

بیشقا یبتہ کلہش مہ جمو قہ سی

تابلہت جومہ توپراق

# سودا پورستہ قہ دسرلک



شہناش پین تیخنکما نیشریاتی



بېيشقا يېتەكلەش مەجمۇئەسى

ئابلەت جۇمە تۇپراق

# سودا پۇرسىتى قەدىرلىك



شىنجاڭ پەن تېخنىكا 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: نورمان قادىر  
مۇقاۋىسىنى لايىھەلىگۈچى: خەمىدە سەئىدئالم

بېيىشقا يېتەكلەش مەجمۇئەسى

سودا پۇرسىتىنى قەدىرلەڭ

\* \* \*

شىنجاڭ پەن - تېخنىكا نەشرىياتى نەشر قىلىپ تارقاتتى  
(ئۈرۈمچى شەھىرى يەنئەن يولى №255 پوچتا نومۇرى: 830049)

شىنجاڭ شىنخۇا كىتابخانىسىدا سېتىلىدۇ

ئۈرۈمچى لۇڭيىدا باسما چەكلىك شىركىتىدە بېسىلدى

فورماتى: 880mm×1230mm 1/32 باسما تاۋىقى: 4.125

2012 - يىلى 5 - ئاي 1 - نەشرى

2012 - يىلى 5 - ئاي 1 - بېسىلىشى

ISBN 978 - 7 - 5466 - 1210 - 2

باھاسى: 13.00 يۈەن



ئابلەت جۈمە تۇپراق 1963 - يىلى 4 - ئايدا يوپۇغا ناھىيەسى تېرىم يېزىسىنىڭ كۆتەڭلىك كەنتىدە تۇغۇلغان، مارالبېشى ناھىيەسىنىڭ سېرىقئۆيۈيا 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 17 پارچە 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

ھاياتنى 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 زاماندىكى ئىقتىساد ۋە پەن - تېخنىكىنىڭ ئۇچقاندەك تەرەققىي قىلىشى، رىقابەتنىڭ كەسكىنلىشىشى بىزدىن ئەنئەنىۋى ئىقتىساد ئېڭىمىزنى، قىممەت قارىشىمىزنى ئۆزگەرتىشىمىزنى، زامانغا لايىق بىلىم - ساپانى ھازىرلىشىشىمىزنى، ئۇچرىغان 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 بولىدىغانلارنىڭ بېيىشىغا كاپالەتلىك قىلمايدۇ. پەقەت تىرىشقان، ئىزدەنگەنلەرگە مەنسۇپ بولىدۇ. ئىقتىساد ئىجتىمائىي تۇرمۇشنىڭ ھەرقايسى ساھەلىرىگە بىۋاسىتە ۋە كۈچلۈك تەسىر كۆرسىتىۋاتقان بۈگۈنكى كۈندە، بېيىش ئىستىكىدە بولغان ئوقۇرمەنلىرىمىزنىڭ ھۇزۇرىغا «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 باشلامچى بولۇشنى ئۈمىد قىلىمىز.

شىنجاڭ پەن - تېخنىكا نەشرىياتى

## مۇندەرىجە

1	مۇقەددىمە
	ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مېنىپرال سۈنى سېتىپ چىقىرىشتىكى
4	تۇنجى ھاسىلات
25	سېتىپ چىقىرىشتىكى خەتەر ۋە زىيان
32	ۋاقىتلىق نېسى سېتىپ، بازار يېتىلدۈرۈش كېرەك
	كۆپ قاتلاملىق مەھسۇلات سېتىش بازىرىنى پائال يېتىلدۈرۈپ،
39	ماركىنىڭ بازارنى قاپلاش ئىقتىدارىنى ئاشۇرۇش كېرەك
52	خىرىس قىلغۇچىلاردىكى پەرق نەدە؟
61	رىقابەتچىمىز بىزگە نېمىلەرنى ئۆگەتتى
68	تەرەققىيات كىمگە مەنسۇپ
73	دېرىكتورلارنى بازار ئېچىشقا يۈزلەندۈرۈش كېرەك
	قاتمالمىق، دورامچىلىقتىن قۇتۇلۇپ، تەتقىقاتنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش
81	ئارقىلىق سۈپەتلىك مەھسۇلات يارىتىش كېرەك
86	ھېسسىي سودىنىڭ مەغلۇبىيىتى
93	تىجارەتتىكى ئۈنۈقسىز چېكىنىش
100	تىجارەت ئېڭى ۋە يېتەكچى ئىدىيە
125	خاتىمە

## مۇقەددىمە

«پامىر» ماركىلىق مىنىرال سۇ قەشقەر، پۈتكۈل ئاپتونوم رايونىمىز ۋە دۆلەت ئىچىدىلا ئەمەس، نۆۋەتتە پۈتۈن 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 سۈپەتلىك تەسىر كۆرسىتىشى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك. ھالبۇكى، بىز ئۆتكەن بىر مەزگىل ئىچىدە بۇ زەمزم سۈيىمىزنىڭ 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 سۈنى ساتقۇچىلاردا يۈز بەرگەن ھەددىدىن زىيادە ھېسسىياتقا بېرىلىپ كېتىش خاھىشى تالاش - تارتىشنى كۆپەيتىپ، خىرىس پەيدا قىلىپ، مەغلۇبىيەتنى ئۆزىنىڭ ئاخىرقى نەتىجىسى قىلدى. بۇنى تولۇق بايان قىلىدىغان بولساق، شۇ يىللاردا بۇ سۇنىڭ سېتىش ھوقوقىنى قولغا ئالغانلار بىر قىسىم كىشىلەردىكى بىر تەرەپلىمە قاراش، خاتا پىكىر قىلىش قاتارلىقلار خاتا پىلان



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

ھەر بىر ئادەمنىڭ ئېسىدە بولسۇنكى، كىم نېمىنىڭ قەدىرىگە يەتسە، كۈچلۈك ئەقىدە قىلسا ۋە ئۇنى ۋايىغا يەتكۈزۈشنىڭ يولىنى ئاچالسا، ئېنىقكى، ئۇ شۇنىڭ ۋەسلىگە يېتەلەيدۇ. بۈگۈنكى كۈندە ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مىنىرال سۇنى ئاشۇ يىللاردىكىدەك يۈگۈرۈپ 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» ماركىلىق مىنىرال سۇنىڭ خاسىيىتى ۋە بۈيۈك قىممىتى! دېمەك، بۇنىڭغا ئۆتكەن ئىشلار بىلەن بۈگۈنكى ئىشلار ناھايىتى ياخشى سېلىشتۇرما. بۇ كىتابتا مۇشۇ بىر مەھسۇلاتنىڭ ئومۇمىي ئەھۋالى بايان قىلىنىپ،

كارخانچىلىرىمىز، پۈتكۈل جەمئىيەتكە رىقابەت ئىچىدە تەرەققىي قىلىش، يول تېپىش، مەھسۇلاتنى قەدىرلەش، ئەقىدە بىلەن ئەقىل - پاراسەتنى تەڭ جارى قىلدۇرۇش، مەھسۇلات سېتىشتا قانداق مۇلازىمەت قىلىش ھەققىدىكى ئۈنۈملۈك، راۋان يولنى تونۇشتۇرۇپ، ئالتۇن ئاچقۇچقا ئېرىشىش پۇرسىتى يارىتىپ بېرىدۇ.

## ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مېنېرال 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 بۈگۈنكى بازار بىلەن ئەتىكى بازار، ئەتىكى بازار بىلەن كېيىنكى بازار ماھىيەتتىن ئوخشاش بولسىمۇ، ئىجتىمائىي قۇرۇلما، ئىستېمال تەرتىپى جەھەتتىن ئوخشاش بولمايدۇ.

ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مېنېرال 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 ئۈمىدلىك، ھەم خىرىسلىق، ھەم خەتەرلىك، ھەم خۇشلۇق بىلەن تولغانىدى.

ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيى 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 ئادەممۇ «پامىر» نىڭ بازاردىكى بىنورماللىقىدىن خالىي بولمايتتى. 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 تۇيغۇنىڭ ھەقىقەتەن قىزىقىشتىن كېلىپ چىققان قاراش ئىكەنلىكىنى ھېس قىلىپ چۆچۈمەي قالمايتتى.

1. بازار بىزگە نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگەتتى ۋە ئۆزىنى بىزگە تونۇتتى

ئاساسىي گەپكە كەلسەك، ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مېنېرال 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،  $\times\times$  سىستېمىسى ئىشلەپچىقىرىپ ساتقان ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» ماركىلىق سۇ ھەممىلا يەردە يامراپ، ئۈكىشىلەرنىڭ نەزىرىدە ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مېنېرال سۇ شۇ دېگەن تۇيغۇ بىلەن ئومۇملاشقان. كىشىلەر ئەسلىدىكى «پامىر» نى يېڭىلاپ ئىشلەپتۇ دېگەن تۇيغۇغا كېلىپ قالغانىدى. چۈنكى ئۇلار «پامىر» ماركىسىنى ناھايىتى ئۈستىلىق بىلەن قوللىنىپ، ماركا، قۇتىلارنى ناھايىتى سېتىلىق بىلەن ئوخشاش قىلىپ ياسىغان؛ ئىككى خىل «پامىر» نىڭ قاچىلاش جەھەتتىكى تېخنىكىسى ۋە ئوراش قاچىلىنىشى ئوخشاش بولۇپ، ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ ئىناۋىتىنى ئۈستىلىق 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 قىلالمىغاندى. 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» مىنىرال سۈيىمىز بىرنەچچە يىل داۋامىدا 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 پۇرسەت، ئىمكانىيەت يارىتىپ بەرگەن. كىشىلەر مۇنداق قارىغان: باھاسى يۇقىرى ياكى بىر قەدەر تۆۋەن بولسىمۇ، ئۇ بەزى «پامىر» غۇ؟ بۇ خىل چۈشەنچە ئەسلىدىكى پامىرنى يېڭى نۇسخىدىكى «پامىر» دەپ قارىغان. بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۈيىنىڭ بازىرىنى يوققا چىقارغان. بىز بۇ خىل ئەھۋالغا قارىتا نۆۋەتتە بازاردا كەڭ ئومۇملاشقان «ۋاخاخا» 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

يۈزلەندۈرۈشتەك 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، ئىناۋىتى چۈشۈپ كەتمەيدۇ. ئەگەر باھانى يۇقىرى كۆتۈرۈپ، ئىككىنچى بىر خىل پامىرغا ئوخشاش باھانى كۆپ قېتىم تۆۋەنلەتسەك، مەھسۇلات كاساتلىشاتتى، ئىناۋىتى تۆكۈلەتتى. بىزنىڭ تۆۋەن باھادا سېتىپ چىقىرىشىمىزنىڭ روشەن ئۇقۇمى شۇ بولدىكى، ھەر بىر مەھسۇلاتىمىز داۋالغۇش ئىچىدە بازارغا يۈزلەندى. بىر خىل مۇقىم باھادا سېتىپ چىقىرىشىمىز، كىشىلەرنىڭ نەزىرىدىكى گۇمانىي قاراشلارنى بارا - بارا يوققا چىقاردى. بولۇپمۇ تىجارەتچىلەر تىجارەت ئۇسۇلىمىزنى قوللىدى. بىرى، باھا مەسىلىسىدە ئالدىنقى يىللاردا تۈرلۈك 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. بىر قانچە 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 شەكىللەندۈردى. ئەمما شۇ بىر خىل باھا ئاي ئاخىرىدىمۇ شۇ پېتى داۋاملاشقانلىقتىن، ساتقۇچىلارنىڭ تەلەي سىناشلىرى پەسىيىپ، كۆپرەك سېتىۋېلىپ ئىستېمال ئېھتىياجى قايتىدىن جانلىنىشقا باشلىدى. بۇ بىر ياخشى يۈزلىنىش بولدى. دېمەك بۇ بىر ئۇتۇق.

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

ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» نى كىشىلەر دەرھال پەرق  
قىلالماي ئەسلىدىكى «پامىر» دەپ چۈشەندى. يۇقىرىدا دەپ  
ئۆتكەندەك، «پامىر» دېگەن ماركىسى ئورنىغا پەقەت «پامىر»  
يول» دېگەن خەتلا كىرگۈزۈلگەن، مەھسۇلاتنىڭ قالغان جايلىرى  
ھەتتا يەشىك، رەڭ، خەت - چېكىتكە قەدەر ئوخشاش  
ئىشلەپچىقىرىلغان؛ ئىككىنچى، ئۇنىڭ ئادىرىسىغا ئوخشاشلا  
«پامىر مېنېرال سۇ زاۋۇتى» ئىشلەپچىقاردى دەپ تولۇق يازغان.  
مانا بۇنىڭ بىلەن ئالدىنقى يىللاردا كەڭ ئومۇملاشقان ئىككىنچى  
بىر خىل «پامىر» نى كىشىلەر دەرھال تونىيالمىغان. شۇڭا  
«سۈيى پامىر بۇلىقىنىڭ، ماركىسى ئۆزىگە خاس يېڭى بولغان»  
دېگەن چۈشەنچە ئومۇملاشقان. سۈپەت، كۆركەملىك جەھەتتە،  
بولۇپمۇ ئوراش - قاچىلاش جەھەتتە ئۇنىڭ سۈپىتى 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، شەخسىيەلەر چىقىرىدۇ، دەپ داۋراڭ سالدى.  
ھازىرقى زامان كىشىلىرى ئۇچۇرغا سەزگۈر بولغاچقا، ئۇلارنىڭ  
تەشۋىقاتىغا ئاسانلا ئىشەندى. بۇنىڭدىكى بىردىنبىر سەۋەب:  
ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ ئوراش، قاچىلاش سۈپىتىنىڭ بىرقەدەر  
ناچار بولغانلىقىدا ئىدى. نۇرغۇن ئىستېمالچىلار ئوراش -  
قاچىلاشتىكى يېتەرسىزلىكىمىزنى ئالاھىدە سېلىشتۇرما  
سۈپىتىدە ئوتتۇرىغا قويۇپ، شەخسىيەلەرنىڭ چىقارغانلىقى راست  
ئىكەن دېگەن يەكۈننى چىقاردى. قەشقەردىكى ئىستېمالچىلارنىڭ  
نەزىرىدە ھۆكۈمەت مەھسۇلات چىقارسا ھەقىقىي، شەخسىيەلەر  
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 بىزنىڭ سابىق زاۋۇت ئىشلەپچىقارغان بىر مۇنچە سۇ (ۋاقتى ئۆتمىگەن) بازارغا كىرىپ، بىز قويغان باھانى تېخىمۇ گۇمانلىق قىلىپ قويدى. ھەتتا، ئايرىم كىشىلەر بىر يەشەك «پامىر» مېنېرال سۈيىنى 18 يۈەنگە ساتمەن، دېدى. بۇنىڭدىن باشقا، ئايرىم جايلاردا غايىپ تەشۋىقات خادىملىرى «پامىر» مېنېرال سۈيىنى 17 يۈەندىن ساتمەن دېدى. شۇ سەۋەبتىن نېسى تارقىتىلىپ بولغان بىر مۇنچە مېنېرال سۈيىمىز قايتۇرۇپ بېرىلدى. كېيىن «يىراق يول» سۇ زاۋۇتى كېسەللىكلەرنىڭ ئالدىنى ئېلىش تارماقلىرىغا ئەرر قىلىپ، ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتىمىزغا پېچەت سالدۇردى. بۇ بىزنىڭ سۇغا قارىتا كىشىلەرنىڭ لايىقەتسىز سۇ دېگەن ئىغۋالارنى تېخىمۇ كۆپلەپ تارقىتىشىغا سەۋەب بولدى. بىز نۇرغۇن دەرت، ئازاب چەكسەكمۇ روھىمىزنى چۈشۈرمەي ئىرادىمىزنى بوشاشتۇرماي، بېكىتكەن نىشانىمىزدا مەھكەم تۇردۇق. ئاخىردا يۇقىرىدىكى ئۇتۇقنى بىر ئاي، ھەتتا ئىككى ئاي بالدۇر قولغا كەلتۈردۇق.

### 3. تەشۋىقات ئىشلىرىدا بوغۇلۇپ قالدۇق

يۇقىرىقىدەك ئەھۋال ئاستىدا بىز دەرھال تەشۋىقات ئېلىپ بېرىپ، جەمئىيەتكە چۈشەنچە بېرىپ، جامائەت پىكىرىنى يېتەكلىگەن بولساق، نەتىجىلىرىمىز بالدۇرلا كۆرۈلۈشكە باشلايتتى. شىركەت ئۆزى باش بولۇپ مەبلەغ سېلىپ قىلىشقا تېگىشلىك بۇ ئىشقا بىز كۆپ قېتىم تەكلىپ بەرگەن بولساقمۇ چەكلەپ قويۇلدى. ئۇلار بۇ ئىشنى ياكى ئۆزى قىلمىدى، ياكى بىزنىڭ قىلىشىمىزغا يول قويمىدى. راستىنى دېگەندە ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنى ئىچىپ كۆرگەن، ئادەتلەنگەنلەر چۈشەنسىمۇ، ئىچمىلىك يۈزلىنىشىدىكى



ئىستېمالچىلار توپى بولغان ياشلار ئانچە بىلىپ كەتمەيتتى .  
بۈگۈنكىدەك ئۇچۇر دەۋرىدە ئادەملەر ھەر كۈنى تۈمەنلىگەن  
ئۇچۇرلارنى قوبۇل قىلىشىمۇ، يەنىلا ئۇچۇرغا قانمايدۇ. ئەسلىدىكى  
«پامىر» مېنىرال سۈيىمىزنىڭ 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، سۈپەت جەھەتتىكى  
نۇقسانلارمۇ ئۇنچىلا كۆزگە چېلىقىپ كەتمەسلىكى مۇمكىن  
ئىدى.

#### 4. سۈپەتتىكى نۇقسان بازار ئېچىشىمىزغا، ئۆزىمىزنى

كۆرسىتىپ قويۇشىمىزغا زەربە بولدى

ئىككى زاۋۇت ئارىسىدىكى رىقابەت جەريانىدا پەيدا بولغان  
ئازارلىق بىزگە توقۇلغان ئۆسەكلەرنى ئاۋۋۇتتى. بۇنىڭغا دەستەك  
بولغىنى يەنىلا مەھسۇلاتىمىزنىڭ كۆرۈنۈش جەھەتتىكى نۇقسانى  
ئىدى، مەھسۇلاتنىڭ يەشىكى راستتىنلا كۆرۈمىسىز، 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 سۈپىتى ئەڭ ناچىرى بىزنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر»  
ماركىلىق مېنىرال سۇ مەھسۇلاتىمىز ئىدى. ئالدىنقى ئايلاردا  
ئىشلەنگەن سۇنىڭ ماركىسى بوتۇلكىنىڭ يان تەرىپىگە ياكى  
بوتۇلكا ئۆتتۈرىسىغا سۈرۈلۈپ قالىدىغان بولۇپ قالدى. بەزىدە  
بوتۇلكا ئېغىزى ياخشى قاپلانمىغان بولۇپ، ئايرىم بوتۇلكىلار  
پۇچۇق بويۇن بولۇپ قالغان. مېجىلىپ كەتكەن، بەزى  
بوتۇلكىلارغا ماركا قاتتىق قىسىپ چاپلىنىپ، قىيپاش، قىرلىق

بولۇپ قالغان. ھەتتا توشۇش، يۆتكەش جەريانىدا پۇرۇشۇپ سۈرۈلۈپ 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، قوسۇرچىلارغا دەستەك بولۇپ بەردى.

5. رەسمىيەتلەرنىڭ ۋاقتىدا ھەل بولماسلىق ئىشىمۇ نۇرغۇن تالاپەتنى كەلتۈردى

ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇت بىزنىڭ زاۋۇتقا كېسەللىكلەرنىڭ ئالدىنى ئېلىش تارمىقىنىڭ پېچىتىنى سالغاندىن كېيىن، لايىقەتلىك كىنىشكىسىنى ئىككى يىل تەكشۈرمىگەن دېگەن باھانە بىلەن زاۋۇتنى ئىشلەپچىقىرىشتىن توختاتتى. ئۇلار 4 - ئاينىڭ 25 - كۈنىدىن 5 - ئاينىڭ 16 - كۈنىگىچە مال سېتىپ چىقىرىشىمىزغا توساق قوردى. ئۆسەكچىلەرنىڭ گەپلىرى يەنە بىر قېتىم ئىسپاتلاندى. بۇ مەزگىلدە مەھسۇلاتلىرىمىزنى كىشىلەر سېتىۋالاي دېمىدى، بىز تەرەپ - تەرەپكە مەھسۇلات ئاپاردۇق، ھەتتاكى ئىشىك ئالدىغا قەدەر ئايرىپ، 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 لايىقەتلىك، رەسمىيىتى بار مەھسۇلاتنى سېتىۋالغۇچى دەيدىغان قاراشنى پەيدا قىلدى. بۇنداق كۆپ تەرەپلىمە ئاۋارچىلىكلەر سودىمىزغا ئاز بولمىغان زەربىلەرنى ئېلىپ كەلدى. يىل بېشىدا سودا ئېغىزىنى چوڭ ئېچىپ، بازار ئىگىلىمىز دېگەن پىلانلىرىمىز ئاز بولمىغان قىيىنچىلىقلارغا ئۇچرىدى.

ئەمما بىزمۇ بوش كەلمدۇق، پۈتۈن زېھنىمىز بىلەن سۈيىمىزنى كىشىلەرگە ھەر جاي، ھەر يەردە تونۇشتۇرۇپ تۇردۇق.

## 6. ئايرىم كىشىلەرنى «پامىر» ماركىلىق مېنىرال

سۇدىن بەھرىمەن قىلىش زۆرۈر ئىدى

سودا قىلىشتىكى مەقسەت پايدا يارىتىش، پايدا يارىتىش ئۈچۈن ھامان بەدەل تۆلەشكە، ئايرىم نەرسە ۋە ئايرىم ئىمتىيازىلاردىن ۋاز كېچىشكە توغرا كېلىدۇ. قەدىمدىن بۇيان، كىشىلەر مەھسۇلاتقا قارىتا ئېستېمال يولىنى ئېچىشتا، شۇ مەھسۇلاتنى ئايرىم كىشىلەرنىڭ ئىستېمال قىلىپ بېقىشىغا سۈنۈپ 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 - سېتىق قانۇنىيىتى، ماھىيىتىگە ماس كېلىدۇ - يوق؟ بۇنىڭغا بىر نېمە دېمەك تەس. ئەمما، ھازىرقى زامان ئىستېمال ئالاھىدىلىكى، مەھسۇلاتنىڭ ئىستېمالغا كىرىشى ئاشۇ خىل ھەرىكەتنى كۆپ ھاللاردا يېتەكچى قىلىدۇ. بولۇپمۇ كۆپ سانلىق ئىچىملىكلەرنىڭ ئىستېمالى ئاشۇ خىل ھەرىكەت ئاستىدا مەيدانغا كېلىدىغان بولۇپ قالدى. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنىرال سۈيىنىڭ بۇ خىل ئىستېمالغا قاتنىشىشى زادى قايسى دەرىجىدە؟ ئېنىق مەلۇمات يوق. بىر نەرسە ئايدان بولدىكى، ئالدىنقى يىللاردا نۇرغۇن ئىدارە - ئورگانلاردا

ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيى ھەقسىز ئىستېمال قىلىنغان، بۇنداق ھالەت مەھسۇلاتنى سېتىش جەريانىدا خۇشامەتچىلىك قىلىشتىن شەكىللىنىپ قالغان. بۇ ئېنىقلا باشقىچە زىددىيەت پەيدا قىلىدۇ. ھەتتاكى ئومۇميۈزلۈك يامان تەسىرنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. بۇ يىل ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىمىز 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 كۆردۈق. 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 ئويلىغان 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 ئويىپكىتنى ياخشى تاللىيالمىدى. ھېلىقى ئورگاندىكى كىشىلەر بىكارغا بېرىلگەن سۇلارنى ئۆزى ئىستېمال قىلماي سۇ ساتىدىغان تىجارەتچىلەرگە

ئەرزان باھادا سېتىپ پۇل ئۈندۈرۈۋالدى. بۇ خىل تەتۈر 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 ئۈنۈمى ئالاھىدە ياخشى بولىدۇ. بۇ ئالاھىدە دىققەت قىلىشقا تېگىشلىك مۇھىم نۇقتا. نامىغا، كۆرۈنۈشىگە قاراپ بۇ خىل ھەرىكەتنى قوللىنىش بىھۆدە ئىش بولۇپ قالىدۇ. بىزمۇ، شىركەتمۇ بۇ ئىشقا سەل قارىماسلىقىمىز كېرەك. بۇ ئىش سەل كېچىككەن بولسىمۇ ئالدىمىزدىكى بىر مەزگىل ئىچىدە شىركەت كۆپرەك مەبلەغ ئاجرىتىپ، بۇ ئىشتىكى يولنى ئېچىپ بېرىشى كېرەك.

## 7. مەمۇرىي ۋاسىتىنىڭ ھەيدەكچىلىكىدە ناھايىتى چوڭ

بوشلۇق بار ئىدى

مەمۇرىي ۋاسىتە يەرلىك مەھسۇلاتنىڭ بازارغا كىرىشىدىكى ھەيدەكچى بولۇش رولىنى ئوينايدۇ. تۈرلۈك مەمۇرىي ۋاسىتىلەر ياخشى، مۇۋاپىق يولغا قويۇلسا، شۇ خىل مەھسۇلاتنىڭ بازار ئىستىقبالى ئۈچۈن يېشىل چىراغ يېقىلغان بولىدۇ. ئەسلىدىكى

«پامىر» مېنېرال سۈيىمىزگە نىسبەتەن مەمۇرىي ۋاسىتە يوق دېيەرلىك بولدى. ئۇنىڭ بازار ئېچىشىغا قولايلىق يارىتىدىغان ئېتىبار بېرىش تەرتىپلىرى، رىغبەتلەندۈرۈش ئۇسۇللىرى يوق، بۇ ئىش شىركەت تەرىپىدىن ۋەدە سۈپىتىدە كەسكىن ئوتتۇرىغا قويۇلغان بولسىمۇ، ھازىرغىچە يول ئېچىپ بېرىلمىدى، بۇنى قانات يايىدۇرۇش تولىمۇ مۇھىم ئىدى.

8. ئاچچىق ساۋاق بىلەن خۇشاللىق تەڭ مەۋجۇت بولدى

پەيزاۋات ناھىيەسىدە ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مېنېرال سۈيى سېتىش پونكىتىنى قۇرغان بولساقمۇ، پونكىت مەسئۇلى 500 يەشىك مېنېرال سۈيىنىڭ سېتىلىشىغا ناھايىتى سۇس مۇئامىلە قىلدى. مەھسۇلاتنى زىيانغا ئۇچراتماقچى بولغانلىق خەۋىرىگە ئاساسەن دەرھال مەھسۇلاتنىڭ بىر قىسمىنى قايتۇرۇۋېلىپ، يەنە بىر قىسمىنىڭ پۇلىنى ئېلىپ خەتەرنى ئازايتتۇق. قەشقەر شەھىرىدىكى بىر داڭدار تىجارەتچى رەڭۋازلىق قىلىپ، 300 يەشىك مېنېرال سۈيى باشقىلارنىڭ قولى ئارقىلىق ئېلىپ بازارغا سالغاندا، دەرھال سېتىشىنى چەكلەپ، بازاردىكى باھا قالايمىغانچىلىقنىڭ ئالدىنى ئالدۇق. بۇ ئىككى ئىش بىزگە ئېغىر زەربە ھەم ساۋاق بولدى. ھازىرقى زامان ئىچمىلىكلىرىنىڭ ئىستېمالدىن كېيىن قولغا كېلىدىغان كىرىمى ئادەمنى ھامان ئاشۇ خىل ئاۋارچىلىككە سۆرەپ بارىدۇ. ئەمما، ئېھتىياتچان، جانلىق بولغاندا، بۇنىڭ ئايرىم زىيانلىرىدىن، خېيىم - 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 مېنېرال سۈيى تىجارىتىدە مەغلۇپ بولدىق دېسەكمۇ بولىدۇ. بۇنىڭدا نۇرغۇن ئامىللار مەۋجۇت بولۇپ، بىز ئۇزاق مۇددەت ئويلىنىپ، ناھىيەلەردىكى نۇقتىلارغا ئىشنىڭ

ھۆددىسىدىن چىقالايدىغان، مەھسۇلاتنى زىيانغا ئۇچراتسا تۆلىيەلەيدىغان كىشىلەرنى تاللىغاندۇق. مانا بۇ بىز ئالدى بىلەن ئويلىغان ئىش ئىدى، بۇ خىل ئادەملەرنى تاللىمىغاندا ھە دېگەندە خېيىم خەتەر، زىياندىن ساقلانغىلى بولمايتتى. ھالبۇكى، ئۇلاردا ئوخشىمىغان تىجارەت ئۈسۈلى مەۋجۇت ئىدى. ئاساسلىقى باھادا زىيادە ئېسىپ قويۇش گەۋدىلىك كۆرۈلدى. سەل يىراق نۇقتىدىن قارىغاندا، ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىرال سۈيىنىڭ بىرقانچە يىلدىن بۇيان ناھىيەلەردە سېتىلىش، تارقىلىش دائىرىسى تولىمۇ تار بولغان. سەۋەبى ئەينى چاغدا قەشقەر شەھىرىدە يۈرگۈزۈلگەن يۇقىرى باھا ناھىيەلەردىمۇ ئورتاق يۈرگۈزۈلگەن، ھەتتا يۆتكەش مۇلازىمىتى ھەقىقىي قوشۇلۇپ تاغاردىكى 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 قولىدىن قولغا ئۆتۈپ تەننەرخى ئۆرلەپ كەتكەن. ناھىيەلەرگە ئەۋەتىلگەن 63 توننا مەنپىرال سۇدىن بىر ئاي ئىچىدە ئاران 10 توننىسى سېتىلغان. بۇ بىزنىڭ تۈپتىن ئۆزگەرتىشىمىزگە باغلىق ئىش بولۇپ، كۆپلەپ كۈچ، مەبلەغ سەرپ قىلىپ، بۇ خىل ھالەتنى بىۋاسىتە سېتىشقا، تارقىتىشقا ئۆزگەرتىشىمىز زۆرۈر ئىدى. بىزنىڭ ناھايىتى زور كۈچىمىز مۇشۇ ئىشقا قارىتىلمىسا، مەھسۇلات سېتىشىنى تورلاشتۇرۇش، دائىرىسىنى ئۈزۈكسىز 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 ئىناۋىتى بار كىشىلەر، بىزنىڭ ئەينى چاغدا كۆزدە تۇتقان بىر يېرىمىز دەل مۇشۇنداق

ئادەملەر ئىدى. ئىچملىكنىڭ رايونىمىزدىكى تەرەققىيات نۇقتىسىدىن ئالغاندا، بىز بازارنى يېتەكچى قىلغان ھالدا ئورگانلارغا يۈرۈش قىلمىساق، ئىستېمال مىقدارىنى ئاشۇرالمىمىز، جەمئىيەت ئومۇمىي كەيپىياتىدىن، ئىچملىكنىڭ ئىستېمال مەنبەسىدىن قارىغاندا، مەھسۇلاتىمىز يۇقىرى قاتلام ئورگان خادىملىرىغا ماس كېلىدۇ. ئۇلاردا ھەر ھالدا پۇل بار، ئۇلار پۇلنىڭ بىر قىسمىنى چوقۇم ئىچملىككە سەرپ قىلماي قالمايدۇ. ئىچملىك ھامان ئۇلاردىن ھالقىپ كېتەلمەيدۇ، جەمئىيەتنىڭ ئاساسىي كۈچى بولغان دېھقانلىرىمىزدا ئىچملىك ئىستېمالى بەك تۆۋەن بولۇپ، مىنېرال سۇ ئىچملىكى 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 يەۋالىسىمۇ ئالغىلى بولىدۇ. ئەمما، ئۇلاردىن بەزىلىرى سودىدا تازا پىشىمىغان، 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 ئالماسلىقتەك بىر خىل پاسسىپ قىممەت ئۈسۈلىنى 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 تاز؛ (3) مۇلازىمەت باھاسى بەك يۇقىرى؛ (4) ئەسلىھەلىرى يېتەرسىز؛ (5) سېتىپ 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. سېتىش نۇقتىلىرى ۋە دۇكانلارغا باشقا مەھسۇلاتنى سالاھىيەت بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزنىڭ سېتىلىش مىقدارى، تارقىلىش دائىرىسىگە نۇقسان يېتىدۇ. ئۇلارنىڭ قارشىچە، مەھسۇلاتنى بىز تارقىتىدىغان، ئۇلار پۇلنى ئەمەلىيلەشتۈرىدىغان بىر خىل ئۇسۇلنى قوللانماق بولىدىكەن. بۇمۇ ئويلىنىپ كۆرسەك بولىدىغان ئىش، ئەمما بۇ ئىش قاچان جانلىق بولىدۇ، قانچىلىك ياخشى بولىدۇ، بۇنىڭغا بىر نېمە دېمەك تەس، ئۇلارغا بەك ئېغىر كېلىۋاتقنى دەل يەتكۈزۈپ بېرىش مۇلازىمىتى. بۇنىڭغا قارىتا بىز يېڭى ئۇسۇلنى تېپىپ چىقىمىساق بولمايدىغاندەك تۇرىدۇ. بىزنىڭ قارشىمىزچە، 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 ئىشەنچسىدە 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 قىلدى، مانا مۇشۇ بىر قاتار ئىشلار ئۇلاردا پۇلنى ئارقىغا سۆرەپ بېرىشتەك بىر خىل پاسسىپ روھىي ھالەتنى پەيدا قىلدى. بۇنى ھەل قىلىش ئۈچۈن داۋاملىق خىزمەت ئىشلەش، مۇھىمى بازارنى ئاكتىپ تەدبىر بىلەن ئېچىش كېرەك. بۇ جەرياندا 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. ئەمەلىيەت 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 ۋاقىتدا 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 كىلوگرام 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 ئاراملىق 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. يىل بېشىدا نۇرغۇن ئادەملەر قەشقەر شەھىرىنىڭ نەچچە يۈز توننا مېنېرال سۈيىنى مەن ساتمەن دەپ قىزىپ

كەتتى، بىز قىزغىن بولدۇق، ھەر ھالدا مۇشۇ سۈنى سېتىپ ياخشى ئىش قىلدۇق دەپ ھاياجانلىنىپ تازا روھلاندىق. ئەمما، خېرىدار بولغۇچىلار بازاردىكى ھېلىقى قالايمىقانچىلىقتىن قورقۇپ، ھەممىسىنى مەن ساتمەن دېگەن گەپنى قايتا ئاغزىدىن چىقارمىدى، ئەمما بىز گاڭگىراپ قالساق بولمايتتى. شۇڭا قالايمىقان ئەمەس، چوقۇم تەرتىپلىك تىجارەت شەكلىنى يولغا قويىمىساق بولمايتتى. مۇبادا بىراۋلار قەشقەر شەھىرىدە ساتىدىغان مېنىرال سۈنى ۋاكالىتەن سېتىشنى ئۈستىگە ئالسىمۇ، زىيانغا ئۇچرىمايدىغان، ھۆددە ئالغۇچىمۇ زىيان تارتمايدىغان بىر خىل چارە بولمىسا بولمايتتى. بىز بازار ئاچقۇچىمىز XX نىڭ تەكلىپى بىلەن كىچىك تىپتىكى توختام بىلەن مېنىرال سۈنى ساتىدىغان شەكلىنى ئويلاپ تاپتۇق. ئۇنىڭدا ھەر بىر ئادەم ئالتە ئاي ئىچىدە ھەر كۈندە ئىككى يەشىكتىن 360 يەشىك مېنىرال سۈنى 23 يۈەندىن نەق پۇلغا سېتىشنى ئىشقا ئاشۇراتتى. ئۇ جەدۋەللىك توختام ئىدى. كېيىن ھېس قىلدۇقكى، بۇ خىل ئۈسۈل 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 ئىشىمىز بار ئىدى. ئۇ ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» نىڭ بازارغا سېلىنىشى بىلەنمۇ مۇناسىۋەتلىك. بىز شۇ چاغدا پۇرسەتنى ناھايىتى ياخشى تۇتتۇق. گەرچە شىركەت بىلەن تۈزگەن 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 تارقىتىپ، كىشىلەرگە مەجبۇرلاپ تاڭدى. بىز بۇنى سودىدا باشتىلا دەككە يېگەنلىكنىڭ بەلگىسى دەپ قارىدۇق. ئۇلار چوقۇم باھانى چۈشۈرۈشكە مەجبۇر بولىدۇ. ئۇ چاغدا، ئۇلارنىڭ مەھسۇلاتى تەتۈر تاناسىپلىق قىممەت يارىتىدۇ، ئىناۋىتى چۈشىدۇ، ئاخىردا ساتالمايدۇ، قايتا - قايتا باھانى تۆۋەنلەتسە، ئىستېمالچىلار ئارىسىدىكى تەسىرى يامان بولىدۇ. بىز بولساق، تۆۋەن باھادىن يۇقىرى باھاغا ئۆزلەش، نەق پۇلغا سېتىپ، ئاز پايدا ئېلىش، كۆپ سېتىپ، ساتقۇچىلارغا مەنپەئەت يەتكۈزۈش ئۇسۇلىنى 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 باغلىۋالغان بولغاچقا، بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزنى ئىختىيارسىز رەۋىشتە سېتىشقا مەجبۇر بولدى. ئون، يىگىرمە 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 ئۈچ 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 كونا شەھەر، يېڭى شەھەر 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 ئىشەنمىگەندى. ئۇلاردا ھەم كۆرەلمەسلىك، ھەم بۇ سودىنى ئۆزى قىلىش ئويى بار ئىدى. ھالبۇكى، بىز ھامان ئۈمىدۋار بولدۇق، سودا پىسخىكىسى جەھەتتە ھامان بىز ئۆز ئەۋزەللىكىمىز بىلەن مەھسۇلات ئەۋزەللىكىنى ئالدىنقى ئورۇنغا قويۇپ، باشقا ھەر قانداق ئىشلاردىن قورقماي، بازارنى ھەقىقىي ئېچىش ئۈستىدىلا غەم يېدۇق. بىز كىشىلەرنىڭ بۇ ھەقتىكى ياخشى سۆزلىرىگە قارىتا، ئىجابىي پوزىتسىيە تۇتۇپ، ئۆزىمىز تاللىغان يول بىلەن سېتىشنى ئىشقا ئاشۇردۇق. شۇڭا، كۈتۈپ تۇرغانلارمۇ ئاخىردا بىزنىڭ سودىمىزغا قارىتا ئىككىلەنسە بولمايدىغانلىقىنى تونۇپ يەتتى. بىزنىڭ مۇلازىمەت جەھەتتىكى ئەلالىق، دەلىللىكىمىزمۇ كىشىلەرنى رازى قىلدى. ئالدىنقى يىللاردا يۈز بەرگەن باھادىكى بىردە ئۇنداق، بىردە مۇنداق داۋالغۇش كىشىلەرنىڭ مەھسۇلاتقا بولغان چۈشەنچىسى، ئىشەنچىسىنى بۇزغان بولسا، مانا ئەمدى ئەسلىگە كېلىشكە باشلىدى. بۇ بىزگە نىسبەتەن چوڭ بىر ئەۋزەللىك. شۇنىڭغا ئەگىشىپ، بىزدە ئايرىم يېتىرىسىزلىكمۇ مەۋجۇت بولدى. ئۇ بولسىمۇ مۇلازىمەت سەۋىيەسى ۋە سۈپىتى بەك ئالاھىدە ئەمەس. شۇ چاغدا بىز بەك چوڭقۇر، ئىچكى قاتلاملارغىچە مۇلازىمەتنى قانات يايدۇرىمىز دېسەك، نۇرغۇن دەسمايە كېتەتتى. ئۇنى تەننەرخكە قوشۇۋەتسەك، باھانىڭ ئۆرلەپ كېتىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ - دە، مەھسۇلاتنىڭ كەڭ كۆلەملىك تارقىلىشىغا ئېغىر دەرىجىدە زەربە بولاتتى. ئۇ چاغدا

مەھسۇلاتنى كۆپ سېتىپ، ئاز پايدا ئېلىش، ئاز پايدا ئارقىلىق كۆپ پايدا يارىتىش مەقسىتىگە يەتكىلى بولمايتتى. ئاز سېتىپ كۆپ پايدا ئالىمەن دېسەك، نۆۋەتتىكى ئىچمىلىك تىجارىتىدە ئاخىرى چىقمايدىغان تىجارەت شەكىللىنىپ قالىدۇ. ھازىرقى ۋاقىتتا مەھسۇلاتنى ئال دېگۈزمەي، ئالىمەن 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، ئەمەلىيەتتەمۇ 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 قوللانماق، ئۇ ئىشلار ئۆزلۈكىدىن ئىزغا چۈشمەي قالمايدۇ. سودا بىلەن شۇغۇللانغۇچىلارنىڭ نۆۋەتتە پىشىپ يېتىلگەن پىسخىكىسىمۇ شۇنىڭغا تەشنا. ھازىر مۇشۇ بىر نۇقتىدىن بىز باغلانما تىجارەت توختامدا 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 ئۈسۈلىدىن نەچچە ھەسسە ئۈستۈن تۇرىدۇ. بۇ ئۈسۈل پىشىپ يېتىلگەندە، ناھىيەلەرگە قەدەر يولغا قويۇشقا بولاتتى. بۇنى يولغا قويايساق، 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 تۈگەتتى. پۇلنى دەل ۋاقتىدا قوللىمىزغا تەگكۈزدى. قەشقەر شەھىرىگە كىرگۈزۈلگەن 6443 يەشىك مېنېرال سۇدىن ھازىرغىچە سېتىلىپ بولغىنى 4310 يەشىك، بۇنىڭدىن 2000 نەچچە يەشىكنىڭ پۇلى ئەمەلىيلەشتى.

ئومۇملاشتۇرغاندا، شۇ چاغدا شىركەتتىن كەلگەن مېنېرال سۇ 12 مىڭ 30 يەشىك بولۇپ، سېتىپ چىقىرىش جەھەتتىكى تىرىشچانلىقىمىز ناھايىتى قەتئىي بولسىمۇ، شىركەت ئويلىغىنىدەك، ئۆزىمىز پىلانلىغاندەك مەقسەتنى ئىشقا ئاشۇرالمىي، بىئارام بولدۇق. قەرز ئېلىش يولى بىلەن ×× ناھىيەدىن شىركەتكە 100 مىڭ يۈەن ھەل قىلىپ بەردۇق، ئىلگىرى - كېيىن بولۇپ شىركەتكە سۇ پۇلىدىن 76 مىڭ يۈەن ئەۋەتىپ بېرەلدىق. 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 تەشەننا. بۇ سەمىمىي ھېسسىياتىمىز تىجارەت نۇقتىسىدىن ئېتىراپ قىلىنمىسىمۇ، ئەمەلىيەت نۇقتىسىدىن ئېتىراپ قىلىنسا دېگەن ئۈمىد تە 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 قۇندىلىق، تۇڭلۇق سۇ ئىشلەپچىقىرىدىغان سۇ زاۋۇتلىرىمۇ ئىنتايىن كۆپ. بۇلارنىڭ ھەممىسىنىڭ كىشىلەر نەزىرىدىكى چۈشەنچىسى: بۇ سۇلار پەقەتلا ئۇسسۇزلۇقنى قاندۇرۇش رولىغا ئىگە دېگەندىن ئىبارەت. گەرچە ئاشۇ سۇلارنىڭ سالامەتلىكىنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش، ئاسراش، كېسەلگە شىپا بولۇشتەك رولى خېلىلا يۇقىرى بولسىمۇ، ئەمما ھەممىلا ئادەم ئۇنداق يۇقىرى باھا بېرىۋەرمەيدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىگىمۇ 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 دادالايدۇ. 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 سۈيى 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 ئومۇميۈزلۈك زىيانغا ئۇچرىشىنى مەلۇم دەرىجىدە چەكلەپ، سەرمائىنىڭ ئورنىنى تولدۇرۇۋېلىشقا ئاساس سېلىپ بېرىدۇ. بۇ پايدىلىق تەرىپى. (2) بۇ خىل سېتىش شۇ خىل مەھسۇلات ۋە شۇ خىل ماركىنىڭ 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. ياندۇرۇق يىلى سېتىش كېرەك

بۇ خىل مەھسۇلاتنى يۇقىرىقىدەك تۆكمە قىلىپ سېتىشتىن ساقلىنىش ئۈچۈن ئامبار قالدۇقى بولۇپ قالسا، ياندۇرۇق يىلى سېتىشقا توغرا كېلىدۇ. ياندۇرۇق 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 - يامغۇرنىڭ بۇزغۇنچىلىقى قاتارلىقلار.

### 3. زورۇقۇپ سېتىلغاندىن كېيىنكى خەتەر

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

كېرىمنى تولۇق ئەسلىگە كەلتۈرۈش ئىشقا ئاشمايدۇ. يەنى زورۇقۇپ، تېگىپ سېتىلغان مەھسۇلاتنىڭ پۇلىنى دېگەن ۋاقت - قەرەلىدە ئالغىلى بولمايدۇ. (2) مەھسۇلاتنىڭ نۇرغۇن دەسمايسى، مەبلىغى تۈرۈپ قالىدۇ. (3) ئۆلۈك ھالدىكى بېسىلىپ قېلىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىپ، ئوبوروت تۆۋەنلەپ كېتىدۇ.

#### 4. نېسى مال پۇلىنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش جەھەتتىكى قىيىنچىلىق

ساتىدىغان نۇرغۇن مەھسۇلاتلارنىڭ ئاخىرىنى ئۈزۈپ تۈگەتكىلى بولمايدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ ئاخىرىنى ئۈزۈشمۇ 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 دەرھال يىغىپ، قايتۇرۇۋېلىش، سېتىپ بولغان مەھسۇلاتنىڭ پۇلىنى تولۇق ئەسلىگە كەلتۈرۈش كېرەك. مۇشۇنداق قىلغاندا، ئېشىپ قالغان مەھسۇلاتنىڭ كەلتۈرىدىغان زىيانلىرىنى تۈگەتكىلى بولىدۇ. ئەمما، ئېشىپ قالغان مەھسۇلاتنى قايتۇرۇۋالمىغاندا، ياندۇرقى يىلى سېتىشقا، پۇلىنى تاپقاندا بېرىشكە ماقۇل بولۇشقا توغرا كېلىدۇ.

#### 5. ئەسلىھەلەرنىڭ كەلتۈرىدىغان زىيىنى

ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ سودىسى خۇددى پاللىدە قىلىپ ئۆچكەن چاقماق يالقۇنغا ئوخشايدۇ. ئۇ پەسىل خاراكتېرى ناھايىتى كۈچلۈك بىر خىل مەھسۇلات. شۇڭا، ئۇ ئىستېمالدىن توختىغان ھامان ساتقۇچىلار، سېتىپ چىقارغۇچىلارغا شارائىت ئوڭايسىزلىقى ئېلىپ كېلىدۇ. بەزى ساتقۇچىلار پەقەت مۇشۇ سۈنى دەپلا بىر قىسىم ئەسلىھەلەرنى

سېتىۋالغان، ياساتقان، بۇ خىل ئەسلىھەلەرنىڭ چىقىم زىيانلىرىنى شۇ بىر قېتىملىق سېتىش 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» مېنىرال سۈيىنى ساتمىغان مەزگىلدەمۇ ھەق تۆلەشكە توغرا كېلىدۇ. بۇنىڭغا كېتىدىغان كۈچ، مەبلەغمۇ ئاز بولمايدۇ.

ئەسلىدىكى «پامىر» مېنىرال سۈيىنىڭ 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 ۋەجىدىن نۇرغۇن ئىچىملىك كارخانىلىرى ئىشلەپچىقارغان مەھسۇلاتلىرىنى 1، -، 2، -، 3 - قول ساتقۇچىلارغا نەق بېرىدىغان، نېسى ساتىدىغان، يەنى مالىنى ئالدىن بېرىپ، سېتىپ بولغاندىن كېيىن پۇلنى ئالىدىغان قۇرۇلمىنى شەكىللەندۈرگەن. بۇنىڭ بىلەن ئىچىملىك ساتقۇچىلاردا سېتىش قىزغىنلىقى تۆۋەن بولۇش، مال پۇلنى ۋاقتىدا بەرمەسلىك، توختامغا ئەمەل قىلماسلىق كەيپىياتى ئەۋج ئالغان. شۇڭا ساتقۇچىلار مەھسۇلات سېتىلىشىمۇ ۋاقتىدا پۇلنى بەرمەيدۇ، بەلكى ئارقىسىغا سۆرەپ 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 پۇلنى خالىغان

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

ئەسلىدىكى «پامىر» مېنىرال سۈيىنى ئالىدىغان بولساق، مېنىرال سۇ قىسقا ۋاقىت ئىستېمال قىلىنىدىغان مەھسۇلات بولۇپ، مەھسۇلاتنىڭ ئايىغى ئۈزۈلمەي 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 ياندۇرۇش يولى ساتسا، سۈپەتتە مەسىلە كۆرۈلسە قانداق قىلىش كېرەك؟ ياندۇرۇش يولى مۇشۇ تۈردىكى يېڭى مەھسۇلات بازارغا كىرسە، قانداق قىلىش كېرەك؟ بۇ مەھسۇلات كاساتلاشقا قانداق قىلىش كېرەك؟ دېگەندەك تەشۋىش ۋە ئۇنىڭ ئۈنۈملۈك 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 زىياندىن كۆپ بولمايدۇ، ئادەتتە توپ - پارچە ساتقۇچىلارنىڭ كىرگۈزىدىغان مەھسۇلاتى چەكلىك نىسبەتتە بولىدۇ، قانداقتۇر چوڭ، ئوتتۇرا، كىچىك تىپتىكى

سېتىش، مۇلازىمەت قىلىش كەسپى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان كارخانىلارداك نەچچە ئون توننا مەھسۇلاتنى بىراقلا قوبۇل قىلىۋالمايدۇ، قوبۇل قىلسا گۇمانلىنىپ، تەكشۈرۈشكە توغرا كېلىدۇ ياكى زور مىقداردا رەنە پۇلى ئېلىشقا توغرا كېلىدۇ. شۇنىمۇ كۆرۈش كېرەككى، توپ - پارچە ساتقۇچىلارنىڭ سېتىش، پۇل بېرىش قىزغىنلىقى چوڭ مۇلازىمەت كەسپى 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 پۇلنىڭ ۋاقتىدا ئەمەلىيلىشىشىگە تۈرتكە بولىدۇ.

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

ئۆزىمىزگە تەۋە بولغان مۇھىت، باغلىنىش ئىچىگە، سەرىيات ۋە ياشاش قايناملىرىغا 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، يۈز بېرىش ئېھتىماللىقى بولغان ئىشلارنىڭ ئالدىنى ئېلىش تەييارلىقىنى ياخشى قىلىشىمىز كېرەك. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى سېتىشنىڭ تۇنجى يىلىدا بىز يۇقىرىدىكى ئىشلارنىڭ ئالدىنى ئېلىشنى ياخشى ئىشلىشىمىز كېرەك.

2000 - يىلى 1 - ئاينىڭ 13 - كۈنى

## ۋاقتلىق نېسى سېتىپ، بازار يېتىلدۈرۈش 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 چىقىسىمۇ قولىدىكى نەق مەھسۇلاتنى ھەرگىز نېسى ساتمايدۇ. ئەمما، بازار ئېچىش، ساتقۇچىلارنىڭ سېتىش قىزغىنلىقىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ۋە ئايرىم مەھسۇلاتلارنىڭ ساتقۇچىلىرىدا شەكىللەنگەن ئادەت خاراكىتىرى، ساتقۇچىلارنىڭ مال قوبۇل قىلىش پىسخىكىسىنى نەزەرگە ئالغاندا، ۋاقتلىق نېسى سېتىشقا مەجبۇر بولىدىغان ئىشمۇ دائىم يۈز بېرىدۇ. بۇمۇ كۆپ تەرەپكە باغلىق، چۈنكى مەھسۇلاتنىڭ ئېھتىياجى، سېتىپ چىقىرىش تەقەززاسى مۇشۇنداق پاسسىپ تىجارەت ئۇسۇلىنى قوللىنىشقا بىۋاسىتە سەۋەب بولىدۇ. بەزىدە ناھايىتى نۇرغۇن مەھسۇلاتنى نېسى قىلىپ سېتىۋېتىشكە توغرا كېلىدۇ. بۇ يەردىكى نېسى قىلىپ سېتىۋېتىشتىكى گەپ خەتەرنى قانداق بىر تەرەپ قىلىشتا بولىدۇ. ئادەتتە نېسى قىلىپ سېتىۋەتكەندە دەمال نۇرغۇن مەھسۇلات قولىدىن چىقىپ، ئوبوروت قىلىنىپ بولغاندەك كۆرۈنىدۇ. ئەمەلىيەتتە، يۇقىرىدا دېگەندەك ئۇنىڭ خېيىم - خەتىرىنى قانداق بىر تەرەپ قىلىش ناھايىتى مۇھىم بىر مەسىلە. ئۇنداقتا نېسى قىلىپ سېتىۋەتكەندىن كېيىن كۆرۈلىدىغان خېيىم - خەتەرنى قانداق ئازايتقىلى بولىدۇ؟ مەھسۇلاتنى نېسى قىلىپ سېتىۋەتكەندىن كېيىن

كۆرۈلىدىغان خېيىم - خەتەرنى كونكرېتلاشتۇرساق، ئۇنىڭ يۈز بېرىش مۇمكىنچىلىكى ناھايىتى روشەن بولغان تەرەپلىرىنى كۆرەلەيمىز. «پامىر» مېنېرال سۈيىنى سېتىشقا باشلىغان دەسلەپكى چاغلاردا سۇغۇق ئىچىملىكلەرنىڭ، بولۇپمۇ مېنېرال سۇ، پاكىزلانغان، تازىلانغان سۇلارنىڭ ئالدى بىلەن توپ ساتقۇچىلارغا نېسى بېرىلىدىغانلىقىنى، پۇلنىڭ مەھسۇلات سېتىلىپ بولغاندا يىغىۋېلىنىدىغانلىقىنى بىلمەيتتۇق. بۇنى ئۇققاندىن كېيىن تولىمۇ ھەيران قالدۇق. بۇ بىز تەكشۈرۈپ بىلگەن ئىشلار ئىچىدە دىققەت قىلىمىغان، سىر بولۇپ قالغان ئىش ئىكەن. شۇ چاغدا 600 گىرامدىن قىلىپ قاچىلانغان 20 بوتۇلكا مېنېرال سۇ بىر يەشك بويىچە ھېسابات قىلىناتتى. بىز كۆڭلىمىزدە ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيى 1998 - يىلى ھەر بىر يەشكى 28 يۈەن توپ، 35 يۈەندىن 65 يۈەنگىچە پارچە سېتىلغانلىقىنى نەزەردە تۇتۇپ، بىر يەشكىنى توپ ھېسابلىغاندا 23 يۈەندىن نەق پۇلغا ساتساق، ناھايىتى ياخشى بولىدىغۇ، دەپ ئويلىغانىدۇق. ئەمما بىز مەھسۇلاتنى بازارغا سېلىپ، نەق پۇل بېرىشنىڭ گېپىنى قىلىۋىدۇق، توپ ساتقۇچىلار پىسەنت قىلىپ قويمىدى، ئەرزان بولسىمۇ، نەق پۇلغا زادىلا ئالمىدى. بىز بىر قىسىم توپ ساتقۇچىلار بىلەن مۇڭدېشىپ، ئۇلارنىڭ ياردەم قىلىش ھېسابىغا مەھسۇلاتىمىزنى نەق پۇل ئېلىپ تىجارىتىمىزنى باشلاپ بېرىشنى ئۆتۈنگەن بولساقمۇ، كېيىن ئالاھىلى دەپ مەيدىمىزدىن ئىتتىرىپ تۇردى. ئۇلار: «سۇ دېگەننى نېسى ئالمىز، سىلەرمۇ دەسلەپ نېسى بېرىشىڭلار كېرەك، بولمىسا بىز باشقىلارنىڭ مەھسۇلاتىنى ساتىمىز، سۇ دېگەن ئات گۆشىگە ئوخشايدۇ. باشقىلار ئالسا ساتىمىز، ئالمىسا زورلىغىلى بولمايدۇ. مەيلى ئەرزان سېتىڭلار، مەيلى قىممەت سېتىڭلار، بىزگە بەرىبىر، مەھسۇلاتىڭلارنى ئەكېلىپ قويساڭلار، سېتىلىپ قالسا پۇلنى بېرىمىز،



سېتىلمىسا مەھسۇلاتنى ئېلىپ كەتسەڭلار بولىدۇ» دېگەن پوزىتسىيەدە بولدى. نەق پۇلغا سېتىشنىڭ گېپىنى ئاڭلىغان بەزىلەر مېيىقىدا كۈلۈپ قويدى. راستىنى ئېيتقاندا، ئۇلار بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزنى ساتمىغانغا سودىسىز قالمايدىكەن. بىز بۇنى بىلىپ، بۇ جەھەتتە ناھايىتى چوڭقۇر چۈشەنچىگە ئىگە بولدۇق. ھەتتا، ساتمىز دەپ قىزغىن پوزىتسىيە قوللانغان، باغلانما توختامغا قول قويغان ساتقۇچىلارمۇ توختام قەغىزىنى قوللىمىزغا تۇتقۇزۇپ قويدى. بىز بىرقانچە قېتىملىق كۈتمىگەن جاۋاب ۋە دەككىدىن كېيىن، ھەممە ئىشنى تامامەن چۈشەندۈدۈم. تېخى بەزىلەر ئالدىنقى يىلى ئەسلىدىكى «پامىر» مېنىڭ سۈيىنى ساتقان ×× ئەپەندىمۇ شۇنچە قىممەت بولسىمۇ نېسى تارقاتقان، پۇلنى كېيىن يىغقان، دېدى. بۇ سۈنى نېسى تارقىتىلغانلار 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 قېتىمىمۇ نەق بولمىدى. بىز بۇ سودىنى قىلىش جەريانىدا، نۇرغۇن نەرسىلەرنى ھېس قىلدۇق. نېسى سېتىش مۇشۇ تۈردىكى مەھسۇلاتنىڭ بازارغا كىرىشىدىكى بىر مۇھىم ھالقا، بازار ئېچىشقا تۈرتكە، 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. ئۈستىمىزگە ئارتىلىپ قالغان 1000 توننا مىنىرال سۇنى سېتىپ چىقىرىش ۋەزىپىسىنى ئادا قىلمىساق، نۇرغۇن زىيانغا دۈم چۈشىمىز. ئۇنىڭدىن كۆرە تەۋەككۈل قىلماي بولمايتتى. بۇ تەۋەككۈلچىلىك چوقۇم ئىلمىي، جانلىق بولۇشى كېرەك. بىز ئاخىردا بازار ئېچىش ئۈچۈن نېسى ساتماقتىن باشقا ھېچقانداق چارىمىزنىڭ يوقلۇقىنى بىلدۈق. بىز نېسى سېتىشقا شۇنچىلىك ئوچ تۈرۈپمۇ ھېچقانداق ئامال قىلالماي، نېسى سېتىش يولىغا قەدەم قويدۇق. شۇڭا بىز ھەر بىر نېسى ساتقۇچىغا ئەڭ كۆپ بولغاندا 50 يەشىكتىن مىنىرال 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 مىنىرال سۇنىڭ پۇلىنى ئېلىپ بولۇپ ئاندىن مەھسۇلات بېرىش ئۇسۇلىنى قوللانماقچى بولدۇق. نېسى ئېلىپ ساتقۇچىلارغا ھەقىقىي 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 تۈرلۈك ئاماللار بىلەن بىزدىكى يوچۇق، بوشلۇقتىن كۆپ تەرەپلىمە پايدىلىنىپ، مەھسۇلاتنىڭ پۇلىنى، ھەتتاكى دىرىنى بەرمەي يوق قىلىۋېتىدۇ. بۇ بىزنى

نۇرغۇن ئاۋارچىلىككە سالىدۇ. بۇنى تەسەۋۋۇر قىلغاندىمۇ ئاقىۋىتىنىڭ شۇنچىلىك يامان ئىكەنلىكىنى ھېس قىلىش ئۈنچىلىك تەس ئەمەس. بىز كېيىن نېسى بېرىشنىڭ بىخەتەرلىكىنى كۈچەيتىش 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 ئۈزۈكسىز كۆپىيىدۇ، 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 ئوينايدۇ، ھەتتا، ئۇلار نېسى مەھسۇلاتنى ۋاقتىدا، تېز سېتىپ، ئۇنىڭ پۇلىنى مەبلەغ قىلىپ باشقا مەھسۇلاتلارنى سېتىۋېلىشقىمۇ ئۈلگۈرىدۇ. 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 - خەتىرى ئانچە چوڭ بولمايدۇ. چۈنكى سېتىلمىسا قايتۇرىدۇ. ۋاقتى ئۆتسە ئالماشتۇرىدۇ؛ (6) مەبلەغى 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. ئوبوروتىنى جانلاندۇرىدۇ ھەم بازارنى كەڭ ئېچىشقا ھەيدەكچىلىك قىلىدۇ. بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىدەك بازىرى يېڭىدىن ئېچىلىۋاتقان مەھسۇلاتقا نىسبەتەن ناھايىتى ئۈنۈم بېرىدۇ. «ۋاخاخا» غا ئوخشاش كەڭ بازار ياراتقان مەھسۇلاتلارغا بۇ خىل نېسى سېتىش ئۈسۈلىنى قوللىنىشقا بولمايدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى قەشقەر ۋىلايىتىدە كەڭ بازار تاپقۇزۇش، ئومۇملاشتۇرۇش ئۈچۈن چوقۇم نېسى سېتىش ئۈسۈلىنى بىرقانچە يىل داۋاملاشتۇرۇش كېرەك. بىز بىر ياز تىجارەت قىلىپ قوبۇل قىلغان ۋە يەكۈنلىگەن بۇ تەجرىبە ئۇزاق مەزگىل پۈت تىرەپ تۇرالىدى.

دەسلەپكى چاغلاردا بىز نېسى سېتىشنى زادىلا قوبۇل قىلالىمىدۇق. 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، ئوبوروتىنى تېزلىتتۇق.

ئەلۋەتتە، بىز نېسى سېتىشتا ئالدى - ئارقىمىزغا ئەستايىدىل قارىدۇق. شۇنداقتىمۇ نېسى قىلىپ ساتقان مەھسۇلاتىمىزنىڭ پۇلىنى ئەمەلىيلەشتۈرەلمەسلىك ھادىسىلىرى قەدەمدە بىر كۆرۈلۈپ تۇردى. ھەتتا بەزىلەرنىڭ ئارقىسىدىن نەچچە ئاي يۈرۈپ پۇلنى ئاران ئالغان ئىشمۇ بولدى. مەھسۇلاتنى ئالغان ئايرىم دۇكاندارلار بىر كېچىدىلا قېچىپ كېتىپ بىزنى داغدا قويغان ئەھۋاللارمۇ بولدى. بەزىلەر دۇكانلىرىنى باشقىلارغا ئۆتۈنۈپ بېرىپ، گۆشىيىپ تۇرۇۋالدى. نېمە ئامال، ساتمىساق بولمايدۇ، ساتقاندىن كېيىن ئاشۇنداق ئاۋارچىلىكى 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» مەنپەئەت سۈپىتى نېسى سېتىشتىكى بۇ بىر قاتار ئىشلارنىڭ رولى ناھايىتى چوڭ بولدى. دېمەك، گامىدا 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، سانقۇچىلارغا نىسبەتەن ماركىنىڭ چوڭ بايلىق. ئۇنىڭدىن ئۈنۈملۈك پايدىلىنىش - پايدىلانماسلىق بايلىق يارىتىش - يارىتماسلىق، بازار ئىگىلەش - ئىگىلىمەسلىك، پايدا يارىتىش - يارىتماسلىق بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك، ماركىنىڭ ئۈنۈپرسال كۈچىنى يارىتىش، سېتىش - سېتىۋېلىشتا ئۈنۈملۈك پايدىلىنىش كۆپ تەرەپلىمە تىرىشچانلىققا، ئىجادچانلىققا باغلىق بولىدۇ. ئۇ ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش بىر گەۋدىلەشكەن، بولۇپمۇ يېتەكچى خاراكتېرلىك بازار ئېچىش، سېتىش بىلەن بىر گەۋدىلەشكەن ھالەتكە يەتكەندە، ئۆزىنىڭ ھاياتى كۈچىنى زور دەرىجىدە ئاشۇرالايدۇ ۋە تەرەققىي قىلىش ئارقىلىق بازار يېتىلدۈرىدۇ. بازار بەرپا قىلىدۇ، بۇ ئارقىلىق شۇ مەھسۇلات ئومۇملىشىدۇ.

ھازىرقى زامان ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش پائالىيىتىدىن قارىغاندا، يۇقىرىدىكى نۇقتا ناھايىتى مۇھىم ۋە دەۋر سۈرۈۋاتقان ئۈسۈل بولۇپ، مەھسۇلات ۋە سودىنىڭ دەۋرچانلىق خۇسۇسىيىتىنى ھازىرلاش رولىنى ئوينايدۇ. ئۇ يەنە زامانىۋى، كۈچلۈك، كۆلەملەشكەن سودىغا يول ھازىرلاپ بېرىدۇ ھەمدە كارخانىلار، كارخانىچىلار ۋە تىجارەتچىلەرنى كەڭ كۆلەملىك تەجرىبە، مەبلەغ، ئۈسكۈنە، تېخنىكا، ھۈنەر - سەنئەت بىلەن تەمىن ئېتىدۇ.

ماركا ياكى مەھسۇلاتنىڭ ماركىسى قانداق ئەھۋالدا ئۈنۈپرساللىققا ئىگە بولالايدۇ؟ بۇ قارماققا ئاددىي تۈيۈلىدۇ. ئەمەلىيەتتە ئاسان قولغا كەلتۈرگىلى بولىدىغان، ئاسان جاۋاب بەرگىلى بولىدىغان ئىش ئەمەس. ئەمما بىر مەھسۇلات ۋە شۇ مەھسۇلات ماركىسىنىڭ ھەقدارى بولغان كىشىلەر، چوقۇم بۇ سوئالغا 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 مېنېرال سۇ ۋە ئۇنىڭ ماركىسى بولغان «پامىر» مۇبۇخىل جەريانىنى باشتىن كەچۈرمىسە بولمايتتى. چۈنكى «پامىر» ماركىسى ناھايىتى داڭلىق ماركى، ئەگەر ئۇ ئۆزىنىڭ مۇشۇ خىل ئۈستۈنلۈكىدىن پايدىلىنىشنى، ئەڭ زور دائىرىدە پايدىلىنىش قىممىتىنى يارىتىشنى ئىشقا ئاشۇرالمىسا، ئۇ دەۋرنىڭ ئارقىسىدا قالىدۇ ۋە بازاردا شاللىنىپ كېتىدۇ. ماتېرىياللاردىن مەلۇم بولۇشىچە، دۇنياغا مەشھۇر كوكا كولا ئىچمىلىكىنىڭ ئەينى زاماندىكى نامى ۋە بوتۇلكىلىرى ھازىرقىدەك ئالاھىدە بولمىغان، ئۇنىڭ غوجايىنى ئەينى زاماندا ئۇنى ھازىرقىدەك كېڭەيتىشنى بىلمىگەن ياكى خالىمىغان. لېكىن ئۇنىڭ پاتېنت ھوقۇقى باشقىلارغا سېتىلغاندىن كېيىن، سېتىۋالغۇچى ھەر تەرەپلىمە لايىھەلەش، تەتقىق قىلىش، بازار ئېچىش بىلەن شۇغۇللانغان. ئوراش - قاچىلاش سۈپىتىنى ناھايىتى ياخشى قىلغان. كۆپ تەرەپلىمە ئۈنۈپرسال ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش ھالىتىنى شەكىللەندۈرگەن. شۇ ئارقىلىق بارا - بارا دۇنياۋى داڭلىق مەھسۇلات، ماركى بولۇپ يارالغان. كوكا كولا نىڭ دۇنياۋى مەھسۇلات بولۇپ يارىلىشى كىشىلەر ئېھتىياجى بىلەن مەھسۇلاتنىڭ سۈپەت جەھەتتىكى خاسلىقىنىڭ ماس كەلگەنلىكىدە. بازار ئېچىشتا ئىستېمالنى چىقىش قىلىش

بىلەن مۇلازىمەتنى ئەڭ ئۈنۈملۈك 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» تىپىدىكى بىر يۈرۈش ئىچىملىك، كۆپ قاتلاملىق، يۈرۈشلۈك يېمەكلىك، ئائىلە جابدۇقلىرى، شۇنىڭدەك كۈندىلىك تۇرمۇش بۇيۇملىرى، لازىمەتلىكلەر پايدىلىنىش ئۈنۈمىنىڭ يۇقىرىلىقى بىلەن جەمئىيەتنىڭ قاتتىق دېتال، يۇمشاق دېتال ساھەسىگە بۆسۈپ كىردى، ھەتتاكى ئۇلار كىشىلىك تۇرمۇشنى تەرەققىي قىلدۇرۇشتا ئىلغار تېخنىكىنى ئاساسنىڭ ئاساسى قىلىپ تۇتقان. ئۇلار تولمۇ سەزگۈرلۈك بىلەن ماركىنى ئۈنۈپرسال كۈچكە ئىگە قىلغان. مەبلەغ، ئۈنۈم ۋە پايدا يارىتىشتا توسۇۋالغىلى ۋە يەڭگىلى بولمايدىغان ھاياتىي كۈچكە تولغان. ناھايىتى كەڭ بازار سورۇنى ياراتقان. يەنە ئالايلىق، بىزگە ئەڭ تونۇشلۇق بولغان، ئەڭ ئومۇملاشقان، شۆھرەت قازانغان «ئارمان»، «ئىخلاس»، «قىزىل تۈگە»، «يۈرتۈم» ماركىلىق يۈرۈشلۈك ئىچىملىكلەر، تالقانلار، يۈرۈشلۈك مەھسۇلاتلارمۇ بۇ خىل ئۈنۈپرساللىققا ئىگە. ئۇلار ئۆز ماركىسىدا كۆپ خىل مەھسۇلات ياراتقان مىللىي كارخانىلارنىڭ تىپى ۋە ئۈلگىسى. ئۇلار مەھسۇلات ماركىسى يارىتىپلا قالماستىن يەنە بازار ماركىسىمۇ ياراتتى. مەسىلەن، ماركا نامى بىلەن ئاتالغان تاللا بازارلىرىغا ئوخشاش، شۇنداقلا ھەر قايسى شۇ خىل زەنجىرسىمان بازارنى، شۇنداقلا ھەر قايسى جايلاردىكى شۇ خىل ماركا نامى بىلەن ئاتالغان بازار - دۇكانلارنى يېتىلدۈردى. دېمەك، ئۇلار بازارنىڭ ئۆزىگىمۇ ماركا چاپلىدى.

بازارغا ماركا چاپلاش ياكى بازار نامى بىلەن ماركىنى ئاتاش



رايونىمىزدىكى يېڭى بىر خىل بازار ۋە ئىستېمالنىڭ شەكىللىنىشى بولۇپ، ئۇ نۇرغۇن مەھسۇلاتلىرىمىزنىڭ تەرەققىي قىلىشى ئۈچۈن پايدىلىق. ئاشۇ ماركىلار ھەم ماركا ئۈنۋېرساللىقى، ھەم بازار ئۈنۋېرساللىقىنى ياراتتى. مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىش بىلەن بازار، بازار بىلەن ماركىنىڭ بىر گەۋدىلىك رولى ئالاھىدە ياخشى ماسلاشتۇرۇلدى، بۇنداق ئۇسۇل بازارنى مونوپول قىلىش سالمىقىنى ئاشۇرۇپ، سودا ئوبوروتى، تىجارەت يۆنىلىشى قاتارلىق جەھەتلەردە زور ئۈنۈمنى بارلىققا كەلتۈردى. ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇلار بازار بىلەن ئېھتىياجنىڭ ئۆزلىرىگە شۇنداق بىر ئەۋزەللىكنى بەرگەنلىكىنى تونۇپ يەتتى. يەنە بىر ئەۋزەللىك مۇشۇ ئانا تۇپراق بولىدىكەن، ئۇلار پىششىقلاپ ئىشلەيدىغان ئاشۇ ئېسىل مېۋىلەر تۈگىمەيدۇ. مانا مۇشۇ تۇپراقتىكى ئۇلۇغ خەلقلا بولىدىكەن، ئۇلارنىڭ ئىشلەپچىقىرىشى توختاپ قالمايدۇ. «ئارمان»، «ئىخلاس»، «قىزىل تۆگە» مەڭگۈ ئۆلمەيدۇ. ساغلاملىقىنى 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 سۈيىگە كەلسەك، ئۇمۇ ئۆز نۆۋىتىدە ئىچكى - تاشقى باغلىنىشقا ئىگە مەھسۇلات بولغان. ئۇنداقتا ئۇنى قانداق قىلغاندا قايتىدىن ئاشۇنداق ھاياتى كۈچكە، ئىستېمالغا ئىگە قىلغىلى بولىدۇ؟

«پامىر» ناھايىتى داڭلىق، ئېسىل، تەڭداشسىز، ھاياتى كۈچكە، دۇنياۋى شوھرەتكە ئىگە ماركا. ھالبۇكى ماركا بىرلا مەھسۇلات، يەنى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى 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 ماركىنىڭ داڭقىنى چىقارغان. «پامىر» تاغ تىزمىسىنىڭ ئومۇمىي ئاتالغۇسى بولۇپ، بۇ گۈزەل پاساھەت ماركىغا مۇجەسسەم بولغان. شۇنىڭغا مۇناسىپ ھالدا مىنىرال بۇلاق سۈيىنىڭ سۇ سۈپىتى ۋە ئالاھىدە قىممىتىمۇ ماركىنى ئاجايىپ چوڭ پاساھەتكە ئىگە قىلغان. بۇ نۇقتىدىن ئالغاندا، ئۇنىڭ تەڭداشسىزلىقىغا شەك كەتمەيدۇ. ئەمما، ئۇ بۈگۈنكى كۈندە ئۆز رايونى ئىچىدە چەكلىنىپ قالغان. بۇنداق چەكلىپ قويۇش ئۇنىڭ ھاياتىي كۈچىنى، شۆھرىتىنى بوغۇپ قويغان. ئۇ بۇ خىل يېقىنچىلىقتىن ئۇزاق مۇددەت قۇتۇلالمىغان ياكى بىر ئىزىدا توختاپ قالغان. ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىلىق مىنىرال سۇ بىرلا مەھسۇلات بولغانلىقى، ئۇنىڭ ئۈستىگە يازلىق مەھسۇلات بولۇپ، پەسىل خاراكىتىرى كۈچلۈك بولغانلىقى سەۋەبلىك، بازىرى بىردەم پەسىيىپ، بىردەم جانلىنىپ تۇرغان. بۇ خىل ئەھۋال بازار، ماركا ۋە مەھسۇلاتنىڭ بازار ئۈنۈمى ۋە مەھسۇلات ئۈنۈمىنى تۆۋەنلىتىپ، داۋامچانلىقىنى يوققا چىقارغان. ئۇنى يىل بويى سېتىلىدىغان، يىل بويى ئىشلىنىدىغان، يىل 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 - جۇدا 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 ماركىنى 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» مېنېرال سۈيى ۋە «پامىر» ماركىسىدىكى مەھسۇلاتلارنى كەڭ بازارغا ۋە ئىقتىسادىي، ئىجتىمائىي ھاياتىي كۈچكە ئىگە قىلغىلى بولىدۇ. مەھسۇلات ۋە ماركىنىڭ كۆپ تەرەپكە چېتىشلىق بولۇشى ئۇنىڭ مونوپول ھالىتىنى شەكىللەندۈرۈپ، بازارنىڭ قاپلىنىش دائىرىسى ئىچىدە مەلۇم نىسبەتتە ئۆزلۈكىدىن تەشۋىق قىلىش ۋە ئىستېمال قىلىش ئۈنۈمىگە ئىگە قىلىدۇ. ئالايلىق، ماركىنىڭ، بولۇپمۇ داڭلىق ماركىلارنىڭ كۆپ خىل مەھسۇلاتقا چاپلىنىشى تەشۋىقات ئۈنۈمى ۋە ئىستېمال ئېغىنى پەيدا قىلىدۇ. ئىلگىرىكىدەك بىر خىل ماركىا بىلەن بىر خىل مەھسۇلات ئىشلەش ھازىر تەدرىجىي ئەمەلدىن قېلىۋاتىدۇ. ئۇنىڭ ئورنىنى بىر خىل ماركىا، كۆپ خىل مەھسۇلات، يېڭى مەھسۇلات ئىگىلىدى. ئالايلىق، «ئۈچ بەش» ماركىلىق تاماكا داڭلىق مەھسۇلات ھەم داڭلىق ماركىا، ھازىر «ئۈچ بەش» ماركىا ئاستىدا نۇرغۇن ئىستېمال بۇيۇملىرى، تۇرمۇش ئەسلىھەلىرى ئىشلەپچىقىرىلىۋاتىدۇ. ئەگەر «پامىر» ماركىسى ئاستىدا بىرقانچە خىل يېڭى مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىلسا، ئۇ ھالدا شۇ ماركىا ئاستىدا ئىشلەپچىقىرىلغان يېڭى مەھسۇلات دەرھال بازار تاپالايدۇ. چۈنكى مەھسۇلات كىشىلەرگە تونۇشلۇق بولمىسىمۇ، ماركىا 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 ئۈنۈمىنى يۇقىرى كۆتۈرىدۇ. بازارنىڭ مەنئى - 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 ئوينايدۇ. «پامىر» ماركىسىنى چاپلاپ باشقا مەھسۇلاتلارنى، يەنى ئالما، ئانار، چىلان، قوغۇن، تاۋۇز قاتارلىقلاردىن بىرقانچە ئون تۈرلۈك ئىچىملىك ۋە يېمەكلىك مەھسۇلاتلىرىنى ئىشلەپچىقىرىش ئىشقا ئاشۇرۇلغاندا ئالاھىدە بازار ئۈنۈمى ياراتقىلى بولىدۇ. بولۇپمۇ يەرلىك مەھسۇلاتلارنى ئاساس قىلغان، ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيى مەھسۇلاتىغا ماس كېلىدىغان، ماس كەلمىگەندىمۇ، ئۇنىڭ ئىناۋىتىنى چۈشۈرمەيدىغان مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرىپ بازارغا سالغاندا، ماركىنىڭ ۋە مەھسۇلاتنىڭ بازاردىكى سېتىلىشىنى داۋاملاشتۇرغىلى، پەسىل خاراكتېرىنى يوقىتىپ، زور ئىقتىسادىي ئۈنۈم ياراتقىلى 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 خىيالغا «پامىر» كېلىدىغان بولىدۇ.

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

خۇنۇكلشپ قالدى. بازار ئېچىش مۇھىتى ۋە تەشۋىقات جەھەتتىكى يېتەرسىزلىك، ئىچىملىك ساھەسىدىكى يېڭىدىن يېڭى مەھسۇلاتلارنىڭ ئارقا - ئارقىدىن توختاۋسىز بازارغا كىرىشى ئۇنى كۈندىن - كۈنگە بازار قاينىمىدىن چۈشۈپ قېلىشقا سۈرەۋاتىدۇ. ئەگەر يەنىلا مۇشۇ خىل ھالەتتە كېتىۋەرسە، ئۇ ئۆز ئورنىنىمۇ تاپالماي قېلىشى مۇمكىن. بۇنداق مۇمكىنچىلىككە دۇچ كېلىش بىلەن بىر چاغدا ئاخىرنى يۇغۇشتۇرۇۋالغىلى بولمايدىغان ئىقتىسادىي ئاۋارچىلىك كېلىپ چىقىدۇ. شۇڭا، قەشقەر بازىرىدا تۈرلۈك شەكىلدىكى ئىمكانىيەتلەر بىلەن «پامىر» ماركىسىنى پائال قوغداش، ئاسراش ناھايىتى زۆرۈر. قەشقەردە مەھسۇلاتنى چوڭقۇر يىلتىز تارتقۇزۇش، سېتىش، مۇلازىمەت جەھەتتە مۇقىم تەرەققىي قىلدۇرۇش، كېڭەيتىشنى داۋاملىق قوغداش، يېتىلدۈرۈش قەدىمىنى تېزلىتىش كېرەك. ئۇ ئارقىلىق تەدرىجىي كىشىلەر بېقىنىدىغان، سېغىنىدىغان، ئارزۇ قىلىدىغان ئىستېماللىق مەھسۇلاتقا ئايلاندۇرۇش كېرەك. بۇنى كونكرېت تەدبىقلاش، كېڭەيتىش جەھەتتە تەجربە 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. ئالايلىق، 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» مىنىپرال سۈيىگە نىسبەتەن بۇنداق بازارلار ناھايىتى مۇھىم. بۇ جايلاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپرال سۈيىنىڭ 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 كۈچىنى ئاشۇرۇشتىمۇ مۇھىم رول ئوينايدۇ. چۈنكى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپرال سۈيى ئۈرۈمچى 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 - ساتامدۇق دېگەن قاراش پەيدا بولىدۇ. بۇ باشقا مەھسۇلاتلارنى، بولۇپمۇ ئوخشاش تۈردىكى مەھسۇلاتلارنى ئېلىپ - سېتىشتا گەۋدىلىنىدۇ. مۇبادا ئاشۇ جايلاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپرال سۈيى 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 ئېھتىيات قىلىدۇ - 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

دائىرىسى كىچىكلەيدۇ. سودا قىلغۇچىلار، مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىپ ساتقۇچىلار سېتىشتا ھامان بوشلۇق ئىزدەيدۇ. ئوخشاش تۈردىكى مەھسۇلاتى يوق بولغان جايلاردا تۆكمە قىلىپ بازار ئاچىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنى 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 ئۈچۈن بۇنداق ئىدىيە شۇ بىر مەھسۇلاتنى بازارلىق قىلىدۇ. مەبلەغنىڭ باشقا جايلارغا ئېقىپ كېتىشىنى چەكلەيدۇ. يەرلىك ئالاھىدىلىككە ئىگە مەھسۇلاتنى تەرەققىي قىلدۇرىدۇ. گەرچە بۇ خىل سودا - سېتىق پىسخىكىسى ھازىرقى زامان سودىسىغا نىسبەتەن تولىمۇ قالاق سودا قارىشى بولسىمۇ، ئۆز جايىدىكى ئاۋامنىڭ قاراش نۇقتىسىدىن ئالغاندا خاتا ئەمەس. چۈنكى ئىستېمال ۋە سودىنىڭ ئالدىنقى شەرتى ئادەم، ئادەم ئىدىيەسى ئىستېمالنى ئاچىدۇ. ئىستېمال سودىنىڭ راۋاجىنى، خۇسۇسىيىتىنى بەلگىلەيدۇ. ئۇنى چۈشەنمىگەندە، يەنى ئىستېمالچىنىڭ پىسخىكىسىنى چۈشىنىپ يەتمىگەندە، سودا - سېتىقتا ئۇتۇق قازانغىلى بولمايدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيى ئۆز ئورنىدىن چىقىپ، باشقا بازارلارنى ئىگىلىسە، ئۇ چاغدا مانا مۇشۇ خىل روھ ۋە ئىستېمال پىسخىكىسى بۇ مەھسۇلاتنىڭ بازىرىنى راۋاجلاندۇرۇشقا كۈچلۈك تۈرتكە بولماي قالمايدۇ. مېنېرال سۇ ئىستېمال قىلغۇچى كىشىلەردىن سۈرۈشتە قىلىپ ئىگىلىگەن ئەھۋالدىن شۇنى ھېس قىلىشقا بولىدۇكى، قەشقەردىن چىقىپ باشقا جايلارغا بارغان تۈركۈم - تۈركۈم ساياھەتچى، ئېكسكۇرسىيەچى، سودا - سانائەتچى ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنى 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 زىياننى ئازايتىش، بارا - بارا پايدا ئېلىش، كۆپ سېتىش، تۆۋەن نىسبەتلىك پايدا يارىتىش، يۇقىرى ئۈنۈمنى قولغا كەلتۈرۈش يولىدا مېڭىش كېرەك. بازار ئېچىشتا، پايدا ياراتقان بازارلارنىڭ تەجرىبىسىنى قوللىنىش بىلەن بىر چاغدا، يېڭىدىن بازار ئاچقان جايلاردا كۆرۈلگەن زىياننى قامداش مېخانىزمىنى بەرپا قىلىش كېرەك. مۇقىم، بىرلىككە كەلگەن باھا بولۇش، قالايمىقان قىلىۋەتمەسلىك. بىر رايون، بىر جايدا بىر قول ئارقىلىق سېتىپ چىقىرىش كېرەك. بۇ مەھسۇلاتنىڭ خېمىم - خەتىرىنى ئازايتىدۇ، مەھسۇلات قولدىن - قولغا ئۆتۈپ كۆپ قوللۇق بولۇپ كەتسە، ھەم خېمىم - 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 ئۈنۈملۈك، 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 زاماندىكى ماركىنىڭ قىممەت يارىتىش، پۇلغا ئايلىنىش نۇقتىسىدىن ئالغاندا، ئۇنى بىر خىل مەھسۇلات بىلەن چەكلەپ قويسا، ئۈنۈمى تۆۋەن بولۇپ قالىدۇ. ماركىنىڭ ھەقدارلىرى، كۆپ خىل مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىش ئىقتىدارى



يارتالمايدىغان ئەھۋالدا ئوخشاش تۈردىكى مەھسۇلاتلار ياكى باشقا تۈردىكى مەھسۇلاتلارغا ماركىنىڭ پايدىلىنىش ھوقۇقىنى مەلۇم چەك ئىچىدە ساتسا، ئىجارىگە بەرسە بولىدۇ. مۇبادا ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىگە ئوخشاش ئىچىملىك تۈردىكى مەھسۇلاتلارغا ماركىنىڭ پايدىلىنىش ھوقۇقىنى سېتىشقا، ئىجارىگە بېرىشكە بولمىسا، ئۇ ھالدا باشقا تۈردىكى تۈرمۈش 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 تۈرلۈك 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» مېنېرال سۈيىمۇ تېگىشلىك ئۈستۈنلۈكى بىلەن ئۆزىنىڭ ھاياتىي كۈچىنى نامايان قىلىشقا پۇرسەت يارىتىدۇ. شۇڭا، «پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ ماركىسىنى كەڭ بازارغا سېلىپ، مەھسۇلات مىقدارى كۆپ بولۇش بىلەن ماركىسى قىممىتىنى ھەقىقىي ئىشقا ئاشۇرۇشقا تۈرتكە بولىدۇ.

خېيىم - خەتەر دەرىجىسىنى ئازايتىش كېرەك. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيى ئىچىملىكلەر تۈرى قاتارىدا بازاردا ئالدى بىلەن نېسى سېتىلىپ، ئاندىن پۇلى يىغىلىدۇ. بۇ ئۇنىڭ مەبلەغ خېيىمخەتەرىنى ئىزچىل ئېغىرلاشتۇرىدۇ. بۇ خىل سېتىشتا چوڭ - كىچىك خېيىم - خەتەر دائىم كۆرۈلۈپ تۇرىدۇ، مانا بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ 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 ھالغا كېلىدۇ. ۋاستىلىك ساتقۇچى ئاساسلىق خېيىم - خەتەرگە ئىگە بولىدۇ. بۇ خىل ئەھۋالدا كارخانىنىڭ - ئىشلەپچىقارغۇچىنىڭ زىممىسىدىكى ۋەزىپە ئازىيىپ، بازارنى ئېچىش، يېڭى مەھسۇلات يارىتىش ۋە ئۇنى تەتقىق قىلىشقا يېتەرلىك پۇرسەت تۇغۇلىدۇ. خېيىم - خەتەرنى ئوڭلاشقا سەرپ قىلىدىغان نۇرغۇن ئاۋازچىلىقى تۈگەيدۇ. شۇڭا ئىشلەپچىقارغۇچى ۋاستىلىك ساتقۇچىنى تۈرلۈك يوللار بىلەن رىغبەتلەندۈرۈشى، قوللىشى ۋە يېتەكلىشى كېرەك. كارخانىنىڭ خېيىمخەتەر دەرىجىسىنى ئازايتىشقا ياردەم بېرىپ، مەبلەغ خېيىم - خەتەرنى تىزگىنلەشكە ئاساس سېلىپ بېرىدۇ. يۇقىرىقىلاردىن باشقا، سۈپەتنى ئىزچىل ياخشىلاش، باشقۇرۇشنى كۈچەيتىش، تەتقىقاتنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش، ئىشلەپچىقىرىش ئۈنۈمى بىلەن بازار ئۈنۈمىنى 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 مەنپىرال 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 سېلىشتۇرما بولمىسا بولمايدۇ. بۇ يەردە مەن ئىككى شىركەت ۋە زاۋۇتنىڭ ئەھۋالى، تەرەققىيات يولى ھەققىدە ھېس قىلغان قاراشلىرىمنى ئايرىم - ئايرىم ئوتتۇرىغا قويۇپ، باشقىلار بىلەن ئورتاقلاشماقچى. تۆۋەندىكىلەر سېلىشتۇرۇپ چىققاندىن كېيىنكى ھېس قىلغانلىرىم:

1. سىياسىي ئۈستۈنلۈك. «پامىر» مەنپىرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى ۋە ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىرال سۇ زاۋۇتىنىڭ رىقابەتچىسى بولغان ئىككىنچى بىر خىل شىركەت ۋە مەنپىرال سۇ شىركىتىنىڭ سىياسىي ئۈستۈنلۈكى زادى قانچىلىك؟

سىياسىي ئۈستۈنلۈك ھازىرقى زامان كارخانىلىرى ۋە بىرەر ئورگاننىڭ تەرەققىي قىلىشىدىكى مۇھىم ئاساسلارنىڭ بىرى. سىياسىي ئۈستۈنلۈككە ئىگە بولماي تۇرۇپ تەرەققىي قىلغىلى بولمايدۇ، تەرەققىي قىلغاندىمۇ چەكلەشتىن خالىي بولالمايدۇ. يېڭىدىن قۇرۇلغان، تەرەققىي قىلىۋاتقان كارخانا ئۈچۈن، شۇنداقلا

«پامىر» مىنىپىرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى ئۈچۈن تېخىمۇ شۇنداق. بىراق بۇ شىركەت دىرىكتورلىرىنىڭ ھەممىسى ئىشتىن ئايرىلمىغان، كۆپ سانلىق پايچىك ۋە باشقۇرغۇچىلار ھۆكۈمەت خادىمى، ئىشچى - خىزمەتچىلەر بولۇپ، ئۇلار كارخانىنى باشقۇرۇشتا چوقۇم سىياسىي ئۈستۈنلۈككە ئىگە بولۇشى كېرەك. ئۇلار سىياسەتنىڭ قوللىشىدىن يىراقلاپ كەتسە، ئاسانلا كارخانىنى ۋەيران قىلىپ قويدۇ. ئەمەلىيەتتە بىر قىسىم دىرىكتورلارنى ناھىيەلىك ھۆكۈمەت ئىش تەقسىملەپ، ئۇ يېزا، بۇ كەنتلەرگە ۋەزىپە بىلەن ئەۋەتىۋەتتى. شۇنىڭ بىلەن ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپىرال سۇ زاۋۇتىدىكى ئىش ئۆكسۈپ قالدى. بۇ بارلىق باشقۇرغۇچىدا ئەندىشە پەيدا قىلدى. مۇشۇ ئەندىشىدىن كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇكى، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپىرال سۇيىنىڭ باشقۇرغۇچىلىرىدا سىياسىي ئۈستۈنلۈك يوق دېيەرلىك، بولغانىدەمۇ جانلىق ئەمەس. چۈنكى ئۇلار بىرلا مىنىپىرال سۇ زاۋۇتى، بىرلا «پامىر» مىنىپىرال سۇيىنىڭلا بولۇشىنى تەشەببۇس قىلدى ھەمدە بۇنىڭ ئۈچۈن زىيادە ئۇرۇنۇپ، سىياسىي ئۈستۈنلۈكنى 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 ھە دەپسىلا 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 ئۈستۈنلۈكىنى 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

تجارەت قىلىدىغان ئىمتىيازغا ئىگە. بۇنى قانۇنمۇ، پارتىيە، ھۆكۈمەتمۇ قوللايدۇ. شۇڭا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپرال سۇ زاۋۇتىنىڭ مەھسۇلاتى تەكشۈرۈشتىن ئۆتمىگەن دېگەن گەپ بىلەن بابلاپ ئەدىپىنى بېرەلدى، يەنى كېسەللىكلەرنىڭ ئالدىنى ئېلىش تارماقلىرىنىڭ پىچىتى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپرال سۇ زاۋۇتىغا چاپلاندى. بۇيرۇق خاراكتېرلىك چەكلەشنى يۈرگۈزگەن 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 ئالدىغان سۇغا ئايلاندى. بۇ جەھەتتە ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپرال سۈيىنى سىقىپ چىقىرىپ يول بەرمىدى.

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

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

ئىقتىسادىي جەھەتتە ئۈستۈن ئورۇندا تۇرۇپ كەلدى. ئەمما ئۇلارنىڭ كۆپ تەرەپلىمە قەرزى، بانكا قەرزى نەچچە مىليون يۈەن بولۇپ، ئۆسۈمىنى 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 پۇلى قاتارلىق ئامىللار قوشۇلۇپ، مەھسۇلاتنى زور ھەجىمدە چېكىندۈرۈپ، بازارنى ئىگىلىشى ناچار بولۇپ قالدى. شۇڭا ئۇلارنىڭ ئىقتىسادىي ئۈستۈنلۈكىنى يېتەرلىك ئاساسقا ئىگە دەپ قارىغىلى بولمايدۇ.

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

3. سۈپەت جەھەتتىكى ئۈستۈنلۈك. ھەر ئىككى تەرەپتە ئىككى خىل ئۈستۈنلۈك مەۋجۇت. ئەسلىدىكى «پامىر» دا مەھسۇلات ئۈستۈنلۈكى، يەنى سۇنىڭ سۈپىتى ياخشى، ئەلالىق دەرىجىسى يۇقىرى؛ ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ ئوراش، قاچىلاش ئۈستۈنلۈكى بار. ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ نام - ئاتاق ئۈستۈنلۈكى، بازار ئۈستۈنلۈكى ۋە ئىستېمال ئۈستۈنلۈكى بار، ئەمما مەھسۇلاتنى ئوراپ قاچىلاش جەھەتتە ئۈستۈنلۈكى 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، ئۈستۈنلۈكى ھەقىقەتەن بار. بۇنى ئېتىراپ قىلىش كېرەك. ئۇلار يېڭىدىن ئىشلەپچىقارغان 300 گىراملىق

مىنىپال سۇنىڭ ئوراپ قاچىلىنىشى شۇقەدەر سىپتا، چىرايلىق بولۇپ، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپال سۇيىنىڭ 300 مىللىگراملىق مەھسۇلاتى بولماسلىقتەك بوشلۇقنى تولدۇرۇپ دەرھال بازار تاپتى. بۇ مەھسۇلات ئوراش، قاچىلاش، سۈپەت جەھەتتىكى ئارتۇقچىلىقى، تېخنىكا يېڭىلاش جەھەتتىكى ئەمەلىي جانلىقلىقىنى ئىسپاتلىدى. بۇ خىل ئۈستۈنلۈك ھامان بازارنى ئۆزىگە جەلپ قىلماي قالمايدۇ. «پامىر» مىنىپال سۇ زاۋۇتى يەنە قانچە يىلدا بۇنداق يۇقىرى سەۋىيە، يۇقىرى تېخنىكا كۈچىنى كۆرسىتەلەيدۇ. بۇنىڭغا ھۆكۈم قىلىش تەس. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپال سۇ زاۋۇتى بۇنىڭغا سەل قارىماسلىقى، كەسكىن تەدبىر قوللىنىپ ئوراش، قاچىلاش سۈپىتىدە ئەلا ئىقتىدار ھازىرلىشى كېرەك.

4. ئىشلەپچىقىرىش ئۈستۈنلۈكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپال سۇ زاۋۇتىدىكى ئىش تۈزۈمى، ئىشلەپچىقىرىش تەرتىپى خېلىلا قالايمىقان، قائىدە - تۈزۈم زىيادە جانسىز. ئىش ھالقىلىرىنىڭ سۈپەت 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 سۈپىتى، ئىشلەپچىقىرىش ئۈنۈمىگە ئېغىر زەربە بېرىپ، كارخانىغا ئاپەت خاراكتېرلىك قىيىنچىلىقلارنى ئېلىپ كەلدى. ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتىنىڭ بۇ جەھەتتىكى قائىدە - تۈزۈملىرى بەك كۆپ، بىر قەدەر مۇكەممەل،

ئۇلارنىڭ جىمجىت 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 مىللىگرام، 600 مىللىگراملىق مىنىرال سۇ ئىشلەپچىقىرىپ، بازارغا سالغاندىلا، ئاندىن ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۇ زاۋۇتىدىكى كىشىلەر بىلگەن، ھەر قانداق چاغدا ئىشلەپچىقىرىش ئەھۋالىنى سەزدۈرمىگەن. زاۋۇتنىڭ، مەھسۇلاتنىڭ مەخپىيەتلىكىنى چىڭ ساقلىغان. دېمەك، ئىچكى باشقۇرۇشتا ئۇلار ئۈستۈنلۈككە ئىگە: ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۇ زاۋۇتى بۇنىڭ ئەكسىچە ئۈستۈنلۈكتىن مەھرۇم قالغان. بۇ ئىشلەپچىقىرىش، سۈپەت - ئۈنۈم قاتارلىقلاردا ئاشكارىلىنىپ قالغان. ئەڭ مۇھىم ھالقا ھەل قىلىنمىسا، كارخانا ھامان ھاياتى كۈچىدىن مەھرۇم قالىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۇ زاۋۇتى بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەمەس. ئۇ دەرھال بۇ خىزمەتنى ناھايىتى قاتتىق قوللۇق بىلەن تۈزەپ، ئىشلەپچىقىرىشنىڭ ئىچكى ھاياتى كۈچىنى ئاشۇرۇشى كېرەك.

5. رەھبەرلىك ئۈستۈنلۈكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۇ زاۋۇتىنىڭ رەھبەرلىك قاتلىمى تولىمۇ مۇرەككەپ، بەزىلەرنىڭ ھەقىقىي ئىشلەش ئويى يوق، ئۇلار ئاددىي ئىشنى تۈرۈپلا مۇرەككەپلەشتۈرىدۇ. كەسپى 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 بۇيرۇقۋازلىق 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 قىيىنچىلىققا يولۇقىدۇ، رەھبەرلىك قاتلىمىدىكى چېچىلاڭغۇلۇق، ئىتتىپاقسىزلىق، باش - باشتاقلىق ھەر تەرەپلىمە نىزالارنى پەيدا قىلىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۈيى 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، ھوقۇقنى ۋە باشقىلارنى تاران - تاراج قىلمايدۇ، ئاساسلىق قارارلارنى كولىپكتىپ چىقىرىدۇ. ئۇلارنىڭ رەھبەرلىك جەھەتتىكى ئۈستۈنلۈكىنى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۇ زاۋۇتىدىكىلەر قوبۇل قىلالمايدۇ. شۇڭا ئۇ يەردىكى ئىختىلاپ خېلى بىر زامانلارغىچە ھەل بولماسلىقى مۇمكىن. بۇ خىل ئەھۋالدا ئۇلارنىڭ شىركەتنى تېزدىن تەرەققىي قىلدۇرۇشنى 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 ئويۇشۇپ بىر ياقىدىن باش چىقىرىپ، مەركىزىي ئىشقا بويىسۇنۇش ئىدىيەسىنى جارى قىلدۇرۇشى زۆرۈر. بۇ زۆرۈرىيەت ئۇلارنىڭ چىقىش يولىدىكى ئاچقۇچ.

6. ئايلىنما مەبلەغ ئۈستۈنلۈكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال 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

قايتۇرىدىغان قەرزى بار. بۇ ھال ئۇلارنىڭ قايتا قەرز ئېلىش، قەرز مەبلىغى ئارقىلىق سەرماينى كۆپەيتىش، ئايلانما مەبلىغىنى جانلاندىرۇش ئىشلىرىغا توسالغۇ پەيدا قىلدى. ئەمەلىيەتتە  $\times\times$  بانكا بىلەن  $\times\times$  بانكا ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىرال سۇ زاۋۇتىغا قەرز بېرىشنى رەت قىلدى. ئىككى كارخانا ئايلانما مەبلەغ جەھەتتە قىسىلىپ، ئىشلەپچىقىرىشنى ئاران - ئاران يۈرۈشتۈردى. ئىككىنچى بىر خىل شىركەت سىياسىي جەھەتتە ئۈستۈنلۈككە ئىگە بولۇپلا قالماستىن، زىيان تارتىمۇ ئەسلىي مەبلىغى چېچىلىپ كەتمىگەن بولغاچقا، ئۆزىنىڭ ئىقتىسادىي يېغىرىنى ياپالدى. ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىرال سۇ زاۋۇتىدا بىر يىلدا بىر قېتىم پاي پايدا بولۇشى ئايرىپ بەرمىسە، 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 ئۈستۈنلۈكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىرال سۇ زاۋۇتىدا دىرىكتورلاردىن ئالتىسى بار. ئۇلار ماتېرىيال سېتىۋېلىش، يۆتكەش قاتارلىق ئىشلاردا كاماندېروپكىغا چىقىدۇ، ئايلىق ئىش ھەققى 1500 يۈەندىن 2500 يۈەنگىچە، تېلېفون راسخوتى، كىچىك ماشىنا راسخوتى ئايرىم ئاتچوت قىلىپ بېرىلىدۇ. ماتېرىياللارنى بىۋاسىتە سېتىۋالماي، ۋاسىتىلىك سېتىۋېلىش مەۋجۇت، سېتىۋالغان ماتېرىياللارنىڭ تەننەرخى بىر قەدەر يۇقىرى، بۇ ھال شىركەتنىڭ پايدىسىنى خورىتىدۇ، شۇنىڭ بىلەن مۇقىم سەرمايە جۇغلىيالىمىدى. بۇ ئىش ئۇزۇن مۇددەت داۋام قىلسا، شىركەتنىڭ قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈپ قېلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. ئىككىنچى بىر خىل بۇ خىل ئىشلىرى يوق دېيەرلىك، قانۇنىي ۋەكىل بۇ ئىشلارنى ئۆزى بىۋاسىتە تۇتىدۇ، ھەر قايسى تۈرلەرگە قويۇلغان ئۆلچەمنى شىركەتنىڭ پايدىسىغا قاراپ ئىجرا قىلىدۇ. ماتېرىيال سېتىۋېلىشتا باھا تالاشتۇرۇش ئۈسۈلىنى قوللىنىدۇ. بۇ

ئارقىلىق چىقىمىنى ئازايتقان. بۇ جەھەتتىكى ئۈستۈنلۈكىنى ئالاھىدە تىلغا ئېلىشقا تېگىشلىك.

8. كۆيۈنۈش ئۈستۈنلۈكى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال 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، كارخانغا كۆيۈنۈش كەيپىياتىنى ياراتقىلى بولمايدۇ. مىنىرال سۇ زاۋۇتى بىرلا ئادەمنىڭ مۈلۈكى ئەمەس، ئۇ پايچىكلارنىڭ مۈلۈكى، زاۋۇت ئىشچى - خىزمەتچىلىرىدىن قوشۇمچە، بىر قىسىملاردا زىيان بولسا، يالغۇز ماڭمىلا بولامتى؟ دەيدىغان قاراش شەكىللىنىپ قالغان. بۇ مەنئى جەھەتتىن ئىش ئورنىنى، زاۋۇتنى توۋەن 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 مېنېرال سۇ ئىشلەپچىقىرىدىغان، ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتى بىلەن رىقابەتلىشىدىغان، رىقابەت ئارقىلىق بىر - بىرىنى ئىلگىرى سۈرىدىغان زاۋۇت قۇرۇشنى ئارزۇ قىلغان. بۇ ئارقىلىق ئاساسلىق باشقۇرغۇچى تارماقلار، بولۇپمۇ تاجىك رەھبىرى كادىرلار ھەم مېنېرال 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» مېنېرال 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 - ئۇنىڭ سۈيى باشقا بۇلاقنىڭ بولسىمۇ، ماركىسى ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتىنىڭكى بىلەن ئوپمۇ ئوخشاش بولغان. شۇڭا كىشىلەر بۇ مېنېرال سۇنى 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 ماركىسىنى قويمۇق سېتىشقا مەجبۇر بولغان. بۇ ئىككى زاۋۇت بىر - بىرى بىلەن بەيگىگە چۈشكەنمىدى. مانا ئەمدى ئۇلار ھەقىقىي بىر رىقابەتچىگە دۇچ كەلگەنلىكىنى تونۇپ يەتكەن. ئەمما ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇت قىلچە پىسەنت قىلماي، ھەرقانداق ئەھۋالدا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ زاۋۇتىنى شەخسىيەلەرنىڭ 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 قىلالماي، 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» مىنىپرال سۈيىنى كۆپ تەرەپلىمە تەدبىرلەر بىلەن قوغداپ قالدۇق. بۇ جەھەتتىكى تۆھپە ھەقىقىي يوسۇندا ئېتىراپ قىلىنىشى كېرەك.

بىزدە ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتقا قارىتا كۈچلۈك 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 ئويلىنىدۇق. بىز مۇنداق بىرقانچە ئىشنى قىلدۇق. بىز ئۇلارنىڭ ئىزىدىن ئەمەس، سودا قىلىش ئۇسۇلىدىن پايدىلاندىق. ئۇنىڭ بىزگە ئۆگەتكەن، بىز ئۆگەنگەن، بىز بىلگەن نەرسىلىرى كۆپ بولمىسىمۇ، ئۆگەنگەن، بىلگەنلىرىمىز تولمۇ جانلىق، كۈچلۈك، ئۈنۈملۈك بولدى.

**1. باھادا ئاكتىپ بولدۇق.** ئەينى چاغدا نۇرغۇن تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىپ ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپرال سۈيىنىڭ ھەر بىر يەشىكىنى ئوتتۇراھال باھا 26 يۈەندىن سېتىشنى ئويلىغان ۋە مۇقىملاشتۇرغان بولساقمۇ، ئىچىملىكلەرنىڭ ۋاقت ئېھتىياجى، كىشىلەرنىڭ باھانى كۆتۈرۈش كۈچى، قەشقەر ۋىلايىتىنىڭ ئىقتىسادىي ئەھۋالىنى نەزەردە تۇتۇپ، ھەر بىر يەشىكىنى 24 يۈەن ياكى 23 يۈەن قىلىشنى ئويلىدىق. 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» مىنىپىرال سۈيىدىن باشقا ئىككىنچى بىر خىل «پامىر» مىنىپىرال سۈيىنىڭ بولمايدىغانلىقى ئالاھىدە تىلغا ئېلىنغان بولسىمۇ، ئۇنىڭ تاقالغانلىقىنى ھېچكىم جاكارلىمىغان ياكى ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپىرال سۈيىگە كىلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى ئۇنى سېتىۋالمىغان، شۇڭا بىز ئۇلارنىڭمۇ بىر ئامال قىلىپ سۈيىلەپچىقىرىپ بازارغا سالىدىغانلىقىنى پەرەز قىلىپ بولغانىدۇق. چۈنكى ئۇمۇ تاشقورغاننىڭ بولغانمىغان بۇلاق سۈيىنى مەنبە قىلاتتى، ئۇنى ھۆكۈمەت ھە دېگەندىلا ئەمەلدىن قالدۇرمايدۇ. دېگەندەك ئۇلارمۇ 2000 - يىلى 4 - ئاينىڭ 15 - كۈنى ئىشلىگەن مەھسۇلاتىنى ئەتىسىلا بازارغا سالىدى. ھەر يەشك مىنىپىرال سۈيى نېسى 29 يۈەن باھا بىلەن تارقاتتى، شۇ چاغدىلا بىزنىڭ ئىشىمىز ئوڭ كەلدى، دەپ قارىدۇق. ئۇلارنىڭ بۇ باھاسى زىيادە يۇقىرى ئىدى. ئالدىنقى يىللاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپىرال سۈيى نامى بىلەن بازارغا سېلىنغان بۇ سۈيى ئالاھىدە بازار تاپقان. سەۋەبى، بازاردىكى مىنىپىرال سۈيىلارنىڭ ھازىرقىدەك تۈرى كۆپ، سۈپىتى ياخشى ئەمەس ئىدى. ئۇنىڭ ئۈستىگە ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپىرال سۈيىدە ئادەم بەدىنىگە پايدىلىق ئېلېمېنتلار كۆپ، ماگنىتلىق دەرىجىسى يۇقىرى ئىدى، مانا بۇ ئالاھىدىلىك بۇ سۈيى قەدىرلەش تۇيغۇسىنى پەيدا قىلغان، كىشىلەر ئەتمۇرلاپ ئىچىشكە ئادەتلەنگەن. ئالدىنقى يىللاردا كىشىلەرنىڭ قولىدا پۇل كۆپ، ھۆكۈمەت قىزىل رەقىمى ئاز ئىدى. كىشىلەر بۇ سۈيى ھەر ھالدا كۆپرەك سېتىۋالغان. شۇڭا، باھاسى ئىزچىل يۇقىرى بولسىمۇ، بېسىلىپ قالمىغان. بۇ مەھسۇلات ئالدىنقى يىللاردا ئەسلىدىكى «پامىر» نى تەپكەن، كىشىلەر ئۇنىڭغا كۆنگەندى. 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 تەدرىجى

يۇقىرى ئۆلچەملىك باھاغا قاراپ تەرەققىي قىلدۇرساق ھەم مەھسۇلاتنىڭ بازىرى توسالغۇغا ئۇچرىمايدۇ، ھەم ئابروىي چۈشمەي ئىناۋىتى ئاشىدۇ. بىز 4 - ئاينىڭ 18 - كۈنى باغلىما تىجارەت شەكلىدىكى كىچىك توختامنى تۈزۈپ، تىجارەتچىلەرگە نەق پۇلغا ھەر بىر يەشك ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنى 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 سۈيىمىزنى ساختا سۇ دەپ تەتۈر تەشۋىق قىلدى. لېكىن، بىز ئۇلارنىڭ داۋراڭلىرىغا قۇلاق سالماي، دەيدىغانى دەۋەردۇق، قىلىدىغانى قىلىۋەردۇق. ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇتنىڭ ئادەملىرى بىز مال تارقاتقان كۈنى چۈشتىن كېيىن مەھسۇلاتنىڭ باھاسىنى 29 يۈەندىن 28 يۈەنگە چۈشۈردى. مانا بۇ ئۇلارنىڭ بازىرىدا تۇنجى مەغلۇبىيەتنى كۈتۈۋېلىشى ئىدى. كېيىن ئۇلار يەنە تۆۋەنلىتىپ 26 يۈەنگە چۈشۈردى. بىراق مەھسۇلاتى بازار تاپالماي 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 نەتىجە.

2. ھەقسىز تارقىتىشقا قاتتىق چەك قويدۇق. ئالدىنقى يىللاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيى ئىزچىل ھالدا ئايرىم ئەمەلدار ۋە خادىملارنىڭ ھەقسىز ئىستېمال قىلىدىغان، بەزىلەر مېنېرال سۈيى زاۋۇتىنىڭ 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 پۇل سەرپ قىلىپ مېنىرال سۇ ئىشلەپ، بىكارغا تارقىتىدىغان ئىشقا قاتتىق چەك قويدۇق. 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 باردۇق. ئەسلىدىكى شىركەت پىلانى ۋەدىسىدە 100 مىڭ يۈەن خەجلىپ 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 ساليۇت ئېسىپ ئاتتى، تەشۋىقات ۋەرىقى تارقاتتى. ئۇلار ھەتتا ماشىنىلارغا ئەسلىدىكى «پامىر» مېنىرال سۈيى بىز ئىشلەۋاتقان مەھسۇلاتنىڭ دەل ئۆزىدۇر. ئەسلىدىكى «پامىر» ساختا دەپ يازدى. بىزنىڭ قاتتىق ئاچچىقىمىز كەلدى.

لېكىن بىز بۇنىڭغا خۇشال بولدۇق. ئۇلار بىزنى تەييارلا تەشۋىق قىلىۋاتقان تۇرسا، نېمە دەپ رەنجىمىز؟ بۇنىڭغا سۈكۈت قىلىش كېرەك ئىدى. ئاخىرى 7 - ئايغا كەلگەندە، گېزىت، رادىيولاردا ئالاھىدە پەرقلىق تەشۋىقات ئېلىپ باردۇق. ئۇلارنىڭ تەشۋىقات شەكىللىرىدىن ماھىرلىق بىلەن پايدىلىنىپ، ئوخشىمايدىغان، ئۆزگىچە تەشۋىقات ئىشلەپ، ئۇلار بىلەن بولغان ئالاھىدە پەرقىمىزنى ئېنىق كۆرسىتىپ قويدۇق. 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 ئالغاننى پەرقلەندۈردۇق. تارقىتىشتا ئىدارىلەرنى، ئىستېمالچىلارنى بەھۋە ئويلاپ يۈرمەي، بازارنى تويۇندۇردۇق. يەنى ھەر قانداق جايدىكى بىر دۇكان بولسۇن، مەھسۇلاتنى ئاپىرىپ بېرىپ كەڭ تارقىتىشقا ئاساس سالدۇق. بۇ جەھەتتە ئۇلارنىڭ تەلپىدىكى مۇلازىمەتنى بارلىق كۈچىمىز بىلەن قىلىپ رازى قىلدۇق.

2000 - يىلى 7 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، قەشقەر

## تەرەققىيات كىمگە مەنسۇپ

ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتىغا قارىغاندا، ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتىنىڭ ئۈستۈنلۈكى كۆپ. بۇ ئۈستۈنلۈك كەلگۈسىدە كۈچىنى 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 ئىككى 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 مېنېرال 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 ماركىسى بىلەن سۇ ئىشلەپ بازارغا سالسا، بازار ئۈستۈنلۈكى بولىدۇ. ئۇ چاغدا بازارنى بارا - بارا ئىگىلەپ، ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ سودىسىغا تەسىر كۆرسىتەلەيدۇ. ئۇ يەنە ئۆزىنىڭ سىياسىي جەھەتتىكى ئۈستۈنلۈكىدىن پايدىلانسا، ئەسلىدىكى «پامىر» ماركىسىنى قايتا ئېلىش پۇرسىتىگە ئىگە بولالايدۇ. «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتىدىكىلەر مۇ دەمال بۇنىڭغا تاقابىل تۇرالمايدۇ ھەم مايىل بولۇشقا مەجبۇر بولىدۇ. دېمەك، بۇ ماركىنى 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» مېنىرال 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» مېنىرال سۈيى 10 نەچچە يىل تەتقىقات ئېلىپ بېرىش ئارقىلىق ياخشىلىقى ئىسپاتلانغان مەھسۇلات. ھېلىقى زاۋۇت ئىشلىگەن بۇلاقنىڭ سۈيى زادى قانداق؟ بۇ توغرىدا ئېنىق بىر مەلۇماتنى كۆرمىدۇق. نۇرغۇن كىشىلەر بۇ جەھەتتىكى ئىشلارنى بىلمەيدۇ. مەھسۇلاتنىڭ چۈشەندۈرۈشىگە يېزىلغان سۇدىكى 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» مېنىرال سۈيى 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 ماڭالسا، نۇرغۇن جەھەتتىن پۇت تىرەپ تۇرۇش ئىمكانىيىتىنى يارىتالايدۇ.

3. نەق مەيدان تەشۋىقاتىنى جانلاندىرۇش كېرەك. ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتىنىڭ بازاردىكى تەشۋىقاتى بەك جانلىق بولۇۋاتىدۇ. ھەتتا چېكىدىن ئېشىپ كېتىۋاتىدۇ. ئالايلىق، 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، بىۋاسىتە كۆرسىتىش، ماقالە ئويۇشتۇرۇش كېرەك ئىدى. كىشىلەر نەق مەيداننى كۆرسە، ئىككى بۇلاقنىڭ يېقىنلىقىنى ئۆز كۆزى بىلەن كۆرسە ھەر ئىككىسى ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيى ئىكەنغۇ دېگەن تۇيغۇغا كېلىدۇ. ئۇ چاغدا ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتىدىكىلەر ئۇنى ساختا دېسىمۇ باشقىلار بۇنى كۆرەلمەسلىك دەپ قارايدۇ. بۇ ئۇلار ئىشلەپچىقارغان ھېلىقى ماركىلىق مەھسۇلاتنى بازارغا يۈزلەندۈرۈشكە تۈرتكە 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. قالايىمقانچىلىق، بازار ئېگىز - پەسلىكى سادىر قىلىشتىن ساقلىنىشى كېرەك. ئەمەلىيەت ئىسپاتلىدىكى، ئۇمۇ - بۇمۇ ساتسا كاساتچىلىق يۈز بېرىدۇ. بازار قالايىمقانلىشىدۇ، مەبلەغ چېچىلىپ كېتىدۇ. شۇڭا خېرىدار چاقىرىپ، سېتىشنى ھۆددە بېرىپ، بىرلا تەرەپ سېتىشنى قېلىپلاشتۇرۇش 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 تۈپ ماھىيىتىنى بېكىتىش رولىنى ئوينايدۇ. ئۇ ھەم مۇقىم بولۇشى، ھەم جانلىق بولۇشى كېرەك. بۇ ئىككىسى ئورتاق ئىشقا ئاشسا ئۈنۈمى ياخشى بولىدۇ. جانلىق بولمىغاندىمۇ مۇقىم بولسا مەھسۇلاتنىڭ ئىناۋىتى ئاشىدۇ. ئەمما مەنپىرال 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 تۈردىكى ئىچمىلىكلەرنىڭ باھاسىغا، بازارنىڭ كۆتۈرۈش كۈچىگە قاراپ بولۇشى كېرەك.

7. مۇلازىمەتنى زور كۈچ بىلەن ياخشىلاش كېرەك. ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنى ساتقۇچىلار قەشقەر شەھىرىگىلا يىغىلىۋالغان. سېتىش دائىرىسى تولىمۇ چەكلىك، ناھىيەلەرگە ۋە رايون ئاتلاپ باشقا جايلارغا ساتمايدۇ. مانا بۇ، مەھسۇلاتنىڭ كۆپرەك سېتىلىشىغا تەسىر قىلىدىغان مۇھىم ئامىل. ئۇلار ناھىيەلەردە، يېزىلاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىرال سۈيىنى تارقاتقاندا تارقىتىشقا، 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 گىھىدا ئىغۋاگەرنىڭ ئاجىزلىقى، يېتەرسىزلىكىنى ئاشكارىلاپ قويدى. ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىرال سۈيىنى 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 نشان قىلغان ھالدا مۇۋاپىق تەدبىر قوللىنىپ، تەشۋىقات ئېلىپ بېرىشى كېرەك.

9. ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتى چوقۇم ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتى بىلەن ھەمكارلىقنى قانات يايدۇرۇشى كېرەك. ھەتتا ئۇلار كەلگۈسىدە قوشۇلۇشنى ئىشقا ئاشۇرسا، بىرلىشىپ كەتسە، ھەر ئىككى زاۋۇتقا پايدىسى تېگىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتىنىڭ خادىملىرىدا ئىككىنچى بىر خىل سۇ زاۋۇتىنى يەۋېتىش غەربى بولسىمۇ ئېنىق مەقسەت - مۇددىئاسى يوق. يەنە بىرقانچە يىلغىچە ئۇنى يۇتۇۋالغۇدەك مادارغىمۇ ئىگە بولالمايدۇ. ئىككىنچى بىر خىل زاۋۇتنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» سۇ زاۋۇتىنى يەۋېلىش غەربى بولسىمۇ كۈچى ئۈنچىۋالا يېتەرلىك ئەمەس. شۇڭا ئۇلار ئۇزاق زامانلارغىچە تىرىكىشىدۇ، تىرىكىشىشتە ھامان بىر - بىرىدىن زەربە يەيدۇ، ئۇنىڭدىن كۆرە رىقابەتچى بولسىمۇ، رەقىب بولۇپ قالماستىكى، 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 ئۈنۈملۈك ئىشقا ئاشۇرالمىسا، تەدرىجىي ھالدا ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتىنى يەۋېتەلەيدۇ. ئۇنداق بولمايدىكەن ئەسلىدىكى «پامىر» بىرقانچە يىلدا تەجرىبە توپلاپ، كۈچىيىپ مەلۇم تەرەققىياتقا ئېرىشىپ، ئۇزاق مۇددەت تىرىكىشىپ تۇرۇش ۋەزىيىتىنى ساقلاپ قالىدۇ. تىرىكىشىش جەريانىدا ئىككىنچى بىر خىل ئۆز رايونىدىن ھالقىپ، بازارغا ئىگە بولالمىسا، ئۇ چاغدا تەرەققىيات چوقۇم ئۇنىڭغا مەنسۇپ بولىدۇ.

## دېرىكتورلارنى بازار ئېچىشقا يۈزلەندۈرۈش كېرەك

— سىلەرنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» مېنىرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىدە قانچە ئەمەلدار، قانچە دېرىكتور بار؟ — دەپ سوراپ قالدى بىر خەنزۇ ساتقۇچى بىر كۈنى بىزنىڭ باھادىكى ئۆزگەرتىش، تالاش - تارتىشلاردىن ئاغرىنىپ.

— ئەمەلدار خېلى كۆپ. ئەمما، بىزنىڭ ئېتىراپ قىلىدىغىنىمىز 50 ئەتراپىدا كىشى بار. بۇنىڭ ئىچىدە دېرىكتوردىن بەش - ئالتە ئادەم بار.

— نېمە؟ بىر مېنىرال سۇ شىركىتىدە بەش - ئالتە دېرىكتور بارمۇ؟ سىلەرنىڭ شىركەت مېنىرال سۇدىن باشقا قانچە خىل مەھسۇلات ساتىدۇ؟ ئەسلىدىكى «پامىر» مېنىرال سۇ زاۋۇتى كىچىككىنە بىر زاۋۇت، ئىشلەيدىغان مەھسۇلاتمۇ تايىنلىق. شۇنداق تۇرۇقلۇق، قايسى ئىش ئۈچۈن شۇنچە كۆپ دېرىكتور كېتىدۇ! دېرىكتور كۆپ يەردە گەپ كۆپ، ئىش ئاز، چىقىم كۆپ، ئۈنۈم ئاز بولىدۇ. ھازىرقى زامان شىركەتلىرىدە چىقىم كۆپ، بىكار نان يېگۈچىلەر كۆپ بولۇپ كەتسە، كارخانا، شىركەت روناق تاپالمايدۇ، ۋەيران بولمىسىمۇ، بىر ئىزىدا توختاپ قالىدۇ. نېمىشقا دېسىڭىز، دېرىكتور كۆپ بولۇش سەۋەبلىك سىلەردىمۇ بۈگۈنكى 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 بىرىنىڭ گېپى چىقىدۇ، گېپى چىققاننى ھېساب قىلمىسا، چوڭ ئىختىلاپ تۇغۇلىدۇ، بىرەر ئىشنى قىلماقچى بولسىمۇ ۋاقتىدا كېڭىشىپ ھۆكۈم قىلالمايدۇ. ئۇنداق بولسا ئىش ۋاقتىدا



ھەل بولماي، پۇرسەت كېتىدۇ - دە، بازار ئۆلىدۇ، بازار ئۇلارنى ساقلاپ تۇرمايدۇ. پايدا ئالمەن دېسە بازاردا چاققان بولۇش كېرەك. دىرېكتور كۆپ شىركەتتە بۇنداق پۇرسەت دائىم زاپا بولۇپ كېتىدۇ. بولۇپمۇ، سىلەرنىڭ ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ زاۋۇتىدا قاتمىل كارخانا باشقۇرۇش ئۈسۈلى 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 دېگەننىكى، ھازىر ئۇلارنىڭ ئايلىق ئىش ھەققى ئەڭ تۆۋەن بولغاندۇمۇ 1500 يۈەن بولىدۇ. ئۇلارنىڭ كاماندېرۇپكىسىمۇ 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 ئالغاندەك قىلىشىمۇ، 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 باشقۇرالمىدۇ. ئارىدىن نەپ ئالىدىغانلار كۆپىيىدۇ. پاي قوشقان كىشىلەر پايلىرىنى دەرھال قايتۇرۇۋېلىشى كېرەك، چۈنكى سىلەرنىڭ دىرېكتورلاردا

كارخانا مونوپوللۇقى ۋە جانلىق، ھەقىقىي سودا ئېشى يوق. بىر ئادەم قۇرۇپ، بىرقانچە ئادەم باش قوشۇپ باشقۇرىدىغان شىركەتلەردە بۇنداق بولمايدۇ. ئىش ئىش بولىدۇ، ئۈنۈم ياخشى بولىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنى ياخشى باشقۇرسا، سۈپەتلىك ئىشلەپچىقارسا، كەڭ كۆلەمدە مەبلەغ سالسا، مەھسۇلات پۈتۈن دۇنياغا يۈزلەنگەن بولاتتى.

– نېمە دېسەڭ، ھازىرچە ئامال يوق، – دېدىم مەن ئۇنىڭغا، – بۈگۈن مۇنداق ساتتىم، ئەتە يەنە بىر خىل سېتىشىم ياكى ساتماسلىقىم مۇمكىن. ئالساڭ ئال، بولمىسا كوتۇلدىما.

بۇ بىر سورۇندا بىرمۇنچە گەپلەر چاقچاق بىلەن ئارىلىشىپ كەتتى. گاھى پەرزەنتلىرىنى ئېتىبارغا ئالمىغاندىمۇ، گاھى قاراشلارنى، يەكۈنلەرنى نەزەرگە ئالماي بولمايدىكەن. دەسلەپ ئۇنىڭ گەپلىرى ماڭا قاتتىق تەگكەن بولسىمۇ، قىزىرىپ تۇرۇپ، تەمكىن ھالدا ئاڭلىدىم. ئاچچىقىمنى يالغان كۈلكە بىلەن يوشۇردۇم. ئۇنىڭ گەپلىرىگە بەكرەك زەڭ سالسام، نۇرغۇنلىرى توغرىدەك قىلدى. مانا ئەمدى ئويلانساق، ئاشۇ دېگەن گەپلەرنىڭ ھەقىقەتەن ئاساسى بار ئىكەن. شىركەتنىڭ يىل ئاخىرىدىكى خۇلاسە ۋە بەزى ئەھۋاللىرىنى ئاڭلىغاندا كۆرسەك ئايرىم دىرىكتورلارنىڭ ئالغان پۇلدىن كاماندېروپكا 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. دىرىكتورلارنىڭ ئىش تەقسىماتىنى چوقۇم ئېنىق بېكىتىش كېرەك. دىرىكتورلارغا قارىتا قاتتىق تۈزۈم تۇرغۇزۇپ، چەكلەش مېخانىزمىنى يۈرگۈزۈش، بويىسۇنمىسا ۋاقتىدا ھوقۇقىدىن قالدۇرۇش كېرەك. ئىمكانىيەتنىڭ بارىچە ئۇلارنىڭ

سانىنى قىسقارتىش، قىسقارتىشقا بولمىغاندا، دەرىجىسىنى تۆۋەنلىتىش، ئىش تەقسىماتىنى ئايرىپ، شۇ بويىچە ئىش بېجىرىش نەتىجىسىنى تۇرۇغۇزۇش كېرەك.

2. ئىش ھەققىنى تۇراقسىز قىلىش كېرەك. ھەر بىر دېرىكتورنىڭ 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، كۈللۈكتىپ مۇزاكىرە قىلىش، بىرلا ئادەمگە بويۇنۇشتەك ئىچكى باشقۇرۇش لايىھەسىنى يولغا قويۇپ ئەمەلىيلەشتۈرۈش كېرەك.

4. دېرىكتورلار ماتېرىيال سېتىۋېلىشنى، كاماندېروپكا 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 تەكىتلىنىۋاتىدۇ. شۇڭا كارخانىلاردا ماتېرىيالغا بولغان ئېھتىياجنى قاندۇرۇش ناھايىتى مۇھىم بولۇۋاتىدۇ. مىنىرال سۇغا كېتەرلىك ماتېرىياللارنى ئىشلەپچىقىرىدىغان كارخانىلارمۇ مۇلازىمەت ئارقىلىق سېتىشقا يۈزلەنگەن، شۇڭا بۇ خىل مەھسۇلاتنى ئىشلەپچىقارغان زاۋۇتىنىڭ ئالدىغا بېرىپ ماتېرىيال سېتىۋېلىش ھاجەتسىز. تاشقورغاندا تۇرۇپمۇ شۇ خىل ماتېرىياللارنى زاۋۇت باھاسىدا سېتىۋالغىلى بولىدۇ. دېرىكتورلار

شۇ خىل خام ماتېرىياللارنى ئالاھىدە بېرىپ سېتىۋالماي، تاشقورغاندا تۇرۇپ سېتىۋالسا، تەبئىيىكى ماتېرىيال تەننەرخى زور دەرىجىدە تۆۋەنلەيدۇ. مەسىلەن، كاماندروپكا 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 زاۋۇتىنىڭ ماتېرىيالغا سالغان مەبلىغىنى خوراتماي، مەبلەغ ئەمەلىي كۈچىنى ئاشۇرىدۇ؛ ماتېرىياللارنىڭ خېيىم - خەتىرى تۈگەپ، 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 بىۋاسىتە ئېلىپ كەلسە، چوقۇم سۈپەتكە ئەھمىيەت بەرمەي قالمايدۇ، سۈپەتسىز بولسا قايتۇرۇش ئاسان، ماتېرىيال زىيىنى كۆرۈلسە بېرىدىغان پۇلدىن تۈتۈپ قالسا بولىدۇ. ئۇ چاغدا ماتېرىياللارنىڭ مونوپوللۇق خاراكتېرى، مەسئۇلىيەتچانلىق دائىرىسى كۈچلۈك بولىدۇ. زىيان كارخانىغا بولماي، ۋاكالىتچى تەرەپكە بولىدۇ. ماتېرىيال ساتقۇچىنىڭ مەبلىغىدىن پايدىلىنىپ پايدا ئالغىلى بولىدۇ. ماتېرىيالغا مەبلەغ سالغۇچىلارنىڭ مەبلىغى تاشقى مەبلەغ بولۇپ، زاۋۇتقا چوقۇم ھاياتى 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 جانلاندىرۇشتا ئالاھىدە رول ئوينايدۇ. بۇنىڭ بىلەن زاۋۇتنىڭ ئەسلىدىكى مەبلىغى خورىمايدۇ، كۆپىيىدۇ، ھەتتا مەبلەغنىڭ بانكا ئۆسۈمۈمۇ 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 بارىدۇ. مىنىرال سۇ تىجارىتى تېگىدىن ئالغاندا ئالدىن مەبلەغ سېلىپ، كېيىن پۇلنى يىغىدىغان بىر خىل تىجارەت بولغاچقا، تاشقى مەبلەغ بىلەن ئىشلەپچىقىرىشنى جانلاندىرۇش ئەڭ ئۈنۈملۈك، ئەڭ جانلىق يول.

5. دىرىكتورلارنى بازارغا غەرق قىلىش كېرەك. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۈيىنىڭ داڭقى بولسىمۇ، بازىرى جانسىز، بازىرى بولسىمۇ ئاز، ئېچىلمىغان؛ خېرىدارى بولسىمۇ، ئومۇملاشمىغان، بۇنىڭ ئاساسلىق بازىرى قەشقەر شەھىرى، بۇ سۈنى ناھىيەلەردە تونۇيدىغانلار ئاز، تونىسىمۇ ناھىيە بازىرى بىلەن چەكلەنگەن، يېزا - بازارلاردا بىلىدىغانلار يوق دېيەرلىك. بىزنىڭ بىرنەچچە دىرىكتورىمىز 10 مىڭ توننا مىنىرال سۇ ساتمەن دەپ پونئاتتى - يۇ، 100 توننا 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 ئۈنۈمى 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 دىرىكتورلار ھە دېسە شارائىتنىڭ 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 ئۈنۈم قولغا كېلەتتى. بۇنداق بولغاندا: (1) دىرىكتورلارنىڭ بازار قارىشى، سودا ئېڭى ۋە مەھسۇلاتقا قارىتا چۈشەنچىسى، مۇھەببەت تۇيغۇسى كۈچىيىپ باراتتى؛ (2) مەنپەئەت سۈپىتى 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 مۇنوپول قىلىش ئۈچۈن ئاساس سالاتتى. ئەمدىكى گەپ ئۇلارنى بازارغا، بازار ئېچىشقا يۈزلەندۈرگىلى بولامدۇ - يوق؟ دىرىكتورلارنىڭ 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 تۈزۈپ، ئۈنۈمگە قاراپ ئىش ھەققى بېرىش ياكى ساتقان مەھسۇلاتتىن ئالغان پايدىنىڭ مەلۇم قىسمىنى ئاجرىتىپ بېرىش قاتارلىق جانلىق يوللار بىلەن ئۇلارنىڭ قىزغىنلىقىنى قوزغاش كېرەك.

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

2000 - يىلى 12 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، قەشقەر

## قاتماللىق، دورامچىلىقتىن قۇتۇلۇپ، تەتقىقاتنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش ئارقىلىق سۈپەتلىك مەھسۇلات يارىتىش كېرەك

«پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ داڭقىنى ھېسابقا ئالمىغاندا، ئىشلەپچىقىرىش، سېتىش قاتارلىق ئىشلاردىكى يېتەرسىزلىكى ئۇنىڭ كۆپ تەرەپلىمە ئارتۇقچىلىقىنى يوققا چىقىرىۋەتتى. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ مەسئۇلىيەت شىركىتى مېنېرال سۈيىنىڭ 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 سالىدىغان ئادەم يوق. ئەينى چاغدا ئۈسكۈنىنى سېتىۋالغان دىرىكتور ئۈسكۈنە سېتىۋېلىش توختىمىنى قول ئۈچىدا تۈزگەن، لايىقەتلىك ئۈسكۈنە سالاھىيىتىنى تەكشۈرمىگەن ۋە ئۆلچەم بويىچە تەكشۈرۈپ ئۆتكۈزۈۋالمىغان، كېلىپ چىققان چاتاقلارغا ئۈسكۈنە ساتقان شىركەت ئىگە بولمىغانلىقتىن، ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ زىھنىيەتلىك ۋە ئاۋازچىلىككە دۇچ كەلدى. بۇزۇلغان سايمانلارنى رېمونت قىلىش، زاپچاس ئېلىش قاتارلىق ئىشلار زىھنىيەتلىك ھالسىراتتى، مەبلەغىنى بىھۈدە ئىسراپ قىلدى، ھەتتاكى ئۇنىڭ تەسىرى مەھسۇلاتنى ۋاقتىدا ئىشلەپچىقىرىشقا توسالغۇ بولدى. ئىشچىلارنىڭ ۋاقتىنى بىھۈدە ئىسراپ قىلدى. ئاڭلاشلارغا قارىغاندا، ئۈسكۈنىلەرنىڭ



ھەممىسىگە نەق پۇل بەرسەك باھاسى تۆۋەن بولىدۇ دەپ پۇل تۇتۇپ قالماي ھەممە پۇلنى نەق بەرگەن، يېڭىدىن سېتىۋالغان بۇ ئۈسكۈنىنىڭ ئىچكى قىسمىدىكى قۇرۇلمىلارنىڭ ھەممىسى پۈتۈنلەي دېگۈدەك ناچار بىرىكمە سۇلياۋلاردىن 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 گۇماننى پەيدا قىلدى. مەھسۇلات سېتىش قانۇنىيىتى نۇقتىسىدىن ئالغاندا، بۇنداق چوڭ تىپتىكى ئۈسكۈنىنى سېتىۋالغاندا، چوقۇم ساتقۇچىنىڭ پۇلىدىن بىر قانچە 100 مىڭ يۈەن پۇل تۇتۇپ قېلىنىدۇ. ھەقىقەتەن ئۈسكۈنىدىن مەسىلە كۆرۈلمىسە، ئاندىن تۇتۇپ قالغان پۇل تەدرىجىي 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 ئىشلەپچىقىرىلمىدى. شۇ كونا رامكا، كونا بوتۇلكا ئۇنىڭ ئاساسلىق ئوراپ - قاچىلاش ئۆلچىمى بولۇپ قالدى. بىرەر يېڭى مەھسۇلات ئىشلەپ، كونا مەھسۇلاتقا يانداشتۇرۇلمىدى.

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

سۈپەتلىك ئىشلەپ بېرىشنى 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 ئۈرۈمچىدە ياتتى، ئۇنىڭغا نۇرغۇن پۇل سەرپ قىلدى. بۇ ماتېرىياللارغا پۇلنى ئالدىن بەردى. شۇنىڭ بىلەن ئۈسكۈنە سېتىۋالغاندىكىدەك ئويۇندىن يەنە بىرسى ئوينالدى. ئەمەلىيەتتەمۇ، قەشقەردىكى يەشىك زاۋۇتى بىلەن بىر دانە يەشىكنى 2.8 يۈەندىن ياساپ بېرىشنى پۈتۈشكەن. ئۈرۈمچىدە ياساتقان يەشىكنىڭ ھەر بىر دانىسى 3.2 يۈەندىن (3 يۈەندىن پۈتكەن، 0.2 يۈەندىن يۆتكەش كىراسى قوشۇلغان) بولغان. بۇ يەشىكلەر ناھايىتى ناچار ياسالغاچقا، ئاسانلا مېجىلىپ كەتتى. خەتلىرى كۆك رەڭدە بېسىلغان بولسىمۇ، ئاپتاپتا رەڭگى تېزلا ئۆچۈپ كەتتى. ماتېرىيالى نىپىز بولغاچقا، سۇ قاچىلاپ ئۈستى - ئۈستىلەپ باسقۇلى بولمىدى، يەشىك يېنىغا مۇز تاغنىڭ سۈرىتى چۈشۈرۈلگەن بولسىمۇ، تازا جەلىپكار، كۆركەم ئەمەس ئىدى. نۇسخا ۋە كۆرۈنۈشلىرى ئاساسەن تازىلانغان ۋاخا سۈيىنىڭ يەشىك ۋە بوتۇلكىسىغا تەقلىد قىلىنغان ۋە شۇنى ئۆلچەم قىلىپ ياساتقان، كىچىك بوتۇلكىلىق مېنېرال سۇ يەشىكىنىمۇ بازارغا قارىماي، بىر يەشىكىگە 24 بوتۇلكا مېنېرال 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 «لېبەشى» سۈيىنىڭ بوتۇلكىسى ئۆلچەم قىلىنغان. ماركا بوتۇلكىغا، بوتۇلكا يەشىكىگە ماس كەلمەسلىك ئەھۋاللىرى ئىزچىل يۈز بەردى. بۇ نەرسىلەر پەقەت مەھسۇلاتنىڭ شەكلىدە ۋە قۇرۇلمىسىدا قىسمەن ئۆزگىرىش پەيدا قىلدى. لېكىن، مەھسۇلاتنىڭ كۆرۈنۈشى ۋە باشقا جەھەتلەردە دورامچىلىق، شەكىلۈزلىق 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 قاپلىنىشىدىمۇ ھەممە جەھەتتىن ماسلاشقان، بىر گەۋدىلىك بولۇشىنى ئىشقا ئاشۇرۇش زۆرۈر. ئەسلىدىكى «پامىر» نىڭ رىقابەتچىسى بولغان ئىككىنچى بىر خىل مىنىرال سۇ زاۋۇتى بۇ جەھەتتە ئالاھىدە يېڭىلىق ياراتقان. «پامىر» مىنىرال سۈيىدە ئۇلارنىڭ تەتقىقاتىغا ئوخشاش تەتقىقاتتىن 20 ~ 30 پىرسەنت قانات يايدۇرۇلسا، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۈيى تېخىمۇ ئىنناۋەت، ئايروپى تېپىپ بازار تاپاتتى.

2. ماركىنى جىپسىلاشتۇرۇش كېرەك. ماركىنىڭ تاشقى كۆرۈنۈشى ئەينى يىللاردا مۇۋاپىق ھەم ئىلغار بولسىمۇ، ھازىرقى بازار ئىگىلىكى، رىقابەت قاينىمىدا دەۋرنىڭ ئارقىسىدا قالغان. شۇڭا، ئۇنى داۋاملىق ئۆزگەرتىش، قايتا - قايتا لايىھەلەش، ئۆزلەشتۈرۈش، 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 قويغادەك كۆرۈنىدۇ. ئۇنىڭ رەڭ، چوڭ - كىچىكلىكىنى بوتۇلكىغا ماسلاشتۇرۇپ، جىپسىلاشتۇرۇپ، 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 رىقابەتلەشتۈرۈش يېتەرلىك ئەمەس. لايىھەنى رىقابەتلەشتۈرۈش ئۈسۈلىنى قوللانغاندا نۇرغۇن ياخشى ئۇتۇقلارنى قولغا كەلتۈرگىلى بولىدۇ. مەلۇم مىقداردا 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 ئالدىنغان ماتېرىيالنى بىۋاسىتە ئېلىش كېرەك. خام ماتېرىياللارنى باشقىلار مەبلەغ سېلىش، يۆتكەش، ھۆددىگە ئېلىش ئۈسۈلى بىر قەدەر ياخشى ئۈسۈل. بۇنىڭدا ئوراش، قاچىلاش سۈپىتىنىڭ بىردەكلىكىنى، ئىزچىللىقىنى ساقلاپ قالغىلى بولىدۇ. بۇ يەنە نۇرغۇن تەدبىرلەرنى بەلگىلەشتە ئالاھىدە رول ئوينايدۇ.

2001 - يىلى 1 - ئاينىڭ 20 - كۈنى

## ھېسسى سودىنىڭ مەغلۇبىيىتى

ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى باش باھاردىلا ھېسسى سودا بىلەن مەشغۇل بولدى. تىجارەت جەريانىدا مەيلى سودا قىلىشنى بىلمەيلى، مەيلى بىلمەيلى، ھەر قانداق ئادەم ھېسسى تىجارەت بىلەن شۇغۇللىنىشتىن خالىي بولالمايدۇ. تىجارەتتە پىشقان، مول ئەمەلىي تەجرىبىسى بار كىشىلەر، بولۇپمۇ تەكرار - تەكرار تەجرىبىگە، ئەمەلىي ئۇقۇمغا ئىگە كىشىلەر سودا - سېتىق ئىشلىرىدا ھېسسى سودىدىن ساقلىنالايدۇ، بولۇپمۇ، سودا پايدا - زىيانلىرىغا 60 ~ 70 پىرسەنت ھۆكۈم قىلالايدىغان كىشىلەرلا ھېسسى سودا قىلىشتىن ساقلىنالايدۇ. ھېسسى 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 تۈرتكىدىن 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 تەرىزدە 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

قامل قىلىۋالغان بولىدۇ. شۇڭا ھېسسىياتقا تايىنىپ ئىش بېجىرىدۇ، توختام، ئەھدىنامە، كېلىشىم ئىمزا لايىدۇ، ئاق كۆڭۈللۈك، سەمىمىيەت بىلەن ئىش قىلغان كىشىلەر بۇ خىل ھالەتنى قوبۇل قىلىپ كەچۈرىدۇ. قارا نىيەت، نەپسانىيەتچى، ئالدامچى كىشىلەر بۇنداق سەمىمىيەتكە 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 پۇرسەت بەرمەيدۇ. ھامان قارشى تەرەپكە يۈچۈك، تۇتۇۋالدىغانغا قۇيرۇق چىقىرىپ بېرىدۇ.

بىز ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۈيىنى قەشقەر، ئاتۇشتا باش ۋاكالىتچى بولۇپ سېتىشنى تەشەببۇسكارلىق بىلەن ھۆددە ئېلىشنى ئويلىشىشتىن ئاۋۋال ھېسسىي تۇيغۇدا ئەللىلەنگەندۇق. كېيىن رەسمىي يوسۇندا ئەمەلىي ئىشقا تۇتۇش قىلغاندا بۇنىڭدىن قۇتۇلدۇق. سەۋەبى: بازارنى تەكشۈردۈك ھەمدە ئۆزىمىزنىڭ ئەھۋالىغا تەدبىقلىدۇق، ئىشقىلىپ قىلىش زۆرۈر بولىدىغان بارلىق ئىشلارنى قىلىپ كۆردۈك. ئاخىردا بىز بازارنىڭ كۆتۈرۈش كۈچىگە ئاساسەن، تۇنجى يىلدا 600 توننا مىنىرال سۈيى سېتىپ چىقىرىشقا كۆزىمىز يېتىپ، مۇشۇ نىشاندا چىڭ تۇردۇق. ئاساسلىرىمىز: بىرى، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۈيى كىشىلەرنىڭ ئىستېمالىدا قىسمەن ساقلىنىپ قالغان؛ ئىككىنچىسى، نۆۋەتتە بازاردا بۇ خىل ئىچىملىكلەر ناھايىتى كۆپ بولۇپ كەتكەن. ئۇلار ئىستېمالنى سۈپەت ۋە ئۈنۈم، شۇنداقلا تۆۋەن باھا بىلەن ئىگىلىگەندى. ئۈچىنچىسى، كىشىلەرنىڭ تۇرمۇش سەۋىيەسى، بولۇپمۇ ئىقتىسادىي سەۋىيەسى يىللاردىكىدىن ناچار بولۇپ، شۇ چاغدا ۋىلايەتنىڭ مالىيە قىزىل رەقىمى 200 مىليون يۈەندىن ئاشقان، كارخانا، كەسپىي

ئورۇنلارنىڭ ئىقتىسادىي ئەمەلىي كۈچى ئوخشاشلا ئاجىز بولۇۋاتاتتى. بۇ خىل ئەھۋال مىنىپرال سۇنىڭ راۋان، كۆپ سېتىپ چىقىرىلىشىغا توسالغۇ بولاتتى. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىپرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى بۇنىڭغا دەمال جىددىي قارىسىمۇ، ھېسسىي قاراش بويىچە «پامىر» دېگەن ئېسىل سۇ، ئۇ بازارغا كىرگەن ھامان تالىشىپ سېتىلىدۇ، دېگەن تۇيغۇ بىلەن ئەمەلىي ئەھۋالنى تازا قوبۇل قىلالىمىدى. 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 ھەقىقىي يوق، كىم بولسۇن توسالغۇ بولماسلىقى كېرەك، دەپ قارىدى.

كېيىن ھېس قىلدۇقكى، بۇنداق ھېسسىياتتا بولۇش، ھېسسىي پايدا ئېلىش بىلەن شۇغۇللىنىش – ئەمەلىيەت جەريانىدا ئۆزۈڭدىن مەغلۇپ بولۇپ كېتىدىكەن. ئەمەلىيەت جەريانىدا بىرقانچە ئەمەلىي ئىش مەيدانغا كەلسە، ھېلىقىدەك ھېسسىياتلار ئاخىرى جانسىز، جىڭغا ئولتۇرمايدىغان قۇرۇق نەرسە بولۇپ قالىدىكەن، كىمىڭدۇر 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 - 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 ئامىلنى تاپالماي قېلىشتىن ئەنسىرىدۇق. شۇڭا بىز ئۇنداقلارنىڭ قىياسىدىن ساقلىنىشتا بوشىشىپ قالماي،

جانلىق ئىشلەپ مەھسۇلاتنى كۆپلەپ سېتىش ئارقىلىق ئالدىغا چىقىشىمىز كېرەك ئىدى. بۇنىڭ ئۈچۈن بىز جان پىدا قىلىپ ئىشلىدۇق. بىزدىكى تۇيغۇ - بىزگە بولسا ئۇلارغا بولىدۇ، بىزگە بولماي ئۇلارغا بولىسىمۇ بولىدۇ. ئۇلارغا بولغىنى بىزگە بولغىنى، ئۇلار بولغاندىلا بىزگە بولىدۇ. ئۇلارغا بولمىسا بىزگە ھېچنەرسە يوق دېگەندىن ئىبارەت ئىدى. ئۇلار توختامنىڭ ئايرىم ماددىلىرىغا خىلاپلىق قىلىسىمۇ، ئۇنىڭغا ئېسىلىۋالماي ئۇنى ئەسلىگە كەلتۈرۈشكە، تولۇقلاشقا تىرىشتۇق. بىز تىجارەت قىلىپ مەغلۇپ بولغان ئەھۋالدىمۇ ئۇلار بىزنى ياخشى دېگەن تۇيغۇدا بولۇپ قالسىلا كۇپايە! دەيدىغان قاراش بار ئىدى. بۇ سودىغا خاس تۇيغۇلارنىڭ بىرسى بولسىمۇ، ئادىمىي ئەدەپ - ئەخلاق، تىجارەت ئەخلاقىنى ئالدىنقى ئورۇنغا قويدۇق، 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 سەمىمىي، ئەتراپلىق، بىر قەدەر مۇكەممەل بولغاچقا، ئەمەلىيەتنىڭ سىناقلىرىغا بەرداشلىق بېرىپ، ھەقىقەتنى ئاشكارىلاپ بەردى. شۇڭا ئۇلار بىزنى ۋاكالىتچىلىككە تاللاشتا 1 - 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 سۈيىنى سېتىش ئىقتىدارىمىز، تەدبىرىمىز، شۇنداقلا مەبلەغ ھەل قىلىش، قوللاش جەھەتتىكى ئارتۇقچىلىقىمىزنى ئالدىنقى ئورۇنغا قويدى. ئۇلاردا ھەم پايدا يەتكۈزۈش ئارزۇسى، ھەم زور پايدا ئېلىش ئىستىكى بولدى. ئۇلار ئۈچۈن توغرا بولغىنى ھەقىقىي، سەمىمىي ھەمكارلاشقۇچىغا ئىگە بولغىنى بولدى. مەيلى بىز ئۇلاردىن خاپا بولايلى، مەيلى خوشال بولايلى، مانا بۇ بىر



نۇقتىنى ھەر ۋاقىت ئۈنۈپ 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 نىيەت ۋە سودا ساھەسىدىكى بىرلىكىمىزنى ساقلايدىغان مۇھىم ئامىل بولۇپ قالغان. دەسلەپكى قاراش بويىچە دېسەك، ئورتاق نشان ئۈچۈن ئۆزئارا ھەمكارلىشىپ، تەڭ ئالغا بېسىش، غەلبىدىمۇ، مەغلۇبىيەتتىمۇ بىر گەۋدە بولۇش ئىدى. مۇشۇنداق نشان بولغاچقا قاراشلىرىمىزدا بىردەكلىك ھاسىل بولدى، قوبۇل قىلىش، ھەل قىلىش، يۈرۈشلەشتۈرۈش ئىشلىرىدا يېڭىچە يول پەيدا بولغان. بۇ بىزنىڭ دەسلەپكى بىر مەزگىلىدىكى روھىي ھالىتىمىز ئىدى. ئەمما، ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال 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 قىلىسلا 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» مېنېرال سۇ زاۋۇتى سۇ ئىشلەپچىقىرىپ بازارغا سالدى. 3 - ئاينىڭ ئاخىرىدا مېنېرال سۇ ئىشلەپ بازارغا سالدىمىز دېگەن بولسىمۇ، 4 - ئاينىڭ ئوتتۇرىلىرىدا مەھسۇلات ئىشلەپچىقاردى. ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتقا، سۇ زاۋۇتىغا

لايقەتسىز دەپ بېچەت چاپلىۋېتىلدى. شىركەت بىزگە تۈرلۈك رەسمىيەتلەرنى ئۆتەپ بېرىمىز دېگەن بولسىمۇ، رەسمىيەتلەرنىڭ بىر قىسمىنىلا 5 - ئاينىڭ باشلىرىدا ئۆتەپ بەردى. 4 - ، 5 - ئايدا 350 توننا سۈنى يۆتكەپ بولۇشنى پۈتۈشكەن بولساقمۇ، ئاران 100 نەچچە توننا مىنىرال 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 توننا مىنىرال سۈنى ياندىن ساتتى. بىز قىلمۇتقان بۇ تىجارەتنىڭ ھەممىسى ئەمەلىي ئىش ۋە توختام، ۋەدىنامىلەردىكى ئۆلچەم بويىچە يولغا قويۇلدىغان بولغاچقا، بىر ئىشنى قىلماي تۇرۇپ، بىرنەچچە ئىشنى بۇرغاچقا، سودىنىڭ ئاخىرىنى قۇم باستى. شىركەت ئۆزىدىكى ئاشۇ يېتەرسىزلىك، نۇقسانلارنى زادىلا كۆرمىدى. ھەتتاكى بۇنى كۆرسىتىپ قويساقمۇ، ئېتىراپ قىلغىلى ئۈنمىدى. 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 ئالدىغان بولساق، ئاخىرقى ھېسابتا ئۇلارنىڭمۇ ئىستىقبالى تۈگەيدۇ. ئەڭ مۇھىمى نەتىجىمىز، ئىستىقبالىمىز كۆيدۇ. 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

تجارەت نەتىجىسى قانۇن تارازىسىدا تۇرالايدۇ. ھېسسىي سودا خاھىشى پاكىت بولالمايدۇ. شۇ قانۇننىڭ تەدبىقلىشىدا پۈت تىرەپ تۇرالمايدۇ. ئەمەلىي تىجارەت جەريانىدىكى نۇرغۇن توسالغۇ، بولۇپمۇ سېتىش بىلەن ئەمەلىيلەشتۈرۈش، بازار ئېچىش بىلەن رىقابەت جەريانىدا كۆرۈلۈۋاتقان مەسىلىلەر، ھادىسىلەر شىركەتنىڭ توختامغا خىلاپلىق قىلىشى ۋە سادىر قىلغان مەسىلىلەر مېنىڭ ھەمراھلىرىمنى بىزار قىلدى. 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!

## تجارەتتىكى ئۇتۇقسىز چېكىنىش

7 - ئاي كىرگەندىن كېيىن، بىز نۇرغۇن نەرسىلەرنى ھېس قىلدۇق. تەجرىبە، ساۋاق، شۇنداقلا غەيرىي نورمال سودا پائالىيىتى، يېلىنىش، ئېچىنىشلار بىزگە نۇرغۇن بىلىم بەردى. ئاز - تولا قورساق كۆپۈكى، ئاۋارىچىلىكىمۇ تېپىپ بەردى. چىقىش يولى ئىزدەش جەريانىدىكى بولمىغۇر قاراش، يامان نىيەت، خىياللارمۇ ئەتراپىمىزدا ئايلىنىپ يۈردى. ئاخىرقى ھېسابتا بىز يەنىلا ئالدىمىزغا قارىمىساق، كەلگۈسىنى ئويلىمىساق بولمايدىغانلىقىنى تونۇپ يەتتۇق. بۇ قەشقەر توپ - پارچە سېتىش مەركىزىدە پەيدا بولغان قاراش بولۇپ، ھازىرقىدەك توغرا ئىكەنلىكى ئۇ چاغدا تېخى ئىسپاتلانمىغاندى. ھېلىمۇ ئېسىمدە، بىز ھەتتاكى ھەر قانداق بىر ئادەمنىڭ قولىدا باشقا ئىچىملىكنى 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» مېنىرال سۈيىنى كۆرسەك، ھېلىقى ئادەم كۆزىمىزگە ئاجايىپ چىرايلىق كۆرۈنگەندى. بۇ بىزنىڭ شۇ چاغدىكى ئورتاق تۇيغۇمىز بولۇپ قالغاندى. ھازىر بولسا بۇنداق تۇيغۇ ئازراق سۇسلاشتى. ھازىر بىز بىرسى، مەھسۇلاتىمىزنى، قولىمىزدا بار سۈنى سېتىپ چىقىرىپ، سالغان مەبلىغىمىزنى تىرىلدۈرۈۋالساق، يەنە بىرسى، بىراۋار مەھسۇلاتىمىزنى كۆپرەك 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 ئوچ 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 ئاچمىز 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 بولمەن. ئادەمنىڭ ھېسسىياتى بىلەن تاللاش ئېڭى ۋە تاللاش ئادىتى تۈپتىن ئوخشىمايدىكەن. ھېسسىيات ئادەمنى ھايانغا سېلىپ، قۇرۇق خىيالغا باغلاپ، ئادەمنى ھەقىقىي مەنىگە ئىگە قىلماستىن، نەتىجىسى يوق نەرسىگە باغلاپ قويىدىكەن. ئەسلىدە مەن ئاشۇ ئىشلارنى قىلمىساممۇ 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، ئىشەنچسى 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، ئۈسكۈنە كۈچىنى ئاشۇرۇپ مىنىرال سۇنىڭ ئىستېمالچىلارنىڭ قولىغا تېز، ۋاقتىدا، بىۋاسىتە يەتكۈزۈلۈشىنى ئىشقا ئاشۇردۇق. شۇڭا بۇ ھەقتە بىر قاتار پىلانلارنى تۈزۈپ، مەبلەغ سېلىپ، توشۇش، يۆتكەشنى راۋانلاشتۇردۇق. بۇ جەھەتتە ئەلا مۇلازىمەتنى ئىشقا ئاشۇردۇق. ھالبۇكى، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۇ چەكلىمە مەسئۇلىيەت شىركىتى توختامدىكى سېتىپ چىقىرىش مەزمۇنىغا كۆپ قېتىم خىلاپلىق قىلغانلىقتىن، كېيىنكى سودا ئىشلىرىمىزدىكى ئومۇمىيلىقنى نەزەردە تۇتۇپ، ئىشەنچ تۇرغۇزالمىدى، قاتناشقا مەبلەغ سېلىشنى توختىتىپ قويدۇق. بىز 86 مىڭ يۈەنگە سېتىۋالغان ئاپتوموبىلنى زىيىنى ئېغىر بولغانلىقتىن، توختىتىپ قويدۇق. مىنىرال سۇنىڭ ۋاقت خاراكتېرى كۈچلۈك 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 راسخوتىمۇ ئۆزى بىلەن تەڭ ھەل بولاتتى. كۆپ قوللۇق سېتىش تۈپەيلىدىن بىز بۇ ساھەگە سالىدىغان مەبلەغىمىزنى قىستۇق.

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

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

ئەسلىدە بازارنى بايىقى 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 مىنىپال سۇ تارقاقان دائىرىلەردىن ۋاز كەچمەي مۇقىم تۇردۇق. ھەتتا تارقىتىش دائىرىسىنىڭ بەك كەڭ بولۇپ، نۇرغۇن مەبلىغىمىزنىڭ چېچىلىپ كەتكەنلىكىدىن پۇشايماق 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 توننىدىن 1500 توننىغا 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» مېنېرال سۈيىنى بىر قېتىم مەندىن ئالسا، يەنە بىر قېتىم باشقا بىرسىدىن ئېلىپ، مەندىن ئالغاننى سېتىپ بولسىمۇ سېتىپ بولالمىدىم دەپ، باشقىلاردىن ئالغان ئەسلىدىكى «پامىر» سۈيىنى كۆرسىتىپ قويۇپ مەھسۇلات پۇلىنى كەينىگە سۆرەپ بەرمىدى. شىركەتنىڭ مەلۇم بىر دىرىكتورى مەلۇم ئادەمگە بەرگەن مېنېرال سۈيىنىڭ پۇلىنى سېتىلمىدى، دەپ بەرمىدى. ھەتتا ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنى ئەرزان سېتىپ توپلىغان پۇلىنى دەسمى قىلىپ باشقا مەھسۇلاتلاردىن سېتىۋېلىپ تىجارەت قىلدى. «پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ مەسئۇلىيەت شىركىتىنىڭ مەھسۇلات پۇلىدىن پايدىلىنىپ تىجارەتتىگە يول تاپتى. بۇنىڭ بىلەن زاۋۇتنىڭ مەبلەغى ھەر تەرەپلىمە خوراپ، ئايلىنما 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 بىرچە تەكە 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 ئالدىغان ساتقۇچىلار ئەتە باھا چۈشسە ئالمىن دەپ



ئالمدى. ھەتتا، ساختا، ناچار بولسىمۇ ئىككىنچى بىر خىل مەھسۇلاتنىڭ باھاسى مۇقىم بولىدۇ، دەپ ئۇنى ئېلىپ ساتتى. ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنى سېتىشتىن قاچتى. بۇ ھال كىشىلەرنىڭ يىل بېشىدا دېيىشكىندەك ھامان بۇ مەھسۇلاتنى بىرلىككە كېلىپ ساتالمايدۇ، دېگەن گۇماننى ئىسپاتلاپ قويدى. بۇ ئۇنىڭ ئىستېمال قىزغىنلىقىنى تېخىمۇ ۋەيران قىلىۋەتتى. نۇرغۇن ساتقۇچىلار بىرەر مەھسۇلاتنى يۇقىرى باھادا سېتىشنى، يۇقىرى ئىستېماللىق مەھسۇلات بولۇشنى 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 يېتىلدۈرگىلى بولاتتى. چۈنكى مۇقىم، تۇراقلىق باھاسى بولمىغان مەھسۇلاتلارغا قارىتا ساتقۇچىلار تولىمۇ سۇس مۇئامىلىدە بولىدۇ. ئاتايتەن ئالمايدۇ، بەلكى پايدا ئېلىپ سېتىش، بولمىسا كارى بولماسلىق تۇيغۇسىدا بولىدۇ.

6. كىشىلەرگە بەرگەن تەسىرى ياخشى بولمىدى. كىشىلەر ئەسلىدىكى «پامىر» نى داڭلىق ماركا، داڭلىق مېنېرال سۇ دەپ قارايتتى، كۆپ قوللۇق تۆكمە قىلىپ سېتىش جەريانىدا كىشىلەر ھەقىقىي «پامىر» يوق بولۇپ كەتتى، دەپ قارىدى. بۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىنىڭ 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» مېنېرال سۈيى ئېسىل سۇ بولغاچقا، ئۇنى ئىچكەن ئادەم ماختايتتى. مانا ئەمدى ساتقۇچىلارنىڭ ئىشەنچىسى يەرگە ئۇرۇلغاچقا، ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۈيىگە مېھرى - مۇھەببىتى بارلارنىڭ رايبى بىراقلا

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

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

8. چېگرا ئاتلاشتىن مەھرۇم قالدى. ئايرىم ساتقۇچىلار باشقا ۋىلايەت، شەھەرلەر بىلەن توختام تۈزۈپ، ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال 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» مېنېرال سۈيىنىڭ چېگرا ئاتلاش يولىنى بوغۇپ قويدى.

2000 - يىلى 8 - ئاينىڭ 28 - كۈنى

## تجارەت ئېڭى ۋە يېتەكچى ئىدىيە

تجارەت 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 ئىككىسى توغرىسىدا ئاز - تولا ئۇقۇمغا ئىگە بولۇپ قالدىم. راستىنى ئېيتقاندا، بۇ ھەقتىكى قارىشىمنى مۇكەممەل دەپ ھۆكۈم قىلىپ كېتەلمەيمەن. چۈنكى بۇ جەھەتتىكى يەكۈننى مەن ئاساسلىقى ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىدىكى ئايرىم خادىملارنىڭ ئىختىلاپلىرى ۋە ئۇلارنىڭ تىجارەت قىلىش جەريانىدىكى ئوڭۇشسىزلىقى، ساۋىقىدىن ھېس قىلدىم. ئاشۇ خادىملار تىجارەت قىلىش جەريانىدا ئاز بولمىغان قىيىنچىلىققا يولۇقتى، ئەمەلىي ئىشلاردا تەجرىبىسىزلىك، بېكىنمىچىلىك قىلدى. شۇ جەرياندا تىجارەت ئېڭى بىلەن يېتەكچى ئىدىيەسىدە نۇرغۇن بوشلۇق، زىددىيەتلىك تەرەپلەرنى ئۆزۈمۈ 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 قارمىقىدا ئوخشاشلا بىر ئىشتەك كۆرۈنىدۇ، ھەتتاكى بىر - بىرى بىلەن بىرىكىپ كەتكەندەك قىلىدۇ. ئۇلار ئوتتۇرىسىدىكى ماھىيەتنى يەشەكمۇ، 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 شەرھىلەسەك، ئۇلار ئۆز ئالدىغا ئايرىم مەنىگە ئىگە بولىدۇ: تىجارەت ئېڭى بولسا - تىجارەت قىلىش ئۇيغۇسى، تىجارەت قىلىش تاكتىكىسى، تىجارەت قىلىش ئۇقۇمى، تىجارەت، سودا - سېتىق قىلىش تەجرىبىسى، سەزگۈرلۈكى ۋە تىجارەت ئۈنۈپىرسال چۈشەنچىسى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بۇ بىر قاتار تەرەپلەر ئۇنىڭ ماھىيىتىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. يېتەكچى ئىدىيە بولسا - بىرەر تىجارەتنى يولغا قويۇشقا بولغان ئومۇمىي قاراشنى كۆرسىتىدۇ. ئۇ تىجارەت قىلغۇچىنىڭ تىجارەت قىلىش نىشانى، ئۈسۈلى ۋە تىجارەتنىڭ خۇسۇسىيىتىنى گەۋدىلەندۈرۈش جەھەتلەردىكى ئىدىيەدە ھەل بولۇپ بولغان بىر خىل خاس ئېتىقادنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. تىجارەتتىكى يېتەكچى ئىدىيە - تىجارەت ئېڭى بىلەن بىردەكلىككە ئىگە بولسا، ئۇ ھالدا بۇ خىل تىجارەتتە چوقۇم ياخشى ئۈنۈم 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 قايناق 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 تەرەپپازلىق ئەمەس

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

ئىشلەۋاتقانلارغا، ئۇرۇق - تۇغقانلىرىمغا مىراس قىلسام، ئۇلار بىكار يېتىپ يەيدۇ، ئۇ چاغدا مېنىڭ ياراتقان ئىگىلىكىم ۋەيران بولىدۇ. مەن كىشىلەرنىڭ ئالدىدا يارىماس، سودا قىلىشنى، ياشاشنى، پۇلنى، بايلىقنى نېمىگە ئىشلىتىشنى بىلمەيدىغان بىر ئادەم بولۇپ قالمەن. چۈنكى قول ئاستىمدىكى كىشىلەر تىجارەت قىلىشنى، تىجارەتنىڭ نېمىلىكىنى بىلمەيدۇ، تىجارەت قىلىشنى بىلمىگەن ئادەم مۇقەررەركى، يۆلسەڭمۇ 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 داۋاملىشىدىغان تىجارەتنىڭ ۋاستىچىسى بولۇپ قالىدۇ، دېگەن.

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

— ئۇ ئېنىقلا گەپ، — دېدى ياسىن مۇھەممەت تەكىتلەپ، — تىجارەت دېگەن تىجارەت، ئۇنىڭ يېتەكچى ئىدىيەسى توغرا بولمىسا، قانداقلا بولسۇن، ئۇ رىئاللىق تەرىپىدىن شاللىۋېتىلىدۇ. ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۈيىنى ساتقانلارنىڭ تىجارەت قارىشىدىكى بىنورماللىقمۇ دەل مۇشۇنداق شاللىنىشقا دۇچ كەلدى. مۇبادا ئۇلاردا تىجارەت قىلىشتىكى يېتەكچى ئىدىيە رىئاللىققا ماس كەلگەن بولسا، رىئاللىق بىلەن تىجارەت قىلىش ئىدىيەسى بىرلىككە كەلسە، ئاشۇ تىجارەت رىئاللىققا ماسلاشقان بولسا، ئۇ ھالدا ئۇلارنىڭ تىجارىتى دەمال قىيىنچىلىققا ئۇچرىغان، قىيىن 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 تەرەپبازلىق مەۋجۇت بولدى. تىجارەت ھەقىقەتەن بەزى مەھسۇلاتلاردا، تىجارەت پائالىيىتىدە تەرەپبازلىققا، بىر تەرەپلىملىككە يول قويمايدۇ. ئۇلاردىكى بىر تەرەپلىملىك، يەنى ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىي سۈيى 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 نۇقتىئىنەزەردىن قارىغاندا بۇ بىمەنلىك، تار بىر تەرەپلىملىك، تار ئوقۇم ئىچىدە چۈكۈلداشتىن باشقا ئىش ئەمەس.

ياسىن مۇھەممەت تەكىتلەپ مۇنداق دېدى:

— ھازىرغۇ ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىي سۈيى پىششىقلاپ ئىشلىنىپ، قۇتلارغا 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 ئۈزۈكسىز 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 شەكىلىدىكى ئىستېمالغا قەدەم قويدى، شۇنداق ئىكەن، ئۇنىڭ تىجارەت ئىستېمالى تار تەرەپبازلىققا 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 ھەقىقىي بىلىپ قىلالسا، تەرەققىي قىلدۇرۇشنى بىلەلسە، ئۇتۇق قازىنالايدىغان كەسىپ. بۇنىڭ ئەكسىچە بولسا، مىڭ ۋايسسىمۇ 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 پايدىلىنالمىدۇ، قۇرۇق قالىدۇ. تىجارەت دېگەن كىشىنىڭ ناتوغرا ھېسسىياتىغا يول قويدىغان، 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 پاتىقىغا 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 مەركىزىنىمۇ، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىنىمۇ قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈرۈپ قويدى.

## تىجارەت ئومۇمىيلىقىنى مەنبە قىلىدۇ

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

چىقىدۇ. بۇنىڭ ھەر تەرەپلىمە زىيىنى بولىدۇ. ئەمما، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۈيىنى سېتىش جەريانىدا، يۇقىرىقى ھەر ئىككى خىل ئەھۋال كېلىپ چىقتى. بۇنداق بولۇشىدا ئاساسلىقى، بۇ سۇنىڭ قەشقەردىكى توپ - پارچە سېتىشتىن ئىبارەت باش ۋاكالىتچىلىك 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 ئالمايدىغان 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، كۈچلۈك ئىدىيە بىرلىكى، خالاس. شۇڭا بۇ مەھسۇلاتنى ئۇلار ئۆزى خالايدىغان، ئۆزىنىڭ ھېسسىياتىنى قوللايدىغان، مۇناسىپ پايدىلىنىش ھەققى بار ئادەملەرگە بېرىشى كېرەكمەش. ئىككىنچىدىن، ئۇلارنىڭ قارىشىدا «پامىر» مىنىرال 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 مەنەنچى قىلىپ قويغان. ئۈچىنچىدىن، بۇ مەھسۇلات مەڭگۈ ئۆزىنىڭ قولىدا تۇرۇشى، باشقىلار قول سوزماسلىقى كېرەك، شۇڭا مەڭگۈ ئۆزى بىلگەنچە ئىش قىلىشى كېرەكمەش.

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» مىنىرال سۈيىنى 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 يايدۇرۇلدىغان تىجارەت نەتىجىسى سۇ ئۈستىدە لەيلەپ قالغان كۆپۈككە ئوخشاپ قالىدۇ. ئۇ خۇددى غۇرىدە كەلگەن شامالدا غايىب بولىدىغان ئۇچقۇنغا ئوخشايدۇ. تىجارەت بىر تەرەپلىمە قاراشلار بىلەن كۆمۈلۈپ قالسا، ئۇ ھالدا ئۇنىڭ جەريانى تولىمۇ تار، يۈزە بولۇپ قالىدۇ - دە، بېكىنىمچىلىك پاتىقىغا پېتىپ قالىدۇ. بۇنداق بېكىنىمچىلىك تىجارەتنى بوغۇپ قويدۇ، ئۇنى قىلغۇچىلارنىڭ ئاغزىدا، خىيالدا 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 - ئىككى ئۇقۇم پەيدا بولۇپ، يېڭى تۇيغۇ، يېڭى ھېسسىيات شەكىللىنىدۇ، بىر بولسا تېخىمۇ ئەسەبىيلىك شەكىللىنىپ، بىر تەرەپلىمىلىك، تەرەپپازلىقنىڭ 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 تەتۈر 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 تەرەپلىملىك ۋە تاقابىل تۇرۇش

ئەلۋەتتە، ئەسلىدىكى «پامىر» مىنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت 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 قاتمىللىق ۋە پاسسىپ ئىنكاسنى بارلىق كۈچىمىز بىلەن ئۆزگەرتىپ، ياخشىلاپ، بىزگە مايىل قىلىشنىڭ تەدبىرى، يوللىرىنى قىلىپ كۆردۈك. بىراق ئۇلارنىڭ قارىشىدىكى قاتمىللىق، بىر تەرەپلىملىك زادىلا ئۆزگەرمىدى، بەلكى تېخىمۇ كۈچىيىپ، ئۆزىمىزنىڭ تەدبىرى ئۈنۈم بەردى، يەنىمۇ چىڭ تۇرغاندا ئاخىرى ياخشى نەتىجىسى تېزلا چىقىدۇ، دەيدىغان قاراشقا كېلىپ قالدى. بۇ ئۇلارنىڭ خاتا پەرىزى، خاتا يەكۈنى بولۇپ، ئۆزلىرىگە كەلتۈرىدىغان زىيانلىرىنى پەرەز قىلالىمىدى. 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 ئاجىزلىقنى تۇتۇۋالدۇق. مەيلى قانداق ئىش بولسۇن، بىز مەيدىمىزنى كېرىپ، قورقۇپ كېتىشتىن مۇستەسنا بولدۇق. چۈنكى ئۇلار ھەر قانچە پاراڭلىنىدىغان سالىسىمۇ، 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 پۇلنى دەلمۇ دەل قىلىپ قويدۇق. بۇ بىزنىڭ كېيىنكى ئىشلاردىكى بىردىنبىر چىقىش قىلىدىغان ئاساسىمىز ئىدى. ئىككىنچىدىن، بىز ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىگە كېپىل بولۇپ قەرز پۇل ئېلىپ بېرىدىغان ئىشنى توختىتىپ 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 ئورۇلاتتى. قارشى تەرەپنىڭ بىۋاپالىقنى نەزەرگە ئالغاندا، بۇ بىز بەك ئەنسىرەيدىغان ئىشىمۇ 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 سۇنىڭ 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 ئىشنى ھەل قىلغاندىمۇ، ئېھتىياتچان بولدۇق. ئۇلارغا ئېلىپ بەرگەن قەرز پۇل مىقدارى ئانچە كۆپ بولمىدى، ئۇ توختامدىكى سۇنىڭ سېتىلىش نىسبىتى ئىچىدە بولدى. يەنى ئۇلارنىڭ بىزگە ئۆتكۈزگەن مەھسۇلاتى %80 تىن ئېشىپ كەتمىدى. ئالغان قەرز پۇلىنى بىزگە بەرگەن مىنېرال سۇ پۇلىغا ھېساب قىلىپ بەردۇق. مەسىلەن،  $xx$  ناھىيەدىن ئالغان 100 مىڭ يۈەن، قەشقەر شەھىرى، قاغىلىق ناھىيەسىدىن ئالغان 59 مىڭ يۈەن ئالدىنقى مەزگىل ئىچىدە تەمىنلىگەن مىنېرال سۈيىمىزنىڭ پۇلىغا ئۇدۇل قىلىندى. كېيىن بىز ئېلىپ بەرگەن قەرز پۇللارنى ساتقان سۇنىڭ پۇلى ئارقىلىق قايتۇردۇق. بۇنداق بولغاندا، قەرز پۇلىنىڭ بىزگە كەلتۈرىدىغان زىيىنى ئانچە ئېغىر بولمايتتى، ئەمەلىيەتتەمۇ ئېغىر بولمىدى. ئۈچىنچىدىن، ئۇلارنىڭ ساددا خىيالى رېئاللىققا ئايلانمىسا، يۇقىرىدا بايان قىلغاندەك بازار قالايمىقانلىشىپ كېتەتتى. بۇ بىزنىڭ بىرنەچچە ئاي يۈگۈرۈپ يۈرۈپ، تەرەپ - تەرەپكە تارقاتقان مەھسۇلاتلىرىمىزغا زىيان سالاتتى. بېسىلىپ قېلىش، پۇلىنى يىغىش ئارقىغا سۈرۈلۈش، پۇلىنى ۋاقتىدا بەرمەسلىك، چېچىلىپ كېتىش ئەھۋاللىرى كۆرۈلەتتى. بۇ بىزگە كېلىدىغان ئەڭ زور خەۋپ ئىدى. ئەمەلىيەتتەمۇ، ئۇ بىزگە ئاخىرقى ھېسابتا نۇرغۇن زىيان سالدى.

بىز پەرەز بىلەن ھۆكۈم قىلغان ئىشلارنىڭ %99 ى رىئاللىققا 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 مېنېرال سۇ تارقىتىۋاتىدۇق. شىركەت بىلەن ئارىمىزدىكى توختام ۋە باشقا ئىختىلاپ تۈپەيلىدىن، ناھىيە، يېزا - بازارلارغا تەكرار تارقىتىدىغان مېنېرال سۇنى تارقىتىشتا ئىككىلىنىپ قالدۇق. ئەڭ چوڭ ئىشىمىز 3 - ئايدا تارقىتىۋاتقان مېنېرال سۇ پۇلىنى يىغىش بولدى. چۈنكى بىز بۇ ئىشنى ئەڭ تېز سۈرئەتتە قىلمىغاندا، ئاشۇ جايلاردىكى خېرىدارلار بىزنىڭ شىركەت بىلەن بولغان ئەھۋالىمىزنى بىلىپ قالسىلا، بېرىشكە تېگىشلىك پۇلنى بەرمەيدۇ، سېتىشقا تېگىشلىك مېنېرال سۇنى ساتماي بېسىپ قويۇپ، پۇرسەت كۈتۈپ، بىر تەرەپ قىلىشىمىزنى كۈتىدۇ، ئەڭ ئاخىردا ئۆزىدىكى مەھسۇلاتىمىزنى بىكارغا بېرىۋېتىشىمىزنى تاما قىلىدۇ. شۇڭا بىز ئالدى بىلەن تارقىتىپ بولغان مەھسۇلاتنى پۇلى بولسا پۇلىنى، پۇلى بولمىسا ئۆزىنى ئېنىقلاش، يىغىش، ئىمكان بار قولىدىن چىقىرىش، قۇتقۇزۇشنى يولغا قويدۇق. بۇ ئىنتايىن توغرا، دەل ۋاقتىدا بولغان بولسىمۇ، بىر تەرەپ قىلىشتىكى بازار ئەھۋالىنىڭ ئاساسىي قاتلاملاردا تولىمۇ تۆۋەن بولۇشى سەۋەبلىك، ئوبوروت پىلانمىز 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» مېنېرال سۈيى بازىرىنىڭ بىرىدىنلا

قالايمقانلىشىپ كەتكەنلىكىنى ھېس قىلىپ قالدۇق. ساتقۇچىلارنىڭ تۇيغۇسىدا ئەسلىدىكى «پامىر» مىنىرال سۈيىنىڭ كۈرسى چۈشۈپ، باھا مۇقىملىقى توغرىسىدىكى قاراش ئۆزگىرىپ، پۇلنى بەرمىسىمۇ 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 پىسەنتىگە ئېلىپ قويمىدى. ئۇ يەنە بىزگە ئىسراپچىلىق ۋە بىھۆدە 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 ئۈستۈنلۈكنى يەنىلا بىز ئىگىلەيمىز؛ تۆتىنچىدىن، بازار ئارقىلىق جاپا تارتىپ ئالدىغان پايدىمىزدىن ئۇلارنىڭ توختامغا خىلاپلىق قىلىش يوقۇقىدىن پايدىلىنىپ ئالدىغان پايدىمىز كۆپ بولاتتى.

تەشەببۇسكار ئورۇنغا ئۆتىمىز دېگىنىمىز: توختامدا نۇرغۇن كونكرېت مەزمۇنلار يېزىلغان، بىز ئىزچىل ھالدا توختامنىڭ روھىنى چۆرىدەپ 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 ئۇزۇن ئاردا چۈشىنىش نۇقتىسىدىن تەكرار ئەسكەرتىپ تۇرغان، مۇشۇ ئىشلار تۈپەيلىدىن دەۋا قىلساق، ئۇلار ئېنىقلا جاۋابكار بولۇپ قالاتتى. بىز ئۇلارنىڭ ئۈستىدىن قىلغان دەۋايىمىزدا ھەر قانداق ئېھتىياجىمىزنى قاندۇرالايتتۇق. توختامدىكى بەزى مەزمۇنلار ئاجىزلايدۇ دېگىنىمىز: ئەينى چاغدا توختام ناھايىتى قاتتىق تۈزۈلگەن، ئۇنىڭدىكى ئايرىم مەزمۇنلار ناھايىتى سەزگۈر ئىدى، ھەتتاكى نەچچە مىليون يۈەنلىك چىقىم بىزنى مانا مەن دەپ كۈتۈپ تۇراتتى. ئەگەر توختامدىكى 1000 توننا مىنىرال سۈنى تولۇق ساتالمىساق، ئۇنىڭ پۈتۈن مەسئۇلىيىتى زىممىمىزگە چۈشۈپ، نۇرغۇن جەرىمانە تۆلەيتتۇق ياكى توختامغا خىلاپلىق قىلىش پۇلى تاپشۇراتتۇق. دەسلەپكى چاغلاردا مىنىرال سۇ سېتىش قىزغىنلىقى تۈپەيلىدىن ئۇ خىل قاتتىق توختام بىزگە ھېچ قانچە كۆرۈنمىگەندى، سېتىش جەريانىدا بازاردىكى كاساتچىلىق تۈپەيلىدىن بۇنچىلىك كۆپ مىنىرال سۈنى سېتىپ چىقىرىشقا كۆزىمىز يەتمەي، ئەنسىرەشكە باشلىغانىدۇق. ئەمما، بازار ئېچىش، سېتىپ چىقىرىش ئۈچۈن ناھايىتى چىڭ تۇرۇپ، باش چۆكۈرۈپ ئىشلەپ، بازار ئېچىش بىلەن كۆزىمىزدە ئۇيقۇ يوق ھالەتتە يۈردۈق. 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 ساتمىدىڭ دەپ بىزگە بېسىم قىلالمايتتى. ئۈستىمىزدىن ئەرزمۇ قىلالمايتتى. بازاردا ئۈستۈنلۈكنى ئىگىلەيمىز دېگىنىمىز: ئۇلار توختامنى بۇزسا، ئۆزلىرى بازارغا سالىدىغان مىنىرال 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 مىنىرال سۇنىڭ باھاسى. ئۇلارنىڭ ئىزچىل دەۋاتقان ۋاپاسلىرىدىمۇ باھا تۆۋەن بولۇپ قالدى دېگەندىن ئىبارەت ئىدى، شۇڭا ئۇلار توختامدىكى بۇ ئەجەللىك ھالقىنى چۆرىدەپ، باھانى يۇقىرى قىلىش بىلەن خىيالىدىكى تەسەۋۋۇرغا يېتىشىنى كۆزلىدۇ. ئۇ چاغدا قولىمىزدىكى نەچچە مىڭ ساندۇق مىنىرال سۇ ئۇلار بازارغا سالغان مىنىرال 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 ئاخىرىدا شۇنداق قىلدى. سېتىش ۋە بازار ئىگىلەش جەريانىدا بىز مەبلىغىمىزنى تولۇق قايتۇرۇۋالدىق، 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 مەبلەغى بېسىلىپ قېلىپ ئېغىر زىيان كېلىپ چىقتى. بىزدىن تالىشىپ ئالغان كىشى بىزنىڭ سېتىش جەريانىدىكى ئۈستۈنلۈكىمىز سەۋەبىدىن زىيان تارتتى، مەھسۇلات پۇلىنى بەرمەي، نۇرغۇن مەبلەغنىڭ خوراپ كېتىشىنى كەلتۈرۈپ چىقاردى. بازار ئارقىلىق ئالدىنغان پايدىمىزغا قارىغاندا توختامغا خىلاپلىق قىلىشتىن ئالدىنغان پايدىمىز كۆپ بولىدۇ دېگىنىمىزدە، بىزنىڭ ئۇلارغا ئۆتكۈزۈپ قويغان كاپالەتنامىمىز، رەنە مۈلكىمىز بولسىمۇ، بىز ئېھتىيات بىلەن ئىش قىلغانلىقتىن، ئۇ نەرسىلەرنىڭ ھەممىسىنىڭ مىقدارىغا قاراپ مىنىرال سۇ پۇلىغا ئۈرۈپ، بالانس قىلىپ بولغاندۇق. شۇ جەرياندا ئۇلارنىڭ %20 مەبلەغى 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 ئومۇميۈزلۈك خىلاپلىق قىلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىراتتى. ئۇلار بۇنى ئېتىراپ قىلسا، ئەرز قىلمايتتى. ئېتىراپ قىلماي، كالىسى 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 ئاۋارچىلىك 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 ئىگىلىۋېلىش، نەپ ئېلىش ئەمەس، بەلكى سودا قىلىش، ھەمكارلىشىش، تەرەققىي قىلىش، ئەسلىدىكى «پامىر»دىن ئىبارەت مەنپىيال سۈنى دۇنيا بازىرىغا يۈزلەندۈرۈش، ھالال پۇل تېپىش، لىلا سودا قىلىش ئىدى. ئەگەر ئۇلار توختامدىن ئومۇميۈزلۈك يېنىۋېلىپ، توختامغا خىلاپلىق قىلسا، ئۈچ يىل توشماي تۇرۇپ، ئومۇمىي توختامدىن يېنىۋالغان ھېسابلىنىپ، %5 يېنىۋېلىش سوممىسى قايتۇرسا، ئاز دېگەندىمۇ بىزگە 85 مىڭ يۈەندىن ئۈچ 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 ئۈستىدىن ئەرز قىلماسلىقىمىز، ئۇلار بىلەن بولغان چۈشىنىش، ھەمكارلىشىشنى ئىلگىرى سۈرۈش، يىل ئاخىردا كۆرۈلىدىغان ئايرىم سەۋەنلىكلىرىمىزگە خاتىمە بېرىشتە يول ئېچىش بىلەن بىر چاغدا، ھەقىقىي مەيداندا تۇرۇپ، سەمىمىي 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 ئويلىغان 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.

## باھا قالايمقانچىلىقى ۋە پارا كەندىچىلىك

يۇقىرىدا دەپ ئۆتكەندەك ئەسلىدىكى «پامىر» مېنېرال سۇ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىدىكى ئايرىم كىشىلەرنىڭ بىر تەرەپلىمىكىلى بىلەن توختام ماددىسىنىڭ چېنى بولغان مەھسۇلاتنى قەشقەردە بىزدىن باشقا ھەر قانداق بىر تەرەپنىڭ بىۋاسىتە ساتماسلىق، باھانى ئۆستۈرمەسلىك ھەققىدىكى مەزمۇن بۇزۇلدى. ئۇلار مېنېرال سۇنى ئىشلەپ، بىزگە دېمەيلا ئۆز ئالدىغا بىۋاسىتە 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 ئىچمىلىك سۇ ساتقۇچىنىڭ ھەر تەرەپلىمە كۈشكۈرتىشى، ئۆسەك تارقىتىپ، ئىشىمىزدىن قۇسۇر تېپىپ، سېتىش ھوقۇقىنى تارتىۋېلىپ، ئۆزى مونوپول قىلىش ئويىنىڭ ھەر تەرەپلىمە تەسىر كۆرسىتىشىمۇ مۇھىم رول ئوينىدى. ئۈمىدلىك ھېلىقى دىرىكتورلارنى دوست تۇتۇپ، ئىندەككە كەلتۈرۈۋېلىپ، بىزگە قارشى كۈچ توپلىدى. بىز يۇقىرىدا دەپ ئۆتكەندەك، كېيىنكى كۈنلەردە راستتىنلا شۇ كىشى بىزدىكى ئىمتىيازنى تارتىۋېلىپ شىركەتنى، مېنېرال سۇ زاۋۇتىنى ۋەيران قىلىشقا باشلاپ ماڭدى. بىز ئۆز ئارا تۈزگەن توختامدا باھانى بىر يىلدا بىر قېتىم تەكشۈش ئوتتۇرىغا قويۇلغان. مەھسۇلاتنى بىۋاسىتە ئۆستۈرۈپ بازارغا سېلىشتا يەنە قانداق ئويۇن بار، بىر نەرسە دېگىلى بولمايتتى. ئۇلار ھېلىقى كىشىنىڭ زىيادە ئۇچۇرىشى بىلەن بازار راستتىنلا بولسىمۇ، قەشقەر توپ - پارچە سېتىش مەركىزى بازاردا سۆرەلمىلىك قىلىپ مەھسۇلاتىمىزنى 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 مەنپەئەت سۈنى ئۆزىمىز بىۋاسىتە بازارغا سېلىپ، بازارنى ئۆزىمىز مۆلچەرلەپ باقمىز، بازاردىكى ئەھۋاللىرىمىزنى سېناپ بېقىپ، بىر نەرسە دەيمىز، سىلەر بىر مەزگىل ماسلىشىڭلار، تەخىر قىلىڭلار، دېگەن بولسا ئىدى، ئۇ چاغدا توختامدا پۈتۈشكەن بويىچە با مەسلىھەت ئىش قىلىپ، مەھسۇلاتنى ماسلاشتۇرۇپ بازاردىن پايدىلانغان بولساق، ئۇ چاغدا كېلىپ چىققان نۇرغۇن ئاۋارچىلىك يۈز بەرمەيتتى. بۇ ئىشتىكى ئەڭ قىزىق، كۈلكىلىك بولۇۋاتقان ئىش، ناھايىتى زور زىيانغا ئۇچرايدىغانلىقى بىلەن كارى بولماسلىق بولدى. ھەتتاكى، توختامنى بۇرۇپ، 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 قارارىنى دەلىللىسە بولاتتى. كېيىن ئويلانسام، مەن ئۇلاردىن كىرگۈزگەن مەنپەئەت سۈنى ئىستېمالچىلار سېتىۋالغان دەپ ئويلاپ قاپتۇ. ئۇلار شۇنداق ئويلىغان بولسا، ھەقىقەتەن خاتالاشقان بولىدۇ. ئۇلار شۇنداق سوئال قويالمىغانكى، بىز ئىشلەپچىقارغان سۈنى بازار سىڭىرىپ كېتىۋاتامدۇ ياكى ۋاكالىتچى بېسىپ قويۇۋاتامدۇ؟ ئۇلار ناھايىتى ياخشى بازار ئەۋزەللىكى يارىتىمىز دەپ قارىغان ئىشتا بىردىنلا ھېچ نەرسىگە ئىگە بولالماي قالدى، بۇ چاغدا ئارقىسىغا ياندىغانغا يولمۇ قالمايدى. يۇقىرى باھادا سېتىشقا تەييارلانغان مەھسۇلات زاكالىت پۈلمۈ يوق ئەھۋالدا

ساتقۇچىلارنىڭ دۇكانلىرىغا كىردى، بەزىلەر بۇ سۈنى ساتقىلى بولمايدۇ، باھاسى يۇقىرى، دۇكان ئىچىنى بېسىق قىلىپ قويدۇ، دەپ ئاز مىقداردا 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، ئاپلا 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 ھەرىكەتنىڭ ئېلىپ بېرىلىش قېلىپى بولۇپ، ئۇنى تۈزگەن تەرەپلەر ئۇنىڭدا ئوتتۇرىغا قويۇلغان تەرتىپ، ئۆلچەملەرنى ئۆزىنىڭ شۇ ئىشتىكى ھەرىكەت 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» مىنىرال سۈيىنى قەشقەردە سېتىش توختامىنى تۈزگەندىمۇ ناھايىتى ئەتراپلىق ئويلىغان. ھالبۇكى، ئۇلار بىزنىڭ پايدىمىزنى

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

تىجارەتنىڭ قېلىپى يوق. بىراق ئۇنى كىم قىلالسا، شۇنى قەدىرلەش كېرەك. قىلالمىسا زورلاشقا بولمايدۇ. قىلىۋاتقانلارنى زورلاپ بۇزۇشقا تېخىمۇ بولمايدۇ. تىجارەتنى قاملاشتۇرۇپ قىلىش ھەقىقەتەن تەس ئىش. شۇڭا ئۇنى قىلالسا، كىم بولسۇن قوللاش، يول قويۇش كېرەك. قىلالمىسا كىم بولۇشتىن قەتئىينەزەر توسۇش، چەكلەش، يېتەكلەش ئارقىلىق ياردەم قىلىش كېرەك. بىز مىنىرال 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 ئوبرازغا ھېچقانداق نۇقسان يەتكۈزمەيتتى. سېتىپ چىقىرىش جەريانىدىكى نۇقسان، يېتەرسىزلىك، توسالغۇلارنى ئالدىن مۆلچەرلەش قىيىن بولسىمۇ، ئامال قىلىپ ئاسانلاشتۇرغاندۇق. مەسىلەن، بىز كەتكۈزۈپ قويغان ئىشلاردىن نېسى بېرىپ، پۇلنى ۋاقتىدا ئالالماسلىق، ئۇنىڭغىمۇ، بۇنىڭغىمۇ ئوخشاش سېتىش، ئاز ئالسىمۇ، كۆپ ئالسىمۇ پەرقلىنىدۇرمەي سېتىش، بېرىشكە تېگىشلىك بولمىغان كىشىلەرگە بەرمەيمەن دەپ ئاستىرىتتىن بېرىش - سېتىش، ھەددىدىن زىيادە زورۇقۇپ سېتىشقا بېرىلىپ كېتىش، تۆكمە قىلىپ بازارنى تويۇندۇرۇپ قويۇش، بىر قېتىملىقنىڭ نېسى پۇلىنى بەرمىسىمۇ يەنە تەكرار نېسى مەھسۇلات بېرىش، ھەتتاكى زىيادە كۆپ بېرىش، ئىشەنچسىز ئادەملەردىن دۈكىنى بولسىلا كىم بولۇشتىن قەتئىينەزەر ئالدى - ئارقىسىنى سۈرۈشتە قىلماي نېسى بېرىش،



ھۆججەت - 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 قىلىمىساق بولمايدۇ. ھەتتا، بۇ خىل ئىشلارنىڭ يۈز بەرگەنلىكىنى ئۇلار بىلمەيدۇ، چۈشەنمەيدۇ.

بەزى چاغلاردا شىركەتنىڭ ئايرىم دىرېكتورلىرى تاماق يېگەن رېستوران، ئاشخانىلاردا ئەسلىدىكى «پامىر» مېنىرال 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 مېنىرال 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 مەبلەغى بىلەن تىجارەت ئورنىنى ماڭغۇزىدۇ. شىركەتتىكى ھېلىقى دىرېكتورلار بازارنى تەكشۈرمەي، كىشىلەرنىڭ ئەھۋالىنى بىلمەي، ساختا - سىپايە سۆزلەرگە ئىشىنىپ كەتتى. ئۇلارنىڭ ئىلگىرىكى تىجارىتىنى نەزەرگە ئالساق، مېنىرال 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 قىسىمنىڭ يەرلىك مەھسۇلات تىجارىتىنى قىلىپ باقمىغان، ھەتتا سودا جەريانىدا چوڭ تەجرىبە - ساۋاق، ئۇسۇل،

تەدبىرلەرنىمۇ توپلاپ يۈرمىگەن. ئۇلار ئۆزلىرى بىلمەيدىغان مەنپىرال سۇ سودىسىنى قىلىشقا قەدەم قويغاندىن كېيىن، زىيادە ھېسسىياتلىنىپ كەتتى، ھەتتا بازارنى ھېسسىياتقا تايىنىپ ئىگىلەپ، ھېسسىياتى ئاساسىدىكى چۈشەنچىلەرنى تىجارەتنىڭ يېتەكچىسى، ئاساسى قىلىۋالدى. ئەسلىدىكى «پامىر» مەنپىرال سۈيىنىڭ كۈنرەپ بازاردا شاللىنىپ قېلىش گىردابىدا ئىكەنلىكىنى، باشقا تۈردىكى ئېسىل مەنپىرال سۇ ۋە ئىچمىلىكلەرنىڭ بازارنى قاپلاپ كەتكەنلىكىنى نەزەرگە ئالمىدى. بىز بولساق 10 نەچچە يىل يەرلىك سودا، ئىچكى سودا - تىجارەت بىلەن شۇغۇللانغان، بازارنى ناھايىتى ئەستايىدىل تەكشۈرۈپ سېلىشتۇرۇش، ئەمەلىيەت جەريانىدا تەدبىقلاش، ئىسپاتلاش ئارقىلىق تىجارەت قىلىش يولىغا قەدەم قويغان. مەسىلەن، ئەينى چاغدا بىز شىركەتكە 600 توننا مەنپىرال سۇ سېتىش توغرىسىدا ۋەدە قىلغان. يىل ئاخىرىدا كۆرۈنۈشى، بۇ سان ئاران - ئاران ئىشقا ئاشقان. شىركەتنىڭ ئېھتىماللىق توغرىسىدىكى دوكلاتىدا بىز بۇ ئىشلارنى بىر - بىرلەپ ئوتتۇرىغا قويۇپ ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزدۈق. مانا بۇلار بىزنىڭ سودىنى بىلىدىغان - بىلمەيدىغانلىقىمىزنى، تىجارەت قىلىش - قىلماسلىقىمىزنى ئىسپاتلاپ بەردى. تىجارەت قىلىش جەريانىدىكى ئاكتىپ، جانلىق تەدبىرلىرىمىزمۇ مەنپىرال 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 جانلاندىرۇش تەدبىرلىرى، پىلانلىرى ئۈستىدە ئىزدەندۈق. بۇ ئىشتا بىزنىڭ نىيىتىمىز دۇرۇس، قىلغان ئىشىمىز لىيلا بولدى. بىزدىكى يېتەكچى ئىدىيەنىڭ نەتىجىسى بىزنى ناھايىتى چوڭ زىيان پاتاقلىرىدىن ساقلاپ قالدى. مۇبادا نىيەت يامان، يېتەكچى ئىدىيە خاتا بولغان بولسا، ئۆزىمىزمۇ ئويلىدىغان ۋە ئويلىمىغان

يەردىن ئېغىر تىجارەت پالاكەتچىلىكىگە ئۇچراپ، پۇشايمان بىلەن تولدۇرۇۋالغىلى بولمايدىغان ئازابقا قالاتتۇق. ھالال تەر بىلەن ھاسىل بولغان نەرسە ھامان ئالتۇندەك پارقىرايدۇ. كىمكى نىيەتنى يامان قىلسا، ئۇنىڭ ئېرىشىدىغىنى پۇشايمان بولىدۇ. پاكىت ھېچ يەرگە كەتمەيدۇ. ئادەملىك سالاھىيەت، ۋەجدانى تۇيغۇ، 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 ئومۇمىيلىقنى 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 - ھەرىكەتلەرنىڭ 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 قالغىمىز، ئۇ بىزنى بىراقلا ئوڭدا قويىدۇ؛ قىزىققانلىق ۋە پاراسەتسىزلىك قىلساق، بىزگە نېسىپ بولىدىغىنى بىچارىلىك. پۇشايمان ۋە ئازاب بولىدۇ؛ مۇبادا بىز قانۇنىيەتكە ھۆرمەت قىلساق، ئالدىرىمىساق، 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 مەنلەر قوشۇلىدۇ، ئىش - ھەرىكەتلىرى 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 ياراتقىلى بولىدۇ. نېمە ئۈچۈن؟ بۇنىڭدىكى ئەڭ مۇھىم ئامىل يەنىلا زور كۆپ سانلىق كىشىلەرگە مەنپەئەت يەتكۈزگەنلىكتە

بولدۇ. 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 ئورۇندا قويۇپ ئويلىغانلىقىدا. ئۇلار تار، بېكىنمە تىجارەت دائىرىسىنى بۇزۇپ تاشلاپ، ئومۇمىيلىقنى چىقىش قىلغان مونوپوللۇقنى ئىشقا ئاشۇرۇپ، تىجارەتنىڭ مىللەت، دۆلەت چېگراسىنى بۇزۇپ تاشلاپ، قىممەت تولۇقلاش تىپىدىكى مۇلازىمەتنى زور كۈچ بىلەن ئەۋج ئالدۇرغان. بۇنداق مونوپوللۇق بىزنىڭ قولىمىزدىن نېمە ئۈچۈن كەلمەيدۇ؟ بۇنىڭغا ئۇزۇنلار 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 كۈچلۈك ھەمكارلىقنى ئىشقا ئاشۇرالساق، كۈچلۈك تەتقىقات ئارقىلىق باشقىلارنىڭ ئالدىغا چىقالساق، كەڭ ئومۇمىيلىقنى ئۆزىمىزگە مېزان قىلىپ، باشقىلارغا مەنپەئەت يەتكۈزەلسەك، ئۇ ھالدا دۇنيادىكى ئىلغارلار قىلىۋاتقان ئىشلارنىڭ بىزدىن ئايانماي ھەددى ئەمەس. تىجارەت شۇ چاغدا بەخت قۇچىقىنى 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

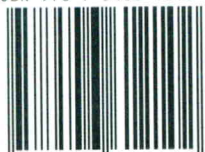
---

ISBN 978 - 7 - 5466 - 1210 - 2 (民文) 定价:13.00元

بېشىقتا يېتەكلەش مەجمۇئەسى

- ساغلام تاپاۋەت ، بېرەر ھىدايەت
- پۇل ھەققىدە ئاچچىق - چۈچۈك ھېكايىلەر
- پۇل تېپىشنىڭ ساغلام يولى
- پۇلغا يانداشقان بايانلار
- تېجەپ پۇل تېپىش
- ئۆزىڭىزگە قويىمچىلىق قىلىشتىن ساقلىنىش
- قەرز پۇلدىن پۇل تېپىش ( 1 - ، 2 - قىسىم )
- بايلىق داستىخاننى - مۇلازىمەت
- سودا پۇرسىتىنى قەدىرلەش
- پۇل تېپىشقا يانداشقان خىرىس

ISBN 978-7-5466-1210-2



9 787546 612102 >

定价: 13.00元