھەتتا، بۇ خىل ئىشلارنىڭ يۈز بەرگەنلىكىنى ئۇلار بىلمەيدۇ، چۈشەنمەيدۇ.

بەزى چاغلاردا شىركەتنىڭ ئايرىم دىرېكتورلىرى تاماق يېگەن رېستوران، ئاشخانىلاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيى يوقمۇ دەپ سورىغان. ئۇلار بىردەك يوق، ئۇنى ساتمىدىغان ئادەم بىزنى ئىزدەپ كەلمىدى دېگەندەك جاۋابلارنى بەرگەن، ئۇلار بىزگە كىرگۈزۈپ بەرسەڭلار سېتىپ باقساق دېگەن. ئەمەلىيەتتە، دەل ئاشۇنداق رېستورانلار بىزنىڭ مىنېرال سۈيىمىزگە نەزەر سالمايدۇ، چۈنكى دەل ئاشۇنداق دېگەن رېستوران، تاماقخانىلارغا بىرقانچە قېتىم مەھسۇلات ئاپىرىپ بەرگەن بولساقمۇ، بىرىنىمۇ ساتمىغان، بەزىلەر مەھسۇلاتنى ساتسىمۇ پۇلىنى بەرمەي، ئاۋارە قىلغان. ئۇلار نۇرغۇن خام ماتېرىيالچىغا پۇل بەرمەي ئۆزىگە باغلاپ، ئۇلارنىڭ مەبلىغى بىلەن تىجارەت ئورنىنى ماڭغۇزىدۇ. شىركەتتىكى ھېلىقى دىرېكتورلار بازارنى تەكشۈرمەي، كىشىلەرنىڭ ئەھۋالىنى بىلمەي، ساختا ـ سىپايە سۆزلەرگە ئىشىنىپ كەتتى. ئۇلارنىڭ ئىلگىرىكى تىجارىتىنى نەزەرگە ئالساق، مىنېرال سۇ تىجارىتىگە ئوخشىمايدۇ. ئۇلار چېگرا سودىسى ۋە باشقا دۆلەتلەر ئارا بولىدىغان تىجارەت بىلەن شۇغۇللانغان. ئۇنىڭدىكى پۇرسەت ۋە ئېتىبار سىياسەت ئۇلارنى ئىمتىيازغا ئىگە قىلغان. ئۇلار ئىچكى قىسمىنىڭ يەرلىك مەھسۇلات تىجارىتىنى قىلىپ باقمىغان، ھەتتا سودا جەريانىدا چوڭ تەجرىبە ـ ساۋاق، ئۇسۇل،

تەدبىرلەرنىمۇ توپلاپ يۈرمىگەن. ئۇلار ئۆزلىرى بىلمەيدىغان مىنېرال سۇ سودىسىنى قىلىشقا قەدەم قويغاندىن كېيىن، زىيادە ھېسسىياتلىنىپ كەتتى، ھەتتا بازارنى ھېسسىياتقا تايىنىپ ئىگىلەپ، ھېسسىياتى ئاساسىدىكى چۈشەنچىلەرنى تىجارەتنىڭ يېتەكچىسى، ئاساسى قىلىۋالدى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇيىنىڭ كونىراپ بازاردا شاللىنىپ قېلىش گىردابىدا ئىكەنلىكىنى، باشقا تۈردىكى ئېسىل مىنېرال سۇ ۋە ئىچىملىكلەرنىڭ بازارنى قاپلاپ كەتكەنلىكىنى نەزەرگە ئالمىدى. بىز بولساق 10 نەچچە يىل يەرلىك سودا، ئىچكى سودا - تىجارەت بىلەن شۇغۇللانغان، بازارنى ناھايىتى ئەستايىدىل تەكشۈرۈپ سىلىشتۇرۇش، ئەمەلىيەت جەريانىدا تەدبىقلاش، ئىسپاتلاش ئارقىلىق تىجارەت قىلىش يولىغا قەدەم قويغان. مەسىلەن، ئەينى چاغدا بىز شىركەتكە 600 تونىنا مىنېرال سۇ سېتىش توغرىسىدا ۋەدە قىلغان. يىل ئاخىرىدا كۆردۇقكى، بۇ سان ئاران - ئاران ئىشقا ئاشقان. شىركەتنىڭ ئېھتىماللىق توغرىسىدىكى دوكلاتىدا بىز بۇ ئىشلارنى بىر - بىرلەپ ئوتتۇرىغا قويۇپ ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزدۇق. مانا بۇلار بىزنىڭ سودىنى بىلىدىغان - بىلمەيدىغانلىقىمىزنى، تىجارەت قىلىش - قىلماسلىقىمىزنى ئىسپاتلاپ بەردى. تىجارەت قىلىش جەريانىدىكى ئاكتىپ، جانلىق تەدبىرلىرىمىزمۇ مىنېرال سۇ سودىسىنى ھەقىقىي يوسۇندا ئېلىپ بارالايدىغانلىقىمىزنى ئىسپاتلاپ بەردى. شۇڭا، بىز تىرىشىپ ئىشلەپ، توختامنى ئىجرا قىلىش، ۋەزىپىنى ئورۇنلاش، پايدا ئېلىشنى قولغا كەلتۈرۈپ، زىيان تارتىشنى تەدرىجىي ئۆزگەرتىشنى ئوتتۇرىغا قويدۇق. تىجارەتنى جانلاندۇرۇش تەدبىرلىرى، پىلانلىرى ئۈستىدە ئىزدەندۇق. بۇ ئىشتا بىزنىڭ نىيىتىمىز دۇرۇس، قىلغان ئىشىمىز لىللا بولدى. بىزدىكى يېتەكچى ئىدىيەنىڭ نەتىجىسى بىزنى ناھايىتى چوڭ زىيان پاتقاقلىرىدىن ساقلاپ قالدى. مۇبادا نىيەت يامان، يېتەكچى ئىدىيە خاتا بولغان بولسا، ئۆزىمىزمۇ ئويلىغان ۋە ئويلىمىغان

يەردىن ئېغىر تىجارەت پالاكەتچىلىكىگە ئۇچراپ، پۈشايمان بىلەن تولدۇرۇۋالغىلى بولمايدىغان ئازابقا قالاتتۇق. ھالال تەر بىلەن ھاسىل بولغان نەرسە ھامان ئالتۇندەك پارقىرايدۇ. كىمكى نىيەتنى يامان قىلسا، ئۇنىڭ ئېرىشىدىغىنى پۈشايمان بولىدۇ. پاكىت ھېچ يەرگە كەتمەيدۇ. ئادەملىك سالاھىيەت، ۋىجدانى تۈيغۇ، دۇرۇس نىيەت بىلەن ئېلىپ بارغان تىجارىتىمىز ئارقىلىق كەسكىن رىقابەت جەريانىدا بىز ئۇتۇپ چىقتۇق، دېسەك ئارتۇق كەتمەيدۇ.

* * *

يېغىنچاقلىساق، ئۇلاردىكى يېتەكچى ئىدىيە توغرا بولمىدى. تىجارەت ئېڭى رېئاللىققا ماس كەلمىدى. ئەسلىدە بۇ تىجارەتتە كەڭ ئومۇميلىقنى نەزەرگە ئېلىپ، تىجارەتنى كىم قىلسۇن، ياخشى قىلىش، كىم ئۇتۇقلۇق ئىش قىلسا شۇ قىلىشى زۆرۈر ئىدى. ئۇلارنىڭ تىجارەت ئېڭىدا كىم بولسا، پايدا ئالسا، پايدا يەتكۈزسە بولىدۇ، دەيدىغان ئۇقۇم؛ يېتەكچى ئىدىيەسىدە كىم ئىقتىدارلىق بولسا، شۇ تەرەققىي قىلدۇرسا بولىدۇ، دېگەن ئۇقۇم بولۇشى زۆرۈر ئىدى. چۈنكى تىجارەتتە ماددا ئەلا، يېتەكچى ئىدىيە ئەلا، ئەمەلىيەت ئەلا.

2000 - يىلى 10 - ئاي

خاتىمە

دۇنيادىكى ھەر قانداق ئىش، ھەر قانداق نەرسە قانۇنىيەتلىك بولىدۇ. ئاشۇ قانۇنىيەت ئىش - ھەربىرىنىڭ تەرتىپىنى بەلگىلەيدۇ. يەنى قانداق قىلىش زۆرۈرىيىتى ئارقىلىق نەتىجىسىنى خۇلاسىلەپ، تەقدىرىنى بېكىتىپ، چىقىش يولىنى ئېچىپ بېرىدۇ. بۇ كۆپ ھاللاردا بىزگە دەمال كۆرۈنۈپ كەتمەيدۇ. ئەگەر بىز بۇنىڭغا پىسەنت قىلماي، زورۇقساق ئالدىنىپ قالىمىز، ئۇ بىزنى بىراقلا ئوڭدا قويىدۇ؛ قىزىققانلىق ۋە پاراسەتسىزلىك قىلساق، بىزگە نېسىپ بولىدىغىنى بىچارىلىك. پۇشايمان ۋە ئازاب بولىدۇ؛ مۇبادا بىز قانۇنىيەتكە ھۆرمەت قىلساق، ئالدىرىماساق، كۆزى ئاچلىق بىلەن بىر تەرەپلىمىلىك قىلمىساق، ئۇ ھالدا تەدبىرچانلىقىمىز، سەۋرچانلىقىمىز، سەمىمىيلىكىمىز بىلەن ئېرىشىدىغان ياخشى نەتىجىلىرىمىز ھەقىقىي كۆپ، ئۇزاق مۇددەتلىك، پاكىز بولىدۇ. بۇ بىزگە ۋە باشقىلارغا بەخت ئېلىپ كېلىدۇ. شۇ چاغدا شۇ ئىشنى قىلغۇچىلارنىڭ ھاياتىغا مەنىلەر قوشۇلىدۇ، ئىش - ھەربىرىتلىرى قەدىرلىك بولىدۇ.

تىجارەت مۇرەككەپ ئىجتىمائىي، ئىقتىسادىي ھادىسىلەرگە باغلىق بولىدۇ. ئۇنىڭ قانۇنىيەتلىرى بەكمۇ روشەن، جانلىق بولىدۇ. ئۇنى ھېسسىيات بىلەن ئەمەس، ئەمەلىي ئۇقۇم، جانلىق يېتەكچى ئىدىيە، ئەمەلىي ئەقىل - پاراسەت، تەجرىبە بىلەن ۋايىغا يەتكۈزگىلى بولىدۇ. نۇرغۇن تىجارەتتە شانلىق ئۇتۇقلارنى يارىتقىلى بولىدۇ. نېمە ئۈچۈن؟ بۇنىڭدىكى ئەڭ مۇھىم ئامىل يەنىلا زور كۆپ سانلىق كىشىلەرگە مەنپەئەت يەتكۈزگەنلىكتە

بولىدۇ. تىجارەتتە ئالدى بىلەن ئاشۇ زور كۆپ سانلىق كىشىلەرگە پايدا يەتكۈزۈش بىلەن قانائەت ھاسىل قىلىش، ئاندىن ئۆزىگە پايدا تېپىشنىڭ يولىنى ئېچىش كېرەك. يەھۇدىيلار نېمە ئۈچۈن دۇنيادىكى بارلىق تىجارەتنىڭ بېشىغا پاسىبان بولالايدۇ؟ ئۇلاردا ئەقىل - پاراسەت بولغاندىن باشقا، تىجارەتتە ئالدى بىلەن باشقىلارنىڭ مەنپەئەتىنىمۇ ئالدىنقى ئورۇنغا قويۇپ ئويلىغانلىقىدا. ئۇلار تار، بېكىنمە تىجارەت دائىرىسىنى بۈزۈپ تاشلاپ، ئومۇمىيلىقنى چىقىش قىلغان مونوپوللۇقنى ئىشقا ئاشۇرۇپ، تىجارەتنىڭ مىللەت، دۆلەت چېگراسىنى بۈزۈپ تاشلاپ، قىممەت تولۇقلاش تېپىدىكى مۇلازىمەتنى زور كۆچ بىلەن ئەۋج ئالدۇرغان. بۇنداق مونوپوللۇق بىزنىڭ قولىمىزدىن نېمە ئۈچۈن كەلمەيدۇ؟ بۇنىڭغا ئۆزۈڭلار جاۋاب ئىزدەپ بېقىڭلار.

ئەمدىكى گەپ بىزنىڭ تىجارەتنى قانداق قىلىشىمىزدا، ئالدىمىزغا قارىساق، يورۇق يول بار، ئارقىمىزغا قارىساق، تولىمۇ ئەپسۇسلىنىمىز. ئەگەر بىز يۇقىرى سەۋىيەدىكى باشقۇرۇشنى، يۇقىرى سەۋىيەدىكى كۆچلۈك ھەمكارلىقنى ئىشقا ئاشۇرالىساق، كۆچلۈك تەتقىقات ئارقىلىق باشقىلارنىڭ ئالدىغا چىقالىساق، كەڭ ئومۇمىيلىقنى ئۆزىمىزگە مىزان قىلىپ، باشقىلارغا مەنپەئەت يەتكۈزەلىسەك، ئۇ ھالدا دۇنيادىكى ئىلغارلار قىلىۋاتقان ئىشلارنىڭ بىزدىن ئايلانماي ھەددى ئەمەس. تىجارەت شۇ چاغدا بەخت قۇچقىنىنى ئاچىدۇ، قېنى سىز بۇ جەھەتتە ئۆزىڭىزنى سىناپ بېقىڭ، سىزگە تىلەكداشمىز.

策　　划：伊布拉音·色满
组　　稿：阿不都许库尔·伊敏，艾布力·艾山汗
责任编辑：吐尔逊·玉苏甫
责任校对：努丽曼·卡地尔
封面设计：海米旦·塞达力木

致富丛书

经营机遇不可失（维吾尔文）

阿布来提·局马土谱热克　编著

新疆科学技术出版社出版发行
（乌鲁木齐市延安路255号　邮政编码：830049）
新疆新华书店经销　乌鲁木齐隆益达印务有限公司印刷
880mm×1230mm　32开本　4.125印张
2012年5月第1版　2012年5月第1次印刷

ISBN 978-7-5466-1210-2　（民文）定价：13.00元

مۇقاۋىسىنى لايىھەلىگۈچى: ئىسمەت ئىسلام

بېيىشقا يېتەكلەش مەجمۇئەسى

- ساغلام تاپاۋەت ، بېرەر ھدايەت
- پۇل ھەققىدە ئاچچىق - چۈچۈك ھېكايىلەر
- پۇل تېپىشنىڭ ساغلام يولى
- پۇلغا يانداشقان بايانلار
- تېجەپ پۇل تېپىش
- ئۆزىڭىزگە قويمىچىلىق قىلىشتىن ساقلىنىڭ
- قەرز پۇلدىن پۇل تېپىش (1- ، 2 - قىسىم)
- بايلىق داستىخىنى ـ مۇلازىمەت
- سودا پۇرستىنى قەدىرلەڭ
- پۇل تېپىشقا يانداشقان خىرىس

ISBN 978-7-5466-1210-2
9 787546 612102 >
定价：13.00元