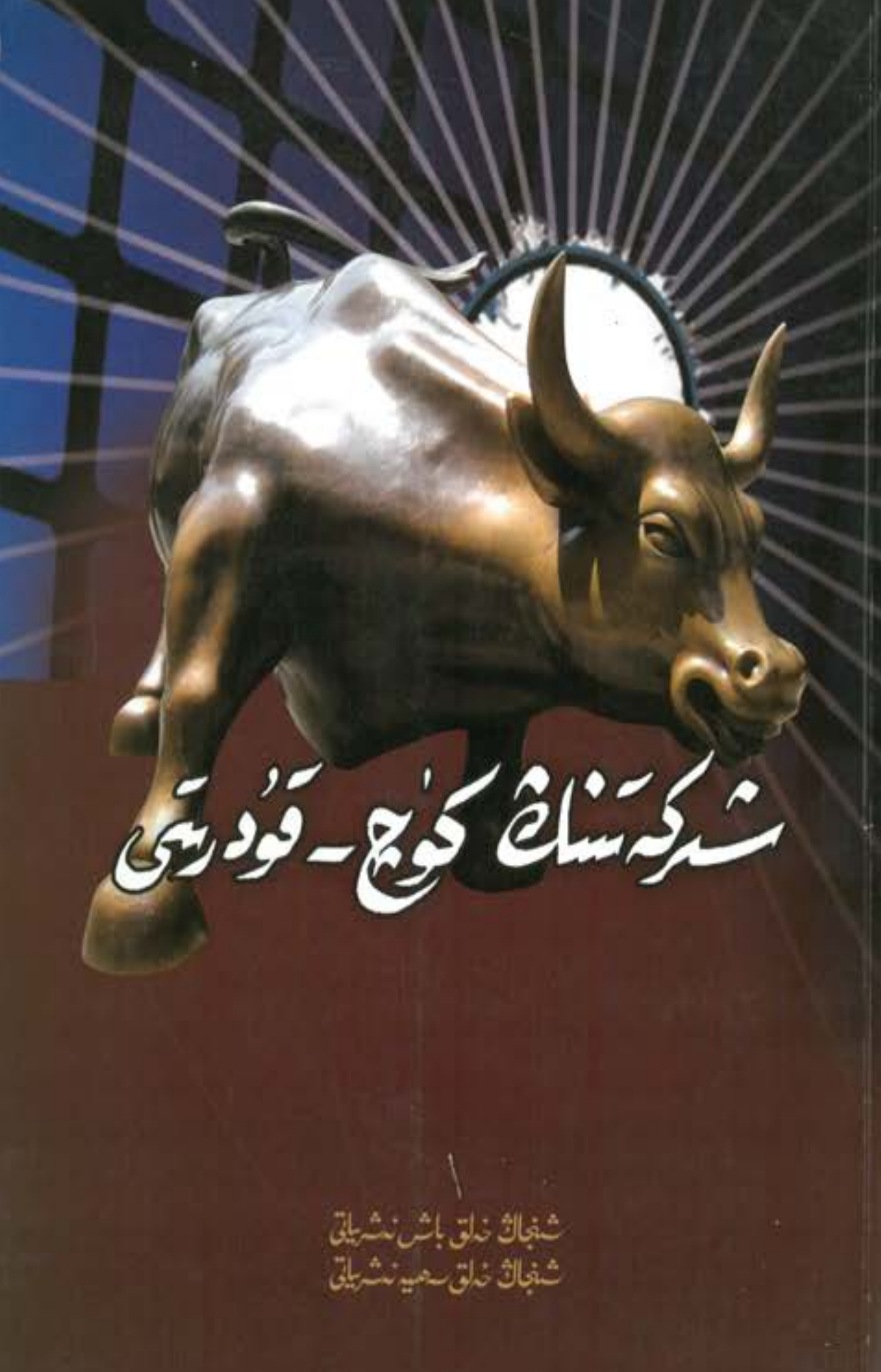


۱
شنجاك خلق باش نشریاتی
شنجاك خلق سعیه نشریاتی

پىلانلىغۇچى: غۇلام ھاجى سەھەرجى

مۇقاۋىنى لايىھەلىگۈچى: مەمەت نەۋبەت

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

ISBN 978-7-5372-5373-4

定价:39.00 元

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

شىجاڭ خەلق باش نەشرىياتى
شىجاڭ خەلق سەنئەت نەشرىياتى

شەرقە تەنىڭ كۈچ-قۇدرىتى

تەرجىمە قىلغۇچى: شۆھرەت قۇربان



شىنجاڭ خەلق باش نەشرىياتى
شىنجاڭ خەلق سەھىيە نەشرىياتى

图书在版编目（CIP）数据

公司的力量：维吾尔文/《公司的力量》节目组著；雪合来提·库尔班译. — 乌鲁木齐：新疆人民卫生出版社，2012.11
ISBN 978-7-5372-5373-4

Ⅰ. ①公…Ⅱ. ①公… ②雪…Ⅲ. ①公司 — 企业管理 — 维吾尔语（中国少数民族语言）Ⅳ. ①F276.6

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第272405号

公司的力量

（维吾尔文）

雪合来提·库尔班 翻译

策　　划	吾拉木阿吉·赛海尔其
责任编辑	优力吐孜·乌其洪江
责任校对	乔尔帕·吐尔逊
制　　版	古海尔·吾布力
出　　版	新疆人民出版总社 新疆人民卫生出版社
地　　址	乌鲁木齐市龙泉街196号
网　　址	http://www.xjpsp.com
印　　制	新疆新华印刷厂
发　　行	新疆新华书店
版　　次	2013年5月第1版
印　　次	2013年5月第1次印刷
开　　本	787×1092　1/16　24.5印张
书　　号	978-7-5372-5373-4
印　　书	0001～5100
定　　价	39.00元

发行科联系电话：（0991）2823055　邮编：830001

شىركەت ۋە زامانىۋى جەمئىيەت

بەش نەپەر نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى بىلەن ئېلىپ بېرىلغان سۆھبەت

روبېرت فوگېل
(ئامېرىكا چىكاگو ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى، 1993 ـ يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)



سوئال: ئىقتىسادىي كىرىزىس بىلەن ئىشسىزلىقنىڭ نېمە مۇناسىۋىتى بار؟ سىز بۇ قېتىمقى كىرىزىس داۋامىدىكى ئىشسىزلىق مەسىلىسىگە قانداق باھا بېرىسىز؟

جاۋاب: گەرچە ئىقتىسادنى ئاجىزلاشتۇرۇش ئاستا ـ ئاستا ئەسلىگە كەلىدىغان تەقدىردىمۇ ئۇنىڭ ئېشىش سۈرئىتى ئەمگەك كۈچلىرىنىڭ ئېشىش سۈرئىتىگە ھەرگىز يېتىشەلمەيدۇ. ئىقتىسادنىڭ چېكىنىش دەۋرىدىن قۇتۇلۇپ چىققان ياكى چىقالمىغانلىقىنى ئىشسىزلىق نىسبىتى ئارقىلىق ئۆلچەسەك، كىشىلەرنىڭ ئىستېمالى ياكى كىرىمى ئىقتىسادنىڭ ياخشىلانغانلىقىنى كۆرسىتىپ بېرەلمەيمىز. لېكىن بىز ھازىر يەنىلا چېكىنىش باسقۇچىدا تۇرۇۋاتقانلىقىمىزنى ئىنكار قىلالمايمىز.

ئىقتىسادنىڭ ئەسلىگە كېلىشى ئېھتىياجلىق بولغان ۋاقىتنىڭ ئۇزۇن ياكى قىسقا بولۇشى ئېتىبار بېرىشكە تېگىشلىك مەسىلىدۇر. ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن ئامېرىكىدا يۈز بەرگەن ھەر قېتىملىق

ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ ئوتتۇرىچە داۋام قىلغان ۋاقتى 11 ئاي بولۇپ، ئارقىدىنلا ئىقتىساد ئۇدا ئالتە يىل كۈچلۈك ئاشتى، بەزىلىرى ھەتتا 10 يىلغىچە ئۇزۇكسىز ئاشتى. ئەمما بۇ قېتىمقى ئىقتىسادىي كىرىزىس ئۇدا 22 ئاي داۋام قىلدى، ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ ئوتتۇرىچە داۋام قىلىش ۋاقتىنىڭ ئىككى ھەسسىسىگە توغرا كېلىدۇ، ئۇ پەيدا قىلغان ئىشسىزلىق نىسبىتى تارىخىي يۇقىرى سەۋىيە يارىتىپ، 1980 - يىلدىن بۇيانقى ئىشسىزلىق نىسبىتى سەۋىيەسىدىن ئېشىپ كەتتى، شۇڭا، بۇ قېتىملىق ئىقتىسادىي كىرىزىسنى ئامېرىكا ھەتتا پۈتۈن يەر شارى ئۈچۈنمۇ ناھايىتى ئېغىر بولغان بىر قېتىملىق كىرىزىس دېيىشكە بولىدۇ.

سوئال: ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار ئوتتۇرىسىدىكى ماجىرالار سانائەت جەمئىيىتىنىڭ ھەربىر باسقۇچلىرىدا يۈز بېرىپ تۇرىدۇ. سىزنىڭ قارىشىڭىزچە ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار ئوتتۇرىسىدىكى ماجىرالار ئىقتىسادنىڭ ئۆسۈش جەريانىدىكى مۇقەررەر ھادىسىمۇ؟

جاۋاب: ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار ئوتتۇرىسىدىكى ماجىرالار ئىقتىسادىي جەمئىيەتنىڭ ھەربىر باسقۇچلىرىدا يۈز بېرىپ تۇرىدۇ، نامراتلار، ئوتتۇرا ھال كىرىم قىلغۇچىلار، بايلارمۇ بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەمەس. ھالبۇكى ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار ئوتتۇرىسىدىكى ماجىرالار ئىقتىسادنىڭ تېز سۈرئەتتە ئېشىشىغا بۇزغۇنچىلىق قىلالمايلا قالماستىن، بەلكى ئىقتىسادنىڭ تېز سۈرئەتتە تەرەققىي قىلىشى ئاددىي پۇقرالار بايلىقىنىڭ كۆپىيىشىنى ئىلگىرى سۈردى. شۇڭا، گەرچە ئىنسانلار 20 - ئەسىردە نۇرغۇن جاپا - مۇشەققەتلەرنى باشتىن كەچۈرگەن بولسىمۇ، ئەمما بىز 20 - ئەسىرنى يەنىلا بىر بۈيۈك ئەسىر دەپ ئاتاشقا مەجبۇرمىز. ئەمما دۇنيادىكى بارلىق دۆلەتلەر ئەمەس بەلكى يەر شارى نوپۇسىنىڭ كۆپ سانىنى ئىگىلەيدىغان كۆپ قىسىم دۆلەتلەر تېز تەرەققىي قىلمۇاتىدۇ. لېكىن بىر قىسىم نامرات دۆلەتلەر تېخىچە ئىقتىسادنىڭ ئېشىش ئۇرىبتىسىغا كىرىپ بولالمىدى، بۇ دۆلەتلەرنىڭ ئىچكى قىسمىدىكى قالايمىقانچىلىقلار، ئىرقلار ئوتتۇرىسىدىكى جىددىي توقۇنۇشلار سەۋەبىدىن ئىقتىسادنىڭ تەرەققىياتى ئىنتايىن تۆۋەن بولماقتا.

سوئال: جۇڭگونىڭ ھازىرقى ۋە كەلگۈسى ئىقتىسادىي تەرەققىياتى توغرىسىدا ئۆز قارىشىڭىزنى سۆزلەپ باقسىڭىز.

جاۋاب: مېنىڭ قىياسىمچە، جۇڭگو ئىقتىسادى يەنىلا تەخمىنەن يىللىق ئوتتۇرىچە ئېشىش نىسبىتى 8% بويىچە داۋاملىق ئېشىپ، 2040 - يىلىغا بارغاندا جۇڭگولۇقلارنىڭ يىللىق ئوتتۇرىچە كىرىمى 85 مىڭ ئامېرىكا دوللىرىغا يېتىدۇ. مېنىڭ نۇرغۇن خىزمەتداشلىرىم مېنىڭ بۇ ئۇمىدۋار قىياسىمغا قارىتا باشقىچە قاراشتا بولسىمۇ، ئەمما مەن ئۆزۈمنىڭ قارىشىنى ئۆلارغا چۈشەندۈرۈشكە تىرىشىپ كەلدىم. ئۆزۈمنىڭ بۇ ھەقتىكى ئاساسىم شۇكى، جۇڭگو ھازىر مائارىپقا زور كۈچ بىلەن مەبلەغ سېلىۋاتىدۇ، بولۇپمۇ ھۆكۈمەت ئوتتۇرا مەكتەپ، ئالىي تېخنىكوم مائارىپىغا بولغان مەبلەغ سېلىش سالمىقىنى كۆچەيتمەكتە. ئىلگىرىكى يىللاردا جۇڭگو ئىقتىسادىنىڭ يىللىق ئوتتۇرىچە ئېشىش نىسبىتى 9% بولۇپ، بۇنىڭ ئىچىدە مائارىپنىڭ تۆھپىسى 6% بولدى. ئۇنداقتا قالغان 3% لىك يىللىق ئوتتۇرىچە ئېشىش نىسبىتى قەيەردىن كەلدى؟ ئۇ يېزىلاردىكى ئەمگەك كۈچلىرىنىڭ سىرتقا يۆتكىلىشىدىن كەلدى. يېزا ئىگىلىك ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىنىڭ يۇقىرى كۆتۈرۈلۈشى ئېشىنچا ئەمگەك كۈچلىرىنىڭ يىللىق ئوتتۇرىچە ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىنى تېخىمۇ يۇقىرى بولغان ياساش كەسىپلىرى ۋە مۇلازىمەت كەسىپىدىن ئىبارەت ئىقتىسادىي كەسىپلەرگە يۆزلەندۈردى. بۇ كەسىپلەردىكى ئىشچىلار ياراتقان كىشى بېشى ئوتتۇرىچە ئىشلەپچىقىرىش قىممىتى يېزا ئىگىلىكىدىن خېلىلا يۇقىرى تۇرىدۇ، شۇڭلاشقا يېزا ئىگىلىكىدىن باشقا كەسىپلەرگە يۆتكەلگەن ھەربىر ئىشچى جۇڭگو ئىقتىسادى يىللىق ئوتتۇرىچە ئېشىش نىسبىتىنىڭ يۇقىرى كۆتۈرۈلۈشى ئۈچۈن بىر ئۆلۈش ھەسسە قوشۇپ كەلدى. مانا بۇ قالغان 3% ئېشىش نىسبىتىنىڭ كېلىش مەنبەسىدۇر.

پەن - تېخنىكىنى كۈچەپ تەرەققىي قىلدۇرمىغاندا دۆلەتنىڭ تەرەققىياتىدىن گەپ ئاچقىلى بولمايدۇ. جۇڭگو ھېلىھەم ياۋروپا - ئامېرىكا قاتارلىق غەرب ئەللىرىنىڭ پەن - تېخنىكىلىرىنى كىرگۈزمەكتە، ھەمدە ئۆلارنى جۇڭگونىڭ دۆلەت ئەھۋالىغا ئۇيغۇنلاشتۇرۇشقا تىرىشماقتا. مانا بۇ «كېيىن تەرەققي قىلىش ئەۋزەللىكى» ھەم يەنە جۇڭگونىڭ ئامېرىكىغا قارىغاندا تەرەققىياتنىڭ تېز بولۇشىدىكى سەۋەبلەرنىڭ بىرىدۇر. ئۆزۈمنىڭ

جۇڭگوغا قارىتا بىر قەدەر ئۇمىدۋار بولۇشۇمنىڭ يەنە بىر سەۋەبى بولسا «نوپۇس پايدا» سىدۇر، يەنى ئەمگەك يېشىدىكى نوپۇسنىڭ ئومۇمىي نوپۇستىكى ئىگىلىگەن نىسبىتىدۇر. نۆۋەتتە جۇڭگودا، نوپۇس پايدىسى يەنىلا بىرقەدەر چوڭ بولۇپ، ئىتالىيە، فىرانسىيە، ئىسپانىيە، گېرمانىيە، ياپونىيە ھەمدە شىمالىي ياۋروپا قاتارلىق دۆلەتلەرنىڭ نىسبىتىدىن چوڭ. بۇنداق نوپۇس قۇرۇلمىسى ئەۋزەللىكى جۇڭگونىڭ كەلگۈسى 10 ~ 20 يىلدا ئىقتىسادىنىڭ ئېشىشى ئۈچۈن پايدىلىقتۇر.

جامېس مىرلېس

(ئەنگلىيە كامبرىج ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى، 1996 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)



سوئال: سىزنىڭچە ئادام سىمىس «دۆلەتنىڭ باي بولۇش نەزەريىسى» دە ئوتتۇرىغا قويغان يادرولۇق كۆز قاراش نېمە؟

جاۋاب: ئادام سىمىس بازارنى نۇرغۇنلىغان مۇستەقىل ئىشلەپچىقارغۇچىلار بىر يەرگە مۇجەسسەم بولغان جاي دەپ شەرھلىدى، ئۇلار بازاردا ئۆزلىرىنىڭ تاۋارلىرىنى ساتالايدۇ، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ تاۋارلىرىنى كىملەرنىڭ سېتىۋالىدىغانلىقىنى بىلمەيدۇ، ئەمما ئۇلار ئىستېمالچىلارنى ئىزدەپ تاپالايدۇ. بۇ يەردە كىشىلەر ئۆزلىرى ئېھتىياجلىق نەرسىلەرگە ئېرىشەلەيدۇ، ئۆزلىرىنىڭ تاللىشىغا ئاساسەن ئىستېمال قىلالايدۇ. بۇ يەردە، ئىشلەپچىقارغۇچى سودىگەرلەر كىشىلەر ئېھتىياجلىق بولغان تاۋارلارنى قانداق ئىشلەپچىقىرىش ئۈستىدە تەپەككۇر يۈرگۈزىدۇ، مەسىلەن: دېھقانچىلىق مەيدانلىرىدا قايسى خىلدىكى ئاشلىق زىرائەتلىرىنى تېرىش ياكى زاۋۇتلاردا قايسى خىل مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرىش دېگەندەك. «دۆلەتنىڭ باي بولۇش نەزەريىسى» دىن قارىغاندا، بازار ئىمكانقەدەر ئەركىن، ئېچىۋېتىلگەن بولۇشى لازىم، ئالايلۇق،

ئاشلىقنىڭ ئەركىن ئىمپورت قىلىنىشىغا يول قويۇش دېگەندەك، بۇنداق بولغاندا، كىشىلەرنىڭ تۇرمۇشىنى قامداش تەننەرخى تېخىمۇ تۆۋەن بولىدۇ، خادىملارنى يالالاش تەننەرخى تېخىمۇ تۆۋەن بولىدۇ. بۇ سودىنىڭ تەرەققىي قىلىشى، ئىقتىسادنىڭ ئېشىشىغا تۈرتكە بولۇپ، سانائەت ئىنقىلابىغا پايدىلىق بولىدۇ.

سوئال: سىزنىڭچە قايسى خىلدىكى بازار ئىگىلىكىنى ھەقىقىي بازار ئىگىلىكى دەپ ئاتاشقا بولىدۇ؟

جاۋاب: بازار ئىگىلىكى بولسا ئابستراكت بىر ئۇقۇم، مەن بۇنداق ئابستراكت ئىبارىگە ئانچە قىزىقىپ كەتمەيمەن. بىزنىڭ بىلىدىغىنىمىز بولسا مەلۇم بىر دۆلەتتە ھەر خىل ھەر ياڭزا بازار پائالىيەتلىرى بار بولۇپ، بۇلارنىڭ ئىچىدىكى نۇرغۇنلىرىغا ئەركىن بازار يېتەكچىلىك قىلماقتا. «ئەركىن بازار» كىشىلەرنىڭ نېمىنى ئىشلەپچىقىرىش، قانچىلىك ئىشلەپچىقىرىش، تاۋارلارغا قانچىلىك باھا بېكىتىش قاتارلىقلارنى ئەركىن تاللىيالايدىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ. بازارنىڭ جۇڭگودىكى ئەركىنلىك دەرىجىسى بىلەن ئۇلارنىڭ ئامېرىكىدىكى ئەركىنلىك دەرىجىسى ئوخشاش. مېنىڭ خىزمەتداشلىرىم بەزىدە جۇڭگودا باھا، تاشقى پېرېۋوت نىسبىتى، ئۆسۈم قاتارلىق نۇرغۇن نەرسىلەر ھۆكۈمەتنىڭ كونتروللۇقىغا ئۇچرايدۇ دېيىشىدۇ، ئەمەلىيەتتە تامامەن بۇنداقمۇ ئەمەس. جۇڭگودىكى مىللىي دارامەتنىڭ ھۆكۈمەتنىڭ چىقىم قىلىش نىسبىتىگە قاراش كېرەك، مەسىلەن: ھەربىي ئىشلار، ئوقۇ ـ ئوقۇتۇش، سەھىيە ساقلىق ساقلاش قاتارلىقلارغا كېتىدىغان چىقىملار گەرچە ناھايىتى كۆپ بولسىمۇ، ئەمما نىسبىتى يەنىلا ياۋروپا ئىقتىسادىي گەۋدىسىنىڭكىدەك يۇقىرى ئەمەس. ياۋروپادىكى بىرقانچە ئىقتىسادىي گەۋدىلەردە مىللىي دارامەتنىڭ 50% تىن كۆپرەكى ھۆكۈمەت تەرىپىدىن تەقسىم قىلىنىدۇ.

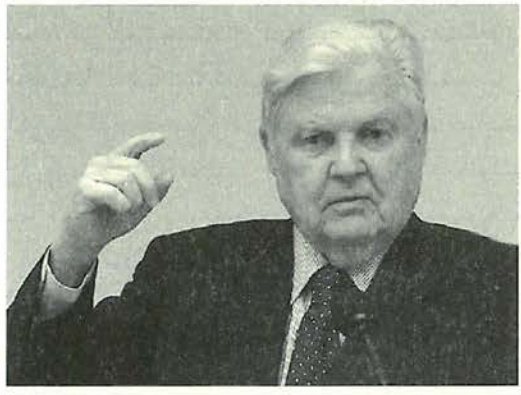
سوئال: سىزنىڭچە ھۆكۈمەت بىلەن بازار ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەت قانداق بولۇشى كېرەك؟

جاۋاب: ئادام سىمىس ھۆكۈمەت ئىقتىسادىي مۇناسىۋەتلەر ئوتتۇرىسىدىكى كېلىشىملەرنىڭ دەل جايىدا ئىجرا قىلىنىشىغا ھەقىقىي كاپالەتلىك قىلىپ، قانۇن ـ تۈزۈم بىلەن تەمىنلىنىشى ھەمدە مۇلۇك ھوقۇقىنى ئىجرا قىلىشى كېرەك دەپ قارايدۇ. ھالبۇكى بۇگۈنكى بۇ دەۋردە، يەنە بىر قىسىم قائىدە ـ نىزام، باشقۇرۇشقا ئوخشاش ئىشلارمۇ بارغانسېرى

دىققىتىمىزنى تارتىۋاتقان مۇھىم مەسىلىلەر ھېسابلىنىدۇ. ئىقتىسادىي مۇناسىۋەتلەردە ياخشى ئۆچۈرلارغا قانداق ئېرىشىمىز، ئالايلۇق بىرسى تېببىي دورىلارنى سېتىۋالغان ۋاقىتتا، ئۇلار بۇ دورىلارنىڭ ئۇنۇمىنىڭ بار ـ يوقلۇقىنى قانداق بىلىدۇ؟ بۇ دورىلارنى تەكشۈرۈشكە تۇغرا كېلىدۇ. مەكتەپلەرمۇ ئوخشاش، سىز بەلكىم يۇقىرى ئوقۇش ھەققى تۆلەشكە ئېھتىياجلىق بولۇشىڭىز مۇمكىن، ئەمما ھۆكۈمەتنىڭمۇ مەكتەپلەرگە قارىتا نازارەت ئېلىپ بېرىپ، مەكتەپلەرنىڭ ئەلا بولغان مائارىپ بىلەن تەمىن ئەتكەن ياكى ئەتمىگەنلىكىنى تەكشۈرۈشى تولىمۇ زۆرۈردۇر.

روبېرت موندېل

(ئامېرىكا كولومبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى، 1999 ـ يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)



سوئال: كارخانىچىلارنىڭ رولىنى قانداق باھالايسىز؟

جاۋاب: كارخانىچىلار ئەڭ ئاساسلىقى پۇرسەت يارىتىش ئىقتىدارىنى ھازىرلىغان بولۇشى كېرەك. ناۋادا سىزدە بۇنداق ئىقتىدار بولمىسا، ئۇنداقتا سىز ھەرگىزمۇ كارخانىچى بولالمايسىز. سىز چوقۇم مۇئەييەن بىلىملەرگە ئىگە بولۇشىڭىز، پۇرسەتنى تۇتۇش ۋە ئۇنى ئىشلىتىشنى بىلىشىڭىز لازىم. ئەلۋەتتە، ھەقىقىي مەنىدىكى كەسىپلەشكەن باشقۇرۇش 20 ـ ئەسىرنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدە سودا ئىنستىتۇتلىرىنىڭ بەرپا قىلىنىشىغا ئەگىشىپ باشلانغان ئىدى. بۇنداق يۇرۇشلەشكەن پەلسەپىلەر بۇگۈنكى كۈندە جۇڭگودىمۇ ناھايىتى مۇھىم بولغانلىقى ئۈچۈن، نۇرغۇن ئادەملەر سودا ئىنستىتۇتلىرىدا بۇنداق يۇرۇشلۇق ئۇسۇللارنى ئۆگەنمەكتە، بۇ ناھايىتى مۇھىم بىر قەدەم

ھېسابلىنىدۇ، چۈنكى ئۇ جۇڭگو كارخانىلىرىنىڭ ئۇنۇمىنى يۇقىرى كۆتۈرۈپلا قالماي، بەلكى يەنە شىركەت باشقۇرۇش ۋە ئۇلارغا رەھبەرلىك قىلىشتىمۇ ناھايىتى مۇھىمدۇر.

شۇڭا مەن تاريختا ئۆتكەن كارخانچىلارنى سىياسىي داھىيلارغا ئوخشاشلا مۇھىم دەپ قارايمەن. ياۋروپانى تېخىمۇ قۇدرەتلىك قىلىپ ئۆزگەرتكەن، جۇڭگونى تېخىمۇ قۇدرەتلىك قىلىپ ئۆزگەرتكەن كارخانچىلار سىياسىيونلارغا ئوخشاش قالتىس ھېسابلىنىدۇ.

سوئال: سىزنىڭ جۇڭگونىڭ داڭلىق ماركا قۇرۇلۇشىغا قارىتا قانداق تەكلىپلىرىڭىز بار؟

جاۋاب: جۇڭگو كارخانىلىرى ھازىر دۆلەت دەرۋازىسىدىن ھالقىپ، چەت ئەللەردە ئۆزلىرىنىڭ مەھسۇلات نامىلىرىنى كېڭەيتىپ، ئۆز مەھسۇلاتلىرىنى ئىشلەپچىقىرىدىغان زاۋۇتلارنى قۇرۇشماقتا. جۇڭگو كارخانىلىرىنىڭ چەت ئەل بازارلىرىغا كىرىشى ئۆز تېخنىكىلىرىنى يۇقىرى كۆتۈرۈشكىلا پايدىلىق بولماستىن، بەلكى يەنە ئۇلارنىڭ چەت ئەل بازارلىرىدىكى ئۇلۇشلىرىنى كۆپەيتەلەيدۇ. جۇڭگونىڭ ئىشلەپچىقىرىش كەسپى دۆلەت ئىچىدە ناھايىتى چوڭ مۇۋەپپەقىيەت قازاندى، ئەمما خەلقئارادا تەسىرى بار مەھسۇلات نامىلىرى بىر قەدەر ئاز. جۇڭگودا ھازىر بىر قىسىم كاتتا مەھسۇلات نامىلىرى بار، ئەمما پۈتۈن دۇنيادىكى ئىشلەپچىقىرىش كەسپىدە ئىگىلىگەن ئۇلۇشىدىن قارىساق، ياپونىيە، ئامېرىكا، گېرمانىيە، فىرانسىيە، ئەنگلىيە، ھەتتا كورىيە قاتارلىق باشقا دۆلەتلەر بىلەن سېلىشتۇرغاندا، ئىگىلىگەن نىسبىتى ناھايىتى تۆۋەن. جۇڭگو كارخانىلىرى ئۆزلىرىنىڭ خەلقئارالىق مەھسۇلات ماركىلىرىنى ۋۇجۇدقا كەلتۈرۈشى ھەمدە تېخىمۇ ياخشى بولغان ئىجتىمائىي مۇناسىۋەتلەرنى ئورنىتىشى كېرەك. كارخانىلارنى يەرشارىلاشتۇرۇشى كېرەك، چۈنكى يەرشارىلىشىش خەلقئارالىق تەسىر كۈچىگە ئىگە مەھسۇلات ماركىلىرى بەرپا قىلىشتىن دېرەك بېرىدۇ.

مېنىڭچە ھازىرقى ئىقتىسادنىڭ چۈشكۈنلىشىش مەزگىلى ناھايىتى ياخشى بىر پۇرسەت. چۈنكى نۇرغۇن شىركەتلەر ۋەيران بولغاچ، نۇرغۇن مەھسۇلاتلار سېتىلىشنى كۈتۈپ تۇرۇشماقتا، شۇڭا جۇڭگو كارخانىلىرى بۇ پۇرسەتتىن پايدىلىنالايدىغان بولۇشى كېرەك.

سوئال: شىركەت هازىرقى جەمئىيەتتە مۇهىم بىر كۈچكە ئايلاندى، سىز بۇ خىل كۈچكە قانداق باها بېرىسىز؟

جاۋاب: شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى بولسا ئاشۇ پۇلى بار كىشىلەر ئىگە بولغان كۈچ، چۈنكى پۇل - مال كۈچ - قۇدرەتنى يارىتىدۇ. هوقۇققا ئېرىشكىنى شىركەت ئەمەس، بەلكى ئادەم. شىركەتتىكى ئادەملەر هوقۇققا ئېرىشتى. ئامېرىكا، شۇنداقلا دۇنيادىكى بارلىق چوڭ شىركەتلەردىكى خادىملار ئۆزلىرىنىڭ ئورنى، بىلىم ساپاسى ۋە باشقا بىر قىسىم ئالاهىدىلىكلىرى ئاساسىدا ئۇستۇنلۇككە تەبىئىيلا ئىگە بولىدۇ. ناۋادا سىز جۇڭگونىڭ ئىقتىسادىي سىياسەتلىرىگە باها بەرمەكچى بولسىڭىز، ئۇنداقتا سىز 30 دىن 40 قىچە بولغان يولباشچى كارخانىچىلارنىڭ تىزىملىكىنى تۇپلاپ چىقىشىڭىز كېرەك، چۈنكى ئۇلار دۆلەتكە ئەڭ ئۇنۇملۇك تەكلىپلەرنى بېرەلەيدۇ. بۇ ئەھۋاللار ئامېرىكىدا شۇنداق بولىدۇ، ياۋروپادىمۇ هەم شۇنداق بولىدۇ.

جوسېف ستىگلىز

(ئامېرىكا كولومبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى، 2001 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساهىبى)



سوئال: ئىقتىسادنىڭ ئۆسۈشى جەريانىدا، ئادىللىق بىلەن ئۇنۇم ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتلەرنى قانداق قىلغاندا دەل جايىدا هەل قىلغىلى بولىدۇ؟

جاۋاب: ئوخشىمىغان دۆلەتلەر ئىقتىسادنىڭ ئۆسۈشى بىلەن ئىجتىمائىي ئادىللىق ئوتتۇرىسىدا ئوخشاشمىغان تەڭپۇڭلاشتۇرۇش ۋە كېلىشتۇرۇشلەرنى ئېلىپ بارىدۇ. دۇنيا بويىچە بۇ جەھەتتىكى خىزمەتلەرنى ئەڭ ياخشى ئىشلەيدىغان دۆلەتلەر بولسا سكاندىناۋىيە يېرىم ئارىلىدىكى دۆلەتلەر هېسابلىنىدۇ. ئۇلار ئىقتىسادنى تەرەققىي قىلدۇرۇش بىلەن بىرگە ئىجتىمائىي ئادىللىقنىمۇ ساقلاپ كەلدى. ئۇلار ئىشەنچلىك بولغان ئىجتىمائىي كاپالەت، ئەلا مائارىپ،

ياخشى داۋالىنىش شارائىتى بىلەن تەمىنلەشكە كۈچ چىقاردى، جەمئىيەت ئەزالىرى ئىقتىسادىي تەرەققىيات ئېلىپ كەلگەن نەتىجىلەردىن ئومۇميۈزلۈك بەھرىمەن بولدى، بۇ ئىشلارنىڭ ھەممىسى ئۇلارنىڭ ئىقتىسادنى تېز سۈرئەتتە تەرەققىي قىلدۇرۇشى ئۈچۈنمۇ ئاساس سالدى.

ئامېرىكا ئىقتىسادىنىڭ ئۆسۈشى ئانچە تېز ئەمەس، ھالبۇكى ئىقتىسادنىڭ ئېشىشى چەكلىك بولدى دېگەن تەقدىردىمۇ، ئۇنىڭ پايدىسى جەمئىيەتنىڭ يۇقىرى قاتلىمىدىكى ئەربابلارنىڭ چۆنتىكىگە چۈشۈپ كېتىدۇ. ئەمەلىيەتتە، ئامېرىكىدىكى كۆپ سانلىكى پۇقرالار سەككىز يىل ئىلگىرىكىگە سېلىشتۇرغاندا تېخىمۇ نامراتلىشىپ كەتتى. مانا بۇ ئىقتىساد گەرچە ئۆسۈۋاتقان بولسىمۇ، ئەمما كۆپ سانلىكى كىشىلەرنىڭ ئىقتىسادىي ئەھۋالىنىڭ يامانلىشىپ كېتىشىنىڭ سەۋەبى. مېنىڭ قارىشىمچە، ئىقتىسادنىڭ بۇنداق ئۆسۈشى مۇۋەپپەقىيەتلىك ئەمەس. مۇۋەپپەقىيەت قازىنالماسلىقىنىڭ سەۋەبى بولسا، ئۇلار گەرچە پۇل مۇئامىلە ئاپپاراتلىرىنىڭ زىيادە تېز ئۆسۈشىگە رۇخسەت قىلغان بولسىمۇ ئەمما باج ئېلىش تۈزۈمى ئادىل بولمىدى. ئۇلار بازارنىڭ فۇنكسىيەسى بىلەن ھۆكۈمەت فۇنكسىيەسىنى ئايرىۋەتمىدى، ھۆكۈمەتنىڭ ئىجتىمائىي ئادىللىق جەھەتتە ھېچقانداق رولى بولمىدى.

سوئال: «باشقۇرغۇچىلار ئىنقىلابى» دىن «باشقۇرغۇچىلار ئىناۋەت كىرىزىسى»غىچە بولغان جەريانلارغا قارىتا قانداق كۆزقارىشىڭىز بار؟

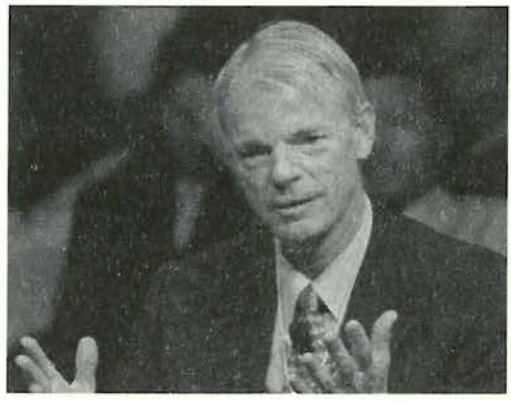
جاۋاب: شىركەتنىڭ كۈندىلىك باشقۇرۇشى پايچىك، كوللېكتىپ ۋە ئىشچىلار ۋە باشقا ھوقۇق - مەنپەئەتدارلارنىڭ مەنپەئىتى ئۈچۈن بولماستىن بەلكى شىركەتنىڭ شەخسىي مەنپەئىتى ئۈچۈنلا ئېلىپ بېرىلىدۇ. بۇ پايدا - مەنپەئەتلەرنىڭ باراۋەر بولماسلىقى قاتارلىق ئەھۋاللارنىڭ ناچارلىشىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. شۇڭا، مېنىڭ قارىشىمچە، ياخشى بولغان شىركەت ئىدارە قىلىش ئىنتايىن مۇھىمدۇر، چۈنكى شىركەت ئىدارە قىلىش جەھەتلەردىكى يېتەرسىزلىكلەر ئادىل بولماسلىق مەسىلىسىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ.

سوئال: سىز ھۆكۈمەتنىڭ ئىقتىسادقا مۇداخىلە قىلىشىغا قانداق قارايسىز؟

جاۋاب: بارلىق ئىقتىساد باشقۇرۇشتا قوللىنىلىدىغان بىر يۇرۇش

پىرىنسىپلار ھەققەتەن مەۋجۇت. ئەمما بىر تەرەپتىن، ئوخشىمايدىغان ئىقتىسادىي گەۋدىلەر ئوخشىمايدىغان مەسىلىلەرگە دۇچ كېلىدۇ، مانا بۇ ھۆكۈمەتنىڭ مۇداخىلە قىلىشىنىڭ ئوخشاش بولمايدىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ. بىر قىسىم دۆلەتلەر باشقا بىر قىسىم دۆلەتلەرگە قارىغاندا باراۋەرلىك ۋە ئىجتىمائىي ئادىللىقلارغا تېخىمۇ ئەھمىيەت بېرىشى مۇمكىن، ھۆكۈمەتنىڭ مۇداخىلە قىلىش تەدبىرى ۋە دەرىجىسىدە شۇ سەۋەبلىك پەرق پەيدا قىلىشى مۇمكىن. بازار ئىگىلىكى ئىقتىسادىي تۈزۈلمىسى شارائىتىدا، شىركەتلەر بەزىدە پايدىغا ئېرىشىش ئۈچۈن، باشقىلارنى شىلۈپلىش، ھەتتا مۇھىتقا بۇزغۇنچىلىق قىلىشتىنمۇ يانمايدۇ. بىر شىركەتنىڭ ھەرىكىتى باشقا شىركەتلەرگە تەسىر قىلغاندا ياكى بىر ئادەمنىڭ ھەرىكىتى باشقا بىر ئادەمگە تەسىر قىلغان ۋاقىتتا ھۆكۈمەت ئوتتۇرىغا چىقىپ ئارىلىشىشى كېرەك، مەسىلەن: مۇھىت مەسىلىسى، ئاجىزلارنى تالان - تاراج قىلىش قاتارلىق مەسىلىلەردە...

ئامېرىكا بانكىلىرىنىڭ كۆپ قىسىم پايدىلىرى ئاشۇ تۇراقسىز مەبلەغ سالغۇچىلاردىن كەلگەن. بانكا ئاپپاراتلىرىنىڭ نامۇۋاپىق ھەرىكەتلىرى ئامېرىكا جەمئىيىتى ۋە دۇنيا ئىقتىسادىغا غايەت زور زىيان ئېلىپ كېلىدۇ. ئىشچىلارنىڭ ئىشسىز قېلىشى خۇسۇسىي ئۆي ئىگىدارلىرىنى شەخسىي ئۆيلىرىدىن ۋە بىر ئۆمۈر يىغقان پۇللىرىدىن ئايرىپ قويىدۇ. كىرىزىسنىڭ تەسىرى پۈتۈن يەر شارىغا كېڭىيىدۇ. نۆۋەتتىكى ئورتاق بىر تونۇش بولسا، كۈچلۈك تەدبىرلەرنى قوللىنىپ بۇ خىلدىكى ۋەقەلەرنىڭ يۈز بېرىشىنىڭ ئالدىنى ئېلىشتۇر.



مىكائىل سپېنسې
(ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پەخرىي مۇدىرى، 2001 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

سوئال: نۆۋەتتە

«كارخانىلارنىڭ ئىجتىمائىي مەسئۇلىيىتى» گە ئالاقىدار نۇرغۇن مۇنازىرىلەر بولىۋاتىدۇ، شىركەتنىڭ ھازىرقى جەمئىيىتىمىزدىكى رولىنى بېكىتىشكە قارىتا سىزنىڭ قانداق كۆزقاراشلىرىڭىز بار؟

جاۋاب: زامانىۋى شىركەتلەر بولسا ئىجتىمائىي بايلىقلارنى يارىتىشتىكى ئاساسلىق قورال. شىركەتنىڭ مەيدانغا كېلىشى مەبلەغ سېلىشنى ئىلگىرى سۈرۈشكە پايدىلىق، ئەكسىچە مەبلەغ سېلىش بولسا بايلىق يارىتىشنىڭ ئاساسلىق شەكلى ھېسابلىنىدۇ. بىز بازارنى يېتەكچى قىلغان ئىقتىسادىي گەۋدىلەر ئارىسىدا سودا پائالىيەتلىرى ئېلىپ بارغان ۋاقتىمىزدا، راستلا شىركەتنىڭ ئورنىنى باسالايدىغان باشقا ھەرقانداق بىر نەرسىنى تاپالمايمىز.

ھازىرقى جەمئىيەتتە، شىركەتنىڭ قانۇنلۇق نىشانى نېمە دەيدىغان مۇھىم بىر مۇنازىرە تېمىسى ئوتتۇرىغا چىقتى. مېنىڭ قارىشىمچە، شىركەت پەقەت بىر ئىقتىسادىي تەشكىلات بولۇپلا قالماي، بەلكى شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا ئۇ يەنە بىر ئىجتىمائىي تەشكىلات ھېسابلىنىدۇ. بازار تۈزۈلمىسى بارلىق مەسىلىلەرنىڭ ھەممىسىنى ھەل قىلالمايدۇ، مەسىلەن: ئۇ تەقسىمات مەسىلىسىنى ھەل قىلالمايدۇ، ئىرقىي كەمسىتىش مەسىلىلىرىنى ھەل قىلالمايدۇ، مۇھىت مەسىلىلىرىنىمۇ ھەل قىلالمايدۇ. شۇڭلاشقا، شىركەت بىلەن ئىستېمالچىلار شەخسىي مەنپەئەتلەرنى ئەمەس بەلكى ئاممىۋى ۋە ئىجتىمائىي مەنپەئەتلەرنى قوغلاشقاندا، ئۇلار ئۆز ئالدىغا قانداق رولالارنى ئېلىشى كېرەكلىكىنى تېخىمۇ ئەستايىدىل ئويلىنىشقا باشلىدى. مېنىڭچە بۇنداق رولالارنىڭ ئورنىنى بېكىتىشكە ئالاقىدار بەس ـ مۇنازىرىلەر ئىنتايىن پايدىلىق.

سوئال: سىزنىڭچە مال ـ مۇلۇك ھوقۇقى، توختام ۋە قانۇن ـ تۈزۈم شىركەت ئۈچۈن مۇھىممۇ؟

جاۋاب: سىز مەبلەغ سالغان ۋاقتىڭىزدا، بىر تۈرلۈك مۇلۇك يارىتىلىدۇ، بۇ مۇلۇك كەلگۈسىدە تېخىمۇ كۆپ ئىشلەپچىقىرىش يوشۇرۇن كۈچىگە ئىگە بولۇشىنى ئويلايسىز. ئەگەر بىرسى كېلىپ ئۇنى ئىگىلىۋالسا، سىز يەنە مەبلەغ سېلىشتىن ئەنسىرەيسىز. يۇكسەكلىكنى ئالدىن مۆلچەرلەش مۇمكىن بولمىغان شارائىتتا، مەبلەغ سېلىش ئۇنۇمى ناھايىتى ناچار بولۇشى مۇمكىن. دۇنيادىكى تەرەققىي قىلغان ۋە قىلىۋاتقان ئەللەر كۆپىنچە ئاممىۋى ۋە خۇسۇسىي ساھەلەردە ناھايىتى

يۇقىرى مەبلەغ سېلىش ئۇنۇمى ياراتقان ئەللەر ھېسابلىنىدۇ. ئۇ يەردە، مەبلەغ سېلىش مۇھىتى ھازىرلانغان بولىدۇ. شۇڭا قائىدە بىلەن مال ـ مۈلۈك ھوقۇقى شىركەتنىڭ ناھايىتى مۇھىم تۈزۈلمىسى ھېسابلىنىدۇ.

سوئال: ئادام سىمىس بازار ئىگىلىكىنى بايقىغاندىن بۇيان، بازار ئىگىلىكىدىن ئىبارەت بۇ ئۇقۇمدا بىرەر ئۆزگىرىش بولدىمۇ؟

جاۋاب: مېنىڭچە، ئادام سىمىس ئوتتۇرىغا قويغان كۆپ قىسىم ئۇقۇملار كىشىلەرنى ھەقىقىي ھەمدە ئورتاق بەھرىمەن بولۇشقا بولىدىغان قىممەت قارىشى بىلەن تەمىنلىدى. بازار ئىگىلىكىدە، كارخانىچىلار ئۆز مەنپەئەتلىرىنى قوغلىشىپ، ياخشى ئىجتىمائىي مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرىدۇ. دېمەك، بازار ئىگىلىكىدىكى كوللېكتىپ مەنپەئەتلەر بولسا بارلىق ئادەملەرنىڭ شەخسىي مەنپەئەتلەرنى ئەڭ ياخشى ھالدا قوغلىشىشى دېگەنلىكتۇر. ئىقتىسادنى تېخنىۋ ئۇنۇملۇك ھالدا ھەربىر كەتلەندۇرۇش ئۈچۈن، تەدبىر بەلگىلەش ھوقۇقىنى تارقاقلاشتۇرۇشقا ھەمدە بۇ تارقاقلاشتۇرۇلغان ھوقۇقلارنى ياخشى ئىشلىتىشكە توغرا كېلىدۇ. شۇڭا، مېنىڭچە بازار ئىگىلىكى ناھايىتى مۇھىمدۇر.

كىشىلەر ئاۋستىرىيەلىكلەرنىڭ ئاتالمىش «ئاممىۋى بۇيۇملار پاجىئەسى»نى قانداق ھەل قىلدى؟ يەنى بۇ دېگەنلىك، كىشىلەر دېڭىز ـ ئوكيان، بېلىقچىلىق، ئاممىۋى چارۋىچىلىق مەيدانى قاتارلىق ئاممىۋى بايلىقلاردىن قانداق پايدىلاندى؟ بۇ ساھەلەر بولسا بازار ئۆز تەسىرىنى كۆرسىتەلمەيدىغان ساھەلەردۇر. مۇكەممەللىك، ئۇچۇر تەڭسىزلىكى قاتارلىقلار مەۋجۇتلا بولىدىكەن، بازارنىڭ راۋان ئايلىنىشى ئىمكانسىز بولىدۇ. شۇڭا ۋاقىتنىڭ ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ، بازار ئىگىلىكىنىڭ نورمال ئايلىنىشىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇپ، كىشىلەرنى كوللېكتىپ مەنپەئەت بىلەن بىردەك بولغان ئەھۋال ئاستىدا شەخسىي مەنپەئەتلەرنى قوغلىشىشقا ئىگە قىلىش ئۈچۈن، ئادام سىمىسنىڭ ئاساسلىق ئۇقۇملىرىغا ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈشكە مەجبۇر بولمىز. مانا بۇ ھازىرقى زامان بازار ئىگىلىكى قوغلىشىدىغان نەتىجىدۇر.

مۇندەرىجە

شىركەت ۋە زامانىۋى جەمئىيەت
بەش نەپەر نوبۇل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى بىلەن ئېلىپ بېرىلغان سۆھبەت

ئىنسانلار زامانىۋىلىشىشقا قاراپ باسقان مۇساپىلىرىدە، دۇنيا بازىرى تەدرىجىي ھالدا قىياپىتىنى نامايان قىلدى، شىركەت دېگەن نېمە؟ ئۇ نېمە ئۈچۈن يېقىنقى زامانىدىكى ئەڭ بۈيۈك تەشكىلات دەپ ئاتالدى؟ بىز مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇۋاتقان بۇ دۇنياغا نىسبەتەن شىركەتنىڭ تەسىر كۈچى قەيەردىن كەلدى؟

بىرىنچى باب شىركەت! شىركەت! 1
1. ھەممىلا جايدا مەۋجۇت ئاجايىپ تەشكىلات 1
2. يېپىيېڭى تۇرمۇشنى ئالغا ئىتتىرگۈچى غايەت زور قول 13
3. پەرىشتە بىلەن ئالۋاستىنىڭ «بىرىكمىسى» 18
4. ئۆتۈپ كەتكەن يىللارمۇ ياكى كەلگۈسى تۇرمۇشىمىزمۇ؟ 23

دۆلەت ئاتا قىلغان ئالاھىدە ئىجازەتنامىنى قولدا كۆتۈرۈپ، شىركەتلەر ئارزۇ - ئارمان ۋە ئۇرۇش - ماجىرالار داۋامىدا بايلىقلارغا ئېرىشىش سەپىرىنى باشلىدى. ھوقۇق ئېلىپ كەلگەن خۇشاللىق - قايغۇلارنى باشتىن كەچۈرگەندىن كېيىن، شىركەتلەر ئاخىرقى ھېسابتا بازار مېخانىزمى ئاستىدا قايتا ھاياتلىققا ئېرىشتى. ئالاھىدە ئىجازەتلىك شىركەتلەر نېمە سەۋەبتىن گۈللىنىشتىن خارابلىشىشقا يۈزلەندى؟ ئالاھىدە ئىمتىيازدىن ئايرىلغاندىن كېيىن شىركەت يەنە نېمىشقا خەلقنى باي، دۆلەتنى قۇدرەتلىك قىلالىدى؟

ئىككىنچى باب بازار چەكسىز 36
1. خان جەمەتى ئالاھىدە ئىجازەت بەرگەن شەرەپلىك يىللار 37
2. سېھرىي كۈچىنى يوقاتقان تىللا تۆكۈلىدىغان ماشىنا 46
3. شىركەتنى بازارغا قايتۇرۇپ بېرەيلى 53

پۇل تېپىش ئاچ كۆزلۈكتىن ئەمەس، جان بېقىش ئۈچۈنمۇ ئەمەس، بەلكى ئۇ بىر بۇرچ، بىر خىل روھ ، ئۆز ھاياتىنى ئەڭ چوڭ رەۋىشتە رەڭگارەڭ قىلىش، شەخسىي تەقدىرىنى ئۆزگەرتىشنىڭ ئەڭ ياخشى يولىدۇر. زادى قانداق بىر تۈپراق 19 ـ ئەسىردىكى چوڭ شىركەت ۋە كارخانىچىلارنى ئاپىرىدە قىلدى؟ مال ـ دۇنيا يەنە نېمە ئۈچۈن ئىنسانلارغا يېڭى مۇشكۈلاتلارنى ئېلىپ كەلدى؟

ئۈچىنچى باب بايلىق ئوۋلاش دەۋرى 77
1. بوران ـ چاپقۇنلار ئىچىدە شىددەت بىلەن ئىلگىرىلەۋاتقان يېڭى چوڭ قۇرۇقلۇق 78
2. يېتىشۈېلىش ئۈچۈن غەيرەت بىلەن قوغلاپ كېلىۋاتقان ياۋروپا 94
3. تراېست گۇللەنگەن مەنزىرىسىنىڭ بەربات بولۇشى 97

شىركەت ئىنسانىيەت تارىخىدا ئىقتىسادنىڭ ئەڭ تېز ئېشىشىنى بارلىققا كەلتۈردى ھەم ئۆزىنى جەمئىيەت كونترولىلۇقىدىن ھالقىغان ھوقۇق تەشكىلاتىغا ئايلاندۇرۇپ، كەسكىن ئىجتىمائىي زىددىيەتلەرنى كەلتۈرۈپ چىقاردى. شەخسىي ھوقۇق بىلەن شىركەت مەنپەئىتى ئوتتۇرىسىدىكى توقۇنۇشلارغا زادى قانداق قاراش كېرەك؟ كاپىتالنىڭ كېڭىيىشى بىلەن ئىجتىمائىي ئادىللىق ئوتتۇرىسىدا تەڭپۇڭلۇقنى قانداق ساقلاش كېرەك؟

تۆتىنچى باب ئالغا بېسىش يولىدىكى ئازابلار 113
1. «جەننەت»تىكى ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار ئۇرۇشى 114
2. ھەققانىيلىق بىلەن ئۇنۇم ئوتتۇرىسىدىكى ئېلىشىش 121
3. «ئورمان قائىدىسى»نى چۆرۈۋېتىش 127

پۇل مۇئامىلە بازارلىرىنىڭ يۆلىشى ئارقىسىدا ئۆز مەيلىچە قاتراپ يۇرگەن، چەكسىز ئەركىنلىك ئىچىدە تېرىسىگە پاتماي قالغان شىركەتلەر بىر مەھەل گۈللەنگەندىن كېيىن ئاخىر مىسلى كۆرۈلمىگەن ئىقتىسادىي ۋەيرانچىلىققا دۇچ كەلدى ھەمدە شۇنىڭ بىلەن كىشىلەرنىڭ بازار ئىگىلىكىگە بولغان تونۇشىنىمۇ ئۆزگەرتتى. شىركەت نېمە سەۋەبتىن پاجىئە كەلتۈرۈپ چىقاردى؟ بازارنى زادى كىم قۇتقۇزالايدۇ؟

بەشىنچى باب كىرىزىس پەيتى 149

1. «چوڭ كاساتلىشىش» پۇتۇن يەر شارىنى قاپلىدى 150
2. ھەشەمەتچىلىك يىللار قوينىغا يوشۇرۇنغان بالا ـ قازا 160
3. ھۆكۈمەتنىڭ «شەكىللىك قولى»نى ئۈزىتىشى 166
4. بازار ئىگىلىكىگە قايتىدىن تەبىر بېرىش 177

شىركەت كۆلىمى بىر ئادەم باشقۇرۇپ كېتەلەيدىغان ئەڭ يۇقىرى چەكتىن ئېشىپ كەتكەن ۋاقىتتا، بىرىنچى ئەۋلاد ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەر ياشىنىپ قالغان مەزگىللەردە زامانىۋى شىركەت تۈزۈمى بارلىققا كېلىپ، باشقۇرۇش شىركەتنىڭ ئەڭ مۇھىم ئۈتۇقى ۋە ھەربىر تەشكىلاتنىڭ زۆرۈر ئوقۇشلۇقى بولۇپ قالدى. ھوقۇقنى زادى قانداق تەقسىم قىلىش ۋە ئۇنىڭغا ۋارىسلىق قىلىش كېرەك؟ ھەم ئۇنى قانداق چەكلەش ۋە تەڭپۇڭلاشتۇرۇش كېرەك؟

ئالتىنچى باب ھوقۇقنىڭ سېپىنى كىم تۇتىدۇ؟ 193

1. شىركەت خانىدانلىقىنىڭ ئەسىرلەپ داۋام قىلىشى 194
2. كەسپىي باشقۇرغۇچىلارنىڭ سەھنىگە چىقىشى 200
3. زامانىۋى شىركەتلەرنى ئىدارە قىلىش 213

باشقۇرۇش ئىلمى شىركەتلەرگە ئىنقىلاب خاراكتېرلىك ئۆزگىرىش ئېلىپ كەلدى. ئەمما، تېگى - تەكتىدىن ئېيتقاندا شىركەت يەنىلا ئادەم تەشكىلاتى، تۈزۈم ۋە ئىدراك يېتىپ بارالمايدىغان جايلاردا پەقەت مەدەنىيەتلا كىشىلەر قەلبىنى ئىتتىپاقلاشتۇرالايدۇ. مەدەنىيەت بىلەن شىركەتنىڭ زادى قانداق ئالاقىسى بار؟ ياپونىيە شىركەتلىرى قانداق قىلىپ كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ بۆشۈكىگە ئايلاندى؟

يەتتىنچى باب ھەر ساھەدىكى سەركەردىلەر 229

1. ياپونىيە باشقۇرۇش ئىدىيەسىنىڭ ئاپىرىدە بولۇشى 230
2. غەربچە «چىراي» ئاستىدىكى شەرق «روھى» 239
3. يۇقىرى ۋە تۆۋەن پەللە ئوتتۇرىسىدىكى تەپەككۇر 242

ئەقىل بىلەن كاپىتال بىر يەرگە كەلگەندىن ئېتىبارەن، ئىنسانىيەت جەمئىيىتىنىڭ تەرەققىيات سۈرئىتىدە گېئومېتىرىيەلىك پىروگرېسسىيە ئۆسۈش مەيدانغا كەلدى. شىركەت مەبلەغ، تېخنىكا ۋە بازار ئوتتۇرىسىغا كۆۋرۈك سالدى. بىلىم ئىگىلىكى دەۋرىدە، يېڭىلىق يارىتىشنىڭ ئەھمىيىتى ھەرقانداق بىر دەۋردىن ھالقىپ كەتتى. زادى قانداق قىلغاندا شىركەتلەرنى ھەقىقىي تۈردە يېڭىلىق يارىتىشنىڭ ئاساسىي گەۋدىسىگە ئايلاندۇرغىلى بولىدۇ؟

سەككىزىنچى باب يېڭىلىق يارىتىقۇچى ئاۋانگارتلار 257

1. يېڭىلىق يارىتىش ـ دەۋرنىڭ يول باشچىسى 258
2. پەن - تېخنىكا ـ ئىقتىسادنىڭ موتورى 262

سودىغا ھۆكۈمەت نازارەت قىلىشتىن ئۇمۇمىي خەلق سودا بىلەن شۇغۇللىنىشقىچە، دۆلەت مونوپولىدىن ئەركىن رىقابەتلىشىشكىچە، مەركەزنىڭ پىلان تۈزۈشىدىن بازارنى يېتەكچى قىلىشقىچە، جۇڭگو شىركەتلىرى تەرەققىيات ئەندىزىسىنىڭ تالاي قېتىملىق سىنىقى ۋە تۈرتىشىنى باشتىن كەچۈردى. جۇڭگو يېڭىدىن گۈللەنگەن بازار دۆلىتىگە ئايلانغان مۇشەققەتلىك ئۆزگىرىش جەريانىدا، شىركەتلەر يەنە قانداق قىلىپ ئىسلاھاتنىڭ قۇدرەتلىك تايانچ كۈچىگە ئايلىنالىدى؟

توققۇزىنچى باب ئۆز تۈپرىقىدىكى يۈكسەك ئىرادە 276
1. تۇنجى قېتىملىق قىزغىنلىقنىڭ ئۇن - تىنسىز بېسىقىپ قېلىشى 277
2. بوران - چاپقۇن ئىچىدە تەمتىرەپ يۈرگەن مىللىي كاپىتال 284
3. پىلاندىن بازارغىچە مۇشەققەتلىك ئۆزگىرىش 287

مىللىي دۆلەتلەر چېگرالىرىدىن ھالقىپ ئۆتتى، دۇنيا بازىرى بەرپا قىلىش يولىدىكى توسالغۇلارنى سۈپۈرۈپ تاشلىدى، شىركەتلەر دۇنياغا كەلگەن كۈنىدىن تارتىپلا يىراقلارغا تاشلانغان قەدىمىنى توختىتىپ قويمىدى. چېگرا ھالقىغان شىركەتلەردىن يەرشارى شىركەتلىرىگىچە، تالان - تاراج قىلىشتىن ئورتاق بەھرىمەن بولۇش، ھەمكارلىشىشلارغىچە بولغان جەريانلاردا شىركەت دۇنيانى قانداق قىلىپ بىر يەرگە باغلىدى؟ كەلگۈسىدە يەنە قايسى يۆنىلىشكە ماڭىدۇ؟

ئونىنچى باب بىپايان يەر شارى 309
1. دۆلەت چېگراسىدىن ھالقىپ ئۆتۈپ زېمىن كېڭەيتىش 310
2. قەلبىگە پۈتۈن يەر شارىنى پۈككەن ھالدا بايلىقلارنى رەتكە سېلىش 319
3. مەدەنىيەتلەر سوقۇلۇشى ئاستىدىكى ئۆزلەشتۈرۈش 324
4. يېڭى ئەسىردىكى پۇرسەت ۋە رىقابەتلەر 332

بىرىنچى باب

شىركەت! شىركەت!

ئىنسانلار زامانىۋىلىشىشقا قاراپ تەرەققىي قىلغاندا، دۇنيا بازىرى تەدرىجىي ھالدا ئۆز قىياپىتىنى نامايان قىلدى، بۇنىڭ بىلەن خۇسۇسىيلار كۆچىنى مۇجەسسەم قىلغۇچى شىركەت قانداشلىق، جۇغراپىيەلىك بوشلۇقلاردىن ھالقىپ ئۆتۈپ بارلىققا كەلدى. شىركەت دېگەن نېمە؟ ئۇ نېمە ئۈچۈن يېقىنقى زاماندىكى ئەڭ بۇيۇك تەشكىلات دەپ ئاتالدى؟ ئۇنداقتا شىركەتنىڭ تەسىر كۈچى قەيەردىن كەلدى؟

ئۆتۈپ كەتكەن نەچچە ئەسىردە، شىركەت ئادەم بىلەن ئادەمنىڭ مۇناسىۋەت قىلىش تەرتىپىنى، دۆلەت بىلەن دۆلەتنىڭ رىقابەتلىشىش قائىدىلىرىنى ئۆزگەرتىۋەتتى. شۇنىڭ بىلەن بىرگە شەكىللىك ۋە شەكىلسىز تۈرلۈك مۇۋەپپەقىيەتلەرنىڭ ھەممىسىگە شىركەت نامى يېزىلدى.

شىركەت ئۇ بىر خىل تەشكىلات، بىر خىل تۈزۈم، بىر خىل مەدەنىيەت. شىركەت ئۇ بىر خىل ياشاش ئۇسۇلى، ھەم يەنە بىر خىل تۈرمۇش ئۇسۇلى. ئوخشىمايدىغان ئەللەردە ئۇ ئوخشىمايدىغان سىياقتا ئوتتۇرىغا چىقىپ، ئۆزىگە خاس تەرەققىيات يولىغا يېتەكچىلىك قىلدى.

1. ھەممىلا جايدا مەۋجۇت ئاجايىپ تەشكىلاتلار

1858 - يىلى 4 - ئاينىڭ 10 - كۈنى، تايمىس دەرياسى بويىدا ئېگىزلىكى 95 مېتىر كېلىدىغان يېڭى بىر ئىمارەت قەد كۆتۈرۈپ، ئۇنىڭ ئىچىگە ئېغىرلىقى 15 تونىنا، مىنۇت ئىستېرلىكسىنىڭ ئۇزۇنلۇقى تۆت مېتىردىن ئارتۇق كېلىدىغان، ئەينى ۋاقىتتىكى ئەنگلىيە بويىچە ئەڭ چوڭ «كالانپاي» سائەت ئورنىتىلدى. «كالانپاي» سائەت كېيىنكى ۋاقىتلاردا ئەنگلىيەنىڭ مۇھىم سىمۋولى بولۇپ قالدى، ھالبۇكى ئۇنىڭ

ئەڭ دەسلەپ مەيدانغا كېلىشى ئۆلچەملىك ۋاقىتتىن ئىبارەت بىر خىل يېپىيېڭى ۋاقىت ئۇقۇمىنى تارقاتقانىدى.

بۇنىڭدىن ئىلگىرى، قۇياش ھەربىتىگە ئاساسەن ۋاقىتنى ھەر كىم ئۆز ئالدىغا تەڭشەپ تۇرۇشاتتى، كىشىلەر كۈن چىققاندا ئىشقا چىقىپ، كۈن پاتقاندا ئارام ئېلىشاتتى. ئەمما، ئەمدىلا دۇنياغا كەلگەن تۆمۈر يول شىركىتى بولسا نەچچە مىڭ يىلدىن بۇيان ئۆزگەرمەي داۋاملىشىپ كېلىۋاتقان تەبىئىي قانۇنىيەتكە جەڭ ئېلان قىلدى.

چۈنكى، ھەربىر يېزا - بازار قۇياشنىڭ ئۆز چېرىكاۋلىرى مۇنارلىرىنىڭ چوققىسىغا چۈشكەن ۋاقىت بويىچە ۋاقىت تۇغرىلاش ئېلىپ بارىدىغان بولسا، ئۇ چاغدا پويىز تىجارىتى ئۈچۈن قالايمىقانچىلىق تۇغدۇراتتى، شۇڭا، تۆمۈر يول تەرەققىياتىغا ئەگىشىپ، «ئۆلچەملىك ۋاقىت» قا بولغان تەلەپ تېخىمۇ جىددىي بولدى.

1883 - يىلى 11 - ئاينىڭ 18 - كۈنى، ئامېرىكىدا مەملىكەت بويىچە بىرلىككە كەلگەن تۇنجى تۆمۈر يول ۋاقىت جەدۋىلى دۇنياغا كەلدى. مۇشۇ كۈنى دەل چىگقى چۈش ۋاقتىدا، ئامېرىكا شەرقىي قىسىم رايونلىرىدىكى سائەتلەر ئىستىرىلكىلىرىنى بىردەك ئارقىغا بۇراشتى.

شۇنىڭدىن كېيىن، تەڭرىنىڭ ۋاقتىمۇ ئىنسانلار دۇنياسىدىكى سائەت ئىستىرىلكىسى ئارقىلىق ئۆلچىنىدىغان بولدى. بۇ بارلىق نەرسىلەرنى ئۆزگەرتكىنى قانداقتۇر دىن، ھۆكۈمەت ۋە ياكى ئىلىم - پەن بولماستىن بەلكى «شىركەت» دەپ ئاتىلىدىغان بىر تەشكىلات ئىدى.

ئەلۋەتتە، شىركەت تەرىپىدىن ئۆزگەرتىلگىنى پەقەت ۋاقىتلا ئەمەس.

بۇ بىر ئادەتتىكى بىر شەھەرنىڭ سەھەر ۋاقتى. بۇ ئادەم سىز، مەن ۋە بىز بولۇشىمىز مۇمكىن.

كۆپىنچە ئەھۋاللاردا، بىز ئەتراپىمىزدىكى شىركەت توغرىسىدا ھېچ نەرسە بىلمەيمىز. چۈنكى بارلىق ئىشلار خۇددى نەپەس ئالغاندەكلا تەبىئىيلىشىپ كەتكەن ئىدى. ناۋادا ھاۋا بولمىسا ئۇ چاغدا ۋاكۇئۇم ھالەتتە ياشاشنىڭ مۇمكىن ئەمەسلىكىنى بىلمىز.

2009 - يىلى، شىركەتلەر يەرشارىدىكى81% ئاھالىنى خىزمەت پۇرسىتى بىلەن تەمىنلىدى، يەر شارى ئىقتىسادىي كۈچىنىڭ 90% نى شەكىللەندۈرۈپ، يەر شارى ئىشلەپچىقىرىش ئومۇمىي قىممىتىنىڭ 94% نى ياراتتى. يەر شارىدىكى 100 چوڭ ئىقتىسادىي گەۋدىنىڭ ئىچىدە 51 ى

شىركەتلەر، 49 ى بولسا دۆلەتلەردۇر.
دۇنيادىكى 161 دۆلەتنىڭ ئىقتىسادي كىرىمى ژولمارت شىركىتىنىڭ كىرىمىگە يەتمەيدۇ. يەر شارىدىكى 10 چوڭ شىركەتنىڭ سېتىش ئومۇمي سوممىسى دۇنيادىكى ئەڭ كىچىك 100 دۆلەتنىڭ دۆلەت ئىچى ئىشلەپچىقىرىش ئومۇمي قىممىتىنىڭ يىغىندىسىدىن ئېشىپ كېتىدۇ.

شىركەت بولسا بايلىق يارىتىشتىكى ئاساسلىق قاتناشقۇچىلارنىڭ بىرىدۇر.
(بېرنارد راماناسوئا فىرانسىيە پارىژ ئالىي سودا ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

تۇرمۇش سۈپىتىنى يۇقىرى كۆتۈرۈشتە شىركەت ئەڭ مۇھىم تۇرتكىلىك رول ئوينايدۇ.
(جون كۇئېچ ئامېرىكا خارۋارد سودا ئىنستىتۇتى مۇئاۋىن مۇدىرى)

يالىنىش ئارقىلىق، بىز تۇرمۇشقا ئېھتىياجلىق خىراجەتلەرگە ئېرىشىمىز، بۇ ئارقىلىق تۇرمۇشىمىزنى قامدايمىز. بۇ پۇللارغا شىركەت ئارقىلىقلا ئېرىشىمىز.
(دا چيەن يەنيى ياپونىيە ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەر ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

دۇنيادىكى بارلىق زور بېڭىلىقلارنىڭ هەممىسى دېگۈدەك دۆلەت قاتلىمىدا ئەمەس بەلكى شىركەتلەردە بارلىققا كەلگەن.
(خېلمان سىمون گېرمانىيە باشقۇرۇش مۇتەخەسسىسى)

شىركەت بولسا بىر جەريان بولۇپ، بارلىق دۆلەتلەر ئۇنى ئىشلىتىدۇ.
(روبېرت مۇندېل ئامېرىكا كولومبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى، 1999 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

شىركەت - پۇتۇن مەبلىغى پايچىكلارنىڭ چىقىرىشىدىن شەكىللەنىدىغان، پايدا ئېلىشنى مەقسەت قىلىدىغان هەمدە قانۇن بويىچە تەسىس قىلىنغان بىر خىل كارخانا تەشكىللەش شەكلىنى كۆرسىتىدۇ.

دۇنيادا ھەر كىشى يېڭى شىركەتلەر دۇنياغا كېلىپ، ھەر كۈنى بىر قىسىم شىركەتلەر تاقىلىپ تۇرىدۇ، ھەر كۈنى ئوخشىمايدىغان شىركەتلەردە ھايات - ماماتلىق ھېكايىلەر يۈز بېرىپ تۇرىدۇ. بۈگۈنگە قەدەر، دۇنيادىكى كۆپ سانداكى دۆلەتلەردە شىركەت ئېچىش قانداقتۇر بىر سىرلىق ئىشتەك تۇيۇلمايدىغان بولۇپ قالدى.

ئەنگلىيە شىركەتنى تىزىمغا ئالدۇرۇش ئورنىدىكى شىركەت ئىستراتېگىيە يېتەكچىسى تىم مۇس تونۇشتۇرۇپ مۇنداق دەيدۇ: «ئەنگلىيەدە تەخمىنەن 2 مىليون 600 مىڭ شىركەت تىزىملىتىپ ئەنگە ئالدۇردى. ھەر يىلى قۇرۇلىدىغان يېڭى شىركەتلەر 350 مىڭدىن ئېشىپ كېتىدۇ. ئەنگلىيەدە شىركەتلەرنىڭ ئەنگە ئالدۇرۇشىغا قارىتا چەكلىمىلەر ناھايىتى ئاز، پېيىنىڭ قىممىتى ھەتتا بىر فوندستېرلىڭدىن تۆۋەن بولسىمۇ بولۇۋېرىدۇ. ھەرقانداق بىر ئادەم شىركەت قۇرۇشقا بولىدۇ.»

كەلگۈسىشۇناس جون ناسبىتمۇ مۇنداق دەيدۇ: «ئامېرىكىدا شىركەت ئەنگە ئالدۇرۇش ناھايىتى ئاددىي، ھېچقانداق پۇل كەتمەيدۇ، بىر كۈن ئىچىدىلا بىر شىركەت قۇرۇپ چىققىلى بولىدۇ. سىز پەقەت مەن شىركەت ئاچىمەن، بۇ ئاچماقچى بولغان شىركەتنىڭ نامى دېسىگىزلا بولىدۇ.»

«شىركەتنى تىزىمغا ئالدۇرۇش» شىركەتنى ئەنگە ئالدۇرۇش دەپمۇ ئاتىلىدىغان بولۇپ، شىركەت تەسىس قىلىش، ئۆزگەرتىش، ئاخىرلاشتۇرۇش ۋاقتىدا، شىركەتنى تىزىملاپ ئەنگە ئېلىش ئاپپاراتىدا ئىلتىماس قىلغۇچىنىڭ قانۇن بويىچە ئىلتىماس قىلىشى، ئاساسلىق باشقۇرغۇچى تارماقلار تەكشۈرۈش نەتىجىسىدە خاتالىق كۆرۈلمىگەندىن كېيىن تەستىقلىشى ۋە قانۇنىدا بەلگىلەنگەن تىزىملاش تۈرلىرىنى خاتىرىلەشنى كۆرسىتىدۇ. شىركەتلەرنىڭ تەسىس قىلىنىشىغا قارىتا ئۆلچەم ئاساس قىلىدىغان دۆلەت ۋە رايونلاردا ، ئادەتتە بىرلا ۋاقىتتا ئاشكارا ئېلان قىلىش ئۇسۇلىنى قوللىنىش ئارقىلىق شىركەتلەرگە قارىتا تىزىملاش - ئەنگە ئېلىش خىزمىتى ئېلىپ بېرىلىدۇ.

مەھسۇلات ياكى مۇلازىمەتلەردىن بەھرىمەن بولۇشۇاتقان ۋاقتىمىزدا، خىزمەت ئىزدەۋاتقان ياكى ئىگىلىك تىكلەۋاتقان ۋاقتىمىزدا، غوجايىنىدىن ئاغرىنىپ ياكى خىزمەتداشلىرىمىز بىلەن رىقابەتلىشىۋاتقان ۋاقتىمىزدا شىركەت دەل بىزنىڭ ئەتراپىمىزدا بولغان بولىدۇ.

ئامېرىكا ئەرلەر ۋاسكېتبول كەسپى بىرلەشمە مۇسابىقىسى (NBA) پەقەت بىر خىل ۋاسكېتبول مۇسابىقىسىلا بولۇپ قالماي بەلكى ئۆز نۆۋىتىدە ئۇ يەنە شىركەت ھېسابلىنىدۇ. ھەر قېتىملىق مۇكەممەل مۇسابىقىلەرنىڭ ھەممىسى توختام ۋە پۇلغا ئايلىنىدۇ. شىركەت بىر «ئادەم» ھەتتا بىر جۈپ مۇشت، بىر دانە پۇتنىمۇ ئېنىق باھا قويۇلغان تاۋارغا ئايلاندۇرالايدۇ.

ئەرلەر يۇقىرى ئاۋاز ئۆلچىمىدە ناخشا ئېيتىدىغان ئۇچ بۈيۈك ئارتىسنىڭ ئاۋازلىرى دۇنيادىكى ئەڭ گۈزەل ئاۋازلار بولۇپ، شىركەت ئۇلارنىمۇ توختىماي پۇل كىرىپ تۇرىدىغان تىجارەتكە ئايلاندۇرالايدۇ.

ھەرقايسى ئەللەر رەھبەرلىرىنىڭ چەت ئەللەرگە زىيارەتكە چىقىشى دۆلەت ئىشلىرى زىيارىتى بولۇپلا قالماي، ئۆز نۆۋىتىدە ئۇ يەنە سودا ئىشلىرى سۆھبىتى ھېسابلىنىدۇ. چۈنكى ئۇلارنىڭ ئارقىسىدا تۇرغان داڭدار شەخسلەر چوڭ گېنېراللار بولماستىن بەلكى كاتتا غوجايىنلار بولغان بولىدۇ. بۇگۈنكى دۇنيا ۋەزىيىتىگە تەسىر قىلىدىغىنى نوقۇل سىياسىيلا بولۇپ قالماستىن ئۇنىڭغا يەنە شىركەتنىڭ زاكاز تالونلىرىمۇ قوشۇلدى.

ئىراق ئۇرۇشى بىر مەيدان زامانىۋى ئۇرۇش ھېسابلىنىدۇ، بۇيەردە كىشىلەرنىڭ كۆرەلەيدىغىنى ئىس ـ تۈتەك، ئۇرۇش ئوتى بولغان بولسا، كىشىلەرنىڭ كۆزىگە كۆرۈنمەيدىغىنى ئەشيا ئوبوروتى ۋە ئۇچۇر كاپالىتى بىلەن تەمىنلىگۈچى شىركەتلەردۇر. ئارمىيەنىڭ ئۇنۇمدارلىقى سىرتتىن كېلىدۇ ھەمدە مەجبۇرلاش خاراكتېرىگە ئىگە بولىدۇ، ئەمما شىركەتلەرنىڭ ئۇنۇمدارلىقى بولسا شىركەتنىڭ ئىچكى قىسمىدىن كېلىدۇ، ئاكتىپچان بولىدۇ. ئاخىرقى ھېسابتا، ئارمىيەدىن ئىبارەت بۇ ئەڭ ئۇنۇمدارلىققا ئىگە تەشكىلاتمۇ ئامالسىز ھالدا شىركەتتىن باشقۇرۇش ئۇسۇللىرىنى ئۆگىنىدۇ. غەربىي نۇقتا ھەربىي مەكتىپى ھەتتا ئەڭ ياخشى سودا ئىنىستىتۇتى دەپ باھالاندى.

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

تەشكىللىك سودا پائالىيىتى بولمىغان بولسا ھازىرقى زامان جەمئىيىتىمۇ بولمايتتى، مەيلى جامائەت ئىشلىرى، توك بىلەن تەمىنلەش، ئوچۇر - ئالاقە، بانكا سىستېمىسى ۋە ياكى مەھسۇلات قاتارلىقلار بولسۇن، كۆپ ساندىكى تاۋار ۋە مۇلازىمەتلەرگە ئېرىشىش مۇمكىن ئەمەس ئىدى.

(مۇرراي ۋېدېنبائوم ئامېرىكا ۋاشىنگتون ئۇنىۋېرسىتېتى كارخانا تەتقىقات مەركىزى مۇدىرى)

نەچچە يۈز يىللار داۋامىدا شىركەتلەر گاھى ئاۋاتلىشىپ، گاھىدا چۈشكۈنلەشتى. ئەمما ئۇ ھايات قالدى، زورايدى ھەمدە جەمئىيەت قان تومۇرىغا بىر تامچە - بىر تامچىدىن سىڭىپ كىرىپ، ئاخىر ئۆزىنى ھەممىلا يەردە مەۋجۇت بولۇپ تۇرالايدىغان قىلىپ ئۆزگەرتىپ چىقتى.

ئۇنداقتا، شىركەت زادى قانداق بىر تەشكىلات؟ ئۇ دۇنياغا قانداق ئاپىرىدە بولدى؟

ئىنسانلاردا تۇغما سودا قىلىش تالانتى بار. خۇددى ئادام سىمىس ئېيتقاندەك: «سودا قىلىش ئىنسان تەبىئىتىنىڭ بىرى بولۇشى مۇمكىن، ئۇنىڭ تارىخى بەلكىم تىلغا ئوخشاش قەدىمىي بولۇشى مۇمكىن.»

ئىككى دەريا ۋادىسىدىكى ئىبادەتخانا بانكىلىرىدىن قەدىمىي مىسىرنىڭ قۇللۇق تۈزۈم ئىش مەيدانلىرىغىچە؛ يىپەك يولىدا قار - يامغۇر ئىچىدە ئىلگىرىلەۋاتقان ئەرەب سودا كارۋانلىرىدىن شىمالىي ياۋروپادىكى ئاۋات كەسىپداشلار، ھۈنەرۋەنلەر ئۇيۇشمىسىغىچە؛ جۇڭگونىڭ مىڭ - چىڭ دەۋرلىرىدىكى گۇللەنگەن سودا شايكىلىرىدىن ياۋروپانىڭ يېقىنقى دەۋرىدىكى تۈرلۈك سودا ئىتتىپاقلىرىغىچە... بىرقانچە مىڭ يىللاردىن بۇيان، دۇنيادا تۈرلۈك - تۈمەن سودا تەشكىلاتلىرى بولۇپ ئۆتتى. بۈگۈنكى كۈندە، ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى مۇتلەق كۆپ ساندىكىلىرى ئاللىقاچان تارىخنىڭ قېلىن چاڭ - توزانلىرى ئىچىگە كۆمۈلۈپ كەتتى. ھالبۇكى شىركەت بولسا، ئەكسىچە يىللارنىڭ داۋالغۇشلىرى ئىچىدە تەدرىجىي ھالدا شەكىللەندى.

بىز ھازىر 16 - ئەسىرنىڭ ئاخىرى، 17 - ئەسىرنىڭ دەسلىپىدە ئەنگلىيە ۋە گوللاندىيەلەردە ھازىرقى زامان پاي چەكلىك مەسئۇلىيەت

شىركىتى مەيدانغا كېلىشتىن ئىلگىرى، ئۇنىڭ ئىپتىدائىي شەكلى ئەمەلىيەتتە قەدىمكى رىم ۋە ئوتتۇرا ئەسىردىكى غەربىي ياۋروپادا ئاللىقاچان مەيدانغا كېلىپ بولغان دەپ قارايمىز.

مىلادىيە 1 ـ ئەسىردە ئىجاد قىلىنغان بىر پارچە قاپارتما نەقىشتە مەلۇم بىر كۈنى سەھەر ۋاقتىدا، مايا كىشىڭ يول باشلىشى ئاستىدا، بىر سودا كېمىسىنىڭ تولاجىن پورتىغا ئاستا ـ ئاستا كىرىپ كېلىۋاتقانلىقىدەك ئىككى مىڭ يىل ئىلگىرىكى بىر مەنزىرە تەسۋىرلەنگەن ئىدى.

دەلىللىنىشىچە، بۇ قاپارتما نەقىش قەدىمكى رىمدىكى مەلۇم بىر شىركەتنىڭ ۋېنېسكىسى ئىكەن. بۇ بەلكىم بۈگۈنكى كۈندە كۆرۈش مۇمكىن بولغان ئەڭ قەدىمكى شىركەت ئوبرازلىرىنىڭ بىرى بولسا كېرەك.

قەدىمكى رىملىقلار سودا تەشكىلىي شەكلى ئاساسلىقى شەخسلەرنىڭ شېرىكلىشىش تۈزۈمى ئىدى، ھالبۇكى شەخسىي شېرىكلىشىش شەكلى بولسا شۇبھىسىزكى ئارىستوتېلنىڭ «قانۇن بولمىدىكەن، چوقۇم جەمئىيەت بولىدۇ» دېگەن قارىشىنى تەرەققىي قىلدۇردى.

(روبېرتا مورالى ئىتالىيە رىم ئىككىنچى ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)



قەدىمكى رىم پادىشاھى تراجاننىڭ باش سۈرىتى چۈشۈرۈلگەن كۈموش پۇل

رىملىقلار شىركەتلىرىدە شېرىكلەشكۈچىلەر مەبلەغنى ئورتاق چىقىرىپ، باشقۇرغۇچىنى سايلاپ چىقىش ئارقىلىق تىجارەتلىرىنى باشقۇراتتى، يىللانما خادىملارنىڭ سانى 100 دىن ئاشمايتتى. ئەمما مۇھىم بولغىنى، رىم دەۋرىدە تۇرغۇزۇلغان قانۇنىي پىرىنسىپلارنىڭ كەلگۈسى شىركەتلەر تەرەققىياتىغا بولغان تەسىرى چوڭقۇر ھەم ئۇزاق مۇددەتلىك بولدى.

رىم قانۇنىدا، «ئادەم» مال - مۈلۈك ھوقۇقىغا ئىگە بولالايدىغان، ئەرز قىلىش ۋە ئەرز قىلىنىشقا بولىدىغان ھەرقانداق بىر خۇسۇسىينى كۆرسىتىدۇ. گەرچە ئەرز قىلىش ۋە ئەرز قىلىنىش ھوقۇق - مەنپەئەتكە ئانچە ئوخشاپ كەتمىسىمۇ، ئەمەلىيەتتە ئۇلارنىڭ ھەممىسى ھوقۇق - مەنپەئەتلەر ئىدى.

(كىچىك بوزبر ئامبرىكىلىق قانۇنشۇناس)

ئىگىدارلىق ھوقۇقىنىڭ دەخلى - تەرۇزسىز بولۇشى، ئىگىدارلىق ھوقۇقىنىڭ تۇراقلىق ياكى ھوقۇق - مەنپەئەت تەۋەلىكىنىڭ مۇقىم ۋە ئېنىق بولۇشى يالغۇز سودا پائالىيەتلىرى ئۈچۈنلا ئەمەس بەلكى پۈتكۈل ئىجتىمائىي تۇرمۇش ئۈچۈنمۇ ناھايىتى مۇھىم ئەھمىيەتكە ئىگىدۇر.

(ساندىرو سىچپانى ئىتالىيە رىم بىرىنچى ئۇنىۋېرسىتېتى قانۇنشۇناسلىق پروفېسسورى)



قەدىمكى رىم تراجان خەلق مەيدانى خارابىلىكى

شەخسىي هوقۇق ـ مەنپەئەتلەرنى قانۇن ئارقىلىق قوغداپ، ئىگىدارلىق هوقۇقىنىڭ تەۋەلىكىنى ئايدىڭلاشتۇرۇش بولسا دەل ئەركىن سودا ۋە بازارنىڭ شەكىللىنىشىنىڭ ئالدىنقى شەرتى. بەلكىم مۇشۇ سەۋەبتىن بولسا كېرەك، نۇرغۇن ئالىملار شىركەت قۇرۇش شان ـ شەرىپىنى رىملىقلارغا بەردى.

ئەمما، رىم ئىمپېرىيەسىنىڭ يىمىرىلىشىگە ئەگىشىپ، شىركەت كېمىلەرنىڭ ماچتىلىرىدا يەلپۇنۇپ تۇرىدىغان يەلكەن ـ پالاباۋلار ئاخىرقى هېسابتا خادا تاشلارغا ئايلاندى. هەقىقىي شىركەت دەۋرى بولسا «ئادەم» يەنمۇ ئىلگىرىلىگەن هالدا ئازاد بولغاندىن كېيىنلا يېتىپ كەلدى.

رېنايسا ئارخىپىخانىسىدا ساقلىنىۋاتقان ئاشۇ قەدىمىي هېسابات دەپتەرلىرى بولسا دۇنيادا هازىر ساقلىنىۋاتقان ئەڭ دەسلەپكى سودا كېلىشىملىرى هېسابلىنىدۇ. ئۇلارنى رېنايسانس تىرىشچان كۆچۈرگۈچى ـ چىياۋپەن يېزىپ قالدۇرغان.

ئىتالىيەدىكى نۇرغۇن شەھەرلەردىكى ئارخىپىخانىلاردا، مۇشۇنىڭغا ئوخشاش مىڭلىغان «كېلىشىم»لەر ساقلانماقتا. توختاملاردىكى مەزمۇنلارنى بۈگۈنكى سودا توختاملىرىغا سېلىشتۇرۇش مۇمكىن بولمىسىمۇ، ئەمما ئۇلار بىر خىل يېڭىچە كىشىلىك مۇناسىۋەت ۋە مال ـ مۇلۇك مۇناسىۋەتلىرىنىڭ شاهىتلىرىدۇر. ئۇ كېلىشىم تۈزگۈچى ئىككى تەرەپنىڭ ئۆز ـ ئۆزىنىڭ مال ـ

شەخسىي شېرىكلىك. قانۇنىي جەهەتتە، شەخسىلەرنىڭ شېرىكلىشىشىنىڭ ئىككى تۈرلۈك مەنىسى بار، ئۇنىڭ بىرسى بولسا هەق تەلەپ قانۇنىي هەرىكىتى سۈپىتىدىكى شېرىكلىشىش توختىمى؛ يەنە بىرسى بولسا تىجارەت ئەھلىي گەۋدىسى سۈپىتىدىكى شېرىكلىشىش توختىمىنىڭ قانۇنىي نەتىجىسىنىڭ بىرى بولۇش سۈپىتى بىلەن، شېرىكلەشكۈچىلەر تەشكىللىگەن ئادەم ۋە مال ـ مۇلۇكنىڭ ئۆزئارا بىرىككەن ئەھلىي گەۋدىسىدىن ئىبارەت. مەزكۇر پاراگرافتىكى رىملىقلار خۇسۇسىي شېرىك شىركەتلىرىگە ئىككىدىن ئارتۇق تەبىئىي ئادەمنىڭ ئورتاق مەبلەغ چىقىرىپ، تىجارەتنى ئورتاق باشقۇرىدىغان تىجارەت گەۋدىسى دەپ ئېنىقلىما بېرىشكە بولىدۇ.

مۇلكى ۋە ئەمگەك كۈچىنى ئۆز خاھىشى بويىچە بىر تەرەپ قىلىش ھوقۇقىنىڭ بارلىقىنى ئېتىراپ قىلىدۇ.

بازاردىكى ئالماشتۇرۇش بولسا بىر خىل مۇستەقىل، ئەركىن ئالماشتۇرۇش دېگەنلىكتۇر، يەنى، ئوخشىمايدىغان سۇبېيكتلارنىڭ ئۆزىنىڭ مۇلۈك ھوقۇقىنى مۇستەقىل ھالدا باشقىلار بىلەن ئالماشتۇرۇش ئېلىپ بېرىشى دېگەنلىكتۇر.
(ۋۇ جىڭلىيەن گوۋۇيۈەن تەرەققىيات تەتقىقات مەركىزى تەتقىقاتچىسى)

ناۋادا مال - مۇلۈك ھوقۇق - مەنپەئەتلىرى ئايدىڭلاشتۇرۇلمىسا، كېلىشىملەر ئاساسىنىڭ بولۇشى مۇمكىن بولمايتتى، شىركەتنىڭ مەيدانغا كېلىشىمۇ مۇمكىن بولمىغان بولاتتى.
(چىيەن يىنيى چىڭخۇا ئۇنىۋېرسىتېتى ئىقتىساد باشقۇرۇش ئىنستىتۇتىنىڭ مۇدىرى)

ئادەملەرنىڭ باراۋەر بولۇشى باراۋەرلىك كېلىشىمىنى تۈزۈشنىڭ ئالدىنقى شەرتى. ئىتالىيەدىن باشلانغان ئەدەبىيات - سەنئەت قايتا گۈللىنىشىنىڭ نەتىجىسىدە، ئادەملەرنىڭ ئائىلە كېلىپچىقىشى، ئائىلىسى، دەرىجىسى ئەمدى يەنە ئادەملەرنى ئۆلچەشتىكى ئۆلچەم قىلىنمايدىغان بولدى. ئادەمنىڭ قىممىتى ئېتىراپ قىلىنىشقا ئېرىشتى، بەختىيار تۇرمۇش ئۈچۈن كۈرەش قىلغۇچىلار ئىلھاملاندۇرۇلۇشقا ئېرىشتى. ھالبۇكى، شەخسنىڭ كۈچ - قۇدرىتى يەنىلا چەكلىك بولىدۇ.

شەخسنە شەكىللەنگەن يېڭى ئوي - پىكىرنى سودىغا ئايلاندۇرۇش، ئىدىيەۋى قىممەتكە ئىگە قىلىش، شۇنداقلا جەمئىيەتنىڭ قوبۇل قىلىشىغا ئېرىشتۈرۈش ئۈچۈن ئۇنى شىركەتنىڭ كۈچى ئارقىلىق ئالغا سىلجىتىشقا توغرا كېلىدۇ.
(جاڭ ۋېيىين بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى گۋاڭخۇا باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

بارلىق ئورۇنلاشتۇرۇشلار بىر قېتىملىق تارىخىي ئۆزگىرىشنىڭ يۈز

بېرىشىنى كۈتۈۋاتقانىدەك قىلاتتى. ئاخىر، 15 - ئەسىر ئاياغلىشاي دەپ قالغاندا، رېنايالىق دېڭىزچى كولومبو يېڭى دۇنياغا ئالاقىدار ئۇچۇرلارنى ئېلىپ قايتىپ كەلدى.

يېڭى دۇنيا دېگەن نېمە؟ ئۇ يەر - زېمىن، نوپۇس، بايلىق ئىدى. كېيىنكى كۈنلەردە كىشىلەر ئۇنىڭ ناھايىتى كەڭ بازار ئىكەنلىكىنى بايقاشتى.

ناۋادا ئارقىمىزغا بىر قەدەم چېكىنىپ دۇنيانىڭ ئومۇمىي ۋەزىيىتىگە نەزەر سالىدىغان بولساق، دۇنيا شۇ تاپتا بىر ئىقتىسادىي گەۋدە بولۇپ يۇغۇرۇلۇپ كېتىۋاتاتتى، دۇنياۋى ئىقتىسادىي گەۋدە بولۇشقا قاراپ ئىلگىرىلەۋاتاتتى.

(جون نائىسبىت ئامېرىكىلىق كەلگۈسىشۇناس)

ئەمدى بازاردىنمۇ مۇھىم يۆنىلىش كۆرسەتكۈچ قالمىغان ئىدى. مانا مۇشۇ نۇقتىدىن نەزەر سالساق، دۇنيانىڭ بىردىنلا بىر يېپىيېڭى تۈسكە كىرىپ قالغانلىقىنى كۆرىمىز.

بۈيۈك دېڭىز قاتنىشى ئېلىپ كەلگەن دەۋر ئۆزگىرىشى جەريانىدا، ئىنسانلار نەچچە مىڭ يىللاردىن بۇيان بەرپا قىلغان دوستلۇق، قوشنىدارچىلىق ئاساسىدىكى ئەنئەنىۋى سودا تەشكىلاتلىرى ئاللىقاچان يېتەرلىك ئادەم كۈچى ۋە مەبلەغ بىلەن تەمىنلىيەلمەس بولۇپ قالغان ئىدى. سودا ھەمكارلىقى چوقۇم قانداشلىق ۋە جۇغراپىيەلىك، شەخسىيەت ۋە ئۇرۇق - تۇغقاندارچىلىق مۇناسىۋەتلىرىدىن ھالقىپ ئۆتۈشى لازىم ئىدى.

1893 - يىلى 10 - ئاينىڭ 7 - كۈنى، بىر كومپىدىيەلىك تىياتىر لوندوننىڭ غەربىي رايونىدا تۇنجى قېتىم قويۇلدى، تىياتىرنىڭ نامى «ئۇتوپىيە پاي چەكلىك شىركىتى» ئىدى.

تىياتىر ئاخىرلاشقاندا، بارلىق ئارتىسلار خور ئېيتىشقا قاتناشتى. ناخشىنىڭ تېكىستى مۇنداق ئىدى: «يەتتە ئادەم توپلىشىپ بىر شىركەت قۇرايلى... ئۇلار چىقىپ ئوچۇق بىر بايانات ئېلان قىلسۇن، ئۆزلىرىنىڭ قايسى دەرىجىدە قەرزلىرىنى قايتۇرۇپ بولىدىغانلىقىنى جاكارلىسۇن...»

خورنىڭ مەزمۇنى دەل ئەنگلىيەنىڭ پاي چەكلىك شىركىتىگە ئالاقىدار

بەلگىلىمىسى ئىدى. يەنى بەلگىلىمىدە يەتتە ئادەم بولسىلا پاي چەك شىركىتىنى ئەنگە ئالدۇرسا بولىدىغانلىقى ھەمدە چەكلىك مەسئۇلىيەتنى ئۆز ئۈستىگە ئالىدىغانلىقى بەلگىلەنگەن ئىدى. 19 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىدا، پاي چەكلىك شىركىتى بىر تۈرلۈك تۈزۈم بولۇش سۈپىتى بىلەن ئاخىرقى ھېسابتا قانۇن تەرىپىدىن ئېتىراپ قىلىشقا ئېرىشتى.

شىركەتنىڭ ئەڭ چوڭ ئۈچ ئالاھىدىلىكى بولسا چەكلىك مەسئۇلىيەت، مەبلەغ سېلىش ھوقۇق - پايدىلىرىنى ئەركىن ئۆتۈنۈپ بېرىش ۋە شىركەتنىڭ قانۇنىي ئورنىدىن ئىبارەت بولۇپ، بۇ ئۈچ نۇقتا شىركەتكە تەبىر بېرىشتىكى ئەڭ مۇھىم بولغان ئالاھىدىلىكتۇر.

(چىەن يىنيى چىڭخۇا ئۇنىۋېرسىتېتى ئىقتىساد باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

پاي چەكلىك شىركىتى

پاي چەكلىك شىركىتى بولسا شىركەت تەشكىلىي شەكىللىرىدىن بىرى بولۇپ، مۇئەييەن ئادەم سانىدىن يۇقىرى بولغان پايچىكلارنىڭ تەشەببۇس قىلىشى، تەشكىللىشى، بارلىق مەبلەغلەرنىڭ بىرقانچە باراۋەر پايلارغا ئايرىلىشى، پايچىكلار ئۆزلىرى ئېتىراپ قىلىپ سېتىۋالغان پاي بويىچە شىركەتكە نىسبەتەن چەكلىك مەسئۇل بولىدىغان، پايلىرىنى ئادەتتە جەمئىيەتتە ئاشكارا تارقىتالايدىغان ھەمدە ئەركىن ئۆتۈنۈپ بېرەلەيدىغان شىركەتنى كۆرسىتىدۇ.

ئاتالمىش قانۇنىي تەشكىلات بىرقانچە ئادەمنىڭ بىرلىشىپ مۇستەقىل ھاياتىي كۈچكە ئىگە مۇشۇنداق بىر تەشكىلاتقا ئىگە بولۇشىنى كۆرسىتىدۇ، ھالبۇكى ئىلگىرىكى ئاشۇ خىلدىكى كارخانا، ئائىلىۋى كارخانا ياكى شېرىكلىشىش تۈزۈمىدىكى كارخانىلارنىڭ ھەممىسى ئائىلە مال - مۈلكى ئاساسىدا بەرپا قىلىنغان ئىدى.

(ۋۇ جىڭلىيەن گوۋۇيۈەن تەرەققىيات تەتقىقات مەركىزى تەتقىقاتچىسى)

خۇسۇسىي شىركەت بىلەن شېرىكلىشىش تۈزۈمىدىكى

شىركەتلەر تاكى بۇگۈنگە قەدەر يەنىلا مەۋجۇت بولۇپ، ئۆز ئەۋزەللىكلىرىنى جارى قىلدۇرۇپ كەلدى. ئەمما پاي چەكلىك شىركەتنىڭ تارىخىي خاراكتېرلىك هالقىشىدىكى سەۋەب بولسا ئۇنىڭ ناتونۇش ئادەملەر ئوتتۇرىسىدىكى هەمكارلىقنى مۇمكىنچىلىككە ئايلاندۇرغانلىقىدۇر. ئۇ هاياتىي كۈچكە ئىگە بولغان خۇسۇسىيلارنىڭ كۈچىنى بىرلەشتۈرۈش ئارقىلىق ئۇنى هەرقانداق بىر شەخسنىڭ ئىقتىسادىي هەربىر كەتلەندۇرگۈچ كۈچىدىن كۈچلۈك بولغان قۇدرەتلىك كۈچكە ئايلاندۇردى. ئۇ هەرقانداق بىر كۇرەش قىلماقچى بولغان ئادەم ئۈچۈن سەھنە هازىرلاپ بەردى.

شىركەت دۇنيا تارىخىدىكى ئەڭ بۈيۈك ئىنقىلاب خاراكتېرلىك تەشكىلاتلارنىڭ بىرى، گەرچە نۇرغۇن پەيلاسوپ، ئەدىب ۋە ئالىملار سىياسىي پارتىيە، دۆلەت ۋە دىنىي هازىرقى جەمئىيەتنىڭ ياراتقۇچىلىرى دەپ ئېيتقان بولسىمۇ، ئەمما مېنىڭ قارىشىمچە هازىرقى جەمئىيىتىمىزنى هەقىقىي ياراتقۇچى بولسا پاي چەكلىك شىركىتىدۇر.
(ئادرىئان ۋولدرىد ئەنگلىيە «ئىقتىسادشۇناسلار» ژۇرنىلى تەھرىرى)

19 ـ ئەسىرنىڭ ئاخىرىدا، جۇڭگونىڭ ئەنگلىيە، فرانسىيە، ئىتالىيە، بېلگىيە قاتارلىق تۆت دۆلەتتە تۇرۇشلۇق ئەلچىسى شۆ فۇچېڭ شىركەتنىڭ كۈچ ـ قۇدرىتىگە مۇنداق باها بەرگەن ئىدى: «ئۆز قابىلىيىتىنى جارى قىلدۇرسا، تاغنى تالقان، چۆلنى بوستان قىلالايدىكەن، شامال چىقىرىپ، توك پەيدا قىلىشمۇ قولىدىن كېلىدىكەن... غەربتىكى ئەجنەبىيلەر شۇڭلاشقا جاهانغا پاتمىغان ئىكەن، ئۇلارغا تاقابىل تۇرۇش ئۈچۈن پەقەت ئىشنى ئاشۇلارغا ئوخشاش قىلىش لازىمدۇر.»
شىركەت جاهان ئەهلىنى هاڭ ـ تاڭ قالدۇرغۇدەك زادى نېمە ئىشلارنى قىلدى؟

2. يېپىيېخى تۇرمۇشنى ئالغا ئىتتىرگۈچى غايەت زور قول

شۇمپېتېر (1883 ـ 1950)، ئامېرىكا تەۋەلىكىدىكى ئاۋستىرىيەلىك ئىقتىسادشۇناس، هازىرقى زامان كاپىتالىزم ئىقتىسادشۇناسلىق ئىلمىنىڭ


شۇمپېتېر

ۋەكىللىرىدىن بىرى. شۇمپېتېر «يېڭىلىق يارىتىش نەزەريىسى» ئارقىلىق كاپىتالىزمنىڭ ماھىيەتلىك ئالاھىدىلىكىنى ئىزاھلاپ، كاپىتالىزمنىڭ پەيدا بولۇشى، تەرەققىياتى ۋە گۈمران بولۇشقا قاراپ مېڭىشىنى شەرھلەپ بەرگەن غەرب ئىقتىسادشۇناسلىق ساھەسىدە داڭ چىقارغان تەسىرى ناھايىتى چوڭ ئالىم. «يېڭىلىق يارىتىش» نەزەريەسىنىڭ ئەڭ چوڭ ئالاھىدىلىكى بولسا ئىشلەپچىقىرىش تېخنىكىلىرىنىڭ يېڭىلىنىشى ۋە ئىشلەپچىقىرىش ئۇسۇللىرىنىڭ ئۆزگىرىشىنىڭ كاپىتالىزم ئىقتىسادىنىڭ تەرەققىي قىلىشىدىكى يۈكسەك رولىنى تەكىتلەشتىن ئىبارەت. ئەمما ئانالىزلىرىدا، ئۇ كاپىتالىزمنىڭ ئىشلەپچىقىرىش بىلەن بولغان مۇناسىۋەتلىرىنى نەزەردىن ساقىت قىلىپ، كاپىتالىستلارنىڭ ئىشچىلارنى ئېكسپلاتاتسىيە قىلىش ماھىيىتىنى يوشۇرغان.

ئىقتىسادشۇناس جوسېف شۇمپېتېر ئىلگىرى مۇنداق دېگەن ئىدى: «كىشىنى رازى قىلىدىغان سوپۇن ياساشلا كۆپايە قىلمايدۇ، يەنە چوقۇم كۆپچىلىكنى مۇنچىغا چۈشۈشكىمۇ قىزىقتۇرالايدىغان بولۇش كېرەك.» شۇنىڭ بىلەن شىركەت بەدەن پۈرىقى ۋە ئېغىز پۇراش ئۇقۇملىرىنى كۆپچىلىككە تونۇتتى.

ئەمەلىي نۇقتىدىن قارىغاندا، شىركەتنىڭ ماھىيىتى دەل كىشىلەرگە بازار ئېچىش پۇرسىتى يارىتىپ بەردى.

(ۋېبېر پۇلمۇب گېرمانىيە كارخانا تارىخى تەتقىقات جەمئىيىتى رەئىسى)

1882 - يىلى، ئېدىسون ئامېرىكىدىكى تۇنجى ئېلېكتىر ئىستانسىسىنى ھەرىكەتكە كەلتۈردى. ئىنسانلار شۇنىڭدىن باشلاپ يەر شارى ئۈز ئوقىدا

ئايلىنىش دەۋرىيلىكىنىڭ تەسىرىدىن قۇتۇلدى.

ھالبۇكى، ھەربىر بۇيۇك كەشپىياتلارنىڭ ھەممىسىلا جەمئىيەتكە بەخت يارىتالايدىغان مەھسۇلات بولۇپەرمەيدۇ. يورۇقلۇق تېخنىكا ۋە مەبلەغ ھەمكارلىشىپ قۇرغان ئېلېكتىر شىركىتىدىن كېلىدۇ.

كولومبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى مۇدىرى نىكولاس باتېل ئاشكارا ھالدا: «چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى بولسا يېقىنقى دەۋردىكى ئەڭ بۇيۇك كەشپىيات، ئۇ بولمىسا پار ماشىنىسى ۋە ئېلېكتىر كۇچىنىڭ مۇھىملىقى تۆۋەنلەپ كېتەتتى» دەپ ئېيتقان ئىدى.

نۇرغۇن يېڭىلىقلار، مەسىلەن: ئاپتوموبىل بازىرى، كومپيۇتېر بازىرى، بىز دۇچ كېلىۋاتقان يېڭى خىرىسلار ـ كىلىمات ئۆزگىرىشى، يېشىل پەن ـ تېخنىكا، نامى پەن ـ تېخنىكىسى، ئالاقىلىشىش پەن ـ تېخنىكىسى قاتارلىقلار... مۇشۇلارنىڭ ھەممىسىنى ئاخىرقى ھېسابتا پەقەت شىركەتلەرلا ھەل قىلالايدۇ.

بۇگۈنكى كۈندە، مالىيە مەلۇمات جەدۋىلى ھەقىقىي تۇرده ھەممە يەردە ئىشلىتىشكە بولىدىغان دۇنياۋى تىلغا ئايلاندى، پەقەت ئۇچ پارچە جەدۋەل بولسىلا كىشىلەر شىركەتنىڭ مەخپىيەتلىكىنى ئوقۇپ چۈشىنەلەيدىغان بولدى.

قائىدە ـ پىرىنسىپلارنى تۇزۇش ۋە يېڭى كۆزقاراشلارنى تارقىتىش جەھەتتە شىركەتلەر كۆپىنچە ئەڭ ئالدىدا ماڭىدۇ. ئەڭ مۇھىم بولغىنى، شىركەت ھازىرقى جەمئىيەتنىڭ نېگىزلىك تەرتىپلىرىگە چوڭقۇر تەسىر قىلدى.

شىركەتنىڭ يەنە بىر تەسىرى بولسا، ئۇ مەلۇم خىل باراۋەرلىك ئېلىپ كېلىپ، بىرقىسىم كۆزقاراشلارنى بۇزۇپ تاشلىدى، مەسىلەن: ئالاھىدە بېكىتىلگەن تۇرمۇش شەكىللىرىدىن پەقەت ئاقسۆڭەك ئېسىلزادىلەر ياكى بايلارلا بەھرىمەن بولۇش، بەزى ئادەملەر تۇغۇلۇشىدىنلا باشقىلاردىن ئۈستۈن تۇرۇش قاتارلىقلار.

(داۋىد سىمىتلېئىن ئامېرىكا ماسساچۇسىتس تەبىئىي پەنلەر ئىنستىتۇتى سلوئان باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

شىركەت ئامېرىكىنى ياراتتى دېسەك بەلكىم ئازراق ئاشۇرۇۋەتكەن

بولۇشىمىز مۇمكىن. ئەمما ناھايىتى روشەنكى ، ئامېرىكىنىڭ ئۇنىۋېرسال ئەمەلىي كۈچى ئامېرىكىدىكى 5مىليون500مىڭ شىركەت ئاساسىدا بارلىققا كەلگەن.

200 يىلدىن بېرى، تەۋەككۇل قىلىشقا دادىل، يېڭىلىق يارىتىشقا باي، ئۆزلۈكسىدىن كۈرەش قىلىشقا ماھىر كارخانچىلار روھى سان ـ ساناقسىز ياۋروپالىق كۆچمەنلەرنىڭ تەقدىرىنى ئۆزگەرتىپلا قالماي، ئۆز نۆۋىتىدە يەنە يېڭى قۇرۇقلۇقنىڭ تەقدىرىنىمۇ ئۆزگەرتكەن ئىدى.

تارىخقا نەزەر سالغاندا، كارخانچىلار ھېچ بولمىدى دېگەندەكمۇ سىياسىيونلارغا ئوخشاشلا مۇھىمدۇر. ئاشۇ بۇيۇك كارخانچىلار ئىلگىرى ياۋروپا، ئامېرىكىنى قۇدرەتلىك قىلىپ ئۆزگەرتكەن بولسا، بۈگۈنكى كۈندە ئوخشاشلا جۇڭگونىمۇ قۇدرەتلىك قىلىپ ئۆزگەرتمەكتە، ئۇلار سىياسىيونلارغا ئوخشاشلا مۇھىم شەخسلەردۇر.

(روبېرت موندېل ئامېرىكا كولۇمبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى، 1999 ـ يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

ئىقتىسادنىڭ يەرشارىلىشىشى جەريانىدا، ئەھۋال بارغانسېرى مۇرەككەپلىشىپ كەتتى، بۇنىڭ ئىچىدە شىركەتنىڭ رولى بارغانسېرى مۇھىم بولدى. بىر قەدەر قۇدرەتلىك شىركەتلەرگە ئىگە بولۇش ـ بولماسلىق بىر دۆلەتنىڭ ئىقتىسادىي ئەمەلىي كۈچىگە ئالاقىدار مەسىلە بولۇپ قالدى.

(يېتىپ يۈەنچۈك ياپونىيە توكيو ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

يېقىنقى دەۋرلەردىن بۇيان، بازارنىڭ كۈچىگە سەل قاراپ، شىركەتنىڭ تەشكىللەش ئەۋزەللىكىنى جارى قىلدۇرالمىغان ھەرقانداق بىر دۆلەت ياكى جەمئىيەت تەدرىجي خارابلىشىشقا قاراپ يۈزلەندى. پەقەت شىركەتكە تايىنىپ بازار ئىگىلىكىنىڭ تەرەققىياتىنى ۋە ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىنى ئىلگىرى سۈرەلىگەن، شەخسلەرنىڭ ئىجادكارلىق روھىدىن پايدىلىنالىغان دۆلەتلەرلا دۇنيا سەھنىسىدىن ئورۇن ئالدى.

تارىخ ھامان تەكرار ئىسپاتلاپ بېرىدۇ، ئەمما تارىخ ھەرگىزمۇ قايتا

تەكرارلانمايدۇ.

ئەڭ يېڭى ھېكايە يېڭى بازاردا يېزىلىدى. ئىلگىرىكى پىلانلىق ئىگىلىككە تەۋە ئىككى دۆلەت ئەمدىلىكتە بازار دەرۋازىسىنى بىرلا ۋاقىتتا دېگۈدەك ئاچتى.

1991 - يىللىرىدىن كېيىن، ھىندىستان شىركەت قۇرۇش ۋە تىجارەت قىلىش جەھەتتىكى ئىجازەت بېرىش تۈزۈمىنى پەيدىنپەي ئەمەلدىن قالدۇردى. ئون يىلدىن كۆپرەك ۋاقىت ئۆتكەندىن كېيىن، ھىندىستاندىكى 700دىن كۆپرەك يۇمشاق ماتېرىيال شىركەتلىرى ھىندىستاننى يەر شارىدىكى ئىككىنچى چوڭ يۇمشاق ماتېرىيال ئېكسپورت قىلغۇچى دۆلەتكە ئايلاندۇردى، بۇنىڭ بىلەن ھىندىستان پىلغا ئوخشاش كۈچلۈك قەدەملىرى بىلەن خەلقئارا بازارغا ئۈسۈپ كىردى.

1992 - يىلى، جۇڭگو سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى تۈزۈلمىسى بەرپا قىلىشنى رەسمىي باشلىتتى، جۇڭگو شىركەتلىرى شۇنىڭدىن ئېتىبارەن جۇڭگوچە ئالاھىدىلىككە ئىگە تەرەققىيات يولىغا قەدەم قويدى. بۈگۈن، دۇنيادىكى 500 كۈچلۈك كارخانا تىزىملىكىدىكى 43 ئورۇننى ئىگىلىگەندىن سىرت، يەنە 40 مىليوندىن كۆپرەك ئوتتۇرا ۋە كىچىك تىپتىكى كارخانىلار بۇ زېمىننىڭ تەرەققىياتىنى ھەربىرتەلەندۈرگۈچى كۈچ بىلەن تەمىن ئەتمەكتە.

بىز بىر دۆلەتتە، شىركەت تۈزۈمى تەرەققىي قىلماي تۇرۇپ ئۇنىڭ ئىقتىسادىنىڭ تەرەققىي قىلغانلىقى؛ بىر دۆلەتتە بازار تەرەققىي قىلماي تۇرۇپمۇ ئۆزى تەرەققىي قىلالايدىغانلىقى توغرىسىدا مىسال تاپالمايمىز. شۇڭلاشقا، ھازىرقى جەمئىيەتتە بايلىقلارنىڭ يارىتىلىشى، پۇقرالار بايلىقىنىڭ توپلىنىشى، بازار ئىگىلىكى ۋە شىركەتلەرنىڭ تەرەققىي قىلىشى ئەمەلىيەتتە ئوخشاش بىر مەسىلە ھېسابلىنىدۇ.

(جاك ۋېيىين بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى گۋاڭخۇا باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

ئاخىرقى ھېسابتا، پەقەت رىقابەت بىلەن ئەڭ ياخشى بىرىكەلگەن دۆلەتلەرلا تېخىمۇ كۈچ بىلىم، قابىلىيەت، مەبلەغ، كارخانا قاتارلىقلارنى

ئۆزىگە مۇجەسسەم قىلىپ ئاممىۋى بايلىقلارنى سەپەرۋەر قىلىش ئارقىلىق دۇنيادا ئەڭ ياخشى تەرەققىياتنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ.
(نىكولاي باۋېرباز فىرانسىيە دۆلەت مەمۇرىيەت ئىنستىتۇتى پىروفېسسورى)

ھالبۇكى، قانچىكى كۈچلۈك بولغان كۈچ - قۇدرەت شۇنچىكى چەكلىمىگە موھتاج بولىدۇ. شىركەت گەرچە كىشىنى ھەيران قالدۇرىدىغان كۈچ - قۇدرەت بىلەن دۇنيانى ئۆزگەرتەلىسىمۇ، ئەمما ئۆزى بىلەن تەڭ دۇنياغا كەلگەن مۇشكۈلاتلاردىن قېچىپ قۇتۇلالمايدۇ.
شىركەت ئەڭ گۈللەنگەن، ئەڭ شان - شەرەپ قۇچقان كۈنلەردىمۇ بىر ئاۋاز كىشىلەرنىڭ قۇلاق تۈۋىدىن زادىلا يىراق كەتمىدى. ئۇ بولسىمۇ كىشىلەر دائىم «شىركەت دېگەن خەتەرلىك بىر ئەبلەخ» دېيىش ئارقىلىق ئۆزلىرىنى ۋە باشقىلارنى ئاگاھلاندۇرۇپ كەلگەن ئىدى.

3. پەرىشتە بىلەن ئالۋاستىنىڭ «بىرىكمىسى»

20 - ئەسىرنىڭ 70 - يىللىرى، ئامېرىكا يۇپچون شىركىتىنىڭ يېڭى دورىسى «پاناپا» ناھايىتى بازار تاپىدۇ، ئەمما يېمەكلىك دورا نازارەت قىلىش - باشقۇرۇش ئىدارىسى بۇ خىل دورىدىكى ئەكس تەسىرنىڭ ئادەم ئۆلتۈرەلەيدىغانلىقىنى بايقايدۇ.
يۇپچون شىركىتى شىركەت ئالاھىدە مۇدىرىيەت يىغىنى چاقىرىپ، ئاخىرقى ھېسابتا دورىنى داۋاملىق سېتىش ۋە سوتتا ئۆزىنى ئاقلاشنى قارار قىلىدۇ. چۈنكى، دورىنى بازاردا سېتىشنى ئەمەلدىن قالدۇرۇش ۋاقتىنى ھەربىر ئاي كەينىگە سۈرگەنده شىركەت بىر مىليون دوللارنى كۆپ تاپاتتى.
ئۇچۇر ئاشكارىلانغاندىن كېيىن، پۇتكۇل ئامېرىكا زىلزىلىگە كېلىدۇ.
پېنسىلۋانىيە ئۇنىۋېرسىتېتى ۋارتون سودا ئىنستىتۇتى پىروفېسسورى ئاممىستران مەخسۇس رول ئېلىش تەجرىبىخانىسى لايىھەلەش ئارقىلىق نېمىشقا بۇ خىل ئەھۋالنىڭ يۈز بېرىدىغانلىقىنى تەتقىق قىلىدۇ. ئۇ تەسۋىرلەپ مۇنداق دەيدۇ: «مەن بۇ ئىشقا ئارىلىشىپ قالمىغان كىشىلەردىن سۈرۈشتە قىلدىم، ئۇلارغا نېمە ئىش يۈز بەرگەنلىكىنى

ئېيتىپ بېرىپ، ئۇلاردىن قانداق قىلىدىغانلىقىنى سورىدىم، 97% ئادەم دورىنى بازاردا سېتىشنى ئەمەلدىن قالدۇرىدىغانلىقىنى ئىپادىلەشتى.»

ئەمما، تەجرىبىگە قاتناشقۇچىلار يۇپجون شىركىتى مۇدرىيەت ئەزالىق رولىنى ئېلىشقا ئالماشقاندىن كېيىن، ئوخشاش مەسىلىدە ئەكسىچە تامامەن ئوخشىمايدىغان جاۋابقا ئېرىشتىم.

مۇدرىيەتتە نۇرغۇنلىغان قىزىقارلىق ئىشلار يۈز بەردى، بەزىلەر ئىستېپا بېرىشنى ئويلىسا، بەزىلەر قاتتىق مەيۇسلەندى، يەنە بەزىلەر بولسا يۇقىرى ئاۋازدا ئۇرۇش - تالاش قىلىشتى، ئەمما ئاخىرقى ھېسابتا بولسا ھېچكىم دورىنى بازاردىن چېكىندۈرۈشنى ئوتتۇرىغا قويمىدى.

يۇپجون تەجرىبىسى ئون نەچچە دۆلەتتە يۈز قېتىمغا يېقىن تەكرارلانغان بولۇپ، نەتىجىسى ئاساسىي جەھەتتىن ئوخشاش بولدى. ھەربىر گۇرۇپپىدىكى مۇدرىيەت ئەزالىرى رولىنى ئويىنىغۇچىلارنىڭ ھەممىسى بۇنى پايچىكلارنىڭ مەنپەئىتىنى ئەڭ يۇقىرى ئورۇنغا قويۇشتەك شىركەت مەسئۇلىيىتىنى نامايان قىلغانلىق دەپ قارىشتى.

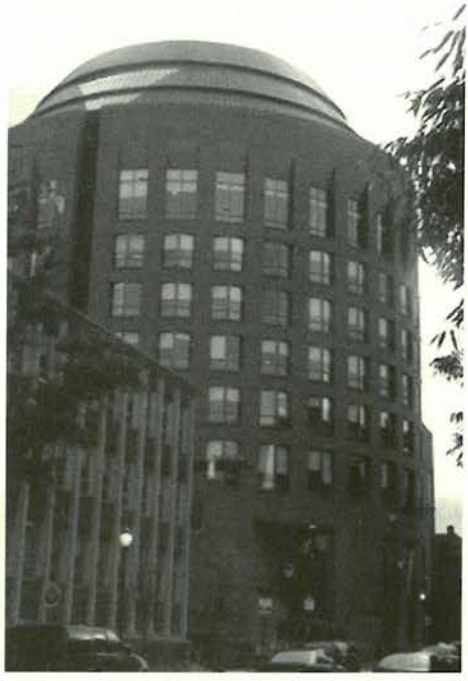
«پايچىكلار مەنپەئىتىنى ئەڭ ئۈستۈن ئورۇنغا قويۇش» شىركەت ئاتلاپ ئۆتۈپ كېتەلمەيدىغان بىر مەسىلە بولۇپ، ئۇ نۇرغۇنلىغان شادلىق - قايغۇلار يۈز بېرىشنىڭ مەنبەسى ھېسابلىنىدۇ.

ئەلۋەتتە، شىركەت بۇزغۇنچىلىق خاراكتېرىگە ئىگە بولۇشى مۇمكىن، بۇنداق بولۇشى مۇمكىن ھەتتا ناھايىتى تەبىئىي. شىركەت بەزىدە بىز قوغلىشىۋاتقان مەلۇم ئىجتىمائىي قىممەتلەرگە قارشى يۆنىلىشكە مېڭىشى مۇمكىن. چۈنكى شىركەت ئاشۇ مەبلەغ سالغۇچىلارغا جاۋاب قايتۇرۇشقا موھتاج.

(داۋىد سىمىتربىئىن ئامېرىكا ماساچۇستس تەبىئىي پەنلەر ئىنستىتۇتى سلوئان باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

ئۆتكەنكى نەچچە ئەسىر داۋامىدا، شىركەتلەر ئامېرىكا قىتئەسى، ئافرىقا، ئاسىيا قىتئەلىرىنى بۇلاپ - تالىدى؛ ئۇ بىرقانچە مىليون ئىنسانىنى «تاۋار»غا ئايلاندۇردى؛ شىركەت تەرىپىدىن مەجبۇرىي كۆچۈرۈلگەنلەردىن يەنە سان - ساناقسىز ئۆسۈملۈك، ھايۋانات، مىنېرال

ھەتتا باكتېرىيە ۋە مىكروبلارمۇ بولدى. كۇركۇمگۇلدىن ئۆي ـ مۇلۇككىچە، ئامىستىردامدىن يېڭى ئامىستىر-دامغىچە، 1637 ـ يىلدىن 2008 ـ يىلىغىچە يۇز بەرگەن سان ـ ساناقسىز پاي بازىرىدىكى كۆپۈكلەرنىڭ ھەممىسى كېيىنكى قېتىملىق ھەتەرگە تەۋەككۇل قىلماقچى بولغانلارنى توسۇپ قالالمىدى.



پېنسىلۋانىيە ئۇنىۋېرسىتېتى ۋارتون سودا ئىنستىتۇتى

باش ۋەزىرنىڭ تەختىتىن چۈشۈشى، پىرېزىدېنتنىڭ تۇرمىگە كىرىشى، يۇقىرى دەرىجىلىك ئەمەلدارلارنىڭ موللاق ئېتىشى... قاتارلىقلاردا ئۇلار ھەرگىزمۇ بىرىنچىسى ئەمەس، ھەمدە ئەڭ ئاخىرقىسىمۇ ئەمەس. پۇل بىلەن ھوقۇقنىڭ سودىسى خۇددى داۋالاپ ساقايتقىلى بولمايدىغان جاھىل كېسەللىككە ئوخشايدۇ.

بىر ئادەم ماددىيلاشتۇرۇلۇپ ماشىنىغا ئايلاندۇرۇلغان ۋاقىتتا، شىركەت ھەتتا ماشىنىدىنمۇ بەتتەر رەھىمسىز بولۇپ كېتىدۇ، ئۇ ئۆزىنىڭ پەقەت «بىر جۈپ قولىغىلا ئېھتىياجى بولسىمۇ ئەمما بىر ئادەمنى يالىلۇپلىشقا مەجبۇر بولغانلىقى»دىن پەرىشان بولىدۇ.

شىركەت دۇنياغا كەلگەن كۈندىن باشلاپلا ئۇنىڭغا قارىتا تۇرلۈك ئەيىبلەشلەر ئەزەلدىن يوقاپ كەتمىدى. ئىنسان ماھىيىتىنىڭ چوڭقۇر قاتلىمىغا ئورناپ كەتكەن ئاچ كۆزلۈك ھەرگىزمۇ شىركەتنىڭ ئەيىبى ئەمەس ئىدى، ئەمما ئۇ شىركەت سەۋەبىدىن چەكسىز كۆپتۈرۈۋېتىلدى خالاس. ھالبۇكى، پايدا قوغلىشىش خاھىشى ۋە شەخسىيەتچىلىك مۇددىئاسى بىر تەرەپتىن ئاپەت ۋە كىرىزىس يېتىلدۇرىدىغان تۇپراق بولسا، يەنە بىر تەرەپتىن شىركەتنىڭ ھاياتىي كۈچىنى مەڭگۇ ساقلاپ تۇرۇشتىكى قۇرۇماس بۇلاق ھېسابلىنىدۇ. شىركەتنىڭ تۆھپىسى بىلەن سەۋەنلىكى

بىر پىلەك ئۇستىگە چۈشكەن ئىككى خەمەكتىن ئىبارەت خالاس.

ئارزۇ - ئىستەك ئىنسانىنىڭ تۈگىمە ماھىيىتىدۇر. كىشىلەر تېخىمۇ باي بولۇشنى، تېخىمۇ قولايلىق تۇرمۇشقا ئېرىشىشنى ئويلايدۇ، بۇ خىل ئارزۇ - ئىستەك مۇددىئاغا ئايلانسا، پەن - تېخنىكىنى يېڭى تەرەققىياتلارغا ئېرىشتۈرۈپ، يېڭى كەشپىيات ۋە يېڭى بايقاشلارنى مەيدانغا كەلتۈرىدۇ. ئۇنىڭ نەتىجىسى بولسا ئارزۇ - ئىستەكلەرنىڭ تۈرتكىسى ئاستىدا، بۈگۈنكى زامانىۋى مەدەنىيەت ۋە جەمئىيەت ۋۇجۇدقا كەلدى.

(داۋىشېك خېفۇ ياپونىيە جىڭسى گۇرۇھى پەخرىي لىدىرى)

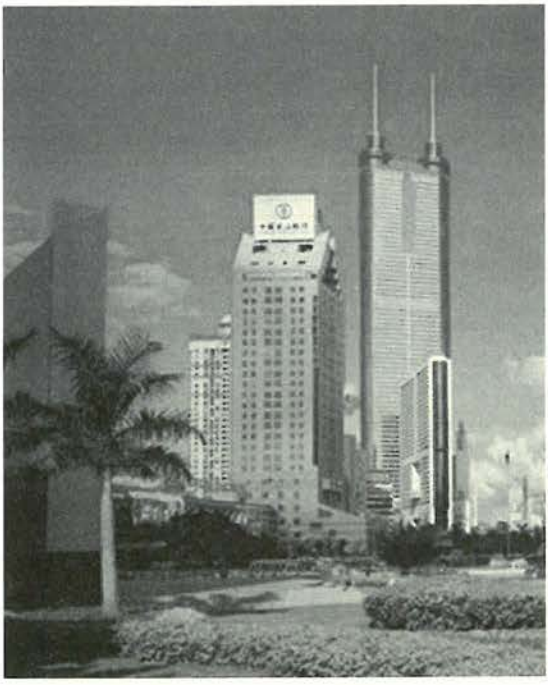
ئامېرىكىلىق ئىقتىسادشۇناس دېروننىڭ تەتقىقاتىدا ئىسپاتلىنىشىچە: «كونا تاش قوراللار دەۋرىدىن مىلادىيە 2000 - يىلىغىچە بولغان 2مىليون 500 مىڭ يىل ئارىلىقىدا، ئىنسانلار 94.4% ۋاقىت سەرپ قىلىپ (مىلادىيە 1500 - يىلىدىن ئىلگىرى) دۇنيانىڭ كىشى بېشىغا توغرا كېلىدىغان ئوتتۇرىچە GDP سىنى 90 خەلقئارالىق دوللىرىغا يەتكۈزگەن؛ ئارقىدىن 0.59% ۋاقىت سەرپ قىلىپ، مىلادىيە 175 - يىلىغا بارغاندا 180 خەلقئارالىق دوللىرىغا يەتكۈزگەن؛ مىلادىيە 1751 - يىلىدىن مىلادىيە 2000 - يىلىغىچە بولغان ئارىلىقتا 0.01% ۋاقىت سەرپ قىلىش ئارقىلىق، 6600 خەلقئارالىق دوللىرىغا يەتكۈزۈپ، 37 ھەسسە ئاشۇرغان. مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا، ئىنسانىيەتنىڭ 97% بايلىقى ئۆتكەنكى 250 يىلدا ــ يەنى 0.01% ۋاقىت ئىچىدە يارىتىلغان.»

بۇ 250 يىلدا بايلىقلارنىڭ شىددەت بىلەن كۆپىيىشىگە تۈرتكە بولغان تۈرۈلمە بولسا دەل بازار ئىگىلىكىدۇر، ۋاھالەنكى شىركەت تەشكىلاتى بولسا بازار ئىگىلىكىدە كەم بولسا بولمايدىغان ھۈجەيرە ھېسابلىنىدۇ.

نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى رونالد كېس 1937 - يىلىلا «سودا تەننەرخى» نەزەرىيەسىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، شىركەتنىڭ مەۋجۇت بولۇشى بازار سودىسىنىڭ چىقىمىنى تېجەش ئۈچۈن دەپ قارىغان ئىدى. كېس بازار سودىسىنىڭ تەننەرخى شىركەتنىڭ ئىچكى قىسمىنىڭ باشقۇرۇش تەننەرخىدىن يۇقىرى بولغان ۋاقىتتا شىركەت مەيدانغا كېلىدۇ دەپ كۆرسىتىدۇ.

بازار ئىگىلىكى ئالدى بىلەن ئەركىن سودا قىلغىلى بولىدىغان بىر خىل ئىگىلىك. بازار ئىگىلىكى شارائىتىدا، شەخس مەبلەغ سېلىش ۋە ئىقتىسادىي پائالىيەتلەرگە قاتنىشىشنى تاللىيالايدۇ ھەم يەنە باشقىلار بىلەن بىرلىشىپ شىركەت قۇرۇشنىمۇ تاللىيالايدۇ.

(پىئېر سىيرىل خائۇتكېر فىرانسىيە ئالىي ئىجتىمائىي تەتقىقات ئورنى تەتقىقاتچىسى)



شېنجېن پۇل مۇئامىلىسى كوچىسى

بىز ھازىرغا قەدەر بازار ئىگىلىكىدە سودا پائالىيەتلىرى بىلەن شۇغۇللىنالايدىغان، شىركەتنىڭ ئورنىغا دەسسەتكىلى بولىدىغان باشقا بىر سودا شەكلىنى تاپالمىدۇق. شۇنىڭ بىلەن بىرگە، بىز يەنە بازار ئىگىلىكىنىڭ ئورنىغا دەسسەتكىلى بولىدىغان باشقا بىر ئىگىلىكنىمۇ تاپالمىدۇق.

(مىكائىل سېپىنسې ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پەخرىي مۇدىرى، 2001 ـ يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

بازار ئىگىلىكىدە باشقىلار ئورنىنى باسالمايدىغان تەشكىلات بولۇش سۈپىتى بىلەن، شىركەت كىشىلەرنىڭ مۇھەببەت ـ نەپرىتى گىرەلىشىپ كەتكەن مۇرەككەپ نەزەر دائىرە ئاستىدا ئۆسۈپ يېتىلدى، ئۆزىنى تۈزەتتى ۋە ئۆزىنى يېڭىلاپ كەلدى.

ئامېرىكا «فۇبۇس ژۇرنىلى» باھالاش ئارقىلىق تاللاپ چىققان «2009 ـ

يىلى يەر شارىدىكى ئەڭ ھوقۇقلۇق شەخسلەر رەت تەرتىپى»دە، ئالدىنقى 10 نەپىرىنىڭ 5 نەپىرى شىركەتتىن كېلىپچىققانلار بولۇپ، مالىيە كۈچى، تەسىر كۈچى ۋە ھوقۇقى قاتارلىقلار ئۇنىۋېرسال مۇلاھىزە قىلىنغاندىن كېيىن، ئۇلارنىڭ ئىسىملىرى دۆلەت باشلىقلىرى، دىنىي داھىيلار، شۇنداقلا خان جەمەتى ئەزالىرى بىلەن بىر يەرگە تىزىلغان ئىدى.

شىركەت شۇ تاپتا دۇنيانىڭ ھوقۇق قۇرۇلمىسىنى ئۆزگەرتمەكتە، شۇ سەۋەبتىن كىشىلەر ھەتتا شىركەتلەر ھامان بىر كۈنى دۆلەتنىي سېتىۋېلىشى مۇمكىن دەپ ئەنسىرىمەكتە. ھالبۇكى مەيلى بىز شادلىنايلى ياكى قايغۇدا بولايلى، شىركەتلەر يەنىلا ئۆزىنىڭ ئۇسۇلى بويىچە مەۋجۇت بولۇپ تۇرىۋېرىدۇ.

4. ئۆتۈپ كەتكەن يىللارمۇ ياكى كەلگۈسى تۇرمۇشىمىزمۇ؟

لوندوننىڭ ساۋىل كوچىسىدا بىر كىيىم تىكىش شىركىتى بار. چارلىز دىكېنس ئىلگىرى بۇ يەرنىڭ دائىملىق خېرىدارى بولغان، ۋىنىستون چېرچىل كىيىم - كېچەكنىڭ رازمىرىنى قالدۇرۇپ قويغان، گېنېرال دېگولمۇ شەخسەن ئۆزى كېلىپ كىيىم تىككۈزگەن ئىدى. شىركەت ئىلگىرى ئايال پادىشاھ ۋېكتورىيە ئۈچۈن مۇراسىم كىيىمى تىكىپ بەرگەن بولۇپ، تاكى بۈگۈنگە قەدەر يەنىلا ئايال پادىشاھ ئېلىزابېتII ئۈچۈن كىيىم تىكىپ بەرمەكتە.

200 يىلدىن بۇيان، ئۇلار ئىزچىل مۇشۇ كوچىدا ماكانلىشىپ، ئائىلە جەمەتى ۋارىسلىق قىلىش ئۇسۇلى بويىچە ئېسىل ھۈنەر - سەنئىتىنى ساقلاش بىلەن بىرگە ئۆز ئېتىقادىدا چىڭ تۇرۇپ كەلدى.

ھېنرى پول كىيىم تىكىش شىركىتىنىڭ لىدېرى ئانگۈس كاندېي: «ھېنرى پول شىركىتى 100 يىلدىن كېيىنمۇ يەنىلا بۇ يەردە چوقۇم قەد كۆتۈرۈپ تۇرىدۇ» دەيدۇ.

بۈگۈن، تۇرلۈك - تۈمەن شىركەتلەر دۇنيادا تەڭ مەۋجۇت تۇرۇۋاتقان بولۇپ، گەرچە ئۇلارنىڭ مەھسۇلاتلىرى، كۆلىمى، نىشانى، باشقۇرۇشى ئوخشىمىسىمۇ، ئەمما ئۇلار ئۈچۈن بىر نۇقتا ئورتاق بولماقتا، يەنى ئۇ بولسىمۇ ئۇلار كىشىلەرنىڭ غايىسى ۋە ئىجادىيىتىنى ئېلىپ يۈرۈشمەكتە.

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

شىركەت ئاللىقاچان بىر خىل تۈرمۇشقا ئايلاندى. ئۇ بىزگە قانداق پۇل تېپىشنى ئېيتىپ بېرىدۇ، ھەمدە پۇلنى قانداق خەجلەشنى ئۆگىتىدۇ؛ ئۇ بىزنى نېمە يېيىش، نېمە كىيىش، قانداق ئۆيدە ئولتۇرۇش، قانداق ماشىنا ھەيدەش قاتارلىقلارغا يېتەكلەيدۇ، ھەتتا مۇھەببەتلىشىش، توي قىلىشتەك ئەڭ مەخپىي بولغان شەخسىي ئىشلىرىمىزغىمۇ تەدرىجىي ھالدا شىركەت يارىدەم بېرىۋاتىدۇ...

ئەمما، بىز ئەتراپىمىزدىكى شىركەتلەرنى راستلا چۈشىنىمىزمۇ؟

بىز شىركەت توغرۇلۇق پاراڭلاشقان ۋاقتىمىزدا، نېمىلەرنى دېيىشىۋاتىمىز؟

مېنىڭچە كۆڭۈلدىكىدەك بىر شىركەتتە، ھەربىر شىركەت خادىمى شىركەت ئىشلىرىغا تولۇق قاتنىشالايدىغان بولۇشى، ھەمدە شىركەتنىڭ غەلىبە قىلىشىغا پۈتۈن كۈچى بىلەن ئۆز تۆھپىسىنى قوشالىشى كېرەك.

(ئىللون كۈلمان دۇپونت شىركىتى لىدېرى)

ھەقىقىي بىر كارخانا ۋە كارخانچىنىڭ بۇرچى بولسا، ئۆز كارخانىسىنى سىجىل پايدا ۋە تەرەققىياتقا ئىگە قىلىشتۇر.

(جېن پائۇل ئاگون لوربىئال شىركىتى ئالىي دەرىجىلىك مۇئاۋىن لىدېرى)

شىركەتتە ئالدى بىلەن چوقۇم ناھايىتى كۈچلۈك قىممەت قارىشى بولۇشى كېرەك ھەمدە بۇ قىممەت قاراشلىرى ئۆزگەرمەي مەڭگۈ داۋاملىشىشى كېرەك.

(گاۋىن نىس يۇنىلىئون شىركىتى ئالىي مۇئاۋىن لىدېرى)

شىركەت تېخنىكا ياخشى، تېخنىكا توغرا بولغان بايلىق قارىشى تارقىتىشى كېرەك. ئۇنىڭدىن باشقا، شىركەت يەنە بىر قىسىم خەير - ساخاۋەت ئىشلىرىنى تېخنىكا ياخشى ئىشلەپ، جەمئىيەت ئالدىدا ئۆز مەسئۇلىيىتىنى ئادا قىلىشى لازىم.

(لىيۇ چۈەنجى لىيەنشياڭ گۇرۇھى مۇدىرىيىتى رەئىسى)

مېنىڭ قارىشىمچە، ئۆز كۆزقارىشى ۋە ئىدىيەسى ئىلگىرى سۈرۈلمەيدىغان جەمئىيەتكە تەسىر كۆرسىتىپ، جەمئىيەتنى مۇكەممەللەشتۈرۈپ، ھەربىر ئادەمگە سودا قىلىش، باراۋەرلىك، بەھرىمەن بولۇش، ئوچۇق - يورۇق بولۇش قاتارلىقلارنى ئۆگىتەلەيدىغان شىركەت ھۆرمەت قىلىشقا ئەرزيدۇ.
(مايۇن ئەلى بابا گۈرۈھى مۇدىرىيىتى رەئىسى)

نەچچە ئەسىرنى بېسىپ ئۆتكەن شىركەتلەر شۇ تاپتا بىر قېتىملىق تامامەن يېڭى بولغان پۇرسەت ۋە سىناقنى باشتىن كەچۈرمەكتە.

يەر شارىلىشىش قەدىمگە ئەگىشىپ، شىركەت ئەمدى يەنە بىر دۆلەت ياكى بىر رايون بازىرىنىڭ يولباشچىسى بولالمايدۇ. يەر شارى بايلىقلىرى، يەر شارى بازارلىرى، يەر شارى قائىدىلىرى قاتارلىق شىركەتلەر ئۈزۈندىن بۇيان ئارزۇ قىلىپ كەلگەن دەۋر شۇ تاپتا يېتىپ كېلىۋاتقانىدەك قىلاتتى.

ئەمما، يەر شارى سىستېمىسى ئەكسىچە باشقا بىر خىل شەكىل ئارقىلىق شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتىنى كۆپتۈرمەكتە ئىدى.

2008 - يىلى 9 - ئايدا، 158 يىللىق تارىخقا ئىگە شىركەت - لېخمان ئاكا - ئۇكىلار ۋەيران بولۇپ قوغدىنىشقا ئىلتىماس قىلىدىغانلىقىنى ئېلان قىلدى، دۇنيا پايچېكى بازىرى بۇنىڭغا ئەگىشىپ چۈشۈپ كەتتى. 10 - ئايدا، پۇل مۇئامىلە دېگىز شاۋقۇنى يامراشقا باشلاپ، پۈتكۈل دۇنيا ئاۋارىچىلىككە پېتىپ قالدى.

ئاچ كۆزلۈككە جازا يۈرۈش قىلىش شىركەتلەرنى يەنە بىر قېتىم تۆھپە ۋە جىنايەت ئۇستىدىكى مۇنازىرىلەرگە يۈزلەندۈردى. تارىخقا قايتا نەزەر سالساق، غايەت زور كىرىزىسلەر كۆپىنچە يېڭى بىر دەۋر باشلىنىشىنىڭ بېشارىتىدۇر. يەرشارىلىشىش دولقۇنى ئاستىدىكى بۇ كەسكىن رىقابەت تورلىشىۋاتقان دۇنيانى قايسى يۆنىلىشكە باشلاپ مېڭىشى مۇمكىن؟

كىشىلەر ھەممىلا يەردە مەۋجۇت بولغان شىركەت ئۇستىدە قايتىدىن تەپسىلىي ئويلىنىشقا موھتاج بولماقتا.

مەسىلە بىزنىڭ شىركەتكە ئېھتىياجىمىزنىڭ بار - يوقلۇقىدا ئەمەس،

لېيمان قېرىنداشلار پاي كونترول شىركىتى 1850 - يىلى قۇرۇلغان خەلقئارالىق پۇل مۇئامىلە ئاپپاراتى ۋە مەبلەغ سېلىش بانكىسى بولۇپ، يەر شارى باش ئىشتابى ئامېرىكىنىڭ نيۇيورك شەھىرىگە تەسىس قىلىنغان، رايون باش ئىشتابى لوندون ۋە توكيودا تەسىس قىلىنغان، دۇنيانىڭ ھەرقايسى جايلىرىدا ئىش بېجىرىش ئورۇنلىرى تەسىس قىلىنغان. لېيمان قېرىنداشلار شىركىتى ئامېرىكا «بايلىق ژۇرنىلى» تەرىپىدىن بايلىقتا 500 كۈچلۈك شىركەتلەردىن بىرى دەپ تاللانغان بولۇپ، ئۇ ئامېرىكىدىكى تۆت چوڭ مەبلەغ سېلىش بانكىلىرىنىڭ بىرى. 2008 - يىلى، مەزكۇر شىركەت ئىككىلەمچى ئۆي قەرزى بوران - چاپقۇنىنىڭ تەسىرىگە ئۇچراپ، مالىيە جەھەتتە غايەت زور زىيان تارتقانلىقى سەۋەبىدىن ۋەيران بولۇپ قوغدىلىنىشنى تەلەپ قىلغان بولۇپ، ئۇنىڭ قەرزى 613 مىليارد دوللارغا يەتكەن.

بەلكى بۇ شىركەتلەرنىڭ قايسى قانۇنىي رامكىلارنىڭ چەكلىمىسىگە ئۇچرىشى كېرەكلىكىنى.

(جوسېف ستىگلىز ئامېرىكا كولومبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پروفېسسورى 2001 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

شىركەت بىر تۈپ دەرەخنىڭ بىر قىسمىغا ئاز - تولا ئوخشاپ قالىدۇ، ئۇنىڭ بىلەن ئۆي سالغىلى ياكى باشقىلارنى ئورغىلى بولمىدۇ.

(داۋىد سمىستېرىن ئامېرىكا ماساچۇستس تەبىئىي پەنلەر ئىنستىتۇتى سلوئان باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

بىز ياشاۋاتقان دۇنيا مانا مۇنداق بولىدۇ، جەمئىيەت سەندىن: پايدىغا ئېرىشىسەن، ئەمما ئۇ پايدىغا قانداق ئېرىشتىڭ دەپ سورىشى مۇمكىن.

(بېئىن ئىنۋارد ئاركاتېل - لۇسېنت شىركىتى باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى)

ھەرقانداق بىر شىركەتنىڭ نىشانى جەمئىيەتنىڭ تېخىمۇ ياخشى ئۆزگىرىشىگە ياردەم بېرىش ئۈچۈندۇر. ئەگەر ئۇنداق بولمىسا ئۇنداق

شىركەتلەرنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشىنىڭ زۆرۈرىيىتى بولماسلىقى مۇمكىن.

(بىل فورد ئامبىرىكا فورد ئاپتوموبىل شىركىتى لىدىرى)

شىركەت بولمىغان بىر جەمئىيەتنى تەسەۋۋۇر قىلىش مۇمكىن ئەمەس. ئەمما، شىركەتنىڭ ئىختىرا قىلىش كۈچى بىلەن بۇزغۇنچىلىق قىلىش كۈچى يەرشارى خاراكتېرلىك بولغان ۋاقىتتا، ئىنسانلار ئۆز قولى بىلەن يېتىلدۈرۈپ چىققان بۇ غايەت زور مەخلۇققا قانداق يۇزلىنىشىمىز كېرەك؟

شىركەت دېگەن زادى قانداق نەرسە؟ دۆلەتنىڭ تەرەققىي قىلىشى، جەمئىيەتنىڭ ئالغا بېسىشى ۋە شەخسلەرنىڭ بەختىيار تۇرمۇش كەچۈرۈشىدە شىركەتنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشىنىڭ ئەھمىيىتى نېمە؟

بارلىق مەسىلىلەرنىڭ ئەزەلدىن بىردىنبىر جاۋابى ۋە ياكى ئۆزگەرمەس جاۋابى بولغان ئەمەس.

شىركەت بىز تۇغۇلۇشتىن ئىلگىرىلا ئاللىقاچان دۇنياغا كېلىپ يىلتىز تارتىپ بولغان؛ بىز دۇنيادىن ئايرىلغاندىن كېيىنمۇ ئۇ يەنىلا دۇنيادا مەۋجۇت بولۇپ تۇرىۋېرىدۇ. ئۇ بىزنىڭ ئۆتمۈشىمىز ھەم يەنە بىزنىڭ كەلگۈسىمىزدۇر.

بىز ئۆز ھاياتىمىزغا سېلىشتۇرغاندا تېخىمۇ قەدىمىي ۋە ياش بولغان بۇ مەسىلىدىن ئەگىپ ئۆتۈپ كېتىشكە ئامالسىزمىز. تارىخ ۋە رېئاللىقنىڭ قوشۇلۇشى داۋامىدا، بىز ئۆتمۈشتىكى بېسىپ ئۆتكەن يولىمىزغا قايتا بىر قېتىم نەزەر سېلىشنى ئويلايمىز.

سىز قانچىكى يىراق ئۆتمۈشىڭىزنى كۆرەلىسىڭىز، شۇنچىكى يىراق كەلگۈسىڭىزنىمۇ كۆرەلەيسىز.

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

جون كۈئېلچ (ئامېرىكا خارۋارد سودا ئىنستىتۇتى مۇئاۋىن مۇدىرى)
مىكائىل. سپېنسې (ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پەخرىي مۇدىرى، 2001 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)
دايەن چيەنيې (ياپونىيە ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەر سودا ئىنستىتۇتى مۇدىرى)
روبېرت مۇندېل (ئامېرىكا كولومبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى، 1999 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

مۇخبىر: شىركەتنىڭ ئىبارەت بۇ خىل تەشكىلاتنى قانداق باھالاش كېرەك؟ ئۇ ئىجتىمائىي تەرەققىيات ئۈچۈن قانداق تەسىرلەرنى ئېلىپ كەلدى؟

جون كۈئېلچ: شىركەت بولسا جەمئىيەت ۋە ئىقتىسادىي تەرەققىياتنىڭ مۇھىم ئاساسى. ماھىيەت جەھەتتىن ئېيتقاندا، شىركەت شەخستىن تۇزۇلىدىغان بىر كوللېكتىپ بولۇپ، ئۇ ۋاقىت ۋە مەبلەغنى مەلۇم خىل ئالاھىدە شەكىلدىكى ئىشلەپچىقىرىش پائالىيىتىگە سېلىش ئارقىلىق ئۆزى تىجارەت قىلىۋاتقان بازاردىكى بارلىق ياكى بىر قىسىم پۇقرالار ۋە ئىستېمالچىلارنىڭ ئېھتىياجىنى قاندۇرىدۇ. شۇڭا، شىركەت ئەسلىدىنلا ئۆزى تۇرۇشلۇق مۇھىتتىكى مەلۇم خىل ئېھتىياجنىڭ تۇرتكىسىدە ھەرىكەتلىنىدۇ، بۇ خىل ئېھتىياجنى بولسا شىركەت قۇرغۇچى ۋە مەبلەغ سالغۇچىلار ئۆزى ھەل قىلىدۇ.

بۇنىڭدىن كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇكى، مەيلى بايلىق يارىتىش يولىدا بولسۇن، ياكى تۇرمۇش سۈپىتىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش جەريانىدا بولسۇن، شىركەت ئوخشاشلا ئۆزگىرىشنى ئىلگىرى سۈرۈشتەك ئىنتايىن مۇھىم روللارنى ئويناپ كەلمەكتە. ئەلۋەتتە ھازىر بىر قىسىم شىركەتلەر پاي

چېكى، قىممەت قاتارلىق ئۇقۇملارغىلا ئېسىلىۋالغانلىقى ئۈچۈن قىسقا مەزگىل ئىچىدە ئۇلارنىڭ خىزمىتى ۋە پائالىيىتىنىڭ جەمئىيەتكە كەلتۈرۈش ئېھتىماللىقى بولغان تەسىرىنى كۆرگىلى بولمايدۇ. ئومۇمىي جەھەتتىن ئېيتقاندا، شىركەتنىڭ ئۆتۈپ كەتكەن 150 يىل ئىچىدىكى تەرەققىياتى كۆپ هاللاردا بىزگە ئاكتىپ ئۆزگىرىشلەرنى ئېلىپ كەلدى.

مىكائىل سېنىيسى: شىركەت بولسا بايلىق يارىتىشتىكى ئاساسلىق قورال. شىركەتنىڭ مەيدانغا كېلىشى مەبلەغ سېلىشنى ئىلگىرى سۈرۈشكە پايدىلىق، مەبلەغ سېلىش دېگەن بۇ ئىبارىنىڭ كەڭ مەنىسىدىن ئېلىپ ئېيتساق، مەبلەغ سېلىش بايلىق يارىتىشتىكى ئاساسلىق شەكىللەرنىڭ بىرى هېسابلىنىدۇ. باشقا بىر قاتلامدىكى ئەھمىيىتىدىن ئېلىپ ئېيتساق، بىز بازار ياكى ئىقتىسادىي گەۋدىلەر ئارىسىدا سودا پائالىيەتلىرى ئېلىپ بارغان ۋاقتىمىزدا هازىرچە شىركەتنىڭ ئورنىغا دەسسەتكىلى بولمىدىغان باشقا نەرسىنى تاپالمايمىز. بىز بازارنى يېتەكچى قىلىدىغان ئىقتىسادىي گەۋدە ئىچىدە ئۇنىڭ ئورنىنى باسالايدىغان هەرقانداق بىر نەرسىنى تاپالمايمىز. ئەمەلىيەتتە بولسا، شىركەتمۇ ئۇزۇكسىز تەرەققىي قىلىپ كېلىۋاتىدۇ.

مۇخبىر: زامانىۋى شىركەتلەر بىلەن دۆلەتنىڭ مۇناسىۋىتى قانداق مۇناسىۋەت؟

دايەن چېەنيى: هەرقانداق بىر دۆلەتتە، شىركەتلەرنىڭ هەممىسى بايلىق يارىتىدىغان تەشكىلات، دۆلەت بولسا بايلىقلارغا قارىتا قايتا تەشكىللەش ئېلىپ بارىدىغان تەشكىلات هېسابلىنىدۇ. شۇڭلاشقا ئۇلارنىڭ ئىش تەقسىماتى تامامەن ئوخشىمايدۇ دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ. ئەگەر قايسىبىر دۆلەتتە بايلىق يارىتىدىغان شىركەتلەر بولمىسا بۇ دۆلەت خارابلىشىدۇ. دۆلەتنىڭ رولى شىركەتكە توسالغۇ بولماستىن، بەلكى شىركەتنىڭ كۈچىيىشىگە يارەم بېرىش، ئۇنىڭ خەلقئارالىق شىركەتكە ئايلىنىشىغا تۈرتكە بولۇشىدىن ئىبارەت. مانا بۇ دۆلەتنىڭ جارى قىلدۇرۇشقا تېگىشلىك رولى. ئارقىدىن دۆلەت يەنە شىركەت ئىشلەپچىقارغان بايلىقلارنىڭ بىر قىسمىنى باج يىغىش شەكلى ئارقىلىق يىغىۋېلىپ قايتا تەقسىملەش ئېلىپ بېرىش ئارقىلىق تەرەققىي

قىلمىغان رايونلار ۋە ئىقتىسادىي جەھەتتە نامرات بولغان كىشىلەرگە بۆلۈپ بېرىدۇ. ئەلۋەتتە، ئەڭ مۇھىمى بولسا شىركەتلەرنىڭ بايلىق يارىتىشىغا توسالغۇلۇق قىلماسلىقتۇر. ناۋادا دۆلەت خاتا ھالدا ئۆزىنى بايلىق يارىتىۋاتىمەن دەپ قارىسا، ئۇنداقتا ئاقىۋىتى ناھايىتى يامان بولىدۇ.

مۇخبىر: سىزنىڭچە شىركەتنىڭ بۈگۈنكى جەمئىيىتىمىزدە ئويناۋاتقان رولى نېمە، ئۇنىڭ كۈچ - قۇدرىتى قانچىلىك چوڭ؟

دايەن چېەنيې: كىشىلەر مەكتەپلەردە ئوقۇپ، ئوقۇش پۈتكۈزگەندىن كېيىن كەسىپ تاللاپ خىزمەتكە ئورۇنلىشىدۇ. نۆۋەتتە، ئەڭ چوڭ ئىجتىمائىي مەسىلە بولسا يېتەرلىك خىزمەت ئورنىنىڭ بولماسلىقىدۇر. شىركەت خادىملارنى يالالاش ئارقىلىق ئۆلارنى تۇرمۇش مەنبەسى ـ مائاش بىلەن تەمىنلەيدۇ. يەنى بۇ دېگەنلىك ھازىرقى زامان شىركەتلىرىنىڭ رولى خىزمەت ئورنى يارىتىش بولۇپ، ئىمكانقەدەر كۆپرەك قوشۇمچە قىممەت يارىتىش ئارقىلىق خادىملارغا تېخىمۇ كۆپ مائاش تارقىتىپ بېرىدۇ. مانا بۇ شىركەتلەرنىڭ ھازىرقى جەمئىيەتتە ئويناۋاتقان رولىدۇر.

روبېرت مۇندېل: شىركەت كۈچ - قۇدرىتىنىڭ قانچىلىك چوڭ ئىكەنلىكىنى بىرەر ئۇسۇل ئارقىلىق ئۆلچىمەك ناھايىتى قىيىن. سىز ئاشۇ پۇلدار ئادەملەر ئىگە بولغان ھوقۇقنى بىلمىسىز، چۈنكى پۇل كۈچ - قۇدرەت پەيدا قىلىدۇ ھەمدە شىركەت مال - مۈلكىگە ئىگە بولغان ئاشۇ ئادەملەر كەلگۈسىدە تېخىمۇ كۈچلىنىدۇ. شۇڭلاشقا، ھوقۇققا ئېرىشكىنى شىركەت ئەمەس بەلكى ئادەم، شىركەتتىكى ئادەملەر ھوقۇققا ئېرىشىدۇ دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ. ئامېرىكا ۋە دۇنيادىكى بارلىق چوڭ شىركەت ئىچىدىكى ئادەملەر ئۆزلىرى قىلىۋاتقان خىزمەت، ئۆزلىرىنىڭ بىلىمى ۋە باشقا ئامىللار ئارقىلىق تەبىئىيلا ھوقۇققا ئېرىشىدۇ. ناۋادا سىز جۇڭگونىڭ ئىقتىسادىي سىياسەتلىرىنى باھالىماقچى بولسىڭىز، ئۇنداقتا سىز ئالدى بىلەن 30 نەپەردىن 40 نەپەرگىچە بولغان داڭلىق كارخانا رەھبەرلىرىنىڭ تىزىملىكىنى يىغىپ توپلىشىڭىز كېرەك، چۈنكى ئۇلار دۆلەتكە ئەڭ ياخشى تەكلىپلەرنى بېرىشىدۇ. ئامېرىكىدا مۇشۇنداق، ياۋروپامۇ مۇشۇنداق، جۇڭگودىمۇ ھەم مۇشۇنداق بولىدۇ.

ئىلھامنامە

شىركەت دۇنياغا قانداق ئاپىرىدە بولدى؟

ئىنسانلارنىڭ ئۇزاق تارىخىي دەۋرلىرىدە، ماددىي ماتېرىياللارنى ئىشلەپچىقىرىش ۋە ئۇلارنى ئۆزئارا ئالماشتۇرۇش شەكىللىرى خىلمۇخىل بولۇپ كەلدى، بۇلارنىڭ ئىچىدە ئائىلىدىن باشقا يەنە كوممۇنا، ئىش مەيدانى، ئېكىنزارلىقلار، سودا گۈرۇھلىرى ۋە ھەربىي تەشكىلات قاتارلىقلار بار ئىدى. ھالبۇكى، مىلادىيە 16 ـ ئەسىرگە كەلگەندە ئىنسانلار «شىركەت»تىن ئىبارەت بۇ بىر يېڭى ئىقتىسادىي تۈزۈمنى كەشىپ قىلغاندىن كېيىن، شىركەت ئۆزىنىڭ كەڭ دائىرىلىك ماسلىشىشچانلىقى بىلەن بۈگۈنكى دۇنيادىكى ئەڭ ئاساسلىق ۋە ئەڭ مۇھىم بولغان ئىقتىسادىي تەشكىلاتقا ئايلاندى.

شىركەت تۈزۈمىنىڭ ماھىيەتلىك ئالاھىدىلىكى «چەكلىك مەسئۇلىيەت» ۋە «قانۇنىي ئىگە» دىن ئىبارەت ئىككى نۇقتىدا ئىپادىلىنىدۇ. شىركەت تەشكىل قىلغان ۋاقىتتا، پايچىكلار ئۆزى چىقارغان مەبلەغنى چەك قىلىپ تۇرۇپ شىركەتكە قارىتا مەسئۇلىيەتنى ئۆز ئۈستىگە ئالىدۇ. شىركەت قانۇنىي ئىگىسى بولسا، ئۆزىنىڭ بارلىق مال ـ مۈلكىنى دەسمايە قىلىپ شىركەتنىڭ قەرزىگە قارىتا مەسئۇلىيەتنى زىممىسىگە ئالىدۇ. چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى مەبلەغ سالغۇچىلارنىلا ئازاد قىلىپ قالماي، تېخىمۇ مۇھىمى مەبلەغنى ئازاد قىلىدۇ. مانا بۇنداق شەخسىيەتچىلىك بىلەن ھەمكارلىشىپ ئۆزئارا پايدا يەتكۈزۈشنى ئەپچىللىك بىلەن بىرلەشتۈرگەن تۈزۈم بولغانلىقى ئۈچۈن، شىركەت ئىنسانلار تارىخىدا تۇنجى قېتىم ئۆزىنىڭ غايەت زور كۈچ ـ قۇدرىتىنى نامايان قىلالىدى. مىلادىيە 16 ـ ئەسىردىن ئېتىبارەن، گوللاندىيە، ئەنگلىيە قاتارلىق دۆلەتلەر دەل بۇنداق بىر تۈزۈمدە يېڭىلىق يارىتىشقا تايىنىپ، بىر قېتىمدىلا دۇنيادىكى چوڭ دۆلەتلەرگە ئايلاندى.

پاي شىركىتىنىڭ مەيدانغا كېلىشى، ئاساسلىقى كىشىلەرنىڭ ئىقتىسادىي پائالىيەتلەر داۋامىدا پايدا قوغلىشىشى ۋە خەتەردىن ساقلىنىشتىن ئىبارەت ئىككى ئاساسلىق ئارزۇسىغا ئۇيغۇنلاشتى. پايدا

قوغلىشىش جەريانىدا، شىركەتنىڭ سېتىش كۆلىمى ئۈزۈكسىز ئېشىپ، كارخانا كۆلىمى ئۈزۈكسىز كېڭىيىدۇ، بۇنىڭ بىلەن زور ھەجمىدە مەبلەغ سېلىش خېيىم - خەتەردىن خالىي بولغىلى بولمايدۇ. خەتەردىن ساقلىنىشنىڭ ئەڭ ئاساسلىق ئامىلى پاينى كوللېكتسىپلاشتۇرۇش ئارقىلىق خېيىم - خەتەرنى تارقاقلاشتۇرۇشتىن ئىبارەتتۇر؛ ئەكسىچە قىلىپ ئېيتقاندا، خېيىم - خەتەرنىڭ ئۈزۈكسىز تارقاقلاشتۇرۇلۇشى ۋە شالاڭلىشىشى شىركەتنىڭ يەنمۇ ئىلگىرىلەپ كېڭىيىشىنى ئۇنۇملۇك ھالدا ئالغا سۈرىدۇ.

شىركەت بازار ئارقىلىق دۇنياغا كېلىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا شىركەت يەنە بازارنى كېڭەيتىدۇ. شىركەت بولسا بازار ئىگىلىكىنىڭ ھۈجەيرىسى. شىركەت ئىشلەپچىقىرىش ئارقىلىق كىشىلەرنىڭ ئېھتىياجىنى قاندۇرۇپلا قالماي، بەلكى يەنە ئىشلەپچىقىرىش ئارقىلىق ئېھتىياج يارىتىپ، كىشىلەرنىڭ تۇرمۇشىنى يېتەكلەيدۇ. شىركەت تەرەققىياتىنىڭ ئېھتىياجىنى قاندۇرۇش ئۈچۈن، ھازىرقى جەمئىيەتتە كىشىلەر كۆزىنى ئالاچەكمەن قىلىدىغان مۇلۇك ھوقۇقى، ئاكسىيە، مەبلەغ قاتارلىق پۇل مۇئامىلە بازارلىرىنى تۈشمۈتۈشتىن مەيدانغا كەلتۈردى، پاي ھوقۇقى، ھەقدارلىق قاتارلىق سودا مەھسۇلاتلىرى مەيدانغا كەلدى، بۇنىڭغا ئەگىشىپ IPO ۋە قايتا تەشكىللەش قاتارلىق بازار ئۆزگەرتكۈچى ھەربىكەتلەر ئوتتۇرىغا چىقتى. جانلانغان پۇل مۇئامىلە بازارلىرى بايلىقلارنى سەپلەش سۈرئىتىنى تېزلىتىش بىلەن بىرگە يەنە شىركەتنىڭ يېڭىلىنىش سۈرئىتىنمۇ تېزلەتتى.

خۇددى بازاردا ساقلىنىۋاتقان مەسىلىلەرگە ئوخشاش، شىركەتتىمۇ ئالدامچىلىق قىلىش، پەردە ئارقىسىدا تۈرۈپ كونترول قىلىش مەسىلىلىرى مەۋجۇت. بىر قىسىم شىركەتلەر پايدا قوغلىشىپ ئىستېمالچىلار مەنپەئەتلىرىنى زىيانغا ئۇچراتتى. شۇڭا، ھازىرقى زامان بازار ئىگىلىكى شارائىتىدا، شىركەتلەر قانۇنىي رامكىلارنىڭ چەكلىمىلىرىگە ئۇچراپلا قالماي، بەلكى يەنە ھۆكۈمەت ۋە جەمئىيەتنىڭ نازارىتىنمۇ قوبۇل قىلىشى لازىم.

شىركەت ئەڭ دەسلەپتە ياۋروپادا قانداق مەيدانغا كەلدى؟

ياۋروپا قۇرۇقلۇقىنىڭ سىياسىي تېررىتورىيەسى چەك - چېكىدىن

بۆسۇلۇپ كەتكەن بولۇپ، تامامەن بىرلىككە كەلتۈرۈش مۇمكىن ئەمەس، ئەمەلىي ئەھۋالنى كىشىلەرنى ماجىرالىشىش، سۆھبەتلىشىش ۋە دېموكراتىك تەدبىر بەلگىلەشكە مەجبۇر قىلدى. مىلادىيە 594 - يىلى، ئافىنا (قەدىمكى يۇنان) دا پۇقرالارنىڭ كۈندىلىك ئىشلىرىنى بىر تەرەپ قىلغۇچى ئەڭ ئالىي مەمۇرىي ئورگان «تۆت يۈز كىشىلىك قۇرۇلتاي» تەسىس قىلىنغان ئىدى. بۇ خىل دېموكراتىك تەدبىر بەلگىلەش ئەنئەنىسى چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركەتلىرىنىڭ دۇنياغا كېلىشىنى ئىجتىمائىي ئاساس بىلەن تەمىنلىدى.

تېخىمۇ مۇھىم بولغىنى، رىم دەۋرىدە ئورنىتىلغان قانۇنىي پىرىنسىپلاردا شەخسلەرنىڭ هوقۇق - مەنپەئىتىنى قوغداش تەكىتلىنىپ، ئىگىدارلىق هوقۇقىنىڭ تەۋەلىكى ئايدىڭلاشتۇرۇلغان بولۇپ، بۇ دەل ئەركىن سودا ۋە بازار شەكىللىنىشىنىڭ ئالدىنقى شەرتى ئىدى. بۇ خىل تارىخىي ربئاللىققا ئاساسلىنىپ تۇرۇپ، بىر قىسىم ئالىملار شىركەت كەشىپ قىلىش هوقۇقىنى رىملىقلارغا تەۋە دەپ قارىشىدۇ.

ئوتتۇرا ئەسىرنىڭ كېيىنكى مەزگىللىرىدە، ئەدەبىيات - سەنئەتنىڭ قايتا گۈللىنىشى، ئاقارتىش هەرىكىتى خۇراپاتلىق، قۇللۇق ۋە ئالاهىدە هوقۇق قاتارلىق ئىدىيەۋى چەكلىمىلەرنى بىتچىت قىلدى. مەرپەتپەرۋەر پەيلاسوپلار كەلگۈسىدىكى ئىدراكىي دۆلەتنىڭ قىياپىتىنى تەسۋىرلەشتى، ئەركىنلىك، باراۋەرلىك، رىقابەتلىشىش كۆزقاراشلىرى، ئەخلاق - ئېتىكا قاتارلىقلارنىڭ تەدرىجىي هالدا كىشىلەر قەلبىدە چوڭقۇر ئورۇن ئېلىشى سودا مەدەنىيىتىنىڭ دۇنياغا كېلىشىنى تېزلەتتى هەم توسالغۇلارنى سۈپۈرۈپ تاشلىدى.

1215 - يىلى ئېلان قىلىنغان ئەنگلىيە بۇيۇك ئاساسىي قانۇنىدا: «هەرقانداق بىر هۆر ئادەم، ناۋادا ئۇنىڭ بىلەن تەڭ دەرىجىدىكى ئاقسۆڭەك قانۇن بويىچە كېسىم چىقارمىغان، ياكى دۆلەت قانۇنى هۆكۈم چىقارمىغان ئەهۋالدا، ئۇنىڭ مال - مۈلكىنى مۇسادىرە قىلىشقا، ئۇنى قانۇننىڭ قوغدىشىدىن مەهرۇم قىلىشقا ياكى باشقا هەرقانداق زىيانىنى ئارتىشقا بولمايدۇ» دەپ بەلگىلەندى. بۇ خىل كېلىشىم ۋە قانۇنىي روهلار ئۇنىڭدىن كېيىنكى بىرقانچە ئەسىر داۋامىدا ئۇزاق مەزگىل ئومۇملىشىپ،

ئەنگلىيەلىكلەر ئىدىيەسىنىڭ چوڭقۇر قاتلىمىدا جۇغلىنىپ چوڭقۇر ئەنئەنىۋى كۈچكە ئايلاندى. دەل مۇشۇنداق ئەنئەنىۋى كېلىشىم ۋە قانۇنىي روھلار كېيىنكى كۈنلەردىكى پاي چەكلىك شىركەتلىرىنىڭ نورمال تىجارەت قىلىشىنى قوغدىدى.

16 - ئەسىرنىڭ ئاخىرى 17 - ئەسىرنىڭ باشلىرىدا، گوللاندىيە، ئەنگلىيە قاتارلىق دۆلەتلەر ئۆزئارا رىقابەتلىرىدە نەزىرىنى ناتونۇش بولغان كۆك رەڭلىك دېڭىزغا بۇراشتى. خان ھوقۇقىنى يۇرگۈزۈش بىلەن سودىگەرلەر مەنپەئىتى قىسقا مۇددەتلىك مۇرەسسە ھاسىل قىلىپ، ئۆزئارا بىرلىشىپ پاي چەكلىك شىركىتىدىن ئىبارەت يېڭى تىپتىكى سودا تەشكىلاتىنى ئوتتۇرىغا چىقاردى. شۇنىڭ بىلەن قويۇق ھۆكۈمەت ئاپپاراتى تۈسىنى ئالغان «شەرقىي ھىندىستان شىركىتى» دۇنياغا كەلدى.

شىركەت قانداق بىر زامانىۋى جەمئىيەتنى بارلىققا كەلتۈردى؟

شىركەت بولسا ئىجتىمائىي بايلىقلارنى ئاساسلىق يارىتقۇچى. ئىنسانىيەتنىڭ 97% بايلىقى يېقىنقى 250 يىل ئىچىدە يارىتىلغان، يەنى ئىنسانلار دۇنياغا كەلگەندىن بۇيانقى 0.01% ۋاقىت ئىچىدە يارىتىلغان. شىركەتلەر بۇ بايلىقلارنى يارىتقۇچى باش پېرسونازدۇر.

شىركەت ئاۋامنىڭ تەپەككۇر ۋە تۇرمۇش ئادەتلىرىنى ئۆزگەرتتى. ئىقتىسادشۇناس شۇمپېتېر ئىلگىرى مۇنداق بىر جۈملە سۆزنى ئېيتقانىدى: «ھەدىسلا كىشىنى رازى قىلىدىغان سوپۇن ئىشلەپچىقىرىش يېتەرلىك بولمايدۇ، يەنە چوقۇم كۆپچىلىكنى مۇنچىغا چۈشۈشكىمۇ قىزىقتۇرۇش لازىم.» شىركەت بولمىسا سانائەت ئىنقىلابى بىلەن تېخنىكا ئىنقىلابىمۇ بۇنچىلىك جۇلالىق بولمىغان بولاتتى؛ تەشكىللىنىشى ياخشى شىركەتلەر بولمىغاندا كىشىلەر كۆپ ساندىكى تاۋار ۋە مۇلازىمەتلەرگە ئېرىشىشكە ئامالسىز قالاتتى، شۇنداقلا زامانىۋىلاشقان جەمئىيەتمۇ بولمىغان بولاتتى.

شىركەت بولسا قائىدە ۋە ئۆلچەم تۈزگۈچىدۇر. ھەر خىل كەسىپ ئۆلچەملىرىنىڭ زور كۆپ قىسمى شىركەت ئاساسىدا دۇنياغا كەلدى. چوڭ تىپتىكى دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر تۈزگەن ئۆلچەملەر كۆپىنچە مۇشۇ كەسىپتىكى خەلقئارالىق ئۆلچەمگە ئايلاندى. توسالغۇسىز ئالماشتۇرۇشنى

ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن ئىنسانلار ئۆتمۈشتە كۆپ باش قاتۇرغان ئىدى، ئەمما شىركەتلەر بولسا ئۇنى ئاللىقاچان رېئاللىققا ئايلاندۇرۇپ بولدى، يەنى مالىيە مەلۇمات جەدۋىلىنىڭ ئۆزىلا تېپىك دۇنيا تىلى ھېسابلىنىدۇ.

شىركەت يەنە ئىجتىمائىي مۇقىملىقنىڭ مۇھىم ئۇل تاشلىرىنىڭ بىرى. شىركەت كىشىلەرنى دۆلەت، ھۆكۈمەت، مىللەت، دىن ۋە ئائىلە سىرتىدىكى تامامەن يېڭى بىر ئېتىقاد ئوبيېكتى بىلەن تەمىنلىدى. ھازىرقى زامان جەمئىيىتىدە، شىركەت كۆپ سانىدىكى خىزمەت ئورۇنلىرىنى بارلىققا كەلتۈردى، شىركەت بىلەن خادىملار ئۆتتۈرىسىدا ئورتاق ئىقتىسادىي مەنپەئەتلەرنى رىشتە قىلغان نىسبەتەن تۇراقلىق بولغان كېلىشىم مۇناسىۋىتى شەكىللەندى، بۇنداق مۇناسىۋەت بولسا ئىجتىمائىي مۇقىملىقنى ساقلاش جەھەتتە باشقىلار ئورنىنى باسالمايدىغان رولغا ئىگە. بۇ جەھەتتە، ياپونىيەنىڭ ئەھۋالى تولىمۇ روشەن. ياپونىيەدىكى كۆپ سانىدىكى چوڭ كارخانىلار ئۆمۈرلۈك يالالاش تۈزۈمى يولغا قويغان بولۇپ، مائاشىنى قىسقارتىشقا رازىكى خادىملىرىنى قىسقارتمايدۇ، شۇڭا كارخانا بارلىق خىزمەتچى خادىملارنىڭ يۆلەنچۈكى دەپ قارىلىدۇ.

شىركەت بىلەن دۆلەتنىڭ تەقدىرى ھەمنەپەس. ئامېرىكىنى مىسال قىلساق، ئامېرىكا چوڭ قۇرۇقلۇقىدىكى ئەڭ دەسلەپكى مۇستەملىكە شىركەتلىرى ۋە ئۇلارنىڭ ئاپتونومىيە ئەنئەنىلىرى ئامېرىكا مۇستەقىل بولغاندىن كېيىنكى ھوقۇق قۇرۇلمىسى ۋە ئىقتىساد ئەندىزىلىرىگە چوڭقۇر تەسىر كۆرسىتىپلا قالماي، بەلكى تېخىمۇ مۇھىمى شىركەت ئۇلارغا يەنە خەۋپ - خەتەرگە باش ئەگمەسلىك، يېڭىلىق يارىتىش ۋە ئۆزلۈكىدىن كۈرەش قىلىشتەك كارخانىچىلار روھىنى ئېلىپ كەلدى.

ئىقتىسادنىڭ يەرشارىلىشىشى داۋامىدا، ئىقتىسادنىڭ رولى بارغانسېرى مۇھىم بولماقتا. قانچىلىك كۈچلۈك كارخانىلارغا ئىگە بولغانلىقى ئاللىقاچان بىر دۆلەتنىڭ ئۇنىۋېرسال كۈچىگە مۇناسىۋەتلىك چوڭ مەسىلە بولۇپ قالدى. دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر شۇ تاپتا بىزنىڭ بۇ دۇنيارىمىزنىڭ ھوقۇق قۇرۇلمىسى ۋە بايلىقلىرىنىڭ تەقسىملىنىشىگە تەسىر كۆرسەتمەكتە ۋە ئۇنى ئۆزگەرتمەكتە.

ئىككىنچى باب

بازار چەكسىز

دۆلەت ئاتا قىلغان ئالاھىدە ئىجازەتنامىنى ئېلىپ، شىركەتلەر ئارزۇ ـ ئىستەك ۋە قان ھىدى ئىچىدە بايلىقلارنى تالان ـ تاراج قىلىش سەپىرىگە ئاتلانىدى. ھوقۇق ئېلىپ كەلگەن شادلىق ھەم قايغۇلارنى باشتىن كەچۈرگەندىن كېيىن، شىركەت ئاخىرقى ھېسابتا بازار تۈزۈلمىسى ئاستىدا قايتا ھاياتلىققا ئېرىشتى. ئالاھىدە ئىمتىياز بېرىلگەن شىركەتلەر زادى نېمە سەۋەبتىن گۈللىنىشتىن خارابلىشىشقا يۈزلەندى؟ ئالاھىدە ھوقۇقلاردىن خوشلاشقان شىركەتلەر يەنە نېمە ئۈچۈن پۈقرانى باي قىلىپ، دۆلەتنى قۇدرەت تاپقۇزالىدى؟

17 ـ ئەسىردىن باشلاپ، ياۋروپادىكى ھەرقايسى دۆلەتلەر «شىركەت» نامى بىلەن بەس ـ بەستە دېگۈدەك سەپىرىگە ئاتلىنىشتى: شىركەتلەر بولسا ئەكسىچە ھۆكۈمەتنىڭ ئالاھىدە ھوقۇقىغا تايىنىپ يەر شارى مىقياسىدا پايدا قوغلاشتى. بۇ ھوقۇق بىلەن پۈل بىر مەزگىل بىرىككەن، بايلىق بىلەن قان تۆكۈشلەر بىر ـ بىرىگە ھەمراھ بولغان تارىخ بولۇپ، شىركەتلەر مىلىتىق ـ زەمبىرەكلەرنىڭ ھىمايىسى ئاستىدا بازارلارغا بىر ـ بىرلەپ ھۇجۇم قىلىپ كىردى. بىر ئەسىردىن كۆپرەك ۋاقىتتىن كېيىن، ئالاھىدە ئىمتىيازلىق شىركەتلەر دەۋرىنىڭ ئاخىرلاشقانلىقى جاكارلاندى. 1874 ـ يىلى 1 ـ ئاينىڭ 1 ـ كۈنى، 274 يىل تىجارەت قىلغان شەرقىي ھىندىستان شىركىتى تارىخ سەھنىسىدىن تەلتۆكۈس چېكىنىپ چىقتى. ئەنگلىيە «تايمىس گېزىتى» ئوبزوربىدا مۇنداق دەپ يېزىلغان ئىدى: ئىنسانىيەت تارىخىدا، ئۇ ھەرقانداق بىر شىركەت ئەزەلدىن زىممىسىگە ئېلىپ باقمىغان ۋە بۇنىڭدىن كېيىنكى تارىخلاردىمۇ ھەرقانداق بىر شىركەت زىممىسىگە ئېلىشى مۇمكىن بولمايدىغان ۋەزىپىلەرنى ئادا قىلدى.

ئەينى چاغدا، سانائەت ئىنقىلابىنىڭ تېز سۈرئەتته ئالغا ئىلگىرىلىشىگە ئەگىشىپ، سانسىز كىچىك شىركەتلەرنىڭ باش كۆتۈرۈشى مىڭ يىللارچە داۋام قىلىپ كەلگەن ئىقتىسادىي تەرتىپلەرنى ئۆزگەرتتى. ئىقتىسادىي ھوقۇق ئەمدى يەنە ھۆكۈمەت بىلەن ئۆزئارا بىرىكىدىغان بىر خىل ئالاھىدە ھوقۇق بولماي قالدى. كىشىلەرنىڭ چوقۇنۇشى ۋە قاغاشلىرى ئىچىدە ئۆلۈپ قايتا تىرىلىپ ئالاھىدە ئىمتىيازلاردىن خوشلاشقاندىن كېيىنكى شىركەتلەر ھەقىقىي تۈردە بايلىقلارنى ياراتقۇچىلارغا ئايلاندى. ئەركىن بىر بازاردا، شىركەت پۇقرانى باي، دۆلەتنى قۇدرەت تاپقۇزىدىغان ھەقىقىي كۈچكە ئايلاندى.

1. خان جەمەتى ئالاھىدە ئىجازەت بەرگەن شەرەپلىك يىللار

1599 ـ يىلى كۈزدە، لوندون بازىرىدىكى قارىمۇچىنىڭ ھەر قادىقىنىڭ باھاسى ئۈشتۈمتۈتلا 3 شىللىڭدىن 8 شىللىڭغا ئۆسۈپ كېتىدۇ.

بۇ قېتىمقى باھانىڭ شىددەت بىلەن ئۆسۈشىدىكى پەردە ئارقىسىدىكى كونترول قىلغۇچى قول بولسا پورتۇگالىيە بىلەن گوللاندىيە ئىدى. 9 ـ ئاينىڭ 24 ـ كۈنى، قاتتىق غەزەپكە كەلگەن 80 دىن كۆپرەك ئەنگلىيەلىك سودىگەرلەر لوندون شەھەر مەمۇرىيىتى بىناسىغا توپلىنىپ، تاقابىل تۇرۇش تەدبىرلىرى ئۈستىدە مەسلىھەتلىشىدۇ.



ئەنگلىيە ئايال پادىشاھى ئېلىزابىت I

ياۋروپالىقلار شەرقتە يېتىپ بارىدىغان كېمە يولىنى بايقىغاندىن باشلاپ، بىپايان چوڭ ئوكيان بايلىق قوغلىشىدىغان قىمار مەيدانىغا

ئايلانغان ئىدى. دېڭىزدىكى ئەۋزەللىكىگە تايىنىپ، پورتۇگالىيە، ئىسپانىيە، گوللاندىيە ئىلگىرى - كېيىن بولۇپ دۇنيانىڭ زومىگەرلىرىگە ئايلانغان ئىدى.

ئايال پادىشاھ ئېلىزابېت Iنىڭ كۆپ يىللىق رەھبەرلىكى ئاستىدا، ئەنگلىيە ئاخىر رىقابەتلەشكۈچىلەر قاتارىغا قوشۇلدۇ.

يېڭى قوشۇلغان رىقابەتچى بولۇش سۈپىتى بىلەن ئەنگلىيەلىك سودىگەرلەر بايلىق ۋە مەبلەغنى مۇجەسسەملەشتۈرگىلى بولمىدىغان بىر خىل شەكىلنى ئىزدەشكە باشلىدى ۋە شۇ ئارقىلىق خۇسۇسىيلارنىڭ ئورۇنلىشى مۇمكىن بولمايدىغان يىراق ئوكيان سودىسىنى ئەمەلگە ئاشۇرماقچى بولۇشتى.

قانداق قىلغاندا پۇقرالار ۋە بايلارنى ۋە يېكى ئوخشمايدىغان تەبىقىدىكى كىشىلەرنى ئۆزلىرى مېڭىپ جاپا - مۇشەققەتتە تاپقان پۇللىرىنى تەۋەككۇل قىلىپ باشقىلارنىڭ تىجارەت قىلىشى، باشقۇرۇشىغا بېرىشكە كۆندۈرگىلى بولىدۇ؟ شۇنىڭ بىلەن ئۇلار 16 - ئەسىرنىڭ ئاخىرى 17 - ئەسىرنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدە ئەنگلىيە ۋە گوللاندىيە پاي چەكلىك شىركەتلىرىنى ئىبارەت مۇشۇنداق بىر سودا - سانائەت تەشكىلاتىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىشتى.

(چېن جۇڭ ئامېرىكا يالپ ئۇنۇۋېرسىتېتى پروفېسسورى)



دېڭىزدىكى كېمە كارۋىنى

پاي قوشۇپ مەبلەغ توپلاش ئۇسۇلى قەدىمدىن تارتىپلا بار بولسىمۇ، ئەمما «چەكلىك مەسئۇلىيەت» ئەكسىچە بىر خىل يېڭىچە قائىدە ئىجاد قىلدى، يەنى ئۇ بولسىمۇ: مەلۇم ئەھۋاللار ئاستىدا ئالغان قەرزلەرنى قايتۇرمىسىمۇ بولاتتى.

مەبلەغ سالغۇچى ئۆچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا، «چەكلىك مەسئۇلىيەت» شۇبھىسىزكى بىر خىل ناھايىتى كۈچلۈك ھىمايە قىلىش ھېسابلىناتتى.

شىركەتنىڭ ئەڭ ھالقىلىق ئالاھىدىلىكى بولسا چەكلىك مەسئۇلىيەت ئۇقۇمىدىن ئىبارەتتۇر. بۇ ئۇقۇم ئەنگلىيەدىن باشلانغان بولۇپ، ئۇ شىركەت تەشكىللىگەن ۋاقىتتا، مۇدىرلار پەقەت چەكلىك مەسئۇلىيەتنى ئۈستىگە ئالىدىغانلىقى، شىركەتنىڭ مۇشۇنىڭغا تايىنىپ مەبلەغ توپلاش ئارقىلىق قۇرۇلىدىغانلىقى، پايچىكلارنىڭ ئۈستىگە ئالىدىغان مەسئۇلىيىتىنىڭ پەقەت ئۆزى سالغان پۇل سوممىسى بىلەنلا چەكلىنىدىغانلىقىنى كۆرسىتىدۇ.

(خوخارد داۋىس ئەنگلىيە لوندون سىياسىي ئىقتىساد ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

سودىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويۇش مەسلىكى

سودىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويۇش مەسىلىكى 16ـ17 ئەسىرلەردە فېئودالىزم پارچىلانغاندىن كېيىنكى كاپىتالىنىڭ ئىپتىدائىي جۇغلىنىش مەزگىللىرىدە غەربىي ياۋروپادا شەكىللەنگەن بىر خىل ئىقتىسادىي نەزەريە ياكى ئىقتىسادىي سىستېما بولۇپ، ئۇ ماھىيەت جەھەتتە كاپىتالىنىڭ ئىپتىدائىي جۇغلىنىش مەزگىلىدە سودا بۇرژۇئازىيەسىنىڭ مەنپەئىتىنىڭ ئىقتىسادىي نەزەريەسى ۋە سىياسەت سىستېمىسىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدۇ. سودىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويۇش مەسلىكى بىر دۆلەتتە جۇغلانغان پۇل قانچە كۆپ بولسا بۇ دۆلەت شۇنچە قۇدرەتلىك بولىدۇ دەپ قارايدۇ، ھەمدە دۆلەتنىڭ ئىقتىسادىي تۇرمۇشقا ئارىلىشىشىنى، پۇل ئېكسپورت قىلىشنى چەكلەپ، پۇل ئىمپورت قىلىشنى تەشەببۇس قىلىدۇ.

بۇ شەخسكە بولغان ئىشىنىشنىڭ ئەمدى ئۇنچە مۇھىم بولمايدىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ. چۈنكى سىز بارلىق مال - مۈلكىڭىزدىن ئايرىلىپ قالمايسىز، مەسىلەن: سىز شىركەتكە 10 فوندىتېرلىڭ مەبلەغ سالغان بولسىڭىز، ئۇنداقتا كۆپ بولغاندا ئاشۇ 10 فوندىتېرلىكىدىنلا ئايرىلىپ قالىسىز خالاس.

مەبلەغ سېلىش خېيىم - خەتىرىنى زور دەرىجىدە تۆۋەنلەتكەن «پاي چەكلىك شىركەت»لىرى ناتونۇش ئادەملەر ئوتتۇرىسىدىكى ھەمكارلىشىشنى مۇمكىنچىلىككە ئايلاندۇردى. ئەمما خۇسۇسىينىڭ ئىناۋىتى تىكلىنىشتىن بۇرۇن، كېلىشىم تۈزۈشتە دۆلەت ئىناۋىتىنى كېپىل قىلىشقا توغرا كېلەتتى. شۇڭا، 400 يىلنىڭ ئالدىدا، پاي چەكلىك شىركىتى ھەممىلا ئادەم قۇرالايدىغان شىركەت بولماستىن، بەلكى ئۇنىڭغا چوقۇم دۆلەتنىڭ ئالاھىدە ئىجازەت بېرىشى لازىم ئىدى.

1599 - يىلى 9 - ئايدا، 80 دىن كۆپ لوندونلۇق سودىگەرلەر مۇشۇنداق ئالاھىدە ئىجازەتكە ئېرىشىش ئۈچۈن لوندون شەھەر مەمۇرىيىتى زالىغا توپلىشىپ، شەرققە بولغان سودىنىڭ مونوپوللۇق ھوقۇقىغا ئېرىشىشنى تەلەپ قىلىشىدۇ.

ئۇنداقتا، سودىگەرلەر نېمىگە ئاساسەن ئايال پادىشاھقا ئىلتىماس سۇنۇشتى، ئايال پادىشاھ بۇنى قانداق بىر تەرەپ قىلىشى مۇمكىن؟

ئايال پادىشاھ ئېلىزابېت I ئۇلارغا ئالاھىدە ئىجازەت قىلىنغانلىق گۇۋاھنامىسى تارقىتىپ بەردى، چۈنكى بۇنداق قىلغاندا خان جەمەتى ئۈچۈن كۆپ پايدا يارىتىلى بولاتتى. مانا بۇ دۆلەت ئاپپاراتىنى پايدا ئۈچۈن

ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتى

ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ تولۇق نامى «لوندون سودىگەرلىرىنىڭ شەرقىي ھىندىستاندىكى شىركىتى» بولۇپ، بىر نەچەر گۇرۇپپىرناتور ۋە 24 نەپەر مۇدىرىدىن مۇدىرىيەت تەشكىل قىلىدۇ. 1689 - يىلىغا قەدەر، شەرقىي ھىندىستان شىركىتى «دۆلەت» خۇسۇسىيىتىغا ئىگە بولغان بولۇپ، ئۇ بېنگال، جەنۇبىي ۋە بومباي قاتارلىق جايلارنى ئۆز ئالدىغا ئىدارە قىلىپ، ناھايىتى چوڭ تەھدىت خاراكتېرلىك ھەربىي كۈچلەرگە ئىگە بولغان.

ئىشلىتىش شەكلى بولۇپ، سودىگەرلەردىن باج يىغىش، ئۇلارغا ئالاھىدە ئىجازەت بېرىش ئارقىلىق ئىقتىساد توپلىغىلى بولاتتى. شۇڭا، بۇنىڭ ئۆزى ئەمەلىيەتتە بىر خىل سودا بولۇپ، دۆلەت ئۆز ئىناۋىتىنى شىركەتلەرگە سېتىپ بەرگەن ئىدى.

ئەينى چاغدىكى سودىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويغۇچىلارنىڭ ئىدىيەسىدە، بايلىق ئومۇمىي مىقدارى بولسا بىر تۇراقلىق سان ئىدى. ئەنگلىيەلىك مەشھۇر پەيلاسوپ مۇنداق دەيدۇ: «بايلىق دېگىنىمىز قولىمىزدا قانچىلىك ئالتۇن - كۈمۈشنىڭ بار ئىكەنلىكىنى كۆرسەتمەيدۇ، بەلكى باشقا دۆلەتلەر ۋە قوشنا ئەلگە سېلىشتۇرغاندا ئالتۇن - كۈمۈشىڭىزنىڭ ئۇلارنىڭكىدىن قانچىلىك كۆپ ئىكەنلىكىنى كۆرسىتىدۇ.» شۇڭلاشقا كىم سودىنى كونترول قىلالىسا، شۇ تېخىمۇ كۆپ ئالتۇن - كۈمۈشكە ئىگە بولىدۇ.

پادىشاھلارنىڭ ئادەتتە سودىنى قوغداش ۋە سودا تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرۈش جەھەتلەردە قوللىنىدىغان ئۇسۇلى دەل سودىنى كونترول قىلىش، بىر قىسىم چوڭ تاشقى سودا شىركەتلىرىگە سودىنى مونوپول قىلىش ھوقۇقى، ئالاھىدە ئىجازەت ھوقۇقى بېرىشتىن ئىبارەت ئىدى. بۇ خىل مونوپول قىلغۇچى شىركەتلەر، چوڭ تىپتىكى شىركەتلەر دەل غەربىي ياۋروپا دۆلەتلىرىنىڭ ئەڭ دەسلەپتە دۇنيانىڭ باشقا جايلىرىغا كېڭەيمىچىلىك قىلىشتىكى قورالى بولدى.

(چىەن چېڭدەن بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

1600 - يىلى 12 - ئاينىڭ 31 - كۈنى، ئەنگلىيە خان جەمەتى تەرىپىدىن شەرقىي ھىندىستانغا قارىتا 15 يىللىق سودا پاتېنتى ئالاھىدە ئىجازەت ھوقۇقى بېرىلگەن «لوندونلۇق سودىگەرلەرنىڭ شەرقىي ھىندىستاندا سودا قىلىش شىركىتى» تەشكىللىگەن كېمە ئەترىتى دېڭىز سەپىرىگە ئاتلاندى.

نۇرغۇن سودىگەرلەرنىڭ مەبلەغ سېلىشىغا تايىنىپ، شىركەتنىڭ تۇنجى قېتىملىق يىراق ئوكيان سەپىرى ئۈچۈن توپلىغان مەبلىغىلا 72 مىڭ فوندستېرلىڭغا يەتكەن ئىدى. بۇ ئەينى چاغدا نۇرغۇن پۇل ھېسابلىنىدىغان بولۇپ، سېتىۋېلىش كۈچى بۈگۈنكى 35 مىليون دوللارغا

توغرا كېلىدۇ.

بىرى كۆچەيسە يەنە بىرى ئاجىزلىشىپتۇ دېگەندەك، ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ دېۋىلەپ كېلىشى «دېگىزدىكى ھارۇنكەش» دەپ ئاتالغان گوللاندىيەگە تەھدىت ھېس قىلدۇرىدۇ. شۇنىڭ بىلەن، بۇيۇك پارلامېنت باشلىقىنىڭ تەشەببۇس قىلىشى ئارقىسىدا، خۇش پۇراق ماتېرىياللار سودىسى قىلىدىغان ئالتە كىچىك شىركەت دۆلەت ئارقا كۆرۈنۈشىنى ئالغان چوڭ پاي شىركىتى قىلىپ ئۆزگەرتىپ تەشكىللىنىدۇ.

گوللاندىيەنىڭ شەرقىي ھىندىستان شىركىتى پۈتۈن شەھەر ئاھالىسىگە قارىتا ئاشكارا پاي چېكى تارقىتىدۇ. شۇڭلاشقا ئۇ ئەمەلىيەتتە دۇنيادىكى تۇنجى پېيى بازارغا سېلىنغان شىركەت ھېسابلىنىدۇ.

يالغۇز ئامىستىردامدىلا پاي چېكى سېتىۋالغۇچىلار سانى 1143 كە يېتىدۇ، پاي ئىگىلىرى ئارىسىدا سودىگەر، دېگىزچى، تېخنىكا ئىشچىسى ۋە يەنە شەھەر باشلىقىنىڭ ئايال مالىيە قاتارلىقلارمۇ بار ئىدى. بۇنداق مەبلەغ توپلاش شەكلى ئارقىلىق، گوللاندىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ مەبلىغى رەقىبى ئەنگلىيەنىڭكىدىن خېلىلا ئېشىپ كېتىدۇ. ئەڭ يۇقىرى بولغاندا، ئۇنىڭ ئومۇمىي مەبلەغ سوممىسى ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ 10 ھەسسىسىگە باراۋەر كەلگەن ئىدى.

ئەگەر سىز ئىپتىدائىي (ئەڭ دەسلەپكى) مەبلەغ سالغۇچى بولسىڭىز، ھەمدە سىز: «پۇلنى يېتەرلىك تاپتىم، ئەمدى پۇلۇمنى قايتۇرۇپ ئالغۇم بار» دېگەن ۋاقىتىڭىزدا، سىز پەقەت تىجارەت ئورنىغا بېرىپ قولىڭىزدىكى پايلارنى سېتىۋەتسىڭىزلا شۇنىڭدىن ئېتىبارەن سودىدىن چېكىنىپ چىققان بولىسىز. ئوخشاشلا، سىز يەنە پاي چېكى سېتىۋېلىپ ئويۇنغا قاتنىشالايسىز. ھازىرقى زامان شىركەتلىرى دۇنياغا دەل مۇشۇنداق ئۇسۇل ئارقىلىق كەلگەن.

(نىنا ئاختار ئامېرىكا پۇل مۇئامىلە مۇزېيى ئارخىپ باشقۇرغۇچىسى)

ئەينى ۋاقىتتىكى ۋەزىيەتنىڭ ئېھتىياجى تۈپەيلى مەيدانغا كەلگەن پاي چېكى تىجارەت ئورنى ۋە بانكىلار، گوللاندىيەلىكلەرگە «پارتلاش شەكلى» دىكى بايلىق ئېلىپ كەلگەن ئىدى.

پۇل تېپىش ئۇسۇلى ناھايىتى تېزلا ئىنگلىز بوغۇزىنىڭ يەنە بىر تەرىپىگە يېتىپ كېلىپ، ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىمۇ پاي چېكى تارقىتىشقا باشلايدۇ. كاپىتال خۇددى قار پومزىكىگە ئوخشاش يۇمىلىغانسېرى چوڭىيىپ، شىركەت تەسىر دائىرىسىمۇ ئۇزۇكسىز كېڭىيىدۇ.

ئۇلگىنىڭ كۈچ - قۇدرىتى چەكسىز بولىدۇ. دانىيە، فىرانسىيە، شۋېتسىيە، رۇسىيە... قاتارلىق دۆلەتلەرمۇ تۇشمۇ تۇشتىن تەقلىد قىلغۇچىلار قاتارىغا ئۆتۈپ، ئارزۇ - ئىستەك ۋە قان ھىدى ئىچىدە ئۆزلىرىنىڭ بايلىق توپلاش سەپىرىگە ئاتلىنىشىدۇ.

ۋېرگىنىيە شىركىتى ئامېرىكا قىتئەسىدە تۇنجى ئەنگلىيە مۇستەملىكە زېمىنى بەرپا قىلدى. گوللاندىيەنىڭ شەرقىي ھىندىستان شىركىتى بۇگۈنكى كۈندىكى پۇلغا سۇندۇرغاندا 24 دوللار قىممىتىدىكى بۇيۇمغا ئىندىيانلار قولىدىن مانخاتتان ئارىلىنى تېگىشۋېلىپ، ئارالغا يېڭى ئامستېردام دەپ نام بەردى. بۇ دەل بۇگۈنكى نيۇيورك ئىدى.

يەر شارى تېخى ئەمدىلا ئىنسانىيەتكە پۈتۈن قىياپىتىنى نامايان قىلىشى بىلەنلا سودا ئۇرۇشىنىڭ جەڭگاھىغا ئايلىنىپ قالدى. بۇ دەۋردىكى شىركەتلەر پايچىكلارغا پايدا يارىتىش ۋەزىپىسىنىلا زىممىسىگە ئېلىپ قالماي، تېخىمۇ مۇھىمى دۆلەت ئۈچۈن زېمىن كېڭەيتىش بۇرچىنىمۇ زىممىسىگە ئېلىشقان ئىدى.

بۇ بىر ئىككى تەرەپنى تەڭ رازى قىلىدىغان ياخشى تەدبىر بولۇپ، دۆلەتنىڭ مۇستەملىكە زېمىنلىرىنى بىۋاسىتە كونترول قىلىشىنىڭ ھاجىتى يوق ئىدى، پەقەت ئالاھىدە ئىجازەتلىك شىركەتلەر ئىچىگە بىر قىسىم ئادەملەرنى ئورۇنلاشتۇرۇپ قويسىلا، ئۇلار ھۆكۈمەتنىڭ كەتمىنى چاپاتتى، خالاس.

(ئادىرىئان ئوردېلىچ ئەنگلىيە «ئىقتىسادشۇناسلار» ژۇرنىلى مۇھەررىرى)

1757 - يىلى، ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ 32 ياشلىق يالالانما خادىمى روبېرت كلىۋې 3000 يالالانما قوشۇنغا قوماندانلىق قىلىپ، 20 مىڭ ئاتلىق ئەسكەر، 50 مىڭ پىيادە ئەسكەرلەردىن

تەشكىللەنگەن ھىندىستان ئارمىيەسىنى تارمار قىلىدۇ، شۇنىڭدىن ئېتىبارەن، بىر شىركەتنىڭ قەدىمىي بىر ئىمپېرىيەنى بويسۇندۇرۇشىدەك قانلىق تارىخ باشلىنىدۇ.

جەڭ قىلغان ئىككى تەرەپ ئىشلەتكەن قوراللار تامامەن دېگۈدەك «غەرب قوراللىرى» بولسىمۇ، ھالبۇكى كلىۋې قوشۇنىنىڭ كۈچلۈك جەڭگىۋارلىقى ئۇنىڭ ئارقىسىدىكى شىركەت بىلەن مۇناسىۋەتلىك ئىدى. چۈنكى شىركەت بىر سودا تەشكىلاتى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئۆزىنىڭ ئەڭ ئەقىللىق ۋە ئەڭ باتۇر خادىملىرى قولغا كەلتۈرگەن تەجرىبە ـ ساۋاقلارنى يىغىپ ساقلاپ قويغان ئىدى، شۇڭا، ئۆتمۈشتە جەنۇبىي ئاسىيا ، ئوتتۇرا ئاسىيا زېمىنلىرىدا ئەركىن ئات چاپتۇرۇپ يۈرگەن ھىندىستانلىق چەۋەندازلار ئەتراپلىق پىلان تۈزگەن، ھەمدە ئارمىيە ئىشتابى بىرلىككە كەلگەن، ئوقنى خۇددى ماشىنىغا ئوخشاش تەكشى ئاتىدىغان شىركەت ئارمىيەسىگە دۈچ كەلگەندە مەغلۇپ بولۇپ ۋەتۈەرىكى چىقىپ كەتكەن ئىدى.

بۇ شىركەت شىركەتكە قارىغاندا بىر ھۆكۈمەتكە تېخىمۇ ئوخشاپ كېتىدۇ، 1813 ـ يىلىدىن كېيىن، ئۇ ئاللىقاچان بىزنىڭ چۈشەنچىمىزدىكى شىركەتكە تامامەن ئوخشىمايدىغان ئىدى، گەرچە ئۇ يەنىلا شىركەت دەپ ئاتالسىمۇ، ئەمەلىيەتتە ئۇ بىر ھۆكۈمەت ئىدى.

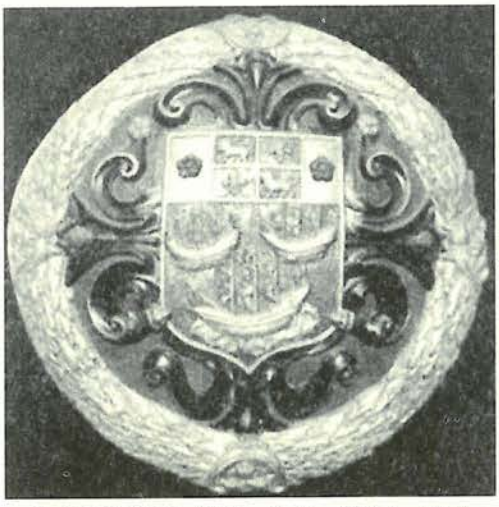
(تام تامبرسىن ئەنگلىيە لوندون ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

شىركەتنىڭ چەت ئەللەردىكى كېڭەيمىچىلىكىگە يار ـ يۆلەك بولۇش ئۈچۈن، ئەنگلىيە ۋە گوللاندىيە باشلامچىلىق بىلەن جەڭ قىلىش، سۈلھىلىشىش، ئەدلىيە، مەمۇرىيەت قاتارلىق نۇرغۇن دۆلەت ھوقۇقلىرىنى شىركەتلەرگە بەرگەن ئىدى. ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتى تازا گۈللەنگەن مەزگىللىرىدە 300 كىشىلىك قوراللىق كۈچكە ئىگە بولغان بولۇپ، بۇ سان ئەينى ۋاقىتتىكى ئەنگلىيە ئارمىيەسىنىڭ ئىككى ھەسىسىگە باراۋەر كېلەتتى.

شىركەتلەر دۆلەت ھوقۇقىغا تايىنىپ، ھەرقايسى مۇستەملىكىلەردە شەپقەتسىز ئۇرۇشلارنى قوزغاپ، يەرلىكنىڭ بايلىقىنى تالان ـ تاراج قىلدى

ۋە ئىگىلىۋالدى. شىركەت بىلەن ئالاھىدە ھوقۇقلارنىڭ بىرىكىشى قارىماققا يۈكسەك پەللىگە يەتكەندەك كۆرۈنەتتى.

18 ـ ئەسىرنىڭ باشلىرىدا، ئەنگلىيە دۆلەت ئىشلىرى كاتىپى بىر قېتىملىق ناشتىلىق يىغىنىدا قاينىاق ھېسسىيات بىلەن مۇنداق دېگەن ئىدى: «بىزنىڭ پاراخوتلىرىمىز لىپمۇلىق بېسىلغان خۇش پۇراق ماتېرىياللار، مای، ھاراقلارنى ئېلىپ قايتىپ كەلدى؛ بىزنىڭ ھۈجرىلىرىمىز ئېھرام شەكلىدە تىزىلغان فارفۇر بۇيۇملارغا توشۇپ كەتتى، ئۆيلىرىمىزنى ياپونىيەدىن كەلتۈرۈلگەن قول ھۈنەر ـ سەنئەت بۇيۇملىرى بىلەن بېزىدۇق؛ ئامېرىكا قىتئەسىنىڭ دورىلىق ئۆسۈملۈكلىرى تېنىمىزنى ساغلام قىلدى؛ بىز ھىندىستان چېدىرلىرىدا يېتىپ ئارام ئالىمىز.»



ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ ئىزنىكى

بۇ، ئۇچ يۈز يىل ئىلگىرىكى ئىزناك. ئۇ جاھانغا مەشھۇر بولغان ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ بەلگىسى. ئىمپېرىيەگە ۋەكىللىك قىلغۇچى بېلىق قۇيرۇقلۇق شىر شىركەت پاراخوتلىرىنىڭ بۇران ـ چاپقۇن ئىچىدە ئەركىن يۈرۈشىنى قوغدىماقتا. ئىزناك دۆلەت بىلەن شىركەتنىڭ ناھايىتى يېقىن مۇناسىۋەتتە ئىكەنلىكىدىن دېرەك بېرىدۇ. خۇددى ئەينى چاغدىكى بىر نەپەر ئەنگلىيەلىك سىياسىيون ئېيتقانىدەك: «شىركەتنى كارغا كەلمەيدۇ دېگەنلىك، دۆلەتنى كارغا كەلمەيدۇ دېگەنلىكتۇر.»

بۇلارنىڭ لەززىتىدە مەستخۇش بولغان كىشىلەر بۇ ئېسىل شارابنىڭ ئاخىرقى ھېسابتا قىرتاق ھەم قاۋسىق بولۇپ قالىدىغانلىقىنى ئويلاپمۇ كۆرۈشمىگەن ئىدى.

2. سېھرىي كۈچنى يوقاتقان تىللا تۆكۈلىدىغان ماشىنا

تارىخنىڭ بۇرۇلۇش نۇقتىسى بەلكىم بىر تالانتلىق قىمارۋازدىن باشلىنىشى مۇمكىن.

جون راۋ شوتلاندىيەدە بىر زەرگەر ئائىلىسىدە دۇنياغا كەلگەن بولۇپ، ياش ۋاقتىلىرىدىلا ياۋروپادىكى ھەرقايسى چوڭ پۇل مۇئامىلە مەركەزلىرىگە كىرىپ ـ چىقىپ تۇراتتى. ساياھەت قىلىش ئارقىلىق ئېرىشكەن مول بىلىمى ھەمدە ئۇنىڭدىكى كىشىنى ھەيران قالدۇرىدىغان تۇغما ماتېماتىكا تالانتى ئۇنى ناھايىتى تېزلا بانكا ساھەسىدە باش كۆتۈرگۈزدى.

كۆپ سانداكى بانكىرلارنىڭ مۇتەئەسسىپ ئىستىلىنىڭ ئەكسىچە، جون راۋنىڭ شەخسىي تۇرمۇشى تولىمۇ شاللاقلىقتا ئۆتەتتى.

ئامىستېردام ئاكسىيە بازىرىدىكى قاينىاق كەيپىيات قىمارغا تولىمۇ خۇشتار جون راۋنى قاتتىق ھاياجانغا سالىدۇ. بىر بانكىر بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئۇ پاي بازىرىنىڭ ئاۋاتلىقى بانكىنىڭ قوللىشىدىن ئايرىلالمايدىغانلىقىغا دىققەت قىلىدۇ.



جون راۋ

ھالبۇكى، جون راۋ گوللاندىيەلىكلەرنى ئۆتۈپ كەتكەن مۇتەئەسسىپ دەپ قارايتتى. ئۇ ئۆزىنىڭ كىشىنى ھەيران قالدۇرىدىغان بۇاستە سېزىمىگە تايىنىپ، دۆلەت ئىناۋىتىدىن پايدىلىنىپ قەغەز پۇل تارقىتىشقا كېپىللىك قىلغىلى بولىدىغانلىقى، ھەمدە شۇ ئارقىلىق ئىقتىسادىي پائالىيەتلەرنىڭ دائىرىسىنى

تېز ھەم چەكسىز رەۋىشتە كېڭەيتكىلى بولىدىغانلىقىنى بايقايدۇ. مۇنداقچە ئېيتقاندا، ئۇ ئالاھىدە ھوقۇقنىڭ تېخىمۇ چوڭ پايدا يارىتىشنىڭ مۇمكىن ئىكەنلىكىنى بايقايدۇ.

جون راۋ بىرەر دۆلەتنى تېپىپ سىناپ كۆرۈشكە موھتاج بولىدۇ.

1715 - يىلى ئۇ، دۇنيانى ئۆزگەرتىش غايىسىنى كۆڭلىگە پۈكۈپ، فىرانسىيە تۈپرىقىغا ئېھتىياتچانلىق بىلەن قەدەم قويىدۇ.

بۇ يىلى، ئۇرۇش خۇمار «قۇياش پادىشاھى» لۇئىسXIV ئالەمدىن ئۆتىدۇ. ئۇنىڭ قالدۇرۇپ كەتكەن بىردىنبىر مىراسى بولسا فىرانسىيە مالىيە كىرىمىنىڭ ئون يىللىق ئومۇمىي يىغىندىسىدىنمۇ يۇقىرى بولغان غايەت زور قەرز ئىدى.

نايىپ خان كېنەز ئورلىيان ئىلاجسىز ئەھۋالغا چۈشۈپ قالىدۇ. ئۇنىڭ تازا بېشى قېتىپ تۇرغان پەيتته، قىمار ئوسۇلىدە تونۇشۇپ قالغان پۇل مۇئامىلە ساھەسىدىكى ئاجايىپ تالانت ئىگىسى جون راۋ ئېسىگە كېلىدۇ.

فىرانسىيە ھۆكۈمىتىنىڭ قوللىشى ئارقىسىدا، جون راۋ مىسسىسىپى شىركىتىنى سېتىۋېلىپ، فىرانسىيەنىڭ شىمالىي ئامېرىكا مۇستەملىكە زېمىنلىرىدىكى سودىنى مونوپول قىلىش ھوقۇقىنى قولغا ئېلىۋالىدۇ.

بىراق، ئۇ شىركەت تىجارىتىگە تايىنىپ پۇل تېپىشنى ئويلىمايدۇ. ئۇنىڭ مەقسىتى بولسا شىركەتكە تايىنىپ ھۆكۈمەتنىڭ كىرىزىسىنى ھەل قىلىشىغا ياردەم بېرىش ئىدى.



نايىپ خان كېنەز ئورلىيان

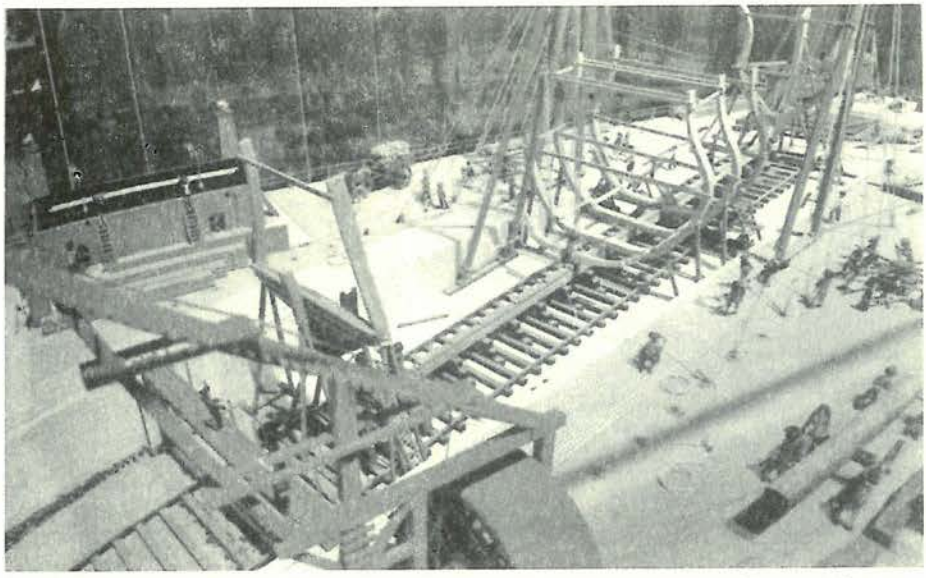
ئەينى ۋاقىتتىكى قىزىقارلىق بىر ھادىسە بولسا، كىشىلەر ھەم بانكا تارقاتقان قەغەز پۇل ئىشلىتىپ پاي چېكى سېتىۋالسا بولاتتى، ھەم يەنە قولىدىكى زايومىلارنى ئىشلىتىپ پاي چېكى سېتىۋالسىمۇ بولاتتى. يەنى دېمەككى، ناۋادا قولىڭىزدا

فىرانسىيە زايومى بولسا، ئۇنىڭغا مىسسىسىپىنىڭ پاي چېكىنى تېگىشىگىز بولاتتى، نۇرغۇن ئادەملەر بۇنىڭغا ئاچ كۆزلۈك بىلەن يېپىشىدۇ. نېمە ئۈچۈن؟ چۈنكى مىسسىسىپى شىركىتى پېيىنىڭ ئۆسۈمى 4% بولۇپ، فىرانسىيە زايومىنىڭ پايدىسىدىن يۇقىرى ئىدى.

پۈتكۈل فىرانسىيە ئەسەبىيلىككە چۆمۈپ، ئاز دېگەندىمۇ 300 مىڭ ئادەم مىسسىسىپى شىركىتىنىڭ پېيىنى سېتىۋېلىشنى ئىلتىماس قىلىدۇ، ئۇنىڭ باھاسى ناھايىتى تېزلىكتە نەچچە ئون ھەسسە ئۆسۈپ كېتىدۇ.

جون راۋ دۆلەت بانكىسى قۇرۇش ھوقۇقىغا ئېرىشىپ، پۈتۈن فىرانسىيەنىڭ مالىيە كىرىمىنى كونترول قىلىپ، مالىيە ۋەزىرلىكىگە تەينىلىنىدۇ. چوڭ ھوقۇقلارنى قولغا كىرگۈزۈۋالغاندىن كېيىن، ئۇ چوڭ بىر قىمارنى باشلايدۇ.

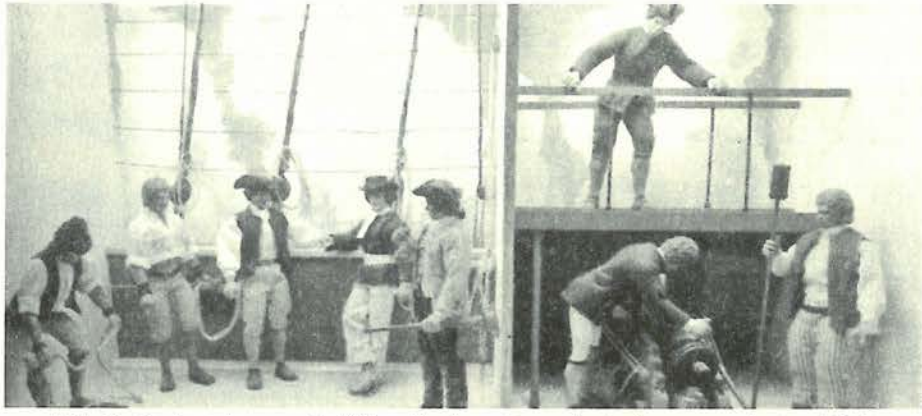
ئۇ ھەممىباب بانكىسى، يەنى ھازىرقى خان جەمەتى بانكىسىنى كونترول قىلىۋالىدۇ. ئۇ تېخىمۇ كۆپ قەغەز پۇل تارقىتالايتتى، شۇنىڭ بىلەن ئۇ پاي چېكى سېتىۋالماقچى بولغان ئاشۇ كىشىلەر ئۈچۈن تېخىمۇ



ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتى مۇزېيىدا ساقلىنىۋاتقان كېمە مودېلىنى ياساش كۆرۈنۈشى

كۆپ قەغەز پۇل تارقاتتى، ئەمەلىيەتتە ئۇنىڭ مەقسىتى بولسا خان جەمەتى بانكىسىنىڭ باسما سىستېمىسىدىن پايدىلىنىپ، مىسسىسىپى شىركىتى پاي چېكىنىڭ باھا ئۆستۈرۈش ئېھتىياجىغا كاپالەتلىك قىلىش ئىدى.
(ئانتونى مورفي گېرمانىيە دۇبلىن مۇقەددەس ئۇچ بىرلەشمە ئىنستىتۇتى پروفېسسورى)

جون راۋنىڭ كونترولىلۇقى ئارقىسىدا، فرانسىيە ئىقتىسادى 1715 - يىلىدىن ئېتىبارەن ئۈدا ئۇچ يىل تېز سۈرئەتتە ئاشىدۇ. بۇ خىل سۈنئىي «گۈللىنىش»، ئوخشاشلا ئۇرۇش سەۋەبىدىن قاتتىق قەرزگە بوغۇلغان ئەنگلىيە ھۆكۈمىتىنى ئۆزىگە جەلپ قىلىدۇ، ئۇلارمۇ زايومنى شىركەت پايلىرىغا ئالماشتۇرماقچى بولۇشىدۇ، شۇنىڭ بىلەن ئۇلار جەنۇبىي دېڭىز شىركىتىنى تاللايدۇ.
جەنۇبىي دېڭىز شىركىتى 1711 - يىلى قۇرۇلغان، قولىدا خان جەمەتى ئالاھىدە ئىجازەت گۇۋاھنامىسى بار بولۇپ، ئوتتۇرا ئامېرىكا ۋە جەنۇبىي ئامېرىكىلاردا بولىدىغان سودىلارنى ئاساسىي جەھەتتىن كونترول قىلىۋالغان ئىدى، بۇمۇ ئەينى ۋاقىتتا مەزكۇر شىركەتنىڭ قۇرۇلۇش نىشانى ئىدى.
1720 - يىلىنىڭ بېشىدا، 30 مىليون فوندستېرلىڭغا يېقىن زايومنى ئۆتكۈزۈۋالغان جەنۇبىي دېڭىز شىركىتى يېڭى پاي چېكى تارقىتىشقا باشلايدۇ.



ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتى مۇزېيىدا ساقلىنىۋاتقان كېمە مودېلىنى ياساش كۆرۈنۈشى

قىسقىغىنە بىرقانچە ئايدا، پاينىڭ باھاسى 125 فوندستېرلىڭدىن 1000 فوندستېرلىڭغا ئۆسىدۇ. بىرمەھەل «پاي چەكلىك شىركىتى» كىشىلەرنىڭ نەزىرىدە ئاجايىپ سېھرىي كۈچكە ئىگە تىللا تۆكۈلىدىغان دەرەخكە ئايلىنىدۇ. تولۇق بولمىغان ئىستاتىستىكىلارغا ئاساسلانغاندا، بۇ يىلى، ئەنگلىيەدە 202 «پاي چەكلىك شىركىتى» مەيدانغا كەلگەن ئىدى.

ئۇزۇكسىز كېڭىيىۋاتقان پاي بازىرى كۆپۈكى شۇ تاپتا شەكىللىنىۋاتاتتى.

جەنۇبىي دېڭىز شىركىتىنىڭ مەنپەئىتىنى قوغداش ئۈچۈن، 1720 ـ يىلى4 ـ ئايدا، ئەنگلىيە پارلامېنتى «كۆپۈك قانۇن لايىھەسى» ماقۇللاپ، پارلامېنتنىڭ قانۇن لايىھەسى بولمىغان ياكى پادىشاھ تەرىپىدىن ئالاھىدە بېرىلگەن قانۇنىي ھوقۇق ـ مەنپەئەت سورۇنىدىن باشقا سورۇنلاردا، شىركەت نامى ئارقىلىق ئۆتۈنۈپ بېرىشكە بولىدىغان پاي چېكى ياكى ئۆتۈنۈپ بېرىشكە بولىدىغان ھەرقانداق تۈردىكى پايلارنى تارقىتىش مەنئى قىلىنىدۇ دەپ ئېلان قىلغان ئىدى.



كېنەز ـ سېنسمون

سىرتقى كۆرۈنۈشىدىن قارىغاندا، مەزكۇر تەدبىر ھۆكۈمەتنىڭ شىركەت قىزغىنلىقىنى سۇۋۇتماقچىدەك كۆرۈنەتتى. ئەمەلىيەتتە بولسا، قانۇن لايىھەسىنى پارلامېنت ئەزالىرى ئوتتۇرىغا قويغان بولۇپ، ئەينى ۋاقىتتا نۇرغۇن پارلامېنت ئەزالىرىنىڭ ھەممىسى جەنۇبىي دېڭىز شىركىتىنىڭ مۇدىر ۋە پايچىكلىرى ئىدى. ئەمەلىيەتتە، «جەنۇبىي دېڭىز كۆپۈكى» بەربات بولۇشتىن ئىلگىرى، مەزكۇر قانۇن لايىھەسى ئاللىقاچان ماقۇللانغان بولۇپ، مەزكۇر قانۇن لايىھەسىنىڭ ماقۇللىنىشىدىكى سەۋەب بولسا،

پەقەتلا مەبلەغ سالغۇچىلارنى جەنۇبىي دېڭىز شىركىتىگە تارتىپ كېلىش ئۈچۈن ئىدى.

«كۆپۈك قانۇن لايىھەسى» ئوتتۇرىغا چىققاندىن كېيىن، كۆپ ساندىكى پاي چەكلىك شىركەتلىرى كۆزدىن غايىب بولغان ئىدى. ھەم يەنە بۇنىڭغا ئەگىشىپ غايىب بولغىنى مەبلەغ سالغۇچىلارنىڭ ئىشەنچىسى ئىدى.

جەنۇبىي دېڭىز شىركىتى پارلامېنت ئەزالىرى تەسەۋۋۇر قىلغانىدەك تېخىمۇ كۆپ مەبلەغ سالغۇچىلارنى ئۆزىگە جەلپ قىلالمايدۇ، ئەكسىچە، ئۇنىڭ پېيىنىڭ باھاسى ئەسلىي باھاسىنىڭ ئوندىن بىرىگە چۈشۈپ قالىدۇ. مىليونلىغان ئەنگلىيەلىكلەر خانىۋەيران بولغان بولۇپ، بۇلارنىڭ ئىچىدە خان جەمەتى قۇيما پۇل ئىدارىسىنىڭ باشلىقى شېۋالېر ئېساك نيۇتونمۇ بار ئىدى. ئۇ ئون يىللىق مائاشىغا باراۋەر كېلىدىغان 20 مىڭ فوندستېرلىڭ زىيان تارتىدۇ. بۇ بۇيۇك ئالىم ئاھ ئۇرۇپ مۇنداق دەيدۇ: «مەن ئاسمان جىسىملىرىنىڭ ھەرىكەت قىلىشىنى ئورىتىلىرىنى ھېسابلاپ چىقالىغان بولساممۇ، ئەمما كىشىلەرنىڭ بۇنچىلىك ئەسەبىيلىشىپ كېتىشىنى ھەرگىزمۇ ئالدىن پەرەز قىلالماپتىمەن.»

بۇ ۋاقىتتا، جەنۇبىي دېڭىز شىركىتىگە ئوخشاش، جون راۋنىڭ مىسسىسىپى

«كۆپۈك قانۇن لايىھەسى»

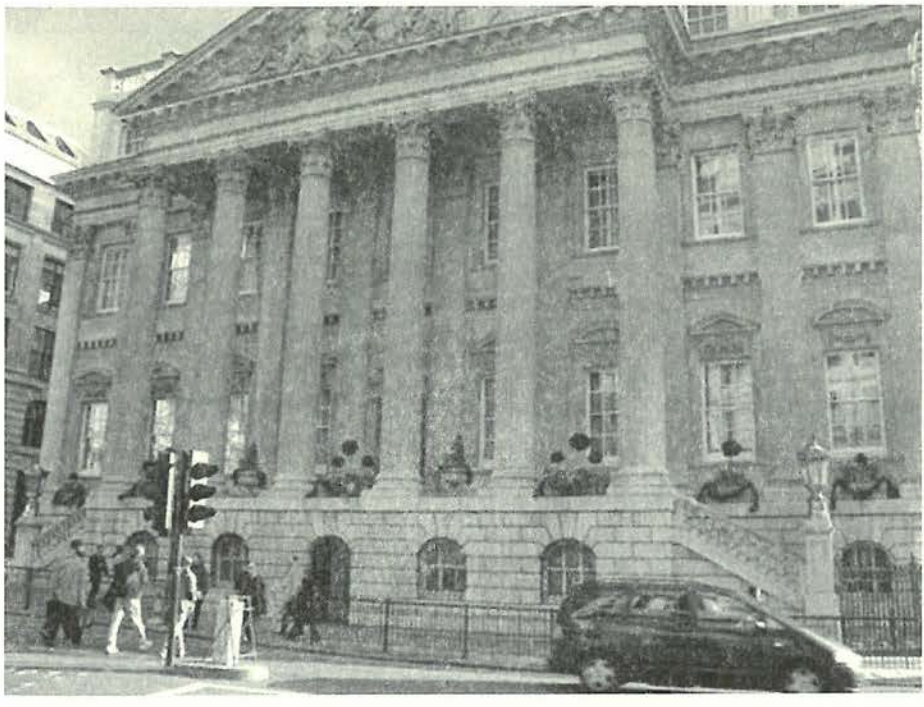
«كۆپۈك قانۇن لايىھەسى» ئەنگلىيە شىركەت تۈزۈمىنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشىنى 100 يىلدىن ئارتۇق ئارقىغا سۈردى. «كۆپۈك قانۇنى» ۋە ئۇنىڭ تەقدىرى شۇنى ئىسپاتلىدىكى، دۆلەت ۋە قانۇن شىركەت تۈزۈمىنىڭ شەكىللىنىش جەريانىدا ھەمىشە ئاكتىپ ھەم تۈرتكىلىك روللارنى ئويناۋەرمەي بەزىدە ھەتتا بۇزغۇنچىلىق قىلىش رولىنىمۇ ئويناپ، پەقەت شەخسلەر ئۆزلۈكىدىن ئېلىپ بارغان پايدا قوغلىشىش ھەرىكەتلىرىلا شىركەت تۈزۈمىنىڭ شەكىللىنىشى ۋە تەرەققىي قىلىشىدا تاپىنىشقا بولىدىغان كۆچ ھېسابلىنىدۇ. 1825 - يىلى، «كۆپۈك قانۇن لايىھەسى» ئاخىرقى ھېسابتا ئەمەلدىن قالدۇرۇلدى.

شىركىتىمۇ ۋەيران بولۇش گىردابىغا بېرىپ قالغان بولۇپ، فىرانسىيەلىك مەبلەغ سالغۇچىلار 500 مىليون لىفورلۇق مال ـ مۈلۈكلىرىدىن زىيان تارتقان ئىدى. شۇنىڭ بىلەن جون راۋمۇ ئالدىراپ ـ تېنەپ قېچىپ كېتىدۇ.

پايچىكلار خۇددى ئەمدىلا ئۇيقۇسىنى ئاچقاندەك، «ئاشۇ شىركەتلەر قانداق پۇل تاپىدۇ» دېگەندەك بۇ ھايات ـ ماماتقا مۇناسىۋەتلىك مەسىلىگە تۇنجى قېتىم دىققەت قىلىشقا باشلايدۇ.

كىشىلەر بايلىق ئېلىپ كېلىلەيدىغان شىركەتلەرنىڭ بالايىئاپەتمۇ ئېلىپ كېلىلەيدىغانلىقىنى ھېس قىلىشىدۇ.

پاي ئاپىتى ئۆتۈپ كەتكەندىن كېيىن، ئەنگلىيە، فىرانسىيە ئىككى دۆلەت ھۆكۈمىتى ئەڭ ئاددىي ئەمما ئەڭ تۇغرا بولۇشى ناتايىن بولغان ئۇسۇللارنى قوللىنىپ ئاپەتتىن كېيىنكى ئىشلارنى بىر تەرەپ قىلىشىدۇ. دۆلەتنىڭ قاتتىق بۇيرۇق بىلەن مەنئى قىلىشى ئارقىسىدا، شۇنىڭدىن كېيىنكى 100 يىل ئىچىدە، بىرمۇ يېڭى پاي چەكلىك شىركىتى قۇرۇلۇش تەستىقىغا ئېرىشەلمەيدۇ.



ئەنگلىيە لوندون ئاكسىيە بازىرىنىڭ كونا ئورنى

ئەمەلىيەتتە، ئەنگلىيە شىركەتلىرىنىڭ قانۇنلۇق قۇرۇلۇشى سانائەت ئىنقىلابىدىن كېيىن، تاكى 19 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىغا كەلگەندە ئاندىن شەكىللەندى.

(نىك خارىرى ئەنگلىيە ئوكسفورد ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

جون. راۋ تاكى ئۆلۈپ كەتكىچە ئۆز پىلانىنىڭ ئەسلىي نىشانى فىرانسىيەنى تېخىمۇ باي ھەم قۇدرەت تاپقۇزۇش ئىكەنلىكىگە قاتتىق ئىشىنەتتى. بەلكىم مۇشۇ سەۋەبتىن بولسا كېرەك، ئۇ باشقىلارغا ئۆزىنىڭ قەبىرە تېشىغا «فىرانسىيەدىكى ئەڭ مەشھۇر بانكىر» دېگەن بىر قۇر ئىبارىنى ئويدۇرغان ئىدى. ئەمەلىيەتتە، بۇ پۈل مۇئامىلە مۇتەخەسسىسى شىركەتنى دۆلەت قورالى دەپ قارىغان ۋاقتىدىلا بالايىئاپەتتىن ئاللىقاچان ساقلانغىلى بولمايدىغان بولۇپ قالغان ئىدى.

كىشىلەر پاي چەكلىك شىركىتىنىڭ نامىنى ئاڭلىسىلا تېنى شۇركۇنىدىغان ئاشۇ يىللاردا، دۆلەت قورالى سۈپىتىدە ئۆتمۈشتە تازا گۈللەنگەن ئاشۇ ئالاھىدە ئىمتىيازلىق شىركەتلەرمۇ كۈنسېرى چۈشكۈنلىشىۋاتقان ئىدى.

3. شىركەتنى بازارغا قايتۇرۇپ بېرەيلى

1770 - يىلى، لوندوننى ئەنسىزلىك قاپلايدۇ.

ئەنگلىيەنىڭ شەرقتىكى مۇستەملىكىسى بولغان بېنگالدا قاتتىق ئاچارچىلىق يۈز بېرىپ، ئالتىدىن بىر قىسىم ئاھالە ئاچلىقتا ئۆلۈپ كېتىدۇ. بۇ ھال بۇنىڭدىن ئىلگىرى ئاللىقاچان مۇشكۇل ئەھۋالغا چۈشۈپ قالغان شەرقىي ھىندىستان شىركىتى ئۈچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا، شۇبھىسىزكى ئۆلىمەكنىڭ ئۇستىگە تەپمەك دېگەندەك ئىش بولغان ئىدى.

شىركەتنى بۇ مۇشكۇلاتلاردىن قۇتۇلدۇرۇش ئۈچۈن، 1765 - يىلى، ئەنگلىيە ھۆكۈمىتى شەرقىي ھىندىستان شىركىتىگە بېنگال باش ۋالىيلىق ئورنىنى بېرىپ، ئۇنىڭ يەر بېجى ئېلىشىغا ئىجازەت بېرىدۇ. ھالبۇكى، بۇ شىركەتنىڭ ئەكسىچە تېخىمۇ ئېغىر چىرىكلىشىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ.

شىركەتنىڭ كۆچ - قۇدرىتى

مۇنداق بىر مەشھۇر ھېكايە بار: ھىندىستاننىڭ ژالاناش دېگەن يېرىدە تۇرۇشلۇق ئەنگلىيەلىكلەرنىڭ يىللىق مائاشى 1000 فوندستېرلىڭ بولسىمۇ، لېكىن ئۇلارنىڭ ئەمەلىي كىرىمى 40000 فوندستېرلىڭغا يېتەتتى. ئارتۇق كىرىمنىڭ ھەممىسىگە ئۇلار تۇرلۈك قاقتى - سوقتى قىلىش ۋە پاربخورلۇق ئۇسۇللىرىغا تايىنىپ ئېرىشەتتى.

(تام تامېرسىن ئەنگلىيە لوندون ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ئالاھىدە ئىجازەتلىك شىركەتلەر «قوش ماكانلىق» ئالاھىدىلىكىگە ئىگە ئىدى، يەنى ئۇلار كوللېكتىپقىمۇ، خۇسۇسىيغىمۇ تەۋە بولماستىن، بەلكى ئىككىسىنىڭ ئوتتۇرىسىدا تۇراتتى. قىسقا مۇددەت ئىچىدە، ئۇلار بەلكىم ناھايىتى كۆچىيىپ كېتىشى مۇمكىن، چۈنكى ئۇلار ھۆكۈمەتنىڭ مەبلىغى ۋە قوللىشىغا ئېرىشەلەيدۇ، شۇڭلاشقا ئۇلار ناھايىتى خەتەرلىك، چۈنكى ئۇلار ئىقتىسادىي كۆپۈك پەيدا قىلالايدۇ.

(ئادرىئان ئوردېلىچ ئەنگلىيە «ئىقتىسادشۇناسلار» ژۇرنىلى مۇھەررىرى)

پەقەت زورلاش كۈچىگە تايىنىپلا بايلىق توپلايدىغان شىركەت ئاخىرقى ھېسابتا ھۆكۈمەتكە يۈك بولۇپ قالدى.



ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ تۇرۇشلۇق ئورنى

شىركەتنى مۇشكۈل ۋەزىيەتتىن قۇتۇلدۇرۇش ئۈچۈن، 1773 - يىلى، ئەنگلىيە پارلامېنتى «شەرقىي ھىندىستان شىركىتىگە ياردەم بېرىش نىزامى» نى ماقۇللاشقا مەجبۇر بولۇپ، ئۇنىڭغا ئەنگلىيەنىڭ شىمالىي ئامېرىكىدىكى مۇستەملىكىسىدە چاي سودىسىنى مونوپول قىلىش ھوقۇقىنى بېرىدۇ.

ھالبۇكى، «ئالاھىدە سىياسەت»لەر شىركەتنى قۇتقۇزالمايلا قالماي، بەلكى تېخىمۇ چوڭ ئاۋارىچىلىك كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. ئۆز سودىسىغا ئۆزلىرىنىڭ ئەركىن ھالدا ئىگىدارچىلىق قىلىشى ئۈچۈن، مۇستەملىكە قىلىنغان خەلقلەر ھامىي دۆلەتلەر بىلەن تىغ كۆتۈرۈپ جەڭ قىلىشتىن باش تارتمايدۇ.

بۇ چاغدا، ئىقتىسادىي ئەركىنلىك ھوقۇقىغا ئېرىشىشنى ئويلاۋاتقانلار يالغۇز شىمالىي ئامېرىكا قۇرۇقلۇقىدىكى مۇستەملىكىلەرلا بولۇپ قالماي، بەلكى، يەنە ئەنگلىيە تۇپرىقىدىكى ئاددىي پۇقرالارمۇ بار ئىدى.

شەرقىي ھىندىستان شىركىتى پارلامېنتتىن شىمالىي ئامېرىكا چاي سودىسىنى مونوپول قىلىش ھوقۇقىنى تەلەپ قىلغان 1773 - يىلى، ئەنگلىيە ستافورد ۋىلايىتىگە جايلاشقان ۋېچۇۋد ساپال زاۋۇتى ئۆزلىرىگە ئاۋارىچىلىك كەلتۈرىدىغان مال بۇيرۇتۇش تالونى تاپشۇرۇۋالىدۇ. تالون رۇسىيەدىن كەلگەن بولۇپ، ئايال پادىشاھ ئىكاجېلىننا II 952 دانە بىر يۈرۈش ئاق رەڭلىك چىنە - قاچا ياساتماقچى ئىدى.

بىر يىلدىن كېيىن ۋېچۇۋد زاۋۇتى 1244 پارچە ماي بوياق رەسىم ئىشلىتىش ئارقىلىق رۇسىيەلىكلەرگە كۆڭۈلدىكىدەك جاۋاب بېرىدۇ. بۇ سودا زاۋۇت باشلىقى جوسىئاخنىڭ قاتتىق نامىنى چىقىرىدۇ.

15 يىل ئىلگىرى، 29 ياشلىق جوسىئاخ ئۆز كارخانىسىنى قۇرغان ئىدى. ساپال ياساش ئىشچىلىقىدىن كېلىپچىققان بۇ ياش كارخانىچى ئىشلەپچىقىرىش تەرتىپلىرىنى ئىسلاھ قىلىپ، ئەسلىدە باشتىن - ئاخىرىغىچە بىرلا ئادەم تاماملايدىغان ساپال ياساش خىزمىتىنى نەچچە ئون ئىش ھالقىسىغا ئايرىۋېتىدۇ.

ئوخشاش بىر ۋاقىتتا، سۇ كۈچى ئارقىلىق يىپ ئېگىرىش ماشىنىسىنى كەشىپ قىلغۇچى ئاكۇرائىت مانچېستېردا دۇنيادىكى تۇنجى زامانىۋى ئەھمىيەتكە ئىگە زاۋۇت قۇرۇپ چىقىدۇ.

بۇ چاغدا، ئەنگلىيەدە ئاز دېگەندىمۇ 20 ياشتىن ھالقىغان 40% ئەركەك ئەمگەك كۈچلىرى سودا ۋە ياساش كەسپى بىلەن شۇغۇللىناتتى. دەل ئاشۇلار كېيىنكى كۈنلەردە دۇنيانى زىلزىلىگە كەلتۈرگەن سانائەت ئىنقىلابىنى قوزغىغان ئىدى.

پاختا ـ توقۇمىچىلىق كەسپىدە، يۈزلىگەن كىچىك كارخانىلار سانائەت ئىنقىلابىغا بۆسۈپ كىردى. گەرچە بۇ كارخانىلارنىڭ سانى گەرچە ئانچە چوڭ بولمىسىمۇ، ئەمما تۈرلىرى ئاساسىي جەھەتتىن ئوخشاپ كېتىدۇ.
(نىكخارىرى ئەنگلىيە ئوكسفورد ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ئامېرىكىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان كاپىتالىزمنىڭ تارىخى ئەزەلدىن ئالاھىدە ئىجازەتلىك ھوقۇقلارغا ئېرىشىپ باقمىغان، ئەركىن ئەنگە ئالدۇرۇشقا بولمىدىغان ئاشۇ شىركەتلەرنىڭ تارىخىدۇر.
(ئالېكساندېرستانزىيان فىرانسىيە دۆلەتلىك پەن تەتقىقات مەركىزى تەتقىقاتچىسى)



ئادام سمىس

1776 ـ يىلى 3 ـ ئاينىڭ 8 ـ كۈنى، ئەنگلىيە پىرمىڭخامدا، ئىككى شېرىكنىڭ ئىسمى بويىچە نام بېرىلگەن «بوردۇن ـ ۋات» شىركىتى خېرىدارلارغا يېڭىدىن تەتقىق قىلىپ ياساپ چىققان مەھسۇلاتنى كۆرگەزمە قىلىدۇ. ئۇ گەرچە تېخى ئىپتىدائىي (دەسلەپكى) شەكىلدىكى مەھسۇلات بولسىمۇ، ئەمما، 100 ئادەمنىڭ ئىشىنى قىلالايتتى. پار

ماشىنىسىنىڭ مەيدانغا كېلىشى، نەچچە مىڭ يىللاردىن بۇيان ئىشلەپچىقىرىشتا تامامەن ئادەم كۈچى ۋە تەبىئىي كۈچلەرگە تايىنىشتەك تارىخنى ئۆزگەرتىپ، ناھايىتى ئاستا ئىلگىرىلەۋاتقان سانائەتلىشىشنىڭ سۈرئىتىنى تېزلىتىپ ھەقىقىي مەنىدىكى «ئىنقىلاب» قا ئايلاندۇردى.

بۇ ئىشقا قارىتا، شىركەت شېرىكى بوردۇن ھاياجانلىنىپ مۇنداق دەپ يازىدۇ: «مەن ئۈچۈن ئېيتقاندا، يالغۇز ئۈچ ۋىلايەت ئۈچۈنلا ئىشلەپچىقىرىش ئېلىپ بېرىش ئەرزىمەيدۇ. مەن شۇ تاپتا پۈتۈن دۇنيا ئۈچۈن ئىشلەپچىقىرىش ئېلىپ بېرىشنىڭ ناھايىتى زۆرۈر ئىكەنلىكىنى بايقىدىم.» ئەمما، بوردۇن ناھايىتى تېزلا ئۆزىنىڭ ئۇلۇغۋار غايىسىنى ئەملىگە ئاشۇرۇشنىڭ ھەرگىز مۇمكىن ئەمەس ئىكەنلىكىنى بايقايدۇ. چۈنكى، ئەينى ۋاقىتتىكى ئەنگلىيە ھۆكۈمىتى ھەرقانداق بىر ماشىنا - ئۇسكۇنىلەرنى ئېكسپورت قىلىشنى ئوچۇق مەنئى قىلغان ئىدى. خىلاپلىق قىلغۇچىلار ھەتتا ئۆلۈمگە مەھكۇم قىلىناتتى.

«شىركەتنىڭ تەقدىرىگە زادى كىم ھۆكۈم چىقىرىشى لازىم؟»

50 ياشقا كىرىپ قالغان بىر ئالىم بۇ مەسىلىنى تەپەككۇر قىلىۋاتاتتى. بوردۇن-ۋات شىركىتى پار ماشىنىسىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىپ تۇنجى كۈندىن كېيىن، گېلاسىگ ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى ئادام سىمىس«دۆلەتنى باي قىلىش نەزەريەسى» دېگەن كىتابىنى نەشر قىلدۇرىدۇ.

مەزكۇر ئەسەردە، دۆلەت كۈچىدىن پايدىلىنىپ پۇل بايلىقى قوغلىشىشتەك سودىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويۇش ئىدىيەسى تەنقىد قىلىنىپ، باراۋەر كېلىشىملەر ئارقىلىق ئىقتىسادىي ئەركىن سودىنى تەرەققىي قىلدۇرۇش تەشەببۇس قىلىنغان ئىدى.

«كۆرۈنمەس قول» ئادام سىمىسنىڭ ئەڭ مەشھۇر كۆزقارىشى بولۇپ، ئۇ بازار ئىگىلىكىدە خۇسۇسىيلار ئوتتۇرىسىدىكى ناتۇرال سودا يۇقىرى ئۈنۈملۈك بايلىقلار تەقسىماتى ئەندىزىسىنى ھاسىل قىلىدۇ، ھەمدە بۇ بازار ئىگىلىكىنىڭ تېخىمۇ يۇقىرى سەۋىيەدىكى كىرىم يارىتىشىنى ئىلگىرى سۈرۈشكە پايدىلىق بولىدۇ دەپ قارايدۇ.

(نىكولاي كرافز ئەنگلىيە ۋارۋىچ ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

سىمىسنىڭ قارىشىچە، ھەربىر ئادەم ئۆزىنىڭ ھال ـ ئەھۋالىنى ياخشىلاش ئۈچۈن تەبىئىي ھالدا تىرىشچانلىق كۆرسىتىدۇ، ئۇ ئۆزىنىڭ قابىلىيىتىنى جارى قىلدۇرغۇدەك ئەركىنلىك ۋە بىخەتەرلىككە ئىگە بولغان ۋاقىتدا، ئىنتايىن قۇدرەتلىك بولۇپ كېتىدۇ. ئۇ يەنمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا، باشقا ئامىللارغا تايىنىشنىڭ ھاجىتى يوق، مۇشۇنداق شەخسىي تىرىشچانلىقلارمۇ جەمئىيەتكە بايلىق ۋە ئاۋاتلىق ئېلىپ كېلەلەيدۇ دەپ كۆرسىتىدۇ.

دەل ئاشۇ «كۆرۈنمەس قول»نىڭ يېتەكلىشى ئارقىسىدا، مىڭلىغان، ئونمىڭلىغان ئەنگلىيە «كىچىك شىركەت» لىرى بىرىنچى قېتىملىق «سانائەت ئىنقىلابى»نى ئالغا قاراپ ئىلگىرىلەتكەن ئىدى. بۇ قېتىملىق ئىنقىلابقا ھۆكۈمەتنىڭ مەجبۇرلاش كۈچى يېتەكچى قىلىنغان ئەمەس، شۇنداق بولغاچ توقۇمىچىلىق، ماشىنىسازلىق، مېتال تاۋلاش قاتارلىق تۈرلۈك كەسىپلەردە چوقۇم ھۆكۈمەتنىڭ ئالاھىدە ئىجازىتىنى ئالغاندىلا ئاندىن قۇرۇلىدىغان «پاي چەكلىك شىركەت» لىرىنى ئاساسىي جەھەتتىن كۆرگىلى بولمايتتى.

سانائەت ئىنقىلابى مەزگىلىدە ئاكتىپ ھەرىكەت قىلىۋاتقان شىركەتلەر ئاساسىي جەھەتتىن كىچىك

ئادام سمىس ۋە «دۆلەتنى باي قىلىش نەزەريىسى»

ئادام سمىس (1723 ـ 1790)، ئىقتىساد ئىلمىنىڭ ئاساسلىق ئىجاد قىلغۇچىسى. ئۇنىڭ تۆھپىسى بولسا ئەينى ۋاقىتتىكى پارچە ـ پۈرات ئىقتىساد ئىلمى تەلىماتلىرىنى سىستېمىلىق رەتلەپ چىقىش ئارقىلىق ئىقتىسادشۇناسلىق ئىلمىنى پەلسەپەدىن ئايرىلىپ تۇرىدىغان چوڭ ئىلمغا ئايلاندۇرغانلىقىدا ئىدى.

«دۆلەتنى باي قىلىش نەزەريىسى» ياۋروپادىكى سانائەتنىڭ يۈكسىلىشى ۋە سودا تەرەققىيات تارىخى تەسۋىرلەنگەن تۇنجى ئەسەر بولۇپ، كاپىتالىزم ۋە ئەركىن سودىنى ئەڭ مۇھىم نەزەريە ئاساسلىرى بىلەن تەمىنلەپ، كېيىنكى مەزگىللەردە ياشىغان ئىقتىسادشۇناسلارغا ناھايىتى چوڭ تەسىر كۆرسەتتى.

شىركەتلەر بولۇپ، بىز ئۇلارنى ئائىلە جەمەتلىرى كارخانىلىرى دەپ ئاتىساق بولىدۇ. ئۇلار تەشكىللىنىپ قۇرۇلغان مەزگىللەردە، شېرىكلىشىشتەك قانۇنىي شەكىلنى قوللانىدى، شېرىكلەشكۈچىلەر شىركەتنىڭ قەرزلىرىگە تولۇق مەسئۇل بولىدى، شىركەت مۇستەقىل قانۇنىي ئىگىلىك ئورنىغا ئىگە ئەمەس ئىدى.

شېرىكلەشكۈچىلەرنىڭ ئىسمى بويىچە نام بېرىلگەن ھەربىر كىچىك شىركەتلەر ئۆز پايدىلىرىنى قوغلىشىپ ئالدىراش خىزمەت قىلىشىپ، يېڭىلىق يارىتىشاتتى. دەل ئۇلاردىكى «شەخسىيەتچىلىك» قىلمىشلىرى پۈتۈن جەمئىيەت ئىقتىسادىي ئېنېرگىيەسىنى ئازاد قىلىدى، بۇ ھەم ئىنسانىيەت تارىخىدىكى مەسلى كۆرۈلمىگەن بىر قېتىملىق ئازادلىق ھېسابلىنىدۇ.

بۇ بىر قېتىملىق بۇرۇلۇش بولدى، چۈنكى ئىقتىسادىي پائالىيەتلەرنى ئەمەلىيەتە يۇقىرى قاتلامدىكىلەر تەشكىللىمەي بەلكى تۆۋەن قاتلامدىكىلەر تەشكىللىدى. شۇڭا بۇ ئۇلۇغ بىر قېتىملىق ناھايىتى مۇھىم بۇرۇلۇش ھېسابلىنىدۇ.

(L. B كىچىك بوزبر ئامېرىكىلىق قانۇنشۇناس)

گەرچە شىركەتلەرنىڭ كۆلىمى ئانچە چوڭ بولمىسىمۇ، ئەمما سودىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويىدىغان دەۋرگە سېلىشتۇرغاندا، مۇھىم بىر ئۆزگىرىش بولدى، يەنى، كۆپ مىقدارلىدىكى ئىشلەپچىقىرىش خاراكتېرىدىكى سانائەت شىركەتلىرى ئەنئەنىۋى سودا شىركەتلىرىنىڭ ئورنىنى ئېلىپ، ئىقتىسادىي سەھنىدىكى ئاساسلىق رولچى بولۇپ قالدى.

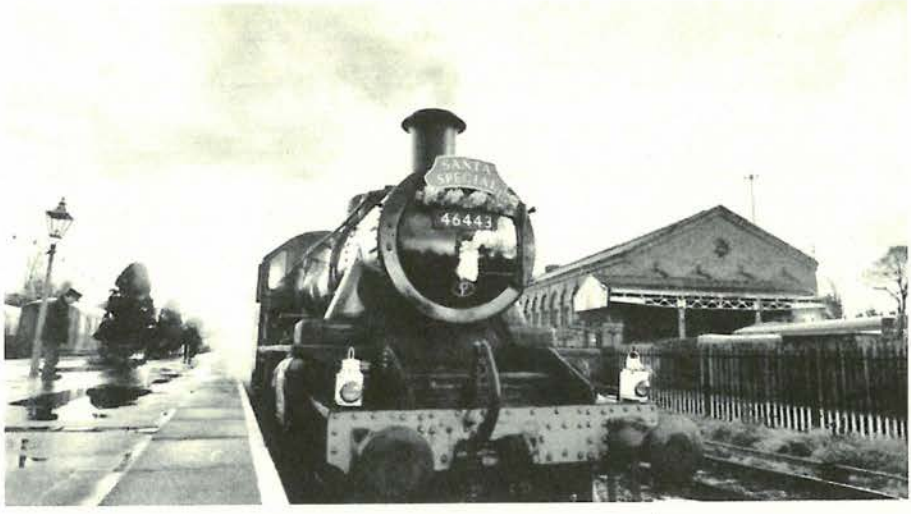
19 - ئەسىرنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدە، دەل ئاشۇ كىچىك شىركەتلەر ياۋروپا ۋە شىمالىي ئامېرىكا ئۈچۈن 63% رەخت، 54% كۆمۈر، 58% پولات ئىشلەپچىقىرىپ بەردى... «ئەنگلىيەدە ئىشلەندى» دەيدىغان سانائەت ئىشلەپچىقىرىش ئىقتىدارى دۇنيادىكى باشقا دۆلەتلەرنى ئارقىغا تاشلىۋېتىشكە يېتەرلىك بولغاندىن كېيىن، يېڭىدىن گۈللەنگەن سانائەتچىلەر ئەڭ جىددىي موھتاج بولۇاتقىنى ئالاھىدە ئىمتىيازلىق شىركەتلەرنىڭ تاشقى سودىدىكى مونوپوللۇقىنى بۇزۇپ تاشلاپ، يېڭى ئىقتىسادىي تەرتىپ بەرپا قىلىشتىن ئىبارەت ئىدى.

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

سانائەت ئىنقىلابى مۇئەييەن ساندىكى بىر تۈركۈم كىچىك زاۋۇت غوجايىنلىرى، كىچىك شىركەت غوجايىنلىرىنى مەيدانغا كەلتۈردى، ھەمدە بۇ بىر توپ كىشىلەرنى سانائەت ئىنقىلابىنىڭ ئەڭ ئالدىنقى سېپىگە ئىتتىرىپ چىقارغان پەيتتە، بۇ بىر توپ كىشىلەر دۆلەت مونوپول سىياسىتىنىڭ ئىسكەنجىسىنى چوڭقۇر ھېس قىلىشتى. بىر قىسىم چوڭ تېپتىكى سودا گۇرۇھلىرى، سودا شىركەتلىرى ئىقتىسادنى مونوپول قىلىش پائالىيىتى داۋامىدا، ئۇلار مېڭىشقا ئۇرۇنۇۋاتقان ئاشۇ يوللارنى توسۇۋالدى، شۇنىڭ بىلەن بۇ بىر توپ كىشىلەر ئىسكەنجىنى بوشتىشنى تەلەپ قىلىشتى.

(چىەن چېڭدەن بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

بىز سودا قورۇقچىلىقىنى داۋاملاشتۇرۇش، سىرتقا قارىتا بويسۇندۇرۇش ئېلىپ بېرىش ھەمدە بىردىنبىر مونوپوللۇق ئورنىمىزغا تايىنىش ئارقىلىق كۆپ مىقداردا پۇل تاپساق بولاتتى، ئەمما ناۋادا ئەركىن سودىنى تاللىۋالساق، بىز تېخنىكا كۆپ تاپالايمىز. يەنە كېلىپ، ناۋادا بىز باشقىلارنىڭ پۇلدار بولۇشىغا يول قويساق، ئۇلار بىزدىن تېخنىكا كۆپ



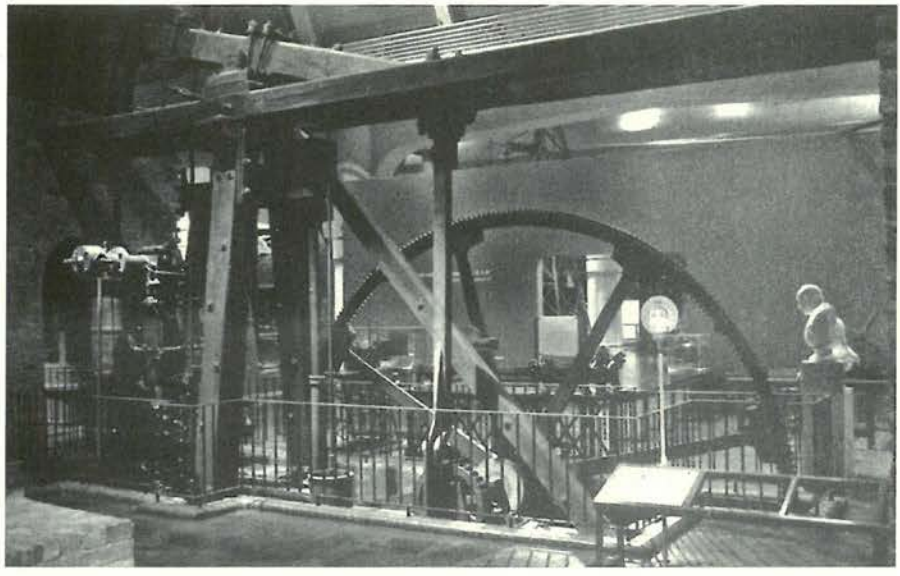
پار پويىزى

مەھسۇلاتلارنى سېتىۋالايدۇ.
(پائۇل كېننىدى ئامېرىكا يالپ ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

1815 - يىلى، كېنەز ۋېللىنگتون ۋاتېرلودا ناپولېئوننى مەغلۇپ قىلىدۇ. ياۋروپانى سۇرۇپ توقاي قىلغان فرانسىيە پادىشاھى «كىچىك دۆكانلار غوجايىنى دۆلىتى» ئەنگلىيەنىڭ ئالدىغا كەلگەندە ئۇنى ئۆچۈپ كېتىدۇ.

دۆلەتنىڭ قۇدرەت تېپىشىدا ئەمدى پەقەت ھەربىي كۈچكىلا تايىنىشقا بولمايدىغان بولۇپ قالغانىدى. تېخىمۇ مۇھىمى ئىقتىسادىي كۈچ - قۇدرەتنىڭ ئەۋزەللىكى ۋە ئىقتىسادىي تۈزۈمنىڭ ئىلغارلىقىغا تايىنىشقا تۇغرا كېلەتتى. بۇ قېتىمقى ئەنگلىيە بىلەن فرانسىيەنىڭ كۈچ سىنىشىغا قارىتا بەزىلەر مۇنداق باھا بېرىدۇ: «ئۇرۇشنىڭ غەلىبىسى يالغۇز بېرىتانىيەنىڭلا غەلىبىسى بولماستىن، ئۇ يەنە بازار ئىگىلىكىنىڭمۇ غەلىبىسىدۇر.»

ۋارتېلو ئۇرۇشى يۈز بېرىشتىن ئىككى يىل ئىلگىرى، يەنى 1813 - يىلى، ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىنىڭ ھىندىستانغا قارىتا سودىنى مونوپول قىلىش ھوقۇقى ئەمەلدىن قالدۇرۇلغان ئىدى.



پار پويىزى مودېلى

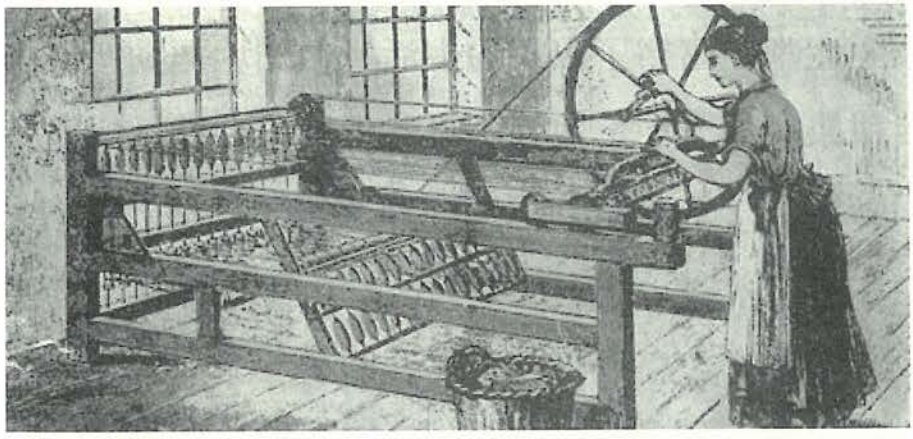
فىرانسىيە ھۆكۈمىتى تىبخىچە تىرىشىپ دۆلەت ئىگىلىكىدىكى شىركەتلەر تىجارىتى قىلىۋاتقان پەيتلەردە، ئەنگلىيە ھۆكۈمىتى ئاللىقاچان رولىنى ئالماشتۇرۇپ، شىركەتنى بازارغا قايتۇرۇپ بەرمەكچى بولۇۋاتاتتى.

1830 ـ يىلى 9 ـ ئاينىڭ 23 ـ كۈنى، كىچىچە ياغقان يامغۇر تاڭ يورۇغاندىمۇ قىلچە توختايدىغاندەك قىلمايتتى.

مانا مۇشۇنداق ناچار ھاۋا شارائىتىدا، يەنىلا 200 مىڭ كىشى ئۆيلىرىدىن سىرتقا چىقىپ، يىغىۋاتقان يامغۇرغا قارىماي لىۋورپولدىن مانچېستىرغىچە بولغان 30 كىلومېتىر كېلىدىغان تۆمۈر يولنىڭ ئىككى تەرىپىدە تۇرۇپ، دۇنيادىكى تۇنجى ئاممىۋى تۆمۈر يولنىڭ ئېچىلىشىغا شاھىد بولۇشنى كۈتۈشمەكتە ئىدى.

پويىزنىڭ يېتىپ كېلىشىگە ئەگىشىپ، «پاي چەكلىك شىركىتى» دىن ئىبارەت ئۆتمۈشتە بەس ـ مۇنازىرىلەرنى بولۇشچە تارتىپ، جەننەتتىن دوزاخقا مولالاپ ئېتىپ چۈشكەن بۇ ئىقتىسادىي تەشكىلاتمۇ قايتىدىن يورۇقلۇققا چىقىش پۇرسىتىگە ئېرىشتى.

تۆمۈر يول توغرىسىدىكى مىسال ئەڭ مەشھۇردۇر. شۇنىڭ بىلەن بىرگە يەنە قانال قېزىشقا ئوخشاش قۇرۇلۇشمۇ بار. مەسىلەن: سۇۋەيىش قانىلى. بۇلارنىڭ ھەممىسى زور مىقدارىدىكى مەبلەغكە موھتاج بولىدىغان قۇرۇلۇشلار. مەسىلە بولسا مەبلەغ قانداق توپلىنىدۇ؟ پاي چەكلىك شىركىتى شۇ سەۋەبتىن كىشىلەرنىڭ مەبلەغ سېلىشىغا ئىلھام بېرىدىغان



جېننى يىپ ئېگىرىش ماشىنىسى

بىر خىل ئۇنۇملۇك شەكىلگە ئايلاندى، ھەمدە كىشىلەرنى خاتىرجەم قىلالايتتى، چۈنكى ئۇلار بەك كۆپ زىيانغا ئۇچرىمايتتى. بۇ بىر ناھايىتى ياخشى تەدبىر ئىدى.

19 ـ ئەسىرنىڭ ئوتتۇرا مەزگىللىرىدە، ئەنگلىيە داغدۇغىلىق بولغان بىرىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابىنى تاماملىدى. بۇلۇتقا تاقاشقان تۈرخۈنلار ئۈزۈلمەي ئىس پۈركۈپ، غايەت زور زاۋۇت ئۆيلىرى گۈلدۇرلىگەن ئاۋازلارنى چىقىرىپ تۇراتتى، ئىلگىرىكى يېزا تۇرمۇشىنىڭ تىنچلىقى بارغانسېرى يىراقلاپ كېتىپ باراتتى.

سانائەتلىشىشنى دۇنيا بويىچە تۇنجى ئەمەلگە ئاشۇرغان دۆلەت بولۇش سۈپىتىدە، تۆمۈر يول، تېلېگراممىا، پاراخوت، مېتال تاۋلاش، نېفىت... قاتارلىق ھەربىر يېڭىدىن گۈللەنگەن كەسىپلەردە غايەت زور پۈرسەتلەر مەۋجۇت بولۇش بىلەن بىرگە يەنە غايەت زور خېيىم ـ خەتەرلەرمۇ مەۋجۇت ئىدى. قانداق قىلغاندا يەنمۇ بىر بالداق يۇقىرى كۆتۈرگىلى بولىدۇ؟ كىشىلەر بۇيۇك دېڭىز دەۋرىدە دۇنياغا كەلگەن پاي چەكلىك شىركىتىنى قايتىدىن ئېسىگە ئېلىشتى.

سانائەت ئىنقىلابى بولمىغان بولسا بەلكىم زامانىۋى شىركەتلەر مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشىنىڭ زۆرۈرىيىتى بولمىغان بولاتتى. ئەلۋەتتە، باشقا بىر نۇقتىدىن ئېيتقاندا، ناۋادا زامانىۋى شىركەتلەرنىڭ مەۋجۇت بولۇشى ۋە تەرەققىياتى بولمىغان بولسا، سانائەت ئىنقىلابىنىڭ تېز سۈرئەتلىك تەرەققىياتىمۇ بەلكىم ئاسانلىقچە ئوتتۇرىغا چىقمايتتى.

(چېن جۇڭ ئامېرىكا يالپ ئۇنۇۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

1862 ـ يىلى، بۇنىڭدىن ئىلگىرىكى 20 يىل مابەينىدىكى ئالاقىدار قانۇن لايىھەلىرىنى يەكۈنلەش ئاساسىدا، ئەنگلىيەدە «شىركەت قانۇنى» ماقۇللاندى. ئەنگلىيە سودا ئىدارىسى: «1825 ـ يىلىدىن ئىلگىرى، قانۇندا پاي شىركىتى قۇرۇش چەكلەنگەن، ئاشۇ ۋاقىتتىن تاكى ھازىرغا قەدەر پاي شىركىتى قۇرۇش بىر تۈرلۈك ئالاھىدە ئىمتىياز بولۇپ كەلدى. بىز ئۇنى بىر خىل ھوقۇق ـ مەنپەئەتكە ئايلاندۇرۇشنى ئۈمىد قىلمىز» دەپ ئىپادىلىگەن ئىدى.

شۇنىڭدىن ئېتىبارەن، شىركەت قۇرۇشتا ئەمدى يەنە ھۆكۈمەتنىڭ ئالاھىدە ئىجازەت بېرىشىنىڭ زۆرۈرىيىتى قالمايدۇ، پەقەت يەتتە ئادەم تەشكىلات نىزامناسىگە ئىمزا قويۇپ، تىجارەت ئورنىغا بېرىپ تىزىملىتىپ، سىرتقا قارىتا ئۆزىنى «پاي چەكلىك شىركىتى» دەپ ئاتىسىلا كۇپايە قىلىدىغان بولدى.

بۇ قانۇن لايىھەسى كېيىنكى كۈنلەردە دۇنيادىكى ھەرقايسى دۆلەتلەر «شىركەت قانۇنى»نىڭ ئۆرنىكى بولۇپ قالدى.

بۇ قانۇن چەكلىك مەسئۇلىيەت ماددىلىرىنى بارلىققا كەلتۈردى، ئۇ شىركەتنىڭ مۇدىرى ۋە مەبلەغ سالغۇچىنىڭ چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتىگە مەبلەغ سېلىشىنى تېخىمۇ بىخەتەر شارائىت بىلەن تەمىن ئېتىدۇ. ئەمەلىيەتتە تېخىمۇ كۆپ كىشىلەرنى شىركەتكە مەبلەغ سېلىشقا ئىلھاملاندۇرۇش ئارقىلىق ئىقتىسادىي تەرەققىيات ئىلگىرى سۈرۈلىدۇ.

(تەم مۇس ئەنگلىيە شىركەت تىزىملاش ئورنى ئىستراتېگىيە يېتەكچىسى)

ئەنگلىيە بىرىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابى

ئەنگلىيە بولسا بىرىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابى باشلانغان جاي. ئەنگلىيەنىڭ بىرىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابى 18 ـ ئەسىرنىڭ 60 ـ يىللىرى باشلىنىپ، 19 ـ ئەسىرنىڭ 40 ـ يىللىرىغا كەلگەندە ئاساسىي جەھەتتىن تاماملاندى. بىرىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابىنىڭ ئەنگلىيەدىن باشلىنىشى تاسادىپىي بولماستىن، بەلكى چوڭقۇر سىياسىي، ئىجتىمائىي، ئىقتىسادىي ۋە پەن ـ تېخنىكا ئالدىنقى شەرتلىرى بار ئىدى. ئىشلەپچىقىرىش تېخنىكىلىرى جەھەتلەردىن ئېيتقاندا، سانائەت ئىنقىلابى زاۋۇت تۈزۈمىنى قول ھۈنەرۋەنچىلىك ئىشخانىلىرىنىڭ ئورنىغا، ماشىنا ئىشلىتىشنى قول ئارقىلىق ئەمگەك قىلىشنىڭ ئورنىغا دەسسەتتى؛ ئىجتىمائىي مۇناسىۋەتلەر جەھەتتىن ئېيتقاندا، سانائەت ئىنقىلابى ئۆز يېرىنى تېرىشقىلا تايىنىدىغان دېھقانلار سىنىپىنى غايىب قىلىپ، سانائەت بۇرژۇئازىيەسى ۋە پېرولتارىياتنى مەيدانغا كەلتۈردى ۋە زورايتتى.

«شىركەت قانۇنى» نىڭ قىممىتى شۇ يەردىكى، ئۇ كىشىلەرنىڭ ھۆكۈمەتنىڭ كونترولىدىن سىرتتىدا، مۇئەييەن رامكا ئاستىدا ئەركىن كارخانا تەشكىللىشىگە رۇخسەت قىلدى.

(جون كائىنىس ئەنگلىيە ئايدىنبۇرگ ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

پاي چەكلىك شىركىتى قايتىدىن پەردازلىنىپ سەھنىگە چىقتى. ئۇ بۈيۈك سانائەت ئىشلەپچىقىرىشىنىڭ ئۇنۇملۈك خاتىرىلەش ۋاستىسى بولغان پەيتتە، كىشىلەر ئالاھىدە ئىمتىيازلىق شىركەتلەرنىڭ چىرىكلىكى ۋە ئەخلاق جەھەتتىكى چۈشكۈنلىشىشىدىكى سەۋەبلەرنىڭ «چەكلىك مەسئۇلىيەت» ۋە «پاي تۈزۈم» دىن ئىبارەت ئىقتىسادىي تۈزۈلمە شەكىللىرىدە بولماسىتىن، بەلكى ھوقۇق بىلەن پۇلنىڭ قوشۇلۇشىدا ئىكەنلىكىنى ھېس قىلىشتى.

بازار تۈزۈلمىسى ئاستىدا قايتىدىن دۇنياغا كەلگەن پاي

ئەنگلىيەنىڭ 1862 - يىلى ماقۇللىغان «شىركەت قانۇنى» بولسا دۇنيادىكى ئەڭ دەسلەپكى شىركەت قانۇنلىرىنىڭ بىرى. مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، ئۇنى زامانىۋى شىركەتلەرنىڭ دۇنياغا كېلىش گۈۋاھنامىسى دەپ قاراشقا بولىدۇ. بۇنىڭدىن ئىلگىرىكى بىرقانچە ئەسىر ئىچىدە، شىركەت ئىزچىل دۆلەت سىياسىتىنى ئىجرا قىلغۇچى قورال بولۇپ، شىركەت قۇرۇش ئاز ساندىكى كىشىلەر ئىپتىشلەيدىغان ئىمتىياز ئىدى. «1862 - يىلدىكى شىركەت قانۇنى»: شىركەت پەقەتلا تىجارەت قىلىشنى مەقسەت قىلىدىغان بازار تەشكىلاتى، شىركەت قۇرۇش ھەربىر گىراژدان بەھرىمەن بولۇشقا تېگىشلىك ھوقۇق دەپ ئېلان قىلدى. بۇ قانۇن زامانىۋى شىركەتلەرنىڭ ئارقىسىدىكى ئۈچ چوڭ كۆزقاراشنى بىر يەرگە مۇجەسسەملەشتۈردى: يەنى ئۇ «قانۇنىي ئىگە» بولسا بولىدۇ، ھەقىقىي ئادەمگە ئوخشاش سودا قىلىش ئىقتىدارىغا ئىگە؛ ئۇ ھەرقانداق بىر مەبلەغ سالغۇچىغا قارىتا سودا قىلىشقا بولىدىغان پاي چېكى تارقاتسا بولىدۇ؛ مەبلەغ سالغۇچىنىڭ مەسئۇلىيىتى چەكلىك بولىدۇ، شۇ سەۋەبتىن مەبلەغ سالغۇچىلار پەقەت مەزكۇر شىركەتكە سالغان پۇلىنى زىيان تارتىش بىلەنلا چەكلىنىدۇ.

چەكلىك شىركىتى ئاللىقاچان تەلتۆكۈس ئۆزگىرىپ كەتكەن ئىدى. ئۇ ئەمدى يەنە ئاز ساندىكى يۇقىرى تەبىقىدىكى كىشىلەر ئوينايدىغان ئويۇن بولماستىن، بەلكى ئاددىي پۇقرالارنىڭمۇ سەھنىگە چىقىپ قويالايدىغان ئويۇنىغا ئايلاندى؛ ئۇ ئەمدى يەنە ئۈستۈن تۇرۇۋالماي، يەرگە چۈشۈپ يىلتىز تارتتى. ئەنگلىيە مۇشۇ سەۋەبتىن ھەقىقىي تۇرده دۇنيا ئىقتىسادىغا يېتەكچىلىك قىلغۇچى موتورغا ئايلاندى.

ئەمدىكى رىقابەت كىمنىڭ شىركەت ئېنېرگىيەسىنى چەكسىز بازار ئىچىده جارى قىلدۇرالىشىغا باغلىق بولۇپ قالغان ئىدى.

1851 - يىلى3 - ئايدا، ئەنگلىيە «ئىقتىسادشۇناسلار ھەپتىلىك ژۇرنىلى» دىكى بىر پارچە ماقالىده مۇنداق دەپ يېزىلغان ئىدى: «ئۇ يەردىكى (ئامېرىكىدىكى) خەلقلەر بىزنىڭ بىلىمىمىز ھەم ماھارەتلىرىمىزگە ئىگە بولغاندىن سىرت، يەنە بىر بىپايان چوڭ قۇرۇقلۇق ئۈلارنىڭ ئەركىن باشقۇرۇشىغا تەييار، ھەمده ئۇزۇكسىز ھالدا ئەنگلىيە ۋە ياۋروپادىكى ھەربىر دۆلەتتىن يېڭى مەبلەغ ۋە ئاھالە كۆپەيتمەكته. 60 يىلغا يېقىن ۋاقىتتىن بۇيانقى ئىككى دۆلەتنىڭ نىسپىي تەرەققىيات جەريانىدىن قارىغاندا، خۇددى تۈتۈلغان كۈن چوقۇم قايتىدىن چىققانغا ئوخشاش، ئامېرىكا ئاخىرقى ھېسابتا ئەنگلىيەنى بېسىپ چۈشىدۇ دەيدىغان ھۆكۈمنى چىقىرىشقا بولىدۇ.»

بۇ خۇددى بىر ئالدىن ئېيتىلغان بېشارەتتەك قىلاتتى. بۇ چاغدا، كونا قۇرۇقلۇقتا ئىجاد قىلىنغان پويىز يېڭى قۇرۇقلۇقتىكى دالىلاردا ئۇچقانده‌ك كېتىپ باراتتى. چوڭ شىركەت دەۋرى گۈركىرەپ يېتىپ كەلدى.

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

نىكولاس باۋېرېز (فرانسىيە دۆلەتلىك مەمۇرىيەت ئىنستىتۇتى پروفېسسورى)
ئادىرىئان ئوردېلىچ (ئەنگلىيە «ئىقتىسادشۇناسلار» ژۇرنىلى مۇھەررىرى)

مۇخبىر: فرانسىيە مەدەنىيىتىنىڭ يادروسى نېمە؟ بۇ فرانسىيە كارخانىلىرىنىڭ تىجارىتى ۋە تەرەققىياتىغا قانداق تەسىرلەرنى ئېلىپ كەلدى؟

نىكولاس باۋېرېز: بۇ ناھايىتى مۇرەككەپ مەسىلە، چۈنكى مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا مەدەنىيەت دۆلەتنىڭ تارىخى ھېسابلىنىدۇ. فرانسىيە ئۆچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا، مېنىڭ قارىشىمچە ئۇ بىر يۈكسەك دەرىجىدە سىياسىينى ئايلىنىپ ھەرىكەت قىلىشقا تەربىيەلەپ چىقىلغان دۆلەتتۇر. ئۇنىڭ ئۈچ مۇھىم دەۋرى بولغان: 16 ـ ئەسىردىكى دىنىي ئۇرۇشلار دەۋرىدە، فرانسىيە «مىللىي دۆلەت» ئۇقۇمىنى ئىجاد قىلىپ تۇگىمەس ئىچكى ئۇرۇشلار (ئەينى ۋاقىتتا پىروتېستانتلار بىلەن كاتولىك دىنى ئوتتۇرىسىدا بىر مەيدان ئۇرۇش بولغان) نىڭ ئالدىنى ئالدى؛ ئارقىدىن ئىككىنچى مۇھىم دەۋر فرانسىيە بۈيۈك ئىنقىلابى دەۋرى يېتىپ كېلىپ، فرانسىيە «دۆلەت ئىگىلىك ھوقۇقى» ئۇقۇمىنى ئىجاد قىلدى؛ ئەڭ ئاخىرقىسى بولسا 1914 ـ يىلىدىن 1918 ـ يىلىغىچە بولغان بىرىنچى قېتىملىق دۇنيا ئۇرۇشى، بۇ بىر ھەل قىلغۇچ دەۋر بولدى، چۈنكى بۇنىڭ ئالدى ـ كەينىدە 20 ـ ئەسىردىكى ئەڭ مۇھىم بولغان دېموكراتىيە بىلەن ھاكىممۇتلەقلىق ئوتتۇرىسىدا، مىللەت بىلەن جاھانگىرلىك ئوتتۇرىسىدا كۈرەش يۈز بەردى.

ناۋادا بىز فرانسىيەنىڭ سىياسىي قۇرۇلمىسىنى تەكشۈرۈپ كۆرىدىغان بولساق، ئۇنىڭ باشقا دۆلەتلەر بىلەن مۇتلەق ئوخشىمايدىغانلىقىنى

بايقايمىز، مەسىلەن: ئەنگلىيەنىڭ سىياسىي قۇرۇلمىسى بولسا گىراژدانلارنىڭ دۆلەتنىڭ زىيانكەشلىكىگە ئۇچرىماسلىقىنى قوغداش ئۈستىگە بەرپا قىلىنغان؛ ئىتالىيەگە كەلسەك، ئۇنىڭ سىياسىي قۇرۇلمىسى خەلق ئىچىدىكى كۈچلەر ۋە ئىتالىيەنىڭ ئاقسۆڭەكلەر تەبىقىسىنى چۆرىدىگەن ھالدا بەرپا قىلىنغان؛ ئامېرىكىنىڭ سىياسىي قۇرۇلمىسى بولسا غايەت زور بازار ۋە ئاساسىي قانۇننى چۆرىدىگەن ھالدا بەرپا قىلىنغان. فىرانسىيەنىڭ ئەھۋالىنى ئېيتساق، ئەكسىچە «مىللەت» ئۇقۇمىنىڭ ئىجاد قىلىنىشى ئىقتىسادىي جەھەتتە دۆلەتنىڭ كۈچلۈك مۇداخىلە قىلىشىدا ئىپادىلىنىدۇ. بۈگۈنكى فىرانسىيەدە 56% پۇقرانىڭ چىقىمى ئاممىۋى خىراجەتتىن چىقىم قىلىنىدۇ، بۇ نىسبەتنى ئەلۋەتتە ناھايىتى يۇقىرى دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ. ئاممىۋى چىقىملار چوڭ تىپتىكى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارغا ئىشلىتىلىدۇ، بۇنىڭ سەۋەبى بولسا فىرانسىيە ۋارىسلىق قىلغان مەدەنىيەت ۋە مىراسلار قۇدرەتلىك بولغان ئەيش ـ ئىشرەت بۇيۇملىرى سانائىتى (مەسىلەن: ئاق ھاراق، ئۈزۈم ھارىقى، ئەتىر، مودا مەھسۇلات قاتارلىقلار) نى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ، بۇ ئىنتايىن مۇھىم بىر ساھە ھېسابلىنىدۇ.

ئېتىبار بېرىشكە تېگىشلىك يەنە بىر نەرسە شۇكى، فىرانسىيە گەرچە كىچىك دۆلەت بولسىمۇ، ئەمما ناھايىتى كۆپ مەنبەلەشكەن، فىرانسىيەنىڭ ھەرقايسى رايونلىرى ۋە خەلقلىرىنىڭ پەرقى ناھايىتى چوڭ، ئۇلارنىڭ ھەممىسى سىياسىي بىلەن زىچ باغلانسىمۇ لېكىن يەنىلا ئىتتىپاقلىشىشقا توغرا كېلىدۇ. بۇمۇ مەلۇم جەھەتلەردىن مۇتەئەسسىپلىكنى چۈشەندۈرۈپ بېرەلىسە كېرەك، ناۋادا سىز گېرمانىيەنىڭ مىساللىرىغا قارىسىڭىز، بۇ دۆلەتنىڭ سانائىتى كىشىنىڭ دىققىتىنى ئۆزىگە بەك جەلپ قىلىدۇ. ئەنگلىيە بولسا ئەكسىچە ئۆزىنىڭ پۇل مۇئامىلە ئورنى بىلەن مەشھۇر، فىرانسىيە ساقلاپ كېلىۋاتقان قۇرۇلما نىسپىي تەڭپۇڭ، پۈتۈن مەملىكەتتە يېزا ئىگىلىكى تەرەققىي قىلغان، سانائەتتىمۇ گەۋدىلىك نەتىجىلەر (ئالەم قاتنىشى، ئاپتوموبىل، ئەيش ـ ئىشرەت بۇيۇملىرى قاتارلىقلار) بار، ئاممىۋى خىراجەت گەرچە كۆپ سالماقنى ئىگىلىسىمۇ، ئەمما باشقا تەركىبلەرنى چەتكە قاقمايدۇ. شۇڭلاشقا، بۇ خىل نىسپىي تەڭپۇڭ بولغان قۇرۇلما فىرانسىيەدىن ئىبارەت بۇ «ئالتە قىرلىق» دۆلەتنىڭ سىمۋولى

ھېسابلىنىدۇ، ھەم يەنە بىر خىل ئىناقلىققىمۇ ۋەكىللىك قىلىدۇ.

مۇخبىر: تارىختا، ناپولېئون ئەنگلىيەنى «كىچىك دۆكانىدارلار دۆلىتى» دەپ ئاتىغان ئىدى، بۇ «كىچىك دۆكانىدارلار» نىڭ مەيدانغا كېلىشى ۋە ئۆسۈپ يېتىلىشى سانائەت ئىنقىلابىدىن كېيىن ئەنگلىيە ئىقتىسادىنىڭ فىرانسىيە ئىقتىسادىدىن ئېشىپ كېتىشىدە قانداق تەسىر كۆرسەتتى؟

نىكولاس باۋېرېز: تارىخىي رېئاللىق بولسا، فىرانسىيە 17 ـ ئەسىردە ئالدى بىلەن سانائەت ئىنقىلابىنى باشلىدى، ئەمما فىرانسىيە بۇيۇك ئىنقىلابى فىرانسىيە ئىقتىسادىنىڭ تەرەققىي قىلىشىنى تەلتۆكۈس ئۆزگۈپ تاشلىدى، ئۇنىڭغا ئۇلىشىپلا يەنە ناپولېئون دەۋرى ۋە ئىقتىسادنى قامال قىلىش دەۋرى يېتىپ كەلدى. دەل مۇشۇ مەزگىلدە، ئەنگلىيە ھەقىقىي تۇردىكى سانائەت ئىنقىلابىغا رەھبەرلىك قىلغۇچى بولۇپ باش كۆتۈرۈپ چىقتى. مېنىڭچە ناپولېئوننىڭ «كىچىك دۆكانىدارلار» دېگەن ئۇقۇمنى ئوتتۇرىغا قويۇشى ناھايىتى توغرا بولغان، بولۇپمۇ بۈگۈنكى كۈندە ناپولېئون دەۋرىگە سېلىشتۇرغاندا تېخىمۇ توغرا. ناۋادا بىز بۈگۈنكى ئەنگلىيە ئىقتىسادىنى كۆزىتىدىغان بولساق، ئۇنىڭ بىر مەنبەچىلىكتىن ئىبارەت مۇلازىمەت ئىگىلىكى ئىكەنلىكىنى بايقىيالايمىز. ئەنگلىيەلىكلەر ياۋروپا چوڭ قۇرۇقلۇقىنىڭ سىرتىدىكى ئاراللاردا دۇنيادىكى ئەڭ كۈچلۈك بولغان پۇل مۇئامىلە سىستېمىنى يېتىلدۈرۈپ چىقتى، بۇ بىر غايەت زور مۇۋەپپەقىيەت. شۇڭا، ئەنگلىيەلىكلەر قانداق سېپتىش ۋە قانداق سېپتىۋېلىشنى بىلىشكە ماھىر، ئۇلار تۇغما سودىگەرلەر، بۇ ئاراللىدىكى ئاھالىلەرنىڭ تۇغۇلۇپلا ئۆزلىرىنىڭ كېمىلىرى ئارقىلىق دېڭىز ـ ئوكيانلارنى ئۇزاق مۇددەت كونترول قىلىش ئەمەلىيىتىدىن كەلگەندۇر.

جۇڭگونىڭمۇ ناھايىتى ئۇزۇن سودىگەرلەر تارىخى بار، گەرچە جۇڭگودىكى چوڭ سودا تەبىقىلىرى بىرقانچە ئەسىرلەر ئىچىدە ھىندى ئوكيان سودىسىنىڭ كۆپ قىسمىنى كونترول قىلغان بولسىمۇ، ھالبۇكى جۇڭگونىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشى ئەكسىچە ئۆز ئېھتىياجىنى ئۆزى قامدايدىغان ئىچكى بازارلىرىغا تايىنىشقىلا موھتاج بولۇپ كەلدى. جۇڭگونىڭ يەر مەيدانى بەكلا چوڭ، ئامېرىكىغا ئوخشاش، گەرچە مۇھىم بولغان تاشقى بازارلار مەۋجۇت بولغان تەقدىردىمۇ، ئەمما ئۇنىڭ ئىچكى بازىرى مەلۇم مەنىدىن ئۇنىڭ ئېھتىياجىنى تولۇق قاندۇرۇپ كېتەلەيدۇ.

ئەنگلىيە ئەكسىچە بۇ خىل ئەۋزەللىكلەرگە ئىگە ئەمەس، ئۇنىڭ ئالاھىدىلىكى ئۇنىڭغا ئەركىن سودىنى كەشىپ قىلدۇردى.

مۇخبىر: 1862 ـ يىلىدىكى «شىركەت قانۇنى» ماقۇللىنىشتىن ئىلگىرى، ئەنگلىيە شىركەتلىرىنىڭ قايسى شەكىللىرى بار ئىدى؟

ئادىرىئان ئۇرۋىلىچ: 1862 ـ يىلىدىكى «شىركەت قانۇنى» ماقۇللىنىشتىن ئىلگىرى، ئەنگلىيەدە ئەمەلىيەتتە ئىككى خىل شىركەت تۈرۈمى مەۋجۇت ئىدى. بىر خىلى بولسا شەرقىي ھىندىستان شىركىتىگە ئوخشاش چوڭ تىپتىكى شېرىكلەشكەن پاي شىركەتلىرى. بۇ شىركەتلەر دۆلەت تەرىپىدىن ئىجازەتكە ئېرىشىدىغان، ھەمدە بىر خىل كۆزارى مونوپول شىركەتلەردۇر. ئۇلار دۆلەتنىڭ ياردىمىگە ئېرىشىدۇ، دۆلەت ئۇلارنىڭ چەكلىك مەسئۇلىيەتنى ئۈستىگە ئېلىشىغا رۇخسەت قىلىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىرگە ئۇلارغا مونوپوللۇق ئورنى بېرىدۇ. شۇڭلاشقا، بۇ مەزگىلدە، شەرقىي ھىندىستان شىركىتى ھىندىستاننى ئىدارە قىلىشتەك ناھايىتى چوڭ بىر قىسىم مەسئۇلىيەتنى زىممىسىگە ئالغان بولۇپ، ئۇ خۇددى ئەنگلىيە ھۆكۈمىتىنىڭ يارەمچىسىگە ئوخشايتتى. بۇ خىلدىكى شېرىك پاي شىركەتلىرى ئەمەلىيەتتە ئەنگلىيەنىڭ ئومۇمىي مۇلۇكچىلىك تۈرۈمىدىكى شىركەتلىرىگە ئوخشايدۇ. يەنە بىر خىلى بولسا شېرىك كارخانىلار، ھالبۇكى شېرىك كارخانىلاردا بىر مەسىلە مەۋجۇت، ئۇ بولسىمۇ ئۇلار ھەقسىزتەن بەك ئاجىز ئىدى، چۈنكى شېرىك كارخانىلار چەكسىز مەسئۇلىيەتنى زىممىسىگە ئالاتتى، شۇڭا، ناۋادا سىزنىڭ كارخانىڭىز زىيان تارتقان بولسا، ئۇنداقتا سىز ئۆزىڭىزنىڭ بارلىق بايلىقىڭىزدىن تەلتۆكۈس مەھرۇم قالىسىز. شۇڭلاشقا، ئەينى ۋاقىتتا كىشىلەردە ئىككى خىل تاللاش بار بولۇپ، ياكى سىز شەرقىي ھىندىستان شىركىتىگە ئوخشاش ئاشۇ خىلدىكى غايەت زور چوڭ تىپتىكى تەشكىلاتلارنى تاللايسىز؛ ياكى بولمىسا شېرىك كارخانىلارنى تاللايسىز، شېرىك كارخانىلارنىڭ سانى ناھايىتى كۆپ، ئەمما ئۇلارنىڭ رونىق تېپىشى ياكى پاي چېكى بازىرىدا پۇل تېپىشى ناھايىتى مۇشكۇل بىر ئىش ئىدى. شۇڭا، گەرچە 1862 ـ يىلىدىكى «شىركەت قانۇنى» دا كۆپەيتىلىپ تەسىس قىلىنغان پاي شىركىتى، شېرىك پاي شىركىتى قاتارلىق شەكىللەر شىركەت تەشكىلاتلىرىنى قۇرۇشنى تېخىمۇ ئاسانلاشتۇرۇپ، ئىنسانىيەتنىڭ

تەرەققىي قىلىشى ۋە بايلىقلارنىڭ يارىتىلىشىنى ھەقىقەتەن كۈچلۈك قوللاش بىلەن تەمىنلىگەن بولسىمۇ، ئەمما شۇنىڭ بىلەن بىرگە، چوڭ بىر كۆپۈك، پۈرسەتپەرەسلىك كۆپۈكىنى تېخىمۇ ئاسان پەيدا قىلىدۇ.

مۇخبىر: ئەنگلىيەنىڭ 1862 - يىلىدىكى «شىركەت قانۇنى» نىڭ باشقا دۆلەت شىركەتلىرىنىڭ تەرەققىياتىغا نىسبەتەن قانداق تەسىرى بولدى؟

ئادىرئىان ئوردېلىچ: ئەنگلىيەنىڭ 1862 - يىلىدىكى «شىركەت قانۇنى» نىڭ شىركەتلەرگە بولغان تەسىرى ناھايىتى چوڭ، چۈنكى شېرىك پاي شىركەتلىرى ئەنگلىيەدە دۇنياغا كەلگەن كۈنىدىن ئېتىبارەن، ئۇلار دۇنيادىكى باشقا دۆلەتلەرنىڭ ئۇلگىسىگە ئايلاندى. ئامېرىكىدا، ئۇلارمۇ ئوخشاش بولغان نەرسىلەرنى قۇرۇشتى، يەنى كۆلىمى غايەت زور بولغان شىركەتلەرنى بەرپا قىلىشتى. مەسىلەن: تۆمۈرىيول شىركىتى، كان قېزىش شىركىتى، پولات - تۆمۈر شىركىتى دېگەندەك. بۇ شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى روكفېللېر ھەمدە كارنېگې قاتارلىق چوڭ كارخانىچىلارنىڭ نامى بىلەن مۇناسىۋەتلىك. گېرمانىيە ۋە فرانسىيەدە مۇشۇنىڭغا ئوخشاپ كېتىدىغان ئەھۋاللارنى كۆردۇق، ئۇزاق ئۆتمەي، بىز يەنە ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭمۇ باش كۆتۈرۈپ چىققانلىقىنى كۆردۇق. ئەنگلىيە شىركەتلىرى ناھايىتى تېزلا خەلقئارالىق تەشكىلاتلارغا ئايلاندى، ھەمدە دۆلەتكە يارەم قىلىپ دۇنيا مىقياسىدا مۇستەملىكىلەرنى كېڭەيتىشكە باشلىدى.

ئىلھامنامە

ئالاھىدە ئىجازەتلىك شىركەتلەر نېمە سەۋەبتىن گۈللىنىشتىن زاۋاللىققا يۈزلەندى؟

شىركەت تەرەققىياتىنىڭ ئۆسمۈرلۈك مەزگىلىدە، «سودا ئەلاچىلىقى» نەزەريىسىنىڭ يېتەكچىلىكى ئارقىسىدا، بىر مەزگىل ئازابلىق ئەگرى يوللار بېسىلغان ئىدى. سودا ئەلاچىلىقى رەقىبىنى ئاجىزلاشتۇرۇش، ئۆز دۆلىتى ئەمەلىي كۈچىنى كۈچەيتىشكە پايدىلىق بولۇشى ئۈچۈن، ھۆكۈمەتنىڭ دۆلەت ئىقتىسادىنى كونترول قىلىشى كېرەكلىكىنى

تەكتلەيدۇ. 17 - ئەسىردىكى گوللاندىيە ۋە ئەنگلىيەلەرنىڭ «شەرقىي ھىندىستان شىركەتلىرى» دەل ھۆكۈمەت مەلۇم مونوپوللۇق ئىمتىيازى ئاتا قىلغان ئالاھىدە ئىجازەتلىك شىركەتلەر بولۇپ، ھۆكۈمەت بىلەن شىركەت بىرىككەن، ھوقۇق بىلەن پۇل بىرلەشكەن شىركەتلەر ئىدى. بۇ شىركەتلەر پايچىكلار ئۈچۈن پايدا يارىتىش ۋەزىپىسىنى زىممىسىگە ئېلىپلا قالماي، تېخىمۇ مۇھىمى دۆلەت ئۈچۈن مۇستەملىكە كېڭەيتىش بۇرچىنى زىممىسىگە ئالغان ئىدى.

ئالاھىدە ئىجازەتلىك تىجارەت شىركەتنى قويۇق ھۆكۈمەت تۈسىگە ئىگە قىلىدۇ. ئاتالمىش پاي شىركىتىنىڭ شەكلى ئۆزگىرىپ، چوڭ شىركەتلەر مەنپەئەت گۇرۇھلىرىنىڭ ئىسكەنجىسىگە چۈشۈپ قالىدۇ. مەنپەئەت گۇرۇھلىرى دۆلەت ئىرادىسى ۋە دۆلەت كۈچىدىن پايدىلىنىپ شىركەت پائالىيەتلىرىنى ئىلگىرى سۈرۈپ، ئۆز مەقسەتلىرىگە يېتىشكە ئۇرۇنىدۇ. ھوقۇق بىلەن سودا بىرىكىشىنىڭ ئاخىرقى نەتىجىسى بولسا شەپقەتسىزلەرچە ئىدارە قىلىش، سودىدىكى چىرىكلىكتىن ئىبارەت خالاس.

شىركەت بىلەن ھۆكۈمەتنىڭ ئالاھىدە مۇناسىۋىتىدىن پايدىلانغان فىرانسىيە مىسسىسىپى شىركىتى، ئەنگلىيە جەنۇبىي دېڭىز شىركىتى قاتارلىق شىركەتلەر پۇقرالارنىڭ ھۆكۈمەت زايومىغا پاي چېكى تېگىشىشىگە رۇخسەت قىلىشى ئارقىسىدا پاي چېكى دولقۇنى قوزغىلىپ، كۆپۈك بارغانسېرى چوڭايدى. پايچىكلار شىركەتلەرنىڭ پايدا يارىتىش ئىقتىدارىغا كۆڭۈل بۆلۈشكە باشلىغان مەزگىللەردە، پاي شىركەتلىرى ئەكسىچە بىر - بىرلەپ ۋەيران بولۇپ، مىڭلىغان - ئونمىڭلىغان فىرانسىيە ۋە ئەنگلىيە خەلقى ئەسلىي ۋەسلىدىن ئايرىلىپ قالدى. كىشىلەر شىركەتلەرنىڭ پايدا ئېلىپ كېلىش بىلەن بىرگە بالايىئاپەتمۇ ئېلىپ كېلىدىغانلىقىنى تۇنجى قېتىم بايقاشتى. پاي ئاپىتى ئۆتۈپ كەتكەندىن كېيىنكى خېلى ئۇزاق مەزگىل ئىچىدە كىشىلەر شىركەتنىڭ نامىنى ئاڭلىسىلا تېنى شۇركۇنىدىغان بولۇپ قالغان ئىدى. ھەتتا ئەنگلىيە، فىرانسىيە قاتارلىق ئىككى دۆلەتتە شۇنىڭدىن كېيىنكى يۈز يىلدىن كۆپرەك ۋاقىت ئىچىدە يېڭى پاي شىركىتى قۇرۇش مەنئى قىلىنىدى.

1688 - يىلىدىكى ئەنگلىيە شەرەپ ئىنقىلابى بولسا شىركەت تەرەققىيات تارىخىدىكى بىر نامايەندە ھېسابلىنىدۇ. خان جەمەتىنىڭ

مالىيە ۋە ئىقتىسادىي ھوقۇقى پارلامېنتقا ئورۇن بېرىشكە باشلاپ، ھۆكۈمەت ھوقۇقى تەدرىجىي ھالدا سودا ساھەسىدىن چېكىنىپ چىقىپ، شىركەتنى بازارغا قايتۇرۇپ بەرگەن ئىدى. يېڭىدىن مەيدانغا كەلگەن سودا ـ سانائەتچىلەر قاتلىمىنىڭ تېز سۈرئەتتە زورىيىشىغا ئەگىشىپ، سىياسىي بىلەن ئىقتىساد بىر گەۋدە قىلىنغان سودىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويۇشمۇ تەدرىجىي سۇسلاشتى. 1862 ـ يىلى، ئەنگلىيە «شىركەت قانۇنى» نى ماقۇللاپ، ئاخىرقى ھېسابتا شىركەتنىڭ «ئالاھىدە قۇرۇلۇش»ىدىن «ئەنگە ئالدۇرۇش قۇرۇلۇش»غىچە بولغان ئىنقىلاب خاراكتېرلىك ئۆزگىرىشىنى تاماملىدى. 1874 ـ يىلى1 ـ ئاينىڭ1 ـ كۈنى، تىجارەت قىلغىنىغا 274 يىل بولغان ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتى تارىخ سەھنىسىدىن تەلتۆكۈس چېكىنىپ چىقتى. شۇنىڭدىن ئېتىبارەن، شىركەت ئالاھىدە ئىمتىياز دەۋرى بىلەن خوشلىشىپ، شىركەت قۇرۇش ئاددىي كىشىلەرنىڭ ھوقۇقى بولۇپ قالدى.

«سانائەت ئىنقىلابى» قانداق يۈز بەردى؟

شەرقىي ھىندىستان شىركىتى دەۋرىدىمۇ، ئەنگلىيەدە كىچىك زاۋۇت، كىچىك ھۈنەرۋەنچىلىك ئىشخانىلىرى ناھايىتى ئومۇملاشقان ئىدى. 18 ـ ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىدا، ئەنگلىيەدە يېشى 20 ياشتىن ئاشقان ئەركەك ئەمگەك كۈچلىرىنىڭ 40% ى دېگۈدەك سودا كەسپى ۋە قول ھۈنەرۋەنچىلىك كەسپى بىلەن شۇغۇللىناتتى. ئاددىي ئەمگەكچىلەرنىڭ تۆۋەندىن يۇقىرىغا قارىتىپ ئېلىپ بارغان تېخنىكا يېڭىلاشلىرىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش ھالقىلىرىنى كۈنسېرى ئۆلچەملەشتۇرۇشى ۋە بىر ـ بىرىگە باغلىشى ئارقىسىدا، «زاۋۇتلىشىش» تەك يېڭى تىپتىكى ئىشلەپچىقىرىش شەكلى بارلىققا كېلىشكە باشلىدى، تېخنىكا، ئىشلەپچىقىرىش، بازار يېڭىچە ھالقا بولۇپ شەكىللىنىپ، ئەمگەك ئۈنۈمدارلىقى زور دەرىجىدە يۇقىرى كۆتۈرۈلدى. بۇ بىر قېتىملىق مۇھىم بۇرۇلۇش بولۇپ، تارىختا «سانائەت ئىنقىلابى» ياكى «كەسىپ ئىنقىلابى» دەپ ئاتالدى.

ئەنگلىيە سانائەت ئىنقىلابىنى ئەملىيەتتە كەشىپىياتچىلار بىلەن كارخانىچىلار ئورتاق قوزغىدى. 1769 ـ يىلى، جامېس ۋات پار ماشىنىسىنى كەشىپ قىلدى، ئەمما كېيىنچە پار ماشىنىسىنى رېئال

ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىگە ئايلاندۇرغىنى بولسا جامېس ۋاتنىڭ كىچىك ئوغلى كىچىك ۋات بولدى. كىچىك ۋاتنىڭ دادىسىغا ئوخشىمايدىغان يېرى بولسا ئۇ تېخنىكا مۇتەخەسسىسى بولۇپلا قالماي بەلكى ئۇ يەنە كارخانىچى ئىدى. ئۇ سودىگەر ماتخېۋ بوئولتون بىلەن سوخو قۇيمىچىلىق زاۋۇتىنى شېرىكلىشىپ باشقۇرۇپ، پار ماشىنىسىنى تۈركۈملەپ ئىشلەپچىقىرىپ بازارغا سالدى. سانائەت ئىنقىلابى ئارقىلىق، ھەرقايسى ئاساسلىق بازار دۆلەتلىرى تۈنجى قېتىم زامانىۋى زاۋۇت تۈزۈمى ئورنىتىپ، چوڭ كۆلەملىك زاۋۇتلىشىش ئىشلەپچىقىرىشىنى ئائىلە ھۈنەرۋەنچىلىك ئىشخانىلىرى ئىشلەپچىقىرىشىنىڭ ئورنىغا دەسسىتىپ، زاۋۇتلاردا قول ئارقىلىق مەشغۇلات قىلىشتىن ماشىنىلاشقان چوڭ سانائەتلىشىشكە ئۆتۈشنى تاماملىدى، بۇ ئارقىلىق ئىنسانىيەت سانائەتلىشىش دەۋرىگە قەدەم قويدى.

سانائەت ئىنقىلابىدىن كېيىنكى ئەنگلىيەدە، ئىشلەپچىقىرىش ئۇنۇمى پارتلاش شەكلىدە يۇقىرى كۆتۈرۈلدى. ئەنگلىيە ئەرزان باھالىق سانائەت مەھسۇلاتلىرى ۋە مۇستەملىكىلەرنى ئۆزىگە تىرەك قىلىپ تۇرۇپ، چەت ئەللەردىكى تاۋار بازارلىرى ۋە خام ماتېرىيال بازارلىرىنى تېز سۈرئەتتە كېڭەيتتى، شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، يەر ئىگىلەش ھەرىكىتى ئەنگلىيە دۆلەت ئىچىگە زور مىقدارىدا ئەمگەك كۈچى توپلاپ بەردى. يېتەرلىك بولغان خام ماتېرىياللار، چەكسىز رەۋىشتە تەمىنلىنىۋاتقان ئەمگەك كۈچلىرى، دۆلەت ئىچى ۋە سىرتىدىكى بىپايان بازارلار ھەم شۇنداقلا غايەت زور پۇرسەت ۋە خېيىم ـ خەتەرلەرنى باغرىغا يوشۇرۇپ ياتقان يېڭىدىن گۈللىنىۋاتقان كەسىپلەرنىڭ ھەممىسى يېڭى بىر سودا تەشكىلاتى ـ شىركەتنىڭ ئوتتۇرىغا چىقىشىنى تەقەززالىق بىلەن كۈتمەكتە ئىدى.

1776 ـ يىلى، ئادام سمىسنىڭ «دۆلەتنى باي قىلىش نەزەريەسى» ئەنگلىيەدە نەشر قىلىندى. «دۆلەتنى باي قىلىش نەزەريەسى» مىڭلىغان، ئونمىڭلىغان تىجارەتچىلەرنى بازارغا تاپشۇرۇپ بەرسە چاتاق چىقمايدىغانلىقىغا كىشىلەرنى ئىشەندۈردى. بازاردا، خۇسۇسىيلار ئوتتۇرىسىدىكى سودا مۇقەررەر ھالدا يۇقىرى ئۈنۈملۈك بولغان بايلىقلارنى تەقسىملەش شەكلى پەيدا قىلدى، ھەمدە پۈتۈن جەمئىيەتنىڭ تېخىمۇ يۇقىرى سەۋىيەلىك كىرىم يارىتىشىنى ئىلگىرى سۈرۈشكە پايدىلىق بولدى. بىر ئىشلەپچىقارغۇچى پۇل تاپماقچى بولىدىكەن، ئۇ ئالدى بىلەن

ئىستېمالچىلارنى رازى قىلىشى لازىم، مانا بۇ بازار سېھرىي كۈچىنىڭ سەۋەبى. سۈبيېكتىپ جەھەتتە ئۆز پايدىسىنى كۆزلەپ، ئوبيېكتىپ جەھەتتە باشقىلارنىڭ پايدىسىنى كۆزلەش، ھەربىر ئادەم ئۆز مەنپەئىتىنى قوغلىشىش بىلەن بىر ۋاقىتتا، پۈتۈن جەمئىيەت بايلىقىنىڭ كۆپىيىشىگە ھەسسە قوشۇپ، جەمئىيەتنىڭ ئالغا بېسىشىنى ئىلگىرى سۈردى.

سىمىسنىڭ قارىشىچە، كارخانىنى بازارغا تاپشۇرۇپ بەرگەندىن كېيىن، تەمىنلەش بىلەن ئېھتىياج باھانى بەلگىلەپ، باھا ئىشلەپچىقىرىشقا يېتەكچىلىك قىلىدۇ. ناۋادا مەلۇم بىر خىل تاۋار كەمچىل بولسا، ياكى مەلۇم تۈرلۈك يېڭى تېخنىكا ھازىرقى بار بولغان ئىشلەپچىقىرىش ئۇسۇلىنى كونا قىلىپ قويسا، ھەتتا ئىستېمالچىلارنىڭ ھېرىسمەنلىكىدە بۇرۇلۇش كۆرۈلسە، ئۇنداقتا، بارلىق ئۇچۇرلارنىڭ ھەممىسى تېز سۈرئەتتە مەسئۇلات باھاسىدا ئەكىسىنى تاپىدۇ: بۇنىڭغا مۇناسىپ ھالدا، ئىشلەپچىقارغۇچى بىلەن ئىستېمالچى باھا ئۆزگىرىشىگە ئاساسەن ئۆز ھەرىكىتىنى ۋاقتىدا تەڭشىسە بولىدۇ. مانا بۇ ھەممىگە مەشھۇر «كۆرۈنمەس قول» نىڭ ھۆكمىدۇر. «دۆلەتنى باي قىلىش نەزەرىيەسى» ھازىرقى زامان ئىقتىساد ئىلمىنىڭ دۇنياغا كەلگەنلىكىدىن دېرەك بېرىپ، ياۋروپادا ئۇچ ئەسىر دەۋر سۈرگەن سودا ئەلاچىلىقى نەزەرىيەسىنىڭ ئورنىنى تەدرىجىي ھالدا يېڭى ئىقتىساد ئىلمى ئىگىلىگەنلىكىنى نامايان قىلدى.

جۇڭگو شىركەتلىرىنىڭ خەلقئارا بازارلارغا يۈرۈش قىلىشىدا يەنە نېمىلەر كەمچىل؟

كۈچنى توپلىغاندا چوڭ ئىشلارنى قىلغىلى بولىدۇ، ئەمما، كۈچنى توپلاپ چوڭ ئىشلارنى قىلىدىغان ساھەلەر يەنىلا شىركەتتىن ئىبارەت بۇنداق ئىقتىسادىي شەكىلگە موھتاج بولىدۇ. ئىسلاھات ئېچىۋېتىشنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدە، بىر ياپونىيەلىك ئىقتىسادشۇناسنىڭ سۆزى ھەممە ئادەمنى ھەيران قالدۇرغان ئىدى، ئۇنىڭ قارىشىچە، جۇڭگودا شىركەت يوق، ھەممىسىلا زاۋۇت. ھالبۇكى بۈگۈنكى كۈندە جۇڭگو چوڭ قۇرۇقلۇقىدىكى 43 كارخانا دۇنيادىكى 500 كۈچلۈك كارخانىنىڭ قاتارىغا كىردى، بۇلار ئەلى بابا، جياڭسۇ شاگاڭ قاتارلىق پۈقراۋى كارخانىلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ، تېخىمۇ مۇھىم بولغىنى، 40 مىليوندىن ئارتۇق ئوتتۇرا ۋە كىچىك

تىپتىكى كارخانىلار جۇڭگو ئىقتىسادىنىڭ تەرەققىي قىلىشىغا يۆلەنچۈك بولماقتا.

خۇددى جۇڭگونىڭ پىلانلىق ئىگىلىكىتىن بازار ئىگىلىكىگە ئۆزگەرگەنلىكىگە ئوخشاش، ئىسلاهات ئېچىۋېتىش يولغا قويۇلغان 30 يىلدىن بۇيان، جۇڭگو كارخانىلىرىدىمۇ تۈپ ئۆزگىرىشلەر يۈز بەردى. ئىقتىساد بېكىنمىچىلىكتىن ئېچىۋېتىلىپ، هۆكۈمەت هوقۇقى تەدرىجىي هالدا تىجارەت ساهەسىدىن چېكىنىپ چىقىپ، شىركەتلەر بازار قوينىغا قايتىپ كېلىشكە باشلىدى. شىركەت تەرەققىياتىدىكى تاشقى مۇهىتمۇ تەدرىجىي هالدا بەرپا قىلىنىۋاتىدۇ ۋە مۇكەممەللىشىۋاتىدۇ. «شىركەت قانۇنى» نى ئۆز ئىچىگە ئالغان بىر تۈركۈم هەق تەلەپ ۋە سودا ئىشلىرى قانۇنى ئېلان قىلىنىپ، كاپىتال بازىرىنىڭ تەرەققىياتىمۇ بارغانسېرى قېلىپلىشىۋاتىدۇ.

ئەلۋەتتە، جۇڭگو شىركەتلىرىدە يەنە تۈرلۈك مەسىلىلەر مەۋجۇت. مەسىلەن: بىر قىسىم چوڭ تىپتىكى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار يەنىلا مەمۇرىي مونوپوللۇق ئارقا كۆرۈنۈشكە ئىگە بولۇپ، ئۇنۇمى تۆۋەن؛ شىركەتلەرنىڭ پاي هوقۇقى تەسىس قىلىش ۋە ئىدارە قىلىش قۇرۇلمىسى تېخى مۇكەممەل ئەمەس؛ دۆلەت چېگراسىدىن هالقىپ چىقىپ خەلقئارا بازارلارغا كىرگەن جۇڭگو شىركەتلىرى كۆپ ئەمەس، ئۇلارنىڭ تەسىر كۈچىمۇ يېتەرلىك ئەمەس؛ جۇڭگو پات ئارىدا دۇنيادىكى ئىككىنچى چوڭ ئىقتىسادىي گەۋدە بولۇش ئالدىدا تۇرسىمۇ، ئەمما يېتەرلىك بولغان دۇنياۋى چوڭ شىركەت، داڭلىق مەهسۇلات نامى ۋە چوڭ كارخانىچىلار يەنىلا كەمچىل. جۇڭگو دۇنيادىكى هەقىقىي قۇدرەتلىك دۆلەت بولۇشىنى ئويلايدىكەن، چوقۇم دۇنيا مىقياسىدا كىشىلەر تىلغا ئالغۇدەك بىر تۈركۈم چوڭ كارخانا، داڭلىق مەهسۇلات نامى ۋە چوڭ كارخانىچىلارنى ئۆزىگە يۆلەك قىلىشى لازىم.

ئۇچىنچى باب

بايلىق ئوۋلاش دەۋرى

پۇل تېپىش ئاچ كۆزلۈك ئەمەس، جان بېقىش ئۈچۈنمۇ ئەمەس، بەلكى بىر خىل بۇرچ، بىر خىل روھ . كىشىلىك ھاياتنى ئەڭ زور چەكتە رەڭدار قىلىپ، شەخسىي تەقدىرنى ئۆزگەرتىشنىڭ ئەڭ ياخشى يولى. 19 ـ ئەسىردىكى چوڭ شىركەت ۋە بۇيۇك كارخانچىلارنى زادى قانداق بىر تۇپراق ئاپىرىدە قىلدى؟ بايلىق ئىنسانلارغا يەنە قانداق يېڭى مۇشكۈلاتلارنى ئېلىپ كەلدى؟

1776 ـ يىلى، ئامېرىكا مۇستەقىللىقىنىڭ ھارپىسىدا، 20 بەتكىمۇ يەتمەيدىغان كىچىك بىر كىتابچە خەلق ئىچىدە تارقىلىشقا باشلايدۇ. كىتابچىنىڭ نامى «ساۋات» بولۇپ، كىتابچىنىڭ ئاپتورى توماس پائىين ئاددىي تىل ـ ئىبارىلەر ئارقىلىق كىشىلەرنى مۇستەبىتلىك ۋە قۇللۇققا قارشى تۇرۇشقا ئىلھاملاندۇرىدۇ. ئامېرىكا مۇستەقىللىق ئۇرۇشى مەزگىلىدە، «ساۋات»نىڭ پۇقرالارغا بولغان تەسىر كۈچى ئىنجىلدىن قالسىلا ئىككىنچى ئورۇندا تۇرۇپ كەلگەن ئىدى.

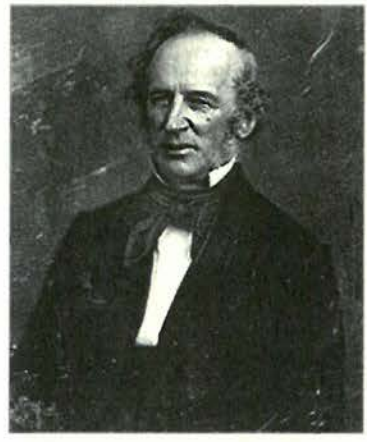
1904 ـ يىلى، ئامېرىكىدا چىقىدىغان «كارخانچىلار» ژۇرنىلى «ساۋات» نىڭ ئىچىدىكى بىر ئابزاس سۆزنى تاللۇۋېلىپ، ئۇنى ژۇرنال نەشرىگە بېغىشلىما ئورنىدا كۆچۈرۈپ ئېلان قىلدى. شۇنىڭدىن كېيىنكى يۇز يىلدىن كۆپرەك ۋاقىت ئىچىدە، دۇنيادا ئالەمشۇمۇل ئۆزگىرىشلەر مەيدانغا كەلگەن بولسىمۇ، ئەمما ژۇرنال تىتولىغا بېسىلغان ئاشۇ بىر ئابزاس سۆز ئەكسىچە ئەزەلدىن ئۆزگىرىپ باقمىدى. ئۇ كىشىلەر تەرىپىدىن «كارخانچىلار خىتابنامىسى» دەپ ئاتىلىپ كەلدى، يەنى بۇ بىر ئابزاس سۆز مۇنۇلاردىن ئىبارەت ئىدى: مەن ھەرگىز ئاددىي پۇقرا بولۇش كويىغا كىرىشمەيمەن. ئەگەر قولۇمدىن كېلىدىغان بولسا ئالاھىدە ئادەملەردىن بولۇش ھوقۇقۇم بار. پۇرسەت ئىزدەيمەن، ئەمما تەمكىن بولۇشنى

ئىستىمەيمەن، مەن دۆلەتنىڭ غەمخورلۇقى ئاستىدا كاپالەتكە ئېرىشكەن پۇقرا بولۇپ قېلىشنى خالىمايمەن، چۈنكى ئۇ باشقىلارنىڭ كۆزگە ئىلماسلىقى سەۋەبىدىن مېنى قاتتىق ئازابقا سالىدۇ.

«مەن ئەھمىيەتلىك تەۋەككۈلچىلىكلەرنى قىلىمەن. ئارزۇ ـ ئارمان قىلىمەن، يېڭىلىق يارىتىمەن، مەغلۇپ بولمەن ھەم يەنە ئۈتۈقمۇ قازىنىمەن.»

«مېنىڭ تەبىئىتىم بولسا كۆكرىكىمنى كېرىپ، مەغرۇر ئەمما ھېچنېمىدىن قورقماي ياشاشتۇر. مەن بۇ دۇنياغا دادىل يۈزلىنىپ، ئىپتىخارلىق بىلەن، تەڭرىنىڭ مەدىتى ئارقىسىدا نىشانمغا يەتتىم... دەيمەن»

1. بوران ـ چاپقۇنلار ئىچىدە شىددەت بىلەن ئىلگىرىلەۋاتقان يېڭى چوڭ قۇرۇقلۇق



ۋاندېربىلت

1862 ـ يىلى، 68 ياشقا كىرگەن ۋاندېربىلت شۇغۇللانغانلىقىغا 42 يىل بولغان دېڭىز تىرانسپورتى كەسپى بىلەن خوشلىشىپ، تۆمۈر يول كەسپى بىلەن شۇغۇللىنىشنى قارار قىلىدۇ.

68 ياشقا كىرگەندە كەسىپ ئالماشتۇرۇش ھەرقانداق بىر ئادەم ئۈچۈن ئېيتقاندا قارامىلىق بىلەن قىلىنغان قارار ھېسابلىنىدۇ. ۋاندېربىلتنىڭ بۇنداق خېيىم ـ خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىشىنىڭ ھېچقانداق زۆرۈرىيىتى يوق ئىدى. چۈنكى ئەينى ۋاقىتتا، ئۇ ئامېرىكا بويىچە ئەڭ چوڭ دېڭىز تىرانسپورتى سودىگىرى بولۇپ، قولىدا 20 مىليون قىممەتلىك مال ـ مۈلكى بار، ئامېرىكا بويىچە ئەڭ باي ئالتە ئادەمنىڭ بىرى ئىدى. ئۇنى تەۋەككۈل قىلىشقا قىزىقتۇرغىنى بەلكىم تەۋەككۈلچىلىكنىڭ ئۆزى بولسا كېرەك. چۈنكى ئۆتمۈشتىكى 50 يىل ئىچىدە ئۇ ھەمىشە مۇشۇنداق قىلىپ كەلگەن ئىدى.

1810 - يىلى، 16 ياشقا كىرگەن ۋاندېربىلت ئانىسىدىن 100 دولار ئارىيەت ئېلىپ كونا بىر كېمىنى سېتىۋېلىپ نيۇيورك قولتۇقىدا كېچىك پاراخوتى كەسپىنى باشلايدۇ. گەرچە ئارىيەت ئالغىنى ئانىسىنىڭ پۇلى بولسىمۇ، ئەمما ئۇ ئانىسىغا پۇلنىڭ دىرىنى قايتۇرۇپ بەرگەندىن سىرت يەنە 10% ئۆسۈم تۆلەيدۇ.

بەلكىم ئۇنىڭ نەزىرىدە، بۇ قەرز ئېلىش كېلىشىمى بويىچە، ئۆزىنىڭ سالاھىيىتى ئانىسىنىڭ ئوغلى بولماستىن بەلكى مۇستەقىل ئىنسانىي پەزىلەتكە ئىگە، باراۋەر كېلىشىم ئىمزالىسا بولىدىغان شەخس ئىدى.

ۋاندېربىلت ئامېرىكىلىقلار تەرىپىدىن «ئالغا ئىنتىلگۈچىلەر» دەپ ئاتىلىپ كەلگەن ئاشۇ خىلدىكى ياشلاردىن ئىدى. «ئالغا ئىنتىلگۈچىلەر» بىز دائىم تىلغا ئېلىپ تۇرىدىغان ئىبارە، مەنىسى بولسا، پەقەت ئەسلىي ئورنىدىلا تۇرۇۋېلىپ ئاتا - بوۋىلىرىنىڭ ئىشلىرىنى تەكرارلاۋەرمەي، بەلكى پۇرسەتنى تۇتۇپ، ئۆز - ئۆزىدىن ھالقىپ ئۆتۈش دېمەكتۇر.

1824 - يىلى كەچ كۈز، بۇ دەل نيۇيورك دېڭىز يولى مال تىرانسپورتىنىڭ ئالتۇن پەسلى بولسىمۇ، ئەمما سۇ تىرانسپورتى غوجايىنلىرىغا ئۇلارنىڭ بۇ ساھەدىن چوقۇم چېكىنىپ چىقىشى ئۇقتۇرۇلغان ئىدى. سەۋەبى بولسا، ئەينى ۋاقىتتىكى نيۇيورك ساھىلىنى يالغۇز مونوپول قىلىش ھوقۇقى لۇئىنستون ئائىلىسىگە ھۆكۈم قىلىپ بېرىلگەن ئىدى. لۇئىنستون نيۇيورك ئىشتاتىنىڭ بىرىنچى چوڭ سوتچىسى بولۇپ، ئىلگىرى پىرېزىدېنت ۋاشىنگتوننىڭ ۋەزىپىگە ئولتۇرۇش مۇراسىمىغا رياسەتچىلىك قىلغان ئىدى.

ھالبۇكى، پۇل تېپىش پۇرسىتىنىڭ مۇشۇنداقلا قولدىن كېتىشىگە ۋاندېربىلت كۆڭلىدە قايىل بولمىغان ئىدى.

ياش ۋاندېربىلت ئانچە كۆپ ئوقۇمىغان بولۇپ، گەرچە خەت يېزىشنى بىلسىمۇ، ئەمما بىلىدىغانلىرى ئانچە كۆپ ئەمەس ئىدى. ئۇ ۋاشىنگتونغا بېرىپ دەننىل ۋېيبوسىتنى تەكلىپ قىلىدۇ، بۇ ئادەم ئامېرىكىنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدىكى سىياسىيون ۋە ئادۋوكات ئىدى. ۋاندېربىلت ئۇنى ئالىي سوت مەھكىمىسىگە ئەرز قىلىش ئۈچۈن ئەۋەتىدۇ. بۇ ئامېرىكىدا ئالىي سوت مەھكىمىسى كېسىم چىقارغان تۇنجى سودا دېلوسى ئىدى.

سەرتقى كۆرۈنۈشتىن قارىماققا دەۋادىكى ئىككى تەرەپنىڭ كۈچ سېلىشتۇرمىسىدىكى پەرق ئىنتايىن چوڭ ئىدى. مەيلى بايلىق، مەرتىۋە جەھەتتە بولسۇن، ياكى نام - ئابرۇي، بىلىم جەھەتلەردە بولسۇن، ژاندېرمىلەت ئۆز رەقىبىدىن كۆپ ئارقىدا تۇراتتى. ژاھالەنكى بۇ ئاممىلار كۆپىنچە دەۋانىڭ يېڭىش - يېڭىلمىشىنى بەلگىلەيدىغان بولۇپ، بىر قىسىم سوت مەھكىمىلىرى ھەتتا مۇشۇ سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن دەۋانى قوبۇل قىلمىغان ئىدى.

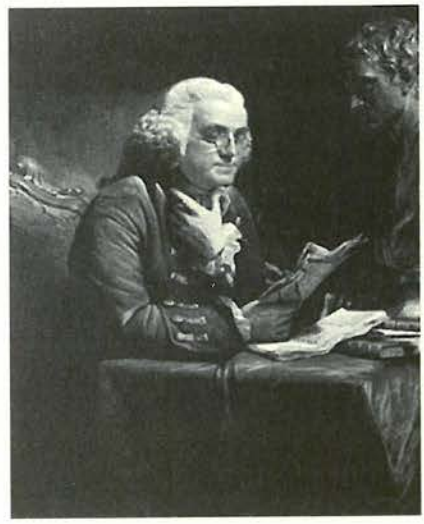
ئەمما، ژاندېرمىلەت دەۋادا بەش يىلغىچە چىڭ تۇرىدۇ. بۇ سودا دېلوسى تۇنجى قېتىم ئامېرىكىنىڭ ئەڭ ئالىي ئەدلىيە ئاپپاراتلىرىنى لەرزىگە سېلىپلا قالماي، بەلكى مۇئەييەن دەرىجىدە ئامېرىكا تارىخىنىمۇ ئۆزگەرتىۋېتىدۇ.

ئامېرىكا ئالىي سوت مەھكىمىسى نيۇيورك ئىشتاتى ۋە يېڭى جېرسىيە ئىشتاتلىرىدا كىمنىڭ دېڭىز تىرانسپورتى كەسپى بىلەن شۇغۇللىنىشىنى بەلگىلەش ھوقۇقى يوق دەپ ھۆكۈم چىقىرىدۇ. بۇ دېلو شۇنىڭدىن ئېتىبارەن ھەرقايسى ئىشتاتلار ئوتتۇرىسىدىكى سودا ئالاقىسىنى تۇتاشتۇرىدۇ.

بۇ دېلو ئامېرىكىدا بىرلىككە كەلگەن بازار بەرپا قىلىشقا تۇرتكە بولدى ھەمدە تەبىقە قارىشىنى بۇزۇپ تاشلاشقىمۇ پايدىلىق بولدى. ژاندېرمىلەت كېيىنكى كۈنلەردە پاراخوت كەسپىدىكى بىر كارخانىچىغا ئايلىنىپ، نيۇيوركتىن باشقا جايلارغا بارىدىغان قاتناش يوللىرىنى ئاچتى.

(T. J سىدىرس «ژاندېرمىلەت تەرجىمھالى» نى يازغان مۇخبىر)

بۇ ۋاقىتتا، يېڭى چوڭ قۇرۇقلۇقتا يېڭى تەرتىپلەر تۇرغۇزۇلماقتا ئىدى. ئامېرىكا ياۋروپانىڭ ئەركىن ئىقتىسادىي تۈزۈملىرىگە ژارىسلىق قىلغان بولسىمۇ، ئەمما ياۋروپالىقلارنىڭكىدەك مۇستەھكەم تەبىقە ئەنئەنىسى يوق ئىدى. چۈنكى، مۇستەقىللىقنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدىلا جەمئىيەت ئاددىي پۇقرالارنىڭ ئارزۇسىنى ئەملىگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن ھازىرلىق كۆرۈپ بولغان ئىدى.



بېنجامىن فرانكلىن

بېنجامىن فرانكلىن

بېنجامىن فرانكلىن (1706 ـ 1790)، 18 ـ ئەسىردىكى ئامېرىكىلىق ئالىم ۋە كەشپىياتچى، داڭلىق سىياسىيون، دىپلومات، پەيلاسوپ، ئەدەب ۋە دېڭىزچى، شۇنداقلا ئامېرىكا مۇستەقىللىق ئۇرۇشىنىڭ بۇيۇك رەھبىرى. ئۇنىڭ پۈتۈن ھاياتىنىڭ ھەقىقىي تەسۋىرى ئۆزى ئېيتقان مۇنۇ بىر جۈملە سۆزدە ئىپادىلىنىدۇ: «سەممىيلىك بىلەن تىرىشچانلىق مەڭگۈلۈك ھەمراھىڭىزغا ئايلىنىشى كېرەك.»

1780 ـ يىلى، بېنجامىن فرانكلىن ياۋروپادىن قايتىپ كېلىدۇ. «مۇستەقىللىق خىتابنامىسى» نى يېزىشقا قاتناشقان دۆلەتنىڭ بۇ پېشقەدەم ئاساسچىسى، ئۆزىنىڭ سىياسىي ئەقىل ـ پاراسىتى ۋە دىپلوماتىيە ماھارىتىگە تايىنىپ پۈتكۈل ياۋروپانىڭ ھۆرمىتىگە سازاۋەر بولغان ئىدى. ئەمما ئامېرىكىدا ئۇنى ھەممىگە تونۇتقىنى ئۇ قىلغان دۆلەتنىڭ ئاشۇ چوڭ ئىشلىرى بولماستىن، بەلكى «يوقسۇل ريچارد يىلنامىسى» دېگەن كىتاب ئىدى.

فرانكلىن ئۆز كىتابىدا تەڭرى يالكى دىننى ناھايىتى ئاز تىلغا ئېلىپ، ئىنچىكە ھالدا بايلىق، شۇنداقلا بايلىقلارغا قانداق ئېرىشىش ئۇسۇللىرىنى توختىلىدۇ.

(ريچارد تېدلوۋ ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پروفېسسورى)

«ئالىيجانابلار پايدىنى تىلغا ئالماس». ئۆتمۈشتىكى ئۇزۇن يىللار داۋامىدا بۇ پەقەت جۈڭخۇا ئەنئەنىۋى مەدەنىيىتىنىڭ ئەخلاق مىزانى بولۇپلا قالماي، بەلكى باشقا نۇرغۇن دۆلەتلەردىمۇ كىشىلەر مەدھىيەلەيدىغان

ئىجتىمائىي ئەخلاق بولۇپ كەلدى. ھالبۇكى فرانكلىن كىشىلەرگە دەل بۇنىڭ ئەكسىچە پۇل تېپىش ئاچ كۆزلۈك ئەمەس، جان بېقىش ئۈچۈنمۇ ئەمەس، بەلكى بىر خىل بۇرچ، بىر خىل روھ ، كىشىلىك ھاياتنى ئەڭ زور چەكتە رەڭدار قىلىپ، شەخسىي تەقدىرنى ئۆزگەرتىشنىڭ ئەڭ ياخشى يولى، دەپ ئېيتىدۇ.

كونا پىرىنسىپلار بۇ يېڭى دۇنياغا ماس كەلمەيدىغان بولۇپ قالدى. بۇ بىر كىشىلەر جەمئىيىتى، بىز تەبىقە سالاھىيىتى بىلەن ئەمەس بەلكى كىشىلەر ئارقىلىق سودىدا پۈتىشىمىز.
(رىچارد تېدلوۋ ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پىروفېسسورى)

ئالدىنقى ئۇچ ئايدىلا «يوقسۇل رىچارد يىلنامىسى» دىن ئون مىڭ پارچە سېتىلىدۇ. «ۋاقىت پۇل دېمەكتۇر، ئىناۋەت پۇل دېمەكتۇر»، فرانكلىننىڭ بۇ ئەقلىيە سۆزى تاكى بۈگۈنكى كۈندىمۇ يەنىلا كىشىلەر ئارىسىدا تارقىلىپ يۈرمەكتە. سىناپ كۆرۈشكە تەمشىلىپ تۇرغان كىشىلەر ئۈچۈن ئېيتقاندا، ئۇلار ئۈچۈن ئىدىيەدە ئازاد بولۇشتىنمۇ ئارتۇق يەنە قانداق كۈچ بولسۇن!
ھالبۇكى، قابىلىيەتنى بايلىققا ئايلاندۇرۇشتا ئامېرىكىلىقلار يەنە بىر خىل قورالغا موھتاج ئىدى، ئۇ بولسىمۇ شىركەت .
ئامېرىكا مۇستەقىل بولۇشتىن ئىلگىرى، شىمالىي ئامېرىكا رايونلىرىدا شىركەت قۇرۇشتا مۇستەملىكە مۇلۈك ئىگىلىرى، ۋالىي ۋە پارلامېنتنىڭ ھوقۇق بېرىشى لازىم ئىدى. مۇستەقىل بولغاندىن كېيىن، مەركىزىي ھۆكۈمەت بۇ تۈردىكى ھوقۇقنى يۈرگۈزمەمدۇ ـ يوق؟ 1782 ـ يىلىدىكى ئاساسىي قانۇن تۈزۈش كېڭىشىدە ۋەكىللەر بۇ توغرىسىدا قاتتىق تالاش ـ تارتىش قىلىشىدۇ.
ئاخىرقى ھېسابتا، ئامېرىكا «ئاساسىي قانۇن» دا: مەركىزىي ھۆكۈمەت ئىشتاتلار ئارا سودىنى باشقۇرىدۇ، ھەرقايسى ئىشتاتلار بولسا شىركەت باشقۇرۇش ۋە كونترول قىلىش ھوقۇقىنى داۋاملىق ساقلاپ قالىدۇ دەپ بەلگىلەندى. بۇ خىل ھوقۇقنى مەركەزلەشتۈرۈش ۋە ھوقۇقنى تەقسىم قىلىشنى بىرلەشتۈرۈپ ئورۇنلاشتۇرۇش ئامېرىكا شىركەتلىرىنىڭ تەرەققىياتى ئۈچۈن بوشلۇق قالدۇرۇپ قويدى.

ئامېرىكا ئىقتىسادىدا تۇرلۇك قانۇنىي بەلگىلىمىلەر ۋە تەرەققىيات شەكىللىرى بار. ھەرقايسى ئىشتاتلارغا يەرلىك ھوقۇقلارنى تەقسىم قىلىپ بېرىش ئىشتاتلار ئارا رىقابەتلىشىشنى كەلتۈرۈپ چىقاردى، بۇ ھال كۆپىنچە سودا تەرەققىياتى ئۈچۈن پايدىلىق بولۇپ، بۇنىڭ نەتىجىسىدە بىر ئىشتات يەنە بىر ئىشتاتنى مەغلۇپ قىلدى.

ھەرقايسى ئىشتاتلار ئىقتىسادىي جەھەتتىكى ئامىللارنى چىقىش قىلىپ، تېخىمۇ كۆپ شىركەتلەرنى ئۆز ئىشتاتىغا جەلپ قىلماقچى بولۇشتى، بۇنداق بولغاندا شىركەتلەردىن شىركەت بېجى ۋە تىزىملاش ھەققى يېغىۋالغىلى بولاتتى. مۇشۇ مەقسەتكە يېتىش ئۈچۈن، ئۇلار ئادەتتىكى شىركەت قانۇنلىرىغا تۇشمۇتۇشتىن ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈپ، بوسۇغىلىرىنى بەس - بەس بىلەن تۆۋەنلىتىشىپ، شىركەتلەرگە قويۇلدىغان تەلەپلەرنى بوشاشتۇرۇشتى.

ئىشتاتلار ئارىسىدىكى «تۆۋەنلىتىشنى قوغلىشىش مۇسابىقىسى» ئامېرىكا شىركەتلىرىگە ناھايىتى ئەۋزەل تەرەققىيات پۇرسىتى ئېلىپ كەلدى. ھوقۇقنى قويۇپ بېرىش تاكى 19 - ئەسىرنىڭ 30 - يىللىرىغىچە داۋاملىشىپ، ئالاھىدە ئىجازەت بېرىش گۇۋاھنامىسى ئاللىقاچان ئىشلىتىلمەس بولۇپ قالغان ئىدى. ئىشتات ھۆكۈمەتلىرى خۇددى يېڭى تۇغۇلغان بوۋاقنى تىزىملىتىش ئورنىغا ئوخشاش شىركەت تىزىملاش ئورنى تەسىس قىلىشتى.

«يوقسۇل رىچارد يىلنامىسى»

«يوقسۇل رىچارد يىلنامىسى» 1733 ـ 1758 - يىللىرى فىلادېلفىيا شەھىرىدە ھەر يىلى نەشر قىلىنىپ تۇردى. بۇ يىلنامىلار مۇستەملىكە خەلقلىرى ئارىسىدا ناھايىتى قارشى ئېلىندى. يىلنامە كالېندار، ھاۋا رايىدىن ئالدىن مەلۇمات، پەند - نەسىھەت، غىزا شەجەرىسى ھەمدە نۇرغۇن كىچىك بىلىم قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان. بۇلارنىڭ ئىچىدىكى ماقال - تەمسىل، ئەقلىيە سۆزلىرى، پەند - نەسىھەت قاتارلىقلارنىڭ بىر قىسمىنى فرانكلىننىڭ ئۆزى ئىجاد قىلغان ئىدى. ئۇلار فرانكلىننىڭ ئەمەلىي، كەڭ قورساق ۋە كىشىنى شاد - لاندۇرىدىغان گۈزەل سۆز - ئىبا - رىلىرىنى كەڭ تارقىلىشقا ئىگە قىلدى.



«يوقسۇل ريچارد يىلنامىسى»

ئەنگلىيەدىكى ئۇچ ئارالدا نەچچە يۈز يىل كۈرەش قىلىش ئارقىلىق قولغا كەلتۈرۈلگەن تۈزۈم مېۋىسى ئامېرىكىغا كۆچۈرۈپ كېلىنگەندىن كېيىن، بىر تەرەپتىن ئۇنىڭ تەرـ كىبىدىكى ئەنئەنىۋى يۈكلەر ئېلىپ تاشلانسا، بىر تەرەپتىن ئۇنىڭغا يەنە بىپايان مۇنبەت تۇپراق قوشۇلدى، شۇنىڭ بىلەن شىركەتلەر مىسلىسىز ئەركىنلىك ئىچىدە جۇش ئۇرۇپ راۋاجلاندى.

1830 ـ يىلى ئامېرىكىدا تەخمىنەن 8000 ئەترايىدا شىركەت ئەنگە ئالدۇرغان بولسا، 1860 ـ يىلىغا كەلگەندە تەخمىنەن 25 مىڭدىن 26 مىڭغىچە شىركەت تىزىمغا ئالدۇرغان. شۇڭلاشقا، ئامېرىكا شىركەتلىشىشتىكى بىرىنچى دۆلەت ھېسابلىنىدۇ.
(ريچارد شىراز ئامېرىكا نيۇيورك ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

شىركەتنىڭ بازارنىڭ چەكسىز تەلىپىگە قارىتا ئاساسەن بىر خىلا تۇغما قابىلىيىتى بار. ئامېرىكىدا بۇ بازار مىلتىق ۋە ئىسسىق قانلار بەدىلىگە تاۋلاپ چىقىلغان ئىدى.

1861 ـ يىلى، جەنۇب ـ شىمال ئۇرۇشى پارتلىدى. پىرېزىدېنت لىنكولىن دۆلەتنىڭ پارچىلىنىشى ئالدىدا قوللۇق تۈزۈمنى ساقلاپ قېلىش ياكى ئەمەلدىن قالدۇرۇش مۇھىم ئەمەس دەپ ئاشكارا ئىپادە قىلغان ئىدى. ئۇنداقتا قانداق نەرسە مۇھىم؟ ئۇ بولسىمۇ دۆلەتنىڭ پۈتۈنلۈكى ھەم شۇنداقلا دۆلەتنىڭ پۈتۈنلۈكى ئېلىپ كېلىدىغان چوڭ بازار ھەممىدىن مۇھىم ئىدى.

1862 ـ يىلى7 ـ ئاينىڭ1 ـ كۈنى، پىرېزىدېنت لىنكولىن «تىنچ ئوكيان تۆمۈر يولى قانۇنى» غا ئىمزا قويۇپ، ئىككى شىركەتكە شىمالىي

ئامېرىكا چوڭ قۇرۇقلۇقىنى توغرىسىغا كېسىپ ئۆتىدىغان تۆمۈر يولى ياساش هوقۇقىنى بېرىدۇ. «قانۇن لايىهەسى» گە ئىمزا قويۇلغان ۋاقىت، دۇنياغا مەشهۇر «قۇللارنى ئازاد قىلىش خىتابنامىسى» دىن 2 ئاي 21 كۈن بۇرۇن ئىدى.

تۆمۈر يول شىركىتى غايەت زور بايلىققا ئېرىشىپلا قالماي، بەلكى ئامېرىكىنى مۇكەممەل، بىرلىككە كەلگەن بىر بازارغا ئىگە قىلىپ، تېخىمۇ چوڭ بايلىق يارatتى.

(مىكائىل سىپېنسىي ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى ئاسپىرانتلار يۇرتىنىڭ پەخرىي مۇدىرى 2001 ـ يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساهىبى)

بىرلىككە كەلگەن، كۆلىمى غايەت زور بىر بازار پارچىلىنىش ئالدىدا تۇرغان دۆلەتنى قايتىدىن يەملەپ تۇتاشتۇرۇپلا قالماي، تېخىمۇ مۇهىمى، ئۇ ئامېرىكىلىقلاردا بايلىققا قارىتا يېڭىچە تەشنالىق ئۇرغۇتۇپ، دۆلەتكە يېڭى بىر ئالغا بېسىش كۈچىنى ئاتا قىلغان ئىدى.

پىرېزىدېنت بۇ نۇقتىنى تونۇپ يەتكەن ئىدى، 68 ياشقا كەلگەندە كەسىپ ئۆزگەرتمەكچى بولغان ۋاندېربىلتمۇ بۇ نۇقتىنى كۆرۈپ يەتكەن ئىدى. ئۇ نۇرغۇن قىسقا مۇساپىلىك تۆمۈر يوللارنى سېتىۋېلىپ، ئۇلارنى بىر بۆلەك، بىر بۆلەكتىن تۇتاشتۇردى. ۋاندېربىلت مۇكەممەل تۆمۈر يولدىن بىرنىمۇ ياساپ باقمىغان بولسىمۇ ئەمما بۇ كەسىپ ئۈچۈن ئەڭ كېرەكلىك بولغان نەرسە ــ تۆمۈر يول تورىنى بەرپا قىلدى.

ناۋادا مۇشۇ جەھەتلەردىن مۇلاهىزە قىلساق، كارخانىچىلار ئۆز كۆڭلىگە ئازرۇ ـ ئىستەكلەرنى پۈككەن هەمدە ئۇنى رېئاللىققا ئايلاندۇرالايدىغان ئىنسانلاردۇر، كارخانىچىنىڭ مەقسىتى بولسا ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان شەكىللەر ئارقىلىق بايلىقلارنى قايتىدىن تەشكىللەپ چىقىشتىن ئىبارەتتۇر. مانا بۇ كارخانىچى ئۇقۇمىغا بېرىلگەن تەبىر.

(گارز سالونبېر ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پىروفېسسورى)



لىنكولن

بازار ئىگىلىكىدە، ئېنىقسىز ئەھۋاللارغا دۇچ كەلگەن ۋاقتىمىزدا، نەزەر دائىرىسى كەڭ، كەلگۈسىنى ئېنىق كۆرەلەيدىغان بىر كىشىگە موھتاج بولىمىز، مانا مۇشۇنداق ساپاغا ئىگە بولغان ئادەم دەل كارخانىچىدۇر.

(جېيىك ۋېيىن بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى گۇاڭخۇا باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

تىنچ ئوكيان تۆمۈر يولى

تىنچ ئوكيان تۆمۈر يولى ئامېرىكىنىڭ ئىقتىسادىي تەرەققىياتى ئۈچۈن غايەت زور تۆھپە قوشقان تۆمۈريولدۇر. مۇئەييەن ئەھمىيەت نەزىرىدىن ئېيتقاندا، دەل مۇشۇ تۆمۈر يول ئامېرىكىنى بۈگۈنكى مۇۋەپپەقىيەتلەرگە ئېرىشتۈرگەن ئىدى. ئۇنىڭ ئومۇمىي ئۇزۇنلۇقى 3000 كىلومېتىردىن ئارتۇق بولۇپ، پۈتكۈل شىمالىي ئامېرىكىنى كېسىپ ئۆتىدۇ.

ۋاندېربىلت تۆمۈر يول تورى ئەۋزەللىكىدىن پايدىلىنىپ تىرانسپورت چىقىمىنى تۆۋەنلىتىدۇ؛ ئەرزان باھا يەنە تېخىمۇ كۆپ خېرىدارلارنى ئۆزىگە جەلپ قىلىدۇ. بۇنىڭغا ئەگىشىپ ئۇزۇكسىز كېڭەيگىنى بولسا ۋاندېربىلتنىڭ بايلىقى ۋە نام - شۆھرىتى بولۇپ، ئۇ ئىسمى - جىسمىغا لايىق تۆمۈر يول شاھىغا ئايلىنىدۇ.

تۆمۈر يول ئۇزۇراپ قەيەرگە بارسا شۇ يەر قاقاسلىق بىلەن خوشلىشىدۇ. تىرانسپورت كەسپى، ياساش كەسپى، تۇرلۇك ماللار كەسپى، شۇنداقلا تېخىمۇ چوڭ شىركەتلەر دۆلەت ۋە شەخسلەرنىڭ قىياپىتىنى تېز سۈرئەتتە ئۆزگەرتمەكتە ئىدى.

جاسارەت، ئېتىقاد، ئۆزىگە خاس نەزەر دائىرىلەرگە ئاز ـ تولا ئامەت قوشۇلۇپ ئاددىي كىشىلەر توغرىسىدىكى ئاجايىپ ـ غارايىپ ھېكايىلار ئۇزۇكسىز ئوتتۇرىغا چىقىپ تۇراتتى.

1864 ـ يىلى، 24 ياشقا كىرگەن روكفېللېر يىغىپ توپلىغان 4000 دوللار پۇلىنى ئاچچىقىپ بىر نېفىت ئايرىش زاۋۇتى قۇرىدۇ.

روكفېللېر بولسا بىر كۆچمەن ئائىلىنىڭ چوڭ ئوغلى بولۇپ، ناھايىتى كىچىك ۋاقتىدىن تارتىپلا ئانىسى بىلەن بىرگە ئائىلىسىنى قامداش يۈكىنى زىممىسىگە ئالغان ئىدى. ئەمما ئۇ ئەزلىدىن تەقدىرنى ئۆزىگە ئادىللىق قىلمىدى دەپ ئاغرىنىپ يۈرمەيتتى ھەم يەنە ئۆزىنى يالىۋالغان غوجايىنىدىنمۇ ئاغرىنمايتتى.

ئوتتۇرا ياشلارغا بارغاندا، روكفېللېر ئوغلىغا يازغان خېتىدە مۇنداق دەپ يازىدۇ: «زادى كىم ساڭا ئىشقا ئورۇنلىشىش پۇرسىتى بەردى؟ كىم ساڭا ئائىلە قۇرۇش مۇمكىنچىلىكى بەردى؟ كىم سېنى ئۆزۈڭنى تەرەققىي قىلدۇرۇش ئىمكانىيىتىگە ئىگە قىلدى؟ خىزمەت قىلىشنىڭ ئۆزى بىر خىل پوزىتسىيە، ئۇ بىزنىڭ خۇشاللىقىمىز ۋە قايغۇمىزنى بەلگىلەيدۇ.»



تىنچ ئوكيان تۆمۈر يولىنىڭ پۈتۈشى



جون. روكفېللېر

روكفېللېر خىزمەتنى ناھايىتى بېرىلىپ ئىشلەيتتى، تۇرمۇشتا بولسا تولىمۇ ئىقتىسادچىل ئىدى. بىز ھازىر كۆرەلەيدىغان ئۇنىڭ ئەڭ دەسلەپكى ھېسابات دەپتىرىنى ئۇ 16 ياش ۋاقتىدا يېزىپ قالدۇرغان ئىدى.

روكفېللېرنىڭ ھېسابات خاتىرىلەش ئادىتى بار ئىدى. مەسىلەن: كىر يۇيۇش چىقىمى، ياتاقتا يېتىش چىقىمى، مۇشۇلارنىڭ ھەممىسىنىڭ خاتىرىسى بار ئىدى. ئۇ ئاز - تولا ھاللىنىپ قالغاندىن كېيىن، ۋاقتىدا قەرزلىرىنى قايتۇرۇۋېلىشقا قولايلىق بولۇشى ئۈچۈن، ئۆتمۈشتە كىملەرگە پۇل ئارىيەت بېرىپ تۇرغانلىقى، كىمنىڭ ئۇنىڭغا قەرزدار ئىكەنلىكى، قاچان ۋاقتى توشىدىغانلىقىنى خاتىرىلەپ قويىاتتى.

ھېسابات خاتىرىلەش روكفېللېرنىڭ ئۆمۈرلۈك تۇرمۇش ئۇسۇلى ۋە خىزمەت ئۇسۇلى بولۇپ كەلگەن ئىدى.

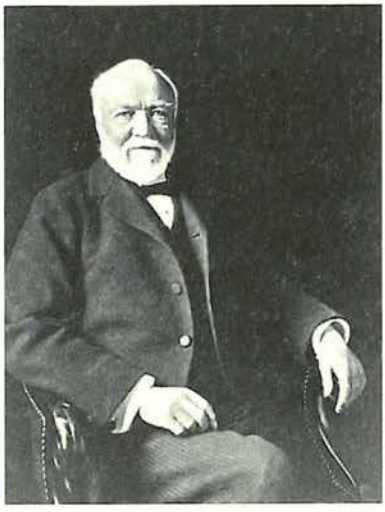
ئۇنىڭ نېفت ئايرىش زاۋۇتىدا پىشقىلاپ ئىشلەنگەن بىر گاللون خام نېفتنىڭ تەننەرخى بىر تىيىننىڭ مىڭدىن بىر خانىسىغچە ھېسابلىناتتى! ئەگەر زۆرۈر تېپىلسا روكفېللېر ھەتتا بېنزىن باكىنىڭ ھەربىر پۈرۈپكىسىنىڭ قەيەرگە كەتكەنلىكىنى شەخسەن ئۆزى بېرىپ سۈرۈشتە قىلاتتى. تەننەرخنى كونترول قىلىش شىركەتنى تېخىمۇ بازار رىقابەت كۈچىگە ئىگە قىلغان

جون روكفېللېر

جون روكفېللېر (1839 ـ 1937)، ئامېرىكىلىق تىجارەتچى، موبىل نېفت شىركىتى (ئۆلچەملىك نېفت) نىڭ قۇرغۇچىسى. ئۇ ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان بىر خىل بىرلەشمە كارخانا ـ توراست شىركىتىنى قۇرغان. روكفېللېر قوشۇۋېلىش ۋە كېڭەيتىش ئارقىلىق ئامېرىكا نېفت سانائىتىنى مونوپول قىلىپ، كىشىلەر تەرىپىدىن «نېفت شاھى» دەپ ئاتالغان.

ئاندرېۋ كارنىگى

ئاندرېۋ كارنىگى (1835ـ1919)، 20 - ئەسىرنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدىكى دۇنيا پولات - تۆمۈر شاھى بولۇپ، شوتلاندىيەدە دۇنياغا كەلگەن. كارنىگى قۇرۇق قول ئىگىلىك تىكلەش ئارقىلىق ئالاھىدە چوڭ تىپتىكى پولات - تۆمۈر بىرلەشمە كارخانىسىنى ۋۇجۇدقا چىقىرىپ، ئامېرىكىنىڭ پۈتكۈل پولات - تۆمۈر بازىرىنى ئاساسەن مونوپول قىلىۋالغان. كارنىگى روكفېللېر، مورگىن قاتارلىقلار بىلەن بىرلىكتە ئەينى ۋاقىتتىكى ئامېرىكا ئىقتىساد ساھەسىدىكى ئۈچ ماگناتنىڭ بىرى بولغان ئىدى. ئۇ ھايات ۋاقتىدا مال - مۈلكىنىڭ ھەممىسىنى دېگۈدەك جەمئىيەتكە ئىئانە قىلىپ، ئالەمدىن ئۆتكەندىن كېيىن نوبېل مۇكاپاتى تەسىس قىلغان شۋېتسىيەلىك ئالىم، تىجارەتچى نوبېلنىڭ گۈزەل نامىغا جور بولغانلىقى ئۈچۈن ئامېرىكىلىقلارنىڭ قەلبىدىكى قەھرىمان ۋە شەخسلەرنىڭ كۆرەش قىلىش ئۇلگىسىگە ئايلانغان.



ئاندرېۋ كارنىگى

بولۇپ، ھەر گاللون بېنزىننىڭ باھاسى 88 ئامېرىكا سىنتتىن 5 ئامېرىكا سىنتقا چۈشۈپ قالغاندىن كېيىنمۇ روكفېللېر- نىڭ كارخانىسى يەنىلا پايدا ئالالايتتى.

روكفېللېرنىڭ قاتتىق تەدبىرلىرى ئۇنىڭ كەسىپلەر رىقابىتىگە بولغان ئېنىق تونۇشىدىن كەلگەن. ئەينى يىللاردا، نېفىت ئائىلىلەردە ئىشلىتىلىدىغان يېقىلغۇدىن تەدرىجىي ھالدا سانائەتنىڭ قېنىغا ئۆزگەرگەن ئىدى.

شۇڭلاشقا، مۇنەۋۋەر بىر كارخانىچى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئۇ يېڭىدىن گۈللەنگەن كەسىپلەرگە بولغان ئېھتىياجنى تونۇپ يەتكەن ئىدى. بۇ كەسىپلەر ئەينى زامانلاردا ئەسلا مەۋجۇت ئەمەس ئىدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە

ھۆكۈمەتمۇ ئەلۋەتتە بۇ كەسىپلەرنى بارلىققا كەلتۈرمەيتتى، شۇنىڭ بىلەن بۇ كارخانىچىلارنىڭ ئىشى بولۇپ قالدى.
(ئارسۇر بورنىفاس كارنىگى مىللون ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ناۋادا شەخسىتە ئەركىنلىك بولمىسا، قانۇن ۋە مەدەنىيەتمۇ كىشىلەرنى تەۋەككۈلچىلىك قىلمىش، يېڭىلىق يارىتىشقا ئىلھاملاندۇرالمىسا، بۇ جەمئىيەتتە ھەقىقىي كارخانىچىلارنىڭ مەيدانغا كېلىشى مۇمكىن ئەمەس ئىدى.
(جىياڭ ژېيىين بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى گۇاڭخۇا باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

1870 ـ يىلى، 31 ياشقا كىرىپ قالغان روكفېللېر ئىككى نېفىت ئايرىش زاۋۇتى بىلەن بىر نېفىت ئېكسپورت شىركىتىنى بىرلەشتۇرۇپ، موبىل نېفىت شىركىتىنى قۇرۇپ چىقتى. ئەينى زامانداش، ئۇ مۇنداق بىر جۈملە سۆزنى دائىم ئاغزىدىن چۈشۈرمەيتتى: «مەن تەڭرى ئاتا قىلغان ئامەتكە تايىنىپ ھايات كەچۈرۈشنى خالىمايمەن، ئەمما مەن پىلانلاش ئارقىلىق كەلگەن ئامەتكە تايىنىپ روناق تاپمەن.»
ئاشۇ ۋاقىتتىن باشلاپ، روكفېللېرنىڭ ئىشخانىسىنىڭ تېمىدا بىر پارچە خەرىتە كۆپەيگەن بولۇپ، خەرىتىدە بارلىق نېفىت ئايرىش سودىگەرلىرىنىڭ ئورنى بېرىلگەن ئىدى. 1872 ـ يىلى 2 ـ ئاينىڭ 17 ـ كۈنىدىن 3 ـ ئاينىڭ 28 ـ كۈنىگىچە بولغان قىسقىغىنە 39 كۈن ئىچىدە، روكفېللېر بىر قېتىمدىلا 22 رەقىبىنى قوشۇۋېلىپ، 48 سائەت ئىچىدە ئۇدا ئالتە نېفىت ئايرىش زاۋۇتىنى سېتىۋالغان ئىدى.
1872 ـ يىلىدىكى روژدېستۋا بايرىمى ھارپىسدا روكفېللېر بىر روژدېستۋا سوۋغىسى ـ بىر بوتۇلكا ئۇزۇم ھارىقى تاپشۇرۇۋالىدۇ. روكفېللېرنىڭ تونۇشلىرىنىڭ ھەممىسى ئۇنىڭ پروتېستانت مۇخلىسى ئىكەنلىكىنى، ئەزەلدىن ھاراقنى زادىلا ئىچمەيدىغانلىقىنى بىلەتتى. ئۇنداقتا، بۇ پەقەت بىر ھەزىل چاقچاقمۇ ياكى باشقا بىرەر سەۋەبى بارمۇ؟
ھاراق ئىگىسىنىڭ ئىسمى كارنىگى بولۇپ، ئامېرىكىنىڭ «پولات ـ تۆمۈر شاھى» ئىدى.

روكفېللېر خۇددى نېفىت كەسپىگە ئوخشاش تۆمۈر رۇدىسى كەسپىگە كىرمەكچى بولىدۇ. كارنىگى دەسلىپىدە بۇنى ناھايىتى كۈلكىلىك ئىش ھېس قىلىدۇ، شۇڭلاشقا ئۇنى مەسخىرە قىلىپلا قالماي، بەلكى يەنە ئۇنىڭغا بىر لەقەم قويۇپ، ئۇنى «روكفېللېر يارماس» دەپ ئاتايدۇ.

كارنىگى شوتلاندىيەلىك كۆچمەن بولۇش سۈپىتى بىلەن 12 يېشىدا ئامېرىكا تۇپرىقىغا تۇنجى قېتىم قەدەم قويغان بولۇپ، ئائىلىسى نامرات بولغانلىقى ئۈچۈن ئاساسىي جەھەتتىن مەكتەپ يۈزى كۆرمىگەن ئىدى. ئۇنىڭ ئەڭ چوڭ ئارمىنى بولسا 35 ياشقا كىرگەندە پېنسىيەگە چىقىش، ئاندىن ئوكسفورد ئۇنىۋېرسىتېتىغا كىرىپ ئوقۇش ئىدى. بۇنىڭ ئۈچۈن ئۇ جېنىنىڭ بارچە پۇل تاپتى.

خۇددى قەدىمكى ئافىنالىقلار ئېيتقانغا ئوخشاش: يوقسۇللۇقنى ئېتىراپ قىلىش نومۇس ئەمەس، تىرىشىپ يوقسۇللۇقنى يەڭمەسلىك ھەقىقىي چۈشكۈنلۈك ھېسابلىنىدۇ.

14 يېشىدىن باشلاپ، كارنىگى ھەپتىدە بىر دوللار ئىش ھەققى ئېلىش ئۈچۈن، بىر ھەپتىدە ئالتە كۈن، ھەر كۈنى 12 سائەت ئىشلەيدۇ. بىر يىلدىن كېيىن، ئۇنىڭ ئىش ھەققى بىر ھەسسە ئۆسىدۇ، چۈنكى ئۇ تېلېگرامما يوللاش خىزمىتىنى ئۆگىنىۋالغان ئىدى.

ئەينى ۋاقىتتا تېلېگرامما يېڭىلىق ھېسابلانغانلىقى ئۈچۈن، شۇ سەۋەبلىك نۇرغۇن خىزمەت پۇرسەتلىرى بۇ ياشقا ئۆزىنىڭ قۇچىقىنى كەڭ ئاچقان ئىدى.

33 ياشقا كىرگەندە، كارنىگى ئۆز غايىسىنى ئەملىگە ئاشۇرۇش ئىقتىدارىنى ھازىرلايدۇ. بۇ ۋاقىتتا ئۇ پېنسىلۋانىيە تۆمۈر يول شىركىتىنىڭ ئاساسلىق كەسپىي باشقۇرغۇچىسى بولۇپ، يىللىق مائاشى 50 مىڭ دوللار، قولىدا بولسا 400 مىڭ دوللار قىممىتىدىكى تۆمۈر يول ئاكسىيەسى بار ئىدى.

كارنىگى خىزمىتىدىن ئىستېپا بېرىپ ئەنگلىيەگە بارىدۇ. ئەمما ئۇ ئوكسفورد ئۇنىۋېرسىتېتىغا ئوقۇشقا ئەمەس، بەلكى بارلىق پۇلىغا ئەڭ ئىلغار پولات تاۋلاش ئوسكۇنىلىرى سېتىۋېلىپ، ئەڭ ياخشى پولات تاۋلاش ئىنژېنېرى تەكلىپ قىلغىلى بارغان ئىدى، چۈنكى ئۇ پولات - تۆمۈرنىڭ تۆمۈر يول دەۋرىدىكى ئەڭ بازارلىق مەھسۇلات بولۇپ قالىدىغانلىقىنى كۆرۈپ يەتكەن ئىدى.

ئۇ تامامەن يېڭى بىر ساھە ئىدى. خۇددى بۇگۈنكى كۈندىكى ئىنتېرنېت تورى ۋە تېخنىكا بىلەن شۇغۇللانغۇچى كىشىلەرنىڭ ھەممىسە كېيىنكى قەدەمدىكىسى نېمە دەپ سوربغىنىغا ئوخشاش، كارنىگى بىر كارخانىچى بولۇش سۈپىتى بىلەن، نېمىنىڭ يېڭى شەيئى، نېمىنىڭ كەلگۈسى ئىكەنلىكىنى چۈشىنەتتى. ۋاھالەنكى 19 - ئەسىردە بولسا، كېيىنكى قەدەمدىكىسى تېلېگرامما، كېيىنكى قەدەمدىكىسى پولات - تۆمۈر ئىدى.
(ستېۋارت بلومىڭ ئامېرىكا كورنېل ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

بىر قىسىم كىشىلەر ئىنزچىل ئېگىلمەس جاسارەت بىلەن ئالغا بېسىپ كەلدى، بۇنىڭ سەۋەبى بولسا بۇ خىل روھ ئۇلارنىڭ گېنىدا يىلتىز تارتقان بولۇپ، ئۇلار دەل مۇشۇ خىلدىكى ئىنسانلاردۇر.
(رىچارد تېدلوۋ ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پروفېسسورى)

ئەركىن رىقابەتلىشىش پۇتۇن جەمئىيەتتىكى كۈرەش قىزغىنلىقىغا ئەڭ باي ياشلارنى تاللاپ چىقىدۇ. ئۆتمۈشتە ئاچ - يالىڭاچلىقنىڭ دەردىنى يەتكۈچە تارتىپ، ئىمتىيازلارنىڭ سىرتىدا تۇرمۇش كەچۈرگەن بۇ كىشىلەر ئەركىنلىككە ئېرىشكەندىن كېيىن، ئۇلار نامايان قىلغان ئىجادچانلىق كۈچى كىشىلەرنىڭ ھۆرمىتىنى قوزغايدۇ.
كارنىگى ئىشلەپچىقىرىش تەرتىپىنى قايتىدىن پىلانلاپ، تۆمۈر رۇدىسى قېزىشتىن تارتىپ تاكى ئەڭ ئاخىرىدا مەھسۇلاتلارنىڭ زاۋۇتتىن چىقىشىغىچە بولغان ئىش تەرتىپلىرىنى بىر يېپىق «ئاقما لىنىيە» قىلىپ لايىھەلەپ چىقىدۇ. ئەمەلىيەتتە، كارنىگىنىڭ زاۋۇتى بەلكىم دۇنيادىكى تۇنجى «ئاقما لىنىيە» لىك ئىشلەپچىقىرىش تۈزۈمىنى قوللانغان كارخانا ھېسابلىنىشى مۇمكىن.
20 يىلغا يەتمىگەن ۋاقىت ئىچىدە، كارنىگى ھەربىر تونىنا پولات - تۆمۈرنىڭ باھاسىنى 100 دوللاردىن 12 دوللارغا تۆۋەنلىتىدۇ. ئەمما، روكفېللېر ئەكسىچە توساتتىن ئۈسۈپ كىرىپ، زور مىقداردا تۆمۈر رۇدىسى كانلىرىنى سېتىۋالىدۇ.

تېخىمۇ چاتاق بولغىنى، خەۋرلەردە روكفېللېرنىڭ بىر پولات ـ تۆمۈر زاۋۇتى قۇرۇپ، چىكاگودا ياكى كلېۋېلاندتا كارنىگى بىلەن رىقابەتلەشمەكچى بولۇۋاتقانلىقى ئېيتىلغان ئىدى. كارنىگى بۇ خەۋەرنى ئاڭلىغاندىن كېيىن قاتتىق چۆچۈپ كېتىدۇ.

سودا مەيدانى خۇددى جەڭ مەيدانىغىلا ئوخشايدۇ. قارىماققا بىر مەيدان ئېلىشىشتىن ساقلانماق قىيىن كۆرۈنەتتى.

كارنىگى بولسا ئەكسىچە رەقىبىنى سۆھبەت ئۈستىلىگە تەكلىپ قىلىدۇ. ئۇ روكفېللېرغا مۇنداق دەيدۇ: «ناۋادا سىز پولات ـ تۆمۈر كەسپىگە قول تىقمىسىڭىزلا مەن سىزنىڭ بارلىق تۆمۈر رۇدا كانلىرىڭىزنى سېتىۋالىمەن.»

كارنىگى مۇڭۇپپەقىيەت قازىنىدۇ. ئالماشتۇرۇش سۆپىتىدە، ئۇ روكفېللېرنىڭ تۆمۈر يولى ۋە كېمە ـ پاراخوتلىرى ئارقىلىق ئۆزىنىڭ بارلىق تۆمۈر رۇدىلىرىنى توشۇماقچى بولدى.

«ئۆزىدىن كۆچلۈك ئادەم بىلەن كۆرەش قىلماي بەلكى ئۇنىڭ بىلەن ھەمكارلىشىش كېرەك.» بۇ كارنىگى بىر ئۆمۈر ئېتىقاد قىلىپ كەلگەن «ساۋات» ئىدى. ئۇ يەنە باشقىلارنىڭ ئۆز قەبرە تېشىغا ئويۇپ قويۇشى ئۈچۈن ئالايىتەن بىر جۈملە سۆزنى يېزىپ قويغان ئىدى، يەنى ئۇ بولسىمۇ: «بۇ يەردە ياتقان ئادەم ئۆزىدىن تېخىمۇ قابىلىيەتلىك كىشىلەردىن پايدىلىنىشقا ماھىردۇر.»

ھەمكارلىشىش بولسا ئىدراكلىقنىڭ نەتىجىسىدۇر.

بىرمەنە چاقچاق قىلىشنى ياخشى كۆرىدىغان كارنىگى بىلەن كېڭەيمىچىلىكنى ياخشى كۆرىدىغان روكفېللېردىن ئىبارەت ئىككى كىشىنىڭ ئىدراكلىقى بولسا ئۇلارنىڭ ئارقىسىدىكى جاۋابكارلىقى بولغان ئاشۇ ئاپپارات ـ شىركەتتىن كەلگەن ئىدى. چۈنكى ئاپپاراتنىڭ ئىدراكلىقى شەخسىنىڭ ئىدراكلىقىدىن ئۈستۈن تۇراتتى. خۇددى ئىقتىسادشۇناس گېل بروئېن ئېيتقانغا ئوخشاش: ھەمكارلىشىش بىلەن شەخسىيەتچىلىكنىڭ بىرىكىشىدىكى ئەڭ مۇڭۇپپەقىيەتلىك بولغان مىسال دەل شىركەتتۇر.

بۇ مەزگىلدە، «مىليونېر» دېگەن ئىبارە ئامېرىكىلىقلارنىڭ لۇغەت

تەركىبىگە كىرىپ كەلگەن ئىدى. ساناقسىز كىچىك شىركەتلەر غايىب بولۇپ، ئۇلارنىڭ ئورنىنى بىر - بىرلەپ نامراتلار مەھەللىسىدە دۇنياغا كەلگەن مىليونېرلار ئىگىلىمەكتە ئىدى. ئۇلارنىڭ ئارقىسىدا بولسا ھەربىرىنىڭ بايلىقى دۆلەتكە تەڭ كەلگۈدەك چوڭ شىركەتلەر بار ئىدى.

2. يېتىشۈپلىش ئۈچۈن غەيرەت بىلەن قوغلاپ كېلىۋاتقان ياۋروپا

ئامېرىكا تۆمۈر يول شاھى، نېفىت شاھى، پولات - تۆمۈر شاھى قاتارلىقلارنى ئاپىرىدە قىلغان مەزگىللەردە، گېرمانىيە شىركەتلىرىمۇ شىددەت بىلەن باش كۆتۈرۈپ چىقىشقا باشلىغان ئىدى.

19 - ئەسىرنىڭ 80 - ۋە 90 - يىللىرى، گېرمانىيە ئىقتىسادى تېز سۈرئەت بىلەن ئاشتى. ئەينى مەزگىلدە دەل 2 - قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابى ئېلىپ بېرىلىۋاتقان بولۇپ، ئىقتىسادنىڭ ئۆسۈشىگە تۈرتكە بولىۋاتقىنى يالغۇز كۆمۈرچىلىك، پولات - تۆمۈر ياكى تۆمۈر يول قاتارلىقلارلا بولماستىن، بەلكى يەنە خىمىيە سانائىتى ۋە ئېلېكتر كەسپى قاتارلىقلارمۇ مەيدانغا كەلگەن ئىدى. گېرمانىيە شىركەتلىرىنىڭ بۇ مەزگىلدىكى ئالاھىدىلىكلىرى بولسا ، ئىلىم - پەن، تەتقىق قىلىپ ئېچىش ۋە ئىشلەپچىقىرىشنى زىچ بىرلەشتۈرۈش ئىدى.

گېرمانىيەدە، 1840 - يىلى 1 - ئاينىڭ 16 - كۈنى، قار ئارىلاش يامغۇر ياغماقتا ئىدى. 24 ياشلىق پېرۇسسىيەلىك كەنجى لېيتېنات ۋېرنا فان سىمېنس شۇ تاپتا قەھرىتان سوغۇقتىنمۇ ئېغىر زەربىگە ئۇچرىماقتا ئىدى. چۈنكى قىسقىغىنە يېرىم يىل ئىچىدە ئۇنىڭ ئانا - ئانىسى ئالەمدىن ئۆتۈپ، ئۇنىڭغا توققۇز ئىنى - سىڭلىسىنى ۋە بىرمۇنچە قەرزنى قالدۇرۇپ كەتكەن ئىدى.

ئائىلىسىنى بېقىشتەك مۇشكۈل ۋەزىپىنى زىممىسىگە ئالغاندىن كېيىن، ئالدى بىلەن قىلىشقا تېگىشلىك ۋەزىپىسى ئەلۋەتتە پۇل تېپىش ئىدى. نامرات ئائىلىدە تۇغۇلۇپ، يانچۇقىدا بىرتىنمۇ يوق بۇ ياش ئەمدى ئىشنى قەيەردىن باشلىشى كېرەك؟

ئۇنىڭ بىردىنبىر يۆلەنچۈكى بولسا ئۆزىنىڭ ئەقىل - پاراسىتىلا ئىدى.

گېرمانىيە بىرلىككە كېلىشتىن ئىلگىرىلا، پىرۇسسىيە ھۆكۈمىتى مىليونلىغان ژېرنا فان سىمېنسقا ئوخشاش مۇشۇنداق كىشىلەرنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشى ئۈچۈن شارائىت يارىتىپ بەرگەن ئىدى. بۇلارنىڭ ئىچىدىكى ئەڭ ئەھمىيەتلىك بىر نۇقتا شۇكى، پىرۇسسىيە ھۆكۈمىتى مائارىپنى زور كۈچ بىلەن قوللىغان ئىدى. ھۆكۈمەت كەسىپداشلار ئۇيۇشمىسى مەكتىپى ۋە كەسىپىي مەكتەپلەرنىڭ تەرەققىياتىنى زور كۈچ بىلەن قوللاپ، كەسىپداشلار ئۇيۇشمىلىرىنىڭ مەسئۇللىرى، تېخنىكا ئىشچىلىرىنى تەربىيەلەش ئارقىلىق كەسىپداشلار ئۇيۇشمىلىرىدىكى ئەمگەكچىلەرنىڭ ساپاسىنى يۇقىرى كۆتۈرگەن ئىدى.

بۇنداق سانائەت مەكتەپلىرى ماشىنا ياساش، ئېلېكتىر تېخنىكىلىرىنىڭ تەرەققىياتىدا مۇھىم روللارنى ئوينىغان ئىدى. مەكتەپ پۈتكۈزگەن كۆپ سانداكى ئوقۇغۇچىلار سانائەت كەسىپلىرىگە ئاتلانغان بولۇپ، ئۇلار ئىشلەپچىقىرىش ئورۇنلىرىدىلا خىزمەت قىلىپ قالماي، بەلكى يەنە كارخانىلارنىڭ تەتقىقات ئورۇنلىرىدىمۇ خىزمەت قىلاتتى.

1872 - يىلىغا كەلگەندە، يالغۇز مېيۇنخېن ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ تەتقىقاتچىلىرىلا ئەنگلىيەنىڭ ھەرقايسى ئالىي مەكتەپلىرىدىكى خىمىيە تەتقىقاتچىلىرىنىڭ ئومۇمىي سانىدىنمۇ ئېشىپ كەتتى. بېرلىن ئىنستىتۇتى بولسا ئىككى يىللىق كۇرس ئېچىپ، زاۋۇتلارنى قانداق قۇرۇش ۋە باشقۇرۇش توغرىسىدىكى دەرسلەرنى ئۆتتى.

ئىلىم - پەن، تەتقىقات ۋە ئىشلەپچىقىرىش گېرمانىيەدە تۇنجى قېتىم بىرلەشكەن بولۇپ، بېرلىن تۇپچى قىسىملار ئىنستىتۇتىنى پۈتكۈزگەن ژېرنا فان سىمېنس بۇنداق قابىلىيەتلەرنىڭ ھەممىسىنى ئۆز جىسمىغا مۇجەسسەم قىلغان ئىدى.

ژېرنا فان سىمېنسنىڭ زامانداشلىرى ئارىسىدىكى رىقابەتچىلەردىن خېلىلا ئۈستۈن تۇرۇشىدىكى ھەل قىلغۇچ ئامىل بولسا، ئۇ پەقەت تېخنىك ۋە تەتقىقاتچى بولۇپلا قالماي، بەلكى ئۇنىڭدا يەنە ناھايىتى يۇقىرى سودا تالانتىنىڭ بولغانلىقىدا ئىدى. ئۇ ئېلېكتىر ئۇسكۇنىلىرىنى كەشىپ قىلىپ، ئۇلارنى بازارغا سالدى، ھەمدە ئۇلارنى ئۆزۈكسىز يېڭىلاپ تۇردى، ئۇ

يەنە ئۇلارنى بازاردا قانداق سېتىپ ئاردىدن پايدا ئېلىشنىمۇ بىلەتتى.
(فرانك ۋىتتىندولف گېرمانىيە سىمېنس شىركىتى ئارخىپخانىسى باشلىقى)

1843 - يىلى، سىمېنس ئېلېكتىر بىلەن ھەل بېرىش تېخنىكىسىنى كەشىپ قىلىدۇ، ھەمدە ئۇنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا ئەنگلىيە بازىرىغا سالىدۇ. بۇنىڭ بىلەن پۈتكۈل ئائىلىسىنىڭ تۇرمۇشىمۇ كۆرۈنەرلىك ياخشىلىنىدۇ. يەتتە يىللىق تىرىشچانلىق كۆرسىتىش ئارقىلىق، 31 ياشقا كەلگەندە، سىمېنس بىرقانچە تۈرلۈك كەشپىياتلارنىڭ پاتېنتىغا ئىگە بولىدۇ.

ھالبۇكى، ئۇ پەقەت ئۆز تەقدىرىنى ئۆزگەرتىش بىلەنلا قانائەت ھاسىل قىلمايدۇ.

1847 - يىلى10 - ئاينىڭ12 - كۈنى، سىمېنس خۇلاسكىر بىلەن ھەمكارلىشىپ شىركەت قۇرىدۇ. 20 يىلدىن كېيىن، سىمېنسنىڭ كەشپىياتى مېخانىك قۇۋۋىتىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا ئېلېكتىر قۇۋۋىتىگە ئايلاندۇرىدۇ. شىركەتنىڭ تۈرتكىسى ئارقىسىدا، ئېلېكتىرلىشىش دەۋرى باشلىنىدۇ.

گېرمانىيەدە، ئىقتىسادنىڭ ئۆسۈشىگە تۆھپە قوشقان كارخانىچىلار ناھايىتى يۇقىرى مەرتىۋىلەرگە سازاۋەر بولاتتى. 1889 - يىلى، گېرمانىيە پادىشاھى سىمېنسقا ئۆز قولى بىلەن ئاقسۆڭەك مەرتىۋىسى بېرىدۇ. نۇرغۇن جايلار سودىگەرلەرنى ئاقسۆڭەكلەرگە ئايلاندۇرۇش بىلەن ئالدىراش بولۇۋاتقاندا، گېرمانىيەدە بولسا سودىگەرلەرنى ئاقسۆڭەك دەپ بىلىشەتتى.

19 - ئەسىردە، سانائەت ئىنقىلابىنى ئالدى بىلەن تاماملىغان ئەنگلىيە يەر شارى ئىقتىسادىنىڭ باشلامچىسى ئىدى. ھالبۇكى، ئامېرىكا ۋە گېرمانىيەلەرنىڭ يېڭى چوڭ كارخانىلارنى تەرەققىي قىلدۇرۇپ، يېڭىچە تەشكىللەش ئۇسۇللىرىنى كىرگۈزۈشىگە ئەگىشىپ، دۇنيانىڭ كۈچ تەڭپۇڭلۇقى بۇزۇلۇشقا باشلىغان ئىدى.

1913 - يىلى، ئامېرىكا ئىشلەپچىقارغان تاۋارلار دۇنيا بازىرىنىڭ 36% نى، گېرمانىيە 16% نى، ئەنگلىيە بولسا ئەكسىچە 14% نى ئىگىلىگەن ئىدى.

بىر نەپەر ئەنگلىيەلىك ئىقتىسادشۇناس ھەسرەت چېكىپ مۇنداق دېگەن ئىدى: «بىزنىڭ ئەڭ باي سودىگەرلىرىمىز تۈيۈقسىز غايىب بولدى؛ ئۇلارنىڭ ئوغۇللىرى بايلىقتىن ۋاز كېچىشىپ، ئاتىلىرىنىڭ كەسپىنى مازاق قىلىشىپ، تېخىمۇ ئابرۇيلۇق مۆتىۋەرلەردىن بولۇشنى تەسەۋۋۇر قىلىشتى، ئارقىدىنلا ئەجدادلىرى قالدۇرۇپ كەتكەن كۆچمەس مۈلۈكلەرنى ھاماقەتلەرچە بۇزۇپ چېچىشتى.»

ئەنگلىيە ئۆتمۈشتە «كىچىك دۇكانداrlar دۆلىتى» دەپ ئاتالغان بولسىمۇ، ھالبۇكى بۇ مەزگىلگە كەلگەندە ئەكسىچە كارخانىچىلارنى «ئىككى قولىنى پۇل بۇلغىۋەتكەن كىشىلەر» دەپ مازاق قىلىشاتتى.

ئەنگلىيەلىكلەر مۆتىۋەرلەر بىلەن سەنئەت ھەۋەسكارلىرىغا چوقۇنۇپ، سودىگەر، پۇل تاپقان كىشىلەر ۋە كەسپىي دىرېكتورلارنى كەمسىتىشەتتى. بۇ خىل خاھىش تاكى 20 ـ ئەسىرنىڭ 70 ـ يىللىرىغىچە داۋام قىلدى. بۇنىڭ ئەنگلىيەگە بولغان زىيىنى ناھايىتى چوڭ بولۇپ، ئەنگلىيەدىن ئىبارەت تۇنجى سانائەت دۆلىتىنى ناھايىتى چوڭ بازار سالمىقى ۋە رەھبەرلىك ئورنىدىن مەھرۇم قىلغان ئىدى.

(فرانسىيە ئىنقىلابىدىن كېيىنكى سىمېنس شىركىتى ئارخىپىخانىسى باشلىقى)

سىمېنس

سىمېنس (1816 ـ 1892)، گېرمانىيەلىك قۇرۇلۇش مۇتەخەسسىسى، كارخانىچى، ئۇ گېنېراتور، ئېلېكتىر موتورى، تىرامۋاي ۋە كومپاس شەكىللىك تېلېگراممىا ئاپپاراتى قاتارلىقلارنىڭ كەشپىياتچىسى، دېگىز ئاستى ئېلېكتىر كابېلىنى ياخشىلاپ، مارتىن پېچىتا پولات تاۋلاش ئۇسۇلىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، پولات تاۋلاش تېخنىكىسىنى ئىسلاھ قىلغان ئىدى.

3. تراىبست گۇللەنگەن مەنزىرىسىنىڭ بەربات بولۇشى

ۋاھالەنكى يېڭى قۇرۇقلۇقتا بولسا، كارخانىچىلار بىرلىشىش، قوشۇۋېلىش ۋە ئۆز كارخانىلىرىنىڭ كۆلىمىنى كېڭەيتىش بىلەن ئالدىراش ئىدى.

ئامېرىكىنىڭ 30 - نۆۋەتلىك پىرېزىدېنتى كولىدگې مۇنداق دېگەن ئىدى: «ئامېرىكا بولسا تىجارەت قىلىدىغان بىر دۆلەت، شۇڭلاشقا، تىجارەتچىلەر ئۈچۈن مۇلازىمەت قىلىدىغان ھۆكۈمەتكە موھتاجدۇر. زاۋۇتتىن بىرنى قۇرۇشنىڭ ئۆزى ئىبادەتخانىدىن بىرنى قۇرغانغا باراۋەر، زاۋۇتتا ئىشلەش بولسا ئۇ يەردە ئىبادەت قىلغانلىق بولىدۇ.»

بۇلارنىڭ ھەممىسى كارخانىچىلاردا يۈكسەك ئىرادە يېتىلدۈرۈش بىلەن بىرگە ئامېرىكا ھۆكۈمىتىنىمۇ مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشتۈردى. 19 - ئەسىر ئاياغلىشاي دېگەندە، ئامېرىكا ئەنگلىيەنىڭ ئورنىنى بېسىپ دۇنيا ئىقتىسادىنىڭ يېڭى موتورىغا ئايلاندى.

بۇ مەزگىلدىكى ئامېرىكىدا، 50 ئەتراپىدىكى چوڭ شىركەتلەر 60% ئەتراپىدىكى مەھسۇلات ۋە مۇلازىمەتنى كونترول قىلىپ، مىسلىسىز گۈللىنىشنى بارلىققا كەلتۈردى.

ئامېرىكا شىركەت قانۇنىنىڭ دېموكراتلىشىش ۋە ئەركىنلىشىشكە قاراپ مېڭىش تارىخىي مۇساپىسى 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرلىرى باشلىنىپ، 20 - ئەسىرنىڭ باشلىرىدا تاماملاندى. دېموكراتلىشىش شىركەتنى ھەربىر ئامېرىكا پۇقراسى ئۆز كارخانىسىنى قۇرۇپ چىقالايدىغان بىر خىل تەشكىلىي شەكىل ۋە قانۇنىي شەكىلگە ئىگە قىلدى، ئەركىنلىشىش بولسا شىركەتلەرنىڭ ئىقتىسادىي پائالىيەتلەر بىلەن شۇغۇللىنىدىغان ئەركىنلىكىنى زور دەرىجىدە كېڭەيتتى.

(خەن تيې نەنكەي ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ھالبۇكى، مۇشۇنداق بىر بايلىق ئوڭلىغۇچىلارنىڭ ئالتۇن دەۋرىدە، ئەكسىچە گۈمانلىنىش سادالىرى ئوتتۇرىغا چىقىشقا باشلىدى.

1902 - يىلى، مەخسۇس سەتچىلىكلەرنى پاش قىلىدىغان ژۇرنال - «مىككلۇر» دا «ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتىنىڭ تارىخى» سەرلەۋھىلىك بىر پارچە ماقالە بېسىلىپ چىقىدۇ. ماقالىدە روكفېللېرنىڭ ئۆز رەقىبلىرىنى قانداق قىلىپ بىر - بىرلەپ مەغلۇپ قىلغانلىقى ھەم يەنە ئۇلارنىڭ مال - مۈلكىنى قانداق قىلىپ شەپقەتسىزلەرچە يوتۇلغانلىقى

تەپسىلىي پاش قىلىنغان ئىدى. بۇنىڭ ئىچىدە روكفېللېرنىڭ بىر قورساق ئىنىسى ـ فرانكمۇ بار ئىدى.

ناۋادا بىرەر شىركەت ئۇنىڭغا سېتىپ بېرىشنى خالىمىسا، ھەمدە ئۆز ئۈسۈلى بويىچە تىجارەت قىلىشتا چىڭ تۇرۇۋالسا، ئۇھالدا ئۇ ئامال قىلىپ رەقىبىنى يوقىتاتتى. شۇڭلاشقا، نېفىت ئىشلەپچىقارغۇچى سودىگەرلەر ۋە نېفىت ئايرىش شىركەتلىرى روكفېللېرنى ناھايىتى شەپقەتسىز سودىگەر دەپ قارىشاتتى.

فرانك ئاكىسىنى بىرقانچە قېتىم ئاشكارا ئەيىبلىگەن ئىدى ھەمدە ئۆزىنىڭ بىئەجەل ئۆلۈپ كەتكەن ئىككى بالىسىنىڭ مەڭگۈ روكفېللېر بىلەن بىللە يېتىشىنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن، ئۇلارنىڭ جەسەت سۆڭىكىنى ئائىلە قەبرىستانلىقىدىن يۆتكەپ كەتكەن ئىدى.

بىر قورساق ئاكا ـ ئۇكىلار زادىلا سىغىشالمايدىغان رەقىبلەرگە ئايلانغانىدى.

روكفېللېر ئىنىسىنى سودا سورۇنىدىكى باشقا رەقىبلىرىگە ئوخشاش ئادەتتىكى رەقىبى ئورنىدا كۆرىدۇ ھەمدە قېرىنداشلىق مېھرىنى دەپ ئۇنىڭغا ئالاھىدە كەڭ قورساقلىق قىلىپ ئولتۇرمايدۇ.

روكفېللېر دۇچ كېلىۋاتقان تۇنجى ئامېرىكا تارىخىدىكى بىر دەۋرنىڭ ئورتاق ئالاھىدىلىكى ئىدى. ئۇ زامانلاردا، ئىقتىسادىي ساھەلەردە قائىدە دېگەن نەرسە ئاساسەن يوق بولۇپ،

مىككلۇر

سامۇئېل s مىككلۇر (1857 ـ 1949) بەرپا قىلغان ژۇرنال «مىككلۇر» 1893 ـ يىلىدىن ئېتىبارەن نەشرىدىن چىقىشقا باشلىغان ئىدى. ئەينى يىللاردىكى ئىقتىسادىي كىرىزىستا ئىشسىز قالغانلارنىڭ ئەرزان باھالىق ژۇرناللارغا بولغان ئېھتىياجىدىن پايدىلىنىپ، «مىككلۇر»نى 15 تىيىنلىق باھادا بازارغا سالىدۇ. ھەر سانىنىڭ مەزمۇنلىرىدا پەردە ئارقىسىدىكى ئىشلارنى پاش قىلىش كەم بولمايتتى، شۇڭلاشقا ئەينى مەزگىلدىكى پەردە ئارقىسىدىكى ئىشلار پاش قىلىنغان نۇرغۇن مەشھۇر ماقالىلەرنىڭ ھەممىسى مۇشۇ ژۇرنالدا ئېسىلغان ئىدى.

ھۆكۈمەتنىڭ كۈچىنى ئىنتايىن زەئىپ بولغاچقا، شارائىتقا ماسلىشالمغانلارلا مەۋجۇت بولۇپ تۇرالايتتى. نېفىت كەسىپىگە قوشۇلغان كىشىلەر بىر بولسا روكفېللېر بىلەن رىقابەتكە چۈشەتتى، بىر بولسا بۇ كەسىپتىن سىقىپ چىقىرىلاتتى خالاس. روكفېللېرمۇ ئوخشاش ئىدى، ئۇنىڭمۇ مەغلۇپ بولۇشى مۇمكىن ئىدى.

ئەسەبىيلىشىش گىردابىغا بېرىپ قالغان كېچەيىمچىلىك روكفېللېرغا ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتى ـ ترابىستىنى بەرپا قىلدۇردى. 1898 ـ يىلىغا كەلگەندە، ئۇنىڭ مەھسۇلات مىقدارى ئامېرىكا ساپ نېفىت ئومۇمىي مىقدارىنىڭ 80% نى ئىگىلىدى ھەمدە 90% كە يېقىن نېفىت تىرانسپورتىنى كونترول قىلىۋالدى.

روكفېللېر ئۆزىنىڭ شېرىكىگە مۇنداق دېگەنىدى: «داۋاملىق تىرىشايلى، ئۆزىمىزنىڭ كەمبەغەللەرنى ماي بىلەن تەمىنلەۋاتقانلىقىمىزنى مەڭگۈ ئۇنتۇپ قالمايلى ھەمدە ئەرزان ۋە ئېسىل ماي بولۇشى كېرەك.»

روكفېللېر ئۆزىنىڭ قايسى ئىشىنىڭ تۇغرا بولمىغانلىقىنى ھەرگىزمۇ سەزمىگەن ئىدى. نېفىت كەسپىنى مونوپول قىلىۋالغان 10 يىل ئىچىدە، ئۇ كۈندىلىك تۇرمۇشقا ئىشلىتىلىدىغان ماينىڭ باھاسىنى 80% تۆۋەنلەتكەن ئىدى.

ھالبۇكى ئۇ مونوپول قىلىشنىڭ بازار ئادىللىقىغا بۇزغۇنچىلىق ئېلىپ كەلگەنلىكىنى ھېس قىلمىغان ئىدى. شىركەتنىن ئىبارەت ئەركىن رىقابەتنىڭ مەھسۇلى ئەمدى ئەركىن رىقابەتنىڭ توسالغۇسىغا ئايلانماقتا ئىدى.

«ترابىستقا قارشى قانۇن»

«ترابىستقا قارشى قانۇن» 1890 ـ يىلى 7 ـ ئاينىڭ 2 ـ كۈنى، ئامېرىكا فېدىراتسىيە پارلامېنتى «سودىنى قوغداش ۋە سودىدا قانۇنسىز چەكلىمە ۋە مونوپوللۇققا ئۇچراشنىڭ ئالدىنى ئېلىش قانۇن لايىھەسى» نى ماقۇللىغان بولۇپ، ئۇ قىسقارتىلىپ «خىلمان ترابىستقا قارشى قانۇن» دەپ ئاتالغان ئىدى. مەزكۇر قانۇن لايىھەسىدە ئاساسلىقى چەكلىمە خاراكتېرىدىكى سودا مونوپول سودا قىلمىشلىرىغا قارشى تۇرۇلغان ئىدى.

بۇنداق چوڭ شىركەتلەرنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشى، بولۇپمۇ ئۆلچەملىك نېفىت شىركەتلىرى كىشىلەردە ۋەھىمە پەيدا قىلغان ئىدى. چۈنكى، ئەينى مەزگىلدە ئۇ غەيرىي ئامېرىكا شەكلىدە بولۇپ، قوبۇل قىلىنمايتتى. بىر ئادەم شىركەت ساھەسىدە بۇنداق چوڭ ھوقۇققا ئىگە بولۇشالماسلىقى كېرەك ئىدى، بازار ئۆز - ئۆزىنى تەڭشەلمىشى كېرەك ئىدى، بىر ئادەم قانداقمۇ پۈتكۈل ساھەگە ئىگە بولالىسۇن.

(جوسېف بېئاتى ئامېرىكا خىيۇستون ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

مەلۇم جەھەتلەردىن قارىغاندا، كىشىلەرنىڭ مۇنازىرە قىلىشۇاتقىنى مونوپولنىڭ ئۆزى ئەمەس ئىدى. مىكروسوفتنىڭ بازارنى ئىگىلىگەن سالمىقىنى ئۆزى تەرىپىدە قولغا كەلتۈرمىگەن دەيدىغان ئادەم چىقمىسا كېرەك، ئەمما مەسىلە شۇ يەردىكى، ئۇلار يېڭى رىقابەتچىلەرنىڭ قاتنىشىشىغا هەددىدىن زىيادە توسالغۇ بولۇۋالدى.

(مىكائىل سىپېنسې ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پەخرىي مۇدىرى 2001 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

1911 - يىلى 5 - ئاينىڭ 11 - كۈنى، ئامېرىكا ئالىي سوت مەھكىمىسى ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتىنى «ترابىستقا قارشى قانۇن» غا خىلاپلىق قىلدى دەپ كېسىم چىقىرىدۇ ھەمدە ئۇنى 34 يېڭى شىركەتكە بۆلۈۋېتىدۇ.

ئېھتىمال، ئالىي سوت مەھكىمىسى ھۆكۈم ئېلان قىلىشتىن ئىلگىرىلا، نۇرغۇنلىغان ئامېرىكىلىقلارنىڭ قەلبىدە ئاللىقاچان جىنايىتى بار دېگەن ھۆكۈم چىقىرىلىپ بولغان بولۇشى مۇمكىن. چۈنكى ئۇلارنىڭ قارىشىچە، ھەربىر كىشىنى رىقابەتكە باراۋەر قاتنىشىش پۇرسىتىگە ئىگە قىلىشتەك ئەرزان باھالىق تاۋارلارغا سېلىشتۇرغاندا تېخىمۇ مۇھىم بولغان نەرسە بار ئىدى. ئۇمۇ ھەم ئەينى زاماندا روكفېللېر شەخسىي ھايات‌تىنىڭ باشلىنىش نۇقتىسى بولغان ئىدى.

ئامېرىكا ئاساسىي جەھەتتىن نەتىجىنىڭ باراۋەر بولۇشىنى ئەمەس بەلكى پۇرسەتنىڭ باراۋەر بولۇشىنى تەكتىلەيدۇ. كىرىم بىلەن بايلىق

ئوخشاش بولمىسىمۇ بولىۋېرىدۇ، ئەمما پۈرسەت چوقۇم باراۋەر بولۇشى كېرەك.
(لۇئىز گېرون ئامېرىكا جون خوپكىن ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ئۆزلۈكىدىن كۆرەش قىلىش ئارقىلىق مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشكەن ئاددىي بىر كىشىنىڭ باشقا ئاددىي پۇقرالارنىڭمۇ مۇۋەپپەقىيەتلەرگە ئېرىشىشىنى توسۇش هوقۇقى بولمايدۇ؛ جەمئىيەت ئاتا قىلغان ئەركىنلىك ئاساسىدا سەھنىگە چىققان بىر شىركەتنىڭ باشقا شىركەتلەرنىڭ ئەركىنلىكىنى كونترول قىلىش هوقۇقى بولمايدۇ.
مەيلى ئۇ كىم بولۇشىدىن قەتئىينەزەر ، ناۋادا ئۇ ئەركىنلىكنى بوغماقچى بولىدىكەن، ئاخىرقى ھېسابتا، زىيانكەشلىككە ئۇچرايدىغىنى ئۇنىڭ ئۆزى بولىدۇ، خالاس.

ئۇلار بىر خىل سەلبىي شەكىل، بىر قىسىم قەبىھ دەپ قارالغان ئىشلار ئارقىلىق، ئامېرىكىدا تۇرلۇك قانۇنلارنىڭ بەرپا قىلىنىشىغا يارەدەم بېرىپ، ئامېرىكا سودا تۈزۈمىنىڭ ئاساسلىق رامكىسىنى تۈزۈپ چىقىشتى.
(كېننىس روكسروس ئامېرىكا روكفېللېر ئارخىپ مەركىزى مۇئاۋىن مۇدىرى)

جامائەتنىڭ مەدھىيەلەش ۋە سۆكۈشلىرى ئۆزۈكسىز هالدا بارلىق جامائەت پىكىرى ۋە جامائەت ھېسسىياتى ئارىسىدا ئېقىپ يۈرۈپ، ئىختىيارسىز هالدا شىركەت ۋە شىركەت غوجايىنلىرىنى يېتەكلىمەكتە ئىدى. ئىنسانىنىڭ مۇۋەپپەقىيەت تۇيغۇسىنى پەقەت بايلىقلارغا تايىنىپلا قاندۇرۇش مۇمكىن ئەمەس ئىدى.
كىشىلەر قوللىرىنى پۇلاڭلىتىشىپ 19 - ئەسىرنىڭ ئەڭ ئاخىرقى كەچكى شەپىقى بىلەن خوشلىشۋاتقان مەزگىلدە، ئامېرىكىلىق كاتتا بايلار ھەرقايسى چوڭ شەھەرلەردە مۇزېي، كونسېرت زالى، دوخۇۋوي ئورکېستىرى، ئۇنىۋېرسىتېت، دوختۇرخانا، شۇنداقلا كۇتۇپخانا قاتارلىقلارنى سېلىشقا باشلىغان ياكى ئۇلارغا مەبلەغ بىلەن يارەدەم بېرىشكە باشلىغان ئىدى.

بىز ھازىرقى تەرەققىي قىلغان دۆلەتلەرنىڭ نۇرغۇن تۈزۈملىرى، بولۇپمۇ ئۇلارنىڭ مەدەنىيىتىنىڭ 200 يىل ئىلگىرىكىگە زادىلا ئوخشمايدىغانلىقىنى كۆرىمىز، ھەتتا 100 يىل ئاۋۋالقىسىغىمۇ ئوخشمايدۇ، كارخانىچى دەل مانا مۇشۇنداق ئىجتىمائىي تۈزۈلمىلەر، مەدەنىيەت ئۆزگىرىشلىرىنى ئالغا سىلجىتىقۇچى مۇھىم كۈچ ھېسابلىنىدۇ.

(جياڭ زېيىن بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى گۇاڭخۇا باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

بىر قېتىملىق ئىئانە يىغىش مۇراسىمىدا، كارنىگى مۇنداق دېگەن ئىدى: «مەن ئۆلۈپ كەتكەندىن كېيىن، ھاياتىمدا قىلغان - ئەتكەنلىرىم ئۈچۈن تەڭرىنىڭ مېنى سوتلىشىنى قوبۇل قىلغان ۋاقتىمدا، چوقۇم ‹گۇناھسىز› دېگەن ھۆكۈمگە

ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتىنى پارچىلاش دېلوسى

1890 - يىلى، ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتى تېرىستتا قۇرۇلۇپ سەككىز يىل ئۆتكەندىن كېيىن، پۈتۈن ئامېرىكىنىڭ كۆپ ساندىكى نېفىت كەسىپلىرىنى كونترول قىلىۋالغان ئىدى، كەسىپ دائىرىسى يۇقىرىدىن تۆۋەنگىچە نېفىت بۇرغىلاش، نېفىت تەقسىم قىلىش، ئېكسپورت، قوشۇمچە مەھسۇلاتلارنى پىششىقلاپ ئىشلەش... قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسىنى ئۆز ئىچىگە ئالاتتى، پۈتۈن يەر شارى بازىرى بويىچە ئېلىپ ئېيتقاندا، يىراق شەرقتە تېز سۈرئەت بىلەن باش كۆتۈرۈپ چىققان رۇسىيە ئىگىلىگەن 25% تىن 30% كىچە بولغان بازارنى قوشمىغاندا، پۈتۈن دۇنيا نېفىت سانائىتىنىڭ 75% تىن كۆپرەك بازىرى ئاللىقاچان ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتىنىڭ كونترولىغا چۈشۈپ بولغان ئىدى.

ھالبۇكى، دەل مۇشۇ يىلى ئامېرىكا پارلامېنتى «ترابىستقا قارشى قانۇن»نى ماقۇللايدۇ. 1900 - يىلى، پىرېزىدېنت روزۋېلىت ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتىگە قارىتا بىر قاتار ھەرىكەتلەرنى باشلاپ، ئاخىرقى ھېسابتا ئۇنى غەلىبىلىك پارچىلىۋېتىدۇ. 1911 - يىلى، ئامېرىكا ئالىي سوت مەھكىمىسى ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتىنىڭ «ترابىستقا قارشى قانۇن» غا خىلاپلىق قىلغانلىقىنى ھۆكۈم قىلىدۇ، ھەمدە ئۇنى ئاخىرقى ھېسابتا 34 يېڭى شىركەتكە پارچىلىۋېتىدۇ.

ئېرىشىمەن دەپ قارايمەن. ئۆزۈمنىڭ تىرىشچانلىقى نەتىجىسىدە، بۇ دۇنيا مەن ئۈنىڭ بىلەن تونۇشقان دەسلەپكى ۋاقىتلارغا قارىغاندا تېخىمۇ گۈزەللىشىپ كەتتى.»

كارخانىسى بولمىغان ھەرقانداق بىر دۆلەت نامرات ۋە ئاجىز كېلىدۇ، بۈيۈك كارخانچىلارنى ئاپىرىدە قىلالمىغان بىر دەۋردە ئىجاد قىلىش كۈچى كەمچىل بولىدۇ. كارخانچىلارنىڭ خەير - ساخاۋىتى جەمئىيەتنىڭ مېھىر - شەپقىتىگە جاۋاب قايتۇرىدىغان بىر خىل كوللېكتىپ ھەربىكەتكە ئايلانغان ۋاقىتتا، ئاچ كۆزلۈككە قارىتا ئىجتىمائىي تەڭپۇڭلۇق شەكىللەنگەن بولىدۇ.

1937 - يىلى 5 - ئاينىڭ 23 - كۈنى، روكفېللېر 98 يېشىدا بۇ دۇنيا بىلەن خوشلىشىدۇ.

ئۇ قالدۇرۇپ كەتكەن نەرسىلەر ئىچىدە باشلانغۇچ مەكتەپتىكى ساۋاقداشلىرى كوللېكتىپ چۈشكەن بىر پارچە سۈرەت بار ئىدى. ھالبۇكى روكفېللېر شۇنچە ئەتىۋارلاپ ساقلىغان سۈرەتتىكى ساۋاقداشلار ئىچىدە ئۇنىڭ ئۆزى يوق ئىدى.

سۈرەتنىڭ ئارقىسىغا ئازابلىق بىر ھېكايە يوشۇرۇنغان ئىدى: بالىلىق مەزگىلىدە روكفېللېرنىڭ سۈرەتكە چۈشۈش پۇرسىتى ناھايىتى ئاز بولۇپ، ئۇ ئاشۇ كۈنى ناھايىتى ھاياجانلانغان ئىدى، ھەتتا سۈرەتكە چۈشۈشتىن ئىلگىرى بىرقانچە خىل كۆلۈمسىرىگەن چىراي ئىپادىسىنىمۇ ئالدىن تەييارلاپ قويغان ئىدى. لېكىن ئۇنىڭ ئۇستىگە كىيىۋالغان كىيىم - كېچىكى بەكلا كونا بولغاچقا، سۈرەتكە چۈشۈشنىڭ ئاخىرقى مىنۇتىدا، ئۇ ئوقۇتقۇچى ۋە سۈرەتچى تەرىپىدىن چەتكە چىقىرىۋېتىلگەن ئىدى.

بۇ كۆرۈنۈش، بەلكىم روكفېللېر قەلبىنىڭ چوڭقۇر يېرىدە ئىزچىل ساقلىنىپ قالغان بولۇشى مۇمكىن. كېيىنكى كۈنلەردىكى تەڭداشسىز بايلىقىنىڭ ئۈنىڭ ئاشۇ كۆڭۈل يارىسىغا مەلھەم بولغان ياكى بولمىغانلىقىنى، شۇنداقلا تەڭداشسىز ئاشۇ بايلىقلارنىڭ ئۈنىڭغا يەنە قانداق ئازابلارنى ئېلىپ كەلگەنلىكىنىمۇ ھېچكىم بىلمەيتتى.

بايلىق قەھرىمانلىرى ۋە ئۇلار ياشاۋاتقان دەۋر تۆھپە ۋە جىنايەت توغرىسىدىكى ئۇزۇن تالاش - تارتىشلارغا غەرق بولغان ئىدى.

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

پېتىر كلاشورست («كارنىگى تەرجىمھالى» ئاپتورى)
جون گوردون (ئامېرىكىلىق ئىقتىسادىي تارىخشۇناس)
روبېرت فوگېل (ئامېرىكا چىكاگو ئۇنىۋېرسىتېتى ئىقتىساد ئىلمى پىروفېسسورى، 1993 ـ يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

مۇخبىر: كارنىگى بىلەن روكفېللېردنى ئىبارەت بۇ ئىككى سودا ماگناتنىڭ مىجەز ـ خۇلقىدا قانداق پەرقلەر بار؟

پېتىر كلاشورست: كارنىگى بىلەن روكفېللېر بىر ـ بىرىگە تامامەن ئوخشىمايدىغان كىشىلەردۇر، گەرچە سىز ئۇ ئىككىسىنىڭ كۆلىمى غايەت زور شىركەتلەرنى بەرپا قىلىپ، ئۆزى تۇرۇشلۇق ساھەنى كونترول قىلغانلىقى، بىرىنىڭ نېفىت كەسپىنى كونترول قىلغانلىقى، يەنە بىرىنىڭ بولسا پولات ـ تۆمۈر كەسپىنى كونترول قىلغانلىقى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇ ئىككىسىنىڭ خەير ـ ساخاۋەتنى بىر خىل بۇيۇك ئىش ئورنىدا قىلغانلىقىنى ئەستە تۇتۇشىڭىز كېرەك بولسىمۇ، ئەمما مۇشۇ ئوخشىشىپ كېتىدىغان نۇقتىلاردىن باشقا، ئۇ ئىككىسىنىڭ مىجەز ـ خۇلقىمۇ ئاسمان ـ زېمىن پەرق قىلىدۇ. مەسىلەن: ئۇ ئىككىسى خەير ـ ساخاۋەت پائالىيىتىنى باشلىغان مەزگىللەردە، كارنىگى ئۆز ئىسمىنىڭ ھەربىر ئورۇندا پەيدا بولۇشىنى، كارنىگى كۇتۇپخانىسى، شۇنداقلا باشقا بارلىق ئىمارەتلەرنىڭ ئۈستىدە پەيدا بولۇشىنى ئۈمىد قىلاتتى. ھالبۇكى روكفېللېر بولسا ئۆزى سالدۇرغان قۇرۇلۇشلارغا ئىسمىنى يازماسلىقنى تەلەپ قىلاتتى.

مۇخبىر: 19 ـ ئەسىرنىڭ ئاخىرى ۋە 20 ـ ئەسىرنىڭ باشلىرىدا ئامېرىكا ھۆكۈمىتى بىلەن شىركەتلەر ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتلەر قانداق ئۆزگىرىشلەرنى باشتىن كەچۈردى؟

جون گوردون: پىرېزىدېنت روزۋېلىت ھوقۇق يۈرگۈزۈشتىن ئىلگىرى،

فېدىراتسىيە ھۆكۈمىتى ۋە كۆپ ساندىكى ئىشتاتلىق ھۆكۈمەتلەر بىلەن شىركەتلەرنىڭ مۇناسىۋىتى ناھايىتى قويۇق ئىدى، شىركەتلەرنىڭ ھوقۇقى ناھايىتى چوڭ بولۇپ، ئۆز ھوقۇق دائىرىسى ئىچىدە، ئۇلار ئۆزلىرى قارار قىلغان كۆپ قىسىم تاللاشلىرىنى رويابقا چىقىرالايتتى. پىرېزىدېنت روزۋېلىت شىركەتلەرنىڭ ھەددىدىن زىيادە زوربىيىپ، ئۇلارنىڭ ھوقۇقلىرىنىڭ ھۆكۈمەت بىلەن تەڭلىشىپ قېلىشىدىن ئەندىشە قىلىپ قالدى. شۇڭلاشقا، مونوپولغا قارىتا يۈرگۈزگەن سىياسەتلىرى ئوخشىمايتتى. ئۇ بۇنداق دەرىجىدىن تاشقىرى چوڭ شىركەتلەرنى پارچىلاشنى ئويلايتتى، مورگىن شىركىتى چاس گۇرۇھى ھەر تۈردىكى شىركەتلەرنى قوشۇۋېلىپ بىر شىركەتكە ئايلاندۇرۇشقا ناھايىتى ھېرىسمەن ئىدى. 1901 - يىلى، ئامېرىكا پولات تۆمۈر - شىركىتى مەبلىغى 1 مىليارد دوللاردىن ئېشىپ كەتكەن تۇنجى شىركەت بولۇپ قالدى، ئۇنىڭ مەبلىغى 1 مىليارد 400 مىليون دوللارغا يەتكەن ئىدى. ھالبۇكى 1901 - يىلىدىكى ئامېرىكا ھۆكۈمىتىنىڭ يىللىق خامچوتى تەخمىنەن 500 مىليون دوللار ئىدى، بۇ شىركەتنىڭ مەبلىغى ئامېرىكا ھۆكۈمىتى يىللىق مالىيە خامچوتىنىڭ تەخمىنەن ئۈچ ھەسسىسىگە باراۋەر كەلگەن ئىدى. ئۇ بىر غايەت زور كارخانا بولغانلىقى ئۈچۈن پىرېزىدېنت روزۋېلتنىي ناھايىتى جىددىيلەشتۈرۈپ قويدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە مورگىن ئەينى ۋاقىتتا كارتېل، يەنى باشقا بىر قېتىملىق قوشۇۋېلىش ئارقىلىق ئاتالمىش باشقا بىر ترابىست شىركىتى قۇرۇش ئالدىدا تۇراتتى. روزۋېلت ھۆكۈمىتى سوتقا ئەرز قىلىپ، بۇ خىل ھەرىكەتنىڭ يۇز بېرىشىنى توستى، روزۋېلت شۇنداق قىلالىدى. ئاشۇ قېتىملىق قوشۇۋېلىش ئەمەلگە ئاشمىدى، مانا بۇ فېدىراتسىيە ھۆكۈمىتىنىڭ مونوپول قىلىشقا قارىتا تۇنجى يېڭى پوزىتسىيەسى بولۇپ، شىركەتلەرنىڭ بەك چوڭىيىپ كېتىشىگە يول قويمايتتى، ئالاھىدە كەسىپلەر بازىرىنى ئىگىلەش سالمىقىنىڭ بەك يۇقىرى بولۇپ كېتىشىگىمۇ يول قويمايتتى.

مۇخبىر: مونوپول قىلىش جەمئىيەتكە قانداق زىيانلارنى ئېلىپ كېلىدۇ؟ «ترابىستقا قارشى قانۇن» نىڭ شىركەتلەر تەرەققىياتىغا قانداق تەسىرى بار؟

روبېرت فۇگېل: مونوپول ئېلىپ كېلىدىغانلىقىنىڭ ھەممىسلا زىيان بولۇشى ناتايىن، چۈنكى ئۇ مەھسۇلاتلارنىڭ باھاسىنى چۈشۈرەلەيدۇ، بۇ

ئۇنىڭ شەكىللىنىشىنىڭ سەۋەبى. بىر شىركەت تەرەققىياتىنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىردە، ئۇنىڭ مونوپول كارخانا بولۇشى ناتايىن، ئەمما ئۇنىڭ بازارنى ئىگىلەش سالمىقىنىڭ بارغانسېرى ئېشىشىغا ئەگىشىپ، 50% تىن يۇقىرى بولسا، ئاخبارات ۋاستىلىرى ئۇنى مونوپول كارخانا دەپ ئاتاشقا باشلايدۇ. مىكروسوفت بۇنىڭ ياخشى مىسالى ھېسابلىنىدۇ. مىكروسوفت بىر ئاپتوموبىل ئىسكىلاتىدا قۇرۇلغان ھەمدە ئۆزىنىڭ ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلاتىغا تايىنىپ تېز سۈرئەتتە تەرەققىي قىلىپ يەر شارى خاراكتېرلىك چوڭ بىر شىركەتكە ئايلانغان. ھالبۇكى بۇگۈنكى كۈنگە كەلگەندە، ئۇ كۆپ تۈرلۈك ئەيىبلەشلەرگە دۇچ كەلمەكتە. ھالبۇكى، مىكروسوفتنىڭ تەرەققىي قىلىشىدىكى تۈپ سەۋەب بولسا ئۇنىڭ يۇقىرى سەۋىيەلىك يېڭىلىق يارىتىشى ۋە ئۇنىڭ ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلاتلىرىنىڭ بولغانلىقىدا.

مېنىڭچە «ترابىستقا قارشى قانۇن» نىڭ تەسىرى ناھايىتى كىچىك، بەزىدە شىركەتنىڭ تەرەققىياتىغا يارىمى بار، بەزىدە بولسا قىلچىمۇ رولى يوق، چۈنكى ئۇ ھاسىل قىلغان قانۇنىي خىراجەتلەر ئاخىرقى ھېسابتا ئىستېمالچىلارنىڭ گەدىنىگە يۈكلىنىدۇ. شۇڭلاشقا مېنىڭ قارىشىمچە ھۆكۈمەتنىڭ چوڭ شىركەتلەرنى باشقا شىركەتلەرنىڭ ئۇنىڭ بىلەن رىقابەتلىشىشىگە توسقۇنلۇق قىلماسلىقتا ئاگاھلاندۇرۇشىدەك بۇنداق ئۇسۇل ناھايىتى تۇغرا. ئەمما ئۇلارمۇ ئىشنى بەكلا ھەددىدىن ئاشۇرۇۋەتمەسلىكى، ناچار شىركەتلەرنى شاللاپ چىقىرىۋېتىشى، شۇنىڭ بىلەن بىرگە ياخشى شىركەتلەرنى ساقلاپ قېلىشى كېرەك.

ئىلھامنامە

بايلىق ئەپسانىسى ئاپىرىدە بولىدىغان تۇيۇق نېمە؟

گەرچە سانائەت ئىنقىلابى دەسلىپىدە ئەنگلىيەدىن باشلانغان بولسىمۇ، 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرلىرىغا كەلگەندە، ئامېرىكا بىلەن گېرمانىيە ئەكسىچە دۇنيا ئىقتىسادىنىڭ مەركىزىگە ئايلاندى.

ئامېرىكا بىلەن گېرمانىيەدىن ئىبارەت بۇ ئىككى دۆلەتتە كىشىنىڭ كۆزىنى ئالا چەكمەن قىلغۇدەك بايلىق يارىتىش مۆجىزىلىرى بىرىنىڭ

كەينىدىن بىرى مەيدانغا كەلمەكتە ئىدى. تۆمۈر يول شاھى ۋاندېربىلت، پولات - تۆمۈر شاھى كارنىگى، نېفىت شاھى روكفېللېر، دورا ياساش شاھى بايېر، ئېلېكتىر شاھى سىمېنس قاتارلىقلار ئادەتتىن تاشقىرى ئەقىل - پاراسەتلىرى ئارقىلىق بايلىقتا دۆلەت بىلەن تەڭلەشەلەيدىغان شىركەتلەرنى كونترول قىلىشىپ، يېڭى بىر دەۋر ياراتتى.

بازارنى كېڭەيتىشنىڭ ئۆزى شىركەتنى كېڭەيتىش دېمەكتۇر. 1865 - يىلى ئامېرىكىنىڭ جەنۇب ۋە شىمالى بىرلىككە كەلگەندىن كېيىن، مىسلى كۆرۈلمىگەن چوڭ بىر بازار مەيدانغا كەلدى. ۋاندېربىلتنىڭ تۆمۈر تورى ئامېرىكا بازىرىنى بىرلىككە كەلتۈرۈپ، ئىجتىمائىي ئىش تەقسىماتىنى چوڭقۇرلاشتۇرۇپ، تۇگىمەس سودا پۇرسىتى قېزىپ چىقاردى. كارنىگىنىڭ پولات - تۆمۈر زاۋۇتى 20 يىل ۋاقىت ئىچىدە ھەربىر تونىنا پولاتنىڭ باھاسىنى 100 دوللاردىن 12 دوللارغا چۈشۈردى، روكفېللېرنىڭ نېفىت ئايرىش زاۋۇتى بولسا 10 يىل ئىچىدە نېفىت باھاسىنى 80% تۆۋەنلەتتى. چوڭ شىركەتلەرنىڭ كۆلەملىك ئىگىلىكى تەننەرخنى تۆۋەنلەتتى، چوڭ بازارلارنىڭ رىقابىتى باھانى تۆۋەنلەتتى. يېڭى ئۆلچەملەر چوڭ شىركەتلەر سەۋەبىدىن بىرىنىڭ كەينىدىن يەنە بىرى دۇنياغا كەلدى.

مەھسۇلاتلار تەبىئىي باراۋەرلىك تەرەپدارى بولسا، بازار ئەكسىچە تۇغما ئەركىنلىك تەرەپدارى ھېسابلىنىدۇ. مۇستەقىل تاللاش، مۇستەقىل سودا قىلىش بولسا بازار ئىگىلىكىنىڭ روھىدۇر. ئامېرىكا شىركەتلىرى دەسلەپتە مەيدانغا كەلگەن مەزگىللەردە ياۋروپا شىركەتلىرىگە ئوخشاش ئۇلارغىمۇ ھۆكۈمەت ئالاھىدە تىجارەت قىلىش رۇخسىتى بېرەتتى، ئاقسۆڭەكلەر ئائىلىسىنىڭ ئالاھىدە ئىجازەتلىك شىركەتلىرى مەلۇم بىر ساھەنىڭ سودىسى ياكى ئىشلەپچىقىرىشىنى مونوپول قىلىشاتتى. ۋاھالەنكى، ئامېرىكا دۆلەت قۇرغاندىن كېيىنكى 100 يىل ۋاقىت ئىچىدە، ھۆكۈمەت ئەكسىچە ناھايىتى زەئىپ بولۇپ، فېدېراتسىيە ھۆكۈمىتىنىڭ يېتەرلىك نوپۇزى يوق ئىدى، ھەرقايسى چوڭ ئىشتاتلار ئۆزلىرىنىڭ مەنپەئەتلىرى ئۈچۈن شىركەتلەرگە قارىتا ئىدارە قىلىشنى بەس - بەس بىلەن بوشاشتۇرۇشتى. تېخىمۇ كۆپ شىركەتلەر قانۇن مۇھىتى بوشراق بولغان ئىشتاتلارنى تاللاشتى، بۇنىڭ بىلەن، ھۆكۈمەتنىڭ مۇداخلىسى ۋە كونتروللۇقى كەمچىل بولغان جايلاردا شىركەتلەر تېز سۈرئەتتە يېتىلىشكە

باشلىدى. 1860 - يىلىغا كەلگەندە، ئامېرىكا تەبىقە جەمئىيىتىدىن كېلىشىم جەمئىيىتىگە ئۆتۈپ، ئاللىقاچان شىركەتلەشكەن بىر دۆلەتكە ئايلىنىپ بولغان ئىدى. بۇ ھەقىقەتەنمۇ ئويلىمىغان بىر ئىش ئىدى. ئەمەلىيەتتە، جۇڭگودا ئىسلاھات - ئېچىۋېتىش يولغا قويۇلغان 30 يىلمۇ جايلار ئارىسىدا رىقابەتلىشىش ئېلىپ بېرىلغان 30 يىل بولدى. جۇڭگو ھوقۇقنى مەركەزلەشتۈرۈش ئاساسىدا يەنە ھوقۇقنى تۆۋەنگە تەقسىم قىلدى، ئىدارە قىلىش سىرتىدا ئۆز - ئۆزىگە غوجا بولدى. ئامېرىكىنىڭ بايلىق يارىتىش دەۋرى بىلەن جۇڭگونىڭ ئىسلاھات - ئېچىۋېتىشىدە ئوخشىشىپ كېتىدىغان جايلار بار ئىدى.

ھالبۇكى، كارخانا يېتەرلىك زورايغان مەزگىلدە، شىركەت ھەددىدىن زىيادە ھوقۇققا ئېرىشىشكە باشلايدۇ. چوڭ شىركەتلەر بازارنى كونترول قىلىۋېلىپ، ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەرنىڭ ئىستېقبالىنى خۇنۇكلەشتۈرگەنلىكى سەۋەبىدىن، باراۋەر پۇرسەتلەر قايتا مەۋجۇت بولمايدۇ. خۇددى زەھەرلىك ئۆمۈچۈك تۇخۇمىدىن چىقىۋېلىپلا ئارقىسىغا يېنىپ ئۆزىنىڭ ئانا تېنىنى يېگىنىگە ئوخشاش، بازاردا مەيدانغا كەلگەن چوڭ شىركەتلەرمۇ بازارنىڭ يىلىكىنى شوراشقا باشلايدۇ. ئەركىن رىقابەت قانۇنىنىڭ ھىمايىسى ۋە قېلىپلاشتۇرۇشىغا موھتاج بولىدۇ، شۇڭلاشقا، «مونوپوللۇققا قارشى تۇرۇش قانۇنى» مۇ بۇنىڭغا ئەگىشىپ دۇنياغا كەلدى. ئامېرىكىدا بولسا، روكفېللېرنىڭ ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتى سوت مەھكىمىسى تەرىپىدىن 34 شىركەتكە پارچىلانغاندىن كېيىن، «شاھلار دەۋرى» نىڭ يوپۇقمۇ يېپىلغان ئىدى. ۋاھالەنكى، ئۆزگىرىۋاتقىنى شىركەتلەر بولۇپ، ئۆزگەرمەيدىغىنى بولسا بازار ئىگىلىكى ئەركىن رىقابەتلىشىشنىڭ ئاساسىي قائىدىلىرىدۇر.

كارخانىچىلارنىڭ ماھىيىتىنى قانداق ئىگىلەش كېرەك؟

زادى قانداق بىر كۈچ بايلىق يارىتىش دەۋرىنىڭ ئاپىرىدە بولۇشىغا تۈرتكە بولدى؟ يەنە قانداق كۈچ ھەرقايسى ساھەلەردىكى «شاھلار»نى ۋۇجۇدقا كەلتۈردى؟ رىۋايەتلەر دەۋرىنى ئەلۋەتتە ئەپسانىۋى شەخسلەر ھېكايە قىلىپ بېرىدۇ. كارخانىچىلار بايلىق يارىتىش دەۋرىنىڭ باش پىرسونا‌ژلىرى ھېسابلىنىدۇ. ئۇنداقتا كارخانىچى دېگەن نېمە؟ ئاددىي قىلىپ ئېيتقاندا،

ئۇلار ئورتاق روھقا ئىگە بىر توپ كىشىلەردۇر. بۇ روھ بولسا «كارخانىچىلار روھى». ۋاندېربىلت، كارنىگى، روكفېللېر، بايېر، سىمېنس قاتارلىقلارنىڭ كېلىپچىقىشىدىن قارىغاندا، ئۇلارنىڭ ھەممىسى كىچىكىدە نامرات بالىلىق دەۋرىنى باشتىن كەچۈرگەن، مەكتەپتە ئانچە كۆپ ئوقۇمىغان. ئەمما ئۇلاردا ئىككى ئورتاقلىق بار: ئۇنىڭ بىرسى بولسا جېنىنىڭ بارچە پۇل تېپىش ئىستىكى بولۇپ، ئۇزىنىڭ تىرىشچانلىقى ئارقىلىق تەقدىرىنى ئۆزگەرتمەكچى بولىشىدۇ؛ يەنە بىرسى بولسا پىششىق بولغان سودا قىلىش ماھارىتى بولۇپ، سودا پۇرسەتلىرىنى بايقىيالايدۇ، ھەتتا يېڭى بىر كەسىپنى بارلىققا كەلتۈرەلەيدۇ. يۇقىرىقى ئىككى ئورتاقلىق رولىنى ئورتاق جارى قىلدۇرغان ۋاقىتتا، كارخانىچىلار روھى مەيدانغا كېلىدۇ.

شۇمپېتېر كارخانىچىلارنى «بۇزغۇنچىلىق خاراكتېرىدىكى يارىتقۇچى» ئىنسانلار دەپ ئاتاپ، ئۇلارنى پايدا ئۇچۇنلا ياشايدىغان كاپىتالىنىڭ نامايەندىلىرى دەپ قارىغان ئىدى. كارخانىچىلار بازارنىڭ سەۋەبىدىن دۇنياغا كېلىپ، بازاردا ئۆسۈپ يېتىلىدۇ. ئۇلار بايلىقلارنى ئورۇنلاشتۇرۇشنى بىلىدۇ، ئۇلار ئىشلەپچىقىرىش جەريانىدا بايلىقلارنى قايتا تەشكىللەپ، ئەنئەنىۋى تەڭپۇڭلۇقنى بۇزۇپ تاشلاشقا ماھىر. ۋاندېربىلت ئەزەلدىن مۇكەممەل بىر تۆمۈر يول ياساپ باقمىغان بولسىمۇ، ئەمما ئۇ نۇرغۇن قىسقا مۇساپىلىك تۆمۈر يوللارنى سېتىۋېلىپ، ئۇلارنى بىر - بىرلەپ تۇتاشتۇرۇش ئارقىلىق بۇ كەسىپ ئۇچۇن ئەڭ قىممەتلىك بولغان تۆمۈر يول تورىنى بەرپا قىلدى. ۋاندېربىلتنىڭ باشقىلارنى بېسىپ چۈشىدىغان ياراتقان يېڭىلىقى بولسا ئوخشىمايدىغان مۇلۇكدارلار قولىدىكى تۆمۈر يوللارنى تۇتاشتۇرۇپ، پويىز ۋاقىت جەدۋىلى ۋە تۆمۈر يول تىرانسپورت باھاسىنى بىرلىككە كەلتۈرۈشى ئىدى. شۇڭلاشقا، ئەينى زامانىدىكى ئەڭ پۇل تاپالمايدىغان بۇ كەسىپ ئەكسىچە ئۇنىڭغا تۇگمەس بايلىق ئېلىپ كەلگەن ئىدى.

كارخانىچىلار بولسا نەزەر دائىرىگە ئىگە، ئىقتىدارلىق، خەتەرگە تەۋەككۇل قىلىشقا دادىل، ئۆز غايىسىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش قابىلىيىتى بار كىشىلەردۇر. ئەمما شۇنىڭ بىلەن بىرگە، ئۇلار يەنە مەلۇم مەدەنىيەت ۋە روھىي كۈچلەرنىڭ كونترول قىلىشىغىمۇ ئۇچرايتتى. 19 - ئەسىردىكى ئامېرىكىدىكى بۇخىل روھىي كۈچ بولسا دەل ماكس ۋېبېر ئېيتقان ئامېرىكا

قىتئەسى چوڭ قۇرۇقلۇقىدا دۇنياغا كەلگەن پروتېستانت دىنى ئىدى. ئۇلار: پۇل تېپىش ئاچ كۆزلۈكتىن ئەمەس، جان بېقىش ئۈچۈنمۇ ئەمەس، بەلكى ئۇ بىر خىل بۇرچ، بىر خىل روھ ، كىشىلىك ھاياتنى ئەڭ زور دەرىجىدە رەڭگارەڭ قىلىپ، شەخسىي تەقدىرنى ئۆزگەرتىشنىڭ ئەڭ ياخشى يولى دەپ ئېلان قىلغان ئىدى. بايلىق يارىتىش يىللىرىدا ئامېرىكىلىق كارخانىچىلار ھېچقانداق ئاساسسىزلا مەيدانغا كەلگەن بولماستىن، بەلكى ئىدىيەدە ئازاد بولۇش ئېلىپ كەلگەن نەتىجىدۇر دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ.

كارخانىچىلار پۇل تېپىشتىن باشقا يەنە نېمىلەرنى بىلىدۇ؟

بۇ مەزگىللەردىكى كارخانىچىلار كىشىلەرگە قانداق پۇل تېپىشنىڭ يولىنى كۆرسىتىپ بېرىش بىلەن بىرگە پۇلنى قانداق خەجلەشنىمۇ كۆرسىتىپ بەردى. روكفېللېر ئۆزىنى پەقەت تەڭرىنىڭ ئورنىدا بايلىقلارنى ساقلاپ بېرىۋاتىمەن، شۇڭلاشقا بايلىقلارنى ئىشلارغا ئىشلىتىشىم كېرەك دەپ قارايدۇ. كارنېگىمۇ بۇنداق ئىدىيەگە ئەمەل قىلىپ كەلگەن بولۇپ، ئۇلۇپ كەتكەندىن كېيىن يەنە نۇرغۇن پۇللارنىڭ ئېشىپ قېلىشى ناھايىتى نومۇسلۇق بىر ئىش دەپ قارايدۇ. گەرچە ئۇلارنىڭ خەير - ساخاۋەت ئىشلىرى بەس - مۇنازىرىلەر تولۇپ تاشقان، ھەمدە ئۇلارنىڭ باشقىلارغا شەپقەتسىزلەرچە مۇئامىلە قىلىشتەك قاتتىق قول ئوبرازلىرىنى تۇيۇتىن ئۆزگەرتەلمىگەن بولسىمۇ، ئەمما 100 يىلدىن كۆپرەك ۋاقىت ئۆتكەندىن كېيىنمۇ كىشىلەرنىڭ كارنىگى، روكفېللېر قاتارلىق كىشىلەرنى يەنىلا ئەستىن چىقارماسلىقىدىكى سەۋەب بولسا، ئۇلارنىڭ كارخانىچىلاردىن بولغانلىقىدىن ئەمەس، بەلكى بۇگۈنكى كۈندىمۇ يەنىلا كىشىلەر ئۇلارنىڭ نامىنى ئىشلىتىپ كۇتۇپخانا، ئۇنىۋېرسىتېت، فوند قاتارلىقلارغا نام بېرىۋاتقانلىقىدا ئىدى.

پۇلى بولسىلا مەبلىغى بولىدۇ دېگىلى بولمايدۇ. چۈنكى مەبلەغ پۇل ئارقىلىق پۇل تاپالايدىغان ئىقتىدار ۋە قابىلىيەتنى كۆرسىتىدۇ.

ئىسلاھات، ئىشىك سىرتقا ئېچىۋېتىلگەن 30 يىلدىن كۆپرەك ۋاقىتتىن بۇيان، جۇڭگودىكى پۇقراۋى كارخانىلارمۇ بىر مەزگىل «مەدەنىيەتسىز»لەرچە ئۆسۈپ يېتىلىش باسقۇچىنى باشتىن كەچۈردى. گەرچە بۇگۈنكى كۈندىكى پۇقراۋى كارخانىلار يەنىلا نۇرغۇن توسالغۇلارغا دۇچ

كېلىۋاتقان بولسىمۇ، ئەمما پۇقراۋى كارخانىچىلار «بايلىق تەقدىرىمىزنى ئۆزگەرتىدۇ» دەيدىغان ئارزۇ - ئىستەكلەرنى قەلبىگە پۈكۈشۈپ، ئاكتىپ ئالغا ئىلگىرىلەپ، شانلىق نەتىجىلەرگە ئېرىشىش بىلەن بىرگە ئىلگىرى كۆرۈلمىگەن يۇقىرى مەرتىۋىگە ئېرىشتى. ھازىر، جۇڭگو كارخانىچىلار توپى ئۇزۇكسىز زورىيىپ، ئەنئەنىۋى پىششىقلاپ ئىشلەش كەسىپىدىن ئۇچۇر كەسىپلىرىگىچە بىر تۈركۈم يېڭى كارخانا يېتەكچىلىرى دۇنياغا كەلمەكتە. كارخانىچىلار جۇڭگونىڭ ئىقتىسادىي ۋەزىيىتىنى زور دەرىجىدە ئۆزگەرتتى ھەمدە ئاپەتتىن قۇتقۇزۇش، خەير - ساخاۋەت قاتارلىق ئىجتىمائىي پائالىيەتلەردىمۇ ئۆز كۈچىنى نامايان قىلىپ كەلمەكتە.

تۆتىنچى باب

ئالغا بېسىش يولىدىكى ئازابلار

شىركەتلەر ئىنسانىيەت تارىخىدا ئىقتىسادنىڭ ئەڭ تېز سۈرئەتتە ئېشىشىنى بارلىققا كەلتۈرۈش بىلەن بىرگە ئۆزىنىمۇ تەرەققىي قىلدۇرۇپ جەمئىيەت كونترولىدىن ھالقىغان بىر ھوقۇق تەشكىلاتىغا ئايلاندۇرۇپ، ئۆتكۈر ئىجتىمائىي زىددىيەتلەرنى كەلتۈرۈپ چىقاردى. شەخسىي ھوقۇق - مەنپەئەت بىلەن شىركەت مەنپەئىتىنىڭ توقۇنۇشىغا زادى قانداق يۆزلىنىش كېرەك؟ كاپىتالنىڭ كېڭىيىشى بىلەن ئىجتىمائىي ئادىللىق ئوتتۇرىسىدىكى تەڭپۇقلۇقنى قانداق ھەل قىلىش كېرەك؟

كېيىنكى كۇنلەردىكى تەرەققىيات نۇقتىسىدىن ئېلىپ ئېيتقاندا، 1886 - يىلى شىركەتلەرنىڭ تەرەققىيات تارىخىدىكى مۇھىم بىر يىل بولدى دەپ قارالماقتا.

دەل مۇشۇ 1886 - يىلى، ئامېرىكا ئالىي سوت مەھكىمىسى: شىركەت ئاساسىي قانۇنىنىڭ قوغدىشى ئاستىدىكى تەبىئىي شەخس ھېسابلىناتتى، يەنى «ھوقۇق - مەنپەئەت قانۇن لايىھەسى» نىڭ ئومۇمىيۈزلۈك قوغدىشىغا ئۇچرايدۇ دەپ ئېلان قىلغان ئىدى. سوتچى ستېفىن. فېرد بىر پارچە ھۆكۈمنامىدە مۇنداق دەپ يازغان ئىدى: «زور مىقداردا مەبلەغ ئىشلەتكۈچى كارخانىلارنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك شىركەت شەكلىدە تەشكىللەنگەن... ئۇلار پۇقرالارنى كىيىم - كېچەك ۋە يېمەكلىك بىلەن تەمىنلەپ، ئۇلارنىڭ مۇھىتىنى گۈزەللەشتۈرۈپ، كېسەللىكلەر ئېلىپ كەلگەن ئازابلارنى يەڭگىللىتىپ، نامراتلارغا يارەم بېرىپ خەلقنى بايلاشات تۇرمۇشقا ئېرىشتۈرۈش يولىدا تىنماي ئىزدىنىۋاتقان باشقا كىشىلەر بولماستىن بەلكى دەل ئاشۇ شىركەتلەردۇر.»

1886 - يىلى، ئامېرىكا چىكاگونىڭ چوچۇكبۇيا زاۋۇتىدا پارتلاش ۋە مىلتىق ئاۋازى چىقىدۇ. 5 - ئاينىڭ1 - كۈنى، نەچچە يۈزمىڭ ئامېرىكا

ئىشچىلىرى ئىش تاشلايدۇ. چىكاگودىكى داغدۇغا ئەڭ كۆچلۈك بولۇپ، ئىشچىلارنىڭ نىشانى سەككىز سائەتلىك ئىش تۈزۈمىنى قولغا كەلتۈرۈش ئىدى.

بۇ يىلى، ئامېرىكىدا 1500 قېتىمدىن كۆپ ئىش تاشلاش يۈز بەردى. شىركەتلەر ئاشۇ يىللاردا ئەڭ دادىل بولغان غەلىبىلەرگە ئېرىشكەن ئىدى.

1. «جەننەت» تىكى ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار ئۇرۇشى

1885 ـ يىلى، دۇنيا بويىچە تۇنجى پولات قۇرۇلمىلىق بىنا پۈتۈپ چىقتى. شەھەرلىشىشنىڭ مۇھىم نامايەندىسى بولغان ئاسمان ـ پەلەك ئېگىز بىنالار بۇنىڭ بىلەن ئىنسانىيەت تارىخىغا كىرىپ كەلدى.

چىكاگو ئەينى زامانىدا دۇنيا بويىچە نوپۇسىنىڭ كۆپىيىشى ئەڭ تېز بولغان شەھەر بولۇپ، «ھەقىقىي شەھەر» دەپمۇ ئاتىلاتتى. كىشىلەر ئۇنى «ھەر كۈنى ئېچىلىپ تۇرىدىغان سايمان سىندۇقى، ھەر كۈنى ۋاقىت مەلۇم قىلىپ تۇرىدىغان چوڭ سائەت، يوقلىما قىلغۇچى ئاپپاراتلار، بىر يۈرۈش ئىش كېيىمى» دەپ تەمسىل قىلىشىپ، «ئۇنىڭغا يېقىنلاشقانلىكى كىشى ھاياتىي كۈچ، ئىشەنچ ۋە كۈچ ـ قۇدرەت ھېس قىلىدۇ» دەپ تەرىپلىشەتتى.



گىئورگى پۈلمان

1893 ـ يىلى، چىكاگودا يېڭى چوڭ قۇرۇلۇق تېپىلغانلىقىنىڭ 400 يىللىقىنى خاتىرىلەش دۇنيا يەرمەنكىسى ئۆتكۈزۈلدى.

دۇنيا يەرمەنكىسىدە، بىر تەشۋىقات كىتابچىسى كىشىلەرگە چىكاگونىڭ

شەھەر ئەتراپىغا جايلاشقان، ئامېرىكىدىكى تۇنجى ئۆلچەملىك شىركەت بازىرى – پۇلمان بازىرىنى تونۇشتۇرغان ئىدى.

بۇ يەرنىڭ مەنزىرىسى ناھايىتى گۈزەل بولۇپ، ئولتۇراقلىشىشقا تازا ماس كېلەتتى، نۇرغۇن چىرايلىق گۈلزارلىقلار ۋە پاراۋانلىق ئەسلىمەلىرى بار ئىدى. بۇ يەرگە زاۋۇتتىن باشقا يەنە تەنھەرىكەت مەيدانى، تىياتىرخانا قاتارلىق كۆڭۈل ئېچىش سورۇنلىرىمۇ سېلىنغان ئىدى، بۇ كىشىگە ئارامبەخش ئېتىدىغان، جەلپ قىلىش كۈچىگە ئىگە ئولتۇراقلىشىش ماكانى ئىدى. ئەينى ۋاقىتتا باشقا شىركەتلەرمۇ تۆمۈر يول يولۇچىلار تىرانسپورت پويىزى ياساۋاتقان بولۇپ، پۇلمان ئۇلار بىلەن مۇنەۋۋەر ئىختىساس ئىگىلىرىنى تالاشماقتا ئىدى.

بۇ كىچىك بازارنى بەرپا قىلغۇچى گىئورگى پۇلمان بولسا كارىۋاتلىق پويىز ۋاگونى كەشپ قىلغان كىشى ئىدى. ئۇ ياخشى تۇرمۇش مۇھىتى ئارقىلىق ئۆز شىركىتىگە مۇقىم ئەمگەك كۈچلىرىنى جەلپ قىلاتتى.

تەشۋىقات كىتابچىسىدا، ئۇ بىر «گۈزەللىك، ئىناقلىق، مۇكەممەللىك ئاساسىي پېتەكچى ئىدىيە قىلىنىپ بەرپا قىلىنغان، 12 مىڭ نوپۇسقا ئىگە، ئەسلىمەلىرى مۇكەممەل كىچىك بازار. بارلىق رەزىللىك، جېدەل - ماجىرا ۋە يامان غەرەزلەر يوقىتىلغان، ئىنسانلارغا ئىززەت - ئابرۇي، تېجەشچانلىق، پاكىزلىق ۋە ئەدەپ - ئەخلاق ئېلىپ كېلىدىغان بارلىق ئامىللارنى سېخىيلىق بىلەن تەمىن ئەتكۈچى كىچىك بازاردۇر» دەپ تونۇشتۇرۇلغان ئىدى.

ھالبۇكى، ئىشچىلارنىڭ بۇ يەردە ھېس قىلغانلىرى بولسا ئۇنچىلىك گۈزەل ئەمەستەك قىلاتتى. بىرقانچە يىل ئىچىدە، پۇلمان بازىرىدا توقۇنۇشلارنىڭ ئىزچىل يۈز بېرىشى، ئاخىرقى ھېسابتا بىر مەيدان زوراۋانلىق ھەرىكىتىگە ئايلاندى.

1894 - يىلى7 - ئاينىڭ 4 - كۈنى، ئامېرىكا دۆلەت بايرىمى كۈنىدە چىكاگودا تەبرىكلەش پائالىيىتى ئېلىپ بېرىلمىدى، قوللىرىدا گاتلىڭ پىلىموتى كۆتۈرۈۋالغان فېدىراتسىيە ئارمىيەسى شەھەرگە بېسىپ كىرگەن ئىدى. شۇ تاپتا 125 مىڭ تۆمۈر يول ئىشچىسى ئىش تاشلىغان بولۇپ، توقۇنۇشتا 13 تۆمۈر يول ئىشچىسى ئېتىپ ئۆلتۈرۈلگەن ئىدى.

غەربىي شىمال تۆمۈر يول شىركىتىنىڭ ئادۋوكاتى لانۇس دانىو بۇ

مەنزىرىنى ئۆز كۆزى بىلەن كۆردىۋ. ئۇ قاتتىق چۆچۈپ كېتىدۇ. ئىنسانلارنىڭ ئىسسىق قېنى پۈتۈن ئامېرىكا بويىچە ئەڭ چوڭ بولغان بۇ قۇشخانىدا تۆكۈلىدۇ، شۇ سەۋەبتىن داننودا چوڭقۇر گۇمان پەيدا بولىدۇ. ئەركىنلىك ۋە باراۋەرلىك پەقەتلا قەغەر يۈزىگە يېزىپ قويۇلغان پىرىنسىپمۇ؟ شىركەت ئەجەبا مەلۇم ئىمتىيازغا ئىگىمىدۇ؟

ئۇ تۇتقۇن قىلىنغان ئىشچىلارنى ئاقلاشقا رەھبەرلىك قىلىشنى قارار قىلىدۇ. بۇنىڭ ئۈچۈن ئۇ ھەممە كىشى ھەۋەس قىلىدىغان تۆمۈر يول شىركىتى ئادۋوكاتلىقىدىن ئىستېپا بېرىدۇ.

داننونىڭ بۇ ھەرىكىتى ئەينى ۋاقىتتا ناھايىتى ئادەتتىكى بىر ھەرىكەت ھېسابلىناتتى. ئەمەلىي كۈچى كۈچلۈك بولغان شىركەتتىن ئايرىلىپ، ئىشچىلار سېپىگە قوشۇلۇش؛ تالاش - تارتىش قىلىشۋاتقان بىر تەرەپتىن ئايرىلىپ، باشقا بىر تەرەپكە قوشۇلۇش. بۇنداق ئوي - پىكىر ھەرىكەتكە ئوخشاشلا سىمۋوللۇق ئەھمىيەتكە ئىگە ئىدى.

(جېففرى كۇۋان ئامېرىكا جەنۇبىي كالىفورنىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

داننونىڭ رەقىبى بولسا گىئورگى پۇلمان ئىدى. چۈنكى چوڭ ئىش تاشلاش پۇلمانىنىڭ شىركىتىدىن باشلانغان ئىدى.

ئاددىي بىر ياغاچچىلىقتىن مىليونېرغا ئايلانغان پۇلمان ئامېرىكىچە رىۋايەتنىڭ نەمۇنىچىسى ئىدى. 20 ياشقا كىرگەن يىلى شارائىتى ئىنتايىن ناچار كارىۋاتلىق ۋاگونغا چۈشكەن پۇلمان بىر كىچە ۋاقىت سەرپ قىلىپ،

پۇلمان بازىرى

پۇلمان بازىرى 1886 - يىلى بەرپا قىلىنغان، ئەينى زامانىدا «ئۇچ ئاچا» بازىرى دەپ ئاتالغان بولۇپ، بازاردا پەقەت 250 ئادەم بار ئىدى. مەزكۇر بازارنىڭ ئۇچ ئاچا دەپ ئاتىلىشىدىكى سەۋەب بولسا ئۇ يەردە ئۇچ دەريا قوشۇلاتتى، كېيىنچە بۇ بازارغا كارىۋاتلىق پويىز ۋاگونىنى كەشىپ قىلغۇچى گىئورگى پۇلماننىڭ ئىسمى بىلەن نام بېرىلگەن ئىدى. 1961 - يىلى، پۇلمان بازىرى شەھەر قىلىپ ئۆزگەرتىلدى.



لاكلارونس داننو

ئازاده هەم چىرايلىق بولغان يېڭى تىپتىكى كارىۋاتلىق ۋاگون لايىھەلەپ چىقىدۇ، ھەمدە تۆمۈر يول شىركىتىنى ئۆزىنىڭ پاتىنتىنى ئىشلىتىشكە كۆندۈرۈپ، پۈتۈن ئامېرىكا تۆمۈر يول تىرانسپورتى سىستېمىسىنى قەدەممۇ قەدەم ئۆزگەرتىدۇ.

19 ـ ئەسىرنىڭ ئاخىرقى مەزگىللىرىدە، «پۈلمان ۋاگون ئۈسلۇبى» ئامېرىكا سانائەت تەرەققىيات نەتىجىلىرىنىڭ ئومۇمىي نامىغا ئايلىنىدۇ.

ئايروپىلان مەيدانغا كېلىشتىن ئىلگىرى، كىشىلەر پويىزغا تاينىپ سەپەر قىلىدىغان بولغاچقا، كارىۋاتلىق ۋاگونغا ئولتۇرۇپ سەپەر قىلىش تولىمۇ ھەشەمەتلىك بىر ئىش ئىدى.

داننو

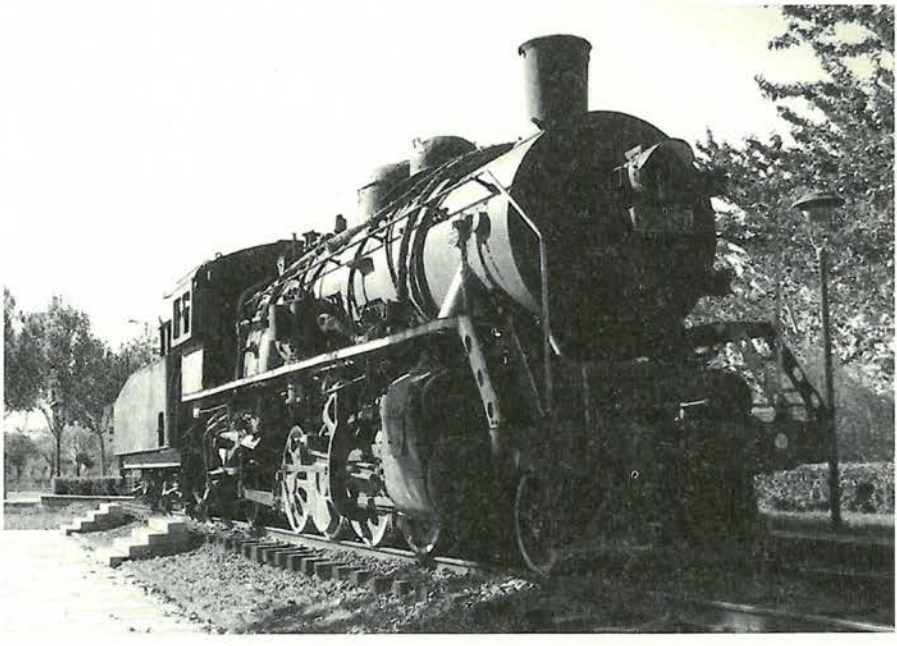
داننو (1857 ـ 1938)، كېيىنكى كۈنلەردە كىشىلەر تەرىپىدىن ئامېرىكا تارىخىدىكى ئەڭ بۈيۈك ئاقلىغۇچى ئادۋوكات دەپ تەرىپلىنىدۇ. ئۇ ئادۋوكاتلىق ھاياتىدا نۇرغۇن مۇرەككەپ تىپىك دېلولارنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا ئاقلاپ چىقىدۇ. ئۇ ئامېرىكا جەمئىيىتىدىكى ئىشچىلار داھىيسى، ھۆكۈمەتسىزلەر، رەڭلىك ئىرقلار، تەدرىجىي تەرەققىيات نەزەريىەسىنى تەرغىپ قىلغۇچىلار، قۇرامىغا يەتمىگەنلەر، شۇنداقلا تۇرلۈك جىنايى ئىشلار جاۋابكارلىرى ئۈچۈن سوتقا چىقىپ سانسىز قېتىم نادىر ئاقلاشلارنى ئېلىپ باردۇ. داننو ئۆزىنىڭ ئەقىل ـ پاراسىتى، ماھارىتى، دادىللىقى ۋە قەيسەرلىكىگە تايىنىپ، ئۆز ھەرىكىتى ئارقىلىق قانۇنچىلار روھىنى نامايان قىلىدۇ. خۇددى ئۇنىڭ ئۆزى ئېيتقانىدەك: «ئاجىزلار بىلەن كۈچلۈكلەر ئارىسىدىكى بۇ بۈيۈك ئۇرۇشتا، تىنىقىم تېنىمدىلا بولىدىكەن، مەڭگۈ ئاجىزلار تەرەپتە تۇرىمەن.» داننو يالغۇز ئۆز ھاياتىنىڭ ئەھمىيىتىنى تاللاپلا قالماي، قانۇنچىلارنىمۇ ئەخلاق ئۆلچىمى بىلەن تەمىنلەپ، قانۇن قەھرىمانى دەپ ئاتىلىدۇ.

ھالبۇكى، بۇنداق ۋاگونلارنى ئىشلەپچىقارغۇچى ئىشچىلار بولسا ئەكسىچە پۇلماننىڭ شەپقەتسىز مۇئامىلىسىگە ئۇچرايتتى. ئىشچىلار ۋە ئۇلارنىڭ ئائىلە تاۋابىئاتلىرىنىڭ ھال ـ ئەھۋالى ئېچىنىشلىق بولۇپ، كىرىمى ناھايىتى تۆۋەن ئىدى.

ئىقتىساد كاساتلاشقان 1893 ـ يىلى، شىركەت پايدىسىغا كاپالەتلىك قىلىش ئۈچۈن، پۇلمان مائاشنى نامراتلار سىزىقىنىڭ ئاستىغا چۈشۈرىدۇ، ئىشچىلارنىڭ شىركەت بازىرىدىكى ئۆي ئىجارىسى بولسا ئەكسىچە ئازراقمۇ كېمەيتىلمەيدۇ. ئىشچىلار كومىتېتى ئوتتۇرىغا چىقىپ ئارىلاشقان بولسىمۇ، ئەمما پۇلمان بارلىق سۆھبەتلەرنى رەت قىلىدۇ. ئىككى تەرەپنىڭ زىددىيىتى ئاخىرقى ھېسابتا ئۇلغىيىپ دۆلەت بايرىمى كۈنىدىكى قانلىق تىركىشىشكە ئۆزگىرىدۇ.

داننونىڭ قالتىس ئاقلىشى ئارقىسىدا، تۆمۈر يول ئىشچىلار ئۇيۇشمىسىنىڭ رەھبىرىگە ئاخىرقى ھېسابتا ئالتە ئايلىق يېنىك قامىق جازاسى ھۆكۈم قىلىنىدۇ.

پۇلماننىڭ ئۆزى سوتقا چىقمايدۇ. ئۇ مۇنداق دەيدۇ: «مېنىڭ ۋەزىپەم



پار پويىز پاراۋوزى

شىركەت ۋە پايچىكلارغا مەسئۇل بولۇش.» چىكاگو «مۇنبەر گېزىتى»: «بۇنىڭ ئەجەبلىنەرلىكى يوق، چوڭ بىر شىركەتنىڭ غوجايىنى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئۇنىڭ قول ئاستىدا نۇرغۇن كىشىلەر بولسىمۇ ئەمما ئۇنىڭ ئۆزىنىڭ باشلىقى يوق، ئۇ مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرىشقا ئەمەس بەلكى باشقىلارغا بۇيرۇق چۈشۈرۈشكىلا ئادەتلەنگەن» دەپ ئوبزور ئېلان قىلدۇ. باشلىقى يوق دېگەن گەپ چەكلىمىنىڭ يوقلۇقى، شىركەتنىڭ ماددىي جەھەتتىنلا كۈچلۈك بولۇپ قالماي بەلكى يەنە تۈزۈم جەھەتتىنمۇ كۈچلۈك ئىكەنلىكىدىن دېرەك بېرىدۇ.

ئامېرىكا شىركەتلىرى تارىختىكى ھەرقانداق بىر ئىقتىسادىي تەشكىلاتلار ئېرىشىپ باقمىغان ئىقتىسادىي كۈچ ـ قۇدرەتكە ئېرىشكەندىن كېيىن، ئۇلار جەمئىيەتنىڭ كونترول قىلىش كۈچىدىن ھالقىپ ئۆتۈپ، يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا ھۆكۈمرانلىق قىلغۇچىغا ئايلىنىپ، ئىنسانلارنىڭ ئەنئەنىۋى ھېس ـ تۇيغۇلىرىدىن بارغانسېرى يىراقلاپ كەتتى. تېخىمۇ كۆپ ساندىكى كىشىلەر شىركەتلەر شۇ تاپتا روھسىز «لۇئىئاتان» غا ئايلانماقتا دەپ قاراشماقتا ئىدى. (لۇئىئاتان ـ «ئىنجىل» دا تەڭرى تەرىپىدىن يارىتىلغان شەپقەتسىز، ئىنسانىيلىقى، ئەخلاقى يوق بىر غەلىتە مەخلۇق دەپ تەسۋىرلىنىدۇ.)

ھالبۇكى دەل ئاشۇ مەزگىللەردە، ئامېرىكا، ئەنگلىيە، گېرمانىيەلەردىكى نۇرغۇن چوڭ شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى پۇلمان بازىرىغا ئوخشىشىپ كېتىدىغان شىركەت بازارلىرىنى قۇرۇشماقتا ئىدى. غوجايىنلار بۇنداق قىلىشتىن مەقسەت سانائەتلىشىش ئېلىپ كەلگەن تۇرلۇك شەھەر كېسەللىكلىرىنى داۋالاپ، روھىمىزنى ئۇرغۇتۇش ۋە ئەخلاقىمىزنى قوغداش ئۈچۈن دېيىشتى.

ئەگەر شۇنداق بولسا، ئۇلار ئىشچىلارنىڭ نامرات ئەھۋالىغا نېمە ئۈچۈن قىلچىلىكمۇ ھېسداشلىق قىلمايدۇ؟

پۇلمان جاۋاب بېرىپ: «ئىشچىلارنىڭ قانچىلىك پۇل تېپىشى تامامەن شىركەتنىڭ ئىشى، ئىشچىلارنىڭ بۇنىڭغا ئارىلىشىش ھوقۇقى يوق» دەيدۇ. بۇ پەقەت ئۇ بىر ئادەمنىڭلا كۆزقارىشى ئەمەس بولۇپ، بۇ ھەم ئاشۇ مەزگىلدىكى كىشىلەرنىڭ شىركەتلەر ھوقۇقى بىلەن شەخس ھوقۇق ـ مەنپەئىتى ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتلەرگە بولغان ئومۇمىيۈزلۈك چۈشەنچىسى ئىدى.

مەسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقارغۇچى ئەمگەك كۈچى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئۇلارنىڭ باھاسىنى ئەلۋەتتە بازار بەلگىلىشى كېرەك ئىدى. بۇ 19 ـ ئەسىرنىڭ ئوتتۇرا ۋە ئاخىرقى مەزگىللىرىدىكى نۇرغۇن شىركەت غوجايىنلىرىنىڭ قەلبىدىكى مەنتىقە ئىدى. ئۇلار ئىشچىلار ناۋادا شائىرائىت ناچار، مائاشىمىز بەك تۆۋەن دەپ قارىسا ئىشقا كەلمەي قويسىلا بولىدىغۇ دەپ قارىشاتتى.

ھالبۇكى، ئىشچىلارنىڭ ياشاش تەلىپى خاتا بولدىمۇ؟ ئىككىسىنىڭ ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەتلەر زادى قەيەردىن باشلاندى؟

سانائەتلىشىش ئېھتىياجى ـ جىنى ئىلگىرى سۈرۈش ئەمگەك كۈچلىرىگە موھتاج، بۇ ئەمگەك كۈچلىرى كۆپىنچە ئىشلەپچىقىرىش ئۇنۇمدارلىقى يۇقىرى يېزا ئىگىلىك دۆلەتلىرىدىن كېلەتتى. يېزا ئىگىلىكىنىڭ ئەمگەك كۈچلىرىگە بولغان ئېھتىياجى تۆۋەنلىگەندىن كېيىن، بۇ ئەمگەك كۈچلىرى

شىركەت قانۇنىي ھوقۇق ـ مەنپەئەتلىرىنىڭ كېڭىيىشى

ئامېرىكا ئاساسىي قانۇنىنىڭ 14 ـ ماددىسىغا ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈش لايىھەسى ئەسلىدە ئازاد قىلىنغان نېگىرلارنىڭ ئاساسلىق ھوقۇقلىرىنى قوغداشنى مەقسەت قىلغان ئىدى، ئەمما ئالىي سوت مەھكىمىسى شۇنىڭدىن كېيىن چىقارغان ھۆكۈمىدە ئەكسىچە تەدرىجىي ھالدا ئۇنى «سودا ئۇچۇن مۇلازىمەت قىلىدىغان ئىسمى ـ جىسمىغا لايىق بۇيۇك بىر نىزامنامە»گە ئىلانىدۇرۇپ قويىدى. 1886 ـ يىلى، شىركەتنىڭ ئىگىلىك ھوقۇقىنى قوللىغۇچىلار غايەت زور غەلىبىگە ئېرىشىدۇ. جەنۇبىي تىنچ ئوكيان تۆمۇر يول شىركىتى ئۇستىدىن ئەرز قىلىنغان دېلودا، ئامېرىكا ئالىي سوت مەھكىمىسىنىڭ باش سوتچىسى شەخسىي شىركەتلەر ئامېرىكا ئاساسىي قانۇنىنىڭ قوغدىشى ئاستىدىكى تەبىئىي شەخسلەر دەپ ئېلان قىلىدۇ. ئارقىدىنلا، سوت مەھكىمىسى بۇنىڭغا قارىتا شىركەتلەر «ھوقۇق ـ مەنپەئەت قانۇن لايىھەسى» نىڭ ئومۇمىيۈزلۈك قوغدىشىغا ئۇچراشقا ھوقۇقلۇق دەپ ئىزاھات بېرىدۇ.

شەھەرلەرگە قاراپ ئاقاتتى. كىشىلەر خىزمەت ئورنى تېپىش ئۈچۈن تېخىمۇ ناچار ئەھۋالنى شارائىتلىرىنى قوبۇل قىلىشقا مەجبۇر بولىشاتتى.
(جېئىان ئېخۆى لوربنزى فىرانسىيە ئىقتىسادشۇناسلار جەمئىيىتى رەئىسى)

2. ھەققانىيلىق بىلەن ئۇنۇم ئوتتۇرىسىدىكى ئېلىشىش

ئەنگلىيە دۇنيا بويىچە تۇنجى سانائەتلەشكەن دۆلەت بولۇش سۈپىتىدە، ئىقتىسادىي جەمئىيەتنىڭ ئۆزگىرىش ئازابىنى ئەڭ بالدۇر باشتىن كەچۈرگەن. كۆپ ساندىكى دېھقانلار يەرلىرىدىن ئايرىلىپ شەھەرلەرگە كىرگەن بولسىمۇ، ئەمما ئۇلار بازاردا ئەمگەك كۈچلىرى بىلەن تەمىنلەشنىڭ ئېھتىياجىدىن ئېشىپ كەتكەنلىكىدەك ۋەزىيەتكە دۇچ كېلىدۇ. چۈنكى، شەھەرلەر سانائەتلىشىشنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدە تېخى يېتەرلىك ئىش ئورۇنلىرى بىلەن تەمىنلەپ كېتەلمەيتتى.

«ئەنگلىيە ئىشچىلار سىنىپىنىڭ ئەھۋالى» دېگەن بۇ كىتابنى ئېنگىلس 1844 ـ يىلى 9 ـ ئايدىن 1845 ـ يىلى 3 ـ ئايغىچە بولغان ئارىلىقتا يازغان. ئېنگىلس ئەنگلىيە سانائىتىنىڭ 60 يىلغا يېقىن تەرەققىيات تارىخىنى تەكشۈرگەندىن كېيىن، پېرولتارىيات بىلەن كاپىتالىزم ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەتلەرنىڭ شەكىللىنىشى ۋە تەرەققىيات جەريانىنى ئانالىز قىلىش ئارقىلىق، ئەنگلىيە ئىشچىلار سىنىپىنىڭ نامراتلىق، قارشىلىق كۆرسىتىشتەك ھازىرقى ھالەتلىرىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، پېرولتارىيات غەلىبە قىلىشنىڭ بىردىنبىر يولىنىڭ قوراللىق كۈرەش قىلىش ئىكەنلىكىنى تەكىتلەيدۇ.

شۇڭلاشقا، ئىشچىلار خۇددى ئېنگىلس تەسۋىرلىگەنگە ئوخشاش تىرىك قوراللارغا ئايلىنىپ قالىدۇ: نامراتلىق شەخسىنىڭ ئىشسىزلىق بولسا ھەتتا ئىقتىسادنىڭ تەرەققىي قىلىشىغا پايدىلىق دەپ قارىلىدۇ، چۈنكى مائاشنى ئەڭ تۆۋەن سەۋىيەگە چۈشۈرۈش ئارقىلىق ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخىنى تۆۋەنلەتكىلى بولاتتى.

ئەمما ماركس بولسا كەسكىنلىك بىلەن كاپىتالنىڭ ئاچ كۆزلۈك ماھىيىتىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ مۇنداق دەيدۇ: «ئەگەر 10% لىك پايدا بولسا كاپىتال ھەرقانداق يەردە ئىشلىتىلىشكە كاپالەتلىك قىلىدۇ؛ 20% لىك پايدا بولسا كاپىتال جانلىنىدۇ؛ 50% لىك پايدا بولغاندا كاپىتال خەتەرگە تەۋەككۇل قىلىدۇ؛ 100% لىك پايدا ئۈچۈن كاپىتال ئىنسانلار ئارىسىدىكى ھەرقانداق قانۇننى ئاياغ - ئاستى قىلىشقا جۈرئەت قىلىدۇ؛ 300% تىن ئارتۇق پايدا بولسا، كاپىتال ھەرقانداق جىنايەت سادىر قىلىشقا جۈرئەت قىلىدۇ.»

پۈتكۈل ياۋروپا (بولۇپمۇ ئەنگلىيە) دىكى ئىشچىلار سىنىپى باشتىن كەچۈرگەن ئەڭ مۇشەققەتلىك، ھەتتا ئەڭ ئېچىنىشلىق مەزگىل بولسا 1800 - يىلىدىن 1880 - يىلىغىچە بولغان مەزگىللەر ئىدى.

19 - ئەسىردە، ئەنگلىيە دۇنيانىڭ ھۆكۈمرانى ئىدى، ھەقىقەتەنمۇ سانائەت ئىنقىلابى ئۇنى دۇنيانىڭ ھۆكۈمرانى ئورنىغا چىقارغان ئىدى. ئەمما يەنە بىر جەھەتتىن بولسا سانائەت ئىنقىلابىمۇ ناھايىتى كۆپ ئېغىر ئىجتىمائىي مەسىلىلەرنى ئېلىپ كەلگەن بولۇپ، بۇلارنىڭ بىرى بولسا ئەمگەكچىلەر ئۈچرىغان ۋە باشتىن كەچۈرۈۋاتقان ئازاب - ئوقۇبەتلەر بەك ئېغىر ئىدى، بۇ ئەھۋاللار ئەينى مەزگىلدە نۇرغۇن ئەخلاق - پەزىلەتلىك كىشىلەرنىڭ يۈكسەك دىققەت - ئېتىبارىنى قوزغىغان ئىدى.

(چىەن ۋېيىين بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

1854 - يىلى، ئەنگلىيەلىك يازغۇچى دىككېنس «كۆلپەتلىك يىللار» ناملىق ھېكايىسىنى ئېلان قىلىدۇ. ھېكايىدىكى باش پېرسوناژ گرادگرىن بىر زاۋۇتنىڭ غوجايىنى بولۇپ، ئۇ بارلىق شەيئىلەرنىڭ ھەممىسى تېگى - تەكتىدىن ئالغاندا پەقەتلا بىر رەقەم مەسىلىسىدىن ئىبارەت دەپ قارايدۇ. ئۇ يانچۇقىغا دائىم مېتىر، تارازا ۋە كەرە جەدۋىلى قاتارلىق نەرسىلەرنى سېلىۋېلىپ، «ئىنسان ماھىيىتىنىڭ ھەرقانداق قىسمى» نى خالىغان ۋاقىتتا جىگىلاپ بېقىشقا، ئۆلچەپ بېقىشقا تەييار تۇراتتى. دىككېنس دوستىغا يازغان خېتىدە مۇنداق دەپ يازىدۇ: «مېنىڭ مەسخىرە قىلماقچى بولغىنىم رەقەم ۋە پاكىتتىن باشقا ھېچنېمىنى كۆرەلمەيدىغان ئاشۇ

كىشىلەر، ئاشۇ ئەڭ پەسكەش، ئەڭ قورقۇنچلۇق جىنايەتلەرنىڭ ۋەكىللىك شەخسلىرىدۇر.»



دىككېنس

دىككېنس بۇ ئادەملەرنى كۆڭلىدە پەقەت پايدىنىلا ئويلايدىغان شىركەت غوجايىنلىرى دەپ ئويلايدۇ. ئۇلار ئۆتمۈشتە ئىگىلىك ياراتقۇچى قەھرىمان ۋە جەمئىيەت ئۇلگىلىرى بولسىمۇ ئەمما ھازىر ئۇلار ئاللىقاچان يانار تاغنىڭ ئۈستىگە چىقىپ قالغان ئىدى. 18 - ئەسىرنىڭ ئاخىرلىرىدىن باشلاپ ئەنگلىيەدە مەيدانغا كەلگەن تۈرلۈك ئىشچىلار ھەرىكىتىنىڭ كېيىنكى كۈنلەردە ياۋروپادىكى ھەرقايسى سانائەت ئەللىرىدىمۇ ئايىغى ئۈزۈلمىگەن ئىدى. مەسىلەن: 1831 - يىلىدىكى فىرانسىيە لىيان ئىشچىلار قوزغىلىڭى، 1842 - يىلىدىكى ئەنگلىيەدىكى نىزامنامە ھەرىكىتى، 1844 - يىلىدىكى گېرمانىيە سىتېسىلىيە توقۇمىچى ئىشچىلىرىنىڭ قوزغىلىڭى.

شەيئىلەردە ئۆزگىرىش يۈز بەرگەنده كونا تەرتىپلەرنى مۇقەررەر بۇزۇپ تاشلايدۇ، شۇنىڭ بىلەن پايدا ئالغۇچى ۋە زىيان تارتقۇچىلار بارلىققا كېلىدۇ، ھەمدە شۇ سەۋەبتىن ئىجتىمائىي زىددىيەتلەر مەيدانغا كېلىدۇ. بۇ خىل ھادىسىلەر 19 - ئەسىردە ئىقتىسادنىڭ ئۆزگىرىش سۈرئىتى بىلەن ماس قەدەمدە زور دەرىجىدە كۆپەيدى.

ياۋروپا سانائەتلىشىش ئېلىپ كەلگەن ئىجتىمائىي كېسەللىكلەر ئۈستىدە تەپەككۇر قىلىۋاتقان ۋە ئۇلارنى داۋالاۋاتقان پەيتتە، 19 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرا ۋە ئاخىرقى مەزگىللىرىدە، ئامېرىكىدىكى شىركەتلەر بولسا غايەت زور مەخلۇققا ئۆزگىرىپ، يېڭى چوڭ قۇرۇلۇقنىڭ تۈپرىقى، ئاشلىقى ۋە يىلىكىنى توختىماي شوراپ، جىسىم، تۈزۈم ۋە ھوقۇقلارنى يالماپ يۇتۇشماقتا ئىدى.

1896 - يىلىدىكى تەكشۈرۈشتىن مەلۇم بولۇشىچە، ئامېرىكىدا 12% ئاھالە 90% كە يېقىن ئىجتىمائىي بايلىقلارنى قولىغا ئېلىۋالغان ئىدى.

19 - ئەسىردىكى سانائەتلىشىش جەريانىدا، بولۇپمۇ ئامېرىكا ئىچكى ئۇرۇشىدىن كېيىنكى نەچچە ئون يىل ئىچىدە، جەمئىيەتتىكى باي - كەمبەغەللىك پەرقى تېز سۈرئەتتە ئېغىرلىشىپ، ئامېرىكىدا زور مىقداردا ئىجتىمائىي ۋە سىياسىي مەسىلىلەر مەيدانغا كەلدى، بۇنداق ئىجتىمائىي مەسىلىلەرنىڭ مەيدانغا كېلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقارغان سەۋەبلەر بولسا ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار زىددىيىتىنىڭ ئۆتكۈرلىشىشى ۋە شۇنىڭ بىلەن بىرگە شەھەرلەرنىڭ ئۇشتۇمتۇت كېڭىيىشى ئىدى.

داننونىڭ ئاقلىشى

بەزىلەر داننونىڭ ئاقلاش سۆزىنى ئۆتۈپ كېتىش ئالدىدا تۇرغان 19 - ئەسىرنىڭ تەزىيە نۇتقى دەپ قارايدۇ، چۈنكى ئۇ كىشىلىك ھوقۇقنىڭ مال - مۈلۈك ھوقۇقىدىن ئۈستۈن تۇرۇش مۇراجىئەتنىنى ئېلان قىلىش ئارقىلىق پۈتكۈل ئامېرىكا جەمئىيىتىنىڭ بىر خىل يېڭى ئىجتىمائىي تەرتىپكە قاراپ مېڭىشىنى ئىلگىرى سۈرگەن ئىدى. زاسداتىللار ئۆمىكى ئاخىرقى ھېسابتا نامايىش تەشكىللىگۈچىلەرگە قارىتا گۇناھسىز دېگەن ھۆكۈمنى چىقىرىدۇ. خۇددى داننو ئېيتقانغا ئوخشاش: «بۇ ھۆكۈم دۇنيا تارىخىدىكى ئابىدىگە ئايلاندى.»

1865 - يىلىلا، نېگىرلارنى ئازاد قىلغان پىرېزىدېنت ئابراھام لىنكولىن شىركەتلەر ھوقۇقلىرىنىڭ كېڭىيىپ كېتىشىدىن ئەندىشە ھېس قىلىپ: «شىركەتلەرنى بەكلا ئەتىۋارلاپ كەتتۇق، ئۇلارنىڭ يۇقىرى قاتلىمىدىكىلەرنىڭ چىرىكلىشىدىغان مەزگىلى يېتىپ كېلىش ئالدىدا تۇرماقتا. پۇل - ھوقۇق گۇرۇھى خەلقنىڭ بىر تەرەپلىمە قارىشىغا تەسىر قىلىش ئارقىلىق ئۆزلىرىنىڭ ھۆكۈمرانلىقىنى... تاكى بايلىقلار بىر قىسىم كىشىلەرنىڭ قولىغا مەركەزلەشكەن ۋە قوشما ئىشتاتلار ھالاك بولغانغا قەدەر ئۇزارتىش قەستىدە بولماقتا» دەپ ئېيتقان ئىدى.

1869 - يىلى، ئاتاقلىق تارىخشۇناس چارلىز ئادامىسمۇ خەتەرنىڭ ئورنىنى كۆرسىتىپ بېرىپ، جەمئىيەت «بىر خىل سۈنئىي ھاياتلىق ياراتتى، ئۇ بەلكىم ئارقىغا قايتىپ ئۇزىنى ياراتقۇچىنى كونترول قىلىشى مۇمكىن» دەپ ئېيتقان ئىدى.



روزىفورت بىچارد خەيسى زۇڭتۇڭ

خۇددى ئەنگلىيەلىك ئايال يازغۇچىنىڭ قەلبىي ئاستىدىكى پەننى مەخلۇق فرانكىستېئىنغا ئوخشاش، ئالىملار ئۇنى ئىجاد قىلغان بولسا، ئاخىرقى ھېسابتا ئالىملار ئۇنىڭ زىيانكەشلىكىگە ئۇچرىغان ئىدى.

ۋاھالەنكى، بۇ مەسىلىلەرگە زادى قانداق يۇزلىنىش كېرەك ۋە ئۇنى قانداق ھەل قىلىش كېرەك؟ كىشىلەردە تېخى بۇ خىل تەجرىبە يوقتەك قىلاتتى.

بەزىدە جەمئىيەت غايەت زور قىيىنچىلىقلارنى باشتىن كەچۈرگەن ۋاقىتلاردا، شۇنىڭ بىلەن بىرگە يەنە سىياسىي كۆزقاراش جەھەتلەردىمۇ مۇشكۈل ئەھۋالغا پېتىپ قالىدۇ. ئامېرىكىدىكى ئاساسلىق بىر كۆزقاراش بولسا: مال - مۈلۈككە ئىگە بولغان ياكى مال - مۈلۈككە ئېرىشىش ئېھتىماللىقى بولغان مۇستەقىل گىراژدانلار ئۆز - ئۆزىنى باشقۇرۇش ئىقتىدارى، شۇنداقلا بىلەت تاشلاش ھەمدە ھۆكۈمەت تەشكىللەش ئىقتىدارىغا ئىگە دېگەندىن ئىبارەت ئىدى.

(سۆزبن بېكائېرت ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ناۋادا ھۆكۈمەت كۈچ ئىشلىتىپ قالسا، بازارنىڭ ئاستىن - ئۈستۈن بولۇشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىشى مۇمكىن. ئەمما كۆپ ۋاقىتلاردا پەقەت بازارغىلا تاياڭغاندا ئوخشاشلا نۇرغۇن ئادالەتسىزلىكلەر كېلىپچىقىدۇ. ماھىيەت جەھەتتە، بازار جەمئىيەتنىڭ ئۈيۇشۇش كۈچىنىڭ بار - يوقلۇقىغا ئەسلا پەرۋا قىلمايدۇ.

(گىل فوسلېر خەلقئارا چوڭ تىپتىكى كارخانىلار تەتقىقات جەمئىيىتى لىدىرى)

ياۋروپا سانائەت ئەللىرى ئۆتمۈشتە باشتىن كەچۈرگەن ئىجتىمائىي زىددىيەتلەر ئامېرىكىدا ماشىنىلاشقان چوڭ ئىشلەپچىقىرىش ۋە كەسىپىي ئىشچىلارنىڭ زور مىقداردا مەيدانغا كېلىشىگە ئەگىشىپ كۈنسېرى گەۋدىلەنگەن ئىدى.

ئىستاتىستىكىلارغا ئاساسلانغاندا، 1888 - يىلىدىن 1908 - يىلىغىچە بولغان ۋاقىت ئىچىدە، ئامېرىكا سانائەت تارماقلىرىدا يۈز بەرگەن ھادىسىلەر 700 مىڭدىن كۆپرەك ئىشچىلارنىڭ ئۆلۈشىنى كەلتۈرۈپ چىقارغان بولۇپ، تەخمىنەن ھەر كۈنى 100 ئادەم ھاياتىدىن ئايرىلغان ئىدى. 1901 - يىلىغا كەلگەندە، تۆمۈر يول ئىشچىلىرى ئارىسىدا ھەر 26 ئادەمنىڭ ئىچىدە بىر ئادەم خىزمەت سەۋەبىدىن يارىلانسا، ھەر 399 ئادەم ئىچىدە بىر ئادەم خىزمەت سەۋەبىدىن ھاياتىدىن ئايرىلغان ئىدى.

ئەينى مەزگىللەردە ئىشچىلارغا قارىتا ھەرقانداق قوغدىنىش تەدبىرى يوق بولۇپ، غوجايىنلار ئىشچىلارنىڭ يارىلىنىش سەۋەبىدىن ئارتۇق بىر تىيىنمۇ چىقىم قىلمايتتى، خىزمەت ئۈستىدىكى خېيىم - خەتەرلەرگە ئىشچىلارنىڭ ئۆزى ئىگە بولاتتى.

ئىشچىلارنىڭ ياشانغاندا كۈتۈنۈشى ۋە ياردار ، كېسەل بولغان ئىشچىلار ئۈچۈن مەسئۇل بولۇشنى خالايدىغان بىرمۇ شىركەت يوق ئىدى. سوت مەھكىمىسىمۇ ئىشچىلارنىڭ ئىش ئۈستىدە يارىلىنىشىغا قارىتا ئىشچىلارنىڭ ئۆزى مەسئۇل بولىدىغانلىقى توغرىسىدا كېسىم چىقىراتتى، ھەمدە مائاش ۋە ئىش سائىتى قانۇنىنىڭ ئاساسىي قانۇنغا خىلاپ ئىكەنلىكىنى ئېلان قىلغان ئىدى.

ئامېرىكا ئىشچىلىرى ئۆتمۈشتە شىركەتلەر ھوقۇقلىرىنىڭ چوڭقۇيۇپ كېتىشىگە بولغان چارىسىزلىقىنى مۇنداق ئىپادىلىگەن ئىدى: «بەزىلەر بىزگە ئۇلارنى بېلەت ساندۇقى ئىچىدە مەغلۇپ قىلالايدىغانلىقىمىزنى ئېيتتى، ھالبۇكى بېلەت ساندۇقىنى ئۇلار ئىگىلىۋالدى. بەزىلەر بولسا بىزگە سوت مەھكىمىسىگە بېرىپ ئادالەت ئىزدىسەك بولىدىغانلىقىنى ئېيتىشتى، سوت مەھكىمىسىنى ئۇلار قۇرغان ئىدى.»

ئامېرىكا شىركەتلىرى ناھايىتى ئۇزاق بىر مەزگىلنى باشتىن كەچۈرۈش ئارقىلىق ئۆسۈپ يېتىلىشكە ئېرىشكەن ئىدى. بىز بۇنى ئىككىنچى

قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابى دەپ ئاتىدۇق. ئامېرىكىنىڭ بازار كۆلىمى ئاللىقاچان يەرلىكتىن پۈتۈن مەملىكەتكە كېڭىيىپ، چوڭ شىركەتلەر ناھايىتى چوڭ ھوقۇقلارغا ئېرىشىۋالغان ئىدى. شۇنىڭ بىلەن بىرگە، ئامېرىكا ئىشچىلىرىنىڭ ھوقۇقلىرى بولسا ئەكسىچە ناھايىتى زەئىپ ئىدى. مانا‌ش سەۋەبىسىنى ئاساسىي جەھەتتىن تەمىنلەش ۋە ئېھتىياج مۇناسىۋىتى ئارقىلىق بەلگىلىنىشى ئۇلارنىڭ تۇرمۇشىنى ئىنتايىن تۇراقسىز قىلىپ قويىدى. بۇ بىر مەزگىل تۇرلۇك توقۇنۇشلار، ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار پاراكەندىچىلىكىگە ۋە زوراۋانلىق ۋەقەلىرىگە تولۇپ كەتكەن ئىدى.

(گىل فوسلېر خەلقئارا چوڭ تېپتىكى كارخانىلار تەتقىقات جەمئىيىتى لىدېرى)

دۇنيا شۇنداق قىلىپ ئىستىقبالى نامەلۇم بولغان 20 ـ ئەسىرنىڭ بوسۇغىسىغا كېلىپ قالغان ئىدى. ئەسىر ئالمىشىشنىڭ كىشىلەرگە قالدۇرغان چوڭقۇر تەسىرى پارلاق ماددىي ئۇتۇقلار بولماستىن، بەلكى تەشۋىش ۋە قالايمىقانچىلىقلار بولدى، يەنى ھەل قىلىنغان مەسىلىلەر بىلەن كەلتۈرۈپ چىقىرىلىۋاتقان مەسىلىلەر، تىنجىتىلغان تالاش ـ تارتىشلار بىلەن پەيدا قىلىنغان تالاش ـ تارتىشلار ئوخشاشلا كۆپ ئىدى.

3. «ئورمان قائىدىسى»نى چۆرۈۋېتىش



ئامېرىكا كۆمۈر كان ئىشچىلىرىنىڭ ئىش تاشلىشى
ئەكس ئەتتۈرۈلگەن مايى بويياق رەسىم

1902 ـ يىلى 5 ـ ئايدا، ئامېرىكا پېنسىلۋانىيە ئىشتاتىنىڭ غەربىي قىسمىغا جايلاشقان ئىسسىز كۆمۈر كان رايونىدا 150 مىڭ ئىشچى ئىش تاشلاپ، مائاشىنى ئۆستۈرۈش ۋە ئىشچىلار ئۇيۇشمىسىنىڭ قانۇنلۇق ئورنىنى ئېتىراپ قىلىشنى تەلەپ قىلىدۇ. بۇ

ئامېرىكا تارىخىدا بىر مەيدان ئەڭ ئېغىر سانائەت كىرىزىسى كەلتۈرۈپ چىقارغان بولۇپ، تاكى 10 ـ ئايغا قەدەر ئىككى تەرەپ يەنىلا تىركىشىش ئىچىدە تۇرىدۇ.

پۈتۈن مەملىكەت كۆز تىكىۋاتقان بۇ قېتىملىق چوڭ ئىش تاشلاشنى ياراشتۇرۇش ئۈچۈن، ۋەزىپىگە ئولتۇرغىنىغا ئەمدىلا بىر يىل بولغان پىرېزىدېنت شىئود روزۋېلىت كېسىم كومىتېتى تەشكىل قىلىشقا بۇيرۇق قىلىدۇ. ئىشچىلارنى ئاقلاش سەۋەبىدىن نامى چىققان ئادۋوكات داننومۇ بۇ كومىتېت تەركىبىدە بار ئىدى.

داننو كان شىركىتىدىن ھېسابات دەپتىرىنى سوتقا ئاچقىپ ئېنىق ھېسابات قىلىشنى تەلەپ قىلىدۇ. بۇ ئەزىلدىن قىلچىمۇ چەكلىمىگە ئۇچرىمايدىغان ئامېرىكا شىركىتىنىڭ تۇنجى قېتىم جامائەت پىكرىنىڭ نازارىتىنى قوبۇل قىلىشى ئىدى. داننو نامراتلىقنىڭ تۇرمۇشقا بولغان ئەھمىيىتىنى چوڭقۇر ھېس قىلىپ، ئىشەنگۈسىز سۆز ـ ئىبارىلەر بىلەن كۆچلۈك ئىپادىلەش ئېلىپ بارىدۇ. ئۇ يەنە «كاندىكى ئوغۇل بالا» دېگەن ھېكايىنى ئېلان قىلىپ، نابۇت قىلىنغان بالىنىڭ كەچۈرمىشلىرىنى بايان قىلىدۇ. داننو يەتتە نەپەر كېسىم ئەزاسىغا يۈزلىنىپ تۇرۇپ، بىر قېتىملىق ھاياجانغا تولغان نۇتۇق سۆزلەيدۇ، بۇ قېتىمقى نۇتۇقتىن كېيىن ئاشۇ كېسىم ئەزالىرى كان ئىشچىلىرىنى ئاز ـ تولا قوللاشقا باشلايدۇ.

1903 ـ يىلى 2 ـ ئايدا، ئامېرىكا خەلقى مۇنداق بىر ئاقلاش سۆزىنى ئاڭلايدۇ: «ناۋادا بىزنىڭ بۇ دۆلىتىمىزنىڭ مەدەنىيىتىنى كان ئىشچىلىرى ۋە ئەمگەكچىلەرنىڭ ئاچلىققا بەرداشلىق بېرىشى، ئەمدىلا 11 ~ 12 ياشلارغا كىرگەن بالىلارنىڭ چاڭ ـ توزان ئۈچۈپ يۈرگەن كۆمۈر كانلىرىدا كۆمۈر تېرىشىگە تايىنىپ ساقلاشقا تۇغرا كېلىدىغان بولسا، بىز بۇنداق مەدەنىيەتنى بالدۇرراق ئاخىرلاشتۇرۇشىمىز كېرەك، يېڭى مەدەنىيەتلەرنى قانچە بالدۇر قايتىدىن باشلىساق، ئىنسانىيەتكە شۇنچە پايدىلىقتۇر.»

يېڭى مەدەنىيەتنى قانداق باشلاش ھەققىدە داننو ئۆزىنىڭ كىرىش سۆزىدە مۇنداق بىر ئېغىز سۆزنى قىلىدۇ: «مەن يولدا كېلىۋېتىپلا، پۈتۈن كۈچۈمنى ئىشلىتىپ، ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلارنى ئەمدى يەنە

ئىلگىرىكىدەك ئۆچمەنلەشتۈرگۈزمەيمەن دەپ قارار قىلغان ئىدىم.»
بۇ 20 - ئەسىرنىڭ ئەمدىلا باشلانغان مەزگىلى بولۇپ، كىشىلەر ئىجتىمائىي ئىقتىساد يېڭى تەرتىپلىرىنى بەرپا قىلىش ھەققىدە مۇلاھىزە قىلىشماقتا ئىدى. چۈنكى، بايلىق قاتلىمىدىكىلەرنىڭ ئاچ كۆزلۈكى بىلەن نامرات قاتلامدىكىلەرنىڭ زوراۋانلىقى ئوخشىمايدىغان يۆنىلىشلەردىن دۆلەتكە تەھدىت سېلىۋاتقان ئىككى دانە ئۆتكۈر شەمشەر ئىدى.

ھەرقانداق بىر ئىنسانىي بەخت - سائادەتلەردىن بەھرىمەن بولۇش ھوقۇقى، باراۋەرلىك ھوقۇقى ۋە ئەركىنلىك ھوقۇقىغا ئىگە قىلىش، ھەمدە بۇ بىر ئاساسلىق ئېتىقادلاردا تەۋرەنمەي چىڭ تۇرۇش بولسا ئىنسانىنىڭ ئەركىنلىكىگە بولغان ئاساسلىق كاپالەت ھېسابلىنىدۇ. ناۋادا شىركەتلەرنىڭ ھوقۇقى كىشىلىك ھوقۇقلاردىن ئۈستۈن تۇرىدۇ دېيىلىدىغان بولسا، ياكى كىشىلىك ھوقۇق بىلەن شىركەتلەر ئارىسىدا ئۇنۇملۇك بىر تەڭپۇڭلۇقنى يەتكىلى بولمايدۇ دېيىلىدىغان بولسا، ئۇنداقتا ئۇ مەدەنىيەت مۇساپىسىنى تەسىرگە ئۇچرىتىدۇ.
(خې خەيرىن جۇڭگو ئىجتىمائىي پەنلەر ئاكادېمىيەسى كاندىدات ئالىي تەتقىقاتچىسى)

ئامېرىكىدا مەيدانغا كەلگەن ئىجتىمائىي مەسىلىلەرگە قارىتا، پىرېزىدېنت شىئود روزۋېلىت مۇنداق دەيدۇ: «بارلىق مال - مۈلۈك ۋە بارلىق ھاللىق ئادەملەرگە قىلىنغان توسالغۇسىز ھۇجۇم قىلىشلار قوشما ئىشتاتلارنىڭ ماتەم قوڭغۇرقىنى چالىدۇ؛ ۋاھالەنكى ۋىجدانلىق گىراژدانلار تۇرمۇشتا چىرىكلەشكەن ئاشۇ رەزىل بايلارنىڭ چەكلىمىسىز، ھاكاۋۇرلۇق بىلەن دۆلەتنىڭ تەقدىرىگە ھۆكۈمرانلىق قىلىشىغا يول قويسا، ئۇنداقتا بۇ خىل ھۇجۇم قىلىشلارنى توسۇۋالغىلى بولمايدۇ.»
1903 - يىلى 3 - ئاينىڭ 21 - كۈنى، شەنبە، ھۆكۈمنامىدە ئىشچىلارنىڭ كۈندىلىك خىزمەت ۋاقتىنى توققۇز سائەتكە قىسقارتىش، ھەمدە 10% مائاش قوشۇپ بېرىش ھۆكۈم قىلىنىدۇ، شۇنىڭ بىلەن 163 كۈن داۋاملاشقان ئىش تاشلاش ئاياغلىشىدۇ. كاپىتالىستلارنىڭ تۇنجى قېتىم كېسىمنى قوبۇل قىلىشى بۇنىڭدىن ئىلگىرى ئامېرىكىدا كۆرۈلۈپ

باقمىغان ئىش ئىدى. شۇنىڭ بىلەن سۆھبەت ئارقىلىق مەسلىھەتلىشىشتەك بىر خىل تۈزۈلمە مەيدانغا كېلىدۇ، ئۇنى بەرپا قىلغۇچى ۋە يولغا قويغۇچى بولسا شىركەت ۋە شەخستىن سىرت ئۇچىنچى تەرەپ ھۆكۈمەت ئىدى.

ھەمىشە مۇنداق بىر خىل قارشىلىشىش مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدۇ، بۇ ھەم باشتىن ـ ئاخىرغىچە ئىزچىللىشىپ كېلىۋاتقان ئاساسلىق بىر مۇنازىرە تېمىسى، يەنى ئۇ بولسىمۇ ئادىللىق بىلەن ئۇنۇم ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەتلەردىن ئىبارەتتۇر. بازارلار كۆپىنچە پەقەت ئۇنۇمنىڭلا تۇرتكىسىگە ئۇچرايدۇ، خۇددى بازارنىڭ باراۋەرسىزلىكنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغىنىغا ئوخشاش، ئۇنۇم ئىشچىلار ۋە ئىستېمالچىلار ئۇچۇن باراۋەر بولمىسىمۇ ئەمما ناھايىتى مۇھىم بولغان مەنپەئەتلەرنى ئېلىپ كېلىدۇ.

شۇڭلاشقا تۇرلۇك ئىجتىمائىي ھەرىكەتلەر پەيدا بولدى، ھەمدە شۇ سەۋەبتىن تۇرلۇك ئىجتىمائىي تۈزۈلمىلەر بارلىققا كەلدى، بولۇپمۇ ئىجتىمائىي سۆھبەتلىشىش تۈزۈلمىسىنىڭ بارلىققا كېلىشى دۆلەتنى يالالانما خادىملار بىلەن يالالىغۇچىلار ئوتتۇرىسىدىكى كۈرەشكە قاتناشتۇردى، ھەمدە نامراتلارغا يارەم بېرىش، نامراتلارنىڭ تۇرمۇش سەۋىيەسىگە كاپالەتلىك قىلىش تۈزۈلمىسىنىڭ بەرپا بولالىشىغا تۈرتكە بولدى. بولۇپمۇ 19 ـ ئەسىرنىڭ ئاخىرلىرىدا، دۆلەت خىزمەت ۋاقتىنى قىسقارتىش، بالا ئىشچىلارنى ئىشلىتىشنى مەنئى قىلىش قاتارلىق تەدبىرلەرنى ئارقا ـ ئارقىدىن تۈزۈپ چىقتى.

ياۋروپا چوڭ قۇرۇقلۇقىدا

شىئود روزۋېلىت

شىئود روزۋېلىت، كىشىلەر ئۇنى قېرى روزۋېلىت دەپمۇ ئاتىشىدۇ، ئامېرىكا ھەربىي ئالىمى، سىياسىيون، ئامېرىكىنىڭ 26 ـ نۆۋەتلىك پىرېزىدېنتى. ۋەزىپە ئۆتەش مۇددىتى ئىچىدە، ئىچكى قىسىمغا قارىتا ئورمان، كان، نېفىت قاتارلىق بايلىقلارنى قوغداپ، ئادىل سودا قىلىش تۈزۈلمىسى بەرپا قىلىپ، ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلارنىڭ ئىتتىپاقلىقىنى ئىلگىرى سۈرگەن؛ سىرتقا قارىتا، مونرىئونىزىم يولغا قويۇپ، كېڭەيمىچىلىك سىياسىتى يۈرگۈزگەن.

بولسا، ئىككىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابى داۋامىدا تېز سۈرئەت بىلەن سانائەتلەشكەن دۆلەت گېرمانىيەدە ئەڭ كەسكىن بولغان ئىجتىمائىي قارشىلىشىشلار مەيدانغا كېلىش بىلەن بىرگە يېڭى تۈزۈلمىلەر ئۈستىدە ئىزدىنىشلەرمۇ مەيدانغا كەلدى.

1883 - يىلىدىن 1889 - يىلىغىچە، باش ۋەزىر بىسماركنىڭ ئىلگىرى سۈرۈشى ئارقىسىدا، گېرمانىيە پارلامېنتى دۆلەت تەرىپىدىن كېسەللىك سۇغۇرتىسى، كۆتۈلمىگەن ھادىسىلەر سۇغۇرتىسى ۋە ياشانغانلار ۋە مېيىپلار سۇغۇرتىسى بەرپا قىلىش قاتارلىق ئۇچ تۈرلۈك سۇغۇرتا قانۇن لايىھەسىنى ئىلگىرى - كېيىن بولۇپ تەستىقلايدۇ.

بۇ ئەينى مەزگىلدە دۇنيادا دەۋر بۆلگۈچ ئەھمىيەتكە ئىگە بىر ئىش بولغان ئىدى، چۈنكى ئەينى ۋاقىتتا دۇنيادا ھېچقانداق بىر دۆلەتتە بۇنداق دۆلەت تەرىپىدىن ئوتتۇرىغا قويۇلغان چوڭ كۆلەملىك ئىجتىمائىي سۇغۇرتا بولۇپ باقمىغان ئىدى. كېيىنچە، ياۋروپادىكى بىر قىسىم دۆلەتلەرمۇ گېرمانىيەنى تەقلىد قىلىپ ئىشچىلار ئۈچۈن ئىجتىمائىي سۇغۇرتا تۈزۈلمىسى بەرپا قىلىشتى.

(خۇل مانشېر گېرمانىيە نيۈرنبېرگ ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ئىجتىمائىي سۇغۇرتا تۈزۈمىنىڭ بەرپا قىلىنىشى

گېرمانىيە قانۇنىدا، ياللىغۇچىلارنىڭ ئىشچىلارنىڭ زىيىنىنى تۆلەپ بېرىش مەجبۇرىيىتى بار، ياللىغۇچى بىلەن ياللانغۇچىلار سۇغۇرتا چىقىمىنى تەڭ ئۈستىگە ئالىدۇ، ھۆكۈمەت بولسا ياشانغانلار ۋە مېيىپلار فوندىغا تولۇقلىما ياردەمى بېرىدۇ دەپ بەلگىلەنگەن ئىدى. گېرمانىيەنىڭ ئۇنىۋېرسال ئىجتىمائىي سۇغۇرتا تۈزۈمى دۇنيادىكى تۇنجى ھۆكۈمەت تەرىپىدىن بىر تۇتاش يولغا قويۇلغان سۇغۇرتا لايىھەسى بولۇپ، دۇنيادا ئىجتىمائىي سۇغۇرتا تۈزۈمى قانۇنى تۇرغۇزۇش مۇقەددىمىسىنى ئاچتى. گېرمانىيەدىن كېيىن، دانىيە 1893 - يىلى مەملىكەت بويىچە ياشانغانلارنىڭ ھەقسىز كۆتۈنۈش تۈزۈمىنى بەرپا قىلدى، بۇنىڭ بىلەن غەرب ئەللىرىدە ئىجتىمائىي سۇغۇرتا بەرپا قىلىش يوپۇقى ئېچىلدى.



بىسمارك

ئېيتىشلارغا قارىغاندا گېرمانىيەنىڭ ئىجتىمائىي سۇغۇرتا تۈزۈمى بىر شىركەتتىن ئىلھام ئالغان ئىكەن. 1836 - يىللا، گېرمانىيەلىك كارخانىچى ئالفرىد كرۇپ ئۆز كارخانىسىنى ئاساس قىلىپ تۈرۈپ شىركەت خادىملىرى ۋە ئۇلارنىڭ ئائىلە تاۋابئاتلىرىنى كېسەللىك ۋە ئۆلۈم سۇغۇرتىسى بىلەن تەمىنلەيدۇ.

يىراقنى كۆرەر شىركەتلەر ئاللىقاچان ئۆزگىرىش ياساش ئۈستىدە ئىزدىنىشكە كىرىشكەنىدى. 1815 - يىلىدىكى بىر قېتىملىق پارتلاتقۇچ بومبا پارتلاش ھادىسىسىدىن كېيىن، دۇپونت شىركىتى ئۆلۈپ كەتكەن ئىشچىلارنىڭ ئائىلە تاۋابئاتلىرىغا ياشانغاندا كۈتۈنۈش پۇلى تارقىتىپ بېرىشنى قارار قىلىدۇ.

ئامېرىكىدىكى دۇپونت شىركىتى ئىشچىلارغا ئىسمېنا قوشۇپ ئىشلەش پۇلى ۋە كېچىلىك ئىسمېنا پۇلى تارقىتىپ بەرگەن، ئىشچىلارغا پۇل ئامانەت ھېسابات نومۇرى تەسىس قىلىپ بەرگەن بىرىنچى تۈركۈمدىكى شىركەت ئىدى. ئەگەر خىزمەتچىلەر ھېسابات نومۇرىغا 100 دوللار پۇل قويسا، شىركەت يىل ئاخىرىدا 10% ئۆسۈم تۆلەپ بېرەتتى. بۇلارنىڭ ھەممىسى شىركەتنىڭ ئۆز خادىملىرىغا قىلىپ بەرگەن خىزمەتلىرى ئىدى. دۇپونت شىركىتى يەنە تۇنجى تۈركۈمدە خادىملىرى ئۈچۈن تاشقى كېسەللىكلەر دوختۇرى تەكلىپ قىلىپ بەرگەن شىركەت ھېسابلىناتتى.

سانائەتلىشىش يولىدا ئەسەبىيلەرچە يۈگۈرگەن 100 يىل داۋامىدا، بازار تۈزۈلمىسى شىركەتلەر ھەرىكىتىنى ئۇن - تۇنسىز تەڭشەپ تۇردى. بۈگۈنكى كۈندە ياۋروپا ۋە ئامېرىكا قاتارلىق ھەرقايسى ئەللەرنىڭ كىشىلەرگە پىشىشق تونۇش بولغان ئالاقىدار تۈزۈم لايىھەلىرى بولسا تارىختىكى نۇرغۇنلىغان ئېچىنىشلىق بەدەل تۆلەشلەردىن كەلگەن ئىدى.

چىكاگو گۆش تۈرىدىكى تىرىست شىركىتى بولسا ئامېرىكىلىقلارنىڭ تاماق ئۈستىلىنى ئىزچىل ھالدا ھەر تۈرلۈك گۆش يېمەكلىكلىرى بىلەن

تەمىنلىگۈچى ئورۇن ئىدى. ۋاھالەنكى 1906 - يىلى 2 - ئايدا، «ئورمان» دېگەن بىر رومانىنىڭ ئېلان قىلىنىشى پۈتۈن ئامېرىكىلىقلارنىڭ كۆڭلىنى ئاينىتىپ ھۆ قىلدۇرۇۋەتتى. چۈنكى ئاپتور سىنكلائىر رومانىدا چىكاگو گۆش مەھسۇلاتلىرى زاۋۇتىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش كۆرۈنۈشىنى تەسۋىرلەپ بەرگەن ئىدى.

زاۋۇتتا كېسەل بولۇپ ئۆلگەن ھايۋانلار گۆشى گۆش يېمەكلىكلىرىنى پىشىقلاپ ئىشلەش خام ماتېرىيالى سۈپىتىدە ئىشلىتىلگەن بولسا، زەھەرلەپ ئۆلتۈرۈلگەن چاشقانلارمۇ گۆشلەر بىلەن بىرلىكتە كالباسا ياساشتا ئىشلىتىلىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىرگە كۆكىرىپ پۈراپ كەتكەن گۆشلەرمۇ خام ماتېرىيال قىلىنىپ ئۈنىڭدىن رەسمىي مەھسۇلاتلار ئىشلەپچىقىرىلغان ئىدى.

يۇقىرىقىدەك بىرقانچە تۈرلۈك ئەمەلىي ۋەقەلەرنى ھەقىقىي بايان قىلغانلىقى تۈپەيلىدىن، سىنكلائىرنىڭ كىتابى ئىلگىرى - كېيىن بولۇپ بەش نەشرىياتنىڭ نەشر قىلىشىنى رەت قىلىشىغا ئۇچرايدۇ. بەزىلىرى بولسا پەقەت ئاشۇ بىرقانچە بەتنى چىقىرىۋەتسىلا نەشر قىلىدىغانلىق شەرتىنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ. ئەمما سىنكلائىر بۇنىڭغا قوشۇلمايدۇ.

نەتىجىدە رومان بازارغا سېلىنىشى بىلەنلا قاتتىق زىلزىلە قوزغاپ، 25 مىڭ پارچە كىتاب 45 كۈن ئىچىدە پۈتۈنلەي سېتىلىپ بولىدۇ، ھەتتا ئاقسارايمۇ كىتابتىن بىرنى تاپشۇرۇۋالىدۇ.

رومانىدا تەسۋىرلەنگەن ۋەقەلەرنىڭ راستلىقىغا ئىشىنىشنىڭ ناھايىتى قىيىنلىقىنى ھېس قىلغان پىرېزىدېنت ئەمگەك مىنىستىرىنى زاۋۇتنى ئۇشتۇمتۇت تەكشۈرۈپ كۆرۈشكە ئەۋەتىدۇ. ئامېرىكىلىقلارنىڭ يەۋاتقىنى ئەمدى يەنە قوشۇنلىرى ئىشلەپچىقىرىپ، ئەتراپتىكى ئۇلارغا تونۇش بولغان ئاشۇ تىجارەتچىلەر ئۇلارغا سېتىپ بەرگەن يېمەكلىكلەر بولماستىن، بەلكى ئاللىكىملەرنىڭ ئىشلەپچىقارغانلىقىنى بىلگىلى بولمايدىغان مەھسۇلاتلار ئىدى. شۇڭلاشقا بۇ دەۋر ئامېرىكىدىكى ئاشۇ چوڭ شىركەتلەرنىڭ بۇ جەھەتلەردە پايدا ئېلىش ئۈچۈن ساختىپەزلىك قىلىشىغا پۈرسەت يارىتىپ بەرگەن ئىدى.

بازار ئىگىلىكى تۈزۈلمىسى ئاستىدا، شىركەتلەرنىڭ بايلىق يارىتىش

غەرىزى بولىدۇ، ئەمما كۆپىنچە ۋاقىتتا ئۇلار پەقەت پايدا ئېلىشنىلا كۆزلەپ، باشقىلارنى قاقتى - سوقتى قىلىش، مۇھىتقا بۇزغۇنچىلىق قىلىشتىنمۇ يانمايدۇ. شۇڭا بىز شىركەتلەر بايلىق يارىتىش جەريانلىرىدا باشقىلارنىڭ مەنپەئىتىنى قۇربانلىق قىلماسلىقىغا كاپالەتلىك قىلىشىمىز لازىم.

(جوسېف ستىگلىز ئامېرىكا كولۇمبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)



«ئورمان» رومانىنىڭ ئاپتورى سىنكلائىر

بىر قىسىم ئامېرىكا شىركەتلىرى كۈچلۈكلەر ئاجىزلارنىڭ گۆشىنى يەيدىغان، مۇھىتقا ماسلىشالمىغانلارلا ھايات قالىدىغان ئورمان قائىدىسىنى بازار رىقابىتىدىكى بىردىنبىر ۋاستە قىلىۋالغاندىن كېيىن، «ئورمان» رومانىنىڭ ئېلان قىلىنىشى ئاخىر غەرب جەمئىيىتىدە غەزەپلىنىش كەيپىياتىنى قوزغايدۇ.

كېينىكى مەزگىللەردە ئەنگلىيە باش ۋەزىرى بولغان ۋىنىستون چېرچىل مۇنداق دەيدۇ: «بۇ قورقۇنچلۇق كىتاب، قېلىن مېڭە پوستى بىلەن تاشتەك قاتتىق قەلبنى تېشىپ ئۆتۈپ كەتتى.» بىر قىسىم ئەقلى - ھوشى جايىدا كىشىلەر دۆلەتنىڭ بۇنداق چەكتىن ئاشقان مەنپەئەت قوغلىشىش ھەرىكىتى داۋامىدا گۇمران بولۇپ كېتىشىدىن ئەنسىرەپ، شىركەتتىن ئىبارەت «بۇ غالجىرلاشقان ياۋايى ھايۋانغا نۇختا سېلىش كېرەك» دەپ قاراشتى.

ئەركىنلىك شىركەتنىڭ ھاياتى. ئەمما، چەكلىمىسىز ئەركىنلىك خەتەرلىك بولىدۇ. ئەركىنلىكنى پەقەت ئىدىيەۋى قىممەتلا ئەمەس، بەلكى قانۇنىي قىممەت ۋە تۈزۈم قىممىتى دەپ مۇئەييەنلەشتۈرۈلگەندىن كېيىنلا، ئۇ ئاندىن ھۆرمەتلىنىشكە ئەرزىيدۇ.

19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرى 20 - ئەسىرنىڭ دەسلىپىدە، دۇنيادا تۇنجى قېتىم ئاممىۋى ئاخبارات ۋاستىلىرى مەيدانغا كېلىدۇ. گېزىت كۆپ ساندىكى كىشىلەرنىڭ كۈندىلىك ئوقۇش بۇيۇمىغا ئايلىنىدۇ. ئۇلار قۇشخانا قاتارلىق سورۇنلارنىڭ ناچار تازىلىق ئەھۋالىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان، ئۆز ئەتراپىدا يۈز بەرگەن ئىجتىمائىي مەسىلىلەرنى پاش قىلىدۇ. بۇ، ھۆكۈمەتنى بېسىم ھېس قىلدۇرۇپ، ئامالسىزلىق بىلەن كەسىپلەرنى قىلىپلاشتۇرۇشقا دەۋەت قىلىدۇ، مەسىلەن: مال ئۆلتۈرۈش كەسپىنى قېلىپلاشتۇرۇش دېگەندەك.

قېرى روزۋېلتنىڭ «ئورمان رومانى»نى ئوقۇشى

ئېيتىشلارغا قارىغاندا، ئەينى ۋاقىتتا قېرى روزۋېلت ناشتىلىق قىلىۋاتقان بولۇپ، ئۇ «ئورمان» نى ئوقۇۋېتىپ، زاۋۇتنىڭ ئۆلۈك چاشقان گۆشىنى كالباسادىكى گۆشلەرگە قوشۇۋەتكەن ۋەقەلىكىگە كەلگەندە، «ئاپلا، مەن زەھەرلىنىپ قالدىم!» دەپ قاتتىق ۋارقىرىۋېتىدۇ، ھەمدە يەپ يېرىمى ئېشىپ قالغان كالباسانى دېرىزىدىن سىرتقا تاشلىۋېتىدۇ. شۇنىڭدىن كېيىن ئۇ گۆش يېمەسلىكنى تەرغىب قىلغۇچىلارغا ئايلىنىدۇ.

نەپسانىيەتچىلىك ۋەھىمە ئارقىلىق تەڭپۇڭلاشتۇرۇشقا موھتاج. غەربتىكى سانائەتلەشكەن ئەللەرنىڭ يۇز يىلدىن بۇيان يىغىلىپ قالغان كونا كېسىلىنى داۋالاپ ساقايتىش ئۈچۈن، ئىجتىمائىي نازارەت قىلىش خۇددى جاننى قۇتقۇزغۇچى دورا بولسا، قانۇنىنىڭ مۇكەممەللىشىشى ئۇنى تۈپتىن ساقايتقۇچى رېتسېپتۇر. ئەمما ئوخشاشلا مۇھىم بولغىنى بولسا، كىشىلەرنىڭ نەپسانىيەتچىلىكتىن قايمۇققان قەلبىنى داۋالاپ ساقايتىش ئىدى.

1911 - يىلى 3 - ئاينىڭ 25 - كۈنى، شەنبە كۈنى چۈشتىن كېيىن سائەت 4 ئەتراپىدا، نيۇيورکتىكى ئېسكۇئېل بىناسىغا جايلاشقان ئايالچە كۆڭلەك شىركىتىدە چوڭ ئوت ئاپىتى يۈز بېرىدۇ.

ئەڭ بىمەنە بولغىنى ئادەملەر توقۇزىنچى قەۋەتتە ئەڭ كۆپ ئۆلگەن بولۇپ، پەلەمپەيگە تۇتىشىدىغان ئىككى ئىشىكنىڭ بىرىگە قۇلۇپ سېلىپ

قويۇلغان ئىكەن (ئاڭلاشلارغا قارىغاندا ئىشچىلارنىڭ ئوغرىلىق قىلىشىدىن ساقلىنىش ئۈچۈن شۇنداق قىلغانمىش). شۇڭلاشقا، ئوت ئاپىتى يۈز بېرىشى بىلەن پۈتكۈل زاۋۇت پاتپاراقچىلىققا چۈشىدۇ.

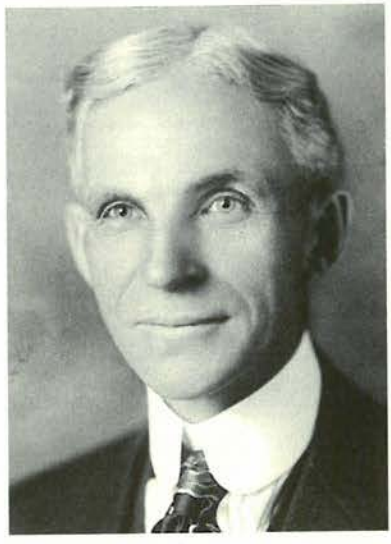
بۇ قېتىمقى ئوت ئاپىتى ۋە 146 جاننىڭ غايىب بولۇشى ئىنسانىي مۇناسىۋەتلەر ئەزەلدىن ئېتىبارغا ئېلىنمايدىغان بۇ بايلىق مەركىزىنى زىلزىلىگە سالىدۇ. 4 - ئاينىڭ 5 - كۈنى، يامغۇر توختىماي ياغماقتا ئىدى. نيۇيورك ۋاشىنگتون مەيدانىدىكى زەپەر دەرۋازىسى ئاستىغا بىر قۇرۇق جەسەت ساندۇقى قويۇپ قويۇلغان ئىدى. نەچچە ئونمىڭ ئىشچى ۋە شەھەر خەلقى ئۇن - تىنسىز نامايىش قىلىۋاتقان بولۇپ، شۇئار ۋە ئىلتىجالار يوق ئىدى، پەقەت ئۆكسۈپ يىغلىغان ئاۋازلار ئاڭلىنىپ تۇراتتى. قايغۇ - ھەسرەتلەر سۈكۈتكە چۆمگەن دەريا كەبى مانخاتتاننىڭ يۈرەك باغرىدىن ئېقىپ ئۆتمەكتە ئىدى.

شۇ دەقىقىلەردە، كىشىلەر ھاياتتىنمۇ قىممەتلىك نەرسىلەرنىڭ بارلىقىنى بايقاشقان ئىدى.

بەزىلەر ئۇنى ئامېرىكىنى ئۆزگەرتكەن ئوت ئاپىتى بولدى دېيىشتى. ئۇ بىر قاتار ئىنسان ھوقۇقلىرىنى قوغداش قانۇنلىرىنى تۇزۇپ چىقىشنى ماھىيەتلىك ئالغا سۈردى، ھەم يەنە ئۇنتۇلۇپ كېتىلگىنىگە ناھايىتى ئۇزۇن بولغان ئىشلارنى كىشىلەرنىڭ ئېسىگە قايتا سالغان ئىدى، يەنى: شىركەت قۇرۇپ پۇل تېپىشتىكى مەقسەت زادى نېمە؟ ھەقىقىي ئىلغارلىق دېگەن زادى نېمە؟

ھازىرقى زامانىمىزدا مۇھىم بىر بەس - مۇنازىرە بولۇپ ئۆتتى، يەنى ئۇ بولسىمۇ شىركەتنىڭ قانۇنلۇق ھەم مۇھىم بولۇشىنىڭ نىشانى نېمە؟ دېگەندىن ئىبارەت ئىدى. شىركەت پەقەت بىر ئىقتىسادىي تەشكىلات بولۇپلا قالماي، بەلكى ئۇ يەنە بىر ئىجتىمائىي تەشكىلاتتۇر. بۇ بەس - مۇنازىرىنى كەلتۈرۈپ چىقارغان قىسمەن سەۋەبى بولسا، بازار سىستېمىسى بارلىق مەسىلىلەرنى ھەل قىلمايتتى. ئۇ تەقسىمات مەسىلىسىنى ھەل قىلالمايتتى، كەمىستىش مەسىلىسىنى ھەل قىلالمايتتى، مۇھىتقا ئوخشاش مەسىلىلەرنىمۇ ھەل قىلمايتتى.

(مىكائىل سېيىنسىي ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پەخرىي مۇدىرى)



هېنرى فورد

هېنرى فورد

هېنرى فورد (1863ـ1947)، ئامېرىكىلىق ئاپتوموبىل ئىنژېنېرى ۋە كارخانىچى، فورد ئاپتوموبىل شىركىتىنى بەرپا قىلغۇچى. ئۇ ھەم يەنە دۇنيادا تۇنجى قېتىم ئاقما ئىش تەرتىپى ئارقىلىق تۈركۈملەپ ئاپتوموبىل ئىشلەپچىقارغۇچى. بۇنداق يېڭىچە ئىشلەپچىقىرىش شەكلى ئاپتوموبىللارنى بىر خىل ئاممىۋى مەھسۇلاتلارغا ئايلاندۇرۇپلا قالماي، بەلكى زامانىۋى جەمئىيەت ۋە مەدەنىيەتكە غايەت زور تەسىر كۆرسەتكەن ئىدى. شۇڭلاشقا بىرقىسىم ئېجتىمائىي نەزەرىيەچىلەر بۇ بىر مەزگىلدىكى ئىقتىساد ۋە جەمئىيەت تارىخىنى «فوردئىزىم» دەپ ئاتاشقان ئىدى.

20 ـ ئەسىرگە كىرىپ كەلگەن كىشىلەر بازار ۋە شىركەتلەرنى قايتا تونۇشقا باشلىدى. بۇ يېڭى بىر تېمىغا قارىتا، ھۆكۈمەت، جەمئىيەت ۋە قانۇن قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى ئۆزلىرىنىڭ ئورنىنى ئىزدىشىپ، ھوقۇق چەكلىرىنى بېكىتىشمەكتە ئىدى.

فورد شىركىتىنىڭ ئىش تاشلاشتەك ھەرقانداق بىر زوراۋانلىق ۋەقەلىرىنىڭ تەسىرىگە ئۇچرىمايي ئەكسىچە، ئىشچىلارغا بىر ھەسسىدىن كۆپرەك ئىش ھەققى قوشۇپ بېرىشى پۈتۈن دۇنيانى زىلزىلىگە سالغانىدى.

ۋاھالەنكى ھېنرى فورد ئىشچىلارغا يۇقىرى مائاش بېرىش «خەير ـ ساخاۋەت ھەرىكىتى ئەمەس بەلكى ئۇ بىر ئۇنۇم مەسىلىسى»، بۇنىڭ ئۈچۈن «ئىشچىلارنىڭ غوجايىنلارغا تەشەككۇر ئېيتىشىنىڭ ھاجىتى يوق»، چۈنكى «بۇ بىر ئادىل دۇنيا، قازانغا نېمە سالسا چۆمۈچكە شۇ چىقىدۇ» دېگەننى تەكرار تەكىتلەيدۇ.

تېخنىكا يۇقىرى مائاش بەرگەندە، ئىشچىلارنىڭ تۇرمۇشى تېخنىكا

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

ياخشىلىنىپ، ئىشلەپچىقىرىش كۆچى يۇقىرى كۆتۈرۈلىدۇ، شۇڭا، بۇ مەزگىلدە، ئىشچىلار بىلەن زاۋۇتلارنىڭ مۇناسىۋىتى مۇئەييەن پەسىيىشكە ئىپتىشكەن ئىدى. بۇ تەدبىر ئىشچىلارنى شىركەت زور كۆلەمدە ئىشلەپچىقارغان مەھسۇلاتلىرىنىڭ ئىستېمالچىلىرىغا ئايلاندۇرىدۇ.

(ۋىليام لېزونىڭ ئامېرىكا كارخانا تارىخى ئىلمىي جەمئىيىتىنىڭ سابىق رەئىسى)

ئەمەلىيەتتە، شۇ يىلى يىل ئاخىرىدا، فورد شىركىتىنىڭ پايدىسى 30 مىليون دوللارغا كۆتۈرۈلگەن ئىدى. فوردنىڭ مەنتىقىسىنى بۇگۈنكى كۈندە چۈشەنمەك ئانچە تەس بولمىسا كېرەك، ئەمما ئەينى زاماندا بولسا، ئەنئەنىۋى قىممەت قارىشىغا قىلغان بىر قېتىملىق ئاغدۇرمىچىلىق ئىدى.

ھېنرى فورد ئىستېمال ئىقتىسادىغا قاتتىق ئىشىنەتتى. ئۇ ئامېرىكىنىڭ كەلگۈسى ۋە ئاددىي پۇقرالارنىڭ بەختى ئىستېمالچىلارنىڭ ھاللىق بولۇشى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك دەپ قارايتتى. ئۇ ئاپتوموبىللارنىڭ بولۇپمۇ T تىپلىق ئاپتوموبىللارنىڭ ئاددىي پۇقرالارغا ئومۇملىشىشىنى ئۈمىد قىلاتتى. فوردنىڭ داڭلىق بىر باياناتى بار ئىدى، ئۇ بولسىمۇ T تىپلىق ئاپتوموبىلنى ئىشلەپچىقارغۇچىلارنىڭ T تىپلىق ئاپتوموبىلنى سېتىۋېلىشقا قۇربى يېتىشىنى ئۈمىد قىلاتتى. فوردنىڭ تالانتى شۇ يەردىكى، ئۇ ئىستېمالچىلار بازىرى ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىگە ئەمەس، بەلكى ئالدى بىلەن سېتىۋېلىش كۈچلىرىگە تايىنىدۇ دەپ قارايتتى.

(ستېفېن ژوز «فورد تەرجىمھالى»نىڭ ئاپتورى)

ئىشلەپچىقارغۇچىلارنى ئىستېمالچىلارغا ئايلاندۇرغان غايەت زور ئىستېمالچىلار بازىرىنىڭ مەيدانغا كېلىشى شىركەتنىڭ كەلگۈسى ئۆزگىرىشىگە چوڭقۇر تەسىر كۆرسەتتى.

ئۆز مەنپەئەتلىرىنى قوغداش ئۈچۈن يۇز بەرگەن سانسىز توقۇنۇشلاردىن كېيىن، سەككىز سائەتلىك ئىش تۈرۈمى ئاخىر شىركەتلەرنىڭ ئاكتىپ تاللىشىغا ئايلىنىدۇ.



ھېنرى فوردنىڭ ئەسلىي تۇرالغۇسى

ئېكسپلاتاتسىيە، ئالدامچىلىق، مونوپول قىلىشتەك ئىپتىدائىي ئۆسۈپ يېتىلىش شەكىللىرىنى باشتىن كەچۈرگەندىن كېيىن، شىركەتلەر بەش دوللاردىن باشلاپ، پايدا قوغلىشىش يېڭى قائىدىلىرىنى چۈشىنىش ۋە تۇرىتىشنى ئۆگىنىشكە باشلايدۇ.

پايدىنى پايدىغا ئالاقىدار تەرەپلەر ئورتاق قارار قىلىپ بېكىتىپ چىقىدۇ. ئۇ بولسا شىركەتلەر تەنتەك ياشىلىق مەزگىللىرىدە ئېرىشكەن مۇھىم قائىدە ئىدى. چۈنكى، كەلگۈسىدىن قارىغاندا، ئۇلار ياكى بىرلىكتە يۇقىرى كۆتۈرۈلۈشى ياكى بىرلىكتە بەربات بولۇشى لازىم ئىدى. ھالبۇكى، ھەممە ئىشلار ئەمدىلا باشلانغان ئىدى، ھەمدە تاكى بۈگۈنكى كۈنگە كەلگەندىمۇ ئۇ تېخى ئاخىرلاشمىغان ئىدى.

سانائەتلىشىش ئەمدىلا باشلانغان 100 يىل داۋامىدا، بەخت ـ سائادەت بىلەن بالايىئاپەت بىر ـ بىرىگە ھەمراھ بولۇپ كەلدى. كىشىلەر گاھىدا ئۇزاقلاپ كەتسە، گاھىدا يەنە قايتىپ كېلىشەتتى.

شىركەتلىشىۋاتقان بۇ دۇنيا خۇشاللىق ھەم قايغۇلارنى كۆتۈرۈپ، توختاۋسىز ئالغا يۈگۈرەيتتى. دىككېنسنىڭ 100 يىل ئىلگىرى قىلغان خىتابى كىشىلەر قۇلىقىدا تەكرار جاراڭلايتتى: «بۇ ئەڭ ياخشى دەۋر، بۇ ئەڭ ئەسكى دەۋر. بۇ ئۇمىدكە تولغان باھار، بۇ ئۇمىدسىزلىككە تولغان زىمىستان قىش، ئالدىمىزدا ھېچ نەرسە يوق، ئالدىمىزدا ھېچ نەرسە يوق.»

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

سۇئەن بېكىرت (ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)
L. E. كىچىك بوزېر (ئامېرىكىلىق قانۇنشۇناس)
لۇئىز گرون (ئامېرىكا جون خوبجىنس ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

مۇخبىر: 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرى 20 - ئەسىرنىڭ باشلىرىدا، بىزنى ئىگىلىكىنى ئاساس قىلىشتىن سانائەتنى ئاساس قىلغان جەمئىيەتكە قاراپ ئۆزگىرىش جەريانىدا، ياۋروپا ۋە ئامېرىكىلاردا زور مىقداردىكى ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار ماجىرالىرى ۋە ئىشچىلار ھەرىكىتى مەيدانغا كەلدى، سىز بۇنى ساقلانغىلى بولمايدىغان تەرەققىيات مەزگىلى دەپ قارامسىز؟

سۇئەن بېكىرت: ئىشچىلار بىلەن كاپىتالىستلار ئوتتۇرىسىدىكى ماجىرالار 19 - ئەسىرنىڭ دەسلەپكى بىرقانچە يىلىدا باشلانغان ئامېرىكا سانائەتلىشىشىنىڭ بىر قىسمى. ھەقىقىي زور كۆلەمدىكى ئىشچىلار ئۇيۇشمىلىرى 18 - ئەسىرنىڭ80 - يىللىرىدا مەيدانغا كەلگەن بولۇپ، ئەينى چاغدا نەچچە مىليون ئىشچى ئىشچىلار ئۇيۇشمىلىرىغا قاتناشتى، ھەمدە تەشكىللىك كۈرەش ئېلىپ باردى. مەسىلەن: سەككىز سائەتلىك ئىش تۈزۈمىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنى تەلەپ قىلىش، ئىش ھەققىنى ئۆستۈرۈش، خىزمەت شارائىتىنى ياخشىلاش، شۇنداقلا نامايىش ھوقۇقىنى قولغا كەلتۈرۈش دېگەندەك. ئامېرىكا ئىشچىلار ئۇيۇشمىلىرىنىڭ تەرەققىيات تارىخى ياۋروپادىكى دۆلەتلەرگە ئوخشىشىپ كېتىدۇ، فىرانسىيە، گېرمانىيە، ئەنگلىيە قاتارلىق دۆلەتلەرنىڭ ئىشچىلار ئۇيۇشمىلىرىنىڭ سانى ئامېرىكىنىڭكىگە باراۋەر كېلىدۇ. ئەمەلىيەتتە، سانائەتلىشىش ئېلىپ بېرىۋاتقان ئەمما ئىشچىلار ئەكسىچە ئىشچىلار ئۇيۇشمىلىرى تەشكىللىمىگەن ياكى ئاخىرقى ھېسابتا كوللېكتىپ ھەرىكەت قوللانمىغان بىرمۇ ئورۇن يوق ئىدى. بۇ ھەيران قالارلىق ئەمەس، سانائەتلىشىش

ئايرىۋەتتى؛ بەزىدە بولسا قانۇن - نىزاملارنى ئاممىغا تېخىمۇ كۆڭۈل بۆلىدىغان قىلدى. سىناپ كۆرۈشلەر جەريانىدا، ئىشتىتات ۋە دۆلەت دەرىجىلىك نوپۇز ۋە هوقۇق ئۇزۇكسىز كۈچەيدى، شۇنىڭ بىلەن بىز ئۆزىمىز ئېرىشمەكچى بولغان نەتىجىلەرگە ئېرىشتۇق.

ئىلھامنامە

«تەرەققىيات ھەرىكىتى» نىڭ ئارقا كۆرۈنۈشى نېمە؟

سانائەت ئىنقىلابىدىن كېيىنكى بىر ئەسىر ئىچىدە، چوڭ بازار كۈنسايىن شەكىللىنىپ، چوڭ شىركەتلەر تېزلىكتە باش كۆتۈردى، ياۋروپادىكى ھەرقايسى دۆلەتلەرنىڭ سانائەتلىشىشى ۋە شەھەرلىشىشى مەسلى كۆرۈلمىگەن تەرەققىياتلارغا ئېرىشتى. ھالبۇكى، دەل مۇشۇ «تەرەققىيات دەۋرى» دە ئىجتىمائىي زىددىيەتلەرمۇ بارغانسېرى كەسكىنلەشتى. شىركەتلەرنىڭ مەنپەئەتلىرى شەخسىيلەرنىڭ مەنپەئەتلىرىگە زىيان سېلىپ، كاپىتالنىڭ كېڭىيىشى ئىجتىمائىي ئادىللىققا جەڭ ئېلان قىلىپ، شىركەتلەرنىڭ ھوقۇقلىرى پۈتۈن جەمئىيەتنىڭ كونتروللۇقىدىن ھالقىپ كەتتى. بۇنداق ۋەزىيەتكە قارىتا، ئىشچىلار قارشى چىقسا، ئاخبارات ۋاستىلىرى تەنقىد قىلىشتى، ئىلىم ساھەسىدىكىلەر قايتا ئويلىنىش ئېلىپ بارسا، ھۆكۈمەت «شەكىللىك قولى»نى ئۇزاتتى. شۇنىڭ بىلەن ھەرقايسى بازار ئىگىلىكى ئەللىرى ئۆزىنى قۇتقۇزۇش شەكلىدىكى بىر مەيدان چوڭقۇر ئىسلاھاتلارنى قانات يايدۇردى، بۇ ھەرىكەت تارىختا «ئىلغارلىق ھەرىكىتى» دەپ ئاتالدى.

شىركەتلەر كۆلىمىنىڭ چەكسىز كېڭىيىشىگە ئەگىشىپ، بايلىقلار بارغانسېرى مەركەزلەشتى. 1890 - يىلى، ئامېرىكا نوپۇسىنىڭ 1% نى ئىگىلەيدىغان ئەڭ باي ئامېرىكىلىقلار كىرىمىنىڭ يىغىندىسى ئامېرىكىنىڭ تۆۋەن قاتلىمىدىكى يېرىم ئاھالە كىرىمىنىڭ يىغىندىسىغا باراۋەر كېلەتتى. ۋاھالەنكى، بايلار ۋە نامراتلارنىڭ تەڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشى تۇيۇقسىز جەمئىيەتتە باي - كەمبەغەللىك پەرقى ناھايىتى خەتەرلىك باسقۇچقا كېلىپ قالغانىدى. كۈنسېرى كېڭىيىۋاتقان شىركەت تەشكىلاتلىرى ئىچىدىكى «ئەركىن ئىشچى»لار بولسا ئۆزلىرىنىڭ

ئەمەلىيەتتە ئەركىن ئەمەس بەلكى ئاللىقاچان قۇللارغا ئايلىنىپ قالغانلىقىنى ھېس قىلىشتى. ئىشچىلارنىڭ خىزمەت شارائىتى ناچار، خىزمەت ۋاقتى ئۇزۇن بولسىمۇ ئەمما ئۇلارنىڭ ئەمگەك بىخەتەرلىكىگە بولغان كاپالەت كەمچىل ئىدى. مىڭلىغان، ئونمىڭلىغان ئىشچىلار ئىشلەپچىقىرىش داۋامىدا يارىلىنىپ مېيىپ بولغان بولسىمۇ، ئەمما ھەرقانداق تولۇقلىما پۇل ۋە كاپالەتلەر يوق ئىدى.

شەھەرلەر ئاز سانىدىكى كىشىلەرنىڭ تۇرمۇشىنى تېخىمۇ بايىشات قىلغان بولسىمۇ، ئەمما كۆپ سانىدىكى كىشىلەرنىڭ تۇرمۇشى ئەكسىچە ناچار ئىدى. 1900 - يىلىغا كەلگەندە، ئامېرىكىنىڭ شەھەرلىشىش نىسبىتى ئاللىقاچان 37%. 9 كە يەتكەن ئىدى. زور تۇركۇمدىكى دېھقانلار شەھەرلەرگە كىرىشكە باشلىدى، ئەمما شەھەرلەر بولسا ئۇلارنى قوينىغا ئېلىشقا تەييارلىق قىلىپ بولالمىغان ئىدى. شۇنچە ئاۋات شەھەرلەردە يەنىلا شارائىتى ناچار، مۇھىتى ئەسكى نامراتلار كەپىلىرى كۆزگە چېلىقىپ تۇراتتى.

سانائەتلىشىش ۋە شەھەرلىشىش تەرەققىياتىغا ئەگىشىپ، يېمەكلىكلەرنى ئىشلەپچىقىرىش بىلەن ئىستېمال قىلىش ئايرىلىشقا باشلىدى. نازارەت قىلىنمىغان ئەھۋال ئاستىدا، نەپسانىيەتچى ئىشلەپچىقىرىش سودىگەرلىرى ۋە ساتقۇچى سودىگەرلەر دائىم تۇيۇقسىز كېسىلگە گىرىپتار بولغان كاللارنىڭ سۈتلىرىنى سېتىشاتتى، ھەتتا سۈتكە سۇ ۋە تۇزلارنى قوشاتتى. «قۇشخانا»، «ئورمان» قاتارلىق رومانلار كىشىنى ھەيران قالدۇرغان ھالدا ھەر تۇرلۇك يېمەكلىكلەر شىركەتلىرىنىڭ كىشىنىڭ ئەقلى يەتمەيدىغان رەزىللىكلىرىنى پاش قىلغان ئىدى.

كارخانىچىلارنىڭ ئوبرازى ھەممە نەرسىلەرنى يالماپ يۇتىدىغان رەھىمسىز ھايۋانغىلا ئوخشايتتى. شىركەتلەر ئىنسانلارنىڭ ئۆزى تىككەن «رەزىل گۈل» گە ئايلىنىپ كېتىۋاتاتتى.

شىركەتلەرنىڭ چەكتىن ئېشىپ كەتكەن ھوقۇقلىرىنى قانداق چەكلىگىلى بولىدۇ؟

ئۆزگىرىش ئېلىپ بېرىۋاتقان جەمئىيەت، ئىقتىساد ۋە ئۇ ئېلىپ كەلگەن تۇرلۇك يېڭى مەسىلىلەرگە قارىتا، ئامېرىكىلىق نۇرغۇن ئالىملار

ئىسلاھ قىلىشنى ئوتتۇرىغا قويۇشتى. پىرېزىدېنت شىئود روزۋېلىت ۋەكىللىكىدىكى ئىسلاھاتچىلار ئۇزۇندىن بۇيان ئامېرىكىلىقلارنىڭ قىممەت قارىشىغا ھۆكۈمرانلىق قىلىپ كەلگەن ۋە تۇزۇم لايىھەلەش ھەم سىياسەت تۇزۇشكە تەسىر قىلىپ كېلىۋاتقان «پاسسىپ ئەركىنلىك» ئىدىيەسىدىن ۋاز كېچىپ، «ئاكتىپ ئەركىنلىك» تىن ئىبارەت يېڭى ئىدىيەنى قوللىنىشقا باشلىدى.

ئەلۋەتتە، تېخىمۇ مۇھىم بولغىنى بولسا سوتسىيالىزم ئىدىيەسىنىڭ شىددەت بىلەن تارقىلىپ، ئىشچىلار ھەرىكەتلىرىنىڭ تېز ئۇلغىيىپ كېتىشى ئىدى. ھەر تۈرلۈك ھۆكۈمەتسىز تەشكىلاتلار، ئىشچىلار مەنپەئەتلىرىگە ۋەكىللىك قىلىدىغان ئەمگەكچىلەر تەشكىلاتلىرى، دېھقانلار مەنپەئەتلىرىگە ۋەكىللىك قىلغۇچى دېھقانچىلىق مەيدانلىرى غوجايىنلىرى ئۇيۇشمىلىرى، شۇنداقلا تەرىبىيە كۆرگەن ئوتتۇرا بۇرژۇئا ئايالىلىرىنى ئاساس قىلغان ئامېرىكىلىق ئايالارمۇ تەشكىللىنىشكە باشلاپ، پۇقرالار جەمئىيىتى ئۇزۇكسىز زورايدى. ئىجتىمائىي تەشكىلاتلارنىڭ مەيدانغا كېلىشى ۋە پىشىپ يېتىلىشى 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرقى مەزگىللىرىدىكى تەرەققىيات ھەرىكەتلىرىگە ئاكتىپ تەسىر كۆرسەتتى، تەرەققىيات ھەرىكىتى داۋامىدىكى مۇھىم بىر كۈچكە ئايلاندى.

پىرېزىدېنت شىئود روزۋېلىت ۋەزىپە ئۆتەۋاتقان مەزگىلدە، ھۆكۈمەت شەكىللىك قولىنى ئۇزىتىپ چوڭ كارخانىلارنىڭ «چەكتىن ئاشقان ھوقۇقلىرى» نى كونترول قىلىشقا باشلىدى. فېدېراتسىيە ھۆكۈمىتى ئىقتىسات، جەمئىيەتكە قارىتا باشقۇرۇش ھوقۇقى ۋە ئىقتىدارىنى، بولۇپمۇ تۆمۈر يول، يېمەكلىك، دورا ۋە پۇل مۇئامىلە قاتارلىق كارخانىلارغا بولغان باشقۇرۇشنى كۈچەيتىشكە باشلىدى. ئالايلۇق، فېدېراتسىيە ھۆكۈمىتى شىمال ئاكسىيە شىركىتى، ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتى، ئامېرىكا تاماكا شىركىتى، دۇپونت شىركىتى قاتارلىق شىركەتلەر ئۈستىدىن ئەرز قىلدى ۋە ئۇلارنى پارچىلىۋەتتى. شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، پارلامېنت ناھايىتى قىسقا ۋاقىت ئىچىدە «ساپ، پاكىز يېمەكلىكلەر ۋە دورا قانۇنى»، «گۆش تۈرلىرىنى تەكشۈرۈش قانۇنى» دىن ئىبارەت بۇ ئىككى ناھايىتى مۇھىم قانۇننى ماقۇللىدى، ھەمدە ھۆكۈمەت بىلەن سودىگەرلەرنىڭ تىل بىرىكتۈرۈشىگە زەربە بېرىپ، ئومۇمنىڭ مەنپەئەتلىرىنى قوغداش ئۈچۈن

يېمەكلىك ۋە دورا ئىدارىسى تەسىس قىلىپ، يېمەكلىك ۋە دورا بىخەتەرلىكىنى مەخسۇس نازارەت قىلىپ باشقۇردى. پىرېزىدېنت روزۋېلتنىڭ قوللىشى ئارقىسىدا، پارلامېنت يەنە ئەمگەكچىلەرنىڭ ھوقۇق ـ مەنپەئەتلىرىنى قوغداشنى مەقسەت قىلغان بىر قاتار قانۇنلارنى ماقۇللىدى. مەسىلەن: قانۇن تۈرغۇزۇش ئارقىلىق غوجايىنلارنىڭ ئىش ئۈستىدە يارىلىنىش ۋە ھادىسىلەرگە بولغان مەسئۇلىيىتىنى ئايدىڭلاشتۇرۇشنى قوللاش، بالا ئىشچىلارنى ياللاشنى چەكلەش قاتارلىقلار. گېرمانىيەدىكى سوتسىيالىزم ھەرىكەتلىرىگە قارىتا، 1883 ـ يىلىدىن 1889 ـ يىلىغا قەدەر، باش ۋەزىر بىسماركنىڭ تۈرتكىسى ئارقىسىدا، گېرمانىيە غەربتىكى بازار ئىگىلىكى دۆلەتلىرى ئىچىدە ھەممىدىن بۇرۇن دۆلەت قاتلىمىدىكى كېسەللىك سۇغۇرتىسى، كۇتۇلمىگەن ھادىسىلەر سۇغۇرتىسى، ياشانغانلار ۋە مېيىپلار سۇغۇرتىسى قاتارلىق ئىجتىمائىي سۇغۇرتا تۈزۈملىرىنى بەرپا قىلدى.

غايەت زور ئىجتىمائىي بېسىملار ئاستىدا، بىر قىسىم يىراقنى كۆزەر چوڭ تېپتىكى كارخانىلارمۇ ئۆز ـ ئۆزىنى «قۇتقۇزۇش»قا ئاتلاندى. 1914 ـ يىلى 1 ـ ئايدا، فورد شىركىتى ئىشچىلارنىڭ خىزمەت ۋاقتىنى ھەر كۈنى 8 سائەتكە قىسقارتتى، ھەمدە ئەسلىدىكى ھەر كۈنى 2.34 دوللار بولغان ئىش ھەققىنى 5 دوللارغا ئۆستۈردى. بۇ قارار شۇھامان زىلزىلە پەيدا قىلدى، فورد شىركىتىدە سەۋەبسىز ئىشقا كەلمەسلىك نىسبىتىمۇ 10% تىن 0.5% كە تۆۋەنلىدى. ئەمەلىيەتتە، فورد شىركىتى تۆۋەن باھالىق ئاپتوموبىل ئىشلەپچىقىرىشنى ئىزچىل ئارزۇ قىلىپ كەلگەن بولسىمۇ، ئەمما ئىشچىلارنىڭ يۇقىرى ئىش ھەققى يېڭى بىر ئىستېمال ئىنقىلابى پەيدا قىلدى ھەمدە يەنە شىركەت ئۇچۇن تېخىمۇ كۆپ بازار ۋە پايدا يارىتىپ بەردى. دۇپونت شىركىتى بولسا ئەڭ بۇرۇن ئالەمدىن ئۆتكەن ئىشچىلارنىڭ ئائىلە تاۋابئاتلىرىغا ياشانغانلار پۇلى تارقىتىپ بەرگەن چوڭ شىركەت بولۇش بىلەن بىرگە يەنە ئىشچىلار ئۇچۇن داۋالىنىش سۇغۇرتىسى بېرىش تۈزۈمىنى ئورناتقان تۇنجى شىركەت ھېسابلىنىدۇ.

جۇڭگو «كافدىن جىلغىسى»دىن ئاتلاپ ئۆتەلەمدۇ؟

مىلادىيەدىن ئىلگىرىكى 321 ـ يىلى، رىم ئارمىيەسى كافدىن

جىلغىسىدا قاتتىق مەغلۇپ بولغان ئىدى. شۇڭلاشقا كېيىنكى كۈنلەردە، كىشىلەر «كافىدىن جىلغىسى»نى زور ۋەقەلەرگە ئائىت تارىخىي كەچۈرمىشلەرگە تەمسىل قىلىشىدىغان بولدى، ھەمدە بۇ سۆزنى يەنە تەرەققىياتنى قولغا كەلتۈرۈش يوللىرىدا دۇچ كەلگەن زور قىيىنچىلىق ۋە رىقابەتلەرگىمۇ ئىشلىتىدىغان بولۇشتى. جۇڭگودا ئىسلاھات - ئېچىۋېتىش يولغا قويۇلغاندىن كېيىن، خەلق تۇرمۇشى زور دەرىجىدە ياخشىلىنىپ، ئۇنىۋېرسال دۆلەت كۈچى مىسلىسىز يۇقىرى كۆتۈرۈلدى. ئەمما شۇنىڭ بىلەن بىرگە يەنە، جۇڭگومۇ ئوخشاشلا «تەرەققىيات ئالتۇن مەزگىلى» بىلەن «زىددىيەتلەر كۆزگە كۆرۈنۈپ تۇرىدىغان مەزگىلى» تەڭلا مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدىغان يېڭى بىر دەۋرگە كىرىپ كەلدى.

بۇنداق بىر ئالاھىدە مەزگىلدە، خەلقنىڭ ئېچكى قىسمىدىكى مەنپەئەت مۇناسىۋەتلىرىنى جىددىي تەڭشەشكە، ئىقتىسادنىڭ تەرەققىي قىلىش شەكلىنى جىددىي ئۆزگەرتىشكە تۇغرا كېلىدۇ. ئېلىمىز ئاھالىلىرىنىڭ ئەمگەك ھەققىنىڭ GDP دىكى ئىگىلىگەن نىسبىتى ئىزچىل تۆۋەنلەپ، كاپىتالنىڭ GDP دىكى ئىگىلىگەن نىسبىتى بولسا ئەكسىچە ئۈزۈكسىز يۇقىرى كۆتۈرۈلدى. ئەمگەكچىلەر بىلەن كاپىتالىستلار ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەتلەر ئوتتۇرىغا چىقىپ، «ئىشچى قوبۇل قىلىش قىيىن بولۇش» ۋە ئىشلەمچىلەر قەھەتچىلىكى ئىقتىسادنىڭ تەرەققىي قىلىشىدىكى يوشۇرۇن خەۋپىنى شەكىللەندۈردى. ئىستېمالنىڭ جانلىنالماسلىقى ئېكسپورت قىلىشقا ھەددىدىن زىيادە تايىنىۋېلىشنى كەلتۈرۈپ چىقىپ، سودا ماجىرالىرىنىڭ ئايىغى ئۈزۈلمىدى. يېمەكلىك بىخەتەرلىكى ھادىسىلىرى توختىماي سادىر بولدى، زەھەرلىك كۆكتاتلاردىن ئەۋرەز مېيىغىچە بولغان تۇرلۈك يېمەكلىك بىخەتەرلىكىگە ئائىت ۋەقەلەر كىشىلەرنى يېمەكلىكلەرگە قارىتا يۈرەكزەدە قىلىۋەتتى؛ بىخەتەر ئىشلەپچىقىرىش ھادىسىلىرى ۋە كوللېكتىپ ۋەقەلەرنىڭ پات - پات يۈز بېرىشى كىشىلەرنىڭ نېرۋىسىنى توختىماي غىدىقلاپ تۇردى. تەرەققىيات مەزگىلىدىن ھالقىپ كېتەلمەسلىك مەسىلىسى 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرلىرىدىن 20 - ئەسىرنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدىكى ئامېرىكىدا بارلىققا كەلگەن مەسىلىلەرگە ناھايىتى ئوخشىشىپ كېتەتتى. جۇڭگودىن ئىبارەت تېز سۈرئەتتە ئىلگىرىلەۋاتقان بۇ پاراخوت شۇ تاپتا تۇرلۈك

خەتەرلىك ئېقىنلارغا تولغان جىلغىدىن ئۆتۈپ كېتىۋاتاتتى.

كەسكىن بۇرۇلۇش مەزگىلىدە، ئىقتىسادنىڭ تەرەققىيات شەكلى ۋە جەمئىيەتنى ئىدارە قىلىش شەكلىنى قايتا قۇرۇپ چىقىشقا توغرا كېلىدۇ. ئەينى زامانلاردا، ئامېرىكا گەرچە ھۆكۈمەت فۇنكسىيەسىنى كۈچەيتكەن بولسىمۇ ئەمما ئاساسىي قانۇنلۇق دېموكراتىيە تۈزۈلمىسىنى ئاجىزلاشتۇرمىغان بولۇپ، بۇنىڭ بىلەن ئىجتىمائىي ئورتاق تونۇشلار پارچىلانماي، ئىسلاھاتنى ئىلگىرى سۈرۈشكە ئاسان بولغان ئىدى. ئۇنىڭ ئۈستىگە ئەينى زامانلاردىكى شىركەتلەرمۇ ئىزچىل ئېلىپ بېرىلغان «تەرەققىيات ھەرىكىتى»نىڭ نەتىجىسىدە ئىجتىمائىي مەسئۇلىيەتلەرنى تەشەببۇسكارلىق بىلەن زىممىلىرىگە ئېلىشقان ئىدى. بىزنىڭ بۇگۈنكى كۈندە ئىقتىسادىي ساھەلەردە ئىلمىي تەرەققىيات قارىشىنى تەكتىلىشىمىزدىكى مەقسەت بولسا، غەرب ئەللىرى ئىقتىسادىي تەرەققىياتلىرىنىڭ تەجرىبە ۋە ساۋاقلىرىنى ئۆرنەك قىلىپ، ھۆكۈمەت بىلەن بازارنىڭ چېگراسىنى ئېنىق ئايرىپ، ئادىللىق بىلەن ئۈنۈم ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتلەرنى ياخشى بىر تەرەپ قىلىپ، ئومۇمىيۈزلۈك تەرەققىي قىلىش بىلەن سىجىل تەرەققىي قىلىش ئاچقۇچىنى تېپىپ چىقىشتىن ئىبارەتتۇر.

بەشىنچى باب

كىرىزىس پەيتى

پۇل مۇئامىلە بازارلىرىنىڭ يۆلەك بولۇشى ئاستىدا ئەركىن پەرۋاز قىلغان، چەكسىز ئەركىنلىك ئىچىدە ئۆزلۈكىدىن زورايغان شىركەتلەر بىر مەھەل گۈللەنگەندىن كېيىن ئاخىر مىسلى كۆرۈلمىگەن ئىقتىسادىي ۋەيران بولۇشقا دۇچار بولۇشتى، شۇنىڭ بىلەن كىشىلەرنىڭ بازار ئىگىلىكىگە بولغان تونۇشىدىمۇ ئۆزگىرىش پەيدا بولدى. شىركەتلەر نېمە سەۋەبتىن بالايىئاپەت كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ؟ بازارنى زادى كىم قۇتقۇزالايدۇ؟

1929 - يىلى 10 - ئاينىڭ 23 - كۈنى، نيۇيورك شەھىرىگە جايلاشقان كېرىسىل بىناسىنىڭ ئاساسىي گەۋدىسى پۈتىدۇ.

بۇ ئەينى زامانداۋى دۇنياداىكى ئەڭ ئېگىز بىنا بولۇپ، غايەت زور پولات ئۇل، بۈركۈت بېشىنىڭ سۈرىتى چۈشۈرۈلۈپ نەقىشلەنگەن موتور قېپى، تۈرلۈك ئاپتوموبىل كەسىپلىرىنىڭ بەلگىلىرى بۇ 319 مېتىر ئېگىزلىكتىكى غايەت زور مەخلۇققا زىننەت قوشۇپ تۇراتتى.

مەلۇم مەنبەدىن ئېيتقانداا، بۇ بىر خىل سىمۋول ئىدى، يەنى شىركەتلەرنىڭ غايەت زور ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىنى ۋۇجۇدقا كەلتۈرۈپ، ئامېرىكىنىڭ بايلىقى ۋە هوقۇقىنى يېڭى بىر يۈكسەكلىككە كۆتۈرگەنلىكىنىڭ سىمۋولى ئىدى. 1929 - يىلى، ئامېرىكىنىڭ سانائەت ئىشلەپچىقىرىش ئىقتىدارى ئەنگلىيە، فىرانسىيە، گېرمانىيەدىن ئىبارەت ئۈچ دۆلەتنىڭ ئومۇمىي يىغىندىسىدىن ئېشىپ كەتكەن ئىدى.

پىرېزىدېنت خوۋېر: «بىز هازىر نامراتلىقتا قارشى ئۇرۇشتا هەل قىلغۇچ غەلىبە قىلىش هارپىسىدا تۇرماقتىمىز، نامراتلار مەھەللىسى پات ئارىدا ئامېرىكىدىن غايىب بولىدۇ» دەپ جاكارلايدۇ.

ۋاھالەنكى، گەپنىڭ ئاخىرى تۇغمەي تۇرۇپلا كىرىزىس توساتتىن يېتىپ كېلىدۇ.

1. «چوڭ كاساتلىشىش» پۈتۈن يەر شارىنى قاپلىدى

1929 - يىلى10 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، نيۇيورك ئاكسىيە بازىرىنىڭ سودىنى باشلاش قوڭغۇرىقى ئەمدىلا چېلىنىشىغا، تىجارەت زالى پاي چەكلىرىنى تۆكمە قىلىپ سېتىش ئۈچۈن سېلىشقان چۈقان سادالىرىغا غەرق بولىدۇ. چۈش سائەت 12 بولغاندا، پاي چەكلىرىنىڭ بازاردىكى قىممىتى 9 مىليارد 500 مىليون دوللار كېمەيىپ كېتىدۇ، بۇ ئامېرىكىنىڭ 1928 - يىللىق ئىچكى ئىشلەپچىقىرىش ئومۇمىي قىممىتىنىڭ سەككىزدىن بىرىگە باراۋەر كېلەتتى.

بۇ، كاپىتالىزم دۇنياسىدا يۈز بەرگەن تۇنجى قېتىملىق كىرىزىس ئەمەس، ئەلۋەتتە ئەڭ ئاخىرقى قېتىملىقمۇ ئەمەس ئىدى. ئەمما ئەينى ۋاقىتتا، بۇنىڭ قار كۆچۈش شەكلىدىكى گۈمۈرۈلۈش ئىكەنلىكىنى ھېچكىممۇ ئالدىن مۆلچەرلىمىگەن ئىدى.

پۇل مۇئامىلە بازارلىرىنىڭ يۆلەك بولۇشى ئاستىدا ئەركىن پەرۋاز قىلغان، چەكسىز ئەركىنلىك ئىچىدە ئۆزلۈكىدىن زورايغان شىركەتلەر ئىنسانلار ئەزەلدىن ئېرىشىپ باقمىغان ئۇتۇقلارنى يارىتىش بىلەن بىرگە يەنە ئىنسانلار ئەزەلدىن باشتىن كەچۈرۈپ باقمىغان بالايىئاپەتلەرنىمۇ پەيدا قىلغان ئىدى.

شىركەت ھەم ئاپەتلەرنى كەلتۈرۈپ چىقارغۇچى، ھەم يەنە زىيانكەشلىككە ئۇچرىغۇچى ئىدى. بۇ قېتىملىق كىرىزىس شىركەتلەرنىڭ كەلگۈسىنى ئۆزگەرتىپلا قالماي، بەلكى يەنە كىشىلەرنىڭ بازار ئىگىلىكىگە بولغان تونۇشىنىمۇ چوڭقۇر ئۆزگەرتكەن ئىدى.

«ئۆزۈڭنى قۇتقازماقچى بولساڭ، ئالدى بىلەن بازارنى قۇتقاز» نيۇيوركتىكى بەش چوڭ بانكىنىڭ ۋەكىللىرى ئۆز ئارا ئەمدى سالاملىشىپلا مۇشۇنداق ئورتاق تونۇشقا كېلىشكەن ئىدى. بۇ 1929 - يىلى 10 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، ۋال سىتربت كوچىسىغا جايلاشقان مورگان مالىيە گۇرۇھىنىڭ باش ئىشتابىدا بولۇۋاتقان ئىشلار ئىدى.

بۇ بەش كىشىنىڭ ئارقىسىدا بولسا 6 مىليارد دوللار مەبلەغ بار بولۇپ، بۇ ئەينى ۋاقىتتا دۇنيادا بايلىقلارنىڭ ئەڭ چوڭ بىر قېتىملىق بىرىكىشى هېسابلىناتتى. بىرقانچە سائەتتىن كېيىن، 20 مىليون دوللارلىق «بازار قۇتقۇزۇش» مەبلىغى كۆڭۈلدىكىدەك ئورۇنلاشتۇرۇلدۇ.

بانكىرلار 22 يىل ئىلگىرى يۇز بەرگەن «مۆجىزە» نى قايتا تەكرارلاشنى ئۈمىد قىلىشاتتى.

چۈنكى، 1907 - يىلى 10 - ئايدا يۇز بەرگەن كۆزۈنۇش كۆز ئالدىدىكى كىشىنى هەيران قالدۇرىدىغان كۆرۈنۈشكە ناهايىتى ئوخشىشىپ كېتەتتى. ئەينى ۋاقىتتا ئامېرىكا ئىقتىسادى بىر قېتىملىق يۇقىرى سۈرئەت بىلەن ئاشقاندىن كېيىن ئۇشتۇمتوت ئارقىغا چېكىنىپ، پاي بازىرى لەرزىگە كېلىپ، بانكىلار سىلكىنىپ، تېز نەقلەشتۇرۇشنى كەلتۈرۈپ چىقارغان ئىدى.

چېرچىلنىڭ پاي چېكى سېتىۋېلىشى

1929 - يىلى 9 - ئاينىڭ باشلىرىدا، ئەمدىلا ۋەزىپىسىدىن ئايرىلغان ئەنگلىيە سابىق مالىيە ۋەزىرى چېرچىل نيۇيوركقا كېلىدۇ. ئەزەلدىن پاي چېكى سېتىۋېلىپ باقمىغان چېرچىل ئۆز ماهارىتىنى سىناپ كۆرۈپ، ئاز - تولا پۇل تېپىشنى قارار قىلىدۇ. ئەمما ئۆز خۇشاللىقىنىڭ بىرقانچە كۈنگە بارماي تۇرۇپلا قاباھەتلىك چۈشىنىڭ يېتىپ كېلىشى ئۈنى ئازابلايدۇ. 10 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، چېرچىل بىر كۈن ئىچىدىلا 100 مىڭ دوللار زىيان تارتىدۇ، بۇ ئاز پۇل ئەمەس ئىدى. بىراق، هايات ئۈچۈن ئېيتقاندا، پۇل - مالنىڭ زىيانغا ئۇچرىشى تىلغا ئالغۇچىلىكى يوق بىر ئىش ئىدى. چېرچىل ئۆزىنىڭ كۈندىلىك خاتىرىسىدە مۇنداق تەسۋىرلەرنى يازىدۇ: «دەل مېنىڭ ياتقىمنىڭ دېرىزىسى ئاستىدا، بىرسى 15 - قەۋەتتىن سەكرەپ كۆكۈم - تالقان بولۇپ كەتتى.» هالبۇكى چېرچىل دەل مۇشۇ كۈنى، ئاشۇ تار كوچىدا 10 ئادەمنىڭ سارغايغان يوپۇرماقلارغا هەمراه بولۇپ بىنادىن پەسكە سەكرىگەنلىكىنى ئەسلا بىلمەيتتى، ئۇ كىشىلەرنىڭ هەممىسى پاي چېكى ۋاستىچىلىرى ئىدى.

1907 ـ يىلىدىكى بانكا كىرىزىسى

1907 ـ يىلى 10 ـ ئايدا، ئامېرىكىدا بانكا كىرىزىسى يۈز بېرىپ، نيۇيوركتىكى بانكا كىرېدىتلىرىنىڭ يېرىمى يۇقىرى ئۆسۈملۈك پايدا بېرىدىغان ھاۋالە مەبلەغ شىركەتلىرىگە تەمىنلىنىپ، خېيىم ـ خەتىرى يۇقىرى بولغان پاي بازىرى ۋە زايومىلار رەنىگە قويۇلغانلىقى سەۋەبىدىن پۈتكۈل پۇل مۇئامىلە بازارلىرى يۈكسەك ھايانكەشلىك پاتقىقىغا پېتىپ قالغان ئىدى. كېيىنكى كۈنلەردىكى يەنمۇ ئىلگىرىلەپ ناچارلاشقان ۋەزىيەتتە، پۇقرالار قوللىرىدىكى پاي چەكلىرىنى تېز سۈرئەتتە نەقلەشتۈرۈپ، ھاۋالە مەبلەغ شىركەتلىرى تاقىلىپ، بانكىلار ۋەيران بولۇپ، بىر مەھەل مىسلى كۆرۈلمىگەن قالايمىقانچىلىق يۈز بەرگەن ئىدى.

ۋال ستريت كوچىسى

ۋال ستريت كوچىسى نيۇيورك شەھىرى مانخاتتان رايونىنىڭ جەنۇبىي قىسمىدىكى برودۋېي يولىدىن شەرقىي دەريا ئېغىچە سوزۇلغان بىر كوچا بولۇپ، ئومۇمىي ئۇزۇنلۇقى ئاران ئۇچتىن بىر ئىنگلىز چاقىرىم، كەڭلىكى پەقەت 11 مېتىرلا كېلىدۇ.

1792 ـ يىلى 5 ـ ئاينىڭ 17 ـ كۈنى، 24 نەپەر ۋاستىچى بىر قەھۋەخانىنىڭ ئالدىدىكى بىر تۈپ چىنار دەرىخىنىڭ ئاستىدا، «چىنار كېلىشىمى» ئىمزالايدۇ. شۇنىڭ بىلەن نيۇيورك ئاكسىيە بازىرى دۇنياغا كېلىدۇ. ۋال ستريت كوچىسىمۇ «ئامېرىكا پۇل مۇئامىلە مەركىزى» بولۇش سۈپىتىدە دۇنياغا تونۇلىدۇ. ئامېرىكا مورگان مالىيە گۇرۇھى، نېفىت شاھى روكفېللېر ۋە دۇپونت مالىيە گۇرۇھى قاتارلىقلار تەسىس قىلغان بانكا، سۇغۇرتا، سۇ تىرانسپورتى، تۆمۈرىيول قاتارلىق شىركەتلەرنىڭ ئىش بېجىرىش ئورۇنلىرىنىڭ ھەممىسى مۇشۇ يەرگە توپلىنىدۇ.

ئەينى زاماندا مورگان مالىيە گۇرۇھىنىڭ قۇرغۇچىسى بىل مورگان بۇ جەددىي ۋەزىيەتنى ئوڭشىغان كىشى ئىدى.

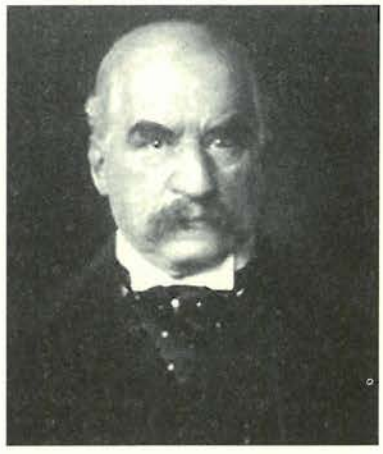
پىلپانت مور-گانىنىڭ قىلغانلىرى بولسا، نيۇيوركتىكى ئاساسلىق بانكىرلارنى ئۆزىنىڭ مادىسون كوچىسى بىلەن 36 - كوچىنىڭ قوشۇلۇش ئورنىغا جايلاشقان داڭلىق كۈتۈپخانىسىغا توپلاش بولىدۇ. ئۇ ئۆزىنىڭ ئىشخانىسىدا، بانكىرلار بولسا كۈتۈپخانىدا ئولتۇرۇپ تۇرلۇك ئامال - چارىلەرنى ئويلاپ ئېھتىياجلىق بولغان تۇراقسىز مەبلەغلەرنى ئىزدەيدۇ.

مالىيە كۈچى زور بولغان مورگان مالىيە گۇرۇھى بىلەن بانكىرلار ئامېرىكىنى 1907 - يىلىدىكى خەتەردىن ساقلاپ قالىدۇ.

مۇجىزە يارىتقان پىلپانت مورگان ئامېرىكا «زامانىۋى بۇيۇك سانائىتىنى قۇرغۇچى» دەپ

مورگان مالىيە گۇرۇھى

مورگان مالىيە گۇرۇھى ئامېرىكىدىكى ئون چوڭ مالىيە گۇرۇھىنىڭ بىرى، ئۇ 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرى 20 - ئەسىرنىڭ باشلىرىدا شەكىللەنگەن بولۇپ، ئامېرىكا ئىقتىسادى ئىچىدە مەبلەغ كونترول قىلغۇچى مالىيە گۇرۇھى ھېسابلىنىدۇ. مورگان مالىيە گۇرۇھى پۈل مۇئامىلە جەھەتتە كۈچلۈك ئاساسقا ئىگە بولۇپ، ئۇنىڭ ئاساسلىق يۆلەنچۈكى مورگان شىركىتىدۇر. مورگان شىركىتى دۇنيادىكى ئەڭ چوڭ دۆلەت ھالقىغان بانكىلارنىڭ بىرى ھېسابلىنىدۇ، ئۇنىڭ تىجارەت ئالاھىدىلىكى بولسا زور مىقداردا پاي چېكى سودىسى قىلىش ۋە زور سوممىدىكى ھاۋالىلىك مەبلەغ سودىسى قىلىشتىن ئىبارەت. ئۇ چەت ئەللەردىكى 37 سودا بانكىسى، تەرەققىيات بانكىسى، مەبلەغ سېلىش شىركەتلىرى ۋە باشقا كارخانىلارنىڭ پاي ھوقۇقىنى كونترول قىلىۋالغان ئىدى. ئۇنىڭدىن باشقا، مورگان مالىيە گۇرۇھىنىڭ سانائەت - كان كارخانىلىرى جەھەتتىكى ئەزالىرى تەركىبىدە ئاساسلىقى خەلقئارالىق سودا ماشىنىلىرى شىركىتى، ھەممىباب ئېلېكتىر شىركىتى، خەلقئارالىق تېلېفون - تېلېگراف شىركىتى، ئامېرىكا پولات - تۆمۈر شىركىتى ۋە ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى قاتارلىق شىركەتلەر بار ئىدى؛ ئاممىۋى ئىشلار جەھەتتىكى ئەزالىرىدىن ئامېرىكا تېلېفون - تېلېگراف شىركىتى ۋە جەنۇب شىركىتى بار ئىدى.



جون پىلپانت مورگان

تەرىپلىنىدۇ. ئۆتمۈشتىكى سانائەتچىلەرگە ئوخشىمايدىغان يېرى، مورگاننىڭ بۈيۈك سانائەت بەرپا قىلىشتا ئىشلەتكەن ئاساسلىق قورالى بولسا ۋال ستريت كوچىسىدىكى بانكا ۋە ئاكسىيە بازارلىرى ئىدى.

1901 - يىلى، كارنىگىنىڭ پولات - تۆمۈر پادىشاھلىقىنى ئۆزىگە قوشۇۋالغاندىن كېيىن، مورگان ئامېرىكا پولات - تۆمۈر پاي شىركىتىنى قۇرۇپ چىقىدۇ، شىركەتنىڭ بازاردىكى قىممىتى 1مىليارد 400 مىليون دوللارغا يەتكەن بولسىمۇ، ۋاھالەنكى فېدىراتسىيە ھۆكۈمىتىنىڭ شۇ يىلدىكى ئومۇمىي كىرىمى ئاران 586 مىليون دوللار ئىدى.

قېرى مورگان

جون پىلپانت مورگان (1837 ـ 1913)، قىسقارتىلىپ J.P مورگان دەپ ئاتىلىدۇ، كېيىنكىلەر ئۇنى قېرى مورگان دەپ ئاتاشقان. ئۇ ھەممىباب ئېلېكتىر شىركىتى، ئامېرىكا پولات - تۆمۈر شىركىتىنىڭ قۇرغۇچىسى، شۇنداقلا كەڭرى تېررىتورىيەگە ئىگە بولغان تۆمۈريول ئىمپېرىيەسىنىڭ پەردە ئارقىسىدىكى پىلانچىسى بولۇش سۈپىتى بىلەن، نەچچە ئون يىللار مابەينىدە ئامېرىكىنىڭ خەلق ئىچىدىكى يادرولۇق بانكىرى بولۇپ كەلگەن ئىدى. ئەمما ئەڭ گۇللەنگەن ۋە ئونىڭ ئەمەلىي كۈچىنى ئەڭ نامايان قىلغىنى بولسا، ئونىڭ پېنسىيەگە چىققاندىن كېيىن شەخسىي كۈچىگە تايىنىپ ئامېرىكىنى 1907 - يىلىدىكى پۇل مۇئامىلە كرىزىسىدىن قۇتقۇزۇشى ئىدى. ھالبۇكى شۇنىڭدىن ئۇزۇن ئۆتمەيلا، ئامېرىكىنىڭ پۇل مۇئامىلىسىنى باشقۇرۇش جەھەتتىكى ھەل قىلغۇچ ھوقۇقنى شەخسىي بانكىرلار ئۈيۈشمىسى كونترول قىلىشىدىن تەدرىجىي ھالدا ھۆكۈمەتنىڭ پۇل مۇئامىلە باشقۇرۇش تارماقلىرى كونترول قىلىدىغان بولدى.



فرانكلىن روزۋېلىت

ئامېرىكىلىق بىر تارىخشۇناس مۇنداق دەيدۇ: «ۋال ستريت كوچىسىدىكى بانكىرلار سانا-ئەتلەشكەن ئامېرىكىنى ۋۇجۇدقا كەلتۈردى، نيۇيورك ئاكسىيە بازىرى بولسا بۇ يېڭىدىن گۈللەنگەن ئىقتىسادنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشىنى زۆرۈر بولغان قان بىلەن تەمىنلىدى دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ.»

نيۇيورك ئاكسىيە بازىرى ئىقتىسادنىڭ ئېقىشچانلىقىنى ئېلىپ كەلدى، شەخس ۋە شىركەتلەر ئاكسىيە بازىرى ئارقىلىق يېڭى بىر نۆۋەتلىك مەبلەغ سېلىش ۋە كەسىپلىرىنى كېڭەيتىش ئۈستىدە مەبلەغ يۈرگۈزۈش ئېلىپ باردى.

(روبېرت فوگېل ئامېرىكا چىكاگو ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى، 1993 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

پۇل مۇئامىلە دېگەن مۇشۇنداق بىر مېخانىزم، پۇلغا ئېھتىياجلىق بولغان كىشى مەبلەغ سالماقچى بولغان پۇلى بار ئادەمدىن پۇلغا ئېرىشەلەيدۇ. شۇنداق، بانكا بولسا بۇ مېخانىزمنىڭ بىر قىسمى، پاي چېكى بازىرىمۇ شۇنداق. ۋال ستريت كوچىسى بولسا ئاساسىي جەھەتتىن موتور ھېسابلىنىدۇ.

(لىيان تال ئامېرىكا پۇل مۇئامىلە مۇزېيى ئارخىپ باشقۇرغۇچىسى)

ۋال ستريت كوچىسىنىڭ باش كۆتۈرۈشى پۇل مۇئامىلە كاپىتالى بىلەن سانائەت كاپىتالىنى ئۆز ئارا چوڭقۇر دەرىجىدە يۇغۇرۇپ، بايلىق يارىتىشنىڭ يېڭى ئەندىزىسىنى ئاچتى.

1893 - يىلىغا كەلگەندە، ئامېرىكىنىڭ سانائەت ئىشلەپچىقىرىش ئومۇمىي قىممىتى دۇنيادا بىرىنچى ئورۇنغا ئۆتتى. ئەمما بۇ قۇدرەتلىك

ئىقتىسادىي گەۋدىنى فۇنكسىيەسى زەئىپ ھۆكۈمەت باشقۇراتتى. فېدىراتسىيە ھۆكۈمىتى ئىقتىسادىي تۈرمۈشقا قارىتا ئىزچىل ھالدا ئۆز مەيلىگە قويۇۋېتىش پوزىتسىيەسىنى قوللىنىپ كەلگەن بولۇپ، ھەتتا 70 يىلدىن كۆپرەك ۋاقىت ئىچىدە مەركىزي بانكا تەسىس قىلمىغان ئىدى.

بۇنىڭ نەتىجىسىدە، 1907 - يىلىدىكى كىرىزىس يېتىپ كەلگەندىن كېيىن، پىلپانت مورگان رەھبەرلىك قىلغان شەخسىي شىركەت «ئەڭ ئاخىرقى قەرز بەرگۈچى»لىك رولىنى ئوينىغان ئىدى.

مورگان شىركىتى ئەمەلىيەتتە مەركىزي بانكىلىق رولىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ئويناپ، ھاۋالە شىركەتلىرىنىڭ لىدىرلىرىنى بىر يەرگە توپلاپ، پۈل مۇئامىلە سىستېمىسىغا مەبلەغ كىرگۈزۈش يوللىرىغا كاپالەتلىك قىلدى، تېخىمۇ مۇھىم بولغىنى كىشىلەرنىڭ پۈل مۇئامىلە سىستېمىسىغا بولغان ئىشەنچىسىگە يار - يۆلەك بولدى.

(لىئانىنا ئاختال ئامېرىكا پۇل مۇئامىلە مۇزېيى ئارخىپ باشقۇرغۇچىسى)

تېخىمۇ قىزىقارلىق بولغىنى، بۇ ئۆتمۈشتە ئامېرىكا ئىقتىسادىي كىرىزىسقا يېتىپ قالاي دېگەندە، پەقەت خۇسۇسىي ئاپپاراتلار ئوتتۇرىغا چىقىپ توغرا ئىشلارنى قىلىسىلا كىرىزىسنى ھەل قىلالايدىغانلىقىدىن دېرەك بېرەتتى.

(خارىرى پىت يەر شارى سودا مەسلىھەت شىركىتى مەمۇرىيەت لىدىرى)

كىرىزىسقا دۇچ كەلگەندە، شىركەتلەر «ئۆز - ئۆزىنى قۇتقۇزۇپ»لا قالماي، ھەتتا «بازار»نىمۇ قۇتقۇزالايدۇ. شۇڭا، ئادەتتە چوڭ شىركەتلەرنى دېموكراتىيەنىڭ دۈشمىنى، چوڭ بايلارنى «بۇلاڭچى بايلار» دەپ ئاتاپ كەلگەن پىرېزىدېنت شىئود روزۋېلتمۇ مورگان ۋە ئاشۇ چوڭ بانكىرلارنى «شۇ قەدەر تەرتىپلىك ۋە ئاممىۋى ئاڭغا ئىگە پۇلى ۋە كۈچى بار بايلار» دەپ تەرىپلەشكە مەجبۇر بولغان ئىدى.

دەل شۇ سەۋەبتىن، 1929 - يىلى 10 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، نيۇيورك پاي بازىرىدا پاينىڭ باھاسى شىددەت بىلەن چۈشكەن ۋاقىتتا، كىشىلەر

پەقەت ئەينى زامانىدىكى ئۇسۇل بويىچە قىلىسىلا قىيىن ئۆتكەلدىن چوقۇم ئۆتۈپ كەتكىلى بولىدۇ دەپ ئىشەنگەن ئىدى.

بۇ قېتىم، ئامېرىكىلىقلارنىڭ نەزىرىدىكى نىجاتكار بولسا قېرى مورگاننىڭ ئوغلى جېك مورگان ئىدى.

جېك ئارىلىقى ئانچە يىراق بولمىغان ئاكسىيە بازىرىغا بېرىپ بىر قۇر ئايلىنىپ چىققاندىن كېيىن، پاي بازىرىغا كۆچمە مەبلەغ سېلىشنى قارار قىلىپ، پاي بازىرىدىكى تۆۋەنلەش بىلەن پايىنى تۆكمە قىلىپ سېتىشنى نورمال دائىرە ئىچىگە قايتۇرۇپ كېلىشنى ئۈمىد قىلىدۇ. ئۇ نيۇيورکتىكى بىر قىسىم بانكىرلار بىلەن بىرلىشىپ، 24 مىليون دوللارلىق قىممەتتىكى پاي چېكى سېتىۋېلىشقا ۋەدە قىلىش ئارقىلىق، تېز سۈرئەتتە تۆۋەنلەش بىلەن شىددەتلىك تۆكمە قىلىپ سېتىشنى توختىتىشقا ئۇرۇنىدۇ.

تارىخ راستلا تەكرارلىنىدۇ. چۈشتىن كېيىن، پاي باھاسىدا قايتىدىن كۆچلۈك كۆتۈرۈلۈش كۆرۈلىدۇ.

ئەپسۇسلىنارلىقى، مۆجىزە ئاران يېرىم كۈنلا داۋام قىلىدۇ. ئىككىنچى كۈنىدىن باشلاپ، پاي باھاسى قاتتىق چۈشۈپ كېتىدۇ. بىر ئايدىن



مۇزېيغا تىزىپ قويۇلغان ھەممىباب ئاپتوموبىلىنىڭ «بېگىملەر ئاپتوموبىلى»

كېيىن، 180 مىليارد دوللار كۆپۈككە ئايلىنىپ قالىدۇ.
1930 - يىلىغا كەلگەندە، ئامېرىكىدا جەمئىي 1352 بانكا تاقىلىپ، 26355 شىركەت ۋەيران بولىدۇ. 7 - ئاينىڭ 4 - كۈنى، ئامېرىكا مۇستەقىللىق كۈنىدىكى «نيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» دە: «خام ماتېرىيال مەھسۇلاتلىرىنىڭ باھاسى تۆۋەنلەپ 1913 - يىلىدىكى سەۋىيەگە چۈشۈپ قالدى. ئىشچىلارنىڭ سانى ھەددىدىن زىيادە ئېشىپ كېتىپ، ئىش ھەققى ئازىيىپ كېتىش سەۋەبىدىن جەمئىي 4 مىليون ئادەم ئىشسىز قالدى» دېگەن خەۋەر بېسىلىدۇ.

ئامېرىكا دۆلەت ئىچى ئىشلەپچىقىرىش ئومۇمىي قىممىتى ئۈچ يىل ئىچىدە ئۈچتىن بىر ھەسسە تۆۋەنلىدى، سېلىنمىدىغان مەبلەغ ئۈچ يىل ئىچىدە 87% ئازايىدى، ئىشسىزلىق نىسبىتى 25% كە يەتتى. ئامېرىكىدىكى يېزا ئىگىلىكى، ئۆي مۈلۈك كەسپى، پۇل مۇئامىلە كەسپى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان بارلىق سودا ساھەلىرىنىڭ ھەممىسى مۇشكۈل ئەھۋالغا چۈشۈپ قالدى.
(جېفورى جونىس ئامېرىكا سودا تارىخى بىرلەشمە جەمئىيىتى سابىق رەئىسى)

1929 - يىلىدىكى ئىقتىسادىي بوھران زادى قانداق پەيدا قىلىندى؟ ئىقتىسادشۇناسلار تاكى بۈگۈنگە قەدەر بۇنىڭغا قارىتا يەنىلا ئېنىق ھۆكۈم چىقىرالمىدى. ئەمما، نۇرغۇن ئامىللار ئىچىدە شىركەتلەر جاۋابكارلىقتىن قېچىپ قۇتۇلالمايتتى. مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، دەل ئاشۇ شىركەتلەر ئۆزىنى ۋە پۈتكۈل جەمئىيەتنى چوڭقۇر ھاڭغا سۆرەپ كىرىشكەن ئىدى.
بۇنىڭدىن ئىلگىرى بولسا، يېڭىدىن گۈللەنگەن ئاپتوموبىل سانائىتى ئامېرىكا ئىقتىسادى ئۈچۈن ئون يىلغا قەدەر يۇقىرى سۈرئەت بىلەن ئېشىشنى ئېلىپ كەلدى.
1914 - يىلى، ئامېرىكا يوللىرىدا چېپىپ يۈرگەن ئاپتوموبىللارنىڭ ئومۇمىي سانى 1 مىليون 260 مىڭغا يەتكەن ئىدى. 1929 - يىلى، فورد، كېلەيسىل قاتارلىق ئاپتوموبىل زاۋۇتلىرى ئامېرىكىلىقلار ئۈچۈن 5 مىليون 400 مىڭ دانە ئاپتوموبىل ياساپ بەردى. يېقىلغۇ، يول قۇرۇلۇشى،

رېمونت قىلىش، ئەينەك، پولات - تۆمۈر، كاۋچۇك قاتارلىق ياردەمچى كەسىپلەرمۇ بۇنىڭ تۈرتكىسىدە شىددەت بىلەن تەرەققىي قىلدى.

ۋاھالەنكى، ھەشەمەتچىلىكنىڭ ئارقىسىغا كۈنسېرى ئۆتكۈرلىشىۋاتقان تەڭپۇڭسىزلىق يوشۇرۇنغان ئىدى. ئىشچىلار ئىش ھەققىنىڭ ئۆسۈش سۈرئىتى يەنىلا شۇنداق تۆۋەن ئىدى. 1920 - يىلىدىن 1929 - يىلىغا قەدەر، ئامېرىكىنىڭ ئەمگەك ئۈنۈمدارلىقى 55% ئاشقان بولسىمۇ، بىراق ئىشچىلارنىڭ ئىش ھەققى ئاران 2% لا ئاشقان ئىدى.

بارلىق شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى پۈل تاپسامىلا دەيدۇ. بۇ بەلكىم شىركەتلەرنىڭ ئەسلىي گۈناھى بولسا كېرەك، كىشىلەرنىڭ سودا قىلىشتىكى مەقسىتى ئۆزى ئۈچۈن ئەڭ چوڭ پايدا تېپىشتىنلا ئىبارەت، خالاس.

(ئىمانىل ئولىستان ئامېرىكا يالپ ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ئامېرىكا بازارلىرىدىكى ئادەتتىكى ئىشچى، پۇقرالارنىڭ نەرسە - كېرەك سېتىۋېلىشقا پۇلى بولمىسا، ئۇنداقتا ئامېرىكا ئىقتىسادىنىڭ نورمال ئايلىنىشىدا بۇنىڭغا ئەگىشىپ مەسىلە كۆرۈلىدۇ.

(خەن تيې نەنكەي ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

سانائەتلىشىش چوڭ ئىشلەپچىقىرىش مەزگىلىدە، سانائەت بۇيۇملىرىنى ئىشلەپچىقارغۇچىلار بولسا ئاشۇ سانائەت بۇيۇملىرىنى ئىستېمال قىلغۇچىلار ئىدى. دەل مۇشۇ مىليونلىغان ئاددىي ئەمگەكچىلەرنىڭ ئىستېمال قىلىش قابىلىيىتى، ئىستېمال قىلىش ئېھتىياجى شىركەتلەرنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشىنى بەلگىلەيتتى. ئەمما، بايلىقلارنى ئۇنۇملۇك ياراتقۇچى شىركەتلەر بولسا ئەكسىچە ياخشى بىر تەقسىماتچى بولالمىغان ئىدى.

شۇڭلاشقا، ھەربىر مەزگىل ئۆتكەندىن كېيىن، جەمئىيەت «تەمىنلەش ئېھتىياجىدىن ئېشىپ كېتىش، ئېھتىياج يېتەرلىك بولماسلىق» كەلتۈرۈپ چىقارغان كىرىزىسلارنى باشتىن كەچۈرەتتى. 1929 - يىلىدىكى بالا -

قازانسۇ دەل شۇنىڭدىن ئىلگىرىكى بىر مەزگىللىك گۈللىنىش كەلتۈرۈپ چىقارغان ئىدى. ھالبۇكى تېخىمۇ چاتاق بولغىنى، ئىشلەپچىقىرىش بىلەن ئىستېمال قىلىش ئوتتۇرىسىدا غايەت زور پەرق كۆرۈلگەن ۋاقىتتا، پۇل مۇئامىلە بازىرى تۇلپارىنىڭ تىزگىنىدىن بوشىنىپ كېتىشى ئىدى.

2. ھەشەمەتچىلىك يىللار قوينىغا يوشۇرۇنغان بالا ـ قازا

بىرىنچى دۇنيا ئۇرۇشى پارتلىغاندىن كېيىن، ياۋروپا چوڭ قورۇقلۇقىدىكى ئۇرۇش ئوتى ئامېرىكىنى كاپىتال پايدىسىغا ئېرىشىشنىڭ جەننىتىگە ئايلاندۇرغان ئىدى. تېخىمۇ كۆپ شىركەتلەر ۋال ستىرىت كوچىسىنى بايلىقلارغا ئېرىشىشنىڭ ئوتتۇر يولى دەپ قاراشتى.

1929 ـ يىلى يازنىڭ ئاخىرىدا، بېتلېخېم پولات ـ تۆمۇر شىركىتىنىڭ 150 مىليون دوللارلىق مەبلىغى پاي بازىرىغا كىردى، كېلەيسىل شىركىتىمۇ 60 مىليون دولار مەبلەغ سالدى. ئەمما، زور مىقداردىكى مەبلەغلەرنىڭ ئېقىپ كىرىشىگە ئەگىشىپ، پۇل مۇئامىلە كاپىتالى بىلەن ئىقتىسادىي ئەمەلىي گەۋدىلەر ئوتتۇرىسىدا تەدرىجىي ھالدا چوڭ بىر يېرىق پەيدا بولۇشقا باشلىدى.

داۋجونس سانائەت كۆرسەتكۈچى 10 يىل ئىچىدە 400% ئۆسكەن بولسىمۇ، ئەمما ئوخشاش مەزگىلدىكى ئامېرىكىنىڭ دۆلەت ئىچى ئىشلەپچىقىرىش ئومۇمىي قىممىتى بولسا پەقەت 50% ئەتراپىدىلا ئۆسىدۇ.

بانكىرلار، ئاددىي كىشىلەرنىڭ ھەممىسى مۇلۇكنىڭ كۆپۈكلىشىشىنى ياخشى كۆرۈشىدۇ، چۈنكى شۇنداق بولغاندا ئالاقىدار پۇل مۇئامىلە كەسىپلىرى ئارىسىدىن پۇل تاپالايدۇ. كىشىلەرنىڭ ھەممىسى ئۆز بايلىقىنىڭ كۆپىيىشىنى ياخشى كۆرىدۇ.

(پىتىر نوران ئەنگلىيە ئوكسفورد ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

ئەلۋەتتە، سىز بۇنى ئاچ كۆزلۈك دەپ ئاتىسىڭىز بولىدۇ. ھالبۇكى

مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، ئۇ بارلىق ئىقتىسادىي پائالىيەتلەرنىڭ ئاساسى ھېسابلىنىدۇ.
(خوخارد داۋىس ئەنگلىيە لوندون سىياسىي - ئىقتىساد ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

كىشىلەر گۇللىنىشنى تەنتەنە قىلىشۋاتقان مەزگىلدە، ئاتلانتىك ئوكيانىنىڭ يەنە بىر قىرغىقىدا بولسا ئاچ كۆزلۈك ئاللىقاچان ۋەيران قىلغۇچ خاراكتېرىدىكى غايەت زور دولقۇن ھاسىل قىلغان ئىدى.

يىپەك ئېلىپ - سېتىشقا تايىنىپ ئىش باشلىغان ئەنگلىيە كرالونىس خاتىرى شىركىتى قىسقىغىنە بىرقانچە يىل ئىچىدىلا بىر سانائەت ۋە پۇل مۇئامىلە ئىمپېرىيەسىگە ئايلانغان بولۇپ، ئۇ ھەتتا ۋال ستىرىت كوچىسىدىمۇ ھەممىگە قادىر ئىدى. ئەمما ئەپسۇسلىنارلىقى شۇكى، 1929 - يىلى 9 - ئايدا، بىر مەھەل جاھانغا پاتماي قالغان بۇ شىركەتنىڭ ساختا پاي چېكى سودىسى ئىسپاتى ياساپ، زور زىيان تارتقانلىق ئەمەلىيىتىنى يوشۇرغانلىقى ئاشكارىلىنىشى سەۋەبىدىن لوندون ۋە نيۇيورك پاي بازىرىدا ئالاقزەدىلىك كېلىپچىققان ئىدى.

1907 - يىلىدىكى كىرىزىسنى باشتىن كەچۈرگەندىن كېيىن، ئۆز كۈچىنىڭ يېتەرلىك ئەمەسلىكىنى ھېس قىلغان

ۋال ستىرىت كوچىسىدىكى تىپىك پاي چېكى ھايانكەشلىكى

1927 - يىلى، ئامېرىكىلىق ئۇچۇش قەھرىمانى لىندبېرگ ئايروپىلانىنى ئۆزى يالغۇز ھەيدەپ ئاتلانتىك ئوكيانىدىن مۇۋەپپەقىيەتلىك ئۇچۇپ ئۆتۈپ، كىشىلەرنىڭ ھاۋا قاتناش ئىشلىرىغا قارىتا چەكسىز قىزىقىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. ھالبۇكى ئەينى ۋاقىتتا، زور كۆپ ساندىكى ئاۋىياتسىيە شىركەتلىرى بىرەر ئۇچۇش لىنىيەسى ئاچمىغان ئىدى. بۇ ۋاقىتتا، دېگىز قىرغىقى ئاۋىياتسىيە شىركىتى دەپ ئاتىلىدىغان شىركەتنىڭ پاي چېكى بازاردا قاتتىق ئۆسۈپ كېتىدۇ، ئەمما بۇ بىر تۆمۈر يول شىركىتى بولۇپ، شىركەتنىڭ ئىسمىدىن باشقا ھەرقانداق جەھەتتە ئاۋىياتسىيە بىلەن ھېچقانداق ئالاقىسى يوق ئىدى.

ئامېرىكا ھۆكۈمىتى فېدېراتسىيە زاپاس ساقلاش ئىدارىسى قۇرۇپ چىقىدۇ. ئەمما، 1929 - يىلىدىكى ۋال ستريت كوچىسىغا قارىتا ئامېرىكا فېدېراتسىيە زاپاس ساقلاش كومىتېتى ھېچقانداق ھەرىكەت قوللانمايدۇ. چۈنكى بۇنىڭدىن ئىلگىرى شىركەتلەر ئاۋارىچىلىكلەرگە ئۇچرىسا، ئۇنى شىركەتلەرنىڭ ئۆزلىرىلا ھەل قىلىپ كېتەلەيتتى ھەمدە شىركەتلەرنىڭ ئۆزىنىڭ ھەل قىلىشىغا تايىنىشقا تۇغرا كېلەتتى. زور كۆپ ساندىكى ئامېرىكىلىقلارنىڭ چۈشەنچىسىدە بازار ئەزەلدىن تەڭرىنىڭ قولى ئارقىلىقلا تەڭپۇڭلاشتۇرۇلاتتى ۋە تەڭشىلىپ تۇراتتى.

ناۋادا ئەينى ۋاقىتتا ھۆكۈمەت زور مىقداردا مەبلەغ سالغان بولسا، ۋەزىيەتتە ناھايىتى چوڭ پەرق بولۇشى، ئامېرىكىنى چوڭ كاساتلىشىشتىن قۇتۇلدۇرۇپ قېلىشى مۇمكىن ئىدى.
(تالېز فرائىد ئامېرىكا پېنسىلۋانىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پېروفېسسورى)

سىياسەت جەھەتتە بىر قاتار سەۋەنلىكلەرنىڭ كۆرۈلۈشى، زور مىقداردىكى بانكىلارنىڭ تاقىلىپ قېلىشى، پۇل مۇئامىلە كەسپىدىكى كىرىزىس ۋە مۇلۇك قىممىتىنىڭ قاتتىق چۈشۈپ كېتىشى ئاخىرقى ھېسابتا ئەمەلىي گەۋدە ئىقتىسادىغا تېز سۈرئەتتە تەسىر كۆرسەتتى.
(مىكائىل سپېنسې ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پەخرىي مۇدىرى، 2001 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

باشقۇرۇشقا تېگىشلىك بولغانلىرىنى باشقۇرماي، تېگىشلىك ئەمەسلىرىنى ئەكسىچە باشقۇرۇشقا باشلىدى.
1930 - يىلى 6 - ئايدا، ئامېرىكا پارلامېنتى تارىختىكى ئەڭ قاتتىق سودا قورۇقچىلىق قانۇن لايىھەسىنى ماقۇللاپ، 1125 خىل تاۋارنىڭ ئىمپورت باج نىسبىتىگە تۇزىتىش كىرگۈزدى، بۇلارنىڭ ئىچىدە باج ئېلىش نىسبىتى كۆپەيتىلگەن تاۋارلاردىن 890 خىلى بار ئىدى. ئېيتىشلارغا ئاساسلانغاندا، بۇنداق قىلىشتىن مەقسەت ئامېرىكا شىركەتلىرىنى قوغداش

ئىكەن. بۇ سودا قورۇقچىلىق قانۇن لايىھەسى بولسا دەل «سىموت خېرى باج قانۇنى» ئىدى.

كىشىلەر ئىشسىز قالدى، كەسىپلەر زىيان تارتتى، رىقابەتلىشىش مۇھىتى ناچارلاشتى، شۇڭلاشقا كىشىلەر قوغدىلىشقا ئېرىشىشىمىز لازىم دەپ قاراشتى. ئەمەلىيەتتە، قوغدىلىشقا ئېرىشىشنىڭ بىردىنبىر شەكلى بولسا ئۆزىنى تېخىمۇ يۇقىرى رىقابەتلىشىش كۈچىگە ئىگە قىلىش ئىدى. ھالبۇكى ئېچىنىشلىقى بولسا، بەزىدە بىز ئەينى ۋاقىتتىكى ئاشۇ ئەھۋاللارغا ئوخشاپمۇ قالاتتۇق.

(جېنىك رايدىن ئامېرىكا كولومبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

بارلىق شىركەتلەرنىڭ ھەممىسىلا قوغدىلىش ئوبيېكتى بولۇش سۈپىتى بىلەن ھۆكۈمەتنىڭ كىرىزىسقا تاقابىل تۇرۇشتەك بۇ تەدبىرىنى قوللاپ كەتمىدى.

ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ 15 دۆلەتتە تۇرۇشلۇق 49 نەپەر ۋەكىلى ۋاشىنگتونغا 106 پارچە تېلېگرامما ئەۋەتىشىپ، «يېڭى باج قانۇنى ئامېرىكا ئىقتىسادىنى يېتىم قالدۇرىدۇ ھەمدە تارىختىن بۇيانقى ئەڭ ئېغىر بولغان ئىقتىسادىي كاساتچىلىقنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ» دەيدىغانغا ئوخشاش بىر مەسىلىنى ئوتتۇرىغا قويۇشتى. تەخمىنەن 1000 غا يېقىن ئامېرىكىلىق ئىقتىسادشۇناس پىرىزىدېنت خوۋېرغا بىرلەشمە ئىمزالىق مەكتۇپ يوللاپ، بۇ «ھاماقەتلەرچە ئۇسۇل»نى بىكار قىلىشنى تەلەپ قىلىشتى.

مورگان مالىيە گۇرۇھىنىڭ ئالىي دەرىجىلىك شېرىكى رامېنىت كېيىنكى كۈنلەردە ئۆزىنىڭ ئاقسارايدا پىرىزىدېنتقا نەسىھەت قىلغان مەنزىرىنى ئەسلەپ «مەن ئۇنىڭغا تىزلىنىشقا ئازلا قالغان ئىدىم» دېگەن ئىدى.

ۋاھالەنكى، «سىموت خېرى باج قانۇنى» ئاخىرقى ھېسابتا يەنىلا ماقۇللىنىدۇ.

ئامېرىكا فېدېراتسىيە زاپاس ساقلاش كومىتېتى

ئامېرىكا فېدېراتسىيە زاپاس ساقلاش كومىتېتى يەتتە نەپەر ئەزادىن (بۇلارنىڭ ئىچىدە رەئىس ۋە مۇئاۋىن رەئىس بىر نەپەردىن، قالغانلىرى ئەزا) تەركىب تاپىدۇ، بۇلارنى چوقۇم پېرىزدېنت نامزاتلىققا كۆرسىتىشى كېرەك، ئامېرىكا پارلامېنتىنىڭ ئاۋام پالاتاسى تەستىقلىغاندىن كېيىن ئاندىن ۋەزىپىگە ئولتۇرىدۇ، ۋەزىپە ئۆتەش مۇددىتى 14 يىل(رەئىس ۋە مۇئاۋىن رەئىسلەرنىڭ ۋەزىپە ئۆتەش مۇددىتى تۆت يىل، ئۇلاپ ۋەزىپە ئۆتىسە بولىدۇ) بولىدۇ.

ئامېرىكا فېدېراتسىيە زاپاس ساقلاش كومىتېتىنىڭ ئاساسلىق فۇنكسىيەسى تۆۋەندىكىچە:

1. ئوچ خىل ئاساسلىق ۋاستە (بازارنى ئاشكارا كونترول قىلىش، بانكىلارنىڭ تەييارلىق فوند نىسبىتىنى بەلگىلەش، ھەرقايسى فېدېراتسىيە زاپاس بانكىلىرى تەلەپ قىلغان دىسكونت نىسبىتىنى تەستىقلاش) ئارقىلىق ئالاقىدار پۇل سىياسەتلىرىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش.

2. ھەرقايسى فېدېراتسىيە زاپاس بانكىلىرىنىڭ پائالىيەتلىرىنى نازارەت قىلىش ۋە ئۇلارغا يېتەكچىلىك قىلىش.

3. ئامېرىكا تۇپرىقىدىكى بانكىلار، شۇنداقلا ئەزا بانكىلارنىڭ چەت ئەللەردىكى پائالىيەتلىرى ۋە چەت ئەل بانكىلىرىنىڭ ئامېرىكىدىكى پائالىيەتلىرىنى نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش.

4. ھەرقايسى فېدېراتسىيە بانكىلىرىنىڭ خامچوت ۋە چىقىمىنى تەستىقلاش.

5. دۆلەتلىك تۆلەم سىستېمىسى ھوقۇقىنى يۈرگۈزۈش.

6. كاپالەت ۋە ئىستېمال كىرىدىتلىرىغا ئالاقىدار قانۇنلارنىڭ يولغا قويۇلۇشىغا مەسئۇل بولۇش.

بۇ قېتىمقى تاموژنا بېجىنىڭ ئۆستۈرۈلۈشى ئامېرىكىنىڭ ئۆتكەنكى يۈز يىللىق تارىخىدا ئۆسۈش نىسبىتى كىشىلەرنى ئەڭ چۆچۈتۈپلا قالماي، بەلكى ئۆستۈرۈلۈش نىسبىتىمۇ ئەڭ يۇقىرى بولغان ئىدى. بۇنىڭ بىلەن ئۇ ھەرقايسى دۆلەتلەر ئارا ئۆچ ئېلىش قىلمىشلىرىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىپ،

بارلىق دۆلەتلەر سودا ئىستىھكاملىرى تەسىس قىلىشقا باشلىدى. ئەركىن سودا ئۆيىران بولدى، ئۇ پۈل ئوبوروتىنى تارايتىش بىلەن بىرلىكتە چوڭ كاساتلىشىشنى ئېغىرلاشتۇرۇۋەتكەن ئىدى.

(روبېرت موندېل ئامېرىكا كولومبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى، 1999 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

بۇنىڭغا قارىتا مەيدانغا كەلگەن ئۆچ ئېلىشلار بولسا كانادا ئامېرىكا مەھسۇلاتلىرىدىن ئېلىنىدىغان تاموژنا بېجىنى 30% ئۆستۈردى؛ ئىتالىيە ئامېرىكا ئاپتوموبىللىرىدىن 100% تاموژنا بېجى ئېلىشنى يولغا قويدى؛ ئومۇمەن ئەنگلىيە ئۆز تاۋارلىرىنى كەمستكۇچى دۆلەتلەرگە قارىتا ئۇلارنىڭ تاۋارلىرىغا قارىتا بىردەك 100% تاموژنا بېجى ئالاتتى.



ۋال كوچىسىدىكى بۇقا ھەيكىلى

بىر يىل ئىچىدە، تەخمىنەن 60 ئەتراپىدىكى دۆلەت سودا قوغداش قانۇنىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىشتى. بۇنداق تىغمۇتىغ تاقابىل تۇرىدىغان قانۇن لايىھەلىرى ياۋروپا سودىسىنىڭ ئومۇمىي سوممىسىنىڭ ئۇچتىن بىر ھەسسە تۆۋەنلەپ كېتىشىنى؛ ئامېرىكا تاۋار ئېكسپورتى 82% تۆۋەنلەپ، يالغۇز

كىرىسىل ئاپتوموبىلىنىڭ ياۋروپاغا ئېكسپورت قىلىش مىقدارىنىڭ شىددەت بىلەن 50% تۆۋەنلەپ كېتىشىدەك ئاقىۋەتلەرنى كەلتۈرۈپ چىقارغان ئىدى. كىرىزىس خۇددى ۋاباغا ئوخشاش تارقىلىپ، پۈتكۈل يەر شارى سودا سوممىسى 60% تارىيىپ كەتكەنلىكى سەۋەبىدىن، شىركەتلەر بۇ بىر مەيدان ئىقتىسادىي كىرىزىس ئېلىپ كەلگەن مۇدھىش سوغۇقتا غال - غال تىترەشكەن ئىدى. باھارنىڭ يەنە قانچىلىك ۋاقىتتىن كېيىن يېتىپ كېلىدىغانلىقىنى ھېچكىممۇ بىلمەيتتى.

بۇ مەزگىلدىكى ئامېرىكا ئىقتىسادىنى پەقەت «ئارقىغا چېكىنىپ كەتتى» دېگەن ئىبارە ئارقىلىق تەسۋىرلەپ بېرىش كۈپايە قىلمايتتى. بۇنىڭ ئۈچۈن كىشىلەر چوڭ كاساتلىشىش دېگەن يېڭى ئىبارىنى ئىجاد قىلىشقان ئىدى. ئەزەلدىن بازارنىڭ ھەممىگە قادىر ئىكەنلىكىگە چوقۇنۇپ كەلگەن ئامېرىكا گۇمران بولۇش گىردابىغا كېلىپ قالغان بازارغا يۈزلەنگىنىدە، ئۆزى ئۈچۈن يېڭى بىر تاللاش ئېلىپ بېرىشقا مەجبۇر بولغان ئىدى.

ئەينى ۋاقىتتا چوڭ شىركەتلەر كىرىزىسنى ھېس قىلىپ يېتىشكەن بولۇپ، كىرىزىس ئىقتىسادىي ئەمەلىي گەۋدىلەرگە قارىتا ناچار تەسىر پەيدا قىلغاچقا، ئۇنىڭ بىر قېتىملىق بالايىئاپەتكە ئايلىنىپ كېتىشىنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن، ھۆكۈمەت ئامالسىز مۇداخىلە قىلغان ئىدى. ئۇنىڭ ئۇستىگە ئەھۋال ئاللىقاچان ئىنتايىن ناچارلىشىپ كەتكەن ئىدى.

(مىكائىل سپېنسي ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پەخرىي مۇدىرى، 2001 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

3. ھۆكۈمەتنىڭ «شەكىللىك قولى» نى ئۇزىتىشى

1933 - يىلى 3 - ئايدا، يېڭىدىن ئامېرىكا پىرېزىدېنتلىقىغا تەيىنلەنگەن فرانكلىن روزۋېلىت ئۆزىنىڭ ۋەزىپىگە ئولتۇرۇش مۇراسىمىدىكى نۇتقىدا ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان بىر ئۇچۇرنى تارقاتقان ئىدى. ئۇ نۇتقىدا: «ئامېرىكا خەلقىنىڭ ئامالى يوق ئەمەس، بۇ ھالقىلىق پەيتتە، ئۇلار ھۆكۈمەتنىڭ بىۋاستە، كۈچلۈك ھەرىكەت قوللىنىشىغا

هوقۇق بەردى. ئۇلار هۆكۈمەتنىڭ رەھبەرلىكى ئاستىدا ئىنتىزامچان، غايىلىك بولۇشنى تەلەپ قىلىشتى. ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ ئارزۇسىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن مېنى سايلىدى» دەپ سۆزلىگەن ئىدى.

ئامېرىكا پىرېزىدېنتى روزۋېلىت ئەڭ تۆۋەن چەكتىكى «دۆلەتنىڭ نورمال هالىتى»نى بۇزۇپ تاشلاپ، بىر تۈرلۈك تۈزۈمنى يولغا قويۇش ئارقىلىق دۆلەتنى ئىشسىزلارنى بىۋاستە يالىلاش، يېزا ئىگىلىك ساهەسىدىكى ئىشلەپچىقىرىش باهالىرى، بىۋاستە ئىختىرا قىلىش قاتارلىقلارنى كونترول قىلىش ئارقىلىق بىر قىسىم ئىقتىسادىي پائالىيەتلەرنى باشقۇرۇشقا ئىگە قىلغان ئىدى. هۆكۈمەت يەنە هەق تەلەپ ئىشلىرىنى قوغدايدىغان شىركەت گۇرۇهى قاتارلىق ئاپپاراتلارنى تەشكىللەش ئارقىلىق ئىشسىز قالغان ياشلارنى خىزمەتكە ئىگە قىلىپ، هۆكۈمەت ئۈچۈن خىزمەت قىلدۇرۇپ، هۆكۈمەت ئۈچۈن يول ياسىتىپ، دۆلەت باغچىسى بەرپا قىلغان ئىدى.

هۆكۈمەتنىڭ يۇقىرىقى هەرىكىتى ئىقتىسادنىڭ قايتا گۈللىنىش ئۈمىدىنى ئېلىپ كەلگەن ئىدى. بۇنىڭ بىلەن ئامېرىكا شىركەتلىرى بىلەن هۆكۈمەت يېڭى بىر «شېرىن ئاي مەزگىلى» گە قەدەم قويدى. هەتتا ئەركىن بازارغا قەتئىي ئىشىنىدىغان مورگان مالىيە گۇرۇهىنىڭ ساهىبى جېك مورگانمۇ هاياجىنىنى باسالماي: «بارلىق خەلق روزۋېلتنىڭ رولىغا ناهايىتى قايىل بولدى، بىز ئۆتمۈشتە بۇنداق ئىشنى ئەسلا باشتىن كەچۈرۈپ باقمىغان ئىدۇق» دېگەن ئىدى.

فرانكلىن روزۋېلت

فرانكلىن روزۋېلت (1882 — 1945)، ئامېرىكىنىڭ 31 - نۆۋەتلىك پىرېزىدېنتى، ئامېرىكا تارىخىدىكى بىردىنبىر ئۈدا تۆت قېتىم پىرېزىدېنتلىققا سايلانغان (4 - قېتىملىق ۋەزىپە ئۆتەش مۇددىتى تاماملانمىغان) پىرېزىدېنت. روزۋېلت ئىقتىساد چوڭ كاساتلاشقان مەزگىل ۋە ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشى مەزگىلىدە مۇهىم رول ئوينىغانلىقى ئۈچۈن ئالىملار تەرىپىدىن ئامېرىكا تارىخىدىكى ئەڭ بۈيۈك ئۈچ پىرېزىدېنتنىڭ بىرى دەپ تەرىپلىنىدۇ.

هالبۇكى «شېرىن ئاي» ھەمىشە تولىمۇ قىسقا بولاتتى.

1933 ـ يىلى باھاردا، مورگان مالىيە گۇرۇھى دۆلەت مەجلىسىنىڭ تەكشۈرۈشىگە ھازىر بولۇش توغرىسىدىكى چاقىرىق قەغىزىنى تاپشۇرۇۋالىدۇ. بۇ پەقەت بىر باشلىنىش ئىدى، خالاس. پىرېزىدېنتنىڭ ھەيدەكچىلىكى ئارقىسىدا، ئامېرىكا ئاۋام پالاتاسى بانكا كومىتېتى «ناچار بانكا پائالىيەتلىرىنىڭ بارلىق تەسىرلىرى»نى ئىگىلەش ئالدىدا تۇراتتى. بۇ ۋول ستريت كوچىسىنى تەلتۆكۈس تەكشۈرۈش ئىجازەتنامىسى بېرىلگىنىگە باراۋەر بىر ئىش ئىدى.

بۇنىڭدىن ئىلگىرى، ۋول ستريت كوچىسىدىن ئىبارەت بۇ ئامېرىكا ھەتتا پۈتۈن دۇنيانىڭ مۇھىم پۇل مۇئامىلە مەركىزى، ماھىيەت جەھەتتە پەقەت مىليونېرلار بىلەن پۇل مۇئامىلە ئەربابلىرىلا ئۇنىڭغا جايلاشقان شەخسىي كۇلۇب، ھۆكۈمەت ئىشلىرىغا قاتنىشالايدىغان، ئەمما ھۆكۈمەت ئۇنىڭ ئىشلىرىغا ئاساسىي جەھەتتىن ئارىلاشمايدىغان بىر سورۇن بولۇپ كەلگەن ئىدى.

5 ـ ئاينىڭ 23 ـ كۈنى، تالا ـ تۈزگە كەمدىن ـ كەم چىقىدىغان جېك مورگان جامائەتنىڭ كۆز ئالدىدا پەيدا بولىدۇ.

جېك مورگان ئىسپات ئاڭلاش يىغىنلىرىدا ئەزەلدىن بىنورمال ھەرىكىتى بار دەپ ئەيىبلىنىپ باقمىغان ئىدى. ئىسپات ئاڭلاش يىغىنى تەكشۈرۈش ماھىيىتىدە ياكى ئۇچۇر توپلاش ئۇچۇن ، ۋال ستريت كوچىسىنىڭ قانداق مەشغۇلات ئېلىپ بارغانلىقى ھەمدە قانداق ئىسلاھات ئېلىپ بېرىشقا بولىدىغانلىقىنى ئىگىلەش مەقسىتىدە ئۇيۇشتۇرۇلغان ئىدى.

شىركەتلەر ياخشى ئىشلارنى قىلسا بىز ئۇنى ئېسىمىزدە تۇتالمايمىز؛ شىركەتلەر يامان ئىشلارنى قىلغان بولسا ئۇلارنى پۈتكۈل سىياسىي تۈزۈلمە ئىچىدىكى چوڭ لۇكچەكلەر دەپ قارايمىز.

(جوسېف بلاتېر ئامېرىكا خوئوستون ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

70 نەچچە يىل ئىلگىرىكى كىچىك مورگان پەقەت بىر قۇربانلىق بولۇشى مۇمكىن، ئەمما ئۇ نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش بولمىغان پۇل

مۇئامىله دەۋرىنىڭ ئاخىرلاشقانلىقىغا شاھىت بولدى.

ئامېرىكا ھۆكۈمىتى بۇنى بىر پۈرسەت دەپ بىلىپ، كاپىتال بازىرى ئۈچۈن يېڭى تەرتىپ بەرپا قىلدى.

1933 - يىلى 5 - ئاينىڭ 27 - كۈنى، پىرېزىدېنت «فېدېراتسىيە ئاكسىيە قانۇنى» غا ئىمزا قويدى، بۇ ئامېرىكا تارىخىدىكى ئاكسىيە بازارلىرىنى قېلىپلاشتۇرغۇچى تۇنجى قانۇن ئىدى. 6 - ئاينىڭ 16 - كۈنى، ئامېرىكا دۆلەت مەجلىسى «1933 - يىللىق بانكا قانۇنى»نى ماقۇللىدى. بۇ قانۇنغا ئاساسەن قۇدرەتلىك مورگان مالىيە گۇرۇھى ئىككىگە ئايرىۋېتىلدى.

«فېدېراتسىيە ئاكسىيە قانۇنى» كاپىتال بازىرى بەرپا قىلىشتا ناھايىتى مۇھىم ئىدى، چۈنكى ئۇ يېڭى قانۇن ئارقىلىق شىركەتلەرنى چەكلەپ تۇرالايتتى. مەسىلەن: شىركەتلەردىن سودا ئۇچۇرلىرىنى ئاشكارىلاشنى تەلەپ قىلىش دېگەندەك، بۇنداق ئەھۋال ئۆتمۈشتە ئەزەلدىن كۆرۈلۈپ باقمىغان ئىدى.

ئەمەلىيەتتە، ئەينى ۋاقىتتا شىركەتلەر مۇنداق قىلىشنى خالىمايتتى، ئۇلار بۇنى پەقەت ھۆكۈمەتنىڭ تېخىمۇ كۆپ مۇداخىلە قىلىشى دەپ قارىشاتتى. ھالبۇكى ئەمەلىيەتتە بولسا ئۇ شىركەتلەرنىڭ يېراق كەلگۈسى تەرەققىياتى ئۈچۈن پايدىلىق ئىدى. شىركەتلەر زايوم تارقىتىپ مەبلەغ جۇغلىغان ۋاقىتلىردا، ئۇ جامائەتنىڭ مالىيە دوكلاتلىرىنىڭ چىنلىق دەرىجىسىگە بولغان ئىشەنچىسىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ئارقىلىق ۋال ستىرىت كوچىسى ۋە ئامېرىكا بازارلىرىنى تېخىمۇ كۆپ مەبلەغ سالغۇچىلارنى جەلپ قىلغۇزالايدۇ.

(جېفورى جونس ئامېرىكا سودا تارىخى بىرلەشمە جەمئىيىتى سابىق رەئىسى)

ئاكسىيە تىجارىتىنى نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش كومىتېتىنىڭ قۇرۇلۇشىغا ئەگىشىپ، ئۆتمۈشتە ۋال ستىرىت كوچىسىدا بوران - چاپقۇن چىقىرىپ يۈرگەن پۇل مۇئامىله نوچىلىرى ۋە ساختىپەز پاي شىركەتلىرىنىڭ ھەممىسىگە نۇختا سېلىنغان ئىدى.

20 ـ ئەسىرنىڭ 30 ـ يىللىرىدا مەيدانغا كەلگەن شۇ قېتىملىق كىرىزىستىن كېيىن كىشىلەر بازارنىڭ ھەممە مەسىلىلىرىنى ھەل قىلىپ كېتەلمەيدىغانلىقىنى تەدرىجىي تونۇپ يەتكەن ئىدى.

بۇ كاپىتالنىڭ باش كۆتۈرۈشى جەريانىدىكى بىر قېتىملىق دەۋر بۆلگۈچ بۇرۇلۇش نۇقتىسى ئىدى. شۇنىڭدىن ئېتىبارەن، «نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش» دېگەن بۇ ئىبارە ھەرقايسى دۆلەتلەرنىڭ ئىقتىسادىي ئايلىنىش ئوربىتىلىرىدا كۆرۈلۈشكە باشلىدى. ھۆكۈمەتنىڭ ئىقتىسادنىڭ ئايلىنىشىغا بولغان پوزىتسىيەسى ئەمدى يەنە «ئۆز مەيلىگە قويۇۋېتىش» بولماستىن، بەلكى ئاربىلاشما ئىقتىساد ئەندىزىسىنى قوللىنىش بولدى. بۇ كىشىلەرنىڭ بازار ئىگىلىكى تۈزۈمىگە قارىتا بىر قېتىملىق مۇھىم تۈزىتىش كىرگۈزۈشى ئىدى.

ئامېرىكا ئاكسىيە تىجارىتى كومىتېتى

ئامېرىكا ئاكسىيە تىجارىتى كومىتېتى ئامېرىكا دۆلەت مەجلىسى تەرىپىدىن تەسىس قىلىنغان ھۆكۈمەت كومىتېتى بولۇپ، ئاكسىيە بازىرىنى نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش ۋە مەبلەغ سالغۇچىلارنىڭ مەنپەئىتىگە كاپالەتلىك قىلىشقا مەسئۇل بولىدۇ. بۇنىڭدىن سىرت، مەزكۇر كومىتېت يەنە ئامېرىكىنىڭ كارخانىلارنى سېتىۋېلىش تۈرلىرىنىمۇ نازارەت قىلىدۇ. ئامېرىكا ئاكسىيە تىجارىتى كومىتېتى بەش ئەزادىن تەركىب تاپىدۇ، ئۇنىڭ قانۇن ئىجرا قىلىشى ئۈچۈرلارنى ئەتراپلىق، ئوچۇق ـ ئاشكارا ئاشكارىلاشقا ئىلھاملاندۇرۇش، شۇنداقلا مەبلەغ سالغۇچىلارنىڭ ئاكسىيە بازارلىرىنىڭ ئالدامچىلىق قىلىشى ۋە پەردە ئارقىسىدا كونترول قىلىش سەۋەبلىك زىيان تارتماسلىقىغا كاپالەتلىك قىلىشنى مەقسەت قىلىدۇ. ئادەتتىكىچە قىلىپ ئېيتقاندا، ئامېرىكىدا تارقىتىلىدىغان پاي چەكلەرنىڭ كۆپ قىسمى چوقۇم ئامېرىكا ئاكسىيە تىجارىتى كومىتېتىغا ئەنگە ئالدۇرۇلۇشى كېرەك ئىدى.

هازىرقى زامانىدىكى ئىقتىساد ئاددىي هالدىكى بازارنى يېتەكچى قىلغان ئىقتىساد ياكى شىركەتنى يېتەكچى قىلىدىغان ئىقتىساد بولماستىن بەلكى ئارىلاشما ئىقتىسادتۇر. مەن قايسىبىر مۇهىم بازارلاردا مۇنداق ياكى ئۇنداق بولغان هۆكۈمەت ئىدارە قىلىشنىڭ يوق ئىكەنلىكىنى بىلمەيمەن.

(رىچارد نېلسون ئامېرىكا كولۇمبىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

مۇهىمى بارلىق بازارلارنىڭ مۇئەييەن قانۇنىي رامكا ئىچىدە ئايلىنىشىدۇر. ئۆز مەيلىچە ئىش قىلىدىغان، بازارنى تامامەن ئەركىن دەپ قارايدىغان ئاشۇ خىلدىكى ئوي - پىكىرلەر توغرا ئەمەس، هەتتا ئامېرىكىدەك مۇشۇنداق ئەركىن، ئېچىۋېتىلگەن ئىقتىسادىي مۇهىتتىمۇ مەۋجۇت ئەمەس.

(خوخارد داۋىس ئەنگلىيە لوندون سىياسىي - ئىقتىساد ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

ئارىلاشما ئىقتىساد

ئارىلاشما ئىقتىساد ئىبارىسى ئىقتىسادىي تۈزۈلمە كاتېگورىيەسىگە مەنسۇپ بولۇپ، ئۇ ئاساسىي ئىقتىساد تۈزۈمى بىكىتىپ بەرگەن شەرت ئاستىدا كەم ئۈچرايدىغان بايلىقلارنى مۇڭاپىق تەقسىم قىلىشنى ئىلگىرى سۈرۈش ئۈچۈن بىر قاتار ئورگانىك باغلانغان هەمدە ئۆز ئارا بىر - بىرىنى چەكلەپ تۇرالايدىغان تۈزۈلمە، تۈزۈم، تەشكىلات، تەدبىر بەلگىلەش ئاپپاراتلىرى قاتارلىقلاردىن تەركىب تاپقان بىرىكمە گەۋدىنى كۆرسىتىدۇ. ئارىلاشما ئىقتىساد بولسا كۆپ خىل ئومۇمىي مۇلۇكچىلىك قۇرۇلمىسى، كۆپ خىل ئىقتىسادىي گەۋدە، كۆپ خىل بايلىق تەقسىملەش شەكلى، كۆپ خىل بازار قۇرۇلمىسى، كۆپ خىل تەقسىمات شەكلى قاتارلىقلارنىڭ بىرىكمىسىدۇر. ئەمەلىيەت ئىسپاتلىدىكى، مەيلى قايسى خىلدىكى يەككە ئىقتىساد شەكلى بولمىسۇن، ئۇلارنىڭ هەممىسى بايلىقلارنى ئەلالاشتۇرۇپ سەپلەش ۋە ئىقتىسادىي ئۈنۈمنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ئۈچۈن پايدىسىز بولىدۇ.


جون كائىنىس

بۇ چاغدا، كىلاسسىك ئىقتىساد-شۇناسلىق يۇرتى بولغان ئەنگلىيەدە بولسا، ئوكسفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ پروفېسسورى جون كائىنىس ئەنئەنىۋى ئىدىيەلەرنى ئاللىقاچان ئاستىن-ئۈستۈن قىلىۋەتكەن ئىدى. 1936-يىلى نەشر قىلىنغان «ئىشقا ئورۇنلىشىش، ئۆسۈم ۋە پۇل نەزەريەسى» دېگەن كىتابتا، كائىنىس دۆلەت مۇداخىلىسىنى يادرو، ئىقتىسادىي كىرىزىس ۋە ئىشسىزلىقنى تۈگىتىشنى نىشان قىلغان تەلىمات سىستېمىسىنى بەرپا قىلغان ئىدى.

كائىنىس ئىلگىرى ئىقتىساد كاساتلاشقان مەزگىللەردە ھۆكۈمەتنىڭ مەبلەغ سېلىشتىنىڭ زۆرۈرىيىتى بار دەپ ئېيتقان ئىدى. شۇنىڭ بىلەن بىرگە تەرەققىيات ئۈچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا، پۇل پاخالىقىمۇ تەرەققىيات ئۈچۈن زۆرۈر ھېسابلىنىدۇ. ئۇ ئەنگلىيەلىكلەرنىڭ كونترول قىلىش، ئىقتىساد باشقۇرۇش قاتارلىقلارنى بىلىۋېلىشىغا ياردەم قىلدى. ئۇنىڭ بۇ كۆز قاراشلىرى كېيىنكى مەزگىللەردە يەنە ئامېرىكىغا تەسىر كۆرسەتتى.
(خوخارد داۋىس ئەنگلىيە لوندون سىياسىي - ئىقتىساد ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

كائىنىسنىڭ نەزەريەسى ئىقتىسادشۇناسلىق ساھەسىدىكى بىر قېتىملىق «ئىنقىلاب» دەپ ئاتالدى، بەزىلەر ئۇنىڭ تەسىرىنى خۇددى كۇپىرنىك ئاسترونومىيەگە، ئېينىشتېينىنىڭ فىزىكا ئىلمىغا كۆرسەتكەن تەسىرلىرىگە ئوخشايدۇ دەپ تەرىپلەشكەن ئىدى. چۈنكى، ئۇ بۇنىڭدىن ئىلگىرىكى يۈز يىل مابەينىدە پەقەت بازار ئارقىلىقلا ئىقتىسادنىڭ ئايلىنىشى تەڭشەش كۆزقارىشىنى ئۆزگەرتكەن ئىدى. شۇنىڭدىن ئېتىبارەن، ھۆكۈمەتنىڭ ئىقتىسادىي تۈرمۇشقا بولغان زۆرۈر رولى يېڭىباشتىن مۆلچەرلىنىشكە باشلىدى.

كائىننس

كائىننس (1883 ـ 1946)، ھازىرقى زامان غەرب ئىقتىسادشۇناسلىق ساھەسىدە ئەڭ نوپۇزلۇق ئىقتىسادشۇناسلارنىڭ بىرى، ئۇ بەرپا قىلغان ماكرو ئىقتىسادشۇناسلىق، فىروئىد ئىجاد قىلغان روھىي ئانالىز قىلىش ئۇسۇلى ۋە ئېينىشتىينىن بايقىغان نىسپىيلىك نەزەريەسى بىرلىكتە 20 - ئەسىردىكى ئىنسانلار بىلىم ساھەسىدىكى ئۈچ چوڭ ئىنقىلاب دەپ تەرىپلەنمەكتە.

1929 ـ يىلى، ئىقتىسادىي كىرىزىس پارتلىغاندىن كېيىن، كائىننس ئەنئەنىۋى ئىقتىسادىي نەزەريەلەرنىڭ رېئاللىققا ئۇيغۇن كەلمەيدىغانلىقى، بۇ نەزەريەلەرنى چوقۇم بۆسۈپ ئۆتۈش لازىملىقىنى ھىس قىلىدۇ، شۇنىڭ بىلەن ئۇ 1933 ـ يىلى نەشر قىلدۇرغان «ئىشقا ئورۇنلىشىش، ئۆسۈم ۋە پۇل نەزەريەسى» دېگەن كىتاب دۇنياغا كېلىدۇ. بۇ «نەزەريە» ئىقتىسادىي نەزەريە ساھەسىدە غايەت زور بۆسۈشكە ئېرىشىدۇ.

بىرىنچى، ئەنئەنىۋى ئىشقا ئورۇنلىشىشنى تەڭپۇڭلاشتۇرۇش نەزەريەسىنى بۆسۈپ تاشلاپ، ئىشسىزلىقنىڭ مەۋجۇتلۇقىنى ئالاھىدىلىك قىلغان بىر خىل ئىقتىسادىي بالانس نەزەريەسى بەرپا قىلدى.

ئىككىنچى، خەلق كىرىمىنى ماكرو ئىقتىسادشۇناسلىق تەتقىقاتىنىڭ مەركىزىي مەسىلىسى قىلدى.

ئۈچىنچى، ئومۇمىي تەمىنات بىلەن ئومۇمىي ئېھتىياج بالانسى ئارقىلىق خەلق كىرىمىنى قارار قىلىشنى ئانالىز قىلدى.

تۆتىنچى، ئومۇمىي ئېھتىياجنى يادرو قىلغان ماكرو ئىقتىسادشۇناسلىق نەزەريەسى بەرپا قىلدى.

بەشىنچى، ئەمەلىي ئىقتىساد ۋە پۇلغا قارىتا ئانالىز ئېلىپ بېرىشتەك پۇل نەزەريەسى بەرپا قىلدى.

ئالتىنچى، «سايئىس قائىدىسى»نى تەنقىد قىلىپ، ئۆز مەيلىگە قويۇۋېتىشتەك ئىقتىسادىي سىياسەتلەرگە قارشى تۇرۇپ، دۆلەتنىڭ ئىقتىسادقا بىۋاستە مۇداخىلە قىلىش تەكلىپىنى ئوتتۇرىغا قويدى.



ۋولتېر دىسنېي

ئەركىن بازار كىشىلەرنىڭ كۆڭلىدىكىدەك بولمايدۇ، بۇنىڭدىكى مەسىلە «ئەركىن» ئىبارىسىنى ئىشلەتكەنلىكتە. ئەركىنلىك ئىبارىسى ئاڭلىماققا ناھايىتى ياخشى بولسىمۇ، ئەمما بىز ئەركىن بازار بىلەن ياخشى بازارنى ئارىلاشتۇرۇۋەتسەك بولمايدۇ.

(جامىس موررىس ئەنگلىيە ئوكسفورد ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى، 1986 - يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

روزۇبلىت يۇرگۈزگەن يېڭى سىياسەتلەرنىڭ يادرولۇق مەزمۇنلىرىنىڭ بىرى بولسا ھۆكۈمەتنىڭ بازار قائىدىسى، ئىقتىسادىي قائىدە قاتارلىقلارغا قارىتا تېخىمۇ كۆپ ئارىلىشىش، تېخىمۇ كۆپ بولغان بەلگىلىمىلەرنى چىقىرىشتىن ئىبارەت.

(چېن جىۋۇ ئامېرىكا يېلۇ ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

ئەينى ۋاقىتتا ئىقتىسادىي كىرىزىسنى ھەل قىلىۋاتقان ھەرقايسى ئەللەر ھۆكۈمەتلىرى ئۈچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا، كائىنىناتنىڭ تەلىماتى بىر خىل ئىزاھلىما بولۇش بىلەن بىرگە يەنە نەزەرىيە جەھەتتىكى يۆلەنچۈك ھېسابلىناتتى.

ئامېرىكا ھۆكۈمىتى مەبلەغ سېلىشنى كۈچەيتىش، ئىش ئورنى بىلەن تەمىنلەش بىلەن بىرگە يەنە بازار تەرتىپى ۋە ئىجتىمائىي ئادىللىقنى قوغدايدىغان بىر قاتار قانۇنلارنى تۈزۈمۇ تۈشتىن ئوتتۇرىغا چىقارغان ئىدى.

بىرقانچە يىللىق تەڭشەش ئارقىلىق ئايالى يولدىشىنىڭ قولىدىن ئۇزۇندىن بۇيان ئېرىشەلمەي كېلىۋاتقان مائاشنى ئالدى؛ ئىشسىزلار ئۈچ ۋاق تاماققا كاپالەتلىك قىلالايدىغان قۇتقۇزۇش پۇلىغا ئېرىشتى؛ ئۆي - ماكانسىز سەرگەردانلارمۇ يامغۇر، بورانلارغا دالدا بولغۇدەك ماكانغا ئېرىشتى.

ھۆكۈمەت يېنىكلەشتۈرىدىلا، بۇ ئامېرىكىلىقلار ئەزەلدىن ھېس قىلىپ باقمىغان بىر ئىش ئىدى.

1933 - يىلى5 - ئايدا، دىسنېي شىركىتى «ئۇچ چوشقا كۆچۈكى» دېگەن كارتون فىلىمنى بازارغا سالدى. فىلىمنىڭ «بىز بۆرىدىن قورقمايمىز» دېگەن ئاساسلىق ناخشىسى بىر كېچىدىلا پۈتۈن مەملىكەتكە پۈر كەتتى، بەزىلەر بۇ ناخشىنى ئامېرىكىلىقلارنىڭ جاسارىتىنى ئۇرغۇتۇشتىكى رولى روزۋېلتنىڭ يېڭى سىياسەتلىرىدىن قېلىشمايدۇ دەپ ماختاشتى.

كۆپ ساندىكى شىركەتلەر ھالاكەت پاتقىقىغا پېتىپ قالغان مەزگىلدە، ھوللىۋۇد ئەكسىچە ئون يىلغىچە سوزۇلغان ئالتۇن دەۋرنى كۈتۈۋېلىپ، غايەت زور بولغان ئامېرىكا كىنوچىلىق كەسپى شەكىللىنىشكە باشلىدى. ھەر يىلى 500 ئەتراپىدىكى كىنو - فىلىملەر كىشىلەرنى تېپىلغۇسىز شادلىق ۋە تەسەللى بىلەن تەمىن ئېتىپ تۇردى. 1935 - يىلىغا كەلگەندە، ئامېرىكىنىڭ پەقەت 100 مىليون نوپۇسى بولسىمۇ ۋاھالەنكى كىنوخانىلار ئورۇندۇقلىرىنىڭ ئومۇمي سانى 11 مىليونغا يەتكەن ئىدى.

بىرقانچە يىللىق رەتكە سېلىنىش نەتىجىسىدە، ئامېرىكىنىڭ بازارلىرى تەدرىجي ھالدا مۇقىملىنىشقا باشلىغان

ناتسىست گېرمانىيەسى

ناتسىست گېرمانىيەسىنىڭ تولۇق نامى گېرمانىيە ئىمپېرىيەسى ياكى بۈيۈك گېرمانىيە ئىمپېرىيەسى بولۇپ، ئۇچىنچى ئىمپېرىيە دەپمۇ ئاتىلاتتى، ئۇ كۆپىنچە 1933 - يىلىدىن 1945 - يىللار ئارىسىدىكى گېرمانىيەنى كۆرسىتىدۇ. ئەينى ۋاقىتتا ئۇ ئادولوف گېتلىر فاشىست ئېدىيولوگىيەسىنىڭ مۇستەھكەم كونتروللۇقى ئاستىدا ئىدى.

فاشىزم ئادەتتە «ناتسىزم» دەپمۇ ئاتىلىدۇ. «ناتسىست» ئىبارىسى بولسا «مىللىي سوتسىيالىزمچىلار» ئاتالغۇسىنىڭ قىسقارتىلىپ ئاتىلىشى بولۇپ، ئەسلىي مەنىسى گېرمانىيە مىللىي سوتسىيالىستىك ئىشچىلار پارتىيەسى ۋە ئۇنى ھىمايە قىلغۇچىلارنى كۆرسىتەتتى. بۈگۈنكى ياۋروپادا (بولۇپمۇ گېرمانىيەدە) بولسا ناتسىست ئىبارىسى ئومۇمەن رادىكال ئوڭ قانات فاشىزمچىلارنى كۆرسىتىدۇ.

ئىدى. ئەمما، ئوخشاشلا ئىقتىسادىي پاتقاقتا پېتىپ قالغان گېرمانىيەدە بولسا، ھۆكۈمەت كىرىزىستىن قۇتۇلۇش جەريانىدا ئەكسىچە باشقا بىر رادىكال يۆنىلىشكە قاراپ ماڭغان ئىدى.

گېتلىرنىڭ سۈرىتى سانائەت ماگناتى كېخوپنىڭ ئىشخانىسىدىكى كۆزگە ئالاھىدە چېلىقىپ تۇرغان ئورۇنغا ئېسىپ قويۇلغان بولۇپ، سۈرەتنىڭ ئاستىغا: «پېرىيوم بىلەن تاكى غەلىبىگىچە بىرگە تۇرىمىز» دېگەن ئىبارىلەر يېزىپ قويۇلغان ئىدى. گېرمانىيە شىركەتلىرى ۋە كۆپ ساندىكى ئاممىا گېتلىرنى گېرمانىيە ئىقتىسادىنى قايتا گۈللەندۈرگۈچى دەپ ئىشىنەتتى. ئىشلارمۇ باشلىنىشىدا دەرۋەقە شۇنداقتەك كۆرۈنگەن ئىدى.

پۈتكۈل دۆلەت (گېرمانىيە) ھەدەپ قەرز ئالغاندىن كېيىن غايەت زور بولغان ئاساسىي ئەسلىھە قۇرۇلۇشى پىلانىنى تۈزۈپ چىقتى، مەسىلەن: يۇقىرى سۈرئەتلىك يول ياساش قاتارلىقلار. شۇنىڭ بىلەن بىرگە زور مىقداردا قورال - ياراق ياساشقا باشلىدى. بۇ بىر قاتار تەدبىرلەر ئېلىپ كەلگەن ئاقىۋەتلەر بولسا 1933 - يىلىدىن كېيىن گېرمانىيە ئىقتىسادىي ساھەدە ناھايىتى زور مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىپ، پۈتكۈل دۇنيا مىقياسىدا ئىقتىسادىي كىرىزىستىن ئەڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك مېڭىپ چىققان دۆلەت بولۇپ قالدى.

(خانس مىللېت گېرمانىيە خۇمبولت ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

دۆلەتچىلىك ۋە پايدا ھەممىدىن ئەلا دەيدىغان ئىدىيەنىڭ قۇتراتقۇسىدا گېرمانىيە شىركەتلىرى ئېرىشكەن نەتىجە كۆرۈنەرلىك بولدى. 1939 - يىلىغا كەلگەندە، ئۇلار دۆلەت ئۈچۈن ئىككى يىل يەپ - ئىچىشكە يېتەرلىك بولغان ئاشلىق ۋە 270 مىڭ تونىا چوشقا مېيى، ئىسلىغان گۆش شۇنداقلا سېرىق ماي قاتارلىقلارنى زاپاس ساقلاپ بەرگەن ئىدى، يەنە 170 دانە ھەر خىل تېپىتكى ئۇرۇش پاراخوتلىرى، 3350 دانە يېڭى تېپىتكى تانكا، 8295 دانە كۆرەشچى ئايروپىلان ۋە 1مىليون 400 مىڭ كىشىلىك گېرمانىيە ئارمىيەسىگە ئىگە بولغان ئىدى. ھۆكۈمەتنىڭ مال زاكاز قىلىش تالونىغا تايىنىپ، ئالتە يىل ۋاقىت ئىچىدە، كوخوپ شىركىتىنىڭ ساپ پايدىسىلا 18 ھەسسە ئاشقان ئىدى.

كارخانىچىلار سىياسىي خاراكتېرلىك كۆرسەتكۈچلەرنى قوبۇل قىلىشنى تولىمۇ ياخشى كۆرىدۇ، چۈنكى بۇنداق بولغاندا ئۇلار توختىماي ئىشلەپچىقىرىش ئېلىپ بېرىپ، مال زاكاز قىلىش تالونلىرىغا توختاۋسىز ئېرىشىپ تۇرالايدۇ. بۇنداق ئەھۋال ئاستىدا، دۆلەت بازاردىن كۆپ ياخشى ھېسابلىنىدۇ. ئەينى مەزگىلدە ھەرقانداق مەسىلىنى سۇرۇشتە قىلغۇدەك بىرەر ئادەممۇ يوق ئىدى. بۇ جەھەتتىن ئېلىپ ئېيتقاندا، 1933 ـ يىلىدىن 1939 ـ يىلىغا قەدەر گېرمانىيە ناتسىست ھاكىمىيىتى كاپىتالىزمنىڭ دىكتاتۇرا مۇستەبتىلەر بىلەن مۇكەممەل بىرىكەلەيدىغانلىقىنى تولۇق نامايان قىلغان ئىدى.

(خانس مىللېت گېرمانىيە خۇمبولت ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

4. بازار ئىگىلىكىگە قايتىدىن تەبىر بېرىش

ھۆكۈمەتنىڭ كۈچىگە تايىنىلىسلا ئىقتىسادىي گۈللىنىشنى قايتا مەيدانغا كەلتۈرگىلى بولىدۇ. ئەمما ئامېرىكىدىكى نۇرغۇنلىغان چوڭ شىركەتلەر بولسا بۇنداق كۆزقاراشنى قوبۇل قىلىشنى خالىمايدىغانلىقىنى قىلاتتى. 1933 ـ يىلىدىكى «مەملىكەتلىك سانائەتنى قايتا گۈللەندۈرۈش قانۇنى» دۇنياغا كەلگەندىن كېيىن، ئۇلار بازار ئىگىلىكىگە بولغان چۈشەنچىسى ۋە چىڭ تۇرۇشىنى ئېنىق ئىپادىلەشكەن ئىدى. ئاشۇ قانۇن لايىھەسىدە ئىشچىلارنىڭ ھەپتىلىك ئەڭ ئۇزۇن ئىش ۋاقتى ھەمدە ئەڭ تۆۋەن بولغان ئىش ھەققى سوممىسى بەلگىلەنگەن ئىدى.

ئەينى مەزگىلدە ھېنرى فوردنى ئۆز ئىچىگە ئالغان ئامېرىكىدىكى نۇرغۇنلىغان چوڭ شىركەتلەرنىڭ رەھبەرلىرى بۇ قانۇنغا كۈچىنىڭ بارىچە قارشى تۇرۇشتى. ئۇلارنىڭ قارىشىچە، ئىش ھەققىنى بازار بەلگىلىشى كېرەك ئىدى، ناۋادا ھۆكۈمەت ئىش ھەققى ئۆلچىمىنى بەلگىلەپ بەرسە ئامېرىكا شىركەتلىرى رىقابەتلىشىشكە ئامالسىز قالاتتى.

بۇنىڭغا قارىتا، ھېنرى فورد: «ئەگەر مۇشۇنداق قىلىنسا، شىركەت بەرداشلىق بېرەلەيدۇ. ئەمما، بۇ خۇددى ئۆيدىكى ئائىلە جاھازلىرىنى ئوتۇنىنىڭ ئورنىدا قالىغاندەك بىر ئىش، ئانچە ئۇزۇن ئۆتمەي ئوتۇننى قالاپ تۇگىتىمىز، ئۆيىمۇ تۇگىشىدۇ» دېگەن ئىدى.

فورد ئىلگىرى سەككىز سائەتلىك ئىش تۈزۈمى ۋە بەش دوللارلىق يۇقىرى ئىش ھەققىنى باشلامچىلىق بىلەن يولغا قويغان ئىدى، ئەمما بۇنى شىركەت پايدا ئېلىش ئۈچۈن تەشەببۇسكارلىق بىلەن تاللىغان ئىدى. ھالبۇكى ئىقتىساد كاساتلىشىپ كۆپ ساندىكى شىركەتلەرنىڭ پايدىسى ناھايىتى ئاز بولۇۋاتقان مەزگىلدە، ئىش ھەققى سوممىسىنى بەلگىلەش، شۇبھىسىزكى، تەننەرخنى ئاشۇرۇۋېتەتتى، شىركەتلەر ياكى بۇ زىيانىنى ئىستېمالچىلاردىن ئۇندۇرۇۋېلىشى ياكى خادىملىرىنى قىسقارتىشى لازىم ئىدى، ئۇنداق بولمىغاندا قايتا ۋەيران بولۇشىغا توغرا كېلەتتى.

مەملىكەتلىك سانائەتنى قايتا گۈللەندۈرۈش قانۇنى

1933 - يىلى 6 - ئاينىڭ 16 - كۈنى، ئامېرىكا پارلامېنتى «مەملىكەتلىك سانائەتنى قايتا گۈللەندۈرۈش قانۇنى»نى ماقۇللىدى. «مەملىكەتلىك سانائەتنى قايتا گۈللەندۈرۈش قانۇنى»غا ئاساسەن، ئامېرىكا ھۆكۈمىتى دۆلەتلىك قايتا گۈللىنىشنى باشقۇرۇش ئىدارىسىنى تەسىس قىلىپ، ئەمگەكچىلەر بىلەن كاپىتالىستلارنىڭ ئوز كەسىپلىرىدىكى «ئادىل رىقابەتلىشىش قائىدىسى» نى بېكىتىپ چىقىشىغا يېتەكچىلىك قىلىپ، ھەرقايسى سانائەت تارماقلىرىدىن ئىشلەپچىقىرىش كۆلىمى، مەھسۇلات باھاسى، بازار تەقسىماتى، ئىشچىلارنىڭ ئىش ھەققى ئۆلچىمى شۇنداقلا ئىش سائىتى قاتارلىقلارنى بەلگىلەپ چىقىشنى، غوجايىن، ئىشچى ۋە ئىستېمالچىلارنىڭ ئىشلەپچىقىرىشقا ئورتاق نازارەت قىلىشىنى تەلەپ قىلدى. ناۋادا كارخانىلارنىڭ بەلگىلىمىگە خىلاپلىق قىلمىشى بايقالسا، پىرېزىدېنتنىڭ ئۇلارنىڭ ئىجازەتنامىلىرىنى بىكار قىلىش ھوقۇقى بار ئىدى. «مەملىكەتلىك سانائەتنى قايتا گۈللەندۈرۈش قانۇنى» سانائەت ئىشلەپچىقىرىشىغا قارىتا كونترول قىلىش ۋە تەڭشەش ئېلىپ بېرىشتا دۆلەتنىڭ ئىقتىسادقا قارىتا مۇداخىلە قىلىشىدەك ئالاھىدىلىككە ئىگە بولۇپ، بۇ ئىشلەپچىقىرىش مۇناسىۋەتلىرىگە قارىتا ئېلىپ بېرىلغان قىسمەن تەڭشەش ھېسابلىناتتى. روزۋېلىت «مەملىكەتلىك سانائەتنى قايتا گۈللەندۈرۈش قانۇنى» ئامېرىكا پارلامېنتى ماقۇللىغان ئەڭ مۇھىم، ئەھمىيىتى ئەڭ چوڭقۇر قانۇن بولدى» دەپ تەرىپلىگەن ئىدى.

«مەملىكەتلىك سانائەتنى قايتا گۈللەندۈرۈش قانۇنى» توغرىسىدىكى

تالاش ـ تارتىشلار ئىككى يىلغىچە داۋام قىلدى. 1935 ـ يىلى، ئامېرىكا ئالىي سوت مەھكىمىسى 8: 1 بېلەت بىلەن «مەملىكەتلىك سانائەتنى قايتا گۈللەندۈرۈش قانۇنى»نىڭ ئاساسىي قانۇنىغا خىلاپ بولغانلىقىنى جاكارلاپ، ئۇنى ئەمەلدىن قالدۇردى. شۇ يىلى، ئالىي سوت مەھكىمىسى بىر قېتىمدىلا 11 خىل يېڭى قانۇننى ئەمەلدىن قالدۇرغان ئىدى.

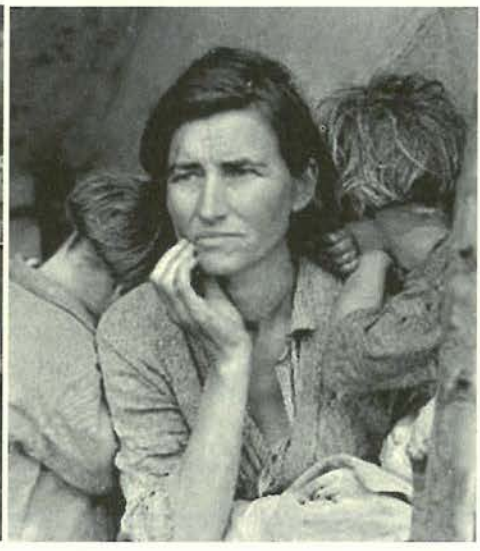
كىرىزىس يۈز بەرگەن بىرقانچە يىلدا، ئىشسىزلارنى ئىشقا يالاش ۋە ئۇلارغا يارەم بېرىش ئۈچۈن ھۆكۈمەت 3 مىليارد دوللار خەجلىدى. بۇ ئالدىنقى نۆۋەتلىك ھۆكۈمەتنىڭ بارلىق مالىيە خامچوتىغا باراۋەر كېلەتتى. كۆپ مىقداردىكى ھۆكۈمەت قۇرۇلۇشلىرى ۋە پايدا ئالمايدىغان ھۆكۈمەت شىركەتلىرى سەرپ قىلغان زايوم قىسقىغىنە بىرقانچە يىل ئىچىدە ئىككى ھەسسىگە يېقىن قاتلانغان ئىدى. بۇنىڭ بىلەن ھۆكۈمەت باجنى كۆپەيتىشكە مەجبۇر بولدى.

بۇ تۈرلۈك باج ئېلىش سىياسىتى فورد ۋە سودا ساھەسىدىكى نۇرغۇنلىغان مۇھىم ئەربابلارنىڭ قارشى تۇرۇشىغا ئۇچرىدى. ئۇلار ھۆكۈمەتنى ناھايىتى ناچار ئۇسۇل بىلەن بازارغا ئارىلاشتى، بۇنداق قىلسا رىقابەتتە زىيانغا ئۇچراپ، شىركەتلەر ئارىسىدىكى رىقابەتلىشىش كۈچى ئاجىزلىشىپ كېتىدۇ دەپ قارايتتى.

باجنى كۆپەيتىش بىلەن بىر ۋاقىتتا، ھۆكۈمەت ئاممىۋى مالىيە چىقىمىنى زور مىقداردا كېمەيتىشكە باشلىغان ئىدى. پىرېزىدېنت روزۋېلىت ئامېرىكا ئىقتىسادىنىڭ قېيىنچىلىق مەزگىلىدىن ئۆتۈپ كەتكەنلىكىگە ئىشىنەتتى، شۇڭا ھۆكۈمەت ئەمدى بازاردىن چېكىنىپ چىقسا بولاتتى.

ھالبۇكى، ئىشلار ئارزۇدىكىدەك بولمىغان ئىدى، چۈنكى باجنىڭ كۆپەيتىلىشى نۇرغۇنلىغان شىركەتلەرنى خادىملارنى قىسقارتىپ ئۇنۇمنى ئاشۇرۇشقا مەجبۇر قىلغان ئىدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئاممىۋى چىقىملارنىڭ ئازايتىلىشى نۇرغۇن كىشىلەرنى تاماق قاچىسىدىن ئايرىپ قويدى. ئىشسىزلىق ھەر قېتىملىق ئىقتىسادىي كىرىزىس چوقۇم يۈزلىنىشكە تېگىشلىك مەسىلە بولۇپ قالدى، ئەمما ئىش ئورنى بىلەن تەمىنلەش ئاخىرقى ھېسابتا پەقەت بازارنىڭ قايتا گۈللىنىشىگە تايىنىپ ئەمەلگە ئاشاتتى.



ئىقتىسادىي كىرىزىس مەزگىلىدىكى كۆرۈنۈشلەر

1939 - يىلىغا كەلگەندە، ئامېرىكىدىكى ئىشسىزلار نىسبىتى يەنە بىر قېتىم 17% تىن ئېشىپ كېتىپ، ئەمدىلا باش كۆتۈرۈشكە باشلىغان ئىقتىساد قايتىدىن ئەڭ تۆۋەن چەككە چۈشۈپ قالدى، ھەتتا بەزىلەر بۇنى «روزۋېلىت كىرىزىسى» دەپمۇ ئاتاشتى.

ئەنگلىيەلىك بىر ئىقتىسادشۇناس مۇنداق دەپ باھا بەرگەن ئىدى: «روزۋېلىت ئەپەندى ئۆزى ئوتتۇرىغا قويغان نۇرغۇن مەسىلىلەرگە قارىتا بەرگەن جاۋابى بەلكىم خاتا بولۇپ قالغان بولۇشى مۇمكىن، ئەمما، ئۇ ھازىرقى زامان ئامېرىكىسىدا تۇغرا مەسىلىنى ئوتتۇرىغا قويغان تۇنجى

پىرىزىدېنت ھېسابلىنىدۇ.»

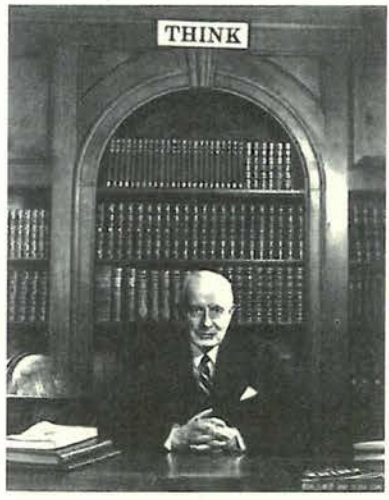
بازار ئىگىلىكىدە، ھۆكۈمەت زادى قانداق ئورۇندا تۇرۇشى كېرەك؟ كىرىزىس يېتىپ كەلگەندە ھۆكۈمەت نېمە ئىش قىلالايدۇ، نېمە قىلىشى كېرەك؟ بۇ تاكى بۈگۈنگە قەدەر يەنىلا مۇھىم بىر مەسىلە ھېسابلىنىدۇ.

مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، شىركەتلەرنىڭ ئاپەت پەيدا قىلىشى جەمئىيەتنىڭ قايتا قۇرۇلۇشىنى مەيدانغا كەلتۈرىدۇ. 20 - ئەسىرنىڭ 30 - يىللىرىدىكى ئىقتىسادي كىرىزىس سانسىز كىشىلەر- دىكى مۇتلەق ئەركىنلىك ئىدىيەسىنى تۈزەتتى.

خۇددى پىرىزىدېنت فرانكلىن روزۋېلىت ئېيتقانىدەك: ھۆكۈمەتنىڭ نامراتلىقنى تۈگىتىپ، پۇقرالارنىڭ «يېتەرلىك ئەركىنلىك»لەردىن بەھرىمەن بولۇشىنى قوغداش مەسئۇلىيىتى بار. بازار كۈچلۈكلەرنى تاسقاپ چىقالايدۇ، ئەمما ئۇ ئاجىزلارنى قوغداشقا ئامالسىز. شۇڭلاشقا، پۈتۈن جەمئىيەت ئەزالىرىنىڭ مەنپەئەتىنى قوغداش ئۈچۈن ھۆكۈمەت ئارىلىشىشى كېرەك.

پۈل مۇئامىلە تاشقىنى

پۈل مۇئامىلە تاشقىنى بىر ياكى بىرقانچە دۆلەت (رايون)لەرنىڭ بارلىق ياكى قىسمەن پۈل مۇئامىلە كۆرسەتكۈچلىرى(مەسىلەن: قىسقا مەزگىللىك ئۆسۈم، پۈل ئاكسىيە، ئۆي - مۈلۈك، يەر - زېمىن باھاسى، سودا كەسپىنىڭ ۋەيران بولغان سانى ۋە پۈل مۇئامىلە ئاپپاراتلىرىنىڭ ۋەيران بولغان سانى)نىڭ تېز، جىددىي، ۋاقتىنچە ۋە دەۋرلىك يامانلىشىشىنى كۆرسىتىدۇ. ئۇنىڭ ئالاھىدىلىكى بولسا كىشىلەرنىڭ ئىقتىسادنىڭ كەلگۈسىگە قارىتا ئۈمىدسىز تەسەۋۋۇردا بولۇشى سەۋەبىدىن پۈتكۈل رايون تەۋەسىدە پۈل قىممىتىنىڭ بىر قەدەر چوڭ نىسبەتتە پاخاللىشىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىپ، ئىقتىساد ئومۇمىي مىقدارى ۋە ئىقتىساد كۆلىمىدە بىر قەدەر چوڭ زىيان كېلىپچىقىشىدىن ئىبارەت. پۈل مۇئامىلە تاشقىنى كۆپىنچە كارخانىلارنىڭ كۆپلەپ ۋەيران بولۇشى، ئىشسىزلىق نىسبىتىنىڭ يۇقىرى كۆتۈرۈلۈشى، جەمئىيەت ئىقتىسادىنىڭ كاساتلىشىشى، ھەتتا جەمئىيەتتە قالايمىقانچىلىق يۈز بېرىشى ياكى دۆلەتنىڭ سىياسىي قاتلىمىدا مۇقىمسىزلىق يۈز بېرىشى بىلەن بىرلا ۋاقىتتا مەيدانغا كېلىدۇ.



جون ۋورسېن

ئىجتىمائىي بىخەتەرلىكنى قوغداپ، ئەقەللىي ئادىللىققا كاپالەتلىك قىلىش بۇرچىنى زىممىسىگە ئېلىشتا ھۆكۈمەت بىر چەتتە قاراپ تۇرالمايدۇ.

بازار ھەممىگە قادىر ئەمەس، ھۆكۈمەتمۇ ھەم شۇنداق. ئەزەلدىن ھەممىگە قادىر قۇتقۇزغۇچى بولمىسا كېرەك ئېھتىمال. دەل مۇشۇنداق مۇشكۈل ۋەزىيەتتە، كېيىنكى كۈنلەردە ئىقتىسادىي يېڭى يۈزلىنىشلەرگە يېتەكچىلىك قىلغۇچى يېڭى كەسىپلەر تەدرىجىي ھالدا ئۆز ھاياتىي كۈچىنى نامايان قىلىشقا باشلىدى.

1935 - يىلى، ئامېرىكا ئىجتىمائىي كاپالەت قانۇنىنى ماقۇللىدى، بۇ ھۆكۈمەتنىڭ چوقۇم ھەربىر يالالانغۇچى ئامېرىكا پۇقرالىرىنىڭ ئارخىپىنى ساقلىشى كېرەكلىكىدىن دېرەك بېرەتتى، شۇنىڭ بىلەن بۇ يېڭى سانلىق مەلۇماتلارنى بىر تەرەپ قىلالايدىغان ماشىنىغا قارىتا غايەت زور ئېھتىياج مەيدانغا كەلدى.

(جېفور جونىس ئامېرىكا سودا تارىخى بىرلەشمە جەمئىيىتى سابىق رەئىسى)

IBM شىركىتى بۇ خىل يېڭى ئېھتىياج ئۈچۈن ئاللىقاچان تەييارلىنىپ بولغان ئىدى.

1929 - يىلدىكى ئىقتىساد ئارقىغا چېكىنگەن مەزگىلىنى ياش IBM شىركىتى ئۈچۈن ۋەيران قىلغۇچى ئاپەت دېيىشكە بولاتتى. ئۇنىڭ ئەينى مەزگىلدىكى ئاساسلىق كەسپى بولسا يوقلىما قوڭغۇرىقى ياساش ئىدى. ئەمما ھەممىلا يەردە خادىم قىسقارتىۋاتقان ئاشۇ پەيتلەردە، كىممۇ يەنە بۇنداق ئىشخانا ئۈسكۈنىسىنى سېتىۋالالىسۇن؟

كېلەچەك قەيەردە؟ كېلەچەك قانداق بولار؟



جون ۋورسېن نيۇيورك ئاكسىيە سودا بازىرىنىڭ رەئىسى بىلەن سۆھبەتتە

شىركەتنىڭ قۇرغۇچىسى جون ۋورسېن گەرچە 60 قا يېقىنلاپ قالغان بولسىمۇ، ئەمما ناھايىتى ئۈمىدلىك ئادەم ئىدى. ئۇ: «بىز ئىشنىڭ يۈز بېرىشىنى قول قوشتۇرۇپ كۈتۈپ تۇرساق بولمايدۇ، بەلكى ئىشنىڭ يۈز بېرىشىگە تۈرتكە بولۇشىمىز كېرەك» دەيدۇ. قېرى ۋورسېن ئىشلەپچىقىرىش كۆلىمىنى تارايتمايلا قالماي، بەلكى ئىشلەپچىقىرىش كۆلىمىنى كېڭەيتىدۇ، سېتىپ بولالمىغان مەھسۇلاتلىرىنى ئىسكىلاتتا ساقلايدۇ.

1930 - يىلىدىن 1933 - يىلىغا قەدەر، IBM نىڭ ئىشلەپچىقىرىش ئىقتىدارى 30% يۇقىرى كۆتۈرۈلدۇ. 1933 - يىلىغا كەلگەندە، شىركەت يەنە دۇنيا بويىچە ئەڭ ئىلغار بولغان سانائەت تەجرىبىخانىسى قۇرۇپ چىقىدۇ.

ناۋادا بىز تېخنىكا تەتقىق قىلىش ۋە ئېچىش تارىخىغا نەزەر سالمىدىغان بولساق، ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ تەتقىق قىلىش ۋە ئېچىش ئۈچۈن پايدىلىق ئىكەنلىكىنى بايقىيالايمىز. بۇ بازارنىڭ رەتكە سېلىنىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ، دېمەك، كۆچى ئاجىز شىركەتلەر بەربات بولىدۇ، بىر قەدەر كۈچلۈك بولغان شىركەتلەر بولسا چوقۇم ئۆزلىرىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش ۋە خىزمەتلىرىنى مۇۋاپىق ئورۇنلاشتۇرۇش ئۇستىدە ئويلىنىدۇ.

(ۋولفگان كونىش گېرمانىيە بېرلىن سانائەت ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

1935 - يىلى، ھۆكۈمەت 26 مىليون ئىشقا ئورۇنلاشقۇچىنىڭ

ماتېرىياللىرىنى سانلىق مەلۇمات شەكلى ئارقىلىق بىر تەرەپ قىلىشقا موھتاج بولغان مەزگىلدە، بۇ خىزمەتنىڭ ھۆددىسىدىن چىقالمىغان بىردىنبىر شىركەت IBM ئىدى. چۈنكى ئۇ يېڭىدىن تەتقىق قىلىپ ياساپ چىققان تۇنجى كۆپەيتىش ئۈسۈلى ئارقىلىق ھېسابلاش ئېلىپ بارىدىغان بوغالتىرلىق ماشىنىسى، ھەرپ ئۆرۈش ماشىنىسى ئۆز رولىنى جارى قىلدۇرغان ئىدى.

ئىككىنچى يىلى، IBM نىڭ سېتىش كىرىمى 25 مىليون دوللارغا، ئىشچى - خىزمەتچىلىرىنىڭ سانى 9142 گە يەتتى. شۇنىڭدىن كېيىنكى نەچچە ئون يىلدا IBM دېگەن بۇ نام ئاساسىي جەھەتتىن سانائەت ساھاسىدە قوللىنىلىدىغان كومپيۇتېر (ھېسابلاش ماشىنىسى) دا قوللىنىلىدىغان نامغا ئايلاندى.

«ھېچكىمنۇ ئۆزگىرىشنى كونترول قىلالمايدۇ، پەقەت ئۆزگىرىشكە باشلامچىلىق قىلالايدۇ.» ئىقتىسادىي كىرىزىس بازارنىڭ قايتا تەشكىللىنىش جەريانى ھېسابلىنىدۇ. يېڭىلىق يارىتىش كۈچىگە باي ھەربىر شىركەت كىرىزىس جەريانىدا سودا پۈرسىتىنى ئىزدەپ تاپالايدۇ.

20 - ئەسىرنىڭ 30 - يىللىرىدا، دۇپونت شىركىتى تەتقىق قىلىپ ياساپ چىققان لۇتىن كاۋچۇكى بارلىق كونا پاسوندىكى ئاپتوموبىل بالونلىرىنىڭ ئورنىنى ئېلىشقا باشلايدۇ؛ كېرسىل شىركىتىنىڭ يېڭى ئاپتوموبىلى ئاپتوموبىل سۈرئىتىنىڭ رېكورتىنى يېڭىلاپ، يۇقىرى سۈرئەتلىك تاشيول تورىنى ئىسمى - جىسمىغا لايىق ئەھمىيەتكە ئىگە قىلدى؛ دۇشەنبىدىن جۇمەگىچە، ئائىلىلەردىكى قىسقا دولقۇنلۇق رادىيو پروگراممىلىرىغا قىستۇرۇپ بېرىلگەن سوپۇن ئېلانلىرى كىشىلەرگە سوپۇن تىياتىرى ۋە پروكتېر شىركىتىنى تونۇتتى.

يېڭىدىن گۈللەنگەن ئەمەلىي ئىقتىسادىي گەۋدىلەر، قېلىپلاشتۇرۇلغان پۇل مۇئامىلە كەسپى، شۇنداقلا تېخنىمۇ مۇكەممەللەشكەن بازار تۈزۈلمىسى دۇنيا ئىقتىسادىنىڭ قايتىدىن گۈللىنىشى ئۈچۈن ئاساس سالدى. ھالبۇكى، بازارنىڭ ھۆكۈمرانلىقى ئاستىدىكى دۇنيا ئىقتىسادىنىڭ يېڭى بىر نۆۋەتلىك گۈللىنىش دەۋرىنىڭ يېتىپ كېلىشى ئۈچۈن يەنە ئون نەچچە يىل ساقلاشقا توغرا كېلەتتى.

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

مىكائىل سىپىنسىي (ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پەخرىي مۇدىرى، 2001 ـ يىللىق نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)
خىلمان ئېبوخارت (فرانكىلىن روزۋېلىت كۇتۇپخانىسى باشلىقى)

مۇخبىر: چوڭ كاساتلىششتىن ئىلگىرى، ۋال كوچىسىدىكى پۇل مۇئامىلە بازىرىدا نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش مەۋجۇتمىتى؟ ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ يۈز بېرىشى نازارەت قىلىپ باشقۇرۇشنىڭ كەمچىل بولۇشى بىلەن مۇناسىۋەتلىكمۇ؟

مىكائىل سىپىنسىي: چوڭ كاساتلىشىش يۈز بېرىشتىن ئىلگىرى، ئامېرىكىدا پاي چېكى تىجارىتىگە ئالاقىدار بىر قىسىم قائىدە ـ نىزام ۋە بانكا نازارەت قىلىش كومىتېتى بار ئىدى. بۇنداق نازارەت قىلىشلار ئۆتمۈشتە ناھايىتى زەئىپ ۋە ئۈنۈمسىز دەپ قارىلاتتى، ئەمما مېنىڭ قارىشىمچە ئۇلارنىڭ يەنىلا رولى بار. تارىخىي نۇقتىدىن قارىغاندا، ھەممىگە ئايان بولغان بىر پاكىت شۇكى، كىرىزىس يۈز بەرگەندىن كېيىنكى 20 ـ ئەسىرنىڭ 30 ـ يىللىرىدا نازارەت قىلىش تۈزۈلمىسىدە زور ئۆزگىرىش يۈز بەردى، ئاكسىيە تىجارىتى كومىتېتى ئەينى ۋاقىتتا دەل ئاكسىيە تىجارىتىنى قېلىپلاشتۇرۇش ئۈچۈن قۇرۇلغان تەشكىلات ئىدى.

ئىقتىسادنىڭ ۋەيران بولۇشىغا دۇچ كەلگەن ۋاقتىمىزدا، ئۇنى كەلتۈرۈپ چىقارغان مۇستەقىل ئامىللارنى بىرمۇ بىر تىزىپ چىقىشىمىز تولىمۇ مۇشكۈل بىر ئىش. پۇل مۇئامىلە كەسپىدە ئەلۋەتتە مەسىلە مەۋجۇت، ئالدامچىلىق، كۆپۈك، مال ـ مۈلۈك قىممىتىنى ھەددىدىن زىيادە يۇقىرى باھالاش قاتارلىقلاردىمۇ نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش غەلىبىلىك بولماسلىق مەسىلىلىرى بار، ئەمما ئىقتىسادتا پۇل مۇئامىلە جەھەتتىكى مۈلۈك قىممىتىنىڭ ۋەيران بولۇشى، ئىقتىسادىي ئەمەلىي گەۋدىلەرنىڭ بۇنىڭغا

ئەگىشىپ گۈمران بولۇشىدەك «قوش يۆگەلمە تۆۋەنلەش»لەر ئۆزئارا بىر خىل قوش تەسىر پەيدا قىلىدۇ. 1929 - يىلى باشلانغان چوڭ كاساتلىشىش جەريانىدا ئىككى ئىش يۈز بەردى، بىرسى ھۆكۈمەت بىلەن مەركىزىي بانكا باشقا بانكىلارنىڭ ۋەيران بولۇشىغا قول قوشتۇرۇپ قاراپ تۇردى. بۇ ناھايىتى چوڭ بىر خاتالىق، چۈنكى ئۇ كىرىزىسنىڭ ئىقتىسادىي ئەمەلىي گەۋدىلەرگە ئېلىپ كېلىدىغان تەسىرىنى ئېغىرلاشتۇرۇۋەتتى. يەنە بىرسى بولسا ئامېرىكا فېدىراتسىيە زاپاس ساقلاش سىستېمىسى كىرىزىس جەريانىدا ئۆسۈمنى ئۆستۈردى، بۇ ئەمەلىيەتتە ئۇلار ئېرىشمەكچى بولغان نەتىجىنىڭ دەل ئەكسىچە بولدى. بۇ ئىككى ئىش بىرلەشسە بەلكىم ناھايىتى ئوسال بولغان بىر قېتىملىق ئىقتىسادىي چېكىنىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىشى مۇمكىن.

مۇخبىر: روزۋېلىت ئۆزىنىڭ يېڭى سىياسىتىدە قانداق تەدبىرلەرنى ئالدى؟ قانداق مۇھىم ئىشلار يۈز بەردى؟ پىرېزىدېنت روزۋېلىت قانداق توسالغۇلارغا دۇچ كەلدى؟ نېمە ئۈچۈن ئاشۇنداق توسالغۇلار يۈز بەردى؟

خىلمان ئېبوخارت: يېڭى سىياسەتلەرنىڭ چېتىلىش يۈزى ناھايىتى كەڭرى ئىدى. 1933 - يىلى، فرانكلىن روزۋېلىت پىرېزىدېنتلىق ۋەزىپىسىگە ئولتۇرغان مەزگىلدە، ئامېرىكا دەل ئىقتىسادنىڭ چوڭ كاساتلىشىشنىڭ ئەڭ مۇشكۇل مەزگىلىدە تۇرۇۋاتاتتى. پىرېزىدېنت روزۋېلىت تۇرلۇك ئۇسۇللارنى قوللىنىپ كىرىزىسنى ئوڭشاشقا كىرىشتى. ئۇ مۇھىم بولغان بانكا قانۇنى تۇرغۇزۇش ئارقىلىق پۇل مۇئامىلە بازىرى ۋە پاي چېكى بازىرىنى ئىسلاھ قىلدى: ئۇ فېدىراتسىيە قۇتقۇزۇش پىلانى ئارقىلىق ئۆي ئىگىلىرى ۋە ئىقتىسادىي كىرىزىس جەريانىدا رەنە قويۇش مەسىلىسىگە دۇچ كەلگەن دېھقانلارغا ياردەم قىلدى؛ ئىشقا ئورۇنلاشتۇرۇش پىلانى تۇزۇپ چىقىپ، ئىشسىزلارنى خىزمەت بىلەن تەمىنلىدى؛ شۇنىڭ بىلەن بىرگە ئامال قىلىپ سانائەت مەھسۇلاتلىرى ۋە يېزا ئىگىلىك مەھسۇلاتلىرىنىڭ باھاسىنى مۇقىملاشتۇردى. قىسقىسى، ئۇ مۇشۇ مەزگىلدە ناھايىتى كۆپ ئىشلارنى قىلدى، بۇ ھەقىقەتەنمۇ ناھايىتى زور بىر قۇرۇلۇش ئىدى. چوڭ كاساتلىشىش پارتلىغان ئەڭ دەسلەپكى بىرقانچە يىلدا، ئىقتىسادىي كىرىزىس ناھايىتى ئېغىر بولۇپ، پۈتكۈل دۆلەت ئالاقزەدىلىك ئىچىگە چۆككەن ئىدى. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى بىرسىنىڭ

ئوتتۇرىغا چىقىپ بىرەر ئىش قىلىشنى ئارزۇ قىلىشاتتى، شۇڭلاشقا بۇنىڭغا نىسبەتەن ئېيتقاندا روزۇبلىتقا قارشى سادالار ناھايىتى ئاز بولدى. ئەمما 20 ـ ئەسىرنىڭ 30 ـ يىللىرىنىڭ ئوتتۇرىلىرىغا كەلگەندە، بولۇپمۇ 30 ـ يىللارنىڭ ئاخىرلىرىدا، ۋەزىيەتنىڭ تەدرىجىي مۇقىملىشىشىغا ئەگىشىپ، قىسمەن رايونلاردىكى قارشى ئاۋازلار بارغانسېرى كۈچەيدى، چۈنكى پىرېزىدېنت روزۇبلىتنىڭ قىلغان ـ ئەتكەنلىرى ئامېرىكا تارىخىدا ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان ئىدى. ئۇنىڭ ئىقتىسادقا قارىتا يۈرگۈزگەن تەدبىرلىرى، ياكى مۇنداقچە ئېيتقاندا فېدېراتسىيە ھۆكۈمىتىنىڭ ئىقتىسادقا قارىتا قوللانغان تەدبىرلىرى ناھايىتى تەلتۆكۈس بولغان بولۇپ، نۇرغۇنلىغان ئامېرىكىلىقلار ئۈچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا تامامەن ناتونۇش ئىدى. روزۇبلىت 30 ـ يىللاردا كارخانىلاردىن ئېلىنىدىغان باجنى ئۆستۈردى، ئەمما ئۆستۈرۈلگەن نىسبىتى ئەينى مەزگىلدىكى تەشۋىقاتلاردىكىدەك ئۇنچىلىك يۇقىرى ئەمەس ئىدى. ئۇ بايلاردىن يۇقىرى باج ئېلىشنى دائىم تەكىتلەپ تۇرسىمۇ، ھالبۇكى ئەمەلىيەتتە بۇنىڭ تەسىرىگە ئۇچرىغان شەخسلەر ئىقتىسادى يۇقىرى قاتلامدىكى ناھايىتى ئاز كىشىلەر بىلەنلا چەكلەنگەن ئىدى. گەرچە كارخانىلار ئۈچۈن ئېيتقاندا، ئۆستۈرۈلگەن باج نىسبىتى ئەينى ۋاقتىتكى تەشۋىقاتلاردىكىدەك ئۇنچىلىك يۇقىرى بولمىسىمۇ، ئەمما كارخانىلار بۇنىڭغا قارىتا يەنىلا قاتتىق توسالغۇلۇق قىلغان ئىدى.

ئىلھامنامە

ئىقتىسادىي كىرىزىس دېگەن قانداق ئىش؟

20 ـ ئەسىرنىڭ 30 ـ يىللىرىدىكى «چوڭ كاساتلىشىش»تىن 20 ـ ئەسىرنىڭ 70 ـ يىللىرىدىكى «ئىزدا توختاپ قېلىش»قىچە، 1997 ـ يىلىدىكى «ئاسىيا پۇل مۇئامىلە كىرىزىسى»دىن 2008 ـ يىلىدىكى «يەر شارى پۇل مۇئامىلە تاشقىنى» غىچە ئىنسانلار كىشىنىڭ قەلبىنى لەرزىگە سالغۇچى سودا دەۋرىيلىكىگە بىر ـ بىرلەپ دۇچ كەلدى ۋە ئۇنىڭغا شاھىد بولدى. يەنى پاي چېكىنىڭ باھاسى قاتتىق چۈشۈپ كەتتى، پۇل پاخالىلىقى ھەددى ـ ھېسابسىز بايلىقلارنىڭ كۆلىنى كۆككە سورۇۋەتتى،

ئىشچىلار ئىشسىز قېلىشنىڭ دەردىنى يەتكۈچە تارتتى، كارخانىلار ۋەيران بولۇش گىردابىغا يېتىپ قالدى... بىردىنلا ئارقىسىغا نەزەر سالغىنىدا، ئۇلار تەبىئىي ئاپەت، ئۇرۇش، قاتتىق قىيىن ـ قىستاقلاردىن باشقا ئىنسانلارنىڭ بايلىق ئىستىكى ئىچىدە پەيدا بولغان ھەم يەنە ئاشۇ بايلىقلارنى چۈشەپ تۇرىدىغان يېڭى بىر شەيئى ـ ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ ئۇشتۇمتۇت ئوتتۇرىغا چىققانلىقىنى بايقاشتى.

ئەمەلىيەتتە، ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ مەيدانغا كېلىشى بولسا بازار ئىگىلىكى تەرەققىياتىنىڭ مۇقەررەر قانۇنىيىتى ئىدى. بازار بايلىقلارنى تەقسىم قىلىشتىكى ئاساسلىق رولىنى جارى قىلدۇرسىلا، كاپىتالنىڭ پايدىغا قارىتا ئەسەبىيلەرچە ئىنتىلىشى بولسىلا، ئىنسانلار بايلىققا ئېرىشىشنى ئۆزىنىڭ ئۆمۈرلۈك ئىستىكى قىلسىلا، «ئىقتىسادىي كىرىزىس» خۇددى ئاچ كۆزلەرنى جازالىغۇچى ئىبلىسقا ئوخشاش تاپ بېسىپلا يۇرىدۇ، خالاس. ئىشلەپچىقىرىش بىلەن ئىستېمالنىڭ نىسبىتىدە پەرق كۆرۈلگەندە، مەۋھۇم ئىقتىساد ئىقتىسادىي ئەمەلىي گەۋدىلەردىن ئايرىلىپ قالغاندا، ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ قاباھەتلىك چۈشى گۈللىنىش كۆپۈكلىرىنىڭ ئورنىنى ئالغان بولىدۇ.

«شىركەت» بولسا بازار ئىگىلىكىنىڭ مىكرو ئاساسى، شۈكلاشقا، شىركەت بىر تەرەپتىن ئىقتىسادىي كىرىزىسنى پەيدا قىلغۇچى بولسا، ئۆز نۆۋىتىدە ئىقتىسادىي كىرىزىستىكى ئەڭ چوڭ زىيانكەشلىككە ئۇچرىغۇچى ھېسابلىنىدۇ. بىر تەرەپتىن، مۇلۇكنىڭ ئازلاپ كېتىشى سەۋەبىدىن شىركەتلەر ئۆزگىرىشچان تەننەرخلەرنى ئۇزۇكسىز چۈشۈرۈشكە موھتاج بولىدۇ، بۇنىڭ ئاقىۋىتى بولسا پەقەت ئىشچىلار ئىش ھەققى سەۋىيەسىنىڭ تۆۋەنلىشى ، ھەتتا پۈتكۈل جەمئىيەتنىڭ زور تۇركۈمدە ئىشسىزلىشىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. يەنە بىر تەرەپتىن، كىرىزىس كەلتۈرۈپ چىقارغان بەلگىلەنگەن تەڭشەش ۋە ئىشچىلار كىرىمىنىڭ تۆۋەنلەپ كېتىشى شىركەتنىڭ بازاردىكى تىجارىتىگە قوشلاپ زەربە بېرىدۇ. مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، شىركەتلەرنىڭ گۈللىنىشى ۋە زاۋاللىققا يۈزلىنىشى ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ دەۋرىيلىكى ھېسابلىنىدۇ، ئەكسىچە ئىقتىسادىي كىرىزىسنىڭ دەۋرىلىكىمۇ ئىنسانلار جەمئىيىتىنى ئىقتىسادىي تەرەققىياتىنىڭ ئوربىتىسىدىن دېرەك بېرىدۇ. گۈللىنىش ئۆتۈپ كەتكەندىن

كېيىن كىرىزىس يېتىپ كېلىدۇ، مانا بۇ بەلكىم ئىنسانلارنىڭ تەقدىر پېشانىسى بولسا كېرەك.

ئىقتىسادىي كىرىزىسقا قانداق تاقابىل تۇرۇش كېرەك؟

ئىقتىسادىي كىرىزىسقا دۇچ كەلگەندە، ئەركىنلىك تەرەپدارلىرى باشتىن - ئاخىر دۆلەتنىڭ مەيلى قانداق ۋاقىت، قانداق ئورۇن، قانداق ئەھۋالدا بولمىسۇن ئىقتىسادىي پائالىيەتلەرگە ئوپۇل - توپۇل ئارىلىشىشنىڭ ھاجىتى يوق، بارلىق ئىقتىسادىي كۆرسەتكۈچلەر ئەڭ تۆۋەن چەككە چۈشۈپ قالغاندىن كېيىن تەبىئىيلا ئەسلىي ئورنىغا قاڭقىپ چىقىدۇ، ھالبۇكى دۆلەتنىڭ مۇداخىلە قىلىشى بولسا پەقەت بۇ تەبىئىي جەريانىنى ئارقىغا سۈرۈۋېتىدۇ دېگەننى تەكىتلىشىدۇ. «چوڭ كاساتلىشىش»تىن كېيىن باش كۆتۈرۈپ چىققان كائىنىسزىم بولسا بۇنىڭغا ئەكسىچە بىر كۆز قاراشتا بولۇپ، ئۇلار دۆلەت كېڭىيىشچانلىققا ئىگە ئىقتىسادىي سىياسەت ئارقىلىق ئىقتىسادىي كىرىزىسقا تاقابىل تۇرۇشى كېرەك، ئۇنۇملۇك ئېھتىياجنى كۆپەيتىش ئارقىلىق ئىقتىسادنىڭ ئۆسۈشىگە تۈرتكە بولۇپ گۈللىنىشنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش كېرەك دېگەننى تەشەببۇس قىلىشىدۇ.

ئىقتىسادىي كىرىزىس كىشىلەرنىڭ بازار ئىگىلىكىگە بولغان تونۇشىنى ئۆزگەرتتى. كىشىلەر ئاساسىي جەھەتتىن بازار ھەممىلا مەسىلىلەرنى ھەل قىلىپ كېتەلمەيدۇ، مۇتلەق ئەركىنلىك چوقۇم چەكلىمىگە ئۇچرىشى كېرەك. ھۆكۈمەتنىڭ ئىقتىسادنىڭ ئايلىنىشىغا بولغان پوزىتسىيەسى ھەددىدىن زىيادە «ئۆز مەيلىگە قويۇۋېتىش» بولماسلىقى كېرەك، ھۆكۈمەت بىلەن جەمئىيەتنىڭ كاپىتالغا «نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش»تەك نۇقتىنى سېلىش زۆرۈرىيىتى بار دەيدىغان ئورتاق تونۇش ھاسىل قىلىشتى.

ئىقتىسادىي كىرىزىس داۋامىدا بەزى بىر قىسىم شىركەتلەر باشقۇرۇشنى كۈچەيتىپ، تىجارەتنى ياخشىلاش يولىنى تاللىدى، كۆپلىگەن يېڭىدىن گۈللەنگەن شىركەتلەر بولسا كىرىزىسنى پۇرسەت دەپ بىلىپ مۇشۇ پۇرسەتتە باش كۆتۈرۈپ چىقتى. مەسىلەن: ئامېرىكىنىڭ ھوللىۋۇد شىركىتى «چوڭ كاساتلىشىش» جەريانىدا باش كۆتۈرۈپ چىققان ئىدى، دىسنېي ۋە كولومبىيە كىنو شىركىتى بولسا مۇشۇ مەزگىلدە ئۆزلىرىنىڭ يۈز يىلغا يېقىن گۈللىنىشىدەك تارىخىنى ئاچتى. بۇنىڭدىن باشقا، ياپونىيەنىڭ

سونى شىركىتى، فۇجى شىركىتى ۋەكىللىكىدىكى بىر تۈركۈم «ئائىلە مەدەنىيىتى» شىركەتلىرى يۇقىرى قاتلامدىكىلەرنىڭ مائاشىنى ئىمكانقەدەر تۆۋەنلىتىش، تۆۋەن قاتلامدىكىلەرنى ئىمكانقەدەر قىسقارتماسلىقتەك «ئورتاق مەۋجۇت بولۇش» تاكتىكىسىنى قوللىنىش ئارقىلىق كىرىزىستىن ئۆتۈۋالدى. بەزى شىركەتلەر بولسا دەۋر ئېقىمىغا بويسۇنۇپ، ھۆكۈمەتنىڭ ياردىمىنى قوبۇل قىلىشتى. 2009 - يىلى 6 - ئايدا، ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى ئامېرىكا نيۇيورك فېدىراتسىيە ۋەيران بولۇش سوتىغا ۋەيران بولۇشنى قوغداش ئىلتىماسى سۇنۇپ، ۋەيران بولغاندىن كېيىن قايتا تەشكىللەش ئېلىپ بارىدى. ئەركىن ئىقتىسادشۇناسلارنى قاتتىق ھەيران قالدۇرغىنى شۇ بولدىكى، ھۆكۈمەت قەرزنى پايغا ئالماشتۇرۇش شەكلى ئارقىلىق، قايتىدىن تەشكىللەنگەن يېڭى ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ 60% پېيىغا ئىگە بولغان ئىدى. يەنە بەزى شىركەتلەر بولسا ئۆزىنى ئاستا - ئاستا ئوڭشۇپلىشىنى تاللاپ، ئۆز ئالدىغا يېڭىلىق يارىتىش ئېلىپ بارىدى. ئىقتىسادىي كىرىزىس مەزگىلى دەل تېخنىكىدا يېڭىلىق يارىتىدىغان، ئىختىساسلىقلارنى زاپاس ساقلايدىغان، ئۇسكۇنىلەرنى يېڭىلايدىغان ۋە قۇرۇلمىنى تەڭشەيدىغان ياخشى پۇرسەت ئىدى. مەسىلەن: IBM شىركىتى«چوڭ كاساتلىشىش» داۋامىدا، بىر تەرەپتىن ئىشلەپچىقىرىش كۆلىمىنى داۋاملىق كېڭەيتىپ گۇللىنىش مەزگىلىنىڭ يېتىپ كېلىشىنى كۈتسە، يەنە بىر تەرەپتىن زور مەبلەغ ئاجرىتىپ دۇنياۋى دەرىجىدىكى سانائەت تەجرىبىخانىسى قۇرۇپ چىققان ئىدى. كىرىزىسنىڭ تاسقىشى نەتىجىسىدە، دۇپونت شىركىتىنىڭ يېڭى چاقلىرى، كېرسىل شىركىتىنىڭ يېڭى ئاپتوموبىلى، پىروكتېر شىركىتىنىڭ يېڭى مەھسۇلاتلىرى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى ئۇمىدسىزلىك ئىچىدە ئۇمىدكە ئېرىشىپ، يېڭى بىر قېتىملىق گۈللىنىش ئۇچۇن ئۇل سالغان ئىدى.

جۇڭگونىڭ تەجرىبىلىرى ئېتىبار بېرىشكە ئەرزىيدۇ

«دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانا» بولسا كىشىلەرنىڭ «ئىقتىسادىي كىرىزىس» بىلەن «شىركەت» مۇناسىۋىتى مەسىلىسى ئۈستىدە ئېلىپ بارغان تەتقىقاتلىرىدا مەڭگۇ ئەگىپ ئۆتۈپ كەتكىلى بولمايدىغان مەسىلە

ھېسابلىنىدۇ. «ئومۇمىي مۇلۇكچىلىك تۈزۈمى» ۋە «دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانا» كىلاسسىك ئاپتورلارنىڭ قەلىمى ئاستىدا ئىقتىسادىي كىرىزىسقا تاقابىل تۇرۇپ، خۇسۇسىي شىركەتلەردىكى يېتەرسىزلىكلەرنى تولۇقلايدىغان غايىۋى تېپقا ئايلانغان ئىدى. كاپىتالىستىك ئەللەردە، «روزۋېلتنىڭ يېڭى سىياسىتى» دىن بۇيان، «دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانا»، شۇنداقلا خۇسۇسىي كارخانىلارنى «دۆلەت ئىگىلىكىگە ئۆتكۈزۈۋېلىش» كىرىزىسقا تاقابىل تۇرۇشتىكى ۋاستىلەرنىڭ بىرى سۈپىتىدە مەۋجۇت بولۇپ كەلگەن ئىدى. ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىنكى «دۆلەت ئىلكىگە ئۆتكۈزۈۋېلىش دولقۇنى» بولسا ياۋروپا ۋە ئامېرىكىدا يېگىرمە يىللىق قايتا قۇرۇش ئاۋاتلىقىنى ئوتتۇرىغا چىقاردى. بۇ قېتىملىق دۇنياۋى كىرىزىس جەريانىدا، ئامېرىكا، ئەنگلىيە، گېرمانىيە قاتارلىق دۆلەتلەر ئومۇمىيۈزلۈك ھالدا مالىيە مەبلىغىنى ئىشلىتىش ئارقىلىق پۇل مۇئامىلە ئاپپاراتلىرىغا مەبلەغ كىرگۈزۈپ ھەمدە ئۇلارنىڭ قەرزىگە كېپىللىك قىلىش يولى بىلەن قۇتقۇزۇۋېلىنغان پۇل مۇئامىلە ئاپپاراتلىرىنىڭ ئەۋزەل پايلىرى ياكى ئادەتتىكى پايلىرى ھەتتا پاينى كونترول قىلىش ھوقۇقىغا ئېرىشۋالدى.

1997 - يىلىدىكى «ئاسىيا پۇل مۇئامىلە كىرىزىسى» ۋە 2008 - يىلى پارتلىغىنىچە ھېلى ھەم داۋاملىشۋاتقان «يەر شارى پۇل مۇئامىلە تاشقىنى» نى باشتىن كەچۈرگەندىن كېيىن، كىرىزىسقا تاقابىل تۇرۇش جەھەتتە، جۇڭگو ئېلىپ بارغان پايدىلىق ئىزدىنىشلەر كىشىلەرنىڭ تېخىمۇ ئېتىبار بېرىشىگە سازاۋەر بولدى. ئىسلاھات - ئېچىۋېتىلگەن 30 يىلدىن كۆپرەك ۋاقىتتىن بۇيان، جۇڭگو كارخانىلىرى بىر تەرەپتىن دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارنى ئىسلاھ قىلىش، خۇسۇسىي مال - مۇلۇك ھوقۇقىنى ئاساسىي قانۇنغا كىرگۈزۈش، شىركەت قانۇنىي تۈزۈملىرىنى بەرپا قىلىشتەك بىر قاتار تۈزۈملەرنىڭ ئۆزگىرىش جەريانلىرىنى باشتىن كەچۈرگەن بولسا، شۇنىڭ بىلەن بىرگە يەنە جۇڭگو ئىقتىسادىنىڭ «ھەددىدىن زىيادە قىزىپ كېتىشى» ۋە «ھەددىدىن زىيادە سوۋۇپ كېتىشى» ۋە شۇ سەۋەبتىن مەيدانغا كەلگەن يەتتە قېتىملىق ماكرولۇق تەڭشەشلەرنى باشتىن كەچۈرگەن ئىدى. چوڭ تېپتىكى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار ئىقتىسادىي كىرىزىسلارغا تاقابىل تۇرۇشتىكى كۈچلۈك تايانچ بولۇپ، ئۇلار خەلقئارالىق پۇل مۇئامىلە كىرىزىسىغا تاقابىل

تۈرۈش، دۆلەتنىڭ ماكرولۇق تەڭشەش سىياسەتلىرىنى ئەملىيلەشتۈرۈش جەريانىدا باشقىلار ئورنىنى ئالالمايدىغان مۇھىم روللارنى جارى قىلدۇرىدۇ. ئەلۋەتتە، ئىقتىسادىي كىرىزىسقا تاقابىل تۈرۈشتا كەڭ پۇقراۋى كارخانىلارنىڭ ئىتتىپاقلىشىپ مۇشكۈلاتلاردىن بىرلىكتە ئۆتۈۋېلىشىدىن ئايرىلغىلىمۇ بولمايدۇ.

مەيلى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى بولسۇن ياكى پۇقراۋى كارخانىلار بولسۇن، شىركەت تۈزۈمىنى ئەلالاشتۇرۇش ئارقىلىق بارلىق كىرىزىسلارنى تۈگەتكىلى بولمىدۇ دەپ قاراشقا بولمايدۇ ياكى كىرىزىس داۋامىدا ئالاقزەدىلىككە چۈشۈش سەۋەبىدىن پۇقراۋى كارخانىلارنى ئەيىبلەشكىمۇ بولمايدۇ. پەقەت كىرىزىسقا تاقابىل تۇرۇش جەريانىدىكى تەجرىبە - ساۋاقلارنى توختىماي يەكۈنلىگەندىلا، ھۆكۈمەتنىڭ ئىقتىسادنى مۇداخىلە قىلىشىدىكى سىياسەت - تەدبىرلىرىنى ئۈزۈكسىز مۇكەممەللەشتۈرۈپ، شىركەتنى ئىدارە قىلىش قۇرۇلمىسىنى داۋاملىق ئىسلاھ قىلىش بىلەن بىرگە ئىقتىسادىي تەرەققىيات بىلەن جەمئىيەت تەرەققىياتى، مەدەنىيەتنىڭ گۈللىنىشىنى ئۆزئارا ئۈيغۇنلاشتۇرغاندىلا ئاخىرقى ھېسابتا «شىركەتلەر كىرىزىسقا ئاكتىپ تاقابىل تۇرالايدىغان، كىرىزىس شىركەتلەرنى توختاۋسىز ياخشىلاپ ماڭىدىغان» ۋەزىيەتنى نامايان قىلغىلى بولىدۇ.

ئالتىنچى باب

هوقۇقنىڭ سىپىنى كىم تۇتىدۇ؟

شىركەتنىڭ كۆلىمى بىر ئادەم باشقۇرالايدىغان ئەڭ يۇقىرى چەكتىن هالقىپ كېتىشى، تۇنجى ئەۋلاد ئىگىلىك تىكلىگۈچىنىڭ ياشىنىپ قېلىشى قاتارلىق ئامىللار زامانىۋى كارخانا تۈزۈمىنىڭ دۇنياغا كېلىشىگە سەۋەبچى بولغان ئىدى، شۇنىڭدىن ئېتىبارەن باشقۇرۇش شىركەتنىڭ ئەڭ مۇهىم ئۇتۇقى ۋە هەربىر تەشكىلات چوقۇم ئۆگەنمىسە بولمايدىغان دەرسلىككە ئايلانغان ئىدى. هوقۇقنى زادى قانداق تەقسىم قىلىش ۋە ئۇنىڭغا ۋارىسلىق قىلىش كېرەك؟ هەم يەنە هوقۇقنى قانداق چەكلەپ تۇرۇش ۋە تەڭپۇڭلاشتۇرۇپ تۇرۇش كېرەك؟

1942 ـ يىلى، پىئوربىل خاربور ۋەقەسى يۈز بېرىپ ئۇزۇن ئۆتمەي، ئىلگىرى سىلىس تۇرلۇك ماللار شىركىتىنىڭ مۇئاۋىن لىدىرلىق ۋەزىپىسىنى ئۆتىگەن تانناد نېلسون ئامېرىكا ئۇرۇش مەزگىلى ئىشلەپچىقىرىش كومىتېتىنىڭ رەئىسلىكىگە تەيىنلىنىدۇ.

نېلسون پىرېزىدېنتقا: «ئەگەر مېنىڭ دېگىنىم هېساب بولسا، پۈتۈن كۈچۈم بىلەن ئاتلىنىمەن» دەيدۇ. نەتىجىدە ئۇ: «هەممە ئىشتا سىزنىڭ ئورۇنلاشتۇرۇشىڭىزغا بويسۇنىمىز» دېگەن جاۋابقا ئېرىشىدۇ. كەسىپي باشقۇرغۇچىلىقتىن كېلىپچىققان نېلسون چوڭ شىركەت باشقۇرۇش ئۇسۇلىنى قوللىنىپ، خىزمەتچىسى 20 مىڭدىن ئاشىدىغان بۇ هۆكۈمەت ئاپپاراتىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك هالدا باشقۇرۇپ كېتىدۇ.

ئۇرۇشتىن كېيىنكى دۇنيا چوڭ شىركەتلەر رىقابەتلىشىدىغان دەۋرىنى كۈتۈۋالىدۇ. كىشىلەر باشقۇرۇشنىڭ ئۇنۇم ئىكەنلىكى، باشقۇرۇشنىڭ پايدا ئىكەنلىكىنى تەدرىجىي هالدا هېس قىلىشىدۇ. باشقۇرۇش ـ شىركەت ئۆزى يارىتىدىغان هەمدە ئۆزى ئىستېمال قىلىدىغان مەهسۇلاتتۇر هەمدە هەربىر مۇۋەپپەقىيەتلىك تەشكىلات چوقۇم ئۆگىنىشكە تېگىشلىك بىلىم

ھېسابلىنىدۇ.

زادى كىمنىڭ دېگىنى ھېساب؟ تەدبىرلەرنى يەنە قانداق ئىجرا قىلىش كېرەك؟ ھوقۇقنى تەقسىم قىلىش، تەڭپۇڭلاشتۇرۇش ۋە ئۇنىڭغا ۋارىسلىق قىلىش، ھەربىر چوڭ بولۇشنى ئارزۇ قىلىدىغان، مەڭگۈ باش كۆتۈرۈپ تۇرۇشقا ئىنتىلىدىغان شىركەت ئۇچۇن ئېلىپ ئېيتقاندا چوقۇم ئاتلاپ ئۆتمىسە بولمايدىغان بوسۇغا ھېسابلىنىدۇ.

1. شىركەت خانىدانلىقنىڭ ئەسىرلەپ داۋام قىلىشى

ئىنسانىيەتنىڭ بۈگۈنگە قەدەر تارىخىدىكى كۆلىمى ئەڭ چوڭ بولغان ئۇرۇش ـ ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدا، بىر قىسىم شىركەتلەر ئالاھىدە ئۇسۇللار ئارقىلىق ئۆز نامىنى چىقىرىۋالدى.

1944 ـ يىلى، كېنت ماركىلىق سېغىز ئىشلەپچىقارغۇچى شىركەت ئىشلەپچىقارغان مەھسۇلاتلىرىنىڭ ھەممىسىنى چەت ئەلدە ئۇرۇش قىلىۋاتقان ئامېرىكا قىسىملىرىغا تەمىنلىگەن ئىدى.

نورماندىيەدە قۇرۇقلۇققا چىققان مەزگىلدە، ئەسكەرلەر ھېنىرى شىركىتىنىڭ ئۆزلۈكىدىن ئىستىقلى بولىدىغان كونسېرۋاسىنى ئۆزىگە ھەمراھ قىلغانىدى.

ھەر ھەپتىدە، خېمىل شىركىتى 15 مىليون قۇتا گۆش كونسېرۋاسىنى ئەنگلىيە ۋە سوۋېت ئىتتىپاقىغا يەتكۈزۈپ بېرەتتى.

كوكاكولا شىركىتى 60 يۆتكىلىشچان قاچىلاش زاۋۇتىنى ئۆز دۆلىتىنىڭ قىسىملىرى ئارىسىغا يۆتكەپ ئاپارغان بولۇپ، ئەسكەرلەر پەقەت بەش تىيىن خىراجەت قىلىپلا ئۆز دۆلىتىنىڭ ئىچىملىكىنى ئىچىپ ئۇسسۇزلۇقىنى قاندۇراتتى.

ئۇرۇش داۋامىدا، سانائەت ئەمەلىي كۈچى يېڭىش - يېڭىلىشنى بەلگىلەيدىغان ھەل قىلغۇچ ئامىل ئىدى. ئامېرىكىنىڭ ئەسكىرىي لازىمەتلىكلىرى تەمىناتىنىڭ گېرمانىيە، ياپونىيەلەر ئومۇمىي يىغىندىسىدىن زور دەرىجىدە ئېشىپ كېتىشىدە چوڭ شىركەتلەرنىڭ تۆھپىسىنى يوققا چىقارغىلى بولمايدۇ.

دىققەت قىلىشقا ئەرزىيدىغىنى، شىركەتلەرنىڭ تۆھپىسى پەقەت



ھېنرى فورد ۋە T تىپلىق ئاپتوموبىل

كۆرگىلى بولمىدىغان ماددىي ئەشيالارلا بولماستىن، ئۇلار يەنە «باشقۇرۇش» دەپ ئاتالغان بىر خىل يېڭى مەھسۇلاتنىمۇ ئىجاد قىلىشقان ئىدى.

1945 ـ يىلى كۈزدە، ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىنىڭ ئىس ـ تۈتەكلىرى ئەمدىلا تارىغان شۇ كۈنلەردە، دىتېلى شەھەر ئەتراپىغا جايلاشقان فىللاند داچىسىدىكى مەشھۇر فورد ئائىلىسىدە بىر قېتىملىق كەسكىن دەتالاش يۈز بېرىدۇ.

شۇ يىلى، ھېنرى فورد 82 ياشقا كىرىپ قالغان بولۇپ، سالامەتلىكى كۈندىن ـ كۈنگە ناچارلاشقان ئىدى. ئايالى ۋە كېلىنىنىڭ كۆچەپ نەسىھەت قىلىشى ئارقىسىدا، ئۇ ئۆزىنىڭ 27 ياشلىق نەۋرىسى كىچىك ھېنرىنىڭ شىركەت باشقۇرۇشنى ئۆتكۈزۈۋېلىشىغا ماقۇل بولىدۇ.

ئەمما، ياش ھېنرى بوۋىسىغا: «ناۋادا مەن مۇتلەق كونترول قىلىش ھوقۇقىغا ئىگە بولمىسام قوبۇل قىلمايمەن» دەيدۇ.

قېرى فورد دەرغەزەپكە كېلىدۇ.

ئۇ ئۆز كەسپىنىڭ دەسلەپكە مەزگىللىرىدە، يەنى تاكى 1920 ـ يىلىغا

قەدەر ھېنىرى فورد ئەنئەنىۋى ئائىلە باشلىقى شەكلىدىكى باشقۇرۇش ئۇسلۇبىنى قوللىنىپ كەلگەن ئىدى. ئۇ ئۆزىنى توختاۋسىز كېڭىيىۋاتقان ئائىلە كەسپىنىڭ ئاتامانى دەپ قارايتتى، ھەممىلا ئىشتا ئۆزىگە ئىتائەت قىلىشنى تەلەپ قىلاتتى، ھەممىلا يەردە ئۆز ئورنىنى ھىمايە قىلىپ، تەدبىر بەلگىلەش ھوقۇقىنى قولىغا ئېلىۋېلىپ، ھوقۇقنى باشقىلارغا بېرىشنى خالىمايتتى.

فورد ئۆز ئىسمىنى شىركەت بىناسىغا ئويدۇرغان بولۇپ، فورد شىركىتىنىڭ شان - شەرىپى، ئەخلاقى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى فورد بىلەن زىچ باغلىنىشلىق ئىدى. ئۇ ئۆز ئىسمىنىڭ ئىزچىل ئاشۇ يەردە تۇرۇشىغا كاپالەتلىك قىلماقچى بولاتتى ھەمدە باشقىلارنىڭ: «قاراڭلار، بۇ ئەبلەخ ئۆزى ئىشلەپچىقارغان ئاپتوموبىللارنى ھەقمەتەن پىششىق بىلىدۇ» دېيىشىنى ئارزۇ قىلاتتى.

شىركەتنى ئۆزى بىلەن بىر تەن دەپ قارايدىغان ھېنىرى فورد ئاقما لىنىيە ۋە T تىپلىق ئاپتوموبىل ئارقىلىق ئامېرىكىنىڭ ئاپتوموبىل دەۋرىنى گۈللەندۈردى. 1918 - يىلىغا كەلگەندە، پۈتۈن دۇنيادىكى چېچىپ كېتىۋاتقان ئاپتوموبىللارنىڭ يېرىمى T تىپلىق ئاپتوموبىل ئىدى. ھېنرى سودا ساھەسىنىڭ داھىيىسى بولۇش سۈپىتى بىلەن ئۇنىڭ شۆھرىتى پىرېزىدېنتتىن قېلىشمايتتى.

ئەمما، 20 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىدا، فورد شىركىتىنىڭ سېتىلىش ۋە پايدىسىدا مەسىلە كۆرۈلۈشكە باشلىغان ئىدى. قەيەردىن مەسىلە چىقتى؟

بۇ مەزگىلدىكى ئامېرىكا بازارلىرىدا كۆپ خىللىششى ئېھتىياجى بىخلىنىشقا باشلىغان بولسىمۇ، ئەمما فورد شىركىتى ئەكسىچە 18 يىلدىن بۇيان پەقەت قارا رەڭلىك T تىپلىق بىر خىل ئاپتوموبىلىلا ئىشلەپچىقارماقتا ئىدى.

ھېنرى فورد ئۆزىنىڭ بۇ خىلدىكى ئاپتوموبىلغا بولغان ئىشتىياقىنىڭ ئۆزى كۆرگەن ھەرقانداق ئايالغا بولغان ئىشتىياقىنى بېسىپ چۈشىدىغانلىقىنى ئېيتىدۇ. ئۇ T تىپلىق ئاپتوموبىلىنىڭ مەڭگۈ بازاردىن قالمايدىغانلىقىغا ئىشىنەتتى.

بازار رىقابىتىگە دۇچ كەلگەندە، شىركەت باش لىدېرىنىڭ ئوغلى يېڭى ئاپتوموبىل تەتقىق قىلىپ ياساش تەكلىپىنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ، ئەمما

چوڭ هوقۇقنى چاڭگىلىغا ئېلىۋالغان دادىسى بولسا بۇنىڭغا قەتئىي قارشى تۇرىدۇ.

هېنىرى فوردنىڭ باشقۇرۇش ئۇسۇلۇبى ئىنتايىن شەخسىيەتچىلىك تۈسىنى ئالغان بولۇپ، ئۇ باشقۇرۇش ئېلىپ بارغاندا تەكشۈرۈش ياكى باشقۇرۇش پىرىنسىپلىرىغا تايانماستىن بەلكى ئۆزىنىڭ بىۋاستە سېزىمىغا تايىناتتى. بىز بۈگۈن تىلغا ئېلىۋاتقان كەسىپي باشقۇرۇش توغرىسىدا ئويلىنىشقا ئۇنىڭ ئانچە كۆپ ۋاقتى يوق ئىدى، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشنىڭ يولى هېنىرى فورد قىلماقچى بولغان ئىشنى تېز ۋە ئۇنۇملۇك قىلىش ئىكەنلىكى ئۇنىڭ قول ئاستىدىكىلەرنىڭ هەممىسگە ئايان ئىدى، ئۇنىڭغا قارشى چىقىشقا بولمايتتى.

(بوب كارىپي ئامېرىكا فورد مۇزېيى باشلىقى)

ئوغلى بىلەن ئادا ـ جۈدا بولۇشقا تاس قالغان بىر قېتىملىق تىركىشىشتىن كېيىن هېنىرى فورد يېڭى ماشىنا تەتقىق قىلىش ئارقىلىق شىركەت تىجارىتىنى ياخشىلاشقا ماقۇل بولۇشقا مەجبۇر بولىدۇ. ئۇنىڭ ئۈچۈن ئېيتقاندا، بۇ ئۇنىڭ غايىسى، هوقۇقى ۋە ئۇرۇق ـ تۇغقانلىق مېهرىنى چۈلغۇۋالغان بىر قېتىملىق ئازابلىق كەچۈرمىش ئىدى. هېنىرى فورد يېڭى ئاپتوموبىلغا يېڭىدىن باشلاشتىن دېرەك بېرىدىغان A تىپلىق ئاپتوموبىل دېگەن نامنى بېرىدۇ. هالبۇكى، پەقەت ماشىنا شەكلىنى ئۆزگەرتىش بىلەنلا هېچقانداق ئىش هەل بولمايتتى، چۈنكى، كارخانا كۆلىمى «بىر ئادەمنىڭ دېگىنى هېساب بولىدىغان» باشقۇرۇش شەكلىگە رىقابەت ئېلان قىلىۋاتاتتى.

20 ـ ئەسىرنىڭ 30 ـ يىللىرىغا كەلگەندە، پەقەت فورد شىركىتىنىڭ قىزىل دەريا زاۋۇتىنىڭلا 100 مىڭ ئىشچىسى بار بولۇپ، بۇ هەقىقەتەنمۇ غايەت زور بىر زاۋۇت ئىدى. فورد گەرچە بىر مەهەل بارلىق ئىشلارنى ئۆز ئالدىغا باشقۇرۇش ئىستىكىدە بولغان بولسىمۇ، ئەمما بۇ زادىلا مۇمكىن ئەمەس ئىدى. باشقۇرۇش قالايمىقانلىشىپ، ئۇنۇم ناھايىتى تۆۋەنلەپ، نەتىجىدىن گەپ ئاچقىلى بولمايتتى.

مەلۇم دەرىجىدىن ئېيتقاندا، بۇ ھۆكۈمەت بېسىمچى ئۆتكەن يوللارغا تولىمۇ ئوخشىشىپ كېتەتتى. مەسىلەن: دەسلەپىدە دۆلەتنى پادىشاھ باشقۇرىدۇ، ئەمما پادىشاھنىڭ قابىلىيىتى يەتمىگەنىدە تېخىمۇ قابىلىيەتلىك بىرسى ئۇنىڭ ئورنىنى ئېلىشى مۇمكىن، كېيىنچە بولسا قانۇن چىقارغۇچى ئورگانلار تېخىمۇ كەسپىيلىشىدۇ.

(لۇئىز گرون ئامېرىكا جون خوپكىن ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشى پارتلاشتىن ئىلگىرى، فورد ئاپتوموبىلىنىڭ بازارنى ئىگىلەش نىسبىتى ئۆتمۈشتىكى 68% تىن ئاللىقاچان 20% كە چۈشۈپ قالغان ئىدى. ئۇرۇش ئاياغلاشقان ۋاقىتتا، شىركەت ھەر ئايدا 9 مىليون دولار زىيان تارتىپ، گۇمران بولۇش گىردابىغا بېرىپ قالغان ئىدى.

ئاتا - بالا فوردلار ئوتتۇرىسىدىكى ھېسسىيات جەھەتتىكى ھاڭنىمۇ ئەمدى قايتا تولدۇرۇۋالغىلى بولمايتتى. ئېدسىل لىرىكىلىق ھۇزۇر ئېلىشقا باي بولۇپ، ئاپتوموبىل لايىھەلەش ئۇسلۇبىغا بەكرەك ئەھمىيەت بېرەتتى. ئەمما ئۇ گەرچە 24 يىل لىدىر بولغان بولسىمۇ، لېكىن ئەزەلدىن ھەقىقىي ھوقۇق تۇتۇپ باقمىغان ئىدى. 1943 - يىلى، ئېدسىل 49 يېشىدا ئالەمدىن ئۆتىدۇ.

قارشى تۇرۇش مۇمكىن بولمايدىغان تەبىئىي قانۇنىيەت شۇكى، پولاتتەك ئىرادىگە ئىگە ھېنرى فوردمۇ ئاخىرقى ھېسابتا قېرىپ مۇكچىيىدۇ.

1945 - يىلى كۈزدە، ئۇ شىركەت ۋەزىيىتىنىڭ كۇندىن - كۈنگە يامانلىشىشىغا دۇچ كېلىدۇ ھەمدە خۇرسىنىش ئىچىدە ئائىلىسىدىكىلەرنىڭ نەسىھەتىنى قوبۇل قىلىپ، ھوقۇقنىڭ سېپىنى ئامالسىز ھالدا نەۋرىسى كىچىك ھېنرىغا تۇتقۇزىدۇ.

ھېنرى فورد II شىركەتنى قانداق ئامالارنى قوللىنىپ قۇتقۇزۇپ قالدى؟

ئەمەلىيەتتە، بارغانسېرى چوڭىيىۋاتقان كارخانىنى باشقۇرۇش بولسا، ئاشۇ مەزگىلدە بارلىق كارخانىچىلار ئورتاق دۇچ كېلىۋاتقان يېڭى تەتقىقات تېمىسى ئىدى.

ياۋروپادىكى ئەڭ چوڭ ئېلېكتىرون ۋە ئېلېكتىر شىركىتى سىمېنس شىركىتىنىڭ قۇرغۇچىسى ۋېلنا فان سىمېنس ئاكىسىغا يازغان خېتىدە مۇنداق دەپ يازغان ئىدى: «مەن بەرپا قىلغان بۇ شىركەت مەن ئۈچۈن ئېيتقاندا خۇددى بىر پادىشاھلىققىلا ئوخشاپ قېلىۋاتىدۇ، ئۇنى تېخىمۇ چوڭ تەرەققىياتقا ئىگە قىلىش ئۈچۈن، مەن ئۇنى قىلچە ئىككىلەنمەي تۇرۇپ ئەۋلادلىرىمنىڭ باشقۇرۇشىغا تاپشۇرۇپ بېرىمەن.»

ۋېلنا ئۆزى ئارزۇ قىلغىنىدەك پادىشاھلىقنىڭ داھىيسىغا ئايلىنىدۇ. ئۇ ھەرقانداق بىر يات فامىلىلىكلەرنىڭ رەھبەرلىك قاتلىمىغا كىرىشىنى قوبۇل قىلماي، شىركەتنى پەقەت ئۆزىنىڭ ئاكا - ئۇكىلىرىنىڭلا ئۆزىگە ھەمكارلىشىپ باشقۇرۇشىغا تاپشۇرىدۇ.

سانائەت ئىنقىلابى مەزگىلىدە، شىركەتلەر كېڭىيىشكە باشلىغان ۋاقىتتا، نۇرغۇن ئائىلە جەمەتلەر بۇنىڭغا ئەگىشىپ رونىق تاپىدۇ، بىر قىسىم جەمەتلەرنىڭ كارخانىلىرى ناھايىتى رونىق تېپىپ، جەمەتلەرمۇ ئىنتايىن بېيىپ كېتىدۇ.

ئەمما، كارخانا كۆلىمىنىڭ كۇنسايىن كېڭىيىشىگە ئەگىشىپ، ماسلاشتۇرۇش تولىمۇ مۇشكۇللىشىدۇ. ۋېلنانىڭ ئىككى ئۇكىسى بىلەن پىكىر ئىختىلاپى كۆرۈلۈپ، شىركەتنى كونترول قىلىش ئۈچۈن 74 يېشىدا ئاندىن پېنسىيەگە چىقىدۇ، تاكى ۋاپات بولغانغا قەدەر ئۆز ئىشخانىسىنى ساقلاپ قېلىپ، شىركەتنىڭ مۇھىم تەدبىر بەلگىلەشلىرىگە يەنىلا قاتنىشىپ تۇرىدۇ.

ۋېلنانىڭ ئارزۇسى بولسا «دۇنياۋى شىركەت» قۇرۇپ چىقىش بولسىمۇ ئەمما شىركەتنى قانداق كونترول قىلىشنى ياخشى پىلانلىيالمىغان ئىدى. بىرىنچى ئەۋلاد شىركەت داھىيسى ئۈچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا، شىركەتنىڭ تەرەققىياتى ئۇلارنىڭ تەسەۋۋۇرىدىن ھالقىپ كەتكەن ئىدى.

زامانىۋى سانائەت ئىقتىسادىي كارخانىلىرىنى قانداق باشقۇرۇشنى ۋە يەنە ئۇنى قانداق قىلىپ ئۇنۇملۇك ھەرىكەتكە كەلتۈرۈشنى ھېچكىممۇ بىلمەيتتى. 1860 - يىلى، ئامېرىكىدىكى ئەڭ چوڭ سانائەت شىركىتى 4000 خادىمغا ئىگە ئىدى. 1900 - يىلىغا كەلگەندە بولسا، ئەڭ چوڭ شىركەتنىڭ خىزمەتچىلىرى 65 مىڭغا يەتتى. بۇ دۇنيا تارىخىدىكى مىسلى

كۆرۈلىۋپ باقمىغان بىر ئىش ئىدى، شۇڭا بىز چوقۇم تاقابىل تۇرۇش تەدبىرىنى تېپىپ چىقىشىمىز لازىم .
جون گوردون (ئامېرىكىلىق ئىقتىسادىي تارىخشۇناس)

2. كەسپىي باشقۇرغۇچىلارنىڭ سەھنىگە چىقىشى

1945 ـ يىلى 9 ـ ئايدا، كىچىك ھېنرى فورد خىزمەتنى رەسمىي ئۆتكۈزۈۋالىدۇ.

ئىككىنچى يىلى باھاردا، ئۇ ئونىست بۇرچنى مۇئاۋىن لىدېرلىققا تەكلىپ قىلىپ، ئۇنى پۈتۈن تىجارەتكە مەسئۇل قىلىدۇ. ئونىست يەنە تېزلىك بىلەن 15 نەپەر باشقۇرغۇچىنى قېزىپ كېلىدۇ. قىسقىغىنە بىر يىلدىن كېيىن، فورد شىركىتى كومېدىيەلىك ھالدا زىيانىنى پايدىغا ئايلاندۇرىدۇ.

ئۇلار زادى قانداق دانا تەدبىرلەرنى قوللاندى؟

ئونىست ۋە ئۇنىڭ كوللېكتىپىدىكىلەرنىڭ ھەممىسى فورد شىركىتىنىڭ ئەڭ چوڭ رىقابەتچىسى بولغان ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىدىن كەلگەن ئىدى. بۇ رەقىبنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشى ھەقىقەتەنمۇ كىشىنى ھەيران قالدۇراتتى. بۇ مەزگىلدىكى ھەممىباب شىركىتىنىڭ ئاپتوموبىل كەسپىگە باشلامچىلىق قىلىۋاتقىنىغا 20 يىل بولۇپ قالغان ئىدى، ئەمما دەسلەپكى ۋاقىتلاردا بولسا، يەنى فورد T تىپلىق ئاپتوموبىلنى بازارغا سالغان مەزگىللەردە، ھەممىباب

ھەممىباب شىركىتىنىڭ پاي ھوقۇقىنى ئىسلاھ قىلىشى

1923 ـ يىلىلا، ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى دىرېكتورلار ئاكسىيە شىركىتى قۇرۇپ چىققان بولۇپ، يۇقىرى دەرىجىلىك باشقۇرغۇچى خادىملار مۇددەتكە بۆلۈپ پۇل تۆلەش ئۇسۇلىغا ئوخشاپ كېتىدىغان ئۇسۇللار ئارقىلىق ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ پاي چېكىنى سېتىۋالالايتتى، قانچىلىك سېتىۋېلىش باشقۇرغۇچى خادىملارنىڭ دەرىجىسى ۋە شىركەتنىڭ كەسپىي نەتىجىسىگە باغلىق ئىدى.

شىركىتى ئەمدىلا تەشكىللەنگەن ھەمدە تىجارەت باشلاپ 12 يىل ئۆتكەندىن كېيىن ۋەيران بولۇشقا تاس - تاس قالغان ئىدى.

كىشىلەر ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىنى ئۇنىڭدىكى بىر يۈرۈش ئالاھىدە باشقۇرۇش ئۇسۇلىغا باغلىق دەپ قارىشاتتى ھەمدە ئۇنىڭ بۇنداق باشقۇرۇش ئۇسۇلىنى چوڭ شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك تەقلىد قىلىشاتتى.

ئاپتوموبىل سانائىتىدىن كەلگەن يەنە بىر باشقۇرغۇچىنىڭ ئىسمى ئېلفرىد سلوئان بولۇپ، ئۇ ھېنرى فوردنىڭ كەمچىلىكىنى ناھايىتى ئېنىق تونۇپ يەتكەن ئىدى. ئۇ ئەمەلىيەت داۋامىدا «زامانىۋى سىستېمىلىق باشقۇرۇش» ئىشكىنى ئاچقان تۇنجى كىشى ئىدى.

ئېلفرىد سلوئان ماساچۇستېس سانائەت ئىنستىتۇتىنى پۈتكۈزگەن بولۇپ، ئۇ باشقۇرۇۋاتقان ئاپتوموبىل ئوق قازان زاۋۇتىنى 1916 - يىلى ھەممىباب شىركىتى سېتىۋالغان ئىدى.

ئەينى مەزگىلدىكى ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى ئامېرىكىدىكى بەشىنچى چوڭ سانائەت كارخانىسىغا ئايلانغان بولۇپ، ئىلگىرى - كېيىن بولۇپ 40 تىن كۆپرەك ئاپتوموبىل شىركىتى ۋە زاپچاس زاۋۇتلىرىنىڭ پېيىنى كونترول قىلاتتى.

ھالبۇكى سلوئاننىڭ قارىشىچە، ئۇ پەقەتلا بىر زەئىپ مەخلۇق ئىدى. ئىچكى قىسىمدا ئۆزئارا تالاش - تارتىشلار بېسىقمايتتى، باشقۇرغۇچىلار ھەتتا كىمنىڭ پايدا ئېلىپ، كىملەرنىڭ زىيان تارتىۋاتقانلىقىنىمۇ بىلمەيتتى، چۈنكى شىركەتنىڭ بىرلىككە كەلگەن بوغالتىرىمۇ يوق ئىدى.

كىرىزىس ناھايىتى تېزلا يېتىپ كەلدى. ھالبۇكى، ھەممىباب ۋە سلوئان ئۇچۇن ئېيتقاندا بۇ بىر قېتىملىق پۇرسەت ئىدى.

1920 - يىلنىڭ بېشىدىكى بىر قېتىملىق تاسادىپىي يۇز بەرگەن ئىقتىسادنىڭ چېكىنىشىدە، ئىشلەپچىقىرىشنى توختىتىشقا يۈزلەنگەن ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنى دۇپونت شىركىتى سېتىۋالىدۇ، شۇنىڭ بىلەن باشقۇرغۇچى سلوئان ئاخىرقى ھېسابتا سەھنىگە چىقىش پۇرسىتىگە ئېرىشىدۇ.

ئۇ ئۆزى يازغان «تەشكىللەش تەتقىقاتى» دېگەن كىتابىنى مۇدىرىيەت كومىتېتىغا سۇنىدۇ. ئوخشاشلا غايەت زور كارخانىنى باشقۇرۇپ بولالماي

بېشى قېتىم كەتكەن دۈپونت بۇنى خۇشاللىق بىلەن قوبۇل قىلىدۇ.

سلوئان ئىلگىرى: بىز ھەربىر دوللار ئۈچۈن تېخىمۇ كۆپ قىممەت يارىتىشىمىز كېرەك، پەقەت مۇشۇنداق قىلغاندىلا ئاندىن ئۆزىمىزنىڭ ئالىي نىشانىمىزنى ئەمەلگە ئاشۇرالايمىز؛ تېخىمۇ كۆپ جايدا، تېخىمۇ كۆپ كىشىلەرنى تېخىمۇ كۆپ بولغان مەھسۇلاتلار بىلەن تەمىنلىيەلەيمىز دەپ ئېيتقان ئىدى.

سلوئاننىڭ نىشانى بولسا «ھەربىر پۇل قاپچۇقى ئۈچۈن بىر ئاپتوموبىل ئىشلەپچىقىرىش» ئىدى، ئۇ بۇنىڭ ئۈچۈن بىر خىل كۆپ تارماقلىق تۈزۈم لايىھەلەپ چىققان بولۇپ، لايىھە بويىچە ئوخشىمايدىغان تارماقلار ئوخشىمايدىغان ئىستېمالچىلار توپىنى مۇلازىمەت بىلەن تەمىنلەشكە مەسئۇل بولاتتى، ئوخشىمايدىغان دەرىجىدىكى باشقۇرغۇچىلار شىركەتنى ئورتاق باشقۇراتتى.

ئۇ بىر ھوقۇق تەقسىملەش تۈزۈمىدىكى كارخانا بولۇپ، ھەرقايسى تارماقلار كەڭ دائىرىلىك بوغالتىرلىق تۈزۈلمىسى ئارقىلىق باش ئىشتابقا مەسئۇل بولىدۇ.

(ئېلا جېكسون ئامېرىكا كېرامېنتى ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

يۇقىرى قاتلامدىكىلەرنىڭ ۋەزىپىسى كۈندىلىك ئىشلارنى باشقۇرۇش ياكى تەدبىر بەلگىلەشنىڭ ھەربىر تەپسىلاتلىرىغىچە ئارىلىشىۋېلىش بولماسىتىن بەلكى نىشان ۋە ئىستراتېگىيە تۈزۈپ چىقىشتىن ئىبارەتتۇر. بۇ ئەينى ۋاقىتتىكى دۇنيا سودا كەسپى ۋە ئامېرىكا سودا كەسپى ئۈچۈن ئېيتقاندا تامامەن يېڭى بىر ئۇقۇم ھېسابلىناتتى.

(داۋىي سممترىن ئامېرىكا ماسساچۇسېتس تەبىئىي پەنلەر ئىنستىتۇتى سلوئان باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

شىركەتلەر پەقەت ھەر ۋاقىت ھايات ـ ماماتلىق كۈرەشكە تەييارلىق كۆرۈپ تۇرغاندىلا، ئاندىن ئۆز ـ ئۆزىنى يېڭىلاپ تۇرۇشتەك تەشەببۇسكار ئاڭغا، پايدا ئېلىشنى نىشان قىلمايدىغان تەشكىلاتلار ھازىرلىيالمايدىغان ئىچكى كۈچكە ئىگە بولۇپ، يېپىيېڭى باشقۇرۇش ئەندىزىسى پەيدا قىلالايدۇ.

1921 ـ يىلىدىكى «بايلىق» ژۇرنىلى: «هەممىباب شىركىتىنىڭ نۇرغۇنلىغان ئومۇرتقىلىق هايۋانلاردەك بەدىنى تەرەققىي قىلىپ مېڭىسى تەرەققىي قىلماسلىق سەۋەبىدىن نەسلى قۇرۇپ كېتىشتەك تەقدىردىن ساقلىنالمىشىدىكى سەۋەب سلوئان ئەپەندىنىڭ كۆلەمگە ئۇيغۇن كېلىدىغان بىر خىل بىرىكمە مېڭە ئىجاد قىلغانلىقىدا» دەپ يازىدۇ.

ئۆزگىچە يارىتىلغان تۈزۈمگە تايىنىپ، هەممىباب شىركىتى قىسقىغىنە بەش يىل ۋاقىت ئىچىدىلا ۋەيران بولۇش گىردابىدىن تەرەققىي قىلىپ دۇنيادىكى بىرىنچى چوڭ ئاپتوموبىل شىركىتىگە ئايلىنىدۇ: چېۋرولېت ئادەتتىكى كىشىلەر ئۈچۈن ئىشلەنگەن بولسا، كادىلاك بايلار ئۈچۈن لايىھەلەنگەن ئىدى، زىموبېل بولسا ھال ـ ئوقىتى ياخشى ئەمما ئېھتىياتچان كىشىلەر ئۈچۈن لايىھەلەنگەن بولسا، پونتىئاك نامرات سۆلەتۋازلار ئۈچۈن لايىھەلەنگەن ئىدى.

فورد ئاپتوموبىل شىركىتى بىلەن هەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى ئىككى خىل تىپقا تەۋە شىركەتلەردۇر، يەنى ئۇنىڭ بىرسى شەخسنى چۆرىدىگەن هالدا بەرپا قىلىنغان، يەنە بىرسى بولسا تۈزۈمنى چۆرىدىگەن هالدا بەرپا قىلىنغان ئىدى. ئەمەلىيەتتە ئۇنى ياخشى، بۇنى ناچار دەيدىغان مەسىلە مەۋجۇت ئەمەس، بۇ پەقەت تارىخنىڭ تەدرىجىي تەرەققىياتى خالاس. شەخسلەر تەرىپىدىن قوزغىتىلغان شىركەتلەر شىركەت تەرەققىياتىنىڭ دەسلەپكى باسقۇچلىرىغىلا ئۇيغۇن كېلىدۇ، ژاھالەنكى تېخنىكا مۇرەككەپ، كۆپ قاتلاملىق باشقۇرۇش ئېلىپ بېرىلغان شىركەتلەرنىڭ مەيدانغا كېلىشى بولسا، زامانىۋى بازار ئېھتىياجىنى قاندۇرۇشنىڭ مۇقەررەر تەلىپى ھېسابلىنىدۇ.

(ستېفىن. ژوز «فورد تەرجىمھالى» نىڭ ئاپتورى)

خۇددى سلوئان ئېيتىپ ئۆتكەنىدەك: «بىر ئورگان مۇستەبىتلىك رەھبەرلىكى ئاستىدا ھەرگىزمۇ تەرەققىي قىلىپ مۇۋەپپەقىيەتلىك ئورگانغا ئايلىنالمايدۇ. ناۋادا ئاشۇ مۇستەبىت بارلىق مەسىلىلەرنىڭ جاۋابىنى بىلسە ئىدى، ئۇنداقتا مۇستەبىت تۈزۈمنى ئەڭ ئۇنۇملۇك باشقۇرۇش ئۇسۇلى دەپىشكە بولاتتى. ھالبۇكى بىرمۇ مۇستەبىت بۇنى قىلالىغان ئەمەس،



سىرون

كەلگۈسىدىمۇ ھېچكىم بۇنداق قىلالمايدۇ.»

سىروننىڭ قارىشىچە، شىركەت كۆپ خىل پىكىرگە قۇلاق سالغاندىلا ئاندىن تېخىمۇ تۇغرا ھۆكۈم چىقىرالايدۇ.

سىرون ئەپەندى ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىدە 40 يىلغا يېقىن خىزمەت قىلغان بولسىمۇ، لېكىن بۇ شىركەتكە ئەزەلدىن ھەقىقىي ئىگە بولۇپ باقمىغان ئىدى، ئەكسىچە شىركەت ئۈچۈن بارلىقىنى تەقدىم قىلدى. كەسىپىي باشقۇرغۇچىلارنىڭ نەمۇنىسى بولۇش سۈپىتى بىلەن، سىرون بىر تەشكىلاتنىڭ قۇرۇلما لايىھەسىگىلا تەسىر كۆرسىتىپ قالماي، بەلكى بىر قېتىملىق شىركەت ھوقۇقى قۇرۇلمىسىنى ئىسلاھ قىلىشقا تەسىر كۆرسەتكەن ئىدى.

سىروننىڭ باشقۇرۇش ئىنقىلابى

1923 - يىلى، سىرون ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ 8 - ئورۇندىكى لىدىرلىقىغا ئۆستۈرۈلىدۇ. سىرون بىر خىل كۆپ ئورگانلىق كارخانا قۇرۇلمىسى لايىھەلەپ چىقىدۇ، بۇ لايىھەچە بولغاندا، ئوخشىمايدىغان ئورگانلار ئوخشىمايدىغان ئىستېمالچىلار توپىنى مۇلازىمەت بىلەن تەمىنلەيدۇ، شىركەتنى كۆپ ساندىكى ئوخشىمايدىغان دەرىجە، ئوخشىمايدىغان ۋەزىپە ۋە ھوقۇقتىكى باشقۇرغۇچىلار ئورتاق باشقۇرۇپ، پىرامىدا شەكلىدىكى قوماندانلىق سىستېمىسى ھاسىل قىلىدۇ، ھوقۇق بۇنىڭ بىلەن بىرلا ئادەمنىڭ قولىغا مەركەزلىشىپ قالمايدۇ.

ئىگىدارلىق ھوقۇقى بىلەن باشقۇرۇش ھوقۇقىنىڭ ئايرىلىشى كەسىپىي باشقۇرغۇچىلارنىڭ مەيدانغا كېلىشىنى بەلگە قىلىدۇ. ئۆتمۈشتىكى



چاندلېر

چاندلېر ۋە كارخانا تارىخى تەتقىقاتى

ئامېرىكىلىق ئىقتىسادشۇناس چاندلېر كارخانا تارىخىنى تۇنجى تەتقىق قىلغۇچى سۈپىتى بىلەن داڭ چىقارغان. ئېيتىشلارغا قارىغاندا، چاندلېر كارخانا تارىخىنى تەتقىق قىلىشقا باشلىغان مەزگىلدە، پۈتۈن ئامېرىكا بويىچە بۇنىڭغا ئالاقىدار پەقەت 13 ئالىم بار ئىكەن، ئەمما 2007 - يىلى ئۇ ئالەمدىن ئۆتكەن ۋاقىتتا بولسا، بۇ جەھەتتىكى تەتقىقات بىلەن شۇغۇللانغۇچى ئالىملارنىڭ سانى 1300 گە يەتكەن. ناۋادا، گېرمانىيەلىك جەمئىيەتشۇناس ماكس ۋېبىنى باشقۇرۇش ئىلمى كۆڭۈلدىكىدەك تەشكىلي مودېل بىلەن تەمىنلىدى دەيدىغان بولساق، ئۇنداقتا، ئامېرىكىلىق كارخانا تارىخى تەتقىقاتچىسى چاندلېر باشقۇرۇش ئىلمىنى ئەمەلي بولغان تەشكىلي ئۆزگىرىش ئوربىتىسى بىلەن تەمىنلىگەن بولىدۇ.

شىركەتنى ئىگىدارلار كونترول قىلىدىغان زامانلاردا، شىركەتنىڭ گۈللىنىشى ئەمەلىيەتتە ئىگىدارنىڭ باشقۇرۇشىغا باغلىنىشلىق ئىدى. بۇ ئەھۋال ئاڭ مۇنەۋۋەر ۋە ئاڭلىيەتلىك كىشىلەرنىڭ شىركەتكە كىرىشىگە پايدىسىز ئىدى. ئەمما كەسپىي باشقۇرغۇچىلارنىڭ شىركەتكە كىرىشى بولسا شىركەتنى ئىگىداردىن ئايرىپ چىقتى، بۇ شىركەتنىڭ مۇستەقىل ھاياتلىق سۈپىتىدە داۋاملىشالايدىغانلىقى، ئاڭ مۇنەۋۋەر كىشىنىڭ باشقۇرۇشى ئاستىدا تېخىمۇ گۈللەپ ياشنىيالايدىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ.

(نىڭ شياڭدۇڭ چىڭخۇا ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

سىلۋاندىن كېيىن، كەسپىي باشقۇرغۇچىلار ھەقىقىي تۇرده چوڭ

شىركەتلەرنى باشقۇرۇش سەھنىسىگە چىقتى، كارخانىلارنىڭ تەقدىرى شۇنىڭدىن ئېتىبارەن قانداشلىق ۋە تەلەي - ئامەتلەرگە تايىنىشتىن ھالقىپ كەتكەن ئىدى.

ئامېرىكىلىق ئالىم چاندلېرنىڭ قارىشىچە: مەلۇم بىر شىركەتنىڭ ئوتتۇرا ۋە يۇقىرى قاتلىمىنىڭ ھەممىسى مائاش ئۇچۇن ئىشلەيدىغان كەسىپىي باشقۇرغۇچىلار تەرىپىدىن كونترول قىلىنغاندا، بۇ شىركەتنى زامانىۋى كارخانا دەپ ئاتاشقا بولىدۇ.

ئامېرىكا ھەممىباب شىركىتىدىن باشلانغان شىركەتلەرنىڭ ئۆز زامانىۋىلىقىنى تاماملىغان بۇ قېتىملىق ئىنقىلاب تەدرىجىي ھالدا دۇنيادىكى ھەرقايسى ئەللەرگە تەسىرىنى كۆرسەتكەن ئىدى.

ئەنگلىيەنىڭ لېۋېر شىركىتى 19 - ئەسىرنىڭ 90 - يىللىرى دۇنياغا كەلگەن. بىر قېتىم، ۋىلىيام لېۋېر مەسلىھەتچىسىنىڭ قىلغان سۆزلىرىدىن سودا پۇرستىنى بايقاپ قالىدۇ، شۇنىڭ بىلەن ئىشنى «كۇن نۇرى سوپۇنى»دىن باشلاپ، تىجارىتى بارغانسېرى كېڭەيىدۇ.

ئەمما، ۋىلىيام لېۋېرنىڭ سودا تەدبىرى بارغانسېرى غەيرىيلىشىپ، مەسىلەن: نەچچە مىليون فوندستېرلىڭ خەجلەپ يۇنىئون ئافرىقا شىركىتىنى سېتىۋالغان بولسىمۇ، لېكىن ئۇ بۇ شىركەتنىڭ نېمە قىلىدىغانلىقىنى ئەسلا بىلمەيتتى.

1925 - يىلى، ۋىلىيام لېۋېر ئالەمدىن ئۆتىدۇ. كەسىپىي باشقۇرغۇچى فرانسىس كۇب شىركەت باشقۇرۇشىنى ئۆتكۇزۇۋېلىپ، گوللاندىيەلىك رىقابەتچىسى بىلەن بىرلىكتە ئىككى شىركەتنى قوشۇپ يۇنىلېۋېر شىركىتىنى قۇرۇپ چىقىپ، تەدرىجىي ھالدا ئەنگلىيەدىكى ئەڭ چوڭ شىركەتكە ئايلىنىدۇ.

بۇ ئاڭلىماققا ئامېرىكىدىكى ھېكايىنىڭ كۆچۈرۈلمىسىدەك قىلاتتى. ئەمما ئەنگلىيەدە، يۇنىلېۋېر شىركىتىدەك بۇنداق چوڭ شىركەتنىڭ دۇنياغا كېلىشى ناھايىتى ئاز ئۇچرايدىغان ئەھۋال ئىدى، چۇنكى كۆپ سانداكى كارخانىلار باشقۇرۇش تۇزۇمىنى قوبۇل قىلىشنى خالىمايتتى.

ئەنگلىيەنىڭ بىر قىسىم ئىمپېرىيالىستلىق تەسىر كۇچىنى يوقىتىپ قويۇشىدىكى سەۋەبلەردىن بىرى ئۇنىڭ كەسىپىي مۇتەخەسسىسلەرنى



ۋىليام لېۋېر

قەدىرلىيەلمەسلىكىدە ئىدى، يەنە ئەنگلىيە كەسىپىي باشقۇرغۇچىلارنى تەربىيەلەشكە ئانچە قىزىقمىدى، شۇنىڭ بىلەن بىرگە، جان تىكىپ ئىشلەيدىغان كىشىلەرنى ياقتۇرمايتتى، ئۇلارنى سودا پائالىيىتى جەريانىدا «ئىككى قولى مەينەتلىشىپ كەتكەن» كىشىلەر دەپ قارايتتى.

(ئادرئىئان ۋولدرئىدگى ئەنگلىيە «ئىقتىسادشۇناسلار» ژۇرنىلى مۇھەررىرى)

19 - ئەسىرنىڭ باشلىرىدا، ھەرقايسى ئەللەردىكى كارخانىلارنىڭ كۆلىمى ئومۇميۈزلۈك كىچىك بولۇپ، ئۇلارنى كۆپىنچە ئائىلە تەبىقىلىرى ياكى بىرقانچە شېرىك بىرلىكتە باشقۇراتتى، ئىككى - ئۈچ مۇلۇكدار بولسىلا بارلىق ئىشلارنى باشقۇرۇپ كېتەلەيتتى.

روشەنكى ئەنئەنىۋى باشقۇرۇش ئۇسۇلى كارخانىلارنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشى ۋە مەڭگۈ داۋاملىشىشىغا قارىتا ئېھتىياجىنى قاندۇرالماس بولۇپ قالغان ئىدى.

ئۆزى كارخانا قۇرغان نۇرغۇنلىغان كارخانىچىلار ئۆز شىركەتلىرىگە قارىتا بىر خىل تولۇپ تاشقان قىزغىنلىق ياكى بىر خىل ئېتىقادتا بولىشاتتى، ئەمما ھوقۇقنى تۆۋەندىكىلەرگە بېرىشنى خالىمايتتى، باشقۇرۇش ۋە چوڭ شىركەتلەرنى تەتقىق قىلغۇچىلار بۇنىڭغا ئوخشاپ كېتىدىغان نۇرغۇن مىسالالارنى كۆرۈپ يېتەلەيدۇ.

(ئېلا جېكسون ئامېرىكا كېلايمونت ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ئەۋلادلار ھەمىشە ئەجدادلاردىن ئەقىللىق بولىۋەرمەيدۇ، بىر ئادەم ئوتۇقلۇق ئىگىلىك يارىتقۇچى بولۇشى مۇمكىن، ئەمما ئۇنىڭ ئوغلى ياكى قىزىنىڭ ئوخشاش تالانتقا ئىگە بولۇشى ناتايىن.

(روگ ماۋىد كانلان شىركىتى باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى)

ئۆز ئائىلە تەبىقىسىدىن ئەۋلادمۇئەۋلاد ئىختىساس ئىگىسىنىڭ چىقىشىغا ھېچكىممۇ ھۆددە قىلالمايدۇ. شىركەتنى ئەۋلادلىرىغا مىراس قالدۇرۇش مۇمكىن بولسىمۇ ئەمما شىركەت باشقۇرۇش تالانتىنى مىراس قالدۇرۇش ناتايىن بىر ئىش.

شۇڭلاشقا، «شىركەتنىڭ داۋاملىق كېڭىيىشى» ۋە «مەڭگۈ داۋاملىشىشى» دەك بۇ ئىككى ئارزۇنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن، ئىگىدارلىق ھوقۇقى بىلەن باشقۇرۇش ھوقۇقىنى ئايرىۋېتىش روشەنكى تېخىمۇ ئىدراكلىق تاللاش ھېسابلىنىدۇ. شىركەت قۇرغان بىر ئادەمنىڭ شىركەت ئۈچۈن قىلالايدىغان ئەڭ مۇھىم ئىشى بەلكىم مۇۋاپىق پەيتتە ئۇنىڭدىن ئايرىلىشى بولسا كېرەك.

1956 ـ يىلى، كەسپىي باشقۇرغۇچى سلوئان ئەپەندى شەرەپ بىلەن پېنسىيەگە چىققان ۋاقتىتا، ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى يېڭى لىدىر سايلاپ چىقىدۇ. سلوئان ئەپەندى ئوچۇق ـ يورۇقلۇق بىلەن: «ئۇ مەن ئىشلەتمەكچى بولغان ئادەم ئەمەس، ئەمما، مېنىڭ بۇ نامزاتنى رەت قىلىش ھوقۇقۇم يوق» دەيدۇ. ئۇ: «ۋەزىپە ئۆتەۋاتقان ئادەمنىڭ ۋاراس بەلگىلىشىگە يول قويما، ئۇنداق بولمايدىكەن پەقەت ئىككىنچى دەرىجىلىك كۆپەيتىلمە بۇيۇمغا ئېرىشىپ قالىسەن» دەيدىغان ئاشۇ سۆزگە قاتتىق ئىشىنەتتى.

زامانىۋى كارخانا تۈزۈمى دەل مۇنەۋۋەرلەرنى تاللاش ئىمكانىيىتى بىلەن تەمىنلەيدۇ. ھوقۇقنى ئۆتكۈزۈپ بېرىش ئالدىدا تۇرغان سلوئان شەخسىي ھىسسىياتىنى شىركەت مەنپەئىتىگە بويسۇندۇرۇپ، بۇ تۈزۈم توغرىسىدا ئەڭ ياخشى ئىزاھات بەرگەن ئىدى.

سلوئان ۋەزىپىدىن ئايرىلىشتىن

كەسپىي باشقۇرغۇچىلارنىڭ دەسلەپكى سىيماسى

ماركس «كاپىتال» دېگەن ئەسىرىنى يازغان ۋاقتىدا، ئەنگلىيەنىڭ مانچېستىر شەھىرىدىكى بىر ئۇرچۇق زاۋۇتى ئەنگلىيەدىكى ئەڭ چوڭ زاۋۇت ئىدى. بۇ زاۋۇتنىڭ تەخمىنەن 300 ئەترابىدا ئىشچىسى بار بولۇپ، زاۋۇت غوجايىنى بولسا ماركسنىڭ دوستى ئېنگىلس ئىدى، زاۋۇتنىڭ «دىرېكتورى» يوق بولۇپ، پەقەت ئىشچىلار ئىچىدىن «ئىش بېشى»لا بار ئىدى.

بىر يىل ئىلگىرى، ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش قىممىتى 1 مىليارد دوللاردىن ئېشىپ، دۇنيا سودا تارىخىدىكى يېڭى رېكوردنى ياراتقان ئىدى.

تارىخى ئۇزۇن بولغان ئائىلىۋى شىركەتلەر ئۆچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا، ئۇلارنىڭ زامانىۋى كارخانىغا قاراپ ئۆزگىرىشى ئاسان ئىش ئەمەس ئىدى. كەسىپي باشقۇرغۇچىلارنىڭ سەھنىگە چىقىشى ئۆچۈن پەيت كۈتۈشكە توغرا كېلەتتى.

ئامېرىكىلىقلار گېرمانىيە شىركەتلىرىنىڭ ئىدارە قىلىنىش قۇرۇلمىسىنى كۆرگەن ۋاقتىدا، ئۇلارنى ئەڭ ھەيران قالدۇرغىنى ئىشچىلارنىڭ شىركەتنى ئىدارە قىلىش جەھەتتىكى مۇھىم رولى ئىدى. گېرمانىيەنىڭ ئورتاق قارار چىقىرىش تۈزۈمىنى ئامېرىكا ئەزەلدىن قوللىنىپ باقمىغان ئىدى، ئۇنى تەقلىد قىلىشمۇ مۇمكىن ئەمەس ئىدى. گېرمانىيەدە باشقۇرۇش كومىتېتى ۋە نازارەت قىلىش كومىتېتىدىن ئىبارەت بىر خىل قوش قاتلاملىق تۈزۈم بار ئىدى.

(ماري ئوسولۋان ئامېرىكا پېنسىلۋانىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

نازارەت قىلىش كومىتېتى نازارەت قىلىپ كونترول قىلىشقا مەسئۇل بولىدۇ، باشقۇرۇش كومىتېتى بولسا مۇھىم تەدبىرلەرنى بەلگىلەشكە مەسئۇل بولىدۇ، ھەمدە باشقۇرۇش كومىتېتى رەئىسىنىڭ رەھبەرلىكى ئاستىدا تىجارەت پىلانلىرىنى تۈزۈشكە مەسئۇل بولىدۇ. بۇ ئىككى قىسىمدىن تەركىب تاپقان سىستېما بولۇپ، ھەرقايسى قىسىملارنىڭ ئېنىق مەسئۇلىيىتى بولىدۇ. بۇنىڭدا مۇناقات بىر ئالاھىدىلىك بار، نازارەت قىلىش كومىتېتى ئىچىدە ئىشچىلار ئۇيۇشمىسىنىڭ ۋەزاسى بولىدۇ، بۇناقات بولغاندا ئىشچىلارنىڭ مەنپەئەتلىرىگە ۋەكىللىك قىلغىلى بولىدۇ. مانا بۇ گېرمانىيەنىڭ ئورتاق قارار چىقىرىش تۈزۈمىدۇر.

(خېلمان سىمون گېرمانىيە باشقۇرۇش ئىلمى ئالىمى)

بېرلىنغا جايلاشقان گېرمانىيە ئىشچىلار بىرلەشمە ئۇيۇشمىسى 1949 - يىلى قۇرۇلغان بولۇپ، ئۇ ئىلگىرى ئىشچىلار ھوقۇق - مەنپەئىتىنى قولغا

كەلتۈرۈش تەشكىلاتى ئىدى. بۈگۈنكى كۈندە ئۇ گېرمانىيە شىركەت هوقۇقى قۇرۇلمىسى تەركىبىدىكى بىر ئەزاغا ئايلاندى.

شىركەتلەرنىڭ كۆلىمىنىڭ ئوخشاش بولماسلىقىغا ئاساسەن، ئىشچىلار ۋەكىلى ۋە ئىشچىلار ئۈيۈشمىسى ۋەكىللىرى نازارەت قىلىش كومىتېتىدا يېرىم ياكى ئۈچتىن بىر قىسىم ئورۇننى ئىگىلەپ شىركەتنىڭ تەدبىر بەلگىلىشىگە قاتنىشىدۇ. بۇ كاپىتال ئىگىدارى بىلەن ئەمگەك كۈچىنىڭ شىركەتنى هەمكارلىشىپ باشقۇرىدىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ.

ناۋادا شىركەتنى تۇرلۇك بايلىقلارغا ئىگە بولغۇچىلار ئوتتۇرىسىدا ئىمزالانغان بىر يۇرۇش كېلىشىم دەپ قارايدىغان بولساق، ئۇنداقتا، باشقۇرۇش بولسا تۇرلۇك هوقۇق - مەنپەئەت مۇناسىۋەتلىرىنى ياخشى بىر تەرەپ قىلىشتىن ئىبارەت بولىدۇ.

«زامانىۋى باشقۇرۇش ئىلمىنىڭ پېشۋاسى» دەپ تەرىپلەنگەن پېتىر دىروك: «تەشكىللەشتىكى مەقسەت ئاددىي كىشىلەرگە ئۇلۇغۋار ئىشلارنى قىلدۇرۇش» دەپ ئېيتقان ئىدى. 20 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىدا، باشقۇرۇش شىركەتلەر قولغا كەلتۈرگەن ئەڭ مۇهىم ئۇتۇقلارنىڭ بىرى بولۇش سۈپىتى بىلەن تەرەققىي قىلىپ ئاممىۋى بىر پەنگە ئايلاندى. شۇنىڭ بىلەن پۈتۈن جەمئىيەت خۇددى بىر مەهەل شىركەتلىشىپ كەتكەندەك هالەت شەكىللەندى.

1996 - يىلى، ئامېرىكا «بايلىق» ژۇرنىلى ئاشكارا هالدا: «1900 - يىلى پەقەت ئېتىراپ قىلىنىشقا ئېرىشەلمىگەن باشقۇرۇش خىزمىتى بۈگۈنكى مەدەنىيلىكنىڭ مەركىزىي پائالىيىتىگە ئايلاندى» دەپ جاكارلىدى.

لېنىنمۇ بۇ غايەت زور كۈچ - قۇدرەتنى كۆرۈپ يېتىپ، سوتسىيالىزمغا دۇنيادىكى ئەڭ ياخشى نەرسىلەرنىڭ بىرىكمىسى دەپ تەبىر بەرگەن ئىدى، يەنى، سوتسىيالىزمغا سوۋېتنىڭ تۆمۈر يول باشقۇرۇشىنى قوشۇپ، ئۇنىڭغا يەنە ئامېرىكىنىڭ زامانىۋى سانائىتىنى قوشقان ئىدى.

جەمئىيەتتىكى هەرقانداق بىر تەشكىلات باشقۇرۇشقا موهتاج، هەربىر ئىش تەشكىللەش ئارقىلىق تاماملىنىدۇ.

(فرېدمۇنىد مالىك شۇبېتسارىيە St. گاللېن ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

1974 - يىلى، خارۋارد سودا ئىنستىتۇتى ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن قوبۇل قىلغان تۇنجى نۆۋەتلىك سودا - سانائەت باشقۇرۇش كەسپىدىكى ئوقۇغۇچىلىرى كوللېكتىپ شان - شەرەپكە ئېرىشتى.

20 يىل ئىچىدە، ئۇلارنىڭ ئارىسىدىكى يېرىمىدىن ئارتۇقراقى شىركەتلەرنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى ياكى باش دىرېكتورلاردىن بولۇپ قالدى. ئۇلارنىڭ باشقۇرۇشىدىكى شىركەتلەرنىڭ يىللىق كىرىمى 50 مىليارد دوللارغا، خادىملىرى 1 مىليوندىن ئېشىپ كەتتى. ئۇلارنىڭ شەخسىي مال - مۈلكىنىڭ ئومۇمىي سوممىسى 2 مىليارد دوللارغا يېتىپ، يۇزگە يېقىن خۇسۇسىي ئايروپىلانغا ئىگە بولۇشتى.

باشقۇرۇشنىڭ شىركەتلەردىكى ئەڭ مۇھىم يۇمۇشاق ماتېرىيالغا ئايلىنىشى ئەقلىي كۈچنىڭ مۇھىم كاپىتالغا ئايلانغانلىقىدىن دېرەك بەرسە، كەسىپىي باشقۇرغۇچىلارنىڭ غەلىبە قازىنىشى ئاددىي كىشىلەر ئۈچۈن ئۆز غايىلىرىگە يېتىدىغان يېڭى يولنى كۆرسىتىپ بەردى.

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن، ياپونىيە ئېغىر زەربىگە ئۇچرىدى، گېرمانىيە ئىككىگە پارچىلاندى، ئامېرىكىمۇ دۆلەت ئىچىدە ئېغىر ئىشسىزلىققا دۇچ كەلدى، ئەمما ياخشى بولغىنى ئەينى ۋاقىتتا بىر خىل يېڭى تېپتىكى باشقۇرۇش دەرسى بەرپا قىلىنغان بولۇپ، ئۇ كىشىلەرگە بۈيۈك شىركەتلەرنى ئاچقۇزۇپ، غايەت زور پۇرسەت ۋە ئىجتىمائىي بايلىق يارىتىتى ھەمدە ئوتتۇرا بۇرژۇئازىيەنىڭ تەرەققىي قىلىشىغا تۈرتكە بولدى. يىغىنچاقلاپ ئېيتقاندا، ناۋادا باشقۇرۇش ۋە چوڭ تېپتىكى كارخانىلارنىڭ تەرەققىياتى بولمىغاندا، تېخنىكىلارنىڭ تەرەققىياتى ۋە ئىلگىرىلىشى ھەمدە ئىشقا ئورۇنلىشىش پۇرسەتلىرىنىڭ كۆپىيىشى ۋە ئىقتىسادنىڭ ئېشىشىمۇ بولمىغان بولاتتى.

باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى كىچىك توماس ۋوسىن رەھبەرلىك قىلغان مەزگىللەردە، IBM شىركىتى 400 مىڭ ئوتتۇرا قاتلامدىكى باشقۇرغۇچىلارغا ئىگە ئىدى. خىزمەتچىلەر بەلگىلىمە بويىچە سۇس قارا رەڭلىك كاستۇم، ئاق رەڭلىك كۆڭلەك كىيىپ، سۆسۈن گالىستۇك تاقايتتى. ئۇلار شىركەتنىڭ بىرلىككە كەلگەن مارشىنى ئېيتىپ، قىزغىنلىق بىلەن مەھسۇلاتلارنى سېتىپ، تىرىشچانلىق بىلەن ئىشلەيتتى. ئۇلار «شىركەتلىكلەر» دەپ ئاتىلاتتى. 20 - ئەسىرنىڭ 50 - ۋە 60 -

يىللىرىدا «شىركەتلىكلەر» ياۋروپا ۋە ئامېرىكىنى قاپلاپ كەتكەن ئىدى.

ئەنگلىيەدە بولسا، ئۇلار باشلىرىغا كۆپىنچە قاتتىق يۈملاق قالپاق كىيىشىپ، قولىغا قاتلىنىدىغان كۈنلۈك ئېلىۋالاتتى، چياۋ ماركىلىق نېفت شىركىتى ياكى ئەنگلىيە خەلىيە سانائىتىگە ئوخشاش چوڭ شىركەتلەردە خىزمەت قىلاتتى. بۇنداق تۈردىكى شىركەتلەرنىڭ شارائىتى ئىنتايىن مۇقىم، دەرىجىگە ئايرىلىشى ئېنىق بولۇپ، خىزمەتتىكى مۇنەۋۋەر ئىختىساس ئىگىلىرىگە ئايلانماقتا. باشقۇرۇش مائارىپى ئەمدىلا يولغا قويۇلغان مەزگىللەردە كەسىپىي بىلىملەر تەربىيەسىنى ئەمەس، ئاساسلىقى روھىي ھالەت ۋە مىجەز - خۇلۇق جەھەتتىكى تەربىيەلىنىشنى تەكىتلىگەنلىكى ئۈچۈن، ھەر دېگەندىلا سودا - سانائەت ۋە كارخانا ساھەسىدىكىلەرنىڭ قىزغىن قوللىشىغا ئېرىشەلمىگەن ئىدى. 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرى ۋە 20 - ئەسىرنىڭ باشلىرىغا كەلگەندە، باشقۇرۇش تەربىيەسى سودا - سانائەت ساھەسىدىكىلەرنىڭ تۇرتكىسى ئارقىسىدا دەسلەپكى تەرەققىياتقا ئېرىشتى.

MBA (سودا سانائەت باشقۇرۇش ماگىستىرى)

MBA مائارىپى تەخمىنەن 1908 - يىلى خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتىدا دۇنياغا كەلگەن بولۇپ، ھازىرغىچە 100 يىلدىن ئارتۇق تارىخقا ئىگە. بۈگۈنكى كۈندە دۇنيادا ھەر يىلى نەچچە مىڭلىغان MBA لار دۇنيادىكى ھەرقايسى سودا ئىنستىتۇتلىرىنى پۈتكۈزۈپ، سودا - سانائەت باشقۇرۇش جەھەتتىكى مۇنەۋۋەر ئىختىساس ئىگىلىرىگە ئايلانماقتا. باشقۇرۇش مائارىپى ئەمدىلا يولغا قويۇلغان مەزگىللەردە كەسىپىي بىلىملەر تەربىيەسىنى ئەمەس، ئاساسلىقى روھىي ھالەت ۋە مىجەز - خۇلۇق جەھەتتىكى تەربىيەلىنىشنى تەكىتلىگەنلىكى ئۈچۈن، ھەر دېگەندىلا سودا - سانائەت ۋە كارخانا ساھەسىدىكىلەرنىڭ قىزغىن قوللىشىغا ئېرىشەلمىگەن ئىدى. 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرى ۋە 20 - ئەسىرنىڭ باشلىرىغا كەلگەندە، باشقۇرۇش تەربىيەسى سودا - سانائەت ساھەسىدىكىلەرنىڭ تۇرتكىسى ئارقىسىدا دەسلەپكى تەرەققىياتقا ئېرىشتى.

20 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىدا،

چوڭ تىپتىكى شىركەتلەر ئامېرىكا سانائىتىنىڭ ئاساسىنى شەكىللەندۈرگەن بولۇپ، بۇلارنىڭ ئىچىدىكى ئالدىنقى 100 ياساش شىركىتىنىڭ مۇلكى ئامېرىكا ياساش كەسپى ئومۇمىي مۇلكىنىڭ 40% دىن ئېشىپ كەتكەن ئىدى.

ئامېرىكا كارخانا تەرەققىياتى بىلەن شۇغۇللانغۇچى چاندلېرنىڭ كۆرسىتىشچە، شىركەت تەشكىلاتىدىن ئىبارەت بۇ «كۆرگىلى بولمىغان قول» ئاللىقاچان «كۆرۈنمەس قول»نىڭ ئورنىنى ئېلىپ، ئۆتمۈشتىكى بايلىقلارنى بازار ئارقىلىق تەقسىم قىلىشتەك فۇنكسىيەنى ئۆزىگە ئۆتكۈزۈۋالغان ئىدى، باشقۇرغۇچىلار بولسا ئامېرىكىدىكى ئەڭ تەسىرلىك كۈچكە ئىگە ئىقتىسادىي تەدبىرلەرنى بەلگىلىگۈچى گۇرۇھقا ئايلانغان ئىدى.

3. زامانىۋى شىركەتلەرنى ئىدارە قىلىش

1956 - يىلى، فورد شىركىتىنىڭ شىركەت پېيىنى ئاشكارا بازارغا سالمىغانلىقى توغرىسىدىكى خەۋەر ژال ستريت كوچىسىنى ناھايىتى ھاياجانغا سالمۇ.

10 مىليون پاي چېكى ناھايىتى تېزلا سېتىلىپ بولمۇ، ھەربىر پاينىڭ باھاسى 50 دوللاردىن 70 دوللارغا ئۆرلەيمۇ، توپلانغان مەبلەغ 670 مىليون دوللارغا يېتىمۇ.

فورد شىركىتىنىڭ بۇ پايدىسى كارخانىنىڭ زامانىۋىلىشىشىدىكى مۇھىم بىر سىگنال بولغانلىقىدا ئىدى.

فورد شىركىتى 100 يىلدىن ئارتۇق تارىخقا ئىگە بولۇپ، نۇرغۇن جەريانلارنى باشتىن كەچۈردى. ئەمما بىرلا ئىش ئۆزگەرمىدى، ئۇ بولسىمۇ جەمئىيەت ئەزالىرىنىڭ قاتنىشىشى، مېنىڭچە بۇ بىر ياخشى ئىش. چۈنكى، جەمئىيەت ئەزالىرىنىڭ قاتنىشىشى بىزنى پەقەت مۇشۇ پەسىل ياكى مۇشۇ يىلدىكى نەتىجىلەرگىلا ئەھمىيەت بېرىمەي بەلكى يىراق كەلگۈسى مەنپەئەتلەرگە ئەھمىيەت بېرگۈزىدۇ. ئەمما، ھەرقانداق بىر كونا شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى زامانىۋىلىشىشقا موھتاج بولمۇ، بىزمۇ بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەمەس.

(بىل فورد فورد ئاپتوموبىل شىركىتى لىدېرى)

شۇ يىلى، تەخمىنەن 300 مىڭدەك كىشى فورد جەمەتىدىكىلەر بىلەن بىرگە فورد شىركىتىگە ئورتاق ئىگە بولدى، داك جونىس كۆرسەتكۈچى 500 نۇقتىلىق چوڭ ئۆتكەلدىن بۆسۈپ ئۆتتى. ۋال كوچىسى ئۆتمۈشتە پەقەت مۆتىۋەرلەرنىڭلا كۈلۈبى ئىدى، پاي چېكى سېتىۋالغۇچىلار بىلەن پىيى بازارغا سېلىنغان شىركەتلەرنىڭ غوجايىنى ئەمەلىيەتتە بىر ئادەم ئىدى، ئويۇن پەقەت يۇقىرى قاتلامدىكىلەر ئارىسىدىلا ئېلىپ بېرىلاتتى. ئەمدى ئەھۋال ئوخشىمايدىغان بولۇپ قالدى.

20 - ئەسىرنىڭ ئالدىنقى 30 يىللىدا، ئامېرىكا پولات - تۆمۈر شىركىتىنىڭ پايچىكلىرى ئون ھەسسە كۆپەيدى، تېلېفون - تېلېگراف شىركىتىنىڭ پايچىكلىرى 60 ھەسسىدىن ئارتۇق كۆپەيدى. 1962 - يىلىغا كەلگەندە، ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ پايچىكلىرى 1 مىليون ئادەمدىن ئېشىپ كەتتى.

بۇ ئاز ساندىكى ئاشۇ بىرقانچە كارخانىچى ياكى بانكىرلارنىڭ ئەمدى يەنە داۋاملىق شىركەتكە ئىگە بولۇۋېلىشىغا نېمە دەپ بېرەتتى. شىركەت زادى كىمگە مەنسۇپ؟ بۇ سوئالنىڭ جاۋابىدا شۇ تاپتا ئۆزگىرىش كۆرۈلۈۋاتاتتى.

بىزنىڭ خادىملىرىمىزنىڭ ھەممىسىنىڭ قولىدا شىركەتنىڭ پاي چەكلىرى بار، شۇڭا بۇ شىركەتنىڭ تەقدىرى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك بولۇپ قالدى. مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، بۇ شىركەتكە ئىگە بولغان ئاز بىر قىسىم خادىملارنىڭ ھەربىرى ۋە مۇددىئاسىنىڭ ناھايىتى ئاكتىپ بولىشىغانلىقىدەك بىر خىل قاراشنى بەرپا قىلىشقا پايدىلىق. بۇ بىزنىڭ بىر خۇسۇسىي شىركەتنىن بىر ئاممىۋى شىركەتكە ئايلانغانلىقىمىزنىڭ بەلگىسى.

(گاۋىن نىس يۇنىئون شىركىتى ئالىي دەرىجىلىك مۇئاۋىن لىدېرى)

«ئاممىۋى شىركەت» ئىبارىسى شىركەت ئىگىدارلىق ھوقۇقىنىڭ ئۇن - تۇنسىز يۆتكەلگەنلىكىنى مەلۇم دەرىجىدە ئىپادىلەپ بېرىدۇ. ئۆتمۈشتە بۇران - چاپقۇن چىقىرىپ، ھەممىدىن ئۈستۈن تۇرىدىغان «كاپىتالىستلار»نىڭ ئوبرازى ئەمدىلىكتە كىشىلەرنىڭ نەزىرىدە

سۈسلىشىشقا باشلىغان ئىدى. ئەمدىلىكتە سەھنە ئۈستىدە جانلىنىۋاتقىنى يېڭىدىن گۈللەنگەن دىرېكتورلار قاتلىمى بولدى.

زامانىۋى چوڭ شىركەتلەرنىڭ گۈللىنىش دەۋرى يېتىپ كەلدى.

شىركەتلەردىكى كۆپ تارماقلىق قۇرۇلما، باشقۇرۇش جەھەتتىكى ئىلمىيلىق، ئۇنىڭ ئۈستىگە ھەممىگە قادىر باشقۇرغۇچىلار ۋە پۇل مۇئامىلە بازارلىرىنىڭ مەيدانغا كېلىشى نەتىجىسىدە، شىركەتلەر ئىزچىل كېڭەيگىلى بولىدىغان مەخپىي ئامال - چارە تېپىۋالغاندەك قىلاتتى.

ھالبۇكى، دۇنيا ناھايىتى تېز ئۆزگىرىۋاتاتتى.

دەل ئاشۇ گۈللەنگەن 20 - ئەسىرنىڭ 60 - يىللىرىدا، ئىلگىرى ئەڭگۈشتەر دەپ كۆككە كۆتۈرۈلگەن ھوقۇقنى تەقسىم قىلىپ باشقۇرۇش قۇرۇلمىسى بولسا كۈنسېرى رادىكاللىشىشقا يۈزلىنىپ، غايەت زور تېپتىكى كارخانا تەشكىلاتى بارغانسېرى كالانپايلىشىپ كەتكەن ئىدى.

شىركەتنىڭ تەرەققىياتى قانچە تېز بولسا، ئۇنىڭ كۆلىمىمۇ شۇنچە چوڭ بولىدۇ؛ كۆلىمى چوڭايغاندىن كېيىن، چوڭ شىركەت كېسەللىكىمۇ بۇنىڭغا ئەگىشىپ ئوتتۇرىغا چىقىدۇ. چوڭ شىركەت كېسەللىكى مۇنداق ئىككى جەھەتتىكى مەسىلىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ: ئۇنىڭ بىرىنچى ئۇنىڭ كەڭلىك دائىرىسى، يەنى دوكلات قىلىش دائىرىسى ناھايىتى كۆپ بولىدۇ، بەزى ۋاقىتلاردا تۆۋەندىن يۇقىرىغا قاراپ نەچچە ئون قاتلاملىق دوكلات قىلىش مۇناسىۋەتلىرىنى باشتىن كەچۈرۈشكە توغرا كېلىدۇ. يەنە بىرىنچى بولسا تارماقلار ئارىسىدىكى مەخپىيەتلىك بارغانچە مۇستەھكەم بولىدۇ، تارماقلار ئۇچۇرلاردىن ئورتاق بەھرىمەن بولالمايدۇ، تامامىلاش مۇمكىن بولمايدۇ.

(نىڭ شياڭدۇڭ چىڭخۇا ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

يەنە بىر خىل چوڭقۇر ئەندىشىمۇ پەيدا بولۇشقا باشلىدى.

1970 - يىللىدىن كېيىن، ئامېرىكىدىكى پېيى بازارغا سېلىنغان شىركەتلەردە يالغان پايدا مەلۇم قىلىش، باشقۇرغۇچىلار شىركەت مەنپەئىتىگە خىيانەت قىلىش، قانۇنسىز سىياسىي ئىئانە بېرىش قاتارلىق سەتچىلىكلەر يۈز بەردى، 10 يىلغا يەتمىگەن ۋاقىت ئىچىدە، 400 دىن كۆپرەك پېيى بازارغا سېلىنغان شىركەت مالىيە جىنايەتلىرىگە چېتىلىپ قالدى.

20 - ئەسىرنىڭ 90 - يىللىرىنىڭ باشلىرىدا باشقۇرغۇچىلارنى ئىشتىن بوشتىش دولقۇنى كۆتۈرۈلدى. 1992 - يىلىدىن 1993 - يىلىغىچە، بايلىق جەھەتتە 500 كۈچلۈك شىركەت سانلىدىغان شىركەتلەردىكى 13 نەپەر CEO شىركەت مۇدىرىيىتىدىن قوغلاپ چىقىرىلدى. مەسىلە زادى قەيەردىن چىقتى؟

بىر ئادەم پېيى بازارغا سېلىنغان شىركەتنىڭ ناھايىتى ئاز بىر پېيىنى سېتىۋالغان بولسىلا، بۇ شىركەت شەخسىي ساھەدىن ئاممىۋى ساھەگە قارىتا تەرەققىي قىلغان بولىدۇ، شۇنىڭ بىلەن ئۇ ئەمدى يەنە پەرق ئەتمەكىكە ئوڭاي بولغان بىر توپ كىشىلەرگىلا تەۋە بولماي بەلكى سانى غايەت زور ھەتتا نەچچە مىليونلىغان كىشىلەرگە تەۋە بولىدۇ. ھەر ئادەم پەقەت ئاز سانىدىكى پاي چېكىگە ئىگە بولغان بولسىلا، ئاممىۋى شىركەت يېكى بۇ خىل تۈزۈلمە ئۈچۈن ئېيتقاندا، كەلگۈسىدە شىركەت غوجايىنىنى قانداق چەكلەپ تۇرۇشتەك رىقابەتكە دۇچ كېلىدۇ.

(گاس سېروننا ئامېرىكا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

ئېنرون ۋەقەسى

ئېنرون شىركىتى بولسا دۇنيا بويىچە ئەڭ چوڭ ئېنېرگىيە شىركىتى بولۇپ، 2002 - يىلىدىكى ئومۇمىي كىرىمى 101 مىليارد دوللارغا يەتكەن. 2001 - يىلى 10 - ئاينىڭ 16 - كۈنى، ئېنرون شىركىتى 2001 - يىلى 2 - پەسىللىك ھېسابات جەدۋىلىنى ئېلان قىلىپ، شىركەت تارتقان ئومۇمىي زىياننىڭ 618 مىليون دوللارغا يەتكەنلىكىنى جاكارلايدۇ. 12 - ئاينىڭ 2 - كۈنى، ئېنرون شىركىتى سوتقا ئۆزىنىڭ ۋەيران بولغانلىق سەۋەبىدىن قوغدىنىشنى تەلەپ قىلىدىغانلىق ئىلتىماسىنى سۇنىدۇ، ۋەيران بولۇش تىزىملىكىدىكى تىزىملانغان مال - مۈلكى 4 مىليارد 980 مىليون دوللارغا يېتىپ، ئامېرىكا تارىخىدا ۋەيران بولغان ئەڭ چوڭ كارخانا بولۇپ قالىدۇ. نەچچە يۈز مىليارد قىممەتلىكى مال - مۈلۈككە ئىگە بۇ شىركەتنىڭ ۋەيران بولۇشى بىلەن ئۇزۇن يىل داۋاملاشقان مالىيە ساختىلىقىمۇ دۇنياغا ئاشكارا بولىدۇ.

شىركەتنى كىم ئىداره قىلىشى كېرەك؟ شىركەتكە كىم مەسئۇل بولىدۇ؟ بۇ سوئال كىشىگە قەدىمكى بىر قېيىن مەسىلىنى قايتا ئەسلىتىدۇ.

1776 ـ يىلى، ئادام سىمىس ئۆزىنىڭ «دۆلەتنى باي قىلىش نەزەريىسى» دېگەن ئەسىرىدە، باشقۇرغۇچىلارنىڭ «ساداقەتى»گە قارىتا ئۆز گۇمانىنى ئوتتۇرىغا قويغان ئىدى. ئۇنىڭ قارىشىچە، پايچىكلارنىڭ مال ـ مۈلكىنى دىرېكتورلارنىڭ باشقۇرۇشىغا ئۆتكۈزۈپ بەرگەندە بىپەرۋالىق قىلىش، ھۆرۈنلۇق قىلىش، ئۆز مەنپەئىتىنىلا كۆزلەپ پايچىكلار مەنپەئىتىگە سەل قاراشتەك يېتەرسىزلىكلەر كېلىپچىقىشى مۇمكىن بولۇپ، كىشىلەرنىڭ ئوخشاش ئەندىشە ئىچىدىكى ئېھتىياتچانلىق بىلەن باشقىلارنىڭ مەبلىغىگە كۆڭۈل بۆلۈشىنى تەلەپ قىلىشى قېيىن ئىكەن .

كېيىنكى كۈنلەردە كىشىلەر بۇنى «سىمىسنىڭ قېيىن مەسىلىسى» دەپ ئاتاشقان بولۇپ، ئۇ شۇنىڭدىن كېيىنكى 200 يىل مابەينىدە ھەربىر باشقۇرغۇچىنىڭ قەلب دۇنياسىغا سوئال قويۇپ كېلىۋاتاتتى.

2001 ـ يىلى11 ـ ئايدا، ئامېرىكا ئېنرون شىركىتى شاۋقۇن ـ سۇرەن ئىچىدە ۋەيران بولدى.

دۇنيادىكى ئەڭ چوڭ ئېنېرگىيە سودىگىرى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئۇ ئىلگىرى ئالتە قېتىم «ئامېرىكىدىكى يېڭىلىق يارىتىش كۈچىگە ئەڭ باي شىركەت» بولۇپ باھالانغان بولسىمۇ، ھالبۇكى بىر قاتار ئالدامچىلىقلىرى ئارقىلىق كىشىلەرنىڭ ئۆزىگە بولغان ھۆرمىتى ۋە ئىشەنچىسىنى يەرگە ئۇرغان ئىدى.

بۇنىڭ بىلەن، كىشىلەر باشقۇرغۇچىلارنىڭ ئەدەپ ـ ئەخلاقى ۋە باشقۇرغۇچىلار تۈزۈمى تەسىس قىلىش جەھەتتە قايتىدىن ئويلىنىشقا مەجبۇر بولدى.

2002 ـ يىلى، ئامېرىكا دۇنيا خەۋەرلىشىش شىركىتى مالىيەدە ساختىلىق قىلىپ ۋەيران بولدى.

2002 ـ يىلى، ئامېرىكا شېرىش شىركىتى 6 مىليارد 400 مىليون كىرىمىنى ساختا مەلۇم قىلدى.

2003 ـ يىلى، ياۋروپا پارمالات شىركىتىنىڭ مالىيەسىدە 5 مىليارد دوللارلىق قارا ئۆڭكۇر بايقالدى.

2004 ـ يىلى، ياپونىيە شۆۋ تۆمۈرىيول شىركىتىنىڭ پايىنى بازارغا سېلىش سالاھىيىتى ئېلىپ تاشلاندى.

2006 ـ يىلى، ئامېرىكا دېل شىركىتى مالىيە سانلىق مەلۇماتلىرىنى ساختا مەلۇم قىلدى.

2008 ـ يىلى لېخمان ئاكا ـ ئۇكىلار شىركىتى ۋەيران بولدى.

باشقىلار گېپىنى يىرالمايدىغان ئائىلە باشلىقى يوق بولدى، مۇتلەق ھوقۇق يوق بولدى، شىركەت ئازادلىققا ئېرىشتى، ھالبۇكى شىركەت مۇشۇ سەۋەبلىك مەسئۇلىيەتنى ئېنىق ئۈستىگە ئالمىدىغان ئادەمدىن ئايرىلىپ قالدى.

بارلىق ھوقۇقلار ئاستا ـ ئاستا پارچىلىنىپ كىچىك پايچىكلارنىڭ قولىغا ئۆتۈپ بولغان ۋاقىتتا، كىچىك پايدىغا ئۆگىنىپ قالغان پايچىكلارنىڭ كۆڭۈل بۆلمىدىغىنى شىركەت تىجارىتى، شىركەتنىڭ يىراق كەلگۈسى مەنپەئىتى بولماستىن بەلكى ئۆزلىرىنىڭ كۆز ئالدىدىكى مەنپەئىتىلا بولۇپ قالدى؛ شىركەت ئۆزىنىڭ تىجارەت قىلىش ھوقۇقىنى باشقۇرغۇچىلارنىڭ قولىغا ئۆتكۈزۈپ بەرگىنى بىلەن ئۇلارنى ھەقىقىي تۇرده تەڭپۇڭلاشتۇرۇپ تۇرغۇچى ھوقۇقنى بارلىققا كەلتۈرمىگەنلىكى سەۋەبىدىن ، ھوقۇق بىلەن مەسئۇلىيەت ئۆز تەڭپۇڭلۇقىنى يوقتىپ، بىر ئوچۇم زامانىۋى پادىشاھلارنى بېقىشقا مەجبۇر بولدى.

ۋاھالەنكى، مەسئۇل بولغۇچىنى قايتىدىن ئىزدىگەن ۋاقىتتا، باشقۇرغۇچىلارنى تاللاشقا، تەنقىدلەشكە ۋە ئالماشتۇرۇشقا بولىدىغان زامانىۋى شىركەت تۈزۈمى تاكى بۈگۈنكى كۈندىمۇ يەنىلا سىستېمىنى تۈزىتىپ، ئۇڭشاپ تۈرىدىغان ئەڭ ئىشەنچلىك تەمىنلىگۈچى ھېسابلىنىدۇ.

2007 ـ يىلىدىن تاكى بۈگۈنگىچە بولغان چوڭ چېكىنىش مەزگىلىدە، باشقۇرغۇچىلارغا قارىتا نۇرغۇن تەنقىدلەر مەيدانغا كەلدى، ئەمما يەنىلا يېڭى باشقۇرغۇچىلار ئۇلارنىڭ ئورنىنى ئالدى، خالاس. بىز ئۆتمۈشكە قايتىپ كېتەلمەيمىز، چۈنكى ھازىرقىسى ئەڭ ياخشى ھېسابلىنىدۇ. بىزنىڭ ئېھتىياجلىق بولغىنىمىز تېخىمۇ ياخشى بولغان باشقۇرغۇچىلاردۇر. ھەرقانداق بىر غايەت زور مۇرەككەپ سىستېمىدا بۇنداق مەسىلىلەردىن

ساقلانغىلى بولمايدۇ، كارخانا مۇشۇنداق بولىدۇ، ھۆكۈمەتمۇ مۇشۇنداق بولىدۇ.

(لۇئىز گېرون ئامېرىكا جون خوپكىن ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

ئۆز ئىگىلىكىمىزنى مەڭگۈ داۋام قىلىشۇن دېسەك، تۈزۈم ئادەمگە قارىغاندا تېخنىمۇ ئىشەنچلىك بولىدۇ. ئەمما دۇنيادا كەم - كوتسىز ياكى ھەممىگە قادىر تۈزۈم ئورۇنلاشتۇرۇشى بولۇپ باققان ئەمەس، ھەربىر خىل تاللاشنىڭ تەننەرخى ۋە ۋاقىت ئۇنۇمدارلىقى بولىدۇ. ھەرقانداق بىر تەشكىل ئۇچۇن ئېيتقاندا، كونا ھوقۇق تەڭپۇڭلۇقى بۇزۇپ تاشلىنىپ، ئىشەنچ تەدرىجي سۇسلاشقاندا، بىردىنبىر قوللىنىلىدىغان ئامال - چارە يېڭى تەڭپۇڭلۇققا ئېرىشىپ، يېڭى بىر ئىشەنچ بەرپا قىلىشتىن ئىبارەتتۇر.

ھەممە ئىزدىنىشلەر تۇگىگەندە
بارلىق شەيئىلەر بۇرۇنقىدەكلا ئۆز ئەسلىگە قايتىدۇ
خۇددى ئۇلار بىلەن ئەمدىلا تونۇشۇۋاتقاندەك
ئۇ يەنە ئىزدىنىشكە ئاتلاندى

ـ توماس ئېلوت

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

ئىلا جېكسون (ئامېرىكا كرايمونت ئۇنىۋېرسىتېتى دوكتورلۇق باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)
داۋىد سمىترېئىن (ئامېرىكا ماساچۇسېتس تەبىئىي پەنلەر ئىنستىتۇتى سلوئان باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)
بېل فورد (فورد ئاپتوموبىل شىركىتى لىدىرى)

مۇخبىر: ھېنرى فورد شىركەتنى قانداق باشقۇراتتى؟ بۇ خىل باشقۇرۇش ئەندىزىسى كەلتۈرۈپ چىقارغان تەسىر قانداق ئىدى؟

ئىلا جېكسون: ھېنرى فوردنىڭ شىركەتنىڭ تارىخىدىكى تەسىرى بەك چوڭقۇر بولدى، چۈنكى ئۇ ئىشلەپچىقىرىش ئاقما لىنىيەسى ئارقىلىق بىر تۈتاش چوڭ كۆلەملىك ئىشلەپچىقىرىش ئېلىپ بارغان تۇنجى كىشى ھېسابلىنىدۇ. ھېنرى فوردتا نۇرغۇن سەلبىي نەرسىلەرمۇ بولغان، مەسىلەن: ئۇ ئىشچىلار ئۈيۈشمىسىغا زەربە بېرىش، يەھۇدىيلارغا قارشى تۇرۇشلاردا چىڭ تۇرغان ئىدى، ئۇ يەنە چوڭ كۆلەملىك ئىشلەپچىقىرىش ئەندىزىسىنى ئىجاد قىلدى، شۇنداقلا يەنە ئىشچىلىرىغا ئوتتۇرىچە سەۋىيەدىن يۇقىرى ئىش ھەققى بېرىپ، ئامېرىكا ئوتتۇرا قاتلام بۇرژۇئازىيەسىنىڭ شەكىللىنىشىنى ئىلگىرى سۈردى. فورد شىركەت باشقۇرغان ۋاقىتلاردا خۇددى مۇستەبتكىلا ئوخشايتتى، خېرىدارلىرىنىڭ سادالىرىغا قۇلاق سالمايتتى، ئىش قىلىش ئۇسۇلىمۇ قاتمال بولۇپ، كارخانىچىلارغا خاس ئەخلاق يوق ئىدى، لېكىن ئۇ ئۆزىنىڭ ئۇسۇلىنى ئەڭ ياخشى ئۇسۇل دەپ قارايتتى. ھالبۇكى فورد «پايدا قوغلىشىش بولمىسا، شىركەت مەۋجۇت بولۇپ تۇرالمايدۇ» دېيىش بىلەن بىرگە يەنە «ئەگەر شىركەت يالغۇز پايدىنلا قوغلىشىدىغان بولسا، ئۇنداقتا ئۇنىڭ قىممىتى بولمايدۇ» دېگەن ئىدى. چۈنكى ئۇنىڭ قارىشىچە شىركەت پەقەت پايچىكلار

ئۇچۇن پايدا يارىتىش ئۇچۇنلا ئەمەس، بەلكى جەمئىيەتتە تېخنىكا چوڭ رولىنى جارى قىلدۇرماقچى بولىدىكەن، ئۇنداقتا شىركەتنىڭ مەسئۇلىيىتى جەمئىيەتكە مەنپەئەت يەتكۈزۈشى كېرەك ئىدى.

ھېنرى فورد ئىستىبدات ھەم خام خىيال سۈرۈشكە ئامراق كارخانىچى، ئۇ قول ئاستىدىكىلەرگە ھوقۇق بەرمەي، يېڭى ئۇسۇل - چارىلەرنى قوللانمىغانلىقى ئۈچۈن، ئۆز ئەۋلادلىرىنىڭ شىركەتنى داۋاملىق تەرەققىي قىلدۇرالماسلىقىنى كەلتۈرۈپ چىقاردى، چۈنكى ھەربىر شىركەت مۇھىت، دەۋرگە ئاساسەن ئۆزىنى تەڭشەپ تۇرۇشقا موھتاج بولىدۇ. ئىگىلىك تىكلىگەن، قاينىق ھېسسىياتقا باي قۇرغۇچىلار كۆپىنچە ئۆز تەسەۋۋۇرىنىڭ كونتروللۇقىدىن قۇتۇلۇپ چىقالماسلىقى سەۋەبىدىن تاشقى دۇنيانىڭ ئېنېرگىيەسىنى قوبۇل قىلالمايدۇ، دەۋرگە ئەگىشىپ ئۆز - ئۆزىنى تەڭشەپ تۇرالمايدۇ.

كېيىنكى بىرقانچە يىل ئىچىدە، ھېنرى فورد ئۆزىنىڭ بازاردىكى مۇھىم نېسىۋىسىنى ئۇتتۇرۇپ قويدى، چۈنكى ئۇ خېرىدارلىرىنىڭ پىكرىگە قۇلاق سالمىغان ئىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ھەممىباب شىركىتىنىڭ باشقۇرغۇچىسى سلوئان باشقىلارنى بېسىپ چۈشۈپ، جەمئىيەت ئۆزگىرىشىگە دىققەت قىلىپ، يېڭىلىق يارىتىشقا ئىلھام بەردى، خېرىدارلىرىنىڭ ئېھتىياجىغا قولايلىق يارىتىپ، ئېھتىياجىغا ئاساسەن تەڭشەش ئېلىپ بارغان ئىدى.

مۇخبىر: سلوئاننىڭ كارخانا باشقۇرۇش جەھەتتىكى تۆھپىسىگە قانداق باھا بېرىش كېرەك؟

داۋىد سمىترېئىن: سلوئان ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنى غايەت زور تەسىرى كۈچكە ئىگە قىلىش بىلەن بىرگە يەنە دۇنيا مىقياسىدا سودا كەسىپىنىڭ ئايلىنىش ئەندىزىسىنى ئۆزگەرتتى. سلوئان دۇنياغا ۋە ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىگە سەپلەش لىنىيەسىنى خېرىدارلارنىڭ ئېھتىياجىغا ئاساسەن لايىھەلەش كېرەك دەيدىغان بىر خىل يېڭى ئۇقۇمنى تونۇتتى. مۇشۇ ئاساستا ئۇ كۆپ خىل ئاقما لىنىيەسى كىرگۈزۈش ئارقىلىق ئوخشىمايدىغان ئېھتىياجغا قارىتا باھاسى ھەر خىل بولغان ئوخشىمايدىغان تېپتىكى ئاپتوموبىللارنى ئىشلەپچىقاردى. بۇنىڭغا مۇناسىپ ھالدا، ئۇ يەنە كۆپ تارماقلىق كارخانا تەشكىلىي قۇرۇلمىسى

لايىھەلەپ چىقتى، ئوخشاشمۇغان ئورۇنلار ئوخشىمايدىغان ئىستېمالچىلار توپىنى مۇلازىمەت بىلەن تەمىنلەشكە مەسئۇل بولدى، بۇ ئەينى ۋاقىتتىكى شىركەتلەر ئۈچۈن ئېيتقاندا بىر خىل تامامەن يېڭى تەشكىلىي ئەندىزە ھېسابلىناتتى. شۇنىڭ بىلەن ئوخشىمايدىغان بۇ تارماقلارغا قارىتا باشقۇرۇش ئېلىپ بېرىش ئۈچۈن، ئۇ يەنە بىر يۇرۇش مالىيە ۋە بوغالتىرلىق قائىدىسى لايىھەلەپ چىقىپ، بىر قىسىم يېڭى كۆزقاراشلارنى قوللاندى. ئەڭ ئاخىرىدا بولسا، ئىستېمالچىلارنىڭ مەھسۇلاتلارغا بولغان ھەقىقىي ئېھتىياجىنى ئىگىلەشنى نىشان قىلغان ھالدا، ئۇ يەنە ئىستېمالچىلارنىڭ ئارزۇسىنى ئىشلەپچىقىرىشنى لايىھەلەش تەرتىپى ئىچىگە كىرگۈزۈش ئۈچۈن، بازارنى تەكشۈرۈپ - تەتقىق قىلىش ۋە ئىستېمالچىلار تەتقىقاتى ئېلىپ بېرىش قاتارلىق يېڭى ئۇسۇللارنى ئوتتۇرىغا قويدى. بۇلارنىڭ ھەممىسى ئەينى مەزگىلدىكى سودا - سانائەت ساھەسى ئۈچۈن ئېلىپ ئېيتقاندا ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان تەدبىرلەر ئىدى.

بۇ خىل تەشكىلىي قۇرۇلما مەھسۇلاتلارنى قانداق قىلىپ كىشىلەرنىڭ ھەقىقىي ئېھتىياجىغا ئۇيغۇنلىشىشتەك دەسلەپكى مەزگىللەردىن تارتىپلا مەۋجۇت بولۇپ كېلىۋاتقان بىر مەسىلىنى ھەل قىلغان ئىدى. ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى دەسلەپكى مەزگىللەردىكى ئىشلەپچىقىرىش داۋامىدا ئىشلەپچىقىرىش ئۆلچىمىگە قاتتىق ئەمەل قىلىپ، ئۇنۇمگە كاپالەتلىك قىلغان ئىدى. ئۇ بۇ جەھەتتە باشقا شىركەتلەرگە ئوخشاپ قالاتتى. ئەمما ۋاقىتنىڭ ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ، ئىستېمالچىلارنىڭ ئېھتىياجىغا بولغان ئەھمىيەت بېرىشى ۋە ئىشچىلار ئۈيۈشمىسىنىڭ باش كۆتۈرۈشى، شۇنداقلا ئامېرىكا جەمئىيىتى ئىچكى قۇرۇلمىسىنىڭ ئۆزگىرىشى ئاپتوموبىل ياساش ساھەسىدە سلوئاننىڭ ئىلگىرىكى رايون خاراكتېرلىك تەسەۋۋۇرىغا يات بولغان بىر قىسىم ئەھۋاللارنى كەلتۈرۈپ چىقاردى، بۇلارنىڭ ئىچىدىكى بىر ئۆزگىرىش بولسا بىر خىل تېخنىۋ قىممەت باھالىق يېڭى تېپتىكى تەننەرخ قۇرۇلمىسىنىڭ مەيدانغا كېلىشى بولدى. بۇ ئەھۋاللار سلوئاننىڭ ئىلگىرىكى تەسەۋۋۇرلىرىنىڭ ساقلىنىپ قېلىشىنى تېخنىۋ قىينىلاشتۇردى.

مۇخبىر: كەسپىي باشقۇرغۇچىلار بىلەن ئۇرۇق - قەبىلە ئىگىدارلىرى ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتلەرنى قانداق قىلغاندا ياخشى بىر تەرەپ قىلغىلى بولىدۇ؟

بېل فورد: فورد ئاپتوموبىل شىركىتى 100 يىلدىن ئارتۇق تارىخقا ئىگە، ئۇ ئۆزىنىڭ پۈتكۈل تارىخىي جەريانلىرىدا خېلى كۆپ ئۆزگىرىش ياسىدى. ئەمما بىرلا نەرسە ئۆزگەرمىدى، ئۇ بولسىمۇ فورد جەمەتىنىڭ قاتنىشىشى، بىز بۇنىڭ ياخشى ئىش ئىكەنلىكىگە ئىشىنىمىز. چۈنكى، جەمەتىمىزنىڭ قاتنىشىشى بىزنى يىراقتىكى مەنپەئەتلەرگە ئەھمىيەت بەرگۈزىدۇ، بۇنىڭ بىلەن مۇشۇ پەسىل ياكى مۇشۇ يىللىق نەتىجىلەردىن ئەنسىرىشىمىزنىڭ ھاجىتى قالمايدۇ. مېنىڭچە ھەرقانداق بىر شىركەت ئۇتۇق قازىنىمەن دەيدىكەن، ئۇ چوقۇم ئەڭ ياخشى باشقۇرۇش تۈزۈلمىسىگە ئىگە بولۇشى لازىم. شۇڭلاشقا مەن ئۆچۈن ئېيتقاندا، ئانلان مورالنى شىركەتكە تەكلىپ قىلىش ناھايىتى مۇھىم بىر ئىش ھېسابلىنىدۇ، چۈنكى، ئۇ مېنىڭ بۇيۇك ھەمكارلاشقۇچى شېرىكىم. مېنىڭ قارىشىمچە، ئەڭ ئاخىرىدا ھەممە نەرسە كىشىلەر ئوتتۇرىسىدىكى نازۇك مۇناسىۋەت بولۇپ خۇلاسىلىنىدۇ. مورال مېنىڭ بىلەن ناھايىتى ئىناق ئۆتىدۇ، شۇڭلاشقا، بۇ دەل سىز ئېيتىپ ئۆتكەنىدەك، ساقلاپ قالماق ناھايىتى ئوڭاي بولغان جەمەت بىلەن كەسپىي باشقۇرۇش ئوتتۇرىسىدىكى ئورتاق مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدىغان ھادىسىدۇر. مېنىڭ قارىشىمچە، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشنىڭ ئاساسى باشتىن - ئاخىر ھەر تەرەپلىمە ياخشى مۇناسىۋەت بەرپا قىلىش، كەسپىي باشقۇرۇش بىلەن جەمەت مۇناسىۋىتىنىڭ باشتىن - ئاخىر مۇستەھكەم بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىش كېرەك.

ئىلھامنامە

نېمە ئۈچۈن «باشقۇرغۇچىلار ئىنقلابى» مەيدانغا كەلدى؟

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن، فورد شىركىتى ۋەكىللىكىدىكى ئۇرۇق جەمەتلەر كارخانىلىرى قوش بېسىمغا دۇچ كەلدى، ئۇنىڭ بىرسى بولسا كۈچلۈك رىقابەتچىلەر بىلەن بازار تالىشىشنىڭ كۈنسېرى كەسكىنلىشىشى؛ يەنە بىرى بولسا شىركەت كۆلىمى كېڭىيىپ، ئىچكى قىسىمدىكى باشقۇرۇش مۇرەككەپلىشىپ، ھوقۇق تەقسىماتى بىلەن شىركەتكە ۋارىسلىق قىلىشنىڭ ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان يېڭى مەسىلىگە ئايلىنىشى ئىدى. قېرى فورد بۇيۇك بىر ئىگىلىك تىكلىگۈچى

بولۇش بىلەن بىرگە يەنە مۇنەۋۋەر باشقۇرغۇچى بولسىمۇ، ئەمما شىركەت كۆلىمى نېمىلا دېگەن بىلەن ئۇنىڭ شىركەتنى يالغۇز باشقۇرۇپ كېتەلەيدىغان ئىقتىدارىدىن ھالقىپ كەتكەن ئىدى. ئۇنىڭغا قېرىلىق يەتكەن ۋاقىتتا، ھوقۇقنىڭ سېپىنى كىم ئۆتكۈزۈۋالىدۇ؟

قېرى فورد دۇچ كەلگەن قىيىن مەسىلە بولسا ئوخشاشلا بارلىق چوڭ تىپتىكى ئائىلە جەمەت شىركەتلىرى دۇچ كېلىۋاتقان مەسىلە ئىدى. ئىچكى ـ تاشقى پاراكەندىچىلىكلەر ئارقىسىدا، ئەسلىدىكى «بىر ئادەم ھەممىنى چاڭگىلىدا تۇتىدىغان» شىركەت باشقۇرۇش ئەندىزىسى چاك ـ چېكىدىن ئاجراشقا باشلاپ، ئىگىدارلىق ھوقۇقى بىلەن باشقۇرۇش ھوقۇقى كۈنسېرى ئايرىلىپ، كارخانا باشقۇرۇشنىڭ مۇھىم نۇقتىسى تەدرىجىي ھالدا «غوجايىن»دىن «دىرېكتور»غا قاراپ يۆتكىلىپ، كەسپىي باشقۇرغۇچىلار دۇنياغا كەلدى. شۇنىڭ بىلەن شىركەت باشقۇرۇش تۈزۈمى جەھەتتە بىر مەيدان «باشقۇرغۇچىلار ئىنقىلابى» يۈز بېرىپ، شىركەتلەر تەرەققىياتىمۇ بۇنىڭ تۈرتكىسىدە تامامەن يېڭى تارىخىي دەۋرگە قەدەم قويدى.

ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى بولسا فورد شىركىتىنىڭ ئەڭ چوڭ رىقابەتچىسى ئىدى. ھەممىباب شىركىتىنى دۇپونت شىركىتىگە سېتىپ بەرگەندىن كېيىن، يېڭى مۇدىرىيەت كەسپىي باشقۇرغۇچى سلوئاننى شىركەتنىڭ باش ئىجرائىيە مۇدىرلىقىغا تەكلىپ قىلدى. سلوئان مۇدىرىيەتنىڭ قوللىشى ئاستىدا، سلوئان شىركەت ئىگىدارى بىلەن شىركەت باشقۇرغۇچى قاتلىمىدىكىلەرنىڭ ھوقۇقىنى قايتا تەقسىم قىلدى. سلوئاننىڭ ئۆزىمۇ يۇقىرى مائاش ئالىدىغان ئالىي دەرىجىلىك ئىشلەمچى بولسىمۇ، ئەمما ئۇ شىركەتتىكى باشقا باشقۇرغۇچى خادىملارنى بىر تەرەپ قىلىش ۋە كونترول قىلىش ھوقۇقىغا ئىگە ئىدى. سلوئاننىڭ ئىدىيەسى ۋە قوللانغان ئۇسۇلى نەچچە يۈز يىلدىن بۇيان ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەرنىڭ «بىرلا ئادەم ھەممىنى باشقۇرۇش» تەك شىركەت باشقۇرۇش ئەندىزىسىنى تەلتۆكۈس بۇزۇپ تاشلىدى. مۇشۇ ئاساستا، سلوئان يەنە كەسپىي بۆلۈملەر تۈزۈمى ئىجاد قىلىپ، چوڭ شىركەتلەرنى باشقۇرۇشنى تېخىمۇ ئىنچىكە قىلىپ، چوڭ شىركەتلەردىكى مەركەزلىك باشقۇرۇش ۋە مەركەزلىك تەدبىر بەلگىلەش ئېلىپ كەلگەن تۆۋەن ئۈنۈم ۋە خېيىم ـ خەتەرلەرنى ئۈنۈملۈك ھەل قىلدى. 1955 ـ يىلى، سلوئان پېنسىيەگە چىقىشنىڭ ھارپىسىدا،

ھەممىباب شىركىتى فورد شىركىتىدىن خېلىلا ئېشىپ چۈشۈپ، يىللىق ئىشلەپچىقىرىش قىممىتى 1 مىليارد دوللار بولۇشتەك سودا كەسپى ئەپسانىسىنى ياراتقان ئىدى. ھەممىباب شىركىتىنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشى باشقۇرغۇچىلار تۈزۈمىنى ئومۇملاشتۇرۇشتا ناھايىتى زور نەمۇنىلىك ئۇنۇم پەيدا قىلدى. شۇنىڭدىن ئېتىبارەن، «باشقۇرۇش» ھەم مودا ھەم ئەمەلىي قوللىنىلىدىغان يېڭى بىر پەنگە ئايلاندى.

فورد شىركىتى بىلەن ھەممىباب شىركىتىنىڭ باشقۇرۇش ئەندىزىسىدىكى تۈپكى پەرق بولسا، ئالدىنقىسىنىڭ باشقۇرۇشى شەخسىي تەجرىبىلەر ئۈستىگە بەرپا قىلىنغان بولسا، كېيىنكىسىنىڭ باشقۇرۇشى تەشكىلىي تۈزۈلمە ئۈستىگە بەرپا قىلىنغان ئىدى. بۇ ھەرگىزمۇ كىم ياخشى، كىم ناچار دېگەن مەسىلە بولماي، بەلكى تارىخىي تەرەققىياتنىڭ ئوبيېكتىپ تەرەققىياتى ئىدى. شەخسىلەر ھەربىكەتلەندۈرىدىغان شىركەتلەر پەقەتلا شىركەت تەرەققىياتىنىڭ دەسلەپكى مەزگىلىگىلا ماس كېلىدۇ، شۇڭلاشقا پەقەت تەشكىل ۋە تۈزۈلمىگە تايانغاندىلا ئاندىن ئۇنى تەرەققىي قىلدۇرۇپ تېخىمۇ سۈپەتلىك، تېخىمۇ پىشقان، تېخىمۇ چوڭ شىركەتكە ئايلاندۇرغىلى بولىدۇ.

زامانىۋى كارخانا تۈزۈمىنىڭ يادرولۇق مەزمۇنى نېمە؟

باشقۇرۇش ئالىمى چاندېلېرنىڭ قارىشىچە، بىر شىركەتنىڭ يۇقىرى ۋە ئوتتۇرا قاتلىمىنىڭ ھەممىسىنى مائاشقا تايىنىدىغان باشقۇرغۇچىلار كونترول قىلغان ۋاقىتتا، ئۇنى زامانىۋى شىركەت دەپ ئاتاشقا بولىدۇ. زامانىۋى شىركەت دېگىنىمىز يالغۇز ئىگىدارلارنىڭ باشقۇرۇشىدىكى شىركەت تۈزۈمىدىكى كارخانىلارنى كۆرسىتىدۇ. زامانىۋى شىركەتلەرنىڭ دۇنياغا كېلىشى بىر تەرەپتىن شىركەتلەر ئۆزىدىكى تەرەققىياتنىڭ ئېھتىياجى بولغان بولسا، يەنە بىر تەرەپتىن زامانىۋى بازار ئىگىلىكى تەرەققىياتىنىڭ تەلىپى ھېسابلىنىدۇ.

پاي شىركەتلىرى بولسا تېپىك زامانىۋى شىركەتلەردۇر. پاي شىركەتلىرى ئىشلەپچىقىرىش ماتېرىياللار تىجارىتى، ئەمگەك كۈچلىرى تىجارىتى، كاپىتال تىجارىتى، شۇنداقلا يەر - مۇلۇك تىجارىتى ئېلىپ بارغاندىن سىرت، يەنە چوقۇم پاي چېكى تىجارىتى ۋە باشقۇرغۇچىلار

تىجارىتىدىن ئىبارەت باشقا ئىككى خىل ئاممىلىق بازار تىجارىتىنىمۇ ئېلىپ بېرىشى لازىم.

پاي چېكى تىجارىتى ئارقىلىق يېڭىچە ئىجتىمائىيلاشقان كاپىتال - قانۇنىي ئىگە كاپىتال شەكىللەندى؛ باشقۇرغۇچىلار تىجارىتى ئارقىلىق كەسىپلەشكەن باشقۇرۇش تورىدىكى تورلار قاتلىمى شەكىللەندى. پايچىكلار مەجلىسىنىڭ تەدبىر بەلگىلەش تەننەرخىنى تۆۋەنلىتىش ئۈچۈن، پايچىكلار مەجلىسى قانۇنىي ئىگە مەبلىغىنى بىر تەرەپ قىلىشنى مۇدىرىيەت مەجلىسىگە تاپشۇرىدۇ. مۇدىرىيەت قانۇنىي ئىگىنىڭ مۇلۇك ھوقۇقىنى ساقلاپ قېلىش ئالدىنقى شەرتى ئاستىدا، كۇندىلىك باشقۇرۇش ھوقۇقىنى دىرېكتورلار قاتلىمىغا ئۆتكۈزۈپ بېرىدۇ، شۇنىڭ بىلەن كارخانا باشقۇرۇش ھوقۇق مەركىزىمۇ غوجايىنىنىڭ قولىدىن دىرېكتورلار قاتلىمىغا يۆتكىلىدۇ. مۇشۇ ئاساستا، پاي شىركىتى ئىچكى قىسمىدا ئىگىدارلىق ھوقۇقى، قانۇنىي ئىگە ھوقۇقى ۋە تىجارەت باشقۇرۇش ھوقۇقىدىن ئىبارەت ئۈچ ھوقۇق ئايرىلىشنى ئالاھىدىلىك قىلغان تۈزۈم ئورۇنلاشتۇرۇشى شەكىللىنىدۇ. مانا بۇ زامانىۋى شىركەتلەرنى ئىدارە قىلىش قۇرۇلمىسىنىڭ ئاساسلىق رامكىسى، شۇنداقلا زامانىۋى كارخانا تۈزۈمىنىڭ يادرولۇق مەزمۇنىدۇر.

1993 - يىلىدىكى جۇڭگو كوممۇنىستىك پارتىيەسى 14 - نۆۋەتلىك مەركىزىي كومىتېتى 3 - ئومۇمىي يىغىنى «سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى بەرپا قىلىش توغرىسىدا قارار» چىقىرىپ، زامانىۋى كارخانا تۈزۈمى بەرپا قىلىشنى ئوتتۇرىغا قويىدى ھەمدە ئېلىمىز زامانىۋى كارخانا تۈزۈمىنىڭ ئالاھىدىلىكىنى «مۇلۇك ھوقۇقى ئاشكارا، ھوقۇق - مەسئۇلىيەت ئېنىق بولۇش، ھۆكۈمەت بىلەن كارخانا ئايرىلغان بولۇش، باشقۇرۇش ئىلمىي بولۇش» تەك بىرقانچە نۇقتىغا يىغىنچاقلىدى. 1999 - يىلى جۇڭگو كوممۇنىستىك پارتىيەسى 15 - نۆۋەتلىك مەركىزىي كومىتېتى 4 - ئومۇمىي يىغىنى «دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار ئىسلاھاتى ۋە تەرەققىياتىغا ئالاقىدار بىرقانچە مۇھىم مەسىلىلەر توغرىسىدىكى قارار»نى ماقۇللاپ، «شىركەت تۈزۈمى بولسا زامانىۋى كارخانا تۈزۈمىنىڭ بىر خىل ئۇنۇملۇك تەشكىلىي شەكلى» ئىكەنلىكىنى ئوتتۇرىغا قويىدى، شۇنىڭ بىلەن بىرگە «شىركەت قانۇنىي ئىگە ئىدارە قىلىش

قۇرۇلمىسى بولسا شىركەت تۈزۈمىنىڭ ئاساسلىق ئىپادىلىنىش شەكلى» ئىكەنلىكىنى ئوتتۇرىغا قويدى. 2003 - يىلى جۇڭگو كوممۇنىستىك پارتىيەسى 16 - نۆۋەتلىك كومىتېتى مەركىزىي 3 - ئومۇمىي يىغىنى «سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى تۈزۈلمىسىنى مۇكەممەللەشتۈرۈش توغرىسىدىكى قارار»نى ماقۇللاپ، «پاي تۈزۈمىنى ئومۇمىي مۇلۇكچىلىك تۈزۈمىنىڭ ئاساسلىق ئىپادىلىنىش شەكلىگە ئايلاندۇرۇش»نى ئوتتۇرىغا قويدى. گەرچە ھازىرقى زامان جۇڭگو كارخانىلىرىنىڭ شىركەتلىشىشگە 30 يىل بولمىغان بولسىمۇ، ئەمما بىز ئاللىقاچان مۇكەممەل ئوي - پىكىر، ئېنىق ئىدىيەگە ئىگە بولدۇق. ئىشىنىمىزكى، ئىسلاھاتنىڭ چوڭقۇرلىشىشىغا ئەگىشىپ، ئانچە ئۇزۇن بولمىغان كەلگۈسىدە، جۇڭگو ئۆزىنىڭ كارخانا تۈزۈمى ئىنقىلابىنى تاماملىغۇسى.

«ئىچكى قىسمدىكى كىشىلەرنىڭ كونترول قىلىشى» نېمە ئۈچۈن شىركەتنىڭ يېڭى يوشۇرۇن ئاپىتى بولۇپ قالدى؟

دۇنيادا ئەزەلدىن مەڭگۈ ئۆز قىممىتىنى يوقاتمايدىغان تۈزۈم ئورۇنلاشتۇرۇشى بولغان ئەمەس، شىركەتنى ئىدارە قىلىش قۇرۇلمىسىمۇ بارلىق مەسىلىلەرنى ھەل قىلىپ كېتەلمەيدۇ. «باشقۇرغۇچىلار ئىنقىلابى» يۈز بېرىپ 70 نەچچە يىل ئۆتكەندىن كېيىنكى 20 - ئەسىرنىڭ90 - يىللىرىدا ئەكسىچە دۇنياۋى خاراكتېرلىك باشقۇرغۇچىلارنى ئىشتىن بوشىتىش دولقۇنى كۆتۈرۈلدى. 2001 - يىلى11 - ئايدا، ئامېرىكا ئېنرون شىركىتى غۇلاپ چۈشتى. بىر قاتار ئالدامچىلىق پائالىيەتلىرى ئاممىنىڭ باشقۇرغۇچىلارغا بولغان ئىشەنچىسىنى تەلتۆكۈس يەرگە ئۇردى. بۇنىڭغا ئەگىشىپلا، ئامېرىكىنىڭ دۇنياۋى خەۋەرلىشىش، شېرىش، دېل، لېخمان قاتارلىق شىركەتلىرى، ياۋروپانىڭ پارمالات شىركىتى، ياپونىيەنىڭ شۆۋ تۆمۇر يول شىركىتى قاتارلىق راسا گۈللەنگەن چوڭ شىركەتلەردە ئارقا - ئارقىدىن ئىشەنچ كىرىزىسى كۆرۈلدى. شۇنىڭ بىلەن كىشىلەر باشقۇرغۇچىلار ئاممىۋى شىركەتلەرگە ئاخىرغىچە مەسئۇل بولالامدۇ - يوق دېگەن سوئالنى ئوتتۇرىغا قويۇشقا باشلىدى.

«شىركەتكە ئاخىرقى ھېسابتا كىم مەسئۇل بولىدۇ؟» دېگەن گۇمان، ماھىيەتتە شىركەتنىڭ ئالاقىدار مەنپەئەتلەر ئوبيېكتلىرى ئوتتۇرىسىدىكى

مۇناسىۋەتلەرگە قارىتا گۇمان ئىدى. ھازىرغا قەدەر، ھەرقانداق بىر ئىدارە قىلىش قۇرۇلمىسى ئىگىدار بىلەن باشقۇرغۇچىنىڭ مەنپەئىتىنىڭ بىردەك بولماسلىقى سەۋەبىدىن پەيدا بولغان «ھاۋالە ـ ۋاكالەت» مەسىلىسىنى تەلتۆكۈس ھەل قىلىپ كەتكىنى يوق. باشقۇرغۇچىلارنىڭ ئەخلاق خېتىم - خەتىرى مۇشۇ سەۋەبلىك مەيدانغا كەلدى، «ئىچكى قىسمدىكىلەرنىڭ كونترول قىلىشى» شىركەتنىڭ يېڭى يوشۇرۇن خەۋپىگە ئايلىنىپ، باشقۇرغۇچىلار قاتلىمىدا «ئەخلاقسىزلىق قىلمىشلىرى» توختىماي يۈز بېرىپ تۇردى.

شىركەت ئىدارە قىلىدىغان تۈپكى مەسىلە ھوقۇقنى چەكلەپ تۇرۇش ۋە ئۇنى تەڭپۇڭلاشتۇرۇش مەسىلىسى بولۇپ، «ئىچكى قىسمدىكىلەر كونترول قىلىشتا» تېخىمۇ كۆپ تاشقى كۈچلەرنىڭ ئىسكەنجىسىگە موھتاج بولىدۇ. شىركەت ئىدارە قىلىشنىڭ كەلگۈسى بولسا پايچىك، باشقۇرغۇچى، نازارەتچى، خادىم، ئىستېمالچى، جەمئىيەت، شۇنداقلا تەبىئىي مۇھىت قاتارلىق ئالاقىدار مەنپەئەتدارلار مۇناسىۋىتىنى ماسلاشتۇرۇشتىن ئىبارەت. ھالبۇكى بۇ يەنە تېخىمۇ چوڭقۇر بىر مەسىلىدەك كۆرۈنىدۇ، يەنى شىركەتنىڭ قىممەت قارىشىدا زادى قانداق بىر تەرتىپ بار؟ شىركەتنىڭ يۈكسەك مەنپەئىتى زادى نېمە؟ قارىغاندا، تۇزۇم ھەممە مەسىلىلەرنى ھەل قىلىپ كېتەلمەيدىغانىدەك قىلاتتى، چۈنكى قىممەت قارىشى تۇزۇمگە قارىغاندا تېخىمۇ مۇھىم .

ئەمەلىيەت دەرىخى مەڭگۈ ياشناپ تۇرىدۇ، شىركەت ئىدارە قىلىشتا مەڭگۈ ئۆزگەرمەيدىغان جاۋاب يوق، يېڭى مەسىلىلەر يېڭى نەزەرىيەلەرنىڭ يېتەكلىشى ۋە ھەل قىلىشىغا موھتاج. بارلىق تۇزۇم ئۆزگىرىشلىرى ئارقىسىدا تەنەرخ بىلەن پايدا ئېلىشىنىڭ تەڭپۇڭلۇقى بولىدۇ، ھەربىر قېتىملىق ئالغا بېسىشلار ئازابلىق تاللاشلارغا ھەمراھ بولغان بولىدۇ. تۇزۇم تەرەققىياتى داۋامىدا ئەڭ ياخشىسى يوق، پەقەت تېخىمۇ ياخشىسىلا بار، خالاس.

يەتتىنچى باب

ھەر ساھەدىكى سەركەردىلەر

باشقۇرۇش ئىلمى شىركەتلەرگە ئىنقىلاب خاراكتېرلىك ئۆزگىرىش ئېلىپ كەلگەن بولسىمۇ، لېكىن، شىركەت تېگى ـ تەكتىدىن ئالغاندا يەنىلا ئىنسان پەيدا قىلغان تەشكىلات ھېسابلىنىدۇ. مەدەنىيەت بىلەن شىركەت زادى قانداق تارىخىي باغلىنىشقا ئىگە؟ ياپونىيە شىركەتلىرى قانداق قىلىپ كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ بۆشۈكىگە ئايلاندى؟

1951 ـ يىلى، ئامېرىكىلىق ئېدۋاردس دېمىڭ ياپونىيەدە ئۆز ئىسمى بىلەن نام بېرىلگەن سۈپەت باشقۇرۇش مۇكاپاتى تەسىس قىلدى.

دەل دېمىڭ ياپونىيەگە كەلگەن 1951 ـ يىلى، ياپونىيەلىك سودىگەر سوئىشياشىنجىجۇ تۇنجى قېتىم ئامېرىكا تۇپرىقىغا قەدەم قويغان ئىدى.

كۈچلۈك ئامېرىكا شىركەتلىرىگە يۈزلەنگەن سوئىشيا ئۆزىنىڭ تەرەققىيات تەپەككۇرىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، قول ئاستىدىكىلەرگە: «ئىلگىرى بىر ياپونىيەلىكنىڭ مەيدانىدا تۇرۇپ ئىشلارنى مۇلاھىزە قىلغان بولساق، ئەمدىلىكتە بىر دۇنيا پۇقراسىنىڭ مەيدانىدا تۇرۇپ ھۆكۈم چىقىرىشىمىز كېرەك. ئىقتىسادىي ساھەدىكى دۇنيا پۇقراسى بولۇش سۈپىتىمىز بىلەن، چوقۇم ئۆز مىللىي مەدەنىيىتىمىزنىڭ ئەۋزەللىكلىرىدىن پايدىلانغىنىمىزدىلا ئاندىن دۇنياۋى ئىقتىسادىي تەرەققىياتنى قولغا كەلتۈرەلەيمىز» دېدى.

ئەينى ۋاقىتتا، بەلكىم سوئىشياشىنجىجۇنىڭ بۇ سۆزىنىڭ چوڭقۇر مەنىسىنى چۈشىنەلەيدىغانلار ئانچە كۆپ بولمىسا كېرەك، تاكى ياپونىيە شىركەتلىرى دۇنياغا ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان بىر يېڭىلىق ئېلىپ كەلگەندىلا، كىشىلەر ئاندىن شىركەتلەرنىڭ تېگى ـ تەكتىدىن ئېيتقاندا يەنىلا ئادەمنىڭ تەشكىلاتى ئىكەنلىكىنى، تۇرۇم ۋە ئىدراكنىڭ تۇرتكىسىدە تۇرۇپ كىشىلەرنى رىغبەتلەندۇرگىلى ۋە ئۇلارنى ئۈيۈشتۇرغىلى بولىدىغانلىقىنى، پەقەت مەدەنىيەتنىڭلا بۇ ئىشلارنى ۋۇجۇدقا

چىقىرالايدىغانلىقىنى، مەدەنىيەتنىڭ شىركەت باشقۇرۇشنىڭ ئاساسلىق ئامىلى ئىكەنلىكىنى، شۇنداقلا مەدەنىيەتنىڭ ئۇنۇم ۋە پايدا يارىتىشتىكى يېڭى مەنبە ئىكەنلىكىنى بايقاشتى. پەقەت ئىلغار مەدەنىيەتلەرنى قوبۇل قىلىپ ۋە ئۆزىگە خاس يېڭى مەدەنىيەت يارىتىشقا ماھىر ئاشۇ شىركەتلەرلا دەۋرنىڭ ئىپتىخارىغا ئايلىنالمىشى مۇمكىن.

1. ياپونىيە باشقۇرۇش ئىدىيەسىنىڭ ئاپىرىدە بولۇشى

جياڭخۇ دەۋرىدىن تارتىپلا ئوساكا ياپونىيەنىڭ سودا مەركىزى ئىدى، ئەڭ ئاۋات يېرىنىڭ نامى «چۈەنچاڭ» بولۇپ، ئۇ يەردىكى سودىگەرلەر ياپونىيەدە نامى چىققان زېرەكلەردىن ئىدى. سوڭشياشىنجىجۇ 16 يېشىدىلا ئوساكا ئېلېكتىر لامپىسى شىركىتىگە شاگىرت ئىشچىلىققا كىرگەن بولۇپ، ئۇ چۈەنچاڭدىكى سودىگەرلەردىن خېلى كۆپ سودا قىلىش يوللىرىنى ئۆگىنىۋالىدۇ.

ئەينى زامانىدا چۈەنچاڭدىكى سودىگەرلەر ئارىسىدا «ئۇچ تەرەپ نەپكە ئېرىشىش» دەيدىغان بىر خىل سۆز مودا بولغان بولۇپ، بۇنىڭ مەنىسى سودا قىلغاندا سېتىۋالغۇچى ۋە ساتقۇچىغا نەپ بەرگەندىن سىرت جەمئىيەتنىمۇ نەپكە ئېرىشتۇرۇش دېگەنلىك ئىدى. پۈل تېپىش ئەڭ مۇھىم ئەمەس، مۇھىمى بولسا ئىزچىل پۈل تېپىشتۇر. بۇ نۇقتا سوڭشياشىنجىجۇنى خېلى كۆپ تەربىيەگە ئىگە قىلىدۇ.

1918 - يىلى، 24 ياشلىق سوڭشياشىنجىجۇ قايتا - قايتا ئويلانغاندىن كېيىن، «سودىغا ئاتلىنىش» نى قارار قىلىدۇ. ئۇ ئاز - تولا نەتىجە قازىنىپ بولغان ئېلېكتىر لامپا شىركىتىدىن ئىستېپا بېرىپ، روزېتكا ۋە ئېلېكتىر شامالچىسى تەگلىكى ئىشلەپچىقىرىدىغان بىر كىچىك زاۋۇت قۇرۇپ چىقىدۇ ھەمدە زاۋۇتقا ئۆزىنىڭ ئىسمى بىلەن نام بېرىدۇ.

سوڭشياشىنجىجۇ ئىگىلىك تىكلىگەن ئاشۇ يىللار بولسا دەل ياپونىيە شىركەتلىرى جۇش ئۇرۇپ راۋاجلىنىۋاتقان بىر مەزگىل بولۇپ، كېيىنكى كۈنلەردە بارا - بارا پۈتۈن دۇنياغا تەسىر كۆرسەتكەن شىركەتلەر باش كۆتۈرۈشكە باشلىغان ئىدى.



سۇكشياشىنجىجۇ

شۇ يىلى، فېكتىيەن زوجى توكيو تويوتا ئاپتوماتىك توقۇمىچىلىق زاۋۇتىنى قۇرۇپ چىقىدۇ، 15 يىلدىن كېيىن، بۇ توقۇمىچىلىق شىركىتى ئاپتوموبىل بۆلۈمى تەسىس قىلىدۇ. بۇ مەزگىلدە تاناكا ئىشلەپچىقىرىش ئورنى ۋە توكيو ئېلېكتىرىك شىركىتىنىڭ تىجارىتى ناھايىتى گۈللەنگەن بولۇپ، 20 يىلدىن كېيىن بۇ ئىككىسى بىرلىشىپ ياپونىيەدىكى ئەڭ چوڭ گېنېراتور شىركىتى ـ توشىبا شىركىتىگە ئايلىنىدۇ.

سۇكشياشىنجىجۇ

سۇكشياشىنجىجۇ (1894 ـــ 1989)، ياپونىيەلىك كارخانچى، كىشىلەر تەرىپىدىن «تىجارەت پىرى» دەپ ئاتالغان، ئۇ «كەسپىي بۆلۈم تۈزۈمى»، «ئۆمۈرلۈك يالالاش تۈزۈمى»، «يىللىق تۆھپە تەرتىپى تۈزۈمى» قاتارلىق كارخانا باشقۇرۇش جەھەتتىكى مۇھىم تۈزۈملەرنى تۇنجى بولۇپ مەيدانغا كەلتۈرگەن. ئۇ ئۆسمۈرلۈك دەۋرىدە پەقەت تۆت يىل باشلانغۇچ مەكتەپ تەربىيەسى كۆرگەن، دادىسىنىڭ سودىدا مەغلۇپ بولۇشى سەۋەبىدىن ئوساكاغا بېرىپ شاگىرت ئىشچى بولغان. 1918 ـ يىلى، 24 يېشىدا ئوساكادا «سۇكشيا ئېلېكتىر بۇيۇملىرى ياساش ئورنى» قۇرۇپ چىقىپ، ئىلگىرى ـ كېيىن بولۇپ ئىلغار سىم سەپلەش ئەسۋابى، زەمبىرەك ئوقى شەكىللىك باتارىيە لامپىسى، توك دەزمال، توسالغۇسىز رادىيو، ئېلېكترون لامپىسى، ۋاكۇئۇم لامپا، كىرىستال لامپا قاتارلىق مەھسۇلاتلارنى غەلىبىلىك ھالدا بازارغا سالغان. يەتتە يىلدىن كېيىن، ياپونىيەدىكى كىرىمى ئەڭ يۇقىرى كىشىگە ئايلانغان. ئۇ كىشىلەرگە كەمتەر ۋە يېقىملىق مۇئامىلە قىلىدىغان كىشى بولۇپ، ئۆزىنىڭ تىجارەت پەلسەپىسىنى: «ئالدى بىلەن باشقىلارنىڭ پىكرىنى زەن قويۇپ ئاڭلاش كېرەك» دېگەن بىر جۈملە سۆزگە يىغىنچاقلىغان ئىدى.

ئوخشاشلا ئوساكادىن باش كۆتۈرۈپ چىققان شارپ شىركىتىمۇ شىركەتنىڭ قۇرغۇچىسى زاۋچۇەن دېجى 1915 ـ يىلى ئىجاد قىلغان ئاپتوماتىك قېرىنداشقا تايىنىپ كېڭىيىدۇ.

ئېلېكتىر ئۈسكۈنىلىرى رېمونت قىلىش كەسپىدىن باش كۆتۈرۈپ چىققان خىتاچى شىركىتىمۇ 1915 ـ يىلى 7000 ۋاتلىق سۇ كۈچى تۇربىناسىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا ياساپ چىقىدۇ.

ۋاھالەنكى، 50 يىلنىڭ ئالدىدا بولسا، ياپونىيەلىكلەر شىركەتنىڭ قانداق نەرسە ئىكەنلىكىنى پەقەتلا بىلمەيتتى.

ياۋروپادىن بۇ يېڭى شەيئىنى ياپونىيەگە كىرگۈزگەن كىشى بولسا، «ياپونىيە زامانىۋى كارخانىلىرى پېشۋاسى» دەپ ئاتالغان سېزې روڭيې ئىدى. ئۇ ياپونىيەدىكى تۇنجى پاي تۇرۇمىدىكى شىركەتنى قۇرۇپلا قالماي، بەلكى يەنە پاي شىركىتى قۇرۇش ئۈسۈللىرىنى تونۇشتۇرىدىغان تۇنجى كىتابنى يېزىپ چىقىدۇ.

1872 ـ يىلى، ئوساكا شەھەرلىك ھۆكۈمەت ئۇقتۇرۇش تارقىتىپ، ئاممىدىن كارخانا، شىركەت قۇرۇشتا سېزې روڭيىنىڭ «شىركەت قۇرۇش قائىدىلىرى» دېگەن كىتابنى پىشىق ئوقۇپ چىقىشى كېرەكلىكىنى تەلەپ قىلىدۇ.

ھۆكۈمەتنىڭ تەشەببۇسى ۋە قوللىشى ئارقىسىدا، جۇڭگو ـ ياپونىيە جياۋۇ ئۇرۇشى ئاخىرلاشقان 1896 ـ يىلىغا كەلگەندە ياپونىيەدىكى ھەر تۈرلۈك شىركەتلەرنىڭ ئومۇمىي سانى 4596 گە يېتىدۇ، بۇلارنىڭ ئىچىدە پاي تۇرۇمىدىكى شىركەتلەر يېرىمدىن ئارتۇق ئىدى.

شىركەت سانىنىڭ كۆپىيىشىگە ئەگىشىپ، ياۋروپا ـ ئامېرىكىدىن كەلگەن ئىلغار كۆزقاراشلارمۇ ياپونىيە جەمئىيىتىنى توختىماي ئالغا سىلجىتىپ تۇردى.

ياپونىيە دۆلىتى قۇرۇلغان دەسلەپكى مەزگىللەردە يوكوخاما پورتى سىرتقا ئېچىۋېتىلدى. بۇ يەرنى كۆزىتىشكە كەلگەن ئەنگلىيەلىك مۇخبىر ئۆز خەۋىرىدە مۇنداق دەپ يازغان ئىدى: ياپونىيەلىكلەر ئىنتايىن ھۇرۇن كېلىدىكەن، مۇنداق ھۇرۇنلار دۆلىتىدە ئىقتىساد ھەرگىز تەرەققىي قىلالمايدۇ.

بۇ ياپونىيەلىكلەرنى قاتتىق ھەيران قالدۇرىدۇ، چۈنكى ئۇلار ئۆزىنى

ئەزەلدىن ناھايىتى ئىشچان دەپ قارىشاتتى.

مۇخبىر نېمە ئۈچۈن بۇنداق خەۋەرنى يازدى؟ بۇ ئېھتىمال بۇنىڭدىن ئىلگىرى ياپونىيەلىكلەرنىڭ ئىشنى ھەمىشە ئۆز مەيلىچە، ئۆزىنىڭ ۋاقتى بويىچە قىلىشنى ياخشى كۆرىدىغانلىقى سەۋەبىدىن بولسا كېرەك. ھالبۇكى زامانىۋىلاشقان زاۋۇتلارنىڭ خىزمەت شەكلى بولسا بەلگىلەنگەن ۋاقىت ئىچىدە بەلگىلەنگەن خىزمەتنى تاماملاپ بولۇش، سائەت توشقاندا ئاندىن ئىشتىن چۈشۈشتىن ئىبارەت ئىدى.

زامانىۋىلاشقان ئىشلەپچىقىرىش شەكلى ياپونىيەلىكلەرنىڭ ۋاقىت قارىشىنى ئۆزگەرتتى. «كېچىكىپ قېلىش» دېگەن ئىبارە بۇنىڭغا ئەگىشىپ ھازىرقى زامان ياپون تىلىدا مەيدانغا كەلدى. مەدەنىيلىشىش شامىلىنىڭ تەسىرىدە ياپونىيەلىكلەر قىسقا چاچ قويۇپ، كاستۇم كىيىپ، تانسا ئويناپ، ياۋروپاچە كوچا بەرپا قىلىشتى.

ئەمما، پۈتكۈل جەمئىيەتتە ئۇزاق مەزگىلدىن بۇيان شەكىللىنىپ قالغان ئەمەلدارلار ئەزىز، پۇقرالارنى خار كۆرۈش ۋە ئۇقۇمۇشلۇق كىشىلەرنى ئەزىزلەپ سودىگەرلەرنى پەس كۆرۈش ئىدىيەۋى ئاساسىنى ئۆزگەرتىش ئۇنچىۋالا ئاسانغا چۈشمەيتتى.

سېزىر روڭيى ئۇزۇل ـ كېسىل بۆسۈش خاراكتېرلىك يېڭىلىق يارىتىش مەسىلىنىڭ شىركەت تەرەققىياتىغا تۇسالغا بولۇۋاتقان ئىجتىمائىي مەدەنىيەتتە ئىكەنلىكىنى تەدرىجىي بايقايدۇ.

مىڭجى دەۋرىدىكى يېڭىلىققا كۆچۈشتىن بۇيان، ئېچىۋېتىش ـ ئىسلاھ قىلىشقا يېتەكچىلىك قىلىپ كېلىۋاتقان ياپونىيە سەرخىللار قاتلىمى ئىدىيەدە ئازاد بولۇشنىڭ دۆلەتنى تەرەققىي تاپقۇزۇشنىڭ نېگىزى ئىكەنلىكىنى تونۇپ يېتىدۇ.

سېزىر روڭيى ئۆز سودىسىنى تەرەققىي قىلدۇرۇۋاتقان مەزگىللەردە بولسا فۇزىر يۇجى چىگىيىڭ ئۇنىۋېرسىتېتىنى قۇرۇپ ئىقتىسادىي ئىدىيەلەرنى تارقىتىشقا باشلايدۇ.

ياپونىيەدىكى ئەڭ بۇرۇن قۇرۇلغان بۇ خۇسۇسىي ئالىي مەكتەپتە دەسلىپىدە ئەدەبىيات، مالىيە باشقۇرۇش، قانۇندىن ئىبارەت ئۈچ فاكۇلتېت تەسىس قىلىنغان بولۇپ، مالىيە باشقۇرۇش ۋە ئىقتىساد كەسپى بۇ ئۇنىۋېرسىتېتتا بىر پەن دەپ قارالغان ئىدى، فۇزىر يۇجىنىڭ بۇ ئۇسۇلى

ئۇنىڭ بۇنىڭدىن ئىلگىرى يازغان «ئۆگىنىشكە ئۇندەش» دېگەن كىتابىغا ئوخشاش ياپونىيەنى لەرزىگە سالىدۇ.

فۇزې يۇجىنىڭ «ئۆگىنىشكە ئۇندەش» دېگەن ئەسىرىنىڭ تۇنجى نەشرى 220 مىڭ پارچە سېتىلىدۇ. ئەينى زامانىدىكى ياپونىيەدە، ھەر 160 ئادەم ئىچىدە بىر ئادەم بۇ كىتابنىڭ تۇنجى نەشرىنى ئوقۇپ چىققان ئىدى.
(شى زېباۋ ياپونىيە يىچياۋ ئۇنىۋېرسىتېتى ئىقتىساد تەتقىقات ئورنى باشلىقى)

«ئۆگىنىشكە ئۇندەش» دېگەن كىتاب «ئىنسان تۇغۇلۇشىدىلا ئەزىز ياكى خار بولۇپ تۇغۇلمايدۇ» دېگەن بىر جۈملە سۆزدىن باشلانغان ئىدى. بۇ مۇتەپەككۇرنىڭ ياپونىيەلىكلەرگە ئۆگەتمەكچى بولغان تۇنجى پەلسەپىسى: ھەممە ئادەم باراۋەر، باشقىلارنى خارلايدىغان ۋە باشقىلارنىڭ ئايىغ ئاستىدا ياشاش ئۈچۈن تۇغۇلىدىغان ئادەمنۇ بولمايدۇ دېگەندىن ئىبارەت ئىدى.



چىڭيىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى



فۇزې يۈجىنىڭ ھەيكىلى

ۋاھالەنكى، يېڭى مەدەنىيەت كىرگۈزۈشنى زور كۈچ بىلەن تەشەببۇس قىلغان فۇزې يۈجى ھەرگىزمۇ ئادەتتىكى بىر كۆچۈرمىكەش ئەمەس ئىدى.

فۇزېنىڭ ئەڭ مۇھىم ئىدىيەسى بولسا، غەربنىڭ نەرسىلىرى ياخشى تونۇشتۇرۇلۇش ۋە قوبۇل قىلىشلارغا ئىگە بولۇشى كېرەك بولسىمۇ، ئەمما ئۇلارنى ئىشلەتكەن ۋاقىتتا، ناۋادا ياپونىيەلىكلەرنىڭ تارىخىي ئەنئەنىسى، ئىجتىمائىي ئەخلاقى، شۇنداقلا ياپونىيە جەمئىيىتىنىڭ ئۆز ئالاھىدىلىكىنى ئاساس قىلماي تۇرۇپ، ئوخشاش كۆچۈرۈپ كېلىپ ئىشلىتىش توغرا بولمايتتى.

1910 ـ يىلى 3 ـ ئاينىڭ 16 ـ كۈنى، نەچچە ئون يىل سودا ئىشلىرى بىلەن شۇغۇللانغان سېزې روڭيى 70 ياشقا كىرگەن تۇغۇلغان كۈنىنى كۈتۈۋالىدۇ. ئۇنىڭ ئەڭ ياخشى كۆرگەن تۇغۇلغان كۈن سۈۋغىتى بولسا بىر كارخانىچى سۈۋغا قىلغان بىر پارچە رەسىم ئىدى.

رەسىمدىكى تۆت دانە بۇيۇم سېزې روڭيىنىڭ ئۆمۈرلۈك ئارزۇسىغا بېشارەت ئىدى، يەنى رەسىمدىكى تۆت بۇيۇم بولسا سامۇرايلار روھىغا سىمۋول قىلىنغان سامۇرايلار قىلىچى، غەرب مەدەنىيىتىگە ۋەكىللىك قىلغۇچى مۆتىۋەرلەر قالپىقى، سودا پائالىيىتىگە بېشارەت قىلىنغان چوت، ئەدەپ ـ ئەركان ئۆگىنىش قوللانمىسى «مۇھاكىمە ۋە بايان» دىن ئىبارەت ئىدى.

سېزې روڭيى بۇنىڭدىن ئىلھام ئېلىپ «مۇھاكىمە ـ بايان ۋە چوت» دېگەن ئەسەرنى يېزىشقا باشلايدۇ.

نەچچە ئون يىللىق سودا قىلىش تەجرىبىسى ئۇنىڭغا: سودىغا سەل قاراپ، پايدىنى تۆۋەن كۆرۈش ۋە تار ھوقۇق قارىشى خاھىشىنى ئۆزگەرتىش ئۇچۇن، چوقۇم ياپونىيەنىڭ ئەنئەنىۋى كۆڭزىچىلىق ئىدىيەسى بىلەن كاپىتالىزملىق روھ ئوتتۇرىسىدىكى مۇۋاپىق بىر كېسىشىش نۇقتىسىنى تېپىپ چىقىش كېرەكلىكىنى كۆرسىتىپ بېرىدۇ.

سېزې روڭيى شەرقنىڭ كۆڭزىچىلىق تەلىماتى ئەنئەنىسىدىن سودا



سېزې روڭيې

بىلەن شۇغۇللىنىش ئۈچۈن چوقۇم بولۇشى شەرت بولغان يۈكسەك ھەربىكەتلەندۈرگۈچ كۈچنى تېپىۋالىدۇ. يەنى ئۇ، سودا قىلىش ئۆزى ئۈچۈن بولماستىن بەلكى جەمئىيەت ئۈچۈندۇر؛ بۇ، شەخسنىڭ غايىسى ۋە ئەخلاقىغا زىت بولمايلا قالماستىن بەلكى يەنە غايە ۋە ئەخلاقنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ ئەڭ ياخشى يولى ھېسابلىنىدۇ دەپ قارىغان ئىدى. بۇ دەل «كوللېكتىپ مەنپەئەت دېمەك شەخسىي پايدىدۇر، شەخسىي مەنپەئەت كوللېكتىپ مەنپەئەتنى ھاسىل قىلىدۇ دېگەنلىك ئىدى.»

سېزې روڭيې

سېزې روڭيې (1840 ـ 1931)، ياپونىيە مىڭجى ۋە داجېڭ دەۋرىدىكى چوڭ كارخانىچى، ئۇ ئىلگىرى مىڭجى ھۆكۈمىتىنىڭ مالىيە ۋەزىرلىكىگە تەيىنلەنگەن بولۇپ، يېڭى ھۆكۈمەتنىڭ پۇل تۈزۈمى ئىسلاھاتى، بېقىندى يەرلەرنى ئەمەلدىن قالدۇرۇپ ناھىيە تەسىس قىلىش، زايوم تارقىتىش قاتارلىق بارلىق زور سىياسەتلەرنى تەييارلاش ۋە تۈزۈش پائالىيەتلىرىگە قاتناشقان ئىدى. 33 يېشىدا ئەمىلدىن ئىستېپا بېرىپ سودا بىلەن شۇغۇللىنىپ ياپونىيەدىكى تۇنجى پاي تۈزۈمىدىكى بانكا قۇرۇپ، شۇنىڭدىن ئېتىبارەن ئۆزىنىڭ رومانتىك تۇسكە باي بولغان كارخانىچى ھاياتىنى باشلايدۇ. ئۇنىڭ تىجارەت كەسپى پۇل مۇئامىلە، تۆمۈر يول، دېڭىز تىرانسپورتى، كان، توقۇمىچىلىق، پولات ـ تۆمۈر، پاراخوت ياساش، ئېلېكتىر، ئىستراخوانىيە، بىناكارلىق قاتارلىق كۆپ ساھەلەرگە چېتىلىدۇ، ئۇ پۈتۈن ئۆمرىدە 500 دىن كۆپ كارخانا قۇرغان بولۇپ، ئۇ جۇڭگونىڭ كۆڭزىچىلىق روھى بىلەن ياۋروپا ـ ئامېرىكىنىڭ ئىقتىسادىي ئەخلاق قارىشىنى بىر گەۋدە قىلىپ، ياپونىيە تىجارەتچىلىك ئىدىيەسىگە ئاساس سالىدۇ. ئۇ ياپونىيەلىكلەر بىردەك ئېتىراپ قىلغان يېقىنقى زامان ئىگىلىكىنىڭ پېشۋاسى بولۇپلا قالماي، بەلكى يەنە ياپونىيە سودا ـ سانائەت كەسپىنىڭ مەنىۋى ياراتقۇچىسى ھېسابلىنىدۇ.

«مۇھاكىمە ـ بايان ۋە چوت»

سىزىق روڭيىنىڭ 70 ياشقا كىرگەنىدە، «مۇھاكىمە ـ بايان ۋە چوت» ناملىق كىتابنى يېزىشقا باشلايدۇ.

سىزىق روڭيىنىڭ قارىشىچە كۈڭزى سودا قىلىشقا قارشى تۇرماي بەلكى ۋاپاسىز، نامەرد بايلارغىلا قارشى تۇرغان ئىكەن؛ ناۋادا ۋاپادار ئىسىلزادىلەر بولسا، كۈڭزىنىڭ ئۆزىمۇ ئۇنى قوغلىشىدىكەن. كۈڭزى بايلارنىڭ مۇھىملىقىنى كۆرۈپ يەتكەن، چۈنكى بايلار ئىقتىسادنى تەرەققىي قىلدۇرىدۇ. مۇشۇنىڭغا ئاساسەن، سىزىق خەلقنى باي، دۆلەتنى قۇدرەتلىك دۆلەت قىلىش ئۈچۈن چوقۇم سودا ـ سانائەت يولىدا مېڭىش كېرەك دەپ قاراپ، بايلىققا ئىنتىلىشنى مۇشۇنداق مۇقەددەس قىلىپ چۈشەندۈرگەن.

كىتابتا، ئۇ يەنە سودا قىلىشتا «زىيالىيلارچە روھ ۋە سودىگەرلەرچە تالانت بولۇشى كېرەك» لىكىدەك يۈكسەك ئىدىيەۋى مەزمۇننى شەرھلەپ بېرىدۇ. يەنى بىر ئادەمدە ھەم «ئىسىلزادە»لەردەك ئەخلاق ۋە غايىنىڭ بولۇشى ھەم يەنە «سودىگەر»لەردەك قابىلىيەت ۋە ئەمەلىيەتچان روھنىڭ بولۇشى كېرەكلىكىنى تەكىتلەيدۇ.

بۇنداق شەرھلەش سودا پائالىيىتىگە يېڭى مەنە ئاتا قىلىپ، ياپونىيە جەمئىيىتىنىڭ قىممەت قارىشىنى يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا ئۆزگەرتتى.

بۇ «مۇھاكىمە ۋە بايان»نىڭ ھازىرقى زامان نەشر نۇسخىسى بولۇپ، ئۇنىڭدا تىجارەتچىلەردە چوقۇم بولۇشقا تېگىشلىك ئىدىيەلەر شەرھلەنگەن ئىدى. فۇزېڭ يۇجى ۋە سىزىق روڭيىدىن كېيىن، كىشىلەر پۇل ۋە مال دۇنيانى دەپ، ناۋادا خەلق رايى، روھ ۋە ئىناقلىق قاتارلىقلاردىن ئايرىلىپ قالغانىدا جەمئىيەتنىڭ ناھايىتى خەتەرلىك ھالغا چۈشۈپ قالىدىغانلىقىدىن ئىبارەت بىر خىل نۇقتىنى تونۇپ يەتكەن ئىدى.

1916 ـ يىلى، «مۇھاكىمە ـ بايان ۋە چوت» دېگەن كىتاب نەشردىن چىقىدۇ، كىتابنىڭ ھەر پارچىسى پەقەت 1 ياپونىيە يىنىدىن سېتىلغان بولۇپ، كىشىلەر بەس ـ بەستە ئوقۇيدىغان، ياپونىيە كارخانچىلار ساھەسىدىكى «مۇقەددەس كىتاب»قا ئايلىنىدۇ.

سۆڭشياشىنجىجۇ ئىگىلىك تىكلىگەن مەزگىلدە ، شىركەت ئاللىقاچان ياپونىيە ئىقتىسادىنىڭ تۈۋرۈكىگە ئايلانغان ئىدى.

بۇ مەزگىل دەل مىڭجى يېڭىلىقلا كۆچۈشىنىڭ 50 يىلىغا تولغرا

كەلگەن ئىدى. مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، ھوقۇقنى چاڭگىلىغا ئېلىۋالغان ھۆكۈمدارلار ئىزچىل ھالدا جەمئىيەتتىكى ئاساسىي مەدەنىيەت ئېقىمىنىڭ يۆنىلىشىنى بېكىتكۈچىلەر ھېسابلىناتتى.

مىڭجى ھۆكۈمىتى زامانىۋىلاشتۇرۇشنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن تۈرلۈك تۈزۈملەرنى بەرپا قىلىپ، ئىقتىسادىي پائالىيەتلەرگە ئۇل سالدى، مەسىلەن: توختام ئىدىيەسى، ئىگىدارلىق ھوقۇقى مەسىلىسى قاتارلىقلار، بۇ مەسىلىلەرگە ئالاقىدار قانۇنلارنى ئېلان قىلدى، ھەم يەنە ھۆكۈمەت يېتەكچىلىك قىلىدىغان بانكا تۈزۈممۇ تۈزۈپ چىقتى. بۇلارنىڭ ھەممىسىنى ئىقتىسادىي تەرەققىياتنىڭ ئاساسى دېيىشكە بولىدۇ.
(ۋۇتيەن چىڭربن ياپونىيە توكيو ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ياپونىيەدە «شىركەت» قانۇنى ئېلان قىلىنغان 1890 - يىلى پارلامېنت تۇنجى «ئاساسىي قانۇن»نى ئېلان قىلدى. «ئاساسىي قانۇن»دا ساماۋى پادىشاھنىڭ مۇتلەق ھوقۇقى تەكىتلەندى، ئەمما پۇقرالارغىمۇ مۇئەييەن دەرىجىدە ئىقتىسادىي ئەركىنلىك ئاتا قىلىندى، ھەمدە: «ياپونىيە پۇقرالىرىنىڭ ئىگىدارلىق ھوقۇقلىرى دەخلى - تەرۇزغا ئۇچرىمايدۇ» دەپ بەلگىلەندى.

ئىگىدارلىق ھوقۇقىنى قوغداش بىلەن بىر ۋاقىتتا، مىڭجى ھۆكۈمىتى يەنە مۇلۇك ھوقۇقىغا قارىتا تەڭشەش ئېلىپ بېرىپ، باشقۇرۇشى ياخشى بولمىغان ھۆكۈمەت كارخانىلىرىنى خېلى بۇرۇنلا شەخسلەرنىڭ باشقۇرۇشىغا ھاۋالە قىلىپ بەرگەن ئىدى.

تەڭ قەدەمدە ئېلىپ بېرىلغان ئىقتىسادىي تۈزۈلمە ۋە سىياسىي تۈزۈلمە ئىسلاھاتى فېئودالىلىق ئىمتىياز سىستېمىسىنى تەدرىجىي بەربات قىلدى، تەبىقە تۈزۈمى بارا - بارا يىمىرىلىشكە قاراپ يۈزلەندى.

كىشىلەردە پەقەت فېئودالىلىق ئەخلاقلا ئەمەس، يېڭىچە تۇرمۇش شەكلى بولسىمۇ بولىدۇ. غەرب مەدەنىيىتىنىڭ نېگىزى بولسا ئىندىۋىدۇئالىزم بولۇپ، شەخسكە ھۆرمەت قىلىشنى تەكىتلەيدۇ، كىشىلەر مىڭجى يېڭىلىقلا كۆچۈشىدىن كېيىن بۇ خىل كۆزقاراشنى تەدرىجىي چۈشىنىشكە باشلىدى.
(جۆ جىنچىڭ ياپونىيە زاۋداۋتيەن ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

2. غەربچە «چىراي» ئاستىدىكى شەرق «روھى»

20 ـ ئەسىرنىڭ 30 ـ يىللىرى، بىر ئەۋلاد يېڭى كارخانچىلار سېزىپ روڭىينىڭ روھىغا ۋارىسلىق قىلدى.

1932 ـ يىلى 5 ـ ئاينىڭ 5 ـ كۈنى، سوۋېتىياشىنجىڭ 168 نەپەر خىزمەتچىسىنى بىر يەرگە يىغىپ، كۆپچىلىككە ئۆزىنىڭ ھەقىقىي بۇرچىنى ئەمدىلا بايقىغانلىقىنى ھاياجان بىلەن جاكارلايدۇ.

«بىز خۇددى سۇ تۇرۇبىسىغا ئوخشاش مەھسۇلاتىمىز ۋە مۇلازىمىتىمىزنى ئاممىغا ئۇزۇلدۇرمەي يەتكۈزۈپ تۇرۇشىمىز كېرەك، ئىشلەپچىقارغىنىمىز قانچىكى كۆپ بولسا مەھسۇلات شۇنچە ئەرزان بولىدۇ، كۆپچىلىكمۇ شۇنچە مەنپەئەتكە ئېرىشىدۇ، كۆپچىلىكنىڭ تۇرمۇشىمۇ بارغانسېرى بەختلىك بولىدۇ. مانا بۇ سوۋېتىيا شىركىتىنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇش يولى ھەم سوۋېتىيا شىركىتىنىڭ ئىجتىمائىي بۇرچى.»

ماھىيەت جەھەتتىن ئېيتقاندا، ياۋروپا ۋە ئامېرىكا ئىندۇستىرىيالىزمغىلا ئەھمىيەت بېرىدۇ، پايچىكلارنىڭ ھەممىسى خۇسۇسىيلار بولۇپ، تىجارەت قىلغۇچى پەقەت ئۆز مەنپەئىتىنىلا ئويلايدۇ. ھالبۇكى ياپونىيەلىكلەر بولسا شىركەت زورايغاندا خۇسۇسىيمۇ قۇدرەت تاپىدۇ دەپ قارىشىدۇ. شەخسىنىڭ تەقدىرى بىلەن شىركەت تەقدىرىنى بىر ـ بىرىگە زىچ باغلاش ياپونىيەلىكلەرنىڭ ياۋروپا ـ ئامېرىكىدىن پەرقلىنىدىغان ئەڭ زور پەرقى ھېسابلىنىدۇ. ئاسىيادىكى باشقا دۆلەتلەرمۇ مۇشۇنىڭغا ئوخشايدۇ.

بىر قىسىم مەدەنىيەتلەر شەخسىيەتچىلىككە تېخىمۇ مايىلراق بولسا، بىر قىسىم مەدەنىيەتلەر ئەكسىچە كوللېكتىۋىزمغا تېخىمۇ مايىل بولىدۇ. باشقۇرۇش سىستېمىسى ئىچىدىكى ئىش ھەققى تۈزۈمى، تۆلەم تۈزۈمى، نىشانىنى بېكىتىش شەكلى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى مەدەنىيەت ئىچىدىكى ئاشۇ ئامىللارنى نامايان قىلىپ تۇرىدۇ.

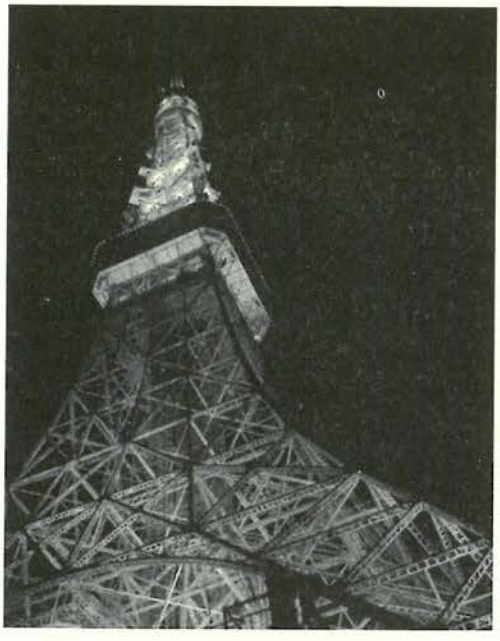
(داۋىد سىمتربىئىن ئامېرىكا ماساچۇستېس ئۇنىۋېرسىتېتى سلوئان باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

ئۆزىنى ۋەتەنگە بېغىشلاش، ساداقەتمەنلىك، جاسارەت ۋە ئۆزىنى قۇربان قىلىشقا ئوخشاش سامۇراي روھى زامانىۋى كارخانىلارغا يۇغۇرۇلۇپ كەتكەن ئىدى، شۇ سەۋەبتىن شىركەتلەردە ئۆزىگە خاس ياپونىيە روھى مەيدانغا كەلدى.

ئامېرىكىلىق ئالىم فېيۇبل ۋوگېلىنىڭ قارىشىچە، ياپونىيەدە، «كوللېكتىپ مەنپەئىتى ئۈچۈن ئىتتىپاقلىشىپ ھەمكارلىشىش كېرەك دەيدىغان تونۇش بار، بۇ خىل تونۇش ھېلىمھەم بارلىق شىركەتلەردە ساقلانماقتا...»

ياپونىيەلىك خىزمەتچىلەر شىركەت نامى ئارقىلىق ئۆزىنى چاقىرىشنى ياقتۇرىدۇ، ئۆزىنى «سوڭشيالىق»، «تويوتالىق» دېگەنگە ئوخشاش ناملار بىلەن ئاتىشىدۇ، ئۇلار بۇنداق كۈچلۈك تەۋەلىك ھېسسىياتىنى «ساداقەتمەنلىك» دەپ ئاتىشىدۇ.

شىركەت ياپونىيەلىكلەرگە نىسبەتەن ئېيتقاندا خۇددى تېخىمۇ چوڭ ئائىلىگە ئوخشايدۇ. خىزمەتچىلەر بۇ ئائىلىگە موھتاج، ئىجتىمائىي مەدەنىيەت بۇ ئائىلىگە موھتاج.



توكيو تۆمۈر مۇنارى

بۇ ئىنسانلار مىڭ يىللاردىن بۇيان داۋام قىلىپ كېلىۋاتقان سۆيگۈ ۋە تۇرمۇش شەكلىنىڭ داۋاملىشىشى ھېسابلىنىدۇ.

باشقۇرغۇچىلار بولسا بۇ يەردە ئائىلە باشلىقىنىڭ رولىنى ئېلىپ، ئائىلىنىڭ ئىناقلىقى، ئىتتىپاقلىقى ۋە تەرتىپىنى تىرىشىپ ساقلاپ، ئائىلە ئەزالىرىنى بەختىتىن بەھرىمەن قىلىدۇ.

شۇڭلاشقا، ناھايىتى ئۆزاق بىر مەزگىل ئىچىدە، سوڭشيا شىركىتى تۇنجى بولۇپ بارلىققا كەلتۈرگەن ئۆمۈرلۈك يالاش

تۈزۈمى ۋە يىللىق تۆھپە تەرتىپىنى كەڭ دائىرىدە قوللىنىپ، ئاساسىي جەھەتتىن ياپونىيە كارخانا باشقۇرۇشىنىڭ ئۇلگىسىگە ئايلانغان ئىدى.

ياپونىيەنىڭ خادىم يالاش تۈزۈمىنىڭ ئالاھىدىلىكى بولسا ئوخشاش بىر شىركەتتە ئۇزاق مەزگىل يالىنىلىدۇ، بۇ مەزگىلدە ئىش ھەققى ئۈزۈكسىز ئۆستۈرۈلىدۇ. ئىقتىسادشۇناسلار تەتقىق قىلىش ئارقىلىق بۇنىڭ بىر مۇڭلۇق سىستېما ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلىدى. بۇنداق بىر سىستېما ئالاھىدە ئىقتىدار ۋە ئادەم كۈچى بايلىقلىرىنى توپلاشقا پايدىلىق.
(گاڭچى جېرىن ياپونىيە توكيو ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

شۈبھىلاشقا، كۆپچىلىك شىركەت پايچىكىنىڭمۇ ياكى باشقۇرغۇچىنىڭ بولماستىن بەلكى شىركەت خادىملىرىنىڭ دەيدىغان بىر خىل كۆزقاراشىنى تەدرىجىي بەرپا قىلىشتى. مانا بۇ ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ ئەڭ چوڭ ئالاھىدىلىكى.

1930 - يىللىدىكى يەر شارى خاراكتېرلىك ئىقتىسادىي كىرىزىس ياپونىيەگە تەسىر كۆرسەتمىدۇ. سوۋېتىيا شىركەتلىنىڭ ئېلېكتىر ئۈسكۇنىلىرىنىڭ سېتىلىش سوممىسى شىددەت بىلەن تۆۋەنلەپ، ئىسكىلات بېسىلىپ قالغان مەھسۇلاتلارغا تولىدۇ. ئىككى نەپەر يارەمچى خادىملارنىڭ يېرىمىنى قىسقارتىش تەكلىپىنى بېرىدۇ، ئەمما سوۋېتىيا شىنجىڭ ئەكسىچە ھالدا بىرمۇ خادىمنى قىسقارتماسلىق، ئىش ۋاقتىنى يېرىم كۈنگە قىسقارتىشنى قارار قىلىپ، خادىملاردىن ئىسكىلاتتىكى مالالارنى پۈتۈن كۈچى بىلەن سېتىشنىلا تەلەپ قىلىدۇ.

نەتىجىسى بولسا ھەتتا سوۋېتىيانىڭ ئۆزىنىڭ تەسەۋۋۇرىدىنمۇ ھالقىپ كېتىدۇ. پۈتۈن خادىملارنىڭ تىرىشچانلىق كۆرسىتىشى نەتىجىسىدە شىركەت بىرقانچە يىللاردىن بۇيانقى ئەڭ يۇقىرى سېتىش سوممىسىغا ئېرىشىدۇ.

ئەخلاق ۋە ھەققانىيەت، سۆيگۈ - ھېسسىيات، كىشىلىك مۇناسىۋەت ۋە يەنە ئىشەنچ، يېقىنچىلىق قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى ئىنسانىيەت جەمئىيىتىنىڭ نەچچە مىڭ يىللاردىن بۇيان مەۋجۇت بولۇپ تۈزۈشىدىكى ئاساسلىق ئامىل بولۇپ، بۈگۈنكى كۈندە بۇلارنىڭ ھەممىسىنى

ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىگە ئايلاندۇرۇشقا بولىدۇ. ياپونىيە شىركەتلىرى دۇنياغا مانا مۇشۇنداق بىر خىل يېڭىچە روھنى تارقىتىدۇ.

بىر قىسىم نەرسىلەر ياپونىيەدە بەلكىم قوبۇل قىلىنماسلىقى مۇمكىن، ئەمما ناھايىتى كۆپ بىر قىسىم نەرسىلەر ھەرقانداق جەمئىيەتتە قارشى ئېلىنىدۇ. باشقىلارنى قەدىرلەش، باشقىلارنىڭ قىزغىنلىقىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ئارقىلىق سودا تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرۈشتىن ئىبارەت بۇ نۇقتا ھەرقانداق دۆلەت، ھەرقانداق جەمئىيەت، ھەرقانداق بىر دەۋر ئۈچۈن ئېيتقاندا ئورتاقتۇر.

(بەنبېن خېيى ياپونىيە لىمىتگۈەن ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

مەدەنىيەت بولسا تەشكىلاتلار ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزىدىغان ئېتىقاد ۋە قىممەت قارىشىدۇر. مەدەنىيەت ھەممىلا يەردە ئۇچرايدۇ، ئۇ ئادەتتە شىركەتلەردىكى ناھايىتى قۇدرەتلىك كۈچ ھېسابلىنىدۇ.

(فرانشىس خىساربىن ئامېرىكا دېرۇك فوندى قۇرغۇچىسى)

ئورتاق قىممەت قارىشى ئارقىلىق كىشىلەرنىڭ مايىللىقىنى مۇجەسسەم قىلىپ، ئادەم كۈچىدىن ئىبارەت بۇ ئەڭ قىممەتلىك بايلىقنى سەپەرۋەر قىلىشتەك ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ بۇنداق ئەمەلىيىتى ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن تەدرىجىي ھالدا كىشىلەرنىڭ دىققىتىنى ئۆزىگە تارتىدۇ.

3. يۇقىرى ۋە تۆۋەن پەللە ئوتتۇرىسىدىكى تەپەككۇر

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشى ئاياغلاشقاندىن كېيىن، زامانىۋى شىركەت باشقۇرۇش تۈزۈمى بەرپا قىلىش ياۋروپا ۋە ئامېرىكىدا مودا ئېقىمغا ئايلىنىپ، چوڭ شىركەتلەر ئۆزلىرىنىڭ تەشكىلىي قۇرۇلما لايىھەلىرىنى تۈشمۇتۈشتىن ئوتتۇرىغا چىقىرىپ، كۆڭۈل قويۇپ لايىھەلەنگەن سانلىق مودېل ۋە كونترول قىلىش جەريانلىرىنى ئېلان قىلىشتى.

خارابىلار ئۈستىگە قايتىدىن بەرپا قىلىنغان ياپونىيە شىركەتلىرىمۇ

يېڭىچە تۈزۈم مۇھىتىغا ئىگە بولدى.

1946 - يىلى ئېلان قىلىنغان ياپونىيە «تىنچلىق ئاساسىي قانۇنى»دا، ساماۋى پادىشاھنىڭ پەقەت دۆلەتنىڭ سىمۋولى سۈپىتىدىلا ساقلاپ قېلىنىپ، ئۇنىڭ ئىمتىيازى ۋە سالاھىيەت تۈزۈمى ئەمەلدىن قالدۇرۇلدى. باراۋەرلىك پىرىنسىپى ئاساسىي قانۇنغا ئېنىق قىلىپ يېزىلدى، ئۇنىڭدىن باشقا ئاساسىي قانۇنغا يەنە «مال - مۈلۈك هوقۇقى دەخلى - تەرۇزغا ئۇچرىمايدۇ» دەپ يېزىلدى.

بۇ ئاساسىي قانۇن ئېلان قىلىنىشتىن ئىلگىرى، كىشىلەر دۆلەت ئۇچۇن خىزمەت قىلاتتى، دۆلەت يەنە ئەسكەرلىككە قوبۇل قىلاتتى، ئەمدىلىكتە بولسا ھەر كىم ئۆز ئىشىنى ياخشى قىلسىلا بولىدىغان بولدى. بۇ جەھەتتىن ئېيتقاندا، «ئاساسىي قانۇن»نىڭ ئىقتىسادىي تەرەققىياتقا بولغان تۆھپىسى ناھايىتى چوڭ بولدى.

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىنكى ياپونىيە شىركەتلىرى بۇنىڭدىن ئىلگىرىكى دۆلەتنىڭ سىرتقا قارىتا كېڭەيمىچىلىك قورالىنىڭ بېقىندىسى بولۇش سالاھىيىتىدىن ئاخىر قۇتۇلۇپ، ھەقىقىي مۇستەقىل ھالدىكى بازار سۇبېيېكتىغا ئايلاندى.

نۇرغۇنلىغان ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ ھەممىسى چەت ئەلنىڭ يېڭى تېخنىكىلىرى ۋە يېڭى ئەندىزىلىرىنى ئۆگەندى ياكى خادىملىرىنى چەت ئەلگە ئۆگىنىشكە ئەۋەتىشتى. شۇنىڭ بىلەن بىرگە، ئۇلار يېڭى تەپەككۇر شەكىللىرىنى بارلىققا كەلتۈردى ھەمدە ئۇنى پۈتكۈل جەمئىيەتكە تارقاتتى.

خۇددى مىڭجى يېڭىلىققا كۆچۈش دەۋرىگە ئوخشاش، ياپونىيەدىن ئىبارەت بۇ مۇنەۋۋەر ئۆگەنگۈچى ھەمىشە ئۆز ئارتۇقچىلىقىدىن ماھىرلىق بىلەن پايدىلىنىپ ئۆگەنگەنلىرىنى ئىجادچانلىق بىلەن ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈپ تۇردى.

تويوتا ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش لىنىيەسىدە ئالاھىدە بىر يىپ تارتىپ قويۇلغان بولۇپ، ئۇ «بىخەتەرلىك يىپى» دەپ ئاتىلىدۇ. ھەرقانداق بىر خادىم پەقەت نورمالسىزلىق بايقىسا، سۈپەتسىز مەھسۇلاتنىڭ كېيىنكى ئىش تەرتىپىگە ئۆتۈپ كېتىشىنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن، يىپنى تارتىپ ئىشلەپچىقىرىشنى توختاتسا بولاتتى.

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

ئامېرىكا شىركەتلىرى سۈپەت باشقۇرۇشنى ئاخىرقى ئورۇندا كونترول قىلاتتى. ئەمما ياپونىيە شىركەتلىرى بولسا مەسىلىنى باش مەنبەسىدىلا ھەل قىلىشقا كىرىشەتتى.

بىخەتەرلىك يېپىنى تارتىش ھوقۇقى ۋە مەسئۇلىيىتى سەۋەبىدىن ئىشچىلار ئەمدى يەنە پەقەت ئىشلەپچىقىرىش لىنىيەسىدىكى بىر تال بولتا ياكى خالىغانچە ئالماشتۇرۇۋېتىشكە بولىدىغان زاپچاستىن مۇستەقىل تەپەككۇر قىلىش ئىقتىدارى ۋە سۆيگۈ ھېسسىياتقا ئىگە ئېتىبار بېرىلىدىغان ئىنسانلارغا ئايلاندى.

مەسىلەن: ئەتىگەندە شىركەتكە كېلىپ بۇگۈن مەسىلە بارمۇ دەپ سورايسىز، ناۋادا مەسىلە يوق دېگەن جاۋابقا ئېرىشسىڭىز ناھايىتى غەلىتىلىك بولىدۇ. چوقۇم مەسىلە بار، چۈنكى مەسىلە يوقلۇقىنىڭ ئۆزى بىر مەسىلىدۇر. ئۇنداقتا بېرىپ مەسىلىنى بايقىشىڭىز، مەسىلىنى تېپىپ چىقىپ ئارقىدىن ئۇنى ھەل قىلىشىڭىز كېرەك.

(تېڭبېن لوڭخوك ياپونىيە توكيو ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

شۇبھىسىزكى، كاپىتالىزم، شۇنداقلا بازار ئىگىلىكىگە قاتناشقۇچى بارلىق كارخانىلارنىڭ ھەممىسى چوقۇم مەنپەئەتكە ئېرىشىشى كېرەك. ۋاھالەنكى يەنە بىر تەرەپتىن ئېيتقاندا، شىركەت يەنىلا «ئادەمنىڭ تەشكىلاتى» ھېسابلىنىدۇ، شىركەت مۇدىرىدىن ئادەتتىكى بىر خادىمغىچە بولغان ھەر قاتلامدىكىلەر تەشكىلنىڭ بىر ئەزاسى بولۇش سۈپىتىدە شىركەتنىڭ پائالىيىتىگە قاتنىشىدۇ.

ياپونىيە باشقۇرۇش ئىلمى پېشۋاسى يېغىنچاقلاپ مۇنداق دەيدۇ: ياپونىيە كارخانىلىرىنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشى پەقەت شىركەت ناخشىسى ۋە ئۆمۈرلۈك يالاش تۇزۇمى سەۋەبىدىنلا بولماستىن بەلكى تەشكىلات ئىچىدە ئادەملەرنى قايتىدىن بايقىغانلىقىدىندۇر.

تېگى - تەكتىدىن ئېيتقاندا، شىركەت پەقەت بىر ھەشەمەتلىك ئىمارەتلا ئەمەس، مالىيە پايدىسى، ئىستراتېگىيەلىك تەھلىل قىلىش ۋە بەش يىللىق پىلان تۈزۈش جەھەتلەردە ئادەم ئامىلىنى سەپەرۋەر قىلماقچى بولساق، مەدەنىيەتنىڭ كۆزگە كۆرۈنمەس كۈچ - قۇدرىتى ھەممىنى بېسىپ چۈشىدۇ.

ھالبۇكى مەدەنىيەت مەڭگۇ ئۆزگەرمەس نەرسە ئەمەس، پەقەت ئۆگىنىش ۋە ئېچىۋېتىشكە ماھىر بولغان مەدەنىيەتلا ھەقىقىي ھاياتىي كۈچكە ئىگە بولىدۇ.

ھەم ئەسلىدە بار بولغان نەرسىلەرنى ساقلاپ قالدى، يەنە بىر تەرەپتىن يەنە يېڭى نەرسىلەرنى كىرگۈزدى. ئاددىيراق قىلىپ ئېيتقاندا، مانا بۇ ياپونىيە مەدەنىيىتىنىڭ ئارىلاشمىچانلىقىدۇر. ياپونىيەلىكلەر يېڭى شەيئىلەرنى كىرگۈزۈشكە ناھايىتى ماھىر، شۇڭلاشقا يېڭى شەيئىلەرنى ئەركىن ئىشلىتەلەش بىلەن بىر ۋاقىتتا ئۆزلىرىدە بار بولغان كونا نەرسىلەرنىمۇ تاشلىۋەتمەي بەلكى ئۇلارنىڭ ئەسلىي شەكلىنى ساقلاپ قالىدۇ. يېڭى شەيئى ۋە كونا شەيئىلەر مۇشۇنداق ئۆزئارا توقۇنۇشمايدىغان ھالەتتە تەرەققىي قىلىپ بۈگۈنگىچە داۋاملىشىپ كەلدى.

(جۆ جىنچىڭ ياپونىيە زاۋداۋتيەن ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

100 يىل مابەينىدە، ياپونىيە جەمئىيىتى شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى تەرىپىدىن ئۆزگەرتىلدى ھەم يەنە ئۆزىنىڭ شەكلى ئارقىلىق شىركەتنى ئۆزگەرتتى. ياپونىيە شىركەتلىرى ئۆزگىچە مەنىۋى قىياپەت بىلەن دۇنيا سەھنىسىگە چىقتى.

بىر نەپەر ياپونىيەلىك تەتقىقاتچى: «سانائەتلەشمىگەن دۆلەتتە بىيۇروكرات ئاپپاراتلارنىڭ ئىش ئۇنۇمى ناھايىتى تۆۋەن، تەشكىلچانلىقى ئىنتايىن ناچار بولىدۇ. ناۋادا زامانىۋى سانائەتكە ئىگە بولۇپ، رىقابەتلىشىشنى ئۆگىنىۋالغاندا بىيۇروكرات ئاپپاراتلارنىڭ ئۇنۇمىمۇ يۇقىرى كۆتۈرۈلىدۇ» دەيدۇ. دەل ئاشۇ ياپونىيە شىركەتلىرى كىشىلەرگە ۋاقىتقا رىئايە قىلىش، يۇقىرى ئۇنۇم يارىتىش ۋە تىز پۈكمەسلىكنى ئۆگەتكەنلىكى ئۈچۈن، ياپونىيە پۈقرالىرىنىڭ تۇرمۇش سەۋىيەسى يۇقىرى كۆتۈرۈلۈپ، ياپونىيە تېخىمۇ يۇقىرى ئۇنۇملۇك ۋە تېخىمۇ تەشكىلچانلىققا ئىگە بولدى.

مېنىڭچە «شىركەتنىڭ قۇدرىتى» دېگەندىن كۆرە «خەلقنىڭ قۇدرىتى» دېگەن ياخشىراق، خەلقنىڭ كۈچ - قۇدرىتىلا ئىجتىمائىي تەرەققىياتنى

ئىلگىرى سۆزلىدىغان ھەقىقىي كۈچ ھېسابلىنىدۇ، بۇ ھەم سېزىپ روشەنلىك قارىشى.
(جىك شاگرۇن سېزىپ تارىخ ماتېرىياللىرى ساريىي باشلىقى)

20 - ئەسىرنىڭ 70 - يىللىرى، ياپونىيە يەر شارى بويىچە ئىقتىسادنىڭ ئېشىشى ئەڭ تېز بولغان دۆلەت بولدى، بۇ مەزگىل ھەم ياپونىيەلىكلەرنىڭ بەخت تۇيغۇسى ئەڭ كۈچلۈك بولغان بىر مەزگىل ھېسابلىنىدۇ.

بۇنىڭغا سېلىشتۇرغاندا ئامېرىكا كارخانىلىرى خەلقئارا رىقابەت داۋامىدا ئارقا - ئارقىدىن ئوڭۇشسىزلىققا ئۇچراپ، بازاردىكى نېسىۋىسى ئۆزۈكسىز كىچىكلەپ، تاشقى سودىدىكى قىزىل رەقەمى يىل بويى ئۆرلىدى.

كىچىككىنە بىر ئارال دۆلىتى دۇنيادىكى بىرىنچى چوڭ ئىقتىسادي گەۋدىنىڭ غوجايىنلىق ئورنىنى تەۋرىتىپ قويدى. ياپونىيە ئېلىپ كەلگەن رىقابەتكە قارىتا، ئامېرىكا پىرېزىدېنتى نېكسون چۆچىگىنىچە: «ئامېرىكا بىز چۈشىمىزدىمۇ كۆرۈپ باقمىغان رىقابەتكە دۇچ كەلدى» دەيدۇ.

ئامېرىكىلىقلار كۆپ ئىزدىنىش ئارقىلىق ئەڭ ئاخىرىدا مۇنداق يەكۈن چىقىرىدۇ: بىزنىڭ دۈشمىنىمىز ياپونىيەلىكلەر بولماستىن بەلكى كارخانا باشقۇرۇش مەدەنىيىتىمىزنىڭ چەكلىملىك بولۇشىدۇر.

ياپونىيە شىركەتلىرى ئادەملەرگە دىققەت قىلىشنى ئالدىنقى ئورۇنغا قويىدۇ، ئۇلار باشقۇرۇشتا «سانلىق مىقدار» ياكى «پايدا»نى ئاساس قىلماي بەلكى «ئادەمنى ئاساس» قىلىش كېرەك دەپ قارايدۇ. ئۇلار خادىملارنىڭ ئىجادچانلىق كۈچى، يېڭىلىق يارىتىش كۈچىنى ئۇرغۇتىدۇ، خېرىدارلارنىڭ پىكرىگە قۇلاق سالىدۇ، ئۆز قىممىتىنىڭ پايچىكلارغا، جەمئىيەتكە، تېخىمۇ گۈزەل دۇنيا بەرپا قىلىشقا پايدىلىق ياكى ئەمەسلىكى ئۈستىدە توختىماي ئويلىنىدۇ.

20 - ئەسىرنىڭ 80 - يىللىرىدىن كېيىن، ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ مەدەنىيەت ئارقىلىق ئېرىشكەن پايدىسى دۇنيانىڭ ئولگىسى بولۇپ قالدى. كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ مەزمۇنى تېز ۋە تولۇق ھالدا تەرەققىي قىلدۇرۇلدى.

ئىنسانلارنىڭ روھىي ھېسسىياتى بىلەن مۇناسىۋەتلىك بولغان تۈرلۈك ئامىللار دادىل قەدەم بىلەن دۇنيانىڭ ھەرقايسى جايلىرىدىكى شىركەتلەرگە

كىرىپ، ھەربىر ئىشخانا، ھەربىر ئىشلەپچىقىرىش لىنىيەسىنى ئىگىلەپ، ھەربىر مەھسۇلات ۋە مۇلازىمەت، ھەربىر ئېغىز ئېلان سۆزى ۋە تەشۋىقات ئىبارىلىرىدە ئىپادىلەندى.

كىشىلەر تۇشمۇتۇشتىن ئۆز مەدەنىيەتلىرى ئارىسىدا ئىزدىنىپ، گۈزەل قىممەتلەر ئارقىلىق شىركەتلەرنى قايتا قۇرۇشتى، ئېسىل روھلار بىلەن شىركەتلەرنى تاۋلىدى، پايدىدىن ھالقىغان ئاممىۋى ئەخلاقلار بىلەن شىركەتلەرنى بېزەشتى. بۇ ئۇتۇقلارنىڭ ھەممىسىنى پەقەت قاتتىق باشقۇرۇشلارغا تايىنىپلا قولغا كەلتۈرگىلى بولمايدۇ. ھەربىر شىركەتنىڭ چوقۇم ئۆزىگە خاس غايىسى، ئۆزىگە خاس مەدەنىيىتى بولۇشى كېرەك، چۈنكى بۇ ئاممىلار خادىملارنى تىرىشىپ خىزمەت قىلىشقا، ئىستېمالچىلارنى داڭلىق مەھسۇلاتلارغا سادىق بولۇشقا جەلپ قىلىدۇ. ئەمەلىيەتتە، شىركەتلەر چوقۇم يۇمشاق ئەمەلىي كۈچكە، شىركەتنىڭ جەلپ قىلىش كۈچىگە ئەھمىيەت بېرىشى لازىم، مۇشۇنداق قىلغاندىلا ئاندىن شىركەت ئېھتىياجلىق بايلىقلارنى مۇجەسسەم قىلىپ، ئۆز مەھسۇلاتلىرىنى ساتالايدۇ.

ۋاھالەنكى، مۇشۇ سۆزلەر قۇلاق تۇتۇمىزدە جاراڭلاپ تۇرغان ئاشۇ پەيتتە، ياپونىيە ئەكسىچە ئون يىلغا سوزۇلغان ئىقتىساد بىر ئىزدا توختاپ قېلىش مەزگىلىگە كىرىپ قالىدۇ. روكفېللېر مەركىزىنى ئىككىنچى يىلى ئامېرىكا شىركەتلىرى قايتۇرۇپ سېتىۋالىدۇ، سونى شىركىتىمۇ بىرقانچە قېتىم خەتەرلىك ئەھۋاللارغا دۇچ كېلىدۇ.

ياپونىيەنىڭ ئاجىزلىشىپ كېتىشىنى كەلتۈرۈپ چىقارغان سەۋەب ئۇستىدە كىشىلەر تاكى ھازىرغىچە تالاش - تارتىش قىلىشماقتا. ئەمما كىشىلەرنىڭ ئەڭ كۆڭۈل بۆلىدىغىنى بولسا ئۇنىڭ قىيىن ئەھۋالدىن قانداق مېڭىپ چىقىشى ئىدى.

ياپونىيە ئىقتىسادىي قىيىنچىلىقتا قالغان 20 - ئەسىرنىڭ90 - يىللىرىدا ئۇچۇر ئىنقىلابى پۈتۈن يەر شارىنى قاپلاپ، يېڭى بىر قېتىملىق مۇسابىقە باشلاندى. پەن - تېخنىكا ۋە يېڭىلىق يارىتىش دۇنياۋى ئېقىمغا يېتەكچىلىك قىلىۋاتقان پەيتتە، كىم يېڭىلىق يارىتىش كۈچىگە ئىگە بولسا شۇ تېخنىمۇ كۈچلۈك چوڭ شىركەتلەرگە ئىگە بولاتتى.

شىركەتلەر ئۆز كۆلىمىنىڭ كېڭىيىشىگە ئەگىشىپ، تەرجىي ھالدا

ئۆزىگە خاس كارخانا مەدەنىيىتى شەكىللەندۈردى. بۇنداق مەدەنىيەتلەر مەلۇم دەرىجىدە ئۆز تۈپرىقىنىڭ مەدەنىيىتىنى نامايان قىلسا، يەنە بىر تەرەپتىن شىركەتنى بەرپا قىلغۇچىنىڭ مىجەز - خۇلقىنىمۇ ئەكس ئەتتۈرۈپ بەردى. بۇ شىركەتنى بەرپا قىلغۇچى كارخانا مەدەنىيىتىنى يارىتىشتا ئىنتايىن ھالقىلىق رول ئويناندى.

ئامېرىكىدا كۆپ سانلىكى كىشىلەر تەرىپىدىن قوبۇل قىلىنغان بىر خىل قىممەت قارىشى بار، بۇ خىل قىممەت قارىشى بولسا پايدا، پۇرسەت ۋە يېڭىلىق يارىتىشقا كۈچلۈك ئىنتىلىشتىن ئىبارەت.
(سىترت بورمىن ئامېرىكا كورنېل ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ئامېرىكىنىڭ باشقۇرۇش مەدەنىيىتى ياپونىيەنىڭكىگە تۈپتىن ئوخشىمايدۇ. ئامېرىكىدىكىسى بولسا تېخىمۇ ئەركىن، تېخىمۇ جانلىق، ئىجادچانلىق كۈچى تېخىمۇ كۈچلۈك بولغان باشقۇرۇش مەدەنىيىتى بولۇپ، كوللېكتىپقا ئەمەس بەلكى شەخسكە ئەھمىيەت بېرىدۇ، شەخسلەر تولۇق تەرەققىي قىلىشقا ئېرىشەلەيدۇ.
(ئاندىرىس رىمول گېرمانىيە بايرېئۇت ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

مەيلى قايسى خىل مەدەنىيەتنىڭ ئىچىدە تۇرمىسۇن، پەقەت ئۆز مەدەنىيىتىنى تېخىمۇ ياخشى جارى قىلدۇرۇش ئارقىلىق شەخسلەرنىڭ يوشۇرۇن قابىلىيىتىدىكى ئەۋزەللىكلىرىنى ئۇرغۇتۇپ، ئادەم بىلەن تەشكىلنىڭ مۇناسىۋىتىنى تېخىمۇ ياخشى چۈشەنگەندىلا ئاندىن رىقابەتتە يېڭىپ چىققىلى بولاتتى.

ياپونىيە 20 - ئەسىردىكى ئەڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك ئۆگەنگۈچى ۋە قوغلاپ يېتىشكۈچى بولۇش سۈپىتى بىلەن مەدەنىيەتنىڭ ئۆزئارا تۇتىشىشى، بىرىكىشى ۋە يېڭىدىن دۇنياغا كېلىشىنى تاماملىدى. ئۇ ئۆتمۈشتە ھەممىنى بېسىپ چۈشۈپ، مەدەنىيەت ئىمپورت قىلغۇچىدىن ئېكسپورت قىلغۇچىغا ئايلىنىپ، دۇنياغا قىممەتلىك تەجرىبە قالدۇرۇپ كەتتى، ئەمما، ئۇ ھەقىقىي بىر ھالقىپ ئۆتكۈچىگە ئايلىنالمىغاندەك قىلاتتى.

بىر دۆلەتنىڭ يەككە پۇقرانى قانچىلىك دەرىجىدە ئازاد قىلالىشى ئۇنىڭ

ئىنسانىيەت تەرەققىيات مۇساپىسىدىكى ئورنى ۋە يۈكسەكلىكىنى بەلگىلەيدۇ. شۇڭلاشقا بۇ نۇقتا ئۆز دۆلىتىدىكى شىركەتلەرنىڭ مەدەنىيىتىگە چوڭقۇر خاتىرىلىنىپ، ئۇنىڭ ئەڭ يادرولۇق رىقابەتلىشىش مەيدانىغا ئايلىنىدۇ.

تارىخ يەنە بىر قېتىم ئىسپاتلىدىكى، پەقەت تۇنجى ئىجاد قىلىش كۈچىگە ئىگە مەدەنىيەت گېنىغا ئىگە بولغاندىلا ئاندىن ئۇزاق مەزگىللىك ئىقتىسادىي مۆجىزىلەرنى ياراتقىلى بولىدۇ.

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

دايەن يەنيى (ياپونىيە ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەر سودا ئىنستىتۇتى مۇدىرى)
ۋۇتيەن چىخرىن (ياپونىيە توكيو ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)
جىڭ شاخرۇن (ياپونىيە سىزىڭ تارىخ ماتېرىياللىرى ساربىي باشلىقى)

مۇخبىر: ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ يادروسى نېمە؟

دايەن يەنيى: بەلكىم رەھبەرنىڭ قابىلىيىتىدۇر! ياپونىيەدىكى ياخشى كەسىپىي نەتىجە ياراتقان كارخانىلارنىڭ ھەممىسىنىڭ كۈچلۈك CEO ۋە لىدىرى بولىدۇ. بۇ ئادەملەرنىڭ ھەممىسى ئۆزىگە خاس پەلسەپە ۋە ئېتىقادقا ئىگە. بۇ خىل روھ شىركەتتىكى ھەربىر خادىمغىچە سىڭىپ كېتىدۇ. بۇلارنىڭ ئىچىدىكى بىر خىل شەكىل بولسا شىركەت ناخشىسى ئېيتىشتۇر، ئەمما پەقەتلا مۇشۇنداقمۇ ئەمەس. مەسىلەن ئالايلۇق، بەزى شىركەتلەر بولسا چوقۇم باشقىلارنى دورىماسلىقنى، ئۆز ئالدىغا چوقۇم يېڭى مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىشنى ھەمدە مۇشۇ ئېتىقادنى ئاساس قىلغان ھالدا تىجارەت قىلىشنى تەشەببۇس قىلىشىدۇ. ئەڭ مەشھۇر مىسال بولسا سونى شىركىتىنىڭ قۇرغۇچىسى جىڭ شېندا ۋە شېڭتيەن جاۋفۇلار باشقىلارنى دورىماسلىق، باشقا ماركىدىكى مەھسۇلاتلارغا مەھسۇلات ئىشلەپ بەرمەسلىك، ئۆزىنىڭ تاۋار ماركىسىنى قوغداپ، ئۇزۇكسىز يېڭىلىق يارىتىش ۋە ئىجاد قىلىشنى تەشەببۇس قىلىشىدۇ.

ئېھتىمال كۆپچىلىككە مەلۇم بولمىغان يەنە بىر مىسال بار. ياماخا شىركىتىدىكى چۈەنشاڭ يۈەنيى يەكشەنبە كۈنى بىلەن دۇشەنبە كۈننىڭ شىركەتنىڭ ئارام ئېلىش كۈنى قىلىپ بېكىتىپ، بىر ھەپتىدە ئىككى كۈن دەم ئېلىشنى بەلگىلىگەن. بۇنداق قىلىشتىكى سەۋەب بولسا ئادەتتە يەكشەنبە كۈنى مەكتەپلەرنى قويۇپ بېرىدۇ، دادىلىرى ئۆيدە بالىلىرىغا

ھەمراھ بولىدۇ. ئادەتتىكى ئائىلىلەر ئۇچۇن ئېيتقاندا يەكشەنبە كۈنى ئىنتايىن مۇھىم ھېسابلىنىدۇ. ئەمما دۇشەنبە كۈنى كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئىشلىگەندە ئۆزى ئارام ئالسا بولىدۇ. بۇنداق بولغاندا خادىملار ناھايىتى كۆپ نەرسىلەرنى بايقىيالايدۇ. دۇشەنبە كۈنى شىركەت ئۇچۇن ئېيتقاندا يېڭىلىق يارىتىدىغان كۈن ھېسابلىنىدۇ. بۇ كۈنى ئارام ئېلىشتىن مەقسەت خىزمەتچىلەرنى باشقا شىركەت خىزمەتچىلىرىگە ئوخشىمايدىغان ئىشلارنى قىلدۇرۇشتىن ئىبارەت. چۈنكى گەرچە ئالەمدىن ئۆتكەن بولسىمۇ، ئەمما شۇنىڭدىن كېيىنمۇ ياماخا شىركىتى يەنىلا ناھايىتى مۇكەممەل بولغان مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرالىدى، نۇرغۇنلىغان ناھايىتى ياخشى يېڭى ئوي - پىكىرلەر مەيدانغا كەلدى. باشقۇرغۇچىلارنىڭ پەلسەپىسىنى ھەر ھەپتىدە ھېس قىلىشقا بولىدۇ. مانا بۇ ياپونىيەدىكى مۇنەۋۋەر باشقۇرغۇچىلار قوللانغان ئۇسۇلدۇر. پەقەت ئېغىزدىلا دەپ قويماي يەنە ئەمەلىيەتكە ئايلاندۇرۇش كېرەك؛ باشقۇرغۇچىلارلا ئەمەس خىزمەتچىلەرمۇ بىردەك ئوخشاش قىممەت قارىشىغا ئىگە بولۇش كېرەك، بۇ شىركەتكە نىسبەتەن ئىنتايىن مۇھىمدۇر.

ئىلھامنامە

ياپونىيە كارخانىلىرى نېمە ئۇچۇن كېيىن مەيدانغا كەلگەن بولسىمۇ ئەمما ھەممىنى بېسىپ چۈشەلىدى؟

ئاتالمىش «مەدەنىيەت» دېگىنىمىز، مەلۇم بىر تەشكىلاتنىڭ ئاڭ ۋە ھەرىكىتىنىڭ يىغىندىسىنى كۆرسىتىدىغان بولۇپ، ئاشۇ تەشكىلاتنىڭ ھاياتىي كۈچىنىڭ مەنبەسى ھېسابلىنىدۇ. كارخانا مەدەنىيىتى بولسا شىركەتنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشى ۋە تەرەققىياتىنىڭ ئالاھىدە بەلگىلەنگەن قىممەت يۆنىلىشىگە يۆلەك بولىدۇ، ئۇ ئاشۇ شىركەت ئېتىقاد قىلىۋاتقان ھەمدە ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈۋاتقان قىممەت قاراش ئىدىيەسىدۇر. كارخانا مەدەنىيىتى كارخانا ئەزالىرى ئورتاق ئېتىراپ قىلغان قىممەت قارىشى ۋە تەدرىجىي شەكىللەنگەن خىزمەت پوزىتسىيەسىنى ئەكس ئەتتۇرۇپ بېرىدۇ، ئۇ يەنە كارخانا روھى دەپمۇ ئاتىلىدۇ.

كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ مەزمۇنى كارخانىدىكى خىزمەتچىلەرنىڭ

قىممەت قارىشى، ئەخلاق ئۆلچىمى، ئىدىيەۋى تونۇشى ۋە خىزمەت پوزىتسىيەسى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ، ئۇنىڭ تاشقى قەۋىتى كارخانىنىڭ تۈرلۈك مەدەنىيەت تەربىيەسى، تېخنىكىلىق تەربىيەلەش، كۆڭۈل ئېچىش پائالىيەتلىرى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. كارخانا مەدەنىيىتى دەل مۇشۇ ئىككى جەھەتتىكى مەزمۇنلارنىڭ ئورگانىك بىرىكىشىدىن شەكىللەنگەن روھىي قىياپەتنى كۆرسىتىدۇ.

ۋاھالەنكى، كارخانا مەدەنىيىتى ماھىيەت جەھەتتىن بىر خىل باشقۇرۇش ئۇسۇلى بولۇپ، ئۇ كارخانا ئىچكى قىسمىدىكى ئەزالارنىڭ ھەرىكىتىنى كونترول قىلىشنى قىممەت يۆزلىنىشى ئارقىلىق قېلىپلاشتۇرۇش ۋە ئەلالاشتۇرۇشنى تەكتىلەيدۇ. ياپونىيە، ئامېرىكا قاتارلىق غەرب ئەللىرى كارخانا مەدەنىيىتىنى ئاللىقاچان بىر خىل يېڭىچە باشقۇرۇش قورالى قىلغان بولۇپ، بۇ قورالغا تايىنىپ كارخانا نىشانى ۋە تەدبىرلىرىنى كارخانىنىڭ كونكرېت كەسىپي نەتىجىسىگە ئايلاندۇرىدۇ.

بولۇپمۇ ياپونىيەنىڭ كارخانا مەدەنىيىتى ئۆزىدىكى روشەن يەرلىك ئالاھىدىلىك ۋە كۈچلۈك بولغان ھاياتي كۈچى ئارقىلىق، ياپونىيە كارخانىلىرىنى ھەممىنىڭ ئالدىغا ئۆتكۈزۈپ، ياپونىيە شىركەتلىرى داڭلىق ماركىلىرىنىڭ سىمۋولىغا ئايلاندى. ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن، ياپونىيە ئىقتىسادىنىڭ ئۈچقانىدەك تەرەققي قىلىشى ھەممىنى ھەيران قالدۇرغان بولۇپ، ئۇنىڭ غايەت زور مۇۋەپپەقىيىتىنى كۆپىنچە خەلق ئىچىدىكى مەبلەغلەرنىڭ قۇدرىتىگە تەئەللۇق دېيىشكە ياكى شىركەتنىڭ قۇدرىتىگە مەنسۇپ دېيىشكە بولىدۇ. ھالبۇكى، ياپونىيە ئىقتىسادىنىڭ تېز سۈرئەتتە تەرەققي قىلىشى ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ قايتىدىن ھاياتي كۈچكە ئىگە بولۇشىغا تەسىر كۆرسەتتى. ياپونىيە شىركەتلىرى كۈچ - قۇدرىتىنىڭ ئارقىسىدا ئەمەلىيەتتە كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ كۈچ - قۇدرىتى يوشۇرۇنغان بولۇپ، دەل ئاشۇ بوشاشماي ئېلىپ بېرىلغان كارخانا مەدەنىيەت قۇرۇلۇشى شانلىق ياپونىيە ئىقتىسادىنى دۇنياغا كەلتۈردى.

ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ قانداق ئالاھىدىلىكلىرى بار؟

مۇجى يېڭىلىققا كۆچۈشىدىن كېيىن، ياپونىيە ئاساسي قانۇنى ۋە

قانۇن - تۇزۇم رامكىسى ئاستىدىكى زامانىۋى كارخانا تۇزۇمى تەدرىجىي بەرپا قىلىندى. ھۆكۈمەت فېئودالىق تەبىقە تۇزۇمىنى ئەمەلدىن قالدۇرۇشنى تەشەببۇس قىلىپ، پۇقرالارنىڭ تۇرمۇش ئۇسۇلىنى ئۆزگەرتتى، بۇ ھال كارخانا مەدەنىيەت تەرەققىياتى ئۈچۈن ياخشى ئاساس شەكىللەندۇردى. ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىنكى «تىنچلىق ئاساسىي قانۇنى» قاتارلىقلاردا خۇسۇسىي مال - مۈلۈك قانۇنى ۋە شىركەتلەرنىڭ مۈلۈك ھوقۇقى ئورنى يەنە بىر قېتىم ئېنىق بېكىتىلدى. قانۇننىڭ ھمايىسى ئاستىدا، ياپونىيە شىركەتلىرى قوشۇۋېلىش ۋە ساقلاش شەكلىدىكى ئۆگىنىش - ئۆرنەك ئېلىش ئارقىلىق يەرلىك كارخانا مەدەنىيىتى قۇرۇلۇشىنىڭ يېڭى سەھىپىسىنى ئاچتى.

كوللېكتىۋىزملىق ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتى ئالاھىدىلىكلىرىدىن بىرىدۇر. ياپونىيە شىركەتلىرىدە، گەرچە بىر قەدەر مۇكەممەل بولغان ئەمگەك توختام تۇزۇمى بولسىمۇ، ئەمما شەخسىي مەنپەئەت يەنىلا كوللېكتىپ مەنپەئەتكە تەۋە نەرسە دەپ قارىلىدۇ، ئىككىنىسىنىڭ ئوتتۇرىسىدا توقۇنۇش يۈز بەرگەن ۋاقىتتا، شەخسىي مەنپەئەت كوللېكتىپ مەنپەئەتكە بويسۇنىدۇ. مۇشۇنى ئاساس قىلغان ھالدا مەيلى سېزىي روڭيى ياكى سوڭشياشىنجىنجۇ بولسۇن ھەممىسى بۇ ئىدىيەنى كەڭ كۆلەمدە ئومۇملاشتۇرۇپ، شىركەت تەرەققىياتىنىڭ ئاخىرقى ھېسابتا دۆلەت، جەمئىيەت ۋە خەلقنە ئاكتىپ جاۋاب قايتۇرىدىغانلىقىنى تەكىتلەيدۇ.

خىزمەتچىلەرنىڭ شىركەتكە ئۆمۈرلۈك سادىق بولۇشى، شىركەتنىڭ خىزمەتچىلەرنى ئۆمۈرلۈك ئىشقا ياللىشى ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ ئىككىنچى ئالاھىدىلىكى ھېسابلىنىدۇ. ياپونىيە شىركەتلىرىدە، خىزمەتچىلەرنىڭ سادىق ياكى ئەمەسلىكى ھەمدە سادىقلىق دەرىجىسى بولسا شىركەت ئۇنۇمىنى باھالاشنىڭ ئالدىنقى ئۆلچىمى ھېسابلىنىدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىرگە، ياپونىيە شىركەتلىرىمۇ ئاشكارا ياكى يوشۇرۇن ھالدىكى ئۆمۈرلۈك ئىشقا ياللاش تۇزۇمىنى قوللىنىدۇ، ئىش ھەققىنى تۆۋەنلىتىشكە رازىكى خادىم قىسقارتمايدۇ. ئۆمۈرلۈك ئىشقا ياللاش تۇزۇمىگە ئالاقىدار بولغىنى ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ يىللىق تۆھپە تەرتىپى تۇزۇمى بولۇپ، بۇ ئىككىسى بىرىكىپ تۈركۈم - تۈركۈملىگەن ساداقەتمەن «سوڭشيالىقلار»، «سونىلىقلار» ۋە «تويوتالىقلار»نى ۋۇجۇدقا كەلتۈرىدۇ.

«ئەستايىدىللىق» ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتىنىڭ ئۆچمەس ئالاھىدىلىكىدۇر. سىزنى روشەن ھېس قىلدۇرىدىغىنى ئۇلارنىڭ تۇرتكىسى ئارقىسىدا، ياپونىيە غەرب ئەللىرىنىڭ شىركەت تۈزۈمىنى ئۆگىنىش بىلەن بىرگە، ئەستايىدىللىق ۋە تىرىشچانلىقنى ئۆزىنىڭ كارخانا مەدەنىيىتىگە چوڭقۇر سىڭدۈرۈپ، ئەستايىدىل تەپەككۇر قىلىش ئادىتىنى كارخانا باشقۇرۇشقا ئېلىپ كىرىش ئارقىلىق سۈپەت باشقۇرۇشتىكى «ياپونىيە ئەندىزىسى»نى ۋۇجۇدقا كەلتۈرىدۇ.

ۋاھالەنكى، ياپونىيەنىڭ كارخانا مەدەنىيىتى قۇرۇلۇشى جەھەتتىكى ئۇسۇللىرىنى مۇكەممەل دەپ كەتكىلىمۇ بولمايدۇ. مەسىلەن: كوللېكتىۋىزملىق قىممەت قارىشىنى ھەددىدىن زىيادە تەكىتلەش، بۇ مەلۇم دەرىجىدە شەخسنىڭ قابىلىيىتىنى جارى قىلىشنى بوغۇپ قويغانلىقى سىرتىدا، يەنمۇ ئىلگىرىلەپ، شىركەتنىڭ يېڭىلىق يارىتىش ۋە ھاياتىي كۈچىگە تەسىر كۆرسىتىدۇ. ئۇنىڭدىن سىرت، ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ تەبىقە تۈزۈمى، ئىستاژى ۋە يېشىغا قاراپ تەمىنات بېرىش تۈزۈمى، مۇرەسسە - مادارا‌چىلىق يولى، ئايال خىزمەتچىلەرنى كەمسىتىش، شۇنداقلا ئانچە مۇۋاپىق بولمىغان ئىش ھەققى ئارقىلىق ئىلھاملاندۇرۇش تۈزۈمى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسىنى قايتا ئويلىشىپ كۆرۈشكە بولىدۇ.

يېقىنقى يىللاردىن بۇيان، «تويوتا شىركىتىنىڭ سۈپىتىدە مەسىلە كۆرۈلگەن ئاپتوموبىللارنى قايتۇرۇپ كېلىش ۋەقەسى» ۋەكىللىكىدىكى يامان سۈپەتلىك ۋەقەلەر ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ ئابرۇيىغا ئېغىر تەسىر كۆرسىتىپلا قالماي، تېخىمۇ مۇھىمى ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ مەدەنىيەت قۇرۇلۇشىغىمۇ ئاگاھلاندۇرۇش قوڭغۇرىقى چالدى.

ياپونىيەنىڭ كارخانا مەدەنىيىتى قۇرۇلۇشى جۇڭگوغا قارىتا قانداق ئىلھاملارنى بېرىدۇ؟

مەدەنىيەت بولسا شىركەتنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشى ۋە تەرەققىي قىلىشىنىڭ ئەڭ چوڭقۇر ئۇل تېشى ۋە ئەڭ كۈچلۈك تىرىكى ھېسابلىنىدۇ. ئىشلەپچىقىرىش كۇنسېپتى ئىجتىمائىيلاشقان، مەدەنىيەت توقۇنۇشلىرى كۇنسېپتى كۆپەيگەن مەزگىللەردە، مەدەنىيەت جەھەتتىكى ئىناقلىققا ئىنتىلىش شىركەتلەرنىڭ مۇقەررەر تاللىشىغا ئايلاندى. كارخانا

مەدەنىيىتى ئۇقۇمىنىڭ مەيدانغا كېلىشىنى شىركەت ئىجتىمائىيلىشىش تەرەققىياتىنىڭ مەھسۇلى دېيىشكە بولىدۇ. ياپونىيە شىركەتلىرى دۇنياغا ئەخلاق، سۆيگۈ - ھېسسىيات ياكى كىشىلىك مۇناسىۋەت قاتارلىقلارنى خۇددى تېخنىكىغا ئوخشاشلا ئەمەلىي ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىگە ئايلاندۇرغىلى بولىدىغانلىقىنى ئىسپاتلاپ بەردى. دۆلەتكە نىسبەتەن ئېيتقاندا، كۆزگە كۆرۈنمەيدىغان مەدەنىيەت يۇمشاق كۈچلىرى بىلەن كۆز بىلەن كۆرگىلى بولىدىغان تېخنىكا قاتتىق كۈچلىرى ئۆزئارا بىر - بىرىنى تولۇقلاپ تۇرىدۇ، ئۇلاردىن بىرى كەم بولسا بولمايدۇ. جۇڭگو بىلەن ياپونىيە ئوخشاشلا شەرقتىكى چوڭ دۆلەت بولۇپ، مەدەنىيەت جەھەتتە مەلۇم ئوخشاشلىق مەۋجۇت، ئىككىلا دۆلەتنىڭ مەدەنىيىتى كۈڭزىچىلىق ئەنئەنىسى ئۇستىگە چوڭقۇر يىلتىز تارتقان. ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتى تەرەققىياتىنىڭ مۇساپىسى بىزگە ئالاھىدە ئۆرنەكلىك تەجرىبىلەرنى يەكۈنلەپ بەردى.

بۈگۈنكى دۇنيادا، يەر شارىلىشىش بىلەن ئۆزئارا يەرلىك ئالاھىدىلىكىنى ساقلاپ قېلىش ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتلەرنى ياخشى بىر تەرەپ قىلىش بولسا شىركەت مەدەنىيەت قۇرۇلۇشى ئۈچرايدىغان قىيىن نۇقتا ۋە ھەل قىلغۇچ ھالقا ھېسابلىنىدۇ. ئاددىي ھالدا كۆچۈرۈپ كېلىش ھەقىقىي تۇرده ئۆگەنگەنلىك بولمايدۇ ھەم ئۆزىدە بار بولغان نەرسىلەرنى ساقلاپ قېلىش، شۇنىڭ بىلەن بىرگە يەنە يېڭى نەرسىلەرنى كىرگۈزۈش، مانا بۇ «جۇخار گۈلى ۋە قىلىچ»تىن ئىبارەت ئەنئەنىۋى ئالاھىدىلىككە ئىگە بولغان ياپونىيە كارخانا مەدەنىيىتىدۇر. ياپونىيە دەسلىپىدە جۇڭگونى ئۇستاز تۇتقان بولسا، كېيىنكى ۋاقىتلاردا ياۋروپانى ئۇستاز تۇتتى، ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن بولسا يەنە ئامېرىكىدىن ئۆگەندى، ھەربىر قېتىملىق ئۆگىنىشلەرنىڭ ھەممىسى بىر قېتىملىق مېغىزىنى ئېلىپ شاكىلىنى تاشلاش، بىر قېتىملىق ھالقىش، بىر قېتىملىق يېڭىلىق يارىتىش بولدى، تۇرلۇك مەدەنىيەتلەر ئۆزئارا سوقۇلغاندىن كېيىن توختاۋسىز سىڭىشىدۇ، ئۇزۇكسىز تەرەققىي قىلىدۇ، ياپونىيە مەدەنىيىتى دەل ئەنە شۇنداق تالاي قېتىملىق قوشۇۋېلىش ۋە ساقلاپ قېلىش داۋامىدا ئۆز ئالاھىدىلىكى ۋە ئەۋزەللىكىنى شەكىللەندۈردى.

ھازىر جۇڭگو ئىقتىسادى يۇقىرى سۈرئەت بىلەن تەرەققىي قىلىۋاتىدۇ،

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

جۇڭگو شىركەتلىرى ئۆگىنىشكە تېگىشلىكى يالغۇز ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ قاتتىق سۈپەت باشقۇرۇشى، ئالاھىدە بولغان مەدەنىيەت ئىجادىيىتى، مۇڭاپىق ھالدىكى پاي ھوقۇقى قۇرۇلمىسى قاتارلىق «جابدۇقچىلىق ھۈنەرلىرى»لا بولماستىن بەلكى يەنە ياپونىيە شىركەتلىرىنىڭ يەر شارىلاشتۇرۇش مەدەنىيەت ئىدىيەسىنى ئۆزىنىڭ يەرلىك مەدەنىيەت ئەنئەنىلىرى بىلەن ئۆزئارا بىرلەشتۈرەلىگەن ئالىيجانابروھى ۋە كەڭ قورساقلىقىدۇر. جۇڭگودا، بۇ بىر جەريان جەزمەن ئۇزۇن ھەم مۇشەققەتلىك بولىدۇ.

سەككىزىنچى باب

يېڭىلىق يارىتقۇچى ئاۋانگارتلار

ئەقىل بىلەن كاپىتال بىر يەرگە كەلگەندىن بۇيان، ئىنسانلار جەمئىيىتىنىڭ تەرەققىياتىدا گېئوميتىرىيەلىك پروگرېسسىيە بويىچە ئېشىش كۆرۈلدى. شىركەت مەبلەغ، تېخنىكا ۋە بازار ئوتتۇرىسىغا كۆۋرۈك سالدى. بىلىم ئىقتىسادى دەۋرىدە، يېڭىلىق يارىتىشنىڭ ئەھمىيىتى ئىلگىرىكى ھەرقانداق بىر دەۋردىن ھالقىپ كەتتى. زادى قانداق قىلغاندا شىركەتلەرنى ھەقىقىي تۈردە يېڭىلىق يارىتىشنىڭ ئاساسىي گەۋدىسىگە ئايلاندۇرغىلى بولىدۇ؟

1947 ـ يىلى 12 ـ ئاينىڭ 16 ـ كۈنى، ئامېرىكا يېڭى جېرسىيە ئىشتاتى مۇررای ھىل تەجرىبىخانىسى.

فىزىكا ئالىملىرى ئىلگىرىكىگە ئوخشاش يەنە بىر قېتىملىق تەجرىبىسىنى باشلىدى. ئۇلار تەتقىقات ئېلىپ بېرىۋاتقىلى 12 يىل بولغان ئىدى. دەل مۇشۇ كۈنى، ئۇزۇندىن بۇيان كۈتۈپ كېلىۋاتقان نەتىجە ئاخىر ئوتتۇرىغا چىقىدۇ. تەجرىبە جەريانىدا جەبر ـ جاپانى يەتكۈچە تارتقان ئالىملار خېلى ئۇزۇن مەسلىھەتلەشكەندىن كېيىن، بۇ يېڭى كەشپىياتقا «ترانزىستور» دەپ نام قويۇشىدۇ.

نۇرغۇن يىللاردىن كېيىن، ترانزىستور تۇرتكە بولغان يېرىم ئۆتكۈزگۈچ كەسپى نەچچە مىليارد دوللارلىق ئىشلەپچىقىرىش قىممىتى يارىتىپ، زامانىۋى سانائەتنىڭ يادروسىغا ئايلىنىدۇ. شۇنىڭ بىلەن مۇررای ھىل تەجرىبىخانىسى ئۇچىنچى قېتىملىق پەن ـ تېخنىكا ئىنقىلابىنىڭ باشلانغان ئورنى دەپ قارىلىدۇ.

ۋاھالەنكى، ئىنسانلار تەرەققىيات مۇساپىسىنى ئۆزگەرتكەن بۇ پەن ـ تېخنىكا نەتىجىسىنى بولسا بىر شىركەت ۋۇجۇدقا كەلتۈرگەن ئىدى.

ترانزىستور دۇنياغا كەلگەن بېل تەجرىبىخانىسى بولسا ئەينى ۋاقىتتا

ئامېرىكا تېلېفون ـ تېلېگراممـا شـىركىتىنىڭ تەتقىقـات ئـورنى ئـىدى. ئۇنىڭ ئىلگىرىكى گەۋدىسى بولسا بېل تېلېفون شىركىتى بولۇپ، بۈگۈنكى كۈندە ئۇ ئالكاتېل ـ لۇسېنت شىركىتىگە تەۋە.

ئەمەلىيەتتە، ئەقـىل بـىلەن كاپىتـال بـىر يەرگە كەلگەنـدىن بۇيـان، ئىنسانلار جەمئىيىتىنىڭ تەرەققىياتىدا گېئوماتېرىيەلـىك پىروگرېسسىيە بويىچە ئېشىش كۆرۈلدى. شـىركەت پەيـدا بولغانـدىن بۇيـان، ئىنسانلارنىڭ نۇرغۇنلىغان يېڭى بىلىملىرى، يېڭى كەشپىياتلىرى، يېڭى ئىجادىي ئـۇي ـ پىكىرلىرىنىڭ ئېنىق ئىجادچىلىرى ۋە ئىگىلىرى بار بولدى.

ئىستاتىستىكىغا ئاساسلانغاندا، 17 ـ ئەسىردىن 20 ـ ئەسىرنىڭ70 ـ يىللىرىغـا قەدەر، ئىقتىـسادشۇناسلار تەرىپـىدىن ئىنـسانلار تۇرمۇشـىنى ئۆزگەرتتى دەپ قارالغان 160 خىل ئاساسلىق يېڭىلىق يارىتىشلار ئىچىدە، 80% تـىن كـۆپرەكىنى شـىركەتلەر ئورۇنـدىغان. بۈگـۈنكى كۈنـدە، پۈتـۈن دۇنيادىكى 70% پاتېنت ۋە ئۇچتىن ئىككى قىسىم بولغان تەتقىق قىلىـپ ياساشـقا كېتىـدىغان مەبلەغنـى دۆلەت ھالقىغـان شـىركەتلەر چىقارماقتـا. 2006 ـ يىلىغا كەلگەندە، ئامېرىكا ھۆكۈمىتىنىڭ تەتقىق قىلىپ ياساشقا ئاجراتقـان مـالىيە خـامچوتى 132 مىليـارد دولـلار بولغـان بولـسا، شـىركەتلەرنىڭ تەتقـىق قىلـىپ ياساشـقا ئاجراتقـان مـالىيە خـامچوتى ئەكـسىچە 200 مىليـارد دوللارغـا يەتـكەن ئىـدى. 300 يىـل ئىلگىـرى، ئەنگلىيەلىك مۇتەپەككۇر باكون: «بىلىـم ـ كـۈچ» دەپ ئېيتقـان ئىـدى. ھـالبۇكى بىلىمنـى ھەقىقـي كـۈچكە، پەن ـ تېخنىكىنـى ھەقىقـي بىرىنچى ئىشلەپچىقىرىش كۈچىگە ئايلاندۇرالايـدىغىنى بىلىـم يـاكى پەن ـ تېخنىكىنىـڭ ئـۆزى بولماسـتىن، بەلكـى بازارغـا يۈزلىنىـپ يېڭىلىـق يارىتىۋاتقان شىركەتلەردۇر. چۈنكى، يېڭىلىـق يـارىتىش پائالىيەتلىرىدىكى كۆپلىگەن ئامىللار ئىچىدە تۇرۇم تېخنىكىدىن ئەۋزەل تۇرىدۇ.

1. يېڭىلىق يارىتىش ــ دەۋرنىڭ يولباشچىسى

ھازىر ساقلىنىۋاتقان دۇنيادىكى ئەڭ دەسلەپكى بىر قۇتا ئاسپىرىن 111 يىللىق تارىخقا ئىگە. 1899 ـ يىلى، ئۇ گېرمانىيەنىڭ بايېر شىركىتىدە دۇنياغـا كەلـگەن. ئـۇ تىجـارەت قىلغىنىغـا 30 يىلـدىن ئاشـقان بويـاق

ماتېرىياللىرى شىركىتى بولۇپ، دۇنياغا كەلگەندىن باشلاپلا تەجرىبە ئىشلەش ئەنئەنىسىگە ئىگە ئىدى.

ئەڭ دەسلەپ فرېئىدرىچ بايېر ۋە فرېئىدرىچ ۋىسكوت ئىككىسى تەجرىبىنى ئۆزلىرى ئىشلەيتتى، مەسىلەن: ئۆز ئۆيىدىكى ئاشخانىدا ئېلىپ باراتتى، ئەمما سىستېمىلىق، كۆلەملەشكەن تەتقىق قىلىپ ياساش بولسا 20 يىلدىن كېيىن، يەنى 19 - ئەسىرنىڭ 80 - يىللىرى سانائەت تەجرىبىخانىسىدا مەيدانغا كەلدى.

ئاسپىرىن كېيىنكىلەر تەرىپىدىن «ئەسىر دورىسى» دەپ ئاتىلىپ، بايېر شىركىتى مەھسۇلاتلىرىنىڭ سېتىلىش مىقدارى تىزىملىكىدە كۆپ يىللاردىن بۇيان ئىزچىل ئالدىنقى 10 ئورۇننى ساقلاپ كەلگەن ئىدى.

شىركەت تەجرىبىخانىسىدىن ئۇزۇكسىز سىرتقا چىقىۋاتقان يېڭى مەھسۇلاتلار ئايىغى ئۇزۇلمەيدىغان بايلىقلاردىنلا دېرەك بېرىپ قالماي، تېخنىكا مۇھىمى كىشىلەرگە شىركەتنىڭ پەن - تېخنىكىدا يېڭىلىق ياراتقۇچى باش رولچىغا ئايلانغانلىقىنى جاكارلاپ تۇراتتى.

شىركەت تەتقىق قىلىپ ياساشتىكى باش رولچىغا ئايلىنىشتىن ئىلگىرى، پەن - تېخنىكا ئىجادىيىتىنى ئاساسلىقى ئاز ساندىكى كۆزگە كۆرۈنگەن ئەربابلارلا تاماملايتتى، ئۇلار ئالىي ئۇنىۋېرسىتېت، ئىنستىتۇت ياكى ئىشخانىلاردا خىزمەت قىلىشاتتى. شەخسلەر ئىجاد قىلغاندىن كېيىن، يەنە تىرىشىپ بۇ كەشپىياتلارنى بازارغا سالاتتى.

بىرىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابى مەزگىلى كەشپىياتچىلار تۇركۈمىلەپ مەيدانغا كەلگەن دەۋر بولۇپ، بىر كەشپىيات بىر شىركەتنى مەيدانغا كەلتۈرىدىغان شەكىل ياۋروپا ۋە ئامېرىكىلاردا ئىنتايىن ئومۇملاشقان ئىدى.

ئىقتىسادشۇناس نورسىنىڭ قارىشىچە، ئەنگلىيەنىڭ سانائەت ئىنقىلابى داۋامىدا گوللاندىيەنى بېسىپ چۈشۈشىدىكى سەۋەب يالغۇز كەشپىيات ۋە پەننىي پائالىيەتلەرگە ۋە ياكى پولات - تۆمۈر قاتارلىق ساھەلەردىكى تېخنىكىدا يېڭىلىق يارىتىشقىلا باغلىق بولۇپ قالماي، بەلكى مۇھىمى يەنە ئىشلەپچىقىرىشقا مەبلەغ سېلىش ھەمدە بازارنىڭ يېڭى تەشكىللىنىش شەكلى بىلەن مۇناسىۋەتلىك ئىدى.

نورس قەيت قىلىۋاتقان يېڭى تەشكىللىنىش شەكلى بولسا مەبلەغ، تېخنىكا ۋە بازارنى بىر يەرگە باغلاپ تۇرىدىغان شىركەتنى كۆرسىتىدۇ.

سانائەت ئىنقىلابىنى ئەڭ دەسلەپ شەخسلەر يېڭىلىق يارىتىش ئارقىلىق يېتەكلىگەن بولسىمۇ، ئەمما ئۇلارنى مەھسۇلاتقا ئايلاندۇرۇش، پايدا ئېلىش ۋە مەبلەغ سېلىش جەھەتلەردە شىركەت، خادىم يالاش، توختام تۈزۈش قاتارلىق جەھەتلەرگە ئېھتىياجلىق بولىدۇ، شۇ سەۋەبتىن بىزدە شىركەت بار بولدى.

پەن - تېخنىكا مۇتەخەسسىسى جوسېف نېدھام ئىلگىرى غەرب مەدەنىيىتىنىڭ ئىككى ئالاھىدىلىكىنى كۆرسەتكەن ئىدى، ئۇنىڭ بىرسى بولسا، ئىلىم - پەننى كائىناتنى تونۇش ۋە چۈشىنىشنىڭ بىردىنبىر ئۇنۇملۇك يولى دەپ قاراش، يەنە بىرسى بولسا، ئىلىم - پەننى بۇلاڭ - تالاڭ قىلىش تېخنىكىلىرىدا ئىشلىتىش ئارقىلىق شەخسىي بايلىقنى كۆپەيتىشنى نورمال ئىش دەپ قاراشتىن ئىبارەت.

بەلكىم جەمئىيەتتە دەل مۇشۇنداق ئومۇميۈزلۈك تونۇشنىڭ بولۇشى سەۋەبىدىن بولسا كېرەك، ھەرقايسى ئەل ھۆكۈمەتلىرى خېلى بۇرۇنلا كىشىلەرنى كەشپىياتلارنى مال - مۈلۈككە ئايلاندۇرۇشقا رىغبەتلەندۈرگەن ۋە ئۇنى قوغدىغان ئىدى.

پاتېنت قانۇنى شەخسنىڭ كەشپىيات ھوقۇقىنى قوغدايدۇ، ھالبۇكى شەخسلەر بولسا شىركەتتىن ئىبارەت بۇ سەھنىدىن پايدىلىنىپ بايلىقلارنى تەشكىللەيدۇ، شۇنىڭ ئۈچۈن، بارغانچە كۆپ پاتېنتلار ئۈستىگە شىركەت ئىمزاسى بېسىلغان ئىدى.

پەن - تېخنىكىدا يېڭىلىق يارىتىش پايدا يارىتىش ئىقتىدارىنى كۈنسېرى نامايان قىلغانىدىن كېيىن، شىركەتلەرنىڭ بايلىقلارغا ئىنتىلىشى بىۋاستە ھالدا تېخنىكا كەشپىياتىنى قىزغىن سۆيۈشكە قاراپ ئۆزگەردى. 19 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرا ۋە ئاخىرلىرىدا، گېرمانىيەدىكى چوڭ شىركەتلەر باشلامچىلىق بىلەن سانائەت تەجرىبىخانىلىرىنى قۇردى ھەمدە خىمىيە ئېلېكتىر سانائىتى ساھەسىدە غايەت زور بۆسۈش ھاسىل قىلدى.

ئامېرىكا بولسا ئەكسىچە ئۇزۇكسىز ھالدا كونا چوڭ قۇرۇلۇقنىڭ تەجرىبىلىرىنى ھەدەپ چوڭايتتى. 1900 - يىلى، ھەممىباب ئېلېكتىر شىركىتىنىڭ باشلاپ بېرىشى بىلەن، ئامېرىكا شىركەتلىرى تەتقىق قىلىپ ياسىغۇچىلار سېپىگە جىددىي قوشۇلدى.


كاروزبرس

كارخانىنىڭ باش كۆتۈرۈشى تەتقىق قىلىش بىلەن ياساشنىڭ تۇنجى قېتىم سىستېمىلىشىشقا باشلىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ. شىركەت خۇسۇسىيلار تەجرىبىخانىسىنىڭ ئورنىنى ئىگىلىگەندىن كېيىن، بىز كىرىمىمىزنىڭ 15% نى ئاجرىتىپ ئۆزىمىزنىڭ يېڭى ئوي - پىكرىمىزنى سىناپ كۆرىمىز، ھەتتا بۇ يىل كىرىم قىلالمىغان ھالەتتىمۇ 10 يىل ۋاقىت سەرپ قىلىپ سالغان مەبلىغىمىزنى قايتۇرۇۋالمىز دەپ جاكارلاشتى.

200 يىلدىن كۆپرەك ۋاقىت ئىچىدە توختىماي تەرەققىي قىلىش ئارقىلىق زورايغان دۇپونت شىركىتى دۇنيادىكى 500 كۈچلۈك كارخانا ئىچىدە تارىخى ئەڭ ئۇزۇن شىركەت بولۇپ، ئۇنىڭ ئۆز ئالدىغا تەتقىق قىلىپ ياساپ چىققان مەھسۇلاتلاردىن ئالغان پايدىسىنى خېلى كۆپ دېيىشكە بولىدۇ.

1928 - يىلى، خىمىيە سانائىتى، ئاپتوموبىل قاتارلىق كۆپ ساھەلەرگە چېتىشقان دۇپونت شىركىتى يېڭى بىر تۈرلۈك پىلاننى يولغا قويۇشقا باشلىدى.

ئۇلار پەقەت تەتقىقاتلا ئېلىپ بارىدىغان ساپ پەننىي ئاساسىي تەتقىقات تۈرىنى يولغا قويۇشنى قارار قىلىدۇ. ئۇلار خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى ۋە ماسساچۇسىتېس تەبىئىي پەنلەر ئىنستىتۇتىدىن دوكتور ۋاللاسې كاروزبرسنى تەكلىپ قىلىدۇ.

دوكتور كاروزبرس ئۇچ شەرتنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ، بىرسى يېڭى تەجرىبىخانا سېلىش؛ ئىككىنچىسى، تەتقىقات تېمىسى تەتقىق قىلىشتا چەكلىمىگە ئۇچرىماسلىق؛ ئۈچىنچىسى بولسا مائاشنى ئۆستۈرۈپ بېرىش، يەنى يىللىق مائاشنى خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتىدىكى 3500 دوللاردىن 5000 دوللارغا ئۆستۈرۈپ بېرىشتىن ئىبارەت.

دۇپونت شىركىتى پۈتۈن شەرتلەرگە ماقۇل بولىدۇ.

كاروزبرسنى ئەڭ خۇشال قىلغىنى «تەتقىقات مەبلىغىنىڭ زادىلا چېكى

يوق» بولۇشى ئىدى. 1936 ـ يىلىغا كەلگەندە، ئۇلار نىلونغا ئايلاندۇرغىلى بولىدىغان ئالاھىدە بىر خىل مولېكۇلا ـ «نىلون 66»نى بايقايدۇ، كېيىن ئۇ بۇ مەھسۇلاتنى سودىنى تەرەققىي قىلدۇرۇشقا سېلىپ، 1939 ـ يىلى سودا مەھسۇلاتى تەتقىق قىلىنىپ ياساپ چىقىلىدۇ. ئۇ كىشىنى ھاياجانغا سالىدىغان بىر مەزگىل ئىدى.

بۇ ئاساسىي پەنلەر ئارقىلىق يېڭى كەشپىيات ھاسىل قىلىنغان ھەمدە يېڭى مەھسۇلات دۇنياغا كەلتۈرۈلگەن بىر مىسال. بۇ يېڭى كەشپىياتقا دۇپونت شىركىتىنىڭ 27 مىليون دوللار پۇلى بىلەن كاروزبرس دوكتورنىڭ يەتتە يىل ۋاقتى سەرپ قىلىنىدۇ، چۈنكى ئۇ ماھىيەت جەھەتتە يۇقىرى مولېكۇلىلىق بېرىكمە ئۈستىدە خىمىيەلىك ئاساسىي تەتقىقاتنى يولغا قويغان ئىدى. ھالبۇكى، ئۇنىڭ كېيىنكى ۋاقىتلاردا ئېلىپ كەلگەن بايلىقىغا سېلىشتۇرغاندا يۇقىرىقى سەرپ بولغان خىراجەتلىرى ھېچنېمىگە ئەرزىمەيدۇ.

نيۇيوركتا ئۆتكۈزۈلگەن دۇنيا سودا يەرمەنكىسىدە نىلون پايپاق تۇنجى قېتىم بازارغا سېلىنىش بىلەن زىلزىلە پەيدا قىلىپ، ياۋروپا ـ ئامېرىكىدىكى ئېسىلزادە بايي خېنىملار قوغلىشىدىغان مودا مەھسۇلاتقا ئايلىنىدۇ. پاراشوت ماتېرىيالى بولۇش سۈپىتى بىلەن، نىلون ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشى مەزگىلىدە قاتتىق نام چىقىرىدۇ.

پەن ـ تېخنىكىنى قانداق قىلىپ ئىشلەپچىقىرىش كۈچىگە ئايلاندۇرغىلى بولىدۇ؟ بۇ نۇرغۇن دۆلەتلەرنىڭ بېشىنى قاتۇرغان مەسىلە بولۇپ، بۇ سوئال بازار ئىگىلىكى تۈزۈلمىسى ئاستىدا جاۋابقا ئېرىشتى. بىر قاتار نادىر مىساللار ئۇزۇكسىز ھالدا شىركەتلەر ئەڭ قىسقا ۋاقىت ۋە ئەڭ ئاز تەننەرخ ئىشلىتىپ پىروبىركا بىلەن پوكەينى بىر ـ بىرىگە باغلىيالايدىغانلىقىنى كۆرسىتىپ بەردى.

2. پەن ـ تېخنىكا ـــ ئىقتىسادنىڭ موتورى

ئامېرىكا تېلېگراممـا ـ تېلېفون شىركىتى 20 ـ ئەسىرنىڭ 30 ـ يىللىرىدا مۇنداق بىر كەسىپ زەنجىرى شەكىللەندۈرىدۇ. يەنى بېل تەجرىبىخانىسى تەتقىق قىلىپ ياساشقا مەسئۇل بولىدۇ، ئارقىدىن تەتقىق



بېل

قىلىپ چىقىلغان مەھسۇلاتنى غەرب ئېلېكتىر شىركىتىنىڭ ئىشلەپچىقىرىشىغا تاپشۇرىدۇ، ئىشلەپچىقىرىلغان مەھسۇلاتنى بېل سىستېمىسىنىڭ تىرانسپورت سودىگىرى ساتىدۇ، ھەمدە مۇئەييەن نىسبەتتە بېل تەجرىبىخانىسىغا پاتېنت ئىشلىتىش ھەققى تاپشۇرۇش ئارقىلىق تەتقىق قىلىپ ياساش خراجىتىنىڭ يېتەرلىك بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىدۇ.

تېلېفوننىڭ ئىجاد قىلىنىشى

بېل 1847 - يىلى3 - ئاينىڭ 3 - كۈنى ئەنگلىيەنىڭ ئېدىنبۇرگ دېگەن يېرىدە تۇغۇلغان بولۇپ، ئاشۇ يەردە باشلانغۇچ مەكتەپ تەربىيەسى قوبۇل قىلىدۇ. ياشلىق مەزگىلىدە ئۇ دادىسىغا ئەگىشىپ گاس - گاچىلارنى ئوقۇتۇش خىزمىتى بىلەن شۇغۇللىنىدۇ. 1873 - يىلى، ئامېرىكا بوستون ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ پروفېسسورى بېلدا توك ئېقىمىدىن پايدىلىنىپ ئادەملەرنىڭ ئاۋازىنى يىراقتا يەتكۈزۈپ بېرىش پىكرى تۇغۇلىدۇ، شۇنىڭ بىلەن ئۇ تېلېفوننى تەتقىق قىلىپ ياساشنى باشلايدۇ. 1875 - يىلى 6 - ئاينىڭ 2 - كۈنى، بېل ۋە ئۇنىڭ يارەمچىسى ۋاتسون بىلەن ئايرىم - ئايرىم ھالدا ئىككى ئۆيدە تېلېگراف ئاپپاراتىنى سىناق قىلىدۇ، بىر قېتىم يۇز بەرگەن كۆتۈلمىگەن ھادىسە بېلنىڭ ئىلھامىنى قوزغايدۇ. ۋاتسون تۇرغان ئۆيدىكى تېلېگراف ئاپپاراتىدىكى بىر پۈرژىنا ماگنىتقا چاپلىشىپ قالىدۇ، ۋاتسون پۈرژىننىڭ ئاجراتقاندا، پۈرژىننىدا تەۋرىنىش يۇز بېرىدۇ. دەل شۇ ۋاقىتتا بېل ئۆزى تۇرغان ئۆيدىكى تېلېگراف ئاپپاراتىدىكى پۈرژىننىڭمۇ تەۋرەنگەنلىكىنى ھەمدە ئاۋاز چىقارغانلىقىنى ھەيرانلىق ئىچىدە بايقايدۇ. بۇ توك ئېقىمىنىڭ تەۋرىنىشنى بىر ئۆيدىن يەنە بىر ئۆيگە يەتكۈزۈپ بەرگەنلىكى ئىدى، بۇ ھادىسە بېلنىڭ يېڭىچە بىر لايىھە بىلەن تېلېفوننى ئىجاد قىلىشىغا تۈرتكە بولىدۇ.

مۇشۇنداق ئايلىنىش ئارقىسىدا شىركەتنىڭ كەسپىي خىزمەتلىرى شىددەت بىلەن كېڭىيىدۇ.

شىركىتىمىز يېڭىلىق يارىتىشتىن پەخىرلىنىدۇ، بىزنىڭ يېڭىلىق يارىتىشتەك ئېسىل ئەنئەنىمىز بار، بىز يېڭىلىق يارىتىشتا سانىنى قوغلىشىپلا قالماي بەلكى يەنە ئاغدۇرۇش خاراكتېرلىك يېڭىلىق يارىتىشنىمۇ قوغلىشىمىز.
(جىن جوڭشۇن بېل تەجرىبىخانىسى لىدېرى)

بېل تەجرىبىخانىسىدىكى 11 نەپەر ئالىم ئىلگىرى - كېيىن بولۇپ نوبېل مۇكاپاتىغا ئېرىشكەن بولۇپ، بۇ تەجرىبىخانىدا 14 نەپەر ئامېرىكا پەنلەر ئاكادېمىيەسىنىڭ ئاكادېمىكى ۋە 29 نەپەر ئامېرىكا قۇرۇلۇش ئاكادېمىيەسىنىڭ ئاكادېمىكى خىزمەت قىلاتتى.

1934 - يىلىدىن ئېتىبارەن، بېل تەجرىبىخانىسىنىڭ ھۆججەتلىرىدە R&D (تەتقىق قىلىش ۋە تەرەققىي قىلدۇرۇش) دېگەن يېڭى بىر ئىسىم پات - پات كۆزگە چېلىقىپ تۇراتتى. بۇ يەردە، تەخمىنەن 10% كىشى ئاساسىي پەنلەر تەتقىقاتى بىلەن شۇغۇللىنىدۇ، 90% كىشى تېخنىكا تەرەققىي قىلدۇرۇش بىلەن شۇغۇللىنىدۇ.

چۈنكى، لىدېر ئۇئاتنىڭ قارىشىچە تېلېگراف كەسپى باشقا ئەنئەنىۋى

ترانزىستور

ترانزىستورنىڭ ئەسلىي نامى ئۈچ قۇتۇپلۇق لامپا بولۇپ، بارلىق زامانىۋى ئېلېكترون ئۈسكۈنىلىرىدە ھەل قىلغۇچ ھەرىكەتچان زاپچاس ھېسابلىنىدۇ. ترانزىستور ھازىرقى زامان تارىخىدىكى ئەڭ بۈيۈك كەشپىياتلارنىڭ بىرى دەپ قارىلىدۇ، مۇھىملىق جەھەتتە مەتبە، ئاپتوموبىل ۋە تېلېفون قاتارلىقلار بىلەن تەڭ ئورۇندا تۇرىدۇ. ترانزىستور بۈگۈنكى جەمئىيەتتە ناھايىتى مۇھىم، چۈنكى ترانزىستورنى ئىشلىتىپ كەڭ كۆلەملىك ئىشلەپچىقىرىش ئېلىپ بارغىلى بولىدۇ، شۇ ئاساستا بىرلىك تەننەرخنى ئەڭ چوڭ دەرىجىدە تۆۋۈنلەتكىلى بولىدۇ. ترانزىستور تەننەرخنىڭ تۆۋۈن بولۇشى ۋە كېيىنكى مەزگىللەردىكى ئېلېكترونلۇق ھېسابلاش ماشىنىسى بىلەن بىرگە ئۈچۈرلارنى رەقەملەشتۈرۈش دولقۇنى مەيدانغا كەلدى.

سانائەت كەسىپلىرىدىن پەرقلىق بولۇپ، پەقەت ئاساسىي پەنلەر تەتقىقاتىدا بۆسۈش ھاسىل قىلغاندىلا ئاندىن ھەقىقىي مەنىدىكى يېڭىلىق يارىتىشنى ئىشقا ئاشۇرغىلى بولاتتى. 1947 ـ يىلى، ترانزىستورنىڭ دۇنياغا كېلىشى بۇ نۇقتىنى ئىسپاتلىدى.

بۇ بىر قىممەت ئارقىلىق ھەربىرىمىزنىڭ كوللېكتىپ، ئۇلارنىڭ قىممەت قارىشى بولسا: بىز ئىدىيەدە ئەركىن بولۇشقا ئېرىشەلىگىنىمىز ئۈچۈن، يېڭىلىق يارىتىش ئۈستىدىكى ئىزدىنىشكە كاپالەتلىك قىلىدۇق، شۇڭلاشقا بىز ئەڭ ياخشى مەھسۇلاتلارغا ئىگە بولىدۇق.
(ۋېنخۇا ئالكاتېل لۇسېنت شىركىتى باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى)

ئەركىنلىك ئىلىم ـ پەن تەتقىقاتىدا ئەڭ ھۆرمەتلەشكە تېگىشلىك پەزىلەت ۋە يەنە يېڭىلىق ياراتقۇچى ئۈچۈن كەم بولسا بولمايدىغان مۇھىت ھېسابلىنىدۇ. ئىدىيەگە ئەركىن پەرۋاز قىلىدىغان بىپايان بوشلۇق بەرگەندىلا ئاندىن نەتىجە قازانغىلى بولىدۇ.

ۋاننېۋار بۇشنىڭ 1945 ـ يىلى ئېلان قىلغان «ئىلىم ـ پەن: چەكسىز ئالدىنقى سەپ» ناملىق دوكلاتى پەن ـ تېخنىكا سىياسىتى توغرىسىدىكى نادىر دوكلاتلارنىڭ بىرى دەپ قارالدى. دوكلاتتا دۆلەتنىڭ سىياسىيەت تۈزۈپ ئىلىم ـ پەن ئىشلىرىنى قوللاش تەلەپ قىلىنغان، شۇنىڭ بىلەن بىرگە يەنە ئىلىم ـ پەن تەتقىقاتىدا ئەركىن ئىزدىنىش روھىغا كاپالەتلىك قىلىشنىڭ مۇھىملىقى تەكىتلەنگەن ئىدى. ھۆكۈمەت ئىرادىسى بىلەن ئىلىم ـ پەن ئەركىنلىكى ئوتتۇرىسىدا زۆرۈر بولغان كېرىلىش كۈچىنى ساقلاش يېڭىلىق يارىتىشنى بوشلۇق بىلەن تەمىنلىدى.

بىر تەرەپتىن، ئامېرىكا ھۆكۈمىتى ئالىي مەكتەپلەرنىڭ تېخنىكا تەتقىقاتى بىلەن شۇغۇللىنىشىنى ئاكتىپ رىغبەتلەندۈرۈپ ۋە قوللاپ، تېخىمۇ كۆپ خىراجەت بىلەن تەمىن ئېتىپلا قالماي يەنە ئالىي مەكتەپلەرنىڭ تەتقىقات ئىشلىرىغا ئارىلاشمايلا ئالىملارنى تېخىمۇ چوڭ ئەركىنلىككە ئىگە قىلدى. يەنە بىر تەرەپتىن بولسا، ئامېرىكا ھۆكۈمىتى يەنە باجنى كەچۈرۈم قىلىش ياكى ئازايتىش ئارقىلىق كارخانىلارنى تېخنىكا

تەرەققىي قىلدۇرۇشقا رىغبەتلەندۈرۈش ئارقىلىق كارخانىلارنى تېخنىمۇ چوڭ ھەربىكەتلەندۈرگۈچ كۈچكە ئىگە قىلدى.

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن، دۇنيا پەن ـ تېخنىكىسى ئۈزۈلمەي يېڭىلىنىش دەۋرىدە تۇردى. DNA نىڭ بايقىلىشى بىيولوگىيەلىك ئىنقىلاب قوزغىغان بولسا، يۇقىرى مولېكۇلىلىق خىمىيە ماتېرىياللار ئىنقىلابىنى ئېلىپ كەلدى، ئاتوم ئېنېرگىيەسى تېخنىكىسى ۋە بوشلۇق تېخنىكىسىمۇ شىددەت بىلەن ئىلغار نەتىجىلەرنى قولغا كەلتۈردى. 20 ـ ئەسىرنىڭ 50 ـ يىللىرى، يېرىم ئۆتكۈزگۈچ جىسىم ئامېرىكا كارخانىلىرىنىڭ يېتەكچى تېخنىكا مەھسۇلاتىغا ئايلاندى.

ئىقتىساد مىنىستىرلىقىنىڭ بىر تۇتاش پىلانلىشى ئارقىسىدا، ئامېرىكا تەجرىبىخانىلىرىدا دۇنياغا كەلگەن كەشپىياتلار ياپونىيە تۇپرىقىدا چېچەكلەپ مېۋە بەردى.

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن ياپونىيە ئامېرىكىدىن تېخنىكا پاتېنتى سېتىۋالدى، ئەمما ئۇ ئاددىي ھالدىكى كۆپەيتىش ياكى ئاددىي ھالدىكى تەكرارلاش ئەمەس ئىدى. 1 دوللارلىق پاتېنت ئۈچۈن ئۇ 3 دوللار ياكى ئۇنىڭدىنمۇ كۆپ بولغان يېڭىلىق يارىتىش مەبلىغى ئارقىلىق تېخنىكىنى يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا چوڭقۇرلاشتۇرۇپ، قايتىدىن دۇنيا بويىچە ئەڭ ياخشى مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرالايتتى. بۇنداق ئىككىلەمچى يېڭىلىق يارىتىش روھى ياپونىيە ئىقتىسادىنىڭ تەرەققىي قىلىشىدا غايەت زور روللارنى ئوينىدى.

ياپونىيە كارخانىلىرى مەھسۇلاتلارنى ياساش جەھەتتە تەۋەككۈلچىلىك روھىغا ناھايىتى باي ئىدى. توپلاشتۇرۇلغان توك يولىنى تەرەققىي قىلدۇرۇش جەھەتتە، ھۆكۈمەت كارخانىلارنىڭ ئاكتىپ ھەمكارلىشىشى ئارقىسىدا، يېڭى بىر يۆنىلىشكە قاراپ تەرەققىي قىلدى.

1975 ـ يىلى، ئىقتىساد مىنىستىرلىقى ئەڭ چوڭ بەش ئېلېكترون سانائىتى شىركىتىنى بىرلەشتۇرۇپ، توك يولىنى تەرەققىي قىلدۇرۇشنىڭ بەش يىللىق پىلانىنى ئېلان قىلدى. بۇ تېخنىكا كىرگۈزۈشكىلا قانائەت ھاسىل قىلمايدىغان ياپونىيەنىڭ ئۆز ئالدىغا يېڭىلىق يارىتىش توغرىسىدا جاكارلىغان يېڭى خىتابنامىسى ئىدى.

مېنىڭ قارىشىمچە، جۇڭگو ياكى كورىيەنىڭ مەدەنىيىتى، بولۇپمۇ ئاسىيا دۆلەتلىرىنىڭ مەدەنىيىتىدە كىشىلەر ئورتاق تونۇش ھاسىل قىلىش ئۈچۈن ھەتتا ئۆلچەمنى تۆۋەنلىتىشتىنمۇ باش تارتمايدىكەن. ئەلۋەتتە، بۇ توغرا ياكى خاتا دەيدىغان مەسىلە ئەمەس، بۇ ئۇلار ناھايىتى ئەتىۋارلايدىغان بىر خىل گۈزەل ئەخلاق ۋە قىممەت قارىشىدۇر. ئەمما ئاستىن - ئۈستۈن قىلىش خاراكتېرىدىكى يېڭىلىق يارىتىش ئوخشىمايدىغان كۆزقاراشلارنىڭ قوزغىتىشىغا موھتاج بولىدۇ.

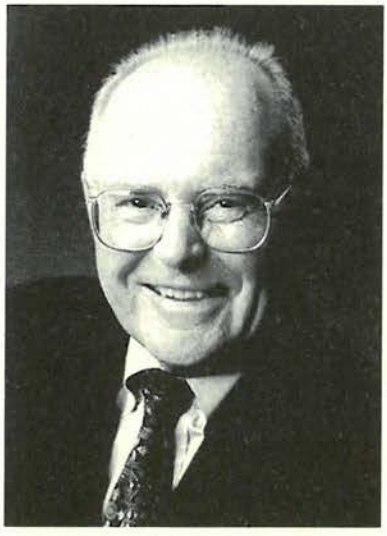
(كىم جوڭخون بىل تەجرىبىخانىسى لىدېرى)

يېڭىلىق يارىتىش جەمئىيەتنى ھەركەتلەندۈرىدىغان كۈچ بولۇپ، ئۇ يېڭى ئىدىيە ۋە يېڭى ئوي - پىكىرلەر بىلەن تەمىنلەيدۇ.

يېڭىلىق يارىتىش بىر تۈرلۈك سىستېما قۇرۇلۇشى بولۇپ، تولۇق رىقابەتكە تولغان بازار مۇھىتى بولغاندىلا يېڭىلىق يارىتىش ئاندىن سىجىل بولىدۇ.

20 - ئەسىرنىڭ 80 - يىللىرى، ئامېرىكا تېلېگراف كەسپى دۆلەت تەرىپىدىن مونوپول قىلىنغان مەزگىللەردە، بىل تەجرىبىخانىسىنىڭ تېخنىكا كەشپىياتچىلىرى تاكى ئامېرىكا تېلېگرامما - تېلېفون شىركىتى پارچىلىۋېتىلگەنگە قەدەر پەقەت پاتېنت شەكلى ئارقىلىقلا ساقلىناتتى. تېلېگراف كەسپىنىڭ بازارلىشىشى كەسكىن رىقابەت ئېلىپ كېلىپ، نەچچە مىليارد دوللارلىق ئىشلەپچىقىرىش قىممىتى يارىتىپلا قالماي، بەلكى يەنە ئۈچۈر ئىلمىنىڭ بىر قېتىملىق يۈكسىلىشىنى ئېلىپ كەلدى.

مىكروسوفت كىچىك شىركەتتىن تەدرىجىي تەرەققىي قىلىپ پۈتۈن دۇنيا مىقياسىدىكى تېخنىكا زومىگىرىگە ئايلانغاندىن كېيىن، ئامېرىكا ئەدلىيە مىنىستىرلىقى مونوپوللۇققا قارشى تۇرۇش جەھەتتىكى يېڭى بىر قېيىن مەسىلىگە دۇچ كەلدى، چۈنكى مەسىلە مىكروسوفتنىڭ بازاردا مونوپوللۇقنىڭ باھانى يولغا قويغانلىقىدا بولماستىن، بەلكى تېخنىكا مونوپوللۇقى تېخىمۇ كۆپ يېڭىلىق ياراتقۇچى شىركەتلەرنىڭ مەيدانغا كېلىشىگە توسالغۇ بولغانلىقىدا ئىدى.



گوردون مول



بىل گايتس



ستىق جوبس

تېخىمۇ كۆپ كىچىك شىركەتلەرنىڭ يېڭىلىق يارىتىش ئىقتىدارىنى قوغداش ئۈچۈن، ھۆكۈمەت ئامالسىز ئۆز دۆلىتىدىلا ئەمەس، ھەتتا پۈتۈن دۇنيا تارىخىدا ئەڭ ئۇتۇق قازانغان بۇ شىركەتنى چەكلەشكە مەجبۇر بولدى. مەيلى كەسىپ مونوپوللۇقى ياكى تېخنىكا مونوپوللۇقى بولسۇن، ھەممىسى ئوخشاشلا يېڭىلىق يارىتىش مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدىغان ئېكولوگىيە-لىك مۇھىتقا بۇزغۇنچىلىق قىلىدۇ.

يېڭى كىچىك شىركەتلەر ئۆز-لىرىنىڭ يىراقنى كۆرەرلىكى ۋە پىلانلىرىنى ئېلىپ ئاللىقاچان تۇراقلىشىپ بولغان ساھەگە بۆسۈپ كىرىشىدۇ ھەمدە بۇ ساھەنى تەلتۆكۈس ئاستىن ـ ئۈستۈن قىلىۋېتەلەيدۇ، ئەسلىدىنلا بار بولغان نۇرغۇن شىركەتلەر بۇلارنىڭ ئوتتۇرىغا چىقىشى سەۋەبىدىن ۋەيران بولۇپ، بۇ يېڭى شىركەتلەر بازارغا رەھبەرلىك قىلغۇچىلار بولۇپ قالىدۇ. مانا بۇ ۋەيران قىلىش خاراكتېرىدىكى يېڭىلىق يارىتىش بولۇپ ھېسابلىنىدۇ، بۇ ھەم تىپىك بولغان بازار ئىگىلىكىنىڭ ھاياتىي كۈچىنى نامايان قىلىدۇ.

بۈگۈنكى كۈندە، پەن ـ تېخنىكىدا رىقابەتلىشىشكە ئائىت ھېكايىلەر پەقەت ئىقتىساد، تېخنىكىدا ئالدىدا ماڭغان دۆلەتلەردىلا يۈز بەرمەيدۇ. قەيەردە شىركەت ئۆسۈپ يېتىلىدىغان تۇپراق بولىدىكەن، شۇ يەردە يېڭىلىق

يارىتىش مۇجىزىلىرى دۇنياغا كېلىپ تۇرىدۇ.

پەقەت ئېھتىياجلا بولىدىكەن، بازار چوقۇم رولىنى جارى قىلدۇرىدۇ. ناۋادا ئېھتىياج مەيدانغا كېلىدىكەن، ئۇنداقتا ئەقىللىق كارخانچىلار مۇئۆتتۇرىغا چىقىدۇ. مەيلى ئۇ جۇڭگو، فرانسىيە، گىرېتسىيە ياكى ئامېرىكىدا بولسۇن، كىشىلەر ئېھتىياجلىق نەرسىلەرنى كەشىپ قىلالايدۇ.

(ئانتونىي ژان ئاگتمائېل يېڭىدىن گۈللەنگەن بازارلارنى باشقۇرۇش چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى مۇدىرىيىتى رەئىسى)

يېڭىلىق يارىتىشقا ئىلھام بېرىش كېرەك، دوگلاس نورس قانداق تۇزۇم كىشىلەرنىڭ يېڭىلىق يارىتىشىغا ئەڭ ئىلھام بېرەلەيدۇ، ئۇ دەل كىشىلەرنىڭ يېڭىلىق يارىتىشىنىڭ جەمئىيەتكە بولغان تۆھپىسى بىلەن ئۇلار ئېرىشكەن مەنپەئەتنىڭ بىردەك بولۇشىدۇر، پەرق قانچە كىچىك بولسا، كىشىلەرنىڭ يېڭىلىق يارىتىشىغا شۇنچە ئىلھام بەرگىلى بولىدۇ دېگەن ئىدى.

(ژۇ جىڭلىيەن گوۋۇيۈەن تەرەققىيات تەتقىقات مەركىزى تەتقىقاتچىسى)

100 يىلنىڭ ئالدىدا، ئاۋستىرىيەلىك ئىقتىسادشۇناس جوسېف شۇمپېتېر مۇنداق دېگەن ئىدى: يېڭى مەھسۇلات، يېڭى تېخنىكا، يېڭى بازار جەزمەن يېڭى تەشكىلات ئېلىپ كېلىدۇ. 20 - ئەسىرنىڭ ئاخىرلىرىدا، شىركەتلەر ئېلىپ كەلگەن تېخنىكىدا بۆسۈش يالغۇز شىركەتلەرنىلا ئۆزگەرتمەي قالماي، بەلكى يەنە دۇنيانىمۇ ئۆزگەرتتى.

يېڭىلىق يارىتىش شىركەت مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشنىڭ جېنىدۇر. شىركەت - ئىنسانلار يېڭىلىق يارىتىشنىڭ ئاۋانگارت قوشۇنى.

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

پائۇل ئوتېللىنى (ئېنتېل شىركىتى يەر شارى لىدېرى)
بېل فورد (فورد ئاپتوموبىل شىركىتى لىدېرى)
جېئان پائۇل ئاگون (لورېئال گۇرۇھى باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى)

مۇخبىر: ئامېرىكىلىقلارنىڭ يېڭىلىق يارىتىش روھى بىلەن ئامېرىكا مەدەنىيىتىنىڭ مۇناسىۋىتى قانداق؟

بېل فورد: ئامېرىكىلىقلارنىڭ يېڭىلىق يارىتىش روھى دەرۋەقە ئامېرىكا مەدەنىيىتى بىلەن مۇناسىۋەتلىك، ئەمما مېنىڭ قارىشىمچە، بۇ يالغۇز مەدەنىيەت ئامىلىغىلا مۇناسىۋەتلىك ئەمەس. ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەرنىڭ ۋاقتىدا يارەمگە ئېرىشەلمىشىدىن ئىبارەت بۇ نۇقتا ناھايىتى مۇھىم، مەسىلەن: ئۇلار يارەمگە ئېرىشەلمىسە ئۆزلىرىنىڭ ئوي - پىكىرلىرىنى رويابقا چىقىرالايدۇ. مېنىڭ قارىشىمچە، دەل مۇشۇ بىزنىڭ دۆلىتىمىز ناھايىتى ياخشى قىلغان بىر نۇقتا ھېسابلىنىدۇ. ئەمەلىيەتتە، مېنىڭ ھېس قىلىشىمچە كارخانا روھى بىلەن يېڭىلىق يارىتىش دۇنيانىڭ ھەممىلا يېرىدە مەۋجۇت، بۇنى ئامېرىكىدىلا بار دەپ قارايدىغان كۆزقاراش توغرا ئەمەس.

شىركەتلەر ئۇزۇكسىز يېڭىلىق يارىتالمىسا ئۆلىدۇ. مېنىڭ ھېس قىلىشىمچە بۈگۈنكى فورد شىركىتىنىڭ ناھايىتى ياخشى قىلغان بىر ئىشى شۇ بولدىكى، بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزدا ناھايىتى كۆپ يېڭىلىق يارىتىلغان ئامىللار بار، مەيلى مۇھىت جەھەتتىكى يېڭىلىق يارىتىش، بىخەتەر كەشپىيات ياكى كۆڭۈل ئېچىش جەھەتتىكى يېڭىلىق يارىتىش بولسۇن، بىز بۈگۈنكى كۈندىكى ئاپتوموبىللىرىمىزغا ناھايىتى كۆپ يېڭىلىقلارنى يارىتتۇق. ۋاھالەنكى ناۋادا بىز ئۇزۇكسىز يېڭىلىق يارىتمىغان بولساق، شىركىتىمىز ئاستا - ئاستا ۋەيران بولغان بولاتتى، شۇڭلاشقا

فورد بۇنداق يېڭىلىق يارىتىش روھىنى ساقلاپ قالدى، ئۇنى ئۆزۈكسىز تەربىيەلىدى ھەمدە ئۇنى بارلىق ئىشلارنىڭ ئەڭ ئالدىغا قويدى، بىز ئۇچۇن ئېيتقاندا بۇ ناھايىتى مۇھىمدۇر.

مېنىڭ قارىشىمچە، بارلىق بۇيۇك كارخانىلارنىڭ ھەممىسى ئىشنى بۇيۇك بىر ئىجادىي پىكىردىن باشلايدۇ، ئۇنىڭدىن كېيىنكى مەسىلە بولسا، قانداق قىلىپ بۇ بىر بۇيۇك ئىجادىي پىكىرنى رېئاللىققا ئايلاندۇرۇشتىن ئىبارەت. فورد شىركىتىدىكى نۇرغۇن كىشىلەردە بۇيۇك ئوي ـ خىياللار بار ئىدى، ئەمما ئۆتمۈشتە كارخانىدا بىيۇروكرات خاھىشلارنىڭ بولۇشى سەۋەبلىك ۋە ياكى كىشىلەر خېيىم ـ خەتەرنى ئۈستىگە ئېلىشنى خالىماسلىقى سەۋەبىدىن، نۇرغۇن ئوي ـ پىكىرلەر رېئاللىققا ئايلىنالمىدى. مېنىڭ قارىشىمچە، بۇگۈن بىز بۇ جەھەتلەردە ئىلگىرىكىگە قارىغاندا خېلى ياخشى قىلدۇق.

ئىلھامنامە

نېمە ئۈچۈن «پەن ـ تېخنىكىنى بىرىنچى ئىشلەپچىقىرىش كۈچى» دەيمىز؟

18 ـ ئەسىرنىڭ 70 ـ يىللىرىدىكى بىرىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابىدىن بۇيان، ئىنسانلار پەن ـ تېخنىكىسىنىڭ تەرەققىياتى كۈنسېرى يېڭىلىنىپ باردى. 19 ـ ئەسىرنىڭ 70 ـ يىللىرىدا، ئامېرىكىنى مەنبە قىلغان ماشىنا ۋە ئېلېكتىر ئۈسكۇنىلىرى، خىمىيەلىك مەھسۇلاتلار، ئىچىدىن يانىدىغان دېۋىگاتېل قاتارلىقلارنىڭ كەشىپ قىلىنىشى ئىككىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابىنىڭ باشلانغانلىقىدىن دېرەك بېرىپ، ئىنسانلار ئېلېكتىر دەۋرىگە كىردى. ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن، 20 ـ ئەسىرنىڭ 40 ـ يىللىرىنىڭ ئاخىرىدىن 50 ـ يىللىرىنىڭ باشلىرىغىچە، ئۇچىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابى ئامېرىكىدىن باشلاندى، ئۇنىڭ ئاساسلىق بەلگىسى بولسا پەن ـ تېخنىكىنىڭ ئاتوم ئېنېرگىيەسى، ئېلېكترونلۇق ھېسابلاش ماشىنىسى، ئالەم تېخنىكىسى، ھاياتلىق قۇرۇلۇشى، بىرىكمە خىمىيە، يۇقىرى مولېكۇلىلىق خىمىيە قاتارلىق ساھەلەردىكى تەرەققىياتى ئىدى.

20 ـ ئەسىرنىڭ 70 ـ ۋە 80 ـ يىللىرى، ئامېرىكا قاتارلىق بىر قىسىم تەرەققىي تاپقان دۆلەتلەر يېڭى بىر پەن ـ تېخنىكا ئىنقىلابىنى باشتىن كەچۈرۈشكە باشلىدى. ئۇنىڭ يادروسى بولسا ئۇچۇر تېخنىكىسى ۋە ئۇچۇر كەسىپىنى مەركەز قىلغان يۇقىرى پەن ـ تېخنىكا ۋە ئۇچۇر سانائىتىنىڭ شىددەت بىلەن تەرەققىي قىلىشىدۇر. بۇ قېتىمقى پەن ـ تېخنىكا ئىنقىلابىنىڭ روشەن ئالاھىدىلىكى بولسا مىكرو ئېلېكترونىكا تېخنىكىسى، كومپيۇتېر تېخنىكىسى، ئالاقە تېخنىكىسى، ئىنتېرنېت تورى قاتارلىق زامانىۋى پەن ـ تېخنىكىلارغا تايىنىپ، ئۇچۇر تېخنىكىلىرىنى ئىشلىتىش ۋە ئومۇملاشتۇرۇشنى ئىلگىرى سۈرۈشتىن ئىبارەت. قولغا كەلگەن ئەمەلىيەتلەرنىڭ ئىسپاتلىشىچە، يېڭى پەن ـ تېخنىكا ئىنقىلابىنىڭ ئىنسانلار جەمئىيىتىنىڭ تەرەققىياتىدا ئوينىغان رولى ئالدىنقى بىرقانچە قېتىملىق ئىنقىلابلاردىن ھالقىپ كەتكۈسى.

زامانىۋى ئىقتىسادنىڭ تەرەققىياتىدا، پەن ـ تېخنىكا بىرىنچى ئىشلەپچىقىرىش كۈچىلىك رولىنى تولۇق نامايان قىلدى. پەن ـ تېخنىكىنىڭ تەرەققىياتى بىر تۈركۈم يېڭىدىن گۈللەنگەن سانائەت تارماقلىرىنىڭ مەيدانغا كېلىشىگە تۈرتكە بولۇشى ئارقىسىدا ئىشلەپچىقىرىش ساھەسىدىكى كەڭلىك ۋە چوڭقۇرلۇق كېڭەيتىلدى؛ ھەم يەنە ئەسلىدە بار بولغان ئەنئەنىۋى سانائەتمۇ ئۇزۇكسىز ئۆزگەرتىلىشكە ئېرىشىپ، بۇ سانائەت تارماقلىرىنىڭ ئەمگەك ئىشلەپچىقىرىش ئۇنۇمدارلىقى زور دەرىجىدە يۇقىرى كۆتۈرۈلدى؛ پەن ـ تېخنىكا كەسىپ قۇرۇلمىسىنىڭ تەڭشىلىشىنى ئىلگىرى سۈرۈپ، ئىجتىمائىي ئىش تەقسىماتىنىڭ تېخىمۇ يۇقىرى قاتلىق تەرەققىياتىغا تۈرتكە بولۇپ، ئىجتىمائىي ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىنىڭ تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈردى؛ پەن ـ تېخنىكا تەرەققىياتى بىر دۆلەتنىڭ دۆلەت كۈچىنىڭ كۈچلۈك ياكى ئاجىزلىقىنى بەلگىلەيدۇ ھەمدە كىشىلەرنىڭ تۇرمۇش ئۇسۇلىغا، سەۋىيەسىگىمۇ تەسىر كۆرسىتىدۇ. ئىنسانلار پەن ـ تېخنىكىدىن پايدىلىنىپ ئوبيېكتىپ دۇنيانى ئۆزگەرتىش بىلەن بىرگە، ئۆزىنىڭ ياشاش ۋە تەرەققىي قىلىش مۇھىتىنىمۇ ئۆزگەرتمەكتە.

شىركەتلەرنىڭ يېڭىلىق يارىتالىشىدىكى مەخپىيەتلىك نېمە؟

پەن ـ تېخنىكىنى قانداق قىلىپ ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىگە ئايلاندۇرغىلى بولىدۇ؟

ئەنئەنىۋى پىلانلىق ئىگىلىك دۆلەتلىرىنىڭ بېشىنى قاتۇرغان بۇ مەسىلە، بازار تۈزۈلمىسى ئاستىدا ئاللىقاچان جاۋابقا ئېرىشىپ بولغان ئىدى. ئىقتىساد تارىخىدىكى ئەمەلىي مىساللار پەقەت شىركەتنىڭلا پىروبىركا بىلەن پوكەينى ئەڭ قىسقا ۋاقىت ۋە ئەڭ تۆۋەن تەننەرخ ئىشلىتىپ ئۇلىيالايدىغانلىقىنى توختىماي ئىسپاتلاپ بەردى.

ئەركىن رىقابەتلىشىدىغان بازار ئىگىلىكى باشتىن - ئاخىر يېڭىلىق يارىتىشقا ئىلھام بەرسە، بۇيرۇق ۋە پىلانلاشقا ئۈچرىغان ئىگىلىك پەقەت يېڭىلىق يارىتىشنىڭ نەپسىنى بوغىدۇ، خالاس. يېڭىلىق ياراتقۇچىنىڭ «ئۆزىگە ئۆزى خوجا بولۇشى»، يەنى زامانىۋى ئىقتىساد ئىلمىدا تىلغا ئېلىنىدىغان «ئادەم كۈچى مەبلىغى» شىركەتنىڭ يېڭىلىق يارىتىشىدىكى تۈپ ئامىل ھېسابلىنىدۇ. بازارنىڭ ئىش تەقسىماتى مەخسۇس بىلىمگە ئىگە بولغان بىر قىسىم ئادەملەرنى ئايرىپ چىقىپ، ئۇلارنىڭ بىلىمىنى بىر خىل سودىلاشقان بىلىمگە ئايلاندۇرىدۇ، پايدا ئېلىش مۇددىئاسىنىڭ تۈرتكىسى ئارقىسىدا، ئىش تەقسىماتىنى يەنمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا كېڭەيتىپ، يېڭى بىر ئورۇن، يېڭى بىر كارخانىغا ئايلاندۇرۇپ، جەمئىيەتنى ئۈزۈكسىز ھالدا كەسىپلەشكەن يۆنىلىشكە قاراپ تەرەققىي قىلدۇرىدۇ.

شۇمپېتېر ئۆتمۈشتە يېڭى مەھسۇلات، يېڭى تېخنىكا، يېڭى بازار جەزمەن يېڭى تەشكىلات ئېلىپ كېلىدۇ دەپ ئالدىن ئېيتقان ئىدى. بۇ تۈردىكى كارخانا تەشكىلاتىنى كىشىلەر ئادەتتە «يۇقىرى يېڭى تېخنىكىلىق كارخانا» ياكى «زىچ تېخنىكا تىپىدىكى كارخانا» دەپ ئاتاشتى، يەنى ئۇ تېخنىكا ۋە ئادەم كۈچى ئامىلىنى ئاساسلىق دەسمايە قىلغان كارخانىنى كۆرسىتىدۇ. تېخنىكا ناۋادا مەبلەغكە ئايلانسا، تېخنىكىدا يېڭىلىق يارىتىش داۋاملىق ھالدا يالغۇز ئايرىم كارخانىلارنىڭلا ھەربىكتىسى بولۇپ قالماي، بەلكى بارلىق كارخانىلارنى ئومۇميۈزلۈك ھەربىكەتلەندۈرىدىغان كۈچ ۋە ئۇنىۋېرسال قائىدىگە ئايلىنىدۇ. ئەلۋەتتە، بۇ كارخانىلار ئۆزئارا چوقۇم تولۇق رىقابەتلىشەلەيدىغان بولۇشى كېرەك. چۈنكى تولۇق رىقابەتلىشەلمىگەندىلا، كارخانىلار ئارىسىدا ئۆزئارا ئۆگىنىدىغان ۋە ئىسلاھات قىلىدىغان زۆرۈرىيەت بارلىققا كېلىپ، ياخشىلىرى تاللىنىپ، ناچارلىرى شاللىۋېتىلىدىغان تاشقى بېسىم شەكىللىنىدۇ.

بۇ تۈردىكى كارخانىلار ئۈچۈن ئېيتقاندا، يېڭىلىق يارىتىدىغان بازار يېڭىلىق يارىتىدىغان تېخنىكىدىن تېخىمۇ مۇھىم، يېڭىلىق يارىتىدىغان

تۇزۈلمە لايىھەسى يېڭىلىق يارىتىش ئىقتىدارىدىن تېخىمۇ مۇھىم، يېڭىلىق يارىتىش تەپەككۇرى يېڭىلىق يارىتىش تېخنىكىسىدىن تېخىمۇ مۇھىم، يېڭىلىق يارىتىش تۇزۈمى لايىھەلەش ــ يېڭىلىق يارىتىش تەپەككۇرىدىن تېخىمۇ مۇھىم ھېسابلىنىدۇ. بۇ يەردە تېخىمۇ بەكرەك تەكىتلىنىدىغىنى بىلىم مۇلۈك ھوقۇقىدۇر. ناۋادا بىر ئادەم كارخانىغا قارىتا مال ـ مۇلۈك مەسئۇلىيىتىنى ئۈستىگە ئالالمىسا، ياكى ئۆزىدە بۇ خىل مەسئۇلىيەتنى ئۈستىگە ئالغۇدەك دەسمايە بولمىسا، مۇلۈك ھوقۇقى مەسئۇلىيىتىنى ئايرىغىلى بولمايدۇ، يېڭىلىق يارىتىشتىنمۇ ئېغىز ئاچقىلى بولمايدۇ. 1623 ـ يىلى ئەنگلىيە دۇنيا بويىچە تۇنجى پاتېنت قانۇنىنىڭ دەسلەپكى شەكلى «مونوپول نىزامى»نى ئېلان قىلغان ئىدى، ئامېرىكىدا بولسا پاتېنت ھوقۇقى ئاساسىي قانۇنغا كىرگۈزۈلگەن بولۇپ، بۇنداق قىلىنىشتىن مەقسەت بولسا «پايدا ئېلىش يېقىلغۇسىنى تالانتلىقلار ئوتى ئۈستىگە چېچىشتىن ئىبارەت» ئىدى.

تۇزۈم بىلەن تېخنىكىنىڭ قايسىسى تېخىمۇ مۇھىم؟

شىركەتنىڭ يېڭىلىق يارىتىشى، يۇقىرى يېڭى تېخنىكىلارنىڭ تەرەققىياتى مۇئەييەن تۇزۈم مۇھىتىغا موھتاج بولىدۇ. ئاتالمىش تۇزۈم مۇھىتى ــ ئىشلەپچىقىرىش بەرپا قىلىش، ئالماشتۇرۇش ۋە تەقسىمات ئاساسى قىلىش ئۈچۈن قوللىنىلىدىغان ئاساسلىق سىياسىي، ئىجتىمائىي ۋە قانۇنىي قائىدىلەرنى كۆرسىتىدۇ. تېخنىكا ئىشلەپچىقىرىش چىقىمىنى تېجەپ قالسا، تۇزۈم سودا قىلىش خىراجىتىنى تېجەيدۇ. شۇڭلاشقا «تۇزۈم تېخنىكىدىن ئەلا» دەپ ئاتىلىدۇ.

دۆلىتىمىزنىڭ يۇقىرى يېڭى تېخنىكىلىرىنى تەرەققىي قىلدۇرۇشتا، نوقۇل ھالدا ماددىي مەبلەغ ۋە تېخنىكىنىڭ ئۆزىگىلا ئېسىلىۋېلىشقا بولمايدۇ، بەلكى زېھنىمىزنى ئادەم كۈچى مەبلىغىنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇشقا پايدىلىق بولغان ئىقتىسادىي تۇزۈلمە، ئىجتىمائىي مەدەنىيەت مۇھىتى قاتارلىق جەھەتلەرگە ئاغدۇرۇشىمىز كېرەك. بۇنىڭ ئۈچۈن يېڭىلىق يارىتىشقا پايدىلىق بولغان تۇزۈم مۇھىتى بەرپا قىلىشىمىز كېرەك.

ئوتتۇرا ۋە كىچىك تىپتىكى كارخانىلارنى دادىل تەرەققىي قىلدۇرۇش كېرەك، چۈنكى يېڭىلىق يارىتىش بىلەن ئىگىلىك تىكلەش بىر ـ بىرىگە

زىچ باغلانغان. يېڭىلىق يارىتىش يېڭى كارخانا، ئوتتۇرا ـ كىچىك تىپتىكى كارخانىلاردا تېخىمۇ ئوڭاي مەيدانغا كېلىدۇ. نۆۋەتتە، مۇلۇك هوقۇقى دائىرىسى ئېنىق بولمىغان، هۆكۈمەت بىلەن كارخانىنىڭ مەسئۇلىيىتى ئايرىلمىغان، ئۆزىنىڭ يادرولۇق رىقابەتلىشىش كۈچى بولمىغان پەن ـ تېخنىكا ئورۇنلىرىنى هەقسىز كارخانا قىلىپ ئۆزگەرتىش كېرەك هەمدە ئادىل رىقابەتلىشىپ ۋە ياخشىلىرىنى تاللاپ، ناچارلىرىنى شاللاپ چىقىرىۋېتىشكە هەقسىز كاپالەتلىك قىلالايدىغان تۈزۈلمە ئورنىتىپ، يېڭىلىق يارىتىشقا پايدىلىق بولغان مەبلەغ يۇرۇشتۇرۇش تۈزۈلمىسى بەرپا قىلىش كېرەك.

ئادەم كۈچى مەبلىغى شىركەتلەرنىڭ يېڭىلىق يارىتىشىدا هەل قىلغۇچ رول ئوينايدۇ ئۇ، يۇقىرى پەن ـ تېخنىكا كارخانىلىرىنىڭ يادرولۇق رىقابەتلىشىش كۈچى هېسابلىنىدۇ. شۇڭلاشقا، مەلۇم بىر تۈزۈمنىڭ كەسپىي خادىملارنىڭ ئاكتىپچانلىقى ۋە ئىجادچانلىقىغا پايدىلىق بولۇشى بولسا شۇ خىل تۈزۈمنى ئورۇنلاشتۇرۇشنىڭ مۇۋاپىق بولغان ياكى بولمىغانلىقىنى باهالايدىغان ئەڭ ئاخىرقى ئۆلچەم هېسابلىنىدۇ. تېخنىكىدا يېڭىلىق ياراتقۇچىلارغا كۆپ جەهەتتىن ئىلهام بېرىش تۈزۈم لايىهەلىگۈچىلەرنىڭ ئاساسلىق بۇرچىغا ئايلاندى.

هۆكۈمەت «كالىنى كەينىدىن ئىتتىرمەي» بەلكى «كالىنىڭ بۇرنىدىن يېتىلەپ مېڭىشى» لازىم. نامەلۇم ساهەلەر ئۇستىدە ئىزدىنىشكە ئېهتىياجلىق بولغانىدا، هۆكۈمەت ئۇچۇر ئەۋزەللىكىنى هازىرلىمايدۇ، يېڭىلىق يارىتىش تېمىسىغا دۇچ كەلگەندە، هۆكۈمەتنىڭ ئىنكاس قايتۇرۇش سۈرئىتى، هەرىكەت ئۇنۇمى بازارغا يۆزلەنگەن شىركەتلەرگە يەتمەيدۇ.

«تۈزۈم تېخنىكىدىن ئەلا» دېگەن سۆزنىڭ مەنىسى يالغۇز كارخانا ۋە بازارنىلا كۆرسەتمەيدۇ. تۈزۈم لايىهەلەشتە ئەڭ مۇهىم بولىدىغىنى بارلىق پۇقرالارغا ئەركىن تەرەققىي قىلىش ۋە ئۆزئارا ئىشىنىش پۈرسىتى يارىتىپ بېرىپ، كىشىلەرنىڭ هەرىكەت مىزانىنى بەلگىلەپ چىقىشتىن ئىبارەتتۇر. مۇشۇ مەنىدىن ئېيتقاندا، دۆلەتنىڭ تۈزۈم تەسىس قىلىش مەقسىتى پۇقرالارنىڭ ئەركىن تەرەققىي قىلىش ئېهتىياجىنى قاندۇرۇش، يەنى ماركس ئېيتقانىدەك ئەركىن ئادەملەرنىڭ ئىتتىپاقلىقىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈچۈندۇر.

توققۇزىنچى باب

ئۆز تۈپرىقىدىكى يۇكسەك ئىرادە

ھۆكۈمەتنىڭ سودىغا ھەيدەكچىلىك قىلىشىدىن ئومۇمىي خەلقنىڭ سودا بىلەن شۇغۇللىنىشىغچە، دۆلەتنىڭ مونوپول قىلىشىدىن ئەركىن رىقابەتلىشىشكىچە، مەركەزنىڭ پىلانلىق باشقۇرۇشىدىن بازارنى يېتەكچى قىلىشقىچە جۇڭگو كارخانىلىرى تەرەققىيات ئەندىزىسىنىڭ تالاي قېتىملىق تەجرىبە قىلىشى ۋە تۈزىتىشلىرىنى باشتىن كەچۈردى. جۇڭگو يېڭىدىن گۈللەنگەن بازار دۆلىتىگە ئايلىنىشتەك مۇشەققەتلىك ئۆزگىرىش جەريانىدا شىركەت يەنە نېمە ئۈچۈن ئىسلاھاتنىڭ كۈچلۈك يارەمچىسى بولۇپ قالدى؟

مىلادىيە 1759 - يىلى، چىڭ سۇلالىسى چېيەنلۇڭنىڭ 24 - يىلى، بىر پارچە شاھانە ئەرز خانىنىڭ ئۈستىلىگە يەتكۈزۈلدى. ئەرزدار بولسا خەنزۇچە ئىسمى خۇڭ رېنخۇي دەپ ئاتىلىدىغان ئەنگلىيەلىك سودىگەر بولۇپ، ئۇ ئەرزىدە، «جۇڭگولۇق سودىگەرلەرنىڭ قەرز ئالغان پۇل مەسىلىسى سەۋەبىدىن، دۆلىتىمىز مېنى بېيجىڭغا كېلىپ خانغا ئۇۋالچىلىقىمىز ئۈستىدە ئەرز قىلىشقا بۇيرۇدى» دەپ يازغان ئىدى.

بۇ بۇگۈنگە قەدەر كېشىلەرگە مەلۇم بولغان جۇڭگونىڭ ھۆكۈمەت خاتىرىلىرىدىكى شىركەت ئىشلىرىغا ئالاقىدار ئەڭ دەسلەپكى خاتىرىلەردىن بىرى ھېسابلىنىدۇ.

«كومپانىي» دېگەن ئىبارە دەل ئىنگلىزچىدىكى شىركەت ئاتالغۇسىنى كۆرسىتىدۇ. ئەمما شىركەت دېگەن زادى نېمە؟ ئىقتىسادىنىڭ ئومۇمىي مىقدارى بويىچە دۇنياغا ھاكاۋۇرلۇق بىلەن نەزەر سېلىۋاتقان چېيەنلۇڭ مەمۇرچىلىق دەۋرىدە بولسا بۇ ھېچكىم ئېتىبار بەرمەيدىغان بىر مەسىلە ئىدى.

يۈز يىلدىن كېيىن، چىڭ ھۆكۈمىتىنىڭ ئەنگلىيە، فرانسىيە،

ئىتالىيە، بېلگىيە قاتارلىق تۆت دۆلەتتە تۇرۇشلۇق باش ئەلچىسى شۆ فۇچېڭ ياۋروپانى ساياھەت قىلغاندىن كېيىن، مۇنداق ئىبارىلەرنى يېزىپ قالدۇرغان ئىدى: «شىركەت بولمىسا، سودا - سانائەت كەسپىدە ھېچ ئىش رونىاق تاپالمايدۇ؛ سودا - سانائەت رونىاق تاپمىسا جۇڭگومۇ ئاخىرقى ھېسابتا باي ھەم قۇدرەتلىك بولالمايدۇ.»

شۆ فۇچېڭنىڭ بۇ سۆزى ھەرگىزمۇ ئەينى زامانىدىكى جۇڭگو ئۇچۇنلا ئەھمىيىتى بار ئەمەس. ئەينى زاماندا، ياۋروپا ۋە ئامېرىكىدىكى ھەرقايسى سانائەت ئەللىرى ئۆزىنىڭ ئىلغار ئىقتىسادىي تۇزۇملىرىگە تايىنىپ دۇنياغا ھۆكۈمران بولۇۋالغان ئىدى. «باي» ۋە «قۇدرەتلىك» بولۇشنى ئويلىغان ھەربىر دۆلەت بۇ سۆزنىڭ ئەھمىيىتىگە نەزەر سالماي تۇرالمايتتى.

ئۇزۇن يىللار ئىچىدە، تالاي قېتىملىق تېڭىرقاش، بۇرۇقتۇرما بولۇش، تەجرىبە قىلىش ۋە تۇزىتىشلەر ئارقىسىدا، تامامەن يېڭى بىر جۇڭگو ۋە جۇڭگو شىركەتلىرى ئاخىر ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىككە ئىگە بازار يولىنى تېپىۋالدى.

1. تۇنجى قېتىملىق شىركەت قىزغىنلىقىنىڭ ئۇن - تىنسىز بېسىقىپ قېلىشى

شاڭخەي، ئۆتمۈشتە «ئون چاقىرىملىق ئەجنەبىيلەر مەھەللىسى» ۋە «تەۋەككۇلچىلەرنىڭ جەننىتى» دەپ تەرىپلەنگەن ئىدى. 1842 - يىلىدىن ئېتىبارەن چەت ئەل بىلەن سودا قىلىدىغان پورتقا ئايلانغاندىن كېيىن، شاڭخەي ھەرقايسى ئەل شىركەتلىرىنىڭ جۇڭگودىكى رىقابەتلىشىش سورۇنى بولۇپ قالغان ئىدى.

مەجبۇرىي سودا شەھىرى قىلىپ ئېچىلىپ 40 يىل ئۆتكەندىن كېيىنكى 1882 - يىلى، بىر جۇڭگو شىركىتى ئاخىر چەت ئەللىكلەرنىڭ دېڭىز قاتنىشى كەسپىگە بولغان مونوپوللۇقىنى بۇزۇپ تاشلىغان ئىدى. ئۇ بولسىمۇ جۇڭگو يېقىنقى زامان تارىخىدىكى تۇنجى پاي تۇزۇمىدىكى شىركەت پاراخوت سودىسى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسى ئىدى.

قۇرۇلغىنىغا ئەمدىلا 10 يىل بولغان پاراخوت سودىسى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسى چەت ئەللەردە كۆپلىگەن شۆبە ئاپپاراتلىرى تەسىس قىلغان

بولۇپ، يىللىق كىرىمى 1مىليون 600 مىڭ سەر كۈمۈشتىن ئارتۇق ئىدى.
19 ـ ئەسىرنىڭ 80 ـ يىللىرى بولسا دۇنيا شىركەتلىرىنىڭ تەرەققىياتى دەل يۇقىرى پەللىگە چىققان بىر دەۋر ئىدى.
ئەنگلىيەدە زور مىقداردىكى يەككە سودا ـ سانائەتچىلەر پاي شىركىتىگە ئۆزگىرىشنى تاماملىدى. ئىستاتىستىكىغا ئاساسلانغاندا، 1877 ـ يىلىدىن 1887 ـ يىلىغا قەدەر 10 يىل ئىچىدە، ئەنگلىيەدە تىزىمغا ئالدۇرۇلغان شىركەتلەرنىڭ ئومۇمىي سانى 15165 كە يەتكەن ئىدى.
ئەينى مەزگىلدە تەرەققىياتى ئەڭ تېز بولغان يېڭىدىن گۈللەنگەن ئىككى ئىقتىسادىي گەۋدە ـ ئامېرىكا ۋە گېرمانىيەدە، شىركەت ئاللىقاچان ئىقتىسادىي پائالىيەتلەرنىڭ ئاساسلىق گەۋدىسىگە ئايلانغان ئىدى. بولۇپمۇ ئامېرىكىدا، بىر تۈركۈم چوڭ تىپتىكى شىركەتلەر دۇنياغا كېلىش ئالدىدا تۇراتتى.
ئاسىيادا بولسا، جۇڭگودىكى جۇڭگونىڭ ئەجنەبىيلەر ھەرىكىتى ۋە ياپونىيەدىكى مىڭجى يېڭىلىققا كۆچۈش ھەرىكىتى شىركەت تۈزۈمىنى تۇنجى قېتىم شەرق تۈپرىقىغا قەدەم باستۇرغان ئىدى.

ئەجنەبىيلەر ھەرىكىتىنى جۇڭگونىڭ يېقىنقى زامان تارىخىنىڭ باشلىنىشى دېيىشكە بولىدۇ، چۈنكى شۇنىڭدىن ئېتىبارەن، ئىلغار بولغان يېڭى ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرى كىرگۈزۈلدى، ئۇ دەسلەپتە ئىشنى ھەربىي سانائەت قۇرۇشتىن باشلاپ، 1872 ـ يىلىغا كەلگەندە يەنە خەلق تۇرمۇشىغا پايدا يەتكۈزىدىغان كارخانىلارنى قۇرۇشقا باشلىدى.
(چىن جىڭپىڭ چىڭخۇا ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

بەزىلەر: «سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسى ئىشنى باشلاپ بەردى، بىر ئادەمنىڭ قىلغان تەشەببۇسىنى ھەممە كىشى ئۆگەنىدى. بىرقانچە يىل ئۆتمەيلا بۇ بىر كەيپىياتقا ئايلىنىپ كۆپلىگەن شىركەتلەر مەيدانغا كەلدى» دەپ باھا بېرىشكەن ئىدى.
1882 ـ يىلى 9 ـ ئاينىڭ 27 ـ كۈنىدىكى «شىنباۋ گېزىتى» پاراخوت ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسىنىڭ ئەسلىي قىممىتى 100 سەر كۈمۈش بولغان پېيىنىڭ 253 سەر كۈمۈشكە ئۆسكەنلىكى، باشقا شىركەتلەر پاي باھاسىنىڭمۇ تۇشمۇتۇشتىن ئۆسكەنلىكىنى خەۋەر قىلدى.

پاراخوت ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسى

19 ـ ئەسىرنىڭ 70 ـ يىللىرىدىن ئېتىبارەن ئەجنەبىيلەر «ئۆزىنى قۇدرەت تاپقۇزۇش» ۋە «باي بولۇش» مەقسىتىگە يەتمەكچى بولىدۇ، ھەربىي سانائەتكە داۋاملىق ھازىرلىق كۆرۈش بىلەن بىر ۋاقىتتا، يەنە قاتناش ـ تىرانسپورت، كان قېزىش، مېتال تاۋلاش، توقۇمىچىلىق قاتارلىق خەلق تۇرمۇشىغا ئىشلىتىلىدىغان سانائەتكە تەييارلىق كۆرۈشكىمۇ تۇتۇش قىلىدۇ. 1872 ـ يىلى، لى خۇڭجاڭ دەريا ـ دېڭىز بويلىرىدىكى سۇ قاتنىشى كەسپىنى قايتۇرۇۋېلىش، چەت ئەل پاراخوتلىرىنىڭ مۇداخىلە قىلىشىنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن، جېجياڭ ئۆلكىسى دېڭىز قاتنىشى ئەزاسى، كاندىدات دوتەي ئاكا ـ ئۇكا جۇ چىئاڭ، جۇ چىشاۋلارنى شاڭخەي يۇڭئەن كوچىسىدا ئىدارە تەسىس قىلىپ سودا پايلىرى توپلاشقا تەيىنلەپ، ئىدارە نامىنى «پاراخوت ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسى» دەپ بېكىتىدۇ.

بۇ ئەجنەبىيلەر ھەربىكتى داۋامىدا ھەربىي سانائىتى كارخانىسىدىن پۇقرالار ئېھتىياجلىق كارخانىغا، ھۆكۈمەت باشقۇرۇشىدىكى كارخانىدىن ھۆكۈمەت نازارەتچىلىكىدىكى كارخانىغا ئۆزگەرگەن تۇنجى كارخانا ھېسابلىنىدۇ. ئۇ يولۇچىلار تىرانسپورتى ۋە ئاشلىق تىرانسپورتى قاتارلىق تىرانسپورت كەسىپلىرى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان جۇڭگودىكى تۇنجى يېقىنقى زامان سۇ تىرانسپورت كارخانىسىدۇر. قۇرۇلغاندىن كېيىن ئېغىر زىيان تارتقانلىقى ئۈچۈن، ئىككىنچى يىلى 7 ـ ئايدا، لى خۇڭجاڭ پاراخوت ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش شىركىتىنى پاراخوت ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسىگە ئۆزگەرتىدۇ.

ۋاھالەنكى، تۇزۇلمىدىن ئىبارەت بىر قىيىن مەسىلە تەدرىجىي ئوتتۇرىغا چىقىشقا باشلىغان ئىدى.

پاراخوت ئىشلىرى شىركىتى قۇرۇلغان دەسلەپكى مەزگىلدىلا «سودىغا ھۆكۈمەت نازارەتچىلىك قىلىش» پىكرى ئېنىق ئوتتۇرىغا قويۇلغان ئىدى.

شىركەت نىزامنامىسىنى تەييارلىغۇچى شېكى يېخۇەي بولسا، كېيىنكى كۈنلەردە چىكى سۇلالىسىنىكى كېيىنكى مەزگىللىرىدىكى بارلىق دۆلەت ئىگىلىكىدىكى شىركەتلەرنى قۇرۇش ئىشلىرىغا ئاساسەن دېگۈدەك قاتنىشاتتى. ئۇ، سودا قىلماي تۇرۇپ پايدا ئالغىلى بولمايدۇ، ھۆكۈمەتنىكى نازارىتى بولمىسا شىركەتنىكى يېتەرسىزلىكىدىن ساقلانغىلى بولمايدۇ دەيتتى.

ھۆكۈمەتنىكى سودا ئىشلىرىنى نازارەت قىلىشى چىكى ھۆكۈمىتىنىكى خەلق ئىچىدىكى كۈچلەرنى ئىختىيارىغا «قويماي» بەلكى ئۇلارنىكى ئالدىنى «ئالغانلىقى»، بازار قائىدىلىرىگە ئىشەنمەي بەلكى ئەمەلدارلارنىكى ئەخلاقىغا ئىشەنگەنلىكىدىن دېرەك بېرەتتى.

ئەجنەبىيلەر ھەربكىتى

ئەجنەبىيلەر ھەربكىتى ئۆزىنى قۇدرەش تاپقۇزۇش ھەربكىتى دەپمۇ ئاتىلىدۇ، ئۇ 1861 ـ يىلى باشلىنىپ 1894 ـ يىلى ئاخىرلاشقان چىكى سۇلالىسى ھۆكۈمىتى ئىچكى قىسمىدىكى ئەجنەبىي تەرەپدارلار مەملىكەتنىكى ھەرقايسى جايلىرىدا قوزغىغان سىياسىي ئىسلاھ قىلىش ھەربكىتىنى كۆرسىتىدۇ. ئىككى قېتىملىق ئەپيۇن ئۇرۇشىنى باشتىن كەچۈرگەندىن كېيىن، چىكى ھۆكۈمىتى ھۆكۈمران سىنىپى ئىچكى قىسمىدا بىر قاتار ئىچكى ئەندىشە تاشقى ئاپەتلەرنى قانداق بىر تەرەپ قىلىش ئۈچۈن «ئەجنەبىي تەرەپدارلار» ۋە «كونىلىق تەرەپدارلىرى» دەپ ئىككى مەزھەپكە بۆلۈنىدۇ. ئەجنەبىي تەرەپدارلار ھۆكۈمەت قۇرۇش، ھۆكۈمەت نازارەت قىلىپ سودىگەرلەر باشقۇرۇش، ھۆكۈمەت ۋە سودىگەرلەر بىرلىكتە باشقۇرۇش قاتارلىق شەكىللەر ئارقىلىق يېڭى تېپتىكى سانائەتنى تەرەققىي قىلدۇرۇپ، دۆلەت كۈچىنى ئاشۇرۇش ئارقىلىق چىكى ھۆكۈمىتىنىكى فېئوداللىق ھاكىمىيىتىنى ساقلاپ قېلىشنى تەشەببۇس قىلىشىدۇ. ئەجنەبىيلەر ھەربكىتى جۇڭگونىكى كاپىتالىزملىشىشى ئۈچۈن مۇئەييەن ئاساس سالغان ئىدى.

ھۆكۈمەتنىكى سودىغا نازارەت قىلىش تۇزۇلمىسىنى بىر خىل يېڭىلىق يارىتىش دېيىشكە بولىدۇ، ئۇ يېڭىچە مىللىي سودا ـ سانائەت كارخانىلىرىنىكى قۇرۇلۇشىدا قوزغىتىش ۋە تۇرتكىلىك رول ئوينىدى. ئەمما

بۇنداق تۈزۈلمە ئۇزۇن داۋاملىشالمايدۇ.
(چېڭ جىڭپىڭ چىڭخۇا ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

خەلق ئىچىدىكى كارخانىلار، پۇقراۋى كارخانىلار بىلەن مۇستەبىت ھۆكۈمەت ئوتتۇرىسىدا تەبىئىي زىددىيەتلەر مەۋجۇت. ئەلۋەتتە. ھۆكۈمەتنىڭ بۇنداق مۇستەبىت ئىدارە قىلىشى بىلەن خەلق ئىچىدىكى ئىقتىسادىي كۈچلەر ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەت پەقەت شىركەتلەر بىلەنلا چەكلىنىپ قالمايدۇ، مۇستەبىت تۈزۈم ئاستىدا، بولۇپمۇ پادىشاھلىق مۇستەبىت تۈزۈمى ئاستىدا، دۇنيادىكى ھەممە نەرسە خانغا، ئوردىغا تەۋە بولغانلىقى ئۈچۈن، ھەممە نەرسە بىردەك ئىدارە قىلىناتتى.
(لۇ خېپىڭ جۇڭگو ئىجتىمائىي پەنلەر ئاكادېمىيەسى تەتقىقاتچىسى)

مۇستەبىت تۈزۈم ئاستىدا، سودىگەرلەرنىڭ مەنپەئەتلىرى زەئىپلىكتە خۇددى بىر فارفۇر قاچىغىلا ئوخشايدىغان بولۇپ، ھەر ۋاقىت كۆكۈم - تالقان بولۇش خەۋپى بار ئىدى. جۇڭگودىكى ھەرقايسى سۇلالىلەرنىڭ سودا پائالىيەتلىرىنى گۇللەنمىدى دەپ تۇرالمايمىز، ھالبۇكى تىجارەتتە ئېپى بار، بايلىقتا دۆلەتنى سېتىۋالغۇدەك قۇدرىتى بار سودا گۈرۈھلىرى نېمە ئۈچۈن ھازىرقى زامان مەنىسىدىكى شىركەتلەرگە ئايلىنالمىدى؟ چۈنكى، ھەممىدىن ئۈستۈن تۇرىدىغان خان ھوقۇقى ئالدىدا، ئەركىن، باراۋەر بولغان كېلىشىم روھى ۋە قانۇن ھىمايىسى ئاستىدىكى مۇلۈك ھوقۇقى تۈزۈمى دېگەنلەرنىڭ ھەممىسى قۇرۇق گەپ ئىدى.

شۇنداق قىلىپ جۇڭگو يېقىنقى زامان تارىخىدىكى تۇنجى قېتىملىق «شىركەت» قىزغىنلىقى ناھايىتى تېزلا سوۋۇپ، بىر تۈركۈم ئەمدىلا قۇرۇلغان شىركەتلەر تۆت - بەش يىل ئىچىدىلا ئارقا - ئارقىدىن ۋەيران بولۇشتى. 1877 - يىلى، بەزىلەر بۇ ئەھۋاللارنى: «شىركەت قۇرغانلار كۆپىنچە قاق - سەنەم بولغانلىقى ئۈچۈن، كىشىلەر شىركەت دېگەن گەپتىن ئۈزۈنغىچە بىزار بولۇشتى» دەپ تەسۋىرلىگەن ئىدى.

چىڭ سۇلالىسىنىڭ ئاخىرى مىنگونىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدىكى خاتىرىلىرىگە ئاساسلانغاندا، ھۆكۈمەت قۇرغان كارخانىلار ئانچە

مۇۋەپپەقىيەت قازىنالمىغان، بۇنىڭ ئىچىدىكى بىر قىسىم سەۋەب چوڭ تىپتىكى كارخانىلارنى باشقۇرۇش تەجرىبىسىنىڭ كەمچىللىكى، يەنە بىر قىسىم سەۋەب بولسا بىر قىسىم ئاساسلىق قائىدىلەر ئايدىڭلاشمىغان، ھېساباتنى قاتتىق خاتىرىلەش ۋە ھۆكۈمەت بىلەن شەخسنىڭ ئوتتۇرىسىدىكى چېگرا ئېنىق ئەمەس ئىدى، ئەينى زامانىدا مۇشۇلار سەۋەبلىك ئۇلار مۇۋەپپەقىيەت قازىنالمىدى.

(C.W. كىربىي ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى شەرقىي ئاسىيا تەتقىقات مەركىزى پروفېسسورى)

بىرىنچىدىن، سودىغا ئېتىبار بېرەتتى، ئۇ (جېك گۇەنيىڭ) «سودا»نى ناھايىتى مۇھىم ئورۇنغا قويۇشنى تەشەببۇس قىلغان ئىدى. ئىككىنچىسى بولسا سودا ئۇرۇشى ئىدىيەسى ئىدى، ئۇ چەت ئەللەر بىلەن سودا ئۇرۇشى قىلىشنى تەشەببۇس قىلغان بولۇپ، ئاساسلىق كۆزقاراشلىرى بولسا «لەشكىرىي جەڭ ماھارىتى ئۆگىنىش سودا ماھارىتى ئۆگىنىشكە يەتمەيدۇ» دېگەندىن ئىبارەت ئىدى.

(ۋاڭ شياڭچىن بېيجىڭ سودا ئىنستىتۇتى سابىق مۇدىرى)

«كارخانا تەرەققىياتىغا پۈتۈنلەي سودا - سانائەتچىلەر يېتەكچىلىك قىلىشى لازىم»، بۇ ئۇ (جېك گۇەنيىڭ)نىڭ ئاخىرقى يىللاردىكى كۆزقارىشى ئىدى. يەنى ، ھۆكۈمەتنىڭ كارخانىلارغا بولغان كونتروللۇقىدىن ئىمكانقەدەر قۇتۇلۇش كېرەك دېگەن قاراشنى تەشەببۇس قىلغان ئىدى.

(پاڭ يى بېيجىڭ سودا - سانائەتچىلەر ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى پروفېسسورى)

جياۋۇ يىللىرىدىكى بوران - چاپقۇنغا ھەمراھ بولغان ھالدا جېك گۇەنيىڭ بۇنداق كۆزقاراشلىرى ئوردىنى زىلزىلىگە سالىدۇ. ئۇنىڭ «ئاساسىشلىق زامانىدىكى ۋەھىمىلىك سۆزلەر» دېگەن كىتابىنى كىشىلەر تالىشىپ ئوقۇپ، تەكرار بېسىلىپمۇ ئېھتىياجنى قاندۇرالمايدۇ. جياۋۇ ئۇرۇشىدىكى مەغلۇبىيەت جىڭ سۇلالىسىنىڭ ئاخىرقى يىللىرىدىكى ھۆكۈمەت سودىسى تۈزۈلمىسىگە بىر قېتىملىق چوڭ زەربە بولىدۇ.

هالبۇكى مۇشۇ مەزگىلدە جۇڭگونىڭ پۇقراۋى شىركەتلىرى سەھنە ئالدىغا چىقالامدۇ - يوق؟

نەچچە ئون يىللىق جاپا - مۇشەققەتلەردىن كېيىن، داشبۇنىڭ ئۇرچۇق زاۋۇتى مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا كىشىلەر بىلەن يۈز كۆرۈشىدۇ. جاك جيەن سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسىنىڭ كونا سەنمىگە دەسسىمەيدۇ، داشبۇ شىركىتىنىڭ ھۆكۈمەت پېيى ئۇچۇن پەقەت پايدىلا تەقسىم قىلىپ بېرىلىپ، ھۆكۈمەت ئەمەلىي ئىشلارغا مۇداخىلە قىلمايدۇ، شۇنىڭ بىلەن شىركەت ئۆز - ئۆزىگە غوجا بولۇش مۇھىتىغا ئېرىشىدۇ.

ئۆمرىدە 180 دىن كۆپرەك كارخانا قۇرغان جاك جيەن ئاشۇ مەزگىلدە جۇڭگودا خەلق ئارىسىدىكى ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەرنىڭ ۋەكىلى بولۇپ قالغان ئىدى.

ئىستاتىستىكىلارغا ئاساسلانغاندا، 1910 - يىلىغا كەلگەندە، رەسمىي رويخەتكە ئېلىنغان پۇقراۋى كارخانىلار تەخمىنەن 410 غا يېتىپ، ھۆكۈمەت باشقۇرۇشىدىكى كارخانىلار بىلەن بولغان نىسبىتى تۆتتە بىر بولغان ئىدى.

شۇ يىلى 6 - ئايدا، چىك ھۆكۈمىتى پاراخوت ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسىنى خەلق ئىچىدىكى ئاپپاراتلارنىڭ باشقۇرۇشىغا ئۆتكۈزۈپ بېرىشكە مەجبۇر بولىدۇ. باشقۇرۇشتىكى يېتەرسىزلىك ۋە ھۆكۈمەتنىڭ يۇقىرى باج ئېلىشى ئارقىسىدا، شىركەت تارتقان زىيان نەچچە يۈز مىڭ سەر كۈمۈشكە يېتىدۇ.

مېنىڭ قارىشىمچە ئەڭ مۇھىم بىر نۇقتا بولسا، بازارنىڭ ئۆزى بىر تۈزۈلمە، تەمىنلەش بىلەن ئېھتىياجنى نورمال ئايلاندۇرۇش ئۈچۈن چوقۇم قانۇن - تۈزۈم بولۇشى، قانۇن بىلەن ئىدارە قىلىنىدىغان دۆلەت بولۇشى كېرەك، تەمىنلەش بىلەن ئېھتىياج ئوتتۇرىسىدا باھا كېلىشىمى ھاسىل قىلدۇرالايدىغان بارلىق زۆرۈر شەرتلەر بولۇشى لازىم. مۇشۇنداق تۈزۈلمىلا بازار شەكىللەندۈرەلەيدۇ.

(نىكولاس پاۋېرس فرانسىيە دۆلەتلىك مەمۇرىيەت ئىنستىتۇتى پىروفېسسورى)

1910 - يىلى قىش پەسلىدە، ياپونىيەگە بېرىپ ئولتۇراقلىشىپ قالغان لياك چىجاۋ ۋەزىيەتنى سوغۇققانلىق بىلەن كۆزەتكەندىن كېيىن،

«جۇڭگودىكى سودا ـ سانائەت توغرىسىدا توختالغۇچىلار سەمىگە» دېگەن ماقالىنى يېزىپ، ئەينى زامانداا جۇڭگو شىركەتلىرىدە ساقلىنىۋاتقان تۆت چوڭ ئىللەتنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ.

لياڭ چىچاۋنىڭ قارىشىچە، بۇلارنىڭ ئىچىدىكى ئەڭ چوڭ مەسىلە بولسا قانۇن بىلەن ئىدارە قىلىش مۇھىتىنىڭ كەمچىل بولۇشى ئىدى. ئۇ مۇنداق دەيدۇ: «پاي چەكلىك شىركىتى چوقۇم دۆلەتنى كۈچلۈك قانۇن ئارقىلىق ئىدارە قىلغاندىلا مەۋجۇت بولۇپ تۇرالايدۇ، ئەمما جۇڭگو بولسا قانۇننىڭ نېمىلىكىنى بىلمەيدۇ.»

چىڭ سۇلالىسىدا قانۇن يوق ئەمەس. 1904 ـ يىلى چىڭ سۇلالىسى ھۆكۈمىتى «بۇيۇك چىڭ شاھانە سودا قانۇنى»نى ئېلان قىلدى، ھالبۇكى، خانلىق تۈزۈم ئاستىدىكى «شىركەت قانۇنى» قۇرۇق شەكىلدىنلا ئىبارەت خالاس.

ئۇ (لياڭ چىچاۋ) جۇڭگودا قانۇننى ئۆزى تۈزۈپ ئۆزى ئەمەل قىلمايدۇ، يۇقىرى ـ تۆۋەن ھېچكىم قانۇننى كۆزگە ئىلمايدۇ، شۇڭا بۇنىڭ ھەيران قالغۇچىلىكى يوق دەپ ناھايىتى كەسكىن قىلىپ ئوتتۇرىغا قويغان ئىدى. شۇڭلاشقا ئۇ، ناۋادا قانۇن بار تۈرۈپ ئۇنىڭغا ئەمەل قىلمىسا، قانۇن بولمىغانغا باراۋەردۇر، بۇگۈنكى جۇڭگو قانۇنى يوق بىر دۆلەت، دەيدۇ.
(ۋۇ جىڭپىڭ فۇدەن ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ھوقۇق قانۇنىدىن ئۈستۈن تۇرىدىغان دۆلەتتە، شىركەتلەرنىڭ تەرەققىياتى تۈزۈم خاراكتېرلىك كاپالەتكە ئېرىشەلمەيدۇ. كىشىلەر تەدرىجىي ھالدا سودا ـ سانائەتنى گۈللەندۈرۈشنىڭ ئاچقۇچى ئاساسىي قانۇن تۈرغۇزۇش ئارقىلىق قانۇن بىلەن ئىدارە قىلىشنى ئورنىتىپ، ھۆكۈمەت ھوقۇقىغا چەك قويۇپ، پۇقرالارنىڭ ھوقۇقىغا كاپالەتلىك قىلىش كېرەكلىكىنى ھېس قىلىشىدۇ.

2. بوران ـ چاپقۇن ئىچىدە تەمتىرەپ يۈرگەن مىللىي كاپىتال

1914 ـ يىلى، جۇڭگو ۋۇشىلىق سودىگەر روك زوڭجىنىڭ ھاياجان بىلەن

ئۆزىنىڭ شاڭخەيدىكى ئۇچىنچى ئۇن زاۋۇتىنىڭ قۇرۇلغانلىقىنى جاكارلايدۇ.

بۇ مەزگىلدە، بىرىنچى دۇنيا ئۇرۇشى پارتلاپ، روڭ ئائىلىسى شەرقىي جەنۇبىي ئاسىيا ۋە ياۋروپا بازارلىرىدا پايدىغا ئېرىشكەن ئىدى، ئۇچ يىلدىن كېيىن، ئۇ 10 زاۋۇتقا ئىگە بولغان بولۇپ، بىر سوتكىدا 42 مىڭ خالتا ئۇن ئىشلەپچىقىرالايدىغان سەۋىيەگە يەتتى. بۇ ئۇن پادىشاھى بۇنىڭ بىلەن بىرگە يەنە توقۇمىچىلىق كەسىپىگىمۇ تەڭ يۈرۈش قىلىپ، پۈقرالارنىڭ تۇرمۇشىغا چېتىلىدىغان كىيىم ـ كېچەك، يېمەك ـ ئىچمەك ساھەسىگە تەڭلا بۆسۈپ كىردى.

مىللىتارىستلار ئۇرۇش ئاپەتلىرىنىڭ ئايىغى ئۇزۇلمەيدىغان ئاشۇ يىللاردا، جۇڭگو كارخانىچىلىرىنىڭ كۆرسەتكەن تىرىشچانلىقىنى ناھايىتى ئۇتۇقلۇق دېيىشكە بولاتتى، يەنى ئاشۇ يىللاردا: گۇاڭدۇڭ تاماكا، قەغەز ياساش ۋە سەرەڭگە سانائىتىنىڭ مەركىزىگە، شاڭخەي پۇل مۇئامىلە، يېمەكلىك ۋە ماشىنىسازلىق مەركىزىگە، تيەنجىن بولسا توقۇمىچىلىق ۋە دېڭىز تىرانسپورتى مەركىزىگە ئايلانغان ئىدى.

جۇڭگو شىركەتلىرى ناھايىتى كۆپ يېڭى پۇرسەتلەرگە ئېرىشىپ، نۇرغۇن شىركەتلەر جانلىنىپ، شېكەر تۇرى، سەرەڭگە، پاختا قاتارلىق يېنىك سانائەت تاۋارلىرى سودىسىنى قانات يايدۇردى. شاڭخەي، سۇجۇ، جېنجىياڭ، نەنتۇڭ، شۇنداقلا چاڭجىياڭ دەرياسىنىڭ شىمالىي رايونلىرىدىكى تيەنجىن قاتارلىق جايلارنىڭ تەرەققىياتى ناھايىتى كۆرۈنەرلىك بولدى. گەرچە ھۆكۈمەتنىڭ ئەينى ۋاقتىتىكى كۈچى چەكلىك، قانۇن مۇكەممەل بولمىسىمۇ، ئەمما، جۇڭگودا مىللىي كاپىتالىستلار سىنىپى يەنىلا جۇش ئۇرۇپ راۋاجلاندى.

(فاڭ دېۋەن ئەنگلىيە ئوكسپىرىس ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

ۋاھالەنكى، بۇ قېتىمقى شىركەت قىزغىنلىقىمۇ ئانچە ئۇزۇن داۋام قىلمايدۇ.

1927 ـ يىلى، مىللىتارىست سۇن چۈەنفاڭغا ئەگەشكەن دېگەن جىنايەت بىلەن، روڭ زوڭجىڭ بىر كېچىدىلا گومىنداڭ ھۆكۈمىتى تەرىپىدىن تۇتقۇن قىلىنىدۇ، ئۇنىڭ ۋۇشىدىكى مال ـ مۈلكى مۇسادىرە

قىلىندۇ. روڭ جەمەتىدىكى ئاكا - ئۇكىلار نائىلاج 500 مىڭ يۈەنلىك زايوم سېتىۋېلىش ئارقىلىق ئۆتكەلدىن ئاران ئۆتۈۋالىدۇ.

1930 - يىلى، پاراخوت ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسى يەنە بىر قېتىم دۆلەت ئىلكىگە ئۆتكۈزۈۋېلىنىپ، گومىنداڭ ھۆكۈمىتى ئوندىن بىر پىرسەنتكىمۇ يەتمىگەن باھا بىلەن ئەينى ۋاقىتتىكى جۇڭگو بويىچە ئەڭ چوڭ سۇ تىرانسپورت شىركىتىنى قايتۇرۇۋالىدۇ، پايچىكلارنىڭ زىيىنىنى پايچىكلار ئۆزى ئۈستىگە ئالىدۇ.

20 - ئەسىرنىڭ ئالدىنقى يېرىمىدىكى جۇڭگو تالاي قېتىملىق ئۇرۇش، ئەنسىزلىكلەرنى باشتىن كەچۈرۈپ مىللەت گۈمران بولۇش گىردابىغا بېرىپ قالغانىدى.

ئەڭ ئەقەللىي خاتىرجەملىكنىمۇ ساقلاش ئامالسىز بولغان، ھەتتا دۆلەت ھاكىمىيىتىنىمۇ قوغداپ قالغىلى بولمىغان، مۇنقەرزلىكتىن قۇتۇلۇش بىرىنچى مەسىلە بولۇپ قالغان مەزگىللەردە، مەۋجۇت بولۇش تۇيغۇسىدىن ئايرىلىپ قالغان شىركەتلەر ئامالسىز يەنە بىر قېتىم جەمجىتلىققا چۆككەن ئىدى.

1949 - يىلى، يېقىنقى يۈز يىل مابەينىدىكى ئەنسىزچىلىكلەرگە خاتىمە بېرىلگەندىن كېيىن، جۇڭگو ئىقتىسادىنىڭ تەرەققىياتى ئاخىر پۈت تىرەپ تۇرۇش ئاساسى - ئىگىلىك ھوقۇقى مۇكەممەل بولغان يېڭى دۆلەتكە ئىگە بولدى. بۇ مەزگىلدە پەيدا بولغىنى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى زاۋۇتلار بولۇپ، ئۇلارنىڭ ھەربىرىنىڭ شەكلى بولسا دۆلەتنىڭ پىلانىنى ئىجرا قىلىش ئىدى.

جۇڭگونىڭ دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلىرى، بولۇپمۇ ھەربىي سانائەت كارخانىلىرى جۇڭگونىڭ دۆلەت مۇداپىئە ئىشلىرى ئۈچۈن ئۇل سالدى. تارىخىي نۇقتىدىن نەزەر سالغاندا، ئۇنى غايەت زور ئىگىلىرىلەش دېيىشكە بولىدۇ.

(C. كىربىي ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى شەرقىي ئاسىيا تەتقىقات مەركىزى پروفېسسورى)

20 - ئەسىرنىڭ 30 - يىللىرىدىكى ئىقتىسادىي كىرىزىسنى باشتىن

كەچۈرگەندىن كېيىن، دۇنيا ئەركىن بازارغا قارىتا قايتا ئويلىنىشقا كىرىشتى. ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن، يېڭىدىن مۇستەقىل بولغان نۇرغۇن دۆلەتلەر تۇشمۇتۇشتىن پىلانلىق ئىگىلىك سىستېمىسىنى تاللاشتى، ياۋروپادىكى ھەرقايسى ئەللەر كارخانىلىرىنىڭ دۆلەت ئىلكىگە ئۆتۈش قەدىمىمۇ زور دەرىجىدە تېزلەشتى.

ئۇرۇشتىن كېيىنكى قايتا قۇرۇش ۋە دەسلەپكى قەدەمدىكى سانائەتلىشىش بۇرچىنى تاماملىغاندىن كېيىن، ھۆكۈمەتنىڭ يۇكسەك كونترول قىلىشىدەك ئىقتىسادىي ئەندىزىنىڭ يېتەرسىز تەرەپلىرى تەدرىجىي ئوتتۇرىغا چىقىشقا باشلىدى.

پىلانلىق تۈزۈلمە ئىگىلىكى ئاستىدىكى جۇڭگو بەئەينى چوڭ تىپتىكى دۆلەت شىركىتىگىلا ئوخشاپ قالغان بولۇپ، ھۆكۈمەت بارلىق ئىشلارنى باشقۇرىدىغان غوجىدارغا ئايلانغان ئىدى. نورمىدىن ئارتۇق يۈك ئارتىۋالغان بۇ ئىقتىسادىي تەشكىلات ھەربىرىلىنىشكە ماغدۇرى قالمىغان مەزگىلدە، ھەقىقىي مەنىدىكى شىركەتلەر قايتىدىن ھاياتلىققا ئېرىشتى.

3. پىلاندىن بازارغىچە مۇشەققەتلىك ئۆزگىرىش

قىسقىغىنە بىرقانچە يىلدىلا، دېھقانلار 1مىليون340 مىڭ يېزا - بازار كارخانىلىرى ۋە 122 مىليارد يۈەنلىك ئىشلەپچىقىرىش قىممىتى يارىتتى. دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارنىڭ 98% ى ئوخشىمىغان دەرىجىدە ھۆددىگە بېرىپ باشقۇرۇش شەكلىنى قوللاندى؛ چەت ئەل شىركەتلىرىنىڭ جۇڭگوغا كېلىپ مەبلەغ سېلىشىغا قايتىدىن رۇخسەت قىلىندى؛ يەككە تىجارەتچىلەر ناھايىتى تېزلىكتە تەرەققىي قىلىپ ئىشچى ياللاشقا ئېھتىياجلىق كۆلەمگە يەتتى.

ئۆتمۈشتىكىگە ئوخشىمايدىغان بۇ ئىقتىسادىي تەشكىلاتلاردا، كىشىلەر بازار ئىگىلىكىنىڭ ھىدىنى ھېس قىلىشتى.

ئەركىن بازار كىشىلەرنىڭ نېمىنى ئىشلەپچىقىرىشنى ئەركىن تاللاش، باھانى ئەركىن بېكىتىش، ھېچقانداق مۇداخىلىگە ئۇچرىماسلىقىدىن

دېرەك بېرىدۇ، مەسىلەن ئالايلۇق، «بەلگىلەنگەن ئىشلەپچىقىرىش نورمىسىدىن ئاشۇرۇۋېتىشكە بولمايدۇ» ياكى «بەلگىلەنگەن ئىشلەپچىقىرىش نورمىسىنى چوقۇم ئورۇندىش كېرەك» دېگەندەك بۇيرۇقلار بولمايدۇ.
(جامېس مېرلېس نوبېل ئىقتىساد مۇكاپاتى ساھىبى)

جۇڭگودا، ئىدىيەنىڭ ئازاد قىلىنىشى، جەمئىيەتنىڭ ئېچىۋېتىلىشىگە ئەگىشىپ، كارخانىچىلار يېڭى شەيئىلەرنى يارىتىش ئەركىنلىكىگە ئىگە بولدى. دېڭ شياۋپىڭ سىرتقا قاراپ ئېچىۋېتىش سىياسىتىنى ئوتتۇرىغا قويغان مەزگىلدە، باشلامچىلىق بىلەن پۇرسەتنى تۇتقان ۋە ئۆز رولىنى جارى قىلدۇرغانلار دەل كارخانىچىلار ئىدى.
(جون نائىسبىت ئامېرىكىلىق كەلگۈسىشۇناس)

20 - ئەسىرنىڭ 80 - يىللىرى ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەرنىڭ دەۋرى بولدى. قۇتقۇزۇپ قېلىنغان كونا كارخانىلار ۋە ئەمدىلا قەدەم تاشلىغان يېڭى شىركەتلەر پىلانلىق تۇزۇلمىنىڭ مۇستەھكەم توڭلىرىنى ئاز - ئازدىن ئېرىتتى. ھەمدە دەل ئاشۇلار جۇڭگونىڭ بازار ئىگىلىكىنى ئاپىرىدە قىلىپ، بۇ تۇپراقتا ئۇزۇندىن بۇيان ئۈيقۇغا كەتكەن قاياق ھېسسىياتلارنى يەنە بىر قېتىم ئويغاتتى.

جۇڭگونىڭ پىلانلىق ئىگىلىكتىن بازار ئىگىلىكىگە ئۆتۈشىنى مۇبادا رۇسىيەگە سېلىشتۇرساق، جۇڭگونىڭ ئۆتمۈشتىكى 20 يىل ئىچىدە مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىنىڭ سىرى بولسا، ئەسلىدىنلا بار بولغان دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلاردىن سىرت، يەنە نۇرغۇنلىغان يېڭى شىركەتلەرنى قۇرۇپ چىقتى، بۇ ناھايىتىمۇ مۇھىم ئامىل.
(چىڭمۇ چاڭيەن ياپونىيە توكيو ئىقتىسادي كەسىپلەر تەتقىقات ئورنىنىڭ باشلىقى)

مۇشۇ شىركەتلەرنىڭ بولۇشى سەۋەبىدىن، بىز جۇڭگونىڭ ئىشلەپچىقىرىش ئامىللىرىنى قايتا تەشكىللەشكە بولىدىغانلىقىنى كۆرۈۋالالايمىز. پىلانلىق ئىگىلىك تۇزۇلمىسى ئاستىدا پەقەت ھۆكۈمەتكە تايىنىپلا قايتا تەشكىللەش ئېلىپ بېرىلاتتى، شىركەت پەيدا بولغاندىن

كېيىن، بىز بازارغا تاينىپ قايتا تەشكىللەش ئېلىپ بارالايدىغان بولدۇق.

(جاڭ ژۇيىين بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى گۇاڭخۇا باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

يەنە بىر قېتىملىق شىركەت قىزغىنلىقى يېتىپ كەلدى. 1992 ـ يىلى خۇددى كۆزگە تاشلىنىپ تۇرىدىغان نەمۇنىگىلا ئوخشايدۇ، چۈنكى مۇشۇ يىلدا يىراقنى كۆرەر سىياسىيونلار خەلق ئىچىدىكى ئەقىل ـ پاراسەتلەر بىلەن بىرلىكتە جۇڭگونىڭ كەلگۈسى يولى ئۈچۈن سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى يۈنىلىشىنى كۆرسىتىپ بەرگەن ئىدى.

1992 ـ يىلى جەنۇبىي جۇڭگو قاينام ھېسسىيات، ئارزۇ ـ ئارمان، شۇنداقلا بارلىق مۇمكىنچىلىكلەرگە سەمۇل بولغان ئىدى. خەينەن ئۆلكىسىدە يالغۇز ئۆي ـ زېمىن شىركىتىلا ئۈچ ھەسسە كۆپەيىپ، ھەتتا ھاۋانىمۇ بايلىق ھىدى قاپلىغانىدى.

بېيجىڭ شەھىرىدە، شىركەتلەر ئېيىغا 2000 يېڭى شىركەت قۇرۇلۇشتەك سۈرئەتتە كۆپەيدى. ئەمدىلا 8 ـ ئاي كىرىشىگىلا، ئىسكىلاتتا ساقلىنىلغان شىركەت ئىجازەت كىنىشكىلىرى تارقىتىلىپ تۈگىگەن ئىدى.

شېنجېن شەھىرىدە، ئەينى زاماندىكى جۇڭگودىكى ئەڭ ئېگىز بىنا ـ خەلقئارالىق سودا مەركىزى بىناسىغا بىراقلا 300 شىركەت كۆچۈپ كىردى.

لياۋنىڭ ئۆلكىسىدە، 3500 ئەمەلدار خىزمىتىدىن ئىستېپا بېرىپ سودا بىلەن شۇغۇللىنىپ شىركەت قۇردى. پۈتۈن مەملىكەتتە بولسا، بۇ سان 150 مىڭغا يەتكەن ئىدى.

ئەينى ۋاقىتتا پۈتكۈل جەمئىيەتكە بىزنىڭ نەگە بارىدىغانلىقىمىز ئايدىڭ ئەمەس ئىدى، كېيىنچە ئاستا ـ ئاستا قاش ـ كۆزى ئاشكارا بولدى، ئەسلىدە شىركەت بازار ئىگىلىكىنىڭ مەھسۇلاتى ئىكەن، بازار ئىگىلىكىنىڭ ئاستا ـ ئاستا يولغا چۈشۈشى بىلەن شىركەتلەرمۇ ئاستا ـ ئاستا ئىزغا چۈشتى.

(لیۇ چۈەنجى لیەنشیاڭ گۇرۇھى مۇدىرىيەت ئىدارىسى رەئىسى)

سانسىزلىغان ئاددىي جۇڭگو پۇقرالىرى ئىقتىسادىي تۇرمۇشقا قاتنىشىش پۇرسىتىگە ئېرىشتى.

لى شۇفۇ ئىلگىرى ئۆزى ۋە جىلى ئاپتوموبىلىنىڭ ياشاش ھالىتىنى سۈرەتلەپ، «گۈزەل بىر ئارزۇ ئۈچۈن كۈنلەپ كۈرەش قىلدۇق» دېگەن ئىدى. 120 يۈەن دەسمايە بىلەن سۈرەت تارتىش ئۆيى ئېچىپ ئىش باشلىغان لى شۇفۇ، كېيىنكى مەزگىلدە توڭلاتقۇ ئىشلەپچىقىرىش ئارقىلىق تۇنجى كىرىمگە ئېرىشىدۇ. مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا موتوسىكلىت قۇراشتۇرغاندىن كېيىن، ئۇ ئاپتوموبىل ياسايدىغانلىقىنى جاكارلايدۇ. ھالبۇكى بۇ كەسىپ ئىزچىل ھالدا دۆلەت ئىچىدىكى چوڭ تېپتىكى كارخانىلارنىڭ تەۋەلىكى ئىدى.

بېرىپ يولىۇرۇق سوربغان ۋاقتىمدا، (تەكشۈرۈپ - تەستىقلىغۇچى خادىم) مۇ بۇ كەسىپنىڭ ناھايىتى قىيىن ئىكەنلىكىنى ئېيتتى. دۆلەت كارخانىلىرى قىلالمىغان تۇرسا، سەن بولدى قىلغىن، چوقۇم مەغلۇپ بولىسەن دېدى. مەن ئۇنىڭغا: «بولىدۇ، مەن ئۇرۇنۇپ كۆرەي، ماڭا بىر پۇرسەت بېرىڭ. ناۋادا مەن راستلا مەغلۇپ بولسام، مەن ئۇنىڭغا رازى. ئۇنىڭ ئۈستىگە مەن دۆلەتنىڭ پۇلىنى ئىشلىتىپ مەغلۇپ بولمايمەن» دېدىم.

(لى شۇفۇ جىلى پاي كونترول گۇرۇھى لىدېرى)

مېنىڭچە دۆلەتنىڭ ئۇزاق مەزگىل گۈللەپ ياشنىشى ئۈچۈن جەزمەن خەلق ئىچىدىكى كۆچلەرنى جارى قىلدۇرۇپ، خەلق ئىچىدىكى بۇنداق سودا پائالىيەتلىرىنى يېڭىچە تۇرۇم ئۆزگىرىش بېسىمى پەيدا قىلدۇرۇش شەكلى ئارقىلىق ئىجتىمائىي تەرەققىياتنى ئىلگىرى سۈرۈش كېرەك.

(چېن جىۋۇ ئامېرىكا يالپ ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

مەبلەغنى خەلق ئىچىدە توپلاشقا بولىدۇ، ھايات - ماماتلىققا رىقابەت ھۆكۈم چىقىرىشى كېرەك. بازاردا قەيسەرلىك بىلەن كۈرەش قىلىۋاتقان ھەرقانداق بىر شىركەت ئۇچۇن ئېيتقاندا، ئاقىۋىتىنىڭ قانداق بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، ئەڭ مۇھىمى ئۇ ئەركىن ھالدا تاللاش ئېلىپ بېرىپ، ئۆز -

ئۆزىگە غوجا بولغان هالدا تىجارەت قىلالايدۇ. مانا بۇ خۇسۇسىيلارنىڭ هوقۇق - مەنپەئىتىگە هۆرمەت قىلغانلىق، تېخىمۇ مۇهىمى خۇسۇسىيلارنىڭ ئىقتىدارىنى ئازاد قىلغانلىقتۇر.

جۇڭگو شىركەتلىرى ئەمدىلا قەدەم بېسىۋاتقان ئاشۇ پەيتته، يەر شارى ئىقتىساد ئېقىمىدا يېڭى بىر قېتىملىق داۋالغۇش يۈز بەردى.

20 - ئەسىرنىڭ 90 - يىللىرى، پىلانلىق ئىگىلىك دۆلەتلىرىنىڭ تۈشمۈتۈشتىن ئۆزگىرىشىگە ئەگىشىپ، يەر شارى سودىسىنىڭ يېڭى يوللىرى بىر - بىرلەپ ئېچىلىشقا باشلىدى.

ئامېرىكا سودا ئىشلىرى مىنىستىرلىقى 1994 - يىلى ئېلان قىلغان «دۆلەت ئېكسپورتنى ئىلگىرى سۈرۈش تەدبىرلىرى» دېگەن دوكلاتىدا، «يېڭىدىن گۈللىنىۋاتقان بازارلار» دېگەن ئۇقۇم رەسمىي ئوتتۇرىغا چىقتى. بۇ دوكلاتتا يېڭى بىر دۇنيا باش كۆتۈرۈۋاتىدۇ دەپ قارالغان ئىدى.

بازار ئىگىلىكى تۈزۈلمىسى بەرپا قىلىش ئارقىلىق ئىقتىسادنىڭ تېز تەرەققي قىلىشىنى ئەملگە ئاشۇرغان هەمدە تەدرىجىي

يېڭىدىن گۈللەنگەن بازارلار

ئاتالمىش يېڭىدىن گۈللەنگەن بازارلار دېگىنىمىز ئومۇمەن كورىيە، هىندىستان، جۇڭگو، برازىلىيە، جەنۇبىي ئافرىقا، رۇسىيە ۋە تۈركىيە قاتارلىق تەرەققي قىلىۋاتقان دۆلەت ۋە رايونلارنى كۆرسىتىدۇ. بۇ دۆلەت ۋە رايونلاردا كۆپىنچە ئەمگەك كۈچلىرىنىڭ تەننەرخى تۆۋەن، تەبىئىي بايلىقلار مول. تەرەققي تاپقان ئەللەر ئاددەتته ئىشلەپچىقىرىش لىنىيەلىرىنى يېڭىدىن گۈللىنىۋاتقان بازارلارغا كۆچۈرۈپ، ئەرزان ئەمگەك تەننەرخىگە تايىنىش ئارقىلىق رىقابەت كۈچىنى ئاشۇرىدۇ. يەنە بىر جەهەتتىن، تەرەققي تاپقان دۆلەت ۋە رايونلار تەبىئىي بايلىقى مول بولغان دۆلەت ۋە رايونلاردىن خام ماتېرىياللارنى سېتىۋالىدۇ. تەرەققي قىلىۋاتقان دۆلەت ۋە رايونلار مۇشۇ پۇرسەتكە تايىنىپ ئىلغار ئىشلەپچىقىرىش تېخنىكىلىرىغا ئېرىشىپ، كىرىمنى ياخشىلاپ، ئىستېمال ئىقتىدارىنى ئۆستۈرەلەيدۇ هەمدە ئىقتىسادىي تەرەققىياتنى ئىلگىرى سۈرەلەيدۇ.

ھالدا يەر شارى ئىقتىسادىي سىستېمىسى ئىچىگە سىڭىپ كىرىۋاتقان دۆلەتلەر ئىچىدە، جۇڭگوچە ئالاھىدىلىك كىشىنىڭ دىققىتىنى ھەممىدىن بەكرەك ئۆزىگە جەلپ قىلدى.

بىر مەھەل، پۈتۈن دۇنيادىكى شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك بۇ يېڭىدىن گۈللىنىۋاتقان بازارغا تىكىلگەندەك بولدى.

تارىختا بەلكىم نوپۇسى بۇنچە كۆپ، بۇنچە چوڭ بىر چوڭ دۆلەت ئىچىدە، شۇنچىلىك قىسقا ۋاقىت ئىچىدە «شەرقى ئاسىيا كېسەل كۆرپىسى»دىن دۇنيا ئىقتىسادىي تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرگۈچى ناھايىتى مۇھىم بىر كۈچكە ئايلىنالمىغان بىرمۇ دۆلەت بولمىغان بولۇشى مۇمكىن. بۇ يەردىكى ئاساسلىق ئامىل بولسا بازار ئىگىلىكىنىڭ بەرپا قىلىنغانلىقىدۇر.

(ۋۇ جىڭلىيەن گوۋۇيۇەن تەرەققىيات تەتقىقات مەركىزى تەتقىقاتچىسى)

1993 - يىلى، ئامېرىكىنىڭ پروكتېر گابلې شىركىتى بىر قېتىمدىلا جۇڭگودا تۆت شىركەت ۋە بەش زاۋۇت ئاچتى، سىتى بانكا. N. A باش ئىشتابىنى شاڭخەيگە كۆچۈرۈپ كەلدى، موتورولا شىركىتى باش ئىشتابىنى تيەنجىن شەھىرىگە يۆتكىدى.

ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتى جۇڭگودا ئىشلەپچىقارغان تۇنجى ئاپتوموبىل پۈتۈپ چىقىپ، «جۇڭگوغا رەھمەت، ئامېرىكا ياسىدى» دېگەن پىلاكات ئېسىلدى.

چەت ئەل شىركەتلىرىنىڭ ئېلىپ كەلگىنى يالغۇز مەبلەغ، تېخنىكا ۋە باشقۇرۇشلا ئەمەس، تېخىمۇ مۇھىمى بازار قائىدىسى ئېلىپ كەلدى. ھالبۇكى ئۇلارنىڭ كۆز تىككىنى بولسا دەل ئاشۇ تەدرىجىي پىشىپ يېتىلىۋاتقان بازار مۇھىتى ئىدى.

1994 - يىلى 7 - ئاينىڭ 1 - كۈنى «شىركەت قانۇنى» ئېلان قىلىنىپ، شىركەتلەرنىڭ سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى گەۋدىسى ئىچىدىكى قانۇنلۇق ئورنى تۇنجى قېتىم قانۇن يۈكسەكلىكىدە ئايدىڭلاشتۇرۇلدى.

«شىركەت قانۇنى»نىڭ ئېلان قىلىنىشى شىركەت ئوتتۇرىسىدىكى

ئومۇمىي مۇلۇكچىلىك سالاھىيىتىنىڭ پەرقىنى بىكار قىلىدى، گەرچە شىركەتكە مەبلەغ سالغۇچى بەلكىم دۆلەت، كوللېكتىپ ياكى شەخسىي دەپ ئايرىلىشى مۇمكىن بولسىمۇ، ئەمما قانۇنلۇق ئورۇن جەھەتتە ئۇلارنىڭ ھەممىسلا چەكلىك شىركەت ۋە پاي چەكلىك شىركەتلىرىدىن ئىبارەت ئىدى. «شىركەت قانۇنى»ئالدىدا بارلىق شىركەتلەر بىردەك باراۋەر بولۇپ، ئوخشاش ھوقۇقلاردىن بەھرىمەن بولىدۇ.

(جاۋ شۇدۇڭ جۇڭگو سىياسىي - قانۇن ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

«شىركەت قانۇنى»نى «بازار ئىگىلىكىنىڭ ئۆتكۈر شەمشىرى» دەپ ئاتىغۇچىلارمۇ بولىدى، دەل مۇشۇ باشلىنىش سەۋەبىدىن، دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار زاۋۇت تۈزۈمىدىن شىركەت تۈزۈمىگە ئۆزگەرتىلدى، زاۋۇت باشلىقلىرى «دىرېكتور» دەپ ئاتالدى، باشقۇرۇشتا بولسا شىركەت نىزامنامىسى بويىچە باشقۇرۇش يولغا قويۇلدى.

شىركەت تۈزۈمى جۇڭگودىكى ئۆزگىرىش داۋامىدا تېخىمۇ مۇھىم رولالارنى زىممىسىگە ئالدى.

چەت ئەل مەبلىغىدىكى كارخانىلار ۋە پۇقراۋى شىركەتلەرنىڭ تىجارىتى تازا گۈللىنىۋاتقان مەزگىلدە، دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارمۇ مۇشەققەتلىك ئىسلاھات ئېلىپ بېرىشقا باشلىدى.

1978 - يىلى، «ۋاشىنگتون پوچتىسى گېزىتى» نىڭ مۇخبىرى ئۆزىنىڭ جۇڭگودىكى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى بىر كارخانىنىڭ سېخىدا كۆرگەنلىرىنى مۇنداق تەسۋىرلىگەن ئىدى: «ئۇچ ئايال ئىشچى قوشنا ئۇستەلدىكى ئۇچ ئىشچى بىلەن پاراڭلىشىۋاتاتتى... پەقەت بىرلا ئايال ئىشچى ئىش قىلىۋاتقان بولۇپ، ئىشلەپچىقىرىش نورمىسىنىڭ قانچىلىك ئىكەنلىكىنى بىرمۇ ئادەم ئېنىق ئېيتىپ بېرەلمىدى.» «جۇڭگولۇق ئىشچىلار خىزمەتنى پۇرسەت ئەمەس بەلكى بىر خىل ھوقۇق دەپ قارايدىكەن.»

بۇ مۇخبىرنىڭ قارىشىچە، مۇشۇنداق كارخانا «دۇنيا بويىچە نوپۇسى ئەڭ كۆپ بولغان دۆلەتنىڭ زامانىۋىلاشتۇرۇشىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشىدىكى ئاساسلىق توسالغۇ» ئىدى.

ئىستاتىستىكىلاردا كۆرسىتىلىشىچە، 20 - ئەسىرنىڭ 90 - يىللىرىغا

كەلگەندە، دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارنىڭ 50% ى زىيان تارتقان ئىدى.

دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار ئىسلاھاتنىڭ نېگىزى بولسا ئەنئەنىۋى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارنى پاي تۈزۈمىدىكى كارخانا قىلىپ ئۆزگەرتىپ چىقىشتىن ئىبارەت. پارتىيە 14 - نۆۋەتلىك مەركىزىي كومىتېتى 3 - ئومۇمىي يىغىنىدا، زامانىۋى كارخانا تۈزۈمى بەرپا قىلىش ئوتتۇرىغا قويۇلدى، يەنى مۇلۈك ھوقۇقى ئېنىق بولۇش، ھۆكۈمەت بىلەن كارخانىنى ئايرىش، ئىلمىي باشقۇرۇشنى يولغا قويۇش ئوتتۇرىغا قويۇلدى.
(جۇ فاڭشېڭ دۆلەت بايلىق كومىتېتى كارخانا ئىسلاھاتى ئىدارىسى سابىق مۇئاۋىن باشلىقى)

بۇنداق ئۆزگەرتىش ئارقىلىق دۆلەت ئىگىلىكىدىكى ئىقتىسادنى ئوتتۇرا ۋە كىچىك كارخانا قاتلىمىدىن چىكىنىدۇرۇپ چىقىپ، باشقا ئومۇمىي مۇلۈكچىلىك تۈزۈمىدىكى ئىقتىسادنى ئوتتۇرا ۋە كىچىك تىپتىكى كارخانىلاردىن ئىبارەت بۇ ساھەگە كىرگۈزۈشتىن ئىبارەت، بۇنداق بولغاندا دۆلەت ئىگىلىكىدىكى ئىقتىسادنىڭ ئورۇنلىشىش قۇرۇلمىسى ئۆزگىرىدۇ، ئوتتۇرا ۋە كىچىك تىپتىكى كارخانىلار قاتلىمىدا دۆلەت ئىگىلىكىدىكى ئىقتىساد قالمايدۇ، دۆلەت ئىگىلىكىدىكى ئىقتىساد ئاساسلىقى چوڭ كارخانىلاردىلا قالىدۇ، مانا بۇ بىرىنچى قەدەمدىكى ئۆزگەرتىشنىڭ مەزمۇنى. ئىككىنچى قەدەمدىكى ئۆزگەرتىشنىڭ مەزمۇنى بولسا دۆلەت ئىگىلىكىدىكى چوڭ كارخانىلارنى ئۆزگەرتىش بولۇپ، دۆلەت ئىگىلىكىدىكى چوڭ كارخانىلارنى ئۆزگەرتىشنىڭ مەقسىتى بولسا سىرتتىكىلەرنى كىرگۈزۈپ، پاي ھوقۇقىنىڭ كۆپ مەنبەلىشىشىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇپ، دۆلەت ئىگىلىكىدىكى ئىقتىسادتا يەككە مەبلەغ سېلىش گەۋدىسىلا بولۇشتەك ھالەتنى ئۆزگەرتىشتىن ئىبارەتتۇر.
(شاۋ نىڭ گوۋۇيۈەن دۆلەت بايلىق كومىتېتى مۇئاۋىن مۇدىرى)

بەزىلەر بۇ قېتىمقى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلاردا شىركەت تۈزۈمىنى يولغا قويۇش ئىسلاھاتىنى شەھەرلەردىكى بىر قېتىملىق «يەر ئىسلاھاتى» غا ئوخشىتىشىدۇ.

بۇ قېتىمقى داغدۇغىلىق ئىجتىمائىي ئۆزگىرىش داۋامىدا، جۇڭگولۇقلار ئىستېمالچى بولۇش سۈپىتى بىلەن بازار ئېلىپ كەلگەن مولچىلىق ۋە قولايلىقلاردىن بەھرىمەن بولغان بولسا، ئىشلەپچىقارغۇچى سۈپىتىدە بازارنىڭ مېھىر ـ شەپقەتسىزلىكىنىمۇ تېتىغان ئىدى. ئەمگەك تارماقلىرى ئېلان قىلغان ماتېرىياللارغا ئاساسلانغاندا، جۇڭگودىكى ئىش ئورنىدىن قالغان ئىشچىلار 1997 ـ يىلىغا كەلگەندە 10 مىليوندىن ئېشىپ كەتكەن ئىدى.

گەرچە ھەرقايسىلىرىنىڭ تاللاش ئۇسۇلى ئاساسىي جەھەتتىن ئوخشاپ قالسىمۇ، ئەمما بازار ئىگىلىكىگە قاراپ ئۆزگەرگەن دۆلەتلەر ماددىي ۋە مەنىۋى جەھەتلەردىكى ئازابلارنى باشتىن كەچۈرۈشكە مەجبۇر ئىدى. كىشىلەر بىر تەرەپتىن ئۇزۇندىن بۇيان ئىنتىزار بولۇپ كەلگەن ئېچىۋېتىش ۋە ئەركىنلىكتىن بەھرىمەن بولسا، يەنە بىر تەرەپتىن يېڭىچە ياشاش ۋېسىمىغا قانداق يۇزلىنىشنى ئۆگىنىشكە مەجبۇر ئىدى.

بۇ جەريانداً، ئۆزگەرتىلگىنى پۇقرالارلا بولۇپ قالماي، بەلكى يەنە ھۆكۈمەتمۇ بار ئىدى.

مېتاللورگىيە سانائىتى مىنىستىرلىقى غايىب بولدى، جۇڭگونىڭ پولات ـ تۆمۈر ئىشلەپچىقىرىش مىقدارى دۇنيا بويىچە بىرىنچى بولدى، توقۇمىچىلىق سانائىتى مىنىستىرلىقى غايىب بولدى، جۇڭگونىڭ توقۇمىچىلىق كەسىپىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش مىقدارى دۇنيا بويىچە بىرىنچى بولدى. نەچچە ئون ھۆكۈمەت ئورگىنى باشقۇرۇش ساھەسىدىن پىلانلىق چېكىنىپ چىقىپ، جۇڭگو سوتسيالىستىك بازار

مەركەزگە قاراشلىق چوڭ تىپتىكى كارخانىلارنىڭ تەشكىللىنىشى

كۆمۈر سانائىتى مىنىستىرلىقى جۇڭگو كۆمۈر ئېكسپورت ـ ئىمپورت باش شىركىتى (1982 ـ يىلى) قىلىپ تەشكىللەندى؛ نېفىت مىنىستىرلىقى جۇڭگو نېفىت ـ تەبىئىي گاز باش شىركىتى (1988 ـ يىلى) قىلىپ تەشكىللەندى؛ ئاۋىياتسىيە قاتنىشى مىنىستىرلىقى جۇڭگو ئاۋىياتسىيە سانائىتى باش شىركىتى (1993 ـ يىلى) قىلىپ تەشكىللەندى؛ ئېلېكتىر كۈچى مىنىستىرلىقى جۇڭگو ئېلېكتىر كۈچى شىركىتى (1997 ـ يىلى) قىلىپ تەشكىللەندى.

ئىگىلىكى ئەندىزىسىنىڭ مۇھىم قەدىمگە ئايلىنىپ، جۇڭگوچە ئالاھىدىلىككە ئىگە بىر تۈركۈم دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارغا ئايلاندى.

دۇنيا سودا تەشكىلاتى (WTO) ۋە جۇڭگونىڭ دۇنيا سودا تەشكىلاتىغا ئەزا بولۇپ كىرىشى

دۇنيا سودا تەشكىلاتى ب د ت دىن ئايرىلىپ تۇرىدىغان مەڭگۈلۈك خەلقئارالىق تەشكىلاتتۇر. 1995 ـ يىلى1 ـ ئاينىڭ1 ـ كۈنى رەسمىي ئىشقا كىرىشكەن بولۇپ، دۇنيا ئىقتىساد ۋە سودا تەرتىپىنى باشقۇرۇشقا مەسئۇل بولىدۇ. باش ئىشتابى شىۋىيتسارىيەدە دۇنيا سودا تەشكىلاتى قانۇنىي ئىگىلىك ئورنىغا ئىگە بولغان خەلقئارالىق تەشكىلات بولۇپ، ئەزالار ئوتتۇرىسىدىكى تالاش ـ تارتىشلارنى مۇرەسسە قىلىشتا ناھايىتى يۇقىرى نوپۇزغا ئىگە. ئۇنىڭ ئەسلىي گەۋدىسى بولسا 1947 ـ يىلى قۇرۇلغان تاموژنا بېجى ۋە سودا باش كېلىشىمى(GATT)دۇر. تاموژنا بېجى ۋە سودا باش كېلىشىمىگە سېلىشتۇرغاندا، دۇنيا سودا تەشكىلاتى مال سودىسى، مۇلازىمەت سودىسى، شۇنداقلا بىلىم مۇلۈك ھوقۇقى سودىسى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. تاموژنا بېجى ۋە سودا باش كېلىشىمى بولسا پەقەت تاۋار مال سودىسىغىلا ئۇيغۇن كېلىدۇ.

دۇنيا سودا تەشكىلاتى، خەلقئارا پۇل فوندى تەشكىلاتى ۋە دۇنيا بانكىسى بىلەن بىرلىكتە دۇنيا ئىقتىسادىنىڭ ئۇچ چوڭ تۈۋرۈكى دەپ ئاتىلىدۇ.

1995 ـ يىلى 7 ـ ئاينىڭ 11 ـ كۈنى، دۇنيا سودا تەشكىلاتىنىڭ باش ئىجرائىيە كومىتېتى جۇڭگونى مەزكۇر تەشكىلاتنىڭ كۆزەتكۈچى ئەزالىقىغا قوبۇل قىلىشنى قارار قىلدى. جۇڭگو 1986 ـ يىلىدىن ئېتىبارەن تاموژنا بېجى ۋە سودا باش كېلىشىمى تەشكىلاتىغا قايتىپ كېلىشنى ئىلتىماس قىلغانىدىن بۇيان، تاموژنا بېجى ۋە سودا باش كېلىشىمى تەشكىلاتىغا قايتىپ كېلىش ۋە دۇنيا سودا تەشكىلاتىغا كىرىش ئۈچۈن 15 يىللىق ئۇزۇنغا سوزۇلغان تىرىشچانلىق كۆرسەتتى. 2001 ـ يىلى 12 ـ ئاينىڭ 11 ـ كۈنى، جۇڭگو دۇنيا سودا تەشكىلاتىغا رەسمىي قاتنىشىپ، ئۇنىڭ 143 ـ ئەزا دۆلىتىگە ئايلاندى.

بازاردىن ئىبارەت بۇ كۆرۈنمەس قول بىزنىڭ ھەر كارخانىمىزنى ئالغا سلجىتماقتا، سىز ياكى ھايات قالمىسىز ياكى گۇمران بولمىسىز. مېنىڭچە مۇشۇ نۇقتىدىن ئېيتقاندا، مېنىڭ ھېس قىلغانلىرىم ناھايىتى چوڭقۇر. بازارنىڭ بۇنداق تۇرتكىلىك رولى كارخانىنىڭ تەرەققىي قىلىشىدىكى ھەربىر كەندۇرگۈچ كۈچ ھېسابلىنىدۇ، ھەرقانداق بىر كارخانا ياخشى تەرەققىي قىلماقچى بولسىڭىز، بازارنىڭ بۇنداق بېسىمىدىن ياخشى پايدىلىنالمىشى كېرەك، ئۇنى ھەربىر كەندۇرگۈچ كۈچكە ئايلاندۇرۇپ، ئۆزىنىڭ تەرەققىيات يولى ئۈستىدە ئىزدىنىشى لازىم.

(كوك دوك جۇڭگو ئاۋىياتسىيە گۇرۇھى باش دىرېكتورى)

سوتسىيالىزم تۈزۈمى بىزنىڭ ئومۇمىي مۇلۇكچىلىك تۈزۈمىدىكى ئىقتىسادىمىزنىڭ خەلق ئىگىلىكىدە ئاساسلىق ېيتەكچىلىك ئورۇندا تۇرۇشىنى تەلەپ قىلىدۇ، بىزنىڭ بەرپا قىلغىنىمىز سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى تۈزۈلمىسى. بىرىنچى، دۆلەت ئىگىلىكىدىكى ئىگىلىك بىلەن بازار ئىگىلىكى، ناھايىتى روشەنكى، ئىسلاھات قىلىش ئارقىلىق تامامەن بىرلىشەلەيدۇ؛ ئىككىنچى، دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار رىقابەت كۈچىگە ئىگە بولغان رىقابەت گەۋدىسىگە ئايلىنالايدۇ، بۇ بىرقانچە يىلدا دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارنىڭ تەرەققىياتى تېز بولۇپ، بازار رىقابىتىدە بىر قەدەر كۈچلۈك بولغان بازارغا ماسلىشىش كۈچى ۋە رىقابەت كۈچىنى نامايان قىلدى. بولۇپمۇ بىرقانچە يىلدا دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار كەڭ كۆلەمدە چېگرادىن چىقىپ خەلقئارالىق رىقابەتلەرگە قاتناشتى.

(شاۋ نىڭ گوۋۇيۈەن بايلىق كومىتېتى مۇئاۋىن مۇدىرى)

2005 - يىلى، بىر جۇڭگو شىركىتىنىڭ چەت ئەلدىكى قوشۇۋېلىش ھەرىكىتى كىشىلەرنىڭ يۈكسەك دىققىتىنى ئۆزىگە تارتتى.

جۇڭگو دېڭىز - ئوكيان نېفىت شىركىتى 18. 5 مىليارد يۈەنلىك زور مەبلەغ ئاجرىتىپ ئامېرىكىنىڭ 9 - چوڭ نېفىت شىركىتى — يۇنوكال شىركىتىنى سېتىۋالدى. بۇ ئەينى ۋاقىتتا ۋال ستريت كوچىسىدىكى ئەڭ چوڭ خەۋەرگە ئايلىنىدۇ.

كۆپ خىل ئامىللار تۈپەيلىدىن، جۇڭگو دېڭىز - ئوكيان نېفىت شىركىتىنىڭ ئىشى ۋۇجۇدقا چىقاي دەپ قالغانىدا ئەكسىچە پېشكەللىككە ئۇچرايدۇ. ۋاھالەنكى، جۇڭگو دېڭىز - ئوكيان نېفىت شىركىتى دۇنيادىكى بارلىق سېتىۋېلىش مىساللىرى ئىچىدە بەلكىم سېتىۋېلىشى مەغلۇپ بولغان بولسىمۇ، ئەمما ئۇنىڭ پاي چېكىنىڭ بازار باھاسى ئەكسىچە قاتتىق ئۆسۈپ كەتكەن بىردىنبىر شىركەت بولۇشى مۇمكىن.

چۈنكى، كىشىلەر ئەمەلىي كۆچكە ئىگە بىر جۇڭگو شىركىتىنىڭ دادىل قەدەم تاشلاپ كېلىۋاتقانلىقىنى كۆرۈشكەن ئىدى.

بىزنىڭ چەت ئەللەرگە چىقالىشىمىزدىكى سەۋەب بۇ بىرقانچە يىلدا تەرەققىياتىمىزنىڭ ياخشى بولغانلىقىدىن ئەمەس، بەلكى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارنىڭ بىر پۈتۈن خەلقئارالىق رىقابەتلىشىش ئىقتىدارىدا ناھايىتى چوڭ يۇكسىلىش بولغانلىقىدا ئىدى. بۇ يۇكسىلىش بىر خىل نامايەندە خاراكتېرلىك يۇكسىلىش بولۇپ، ئۇ بىر كارخانىدىكى ئايرىم ھادىسە بولماستىن بەلكى بىر كوللېكتىپ ھادىسە ھېسابلىنىدۇ. بۇ ھادىسىنى ئېلىمىزنىڭ تۈزۈلمە مېخانىزمى جەھەتتىكى ئىسلاھاتتىن كەلدى ياكى باشلاندى دېيىشكە بولىدۇ، مانا بۇ زامانىۋى كارخانا تۈزۈمى بەرپا قىلغانلىقتۇر. يەنى، بازارغا يۈزلىنىش ئۇچۇن، بازار باشقۇرۇشتىن ئىبارەت بۇ خىل شەكىل ئارقىلىق دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارنى باشقۇرۇش كېرەك.

(بۇ چېڭيۇ جۇڭگو دېڭىز - ئوكيان نېفىت باش شىركىتى باش دىرېكتورى)

WTO غا قاتناشقاندىن كېيىن، خەلقئارا سودا، جۇڭگو دۇنيا بىلەن ئالماشتۇرۇش ۋە ئالاقە ئېلىپ بېرىشتا ئەمدى يەنە ئىلگىرىكىدەك پوچتا ئارقىلىق ئەۋەتىش قاتارلىق ئەنئەنىۋى ئۇسۇللارنى قوللىنىش مۇمكىن ئەمەس، بەلكى چوقۇم تېزدىن ئىبارەت بۇ ئۇسۇلدىن پايدىلىنىش لازىم. شۇڭا مېنىڭچە بۇ پۇرسەتنى چىڭ تۇتۇش كېرەك. ئەلۋەتتە، بۇ ئون يىل ئۆتۈپ كەتتى، تەرەققىياتنىڭ ئۇنچىلىك بولۇشى بىزنىڭ تەسەۋۋۇرىمىزدىن ھالقىپ كەتتى.

(ما يۈن ئەلى بابا گۇرۇھى مۇدىرىيەت ئىدارىسى رەئىسى)

2000 - يىلى 9 - ئاينىڭ 10 - كۈنى، جۇڭگونىڭ ئىنتېرنېت تورى سەرخىللىرى خاڭجۇغا توپلاندى. مايۈن تور ئاۋانگارتلىرى بىلەن شىخۇ كۆلىدە تۇتۇشۇاتقان مەزگىلدە، ئېلېكترونلۇق سودا ئەندىزىسىنىڭ نېمىنى ئۆزگەرتىدىغانلىقىنى ئېھتىمال ئېسىگە كەلتۈرگەن ئادەم بولمىسا كېرەك.

يەتتە يىلدىن كېيىن، ئەلى بابا شياڭگاڭدىكى پاي شاھىغا ئايلىنىپ، يىللىق كىرىمى 2 مىليارد 170 مىليون يۈەنگە يەتتى.

يېڭى ئىقتىسادىي ساھەلەردە مۇھىم ئورۇنلارنى ئىگىلىگەن بىر تۈركۈم جۇڭگو شىركەتلىرىدە دۇنيانىڭ كەلگۈسىگە تەسىر كۆرسەتكۈدەك يوشۇرۇن كۈچ يوشۇرۇنغان ئىدى.

زامانىۋى شىركەتلەرنىڭ تەرەققىياتى ئىككى خىل ئۆزگىرىش ئېلىپ كېلىدۇ: ئۇ كەلگۈسىدە جۇڭگو جەمئىيىتىنى ئۆگەرتىدۇ، نىسبەتەن ئېيتقاندا، جۇڭگولۇقلارنى دۆلەتنىڭ مۇھىم ئىقتىسادىي تەدبىر بەلگىلەشلىرىگە قاتنىشىدىغان تېخىمۇ كۆپ پۇرسەتلەرگە ئىگە قىلىدۇ؛ ئۇ يەنە جۇڭگونى تېخىمۇ چوڭ رىقابەتلىشىش كۈچىگە ئىگە قىلىپ، جۇڭگونى يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا دۇنياغا سىڭدۈرۈپ كىرگۈزىدۇ.

(داۋىد لامپتون ئامېرىكا جون خوپكىنس ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

«دۇنيا بويىچە ئەڭ چوڭ تېلېگراف شىركىتى»، «ئاسىيادىكى ئەڭ پۇل تاپىدىغان شىركەت» دېگەندەك شان - شەرەپلەر جۇڭگونىڭ چوڭ شىركەتلىرىگە نائىل بولدى. 2010 - يىلى5 - ئايدا، جۇڭگو نېفىت گۇرۇھى ئەنگلىيە «پۇل مۇئامىلە گېزىتى» باھالاپ چىققان يەر شارىدىكى شەھەر باھاسى ئەڭ چوڭ بولغان 500 كۈچلۈك شىركەتلەر ئىچىدە بىرىنچى ئورۇننى ئىگىلىدى.

شۇنىڭ بىلەن بىرلا ۋاقىتتا دېگۈدەك، ئامېرىكىنىڭ «سودا ھەپتىلىك ژۇرنىلى» مۇ «2010 - يىللىق يەر شارىدىكى IT كەسىپى بويىچە 100 كۈچلۈك كارخانىلار»نى باھالاپ چىققان بولۇپ، جۇڭگودىكى قۇرۇلغىنىغا ئەمدىلا 15 يىل بولغان پۇقراۋى كارخانا ــ بىيادى شىركىتى، ئالما، ئامازون قاتارلىق رەقىبلىرىدىن ھالقىپ ئۆتۈپ بىرىنچى ئورۇننى ئىگىلىدى.

شىركەت پۇتۇن بازار ئىگىلىكى تەركىبىدە خۇددى بىر ھۈجەيرىگە باراۋەر

كېلىدۇ، ئۇ بىر ئىجرا قىلغۇچى، ئۇنىڭدا چوقۇم ناھايىتى كۈچلۈك رىقابەت كۈچى بولغاندىلا ئەلالىرىنى تاللىۋېلىپ، ناچارلىرىنى تاسقاپ چىقىرىپ تاشلىيالايدۇ. جەمئىيەتكە يېڭىلىق يارىتىش ئېلىپ كېلىدۇ.
(ۋاڭ چۈەنفۇ بىيادى پاي چەكلىك شىركىتى لىدېرى)

بۈگۈن، جۇڭگودىكى تۈرلۈك شەكىلدىكى شىركەتلەر جۇڭگوچە ئالاھىدىلىككە ئىگە بازار ئىگىلىكى يولىدا بىر تەرەپتىن ئىلگىرىلەپ، بىر تەرەپتىن تەپەككۇر قىلىشماقتا. ئۆز تۈپرىقىدىكى جاسارەت بىلەن ئالەمگە نەزەر سالماقتا. ئەنئەنىۋى يول ئۈستىدە تەرەققىيات ئەندىزىسىدە يېڭىلىق ياراتماقچى بولساق، كەلگۈسى يولىمىز يەنىلا ناھايىتى ئۇزۇن.

ئىسلاھات، ئېچىۋېتىلگەن 30 يىل، ئەمەلىيەتتە، جۇڭگو كارخانىلىرى تەرەققىي قىلغان 30 يىل، جۇڭگو شىركەتلىرى تەرەققىي قىلغان 30 يىل، بازار ئىگىلىكى تەرەققىي قىلغان 30 يىل بولۇپ، بازار ئىگىلىكىنىڭ ئەڭ جانلانغان قىسمى شىركەتلەردۇر.
(ما يۈن ئەلى بابا گۇرۇھى مۇدىرىيىتى رەئىسى)

سىزنىڭ ياخشى ياكى ناچار شىركەت ئىكەنلىكىڭىزگە باھا بېرىشتە، كەلگۈسىدە سىجىل تەرەققىي قىلىش ئىقتىدارىڭىزنىڭ بار - يوقلۇقىغا قارايمىز، كەلگۈسىدە ئىزچىل ھالدا ياخشى شىركەت دېگەن نامغا ئېرىشىشتە، چوقۇم جەمئىيەت ئېتىراپ قىلىشى كېرەك.
(بو چېڭيۇ جۇڭگو دېڭىز - ئوكيان نېفىت باش شىركىتى باش دىرېكتورى)

كەلگۈسى 10 يىل، 30 يىل ئىچىدە جۇڭگودىكى ئالدىنقى ئورۇندا تۇرۇشتىن دۈنياۋى شىركەتلەرگە ئايلىنالايدىغان نۇرغۇنلىغان شىركەتلەر بار.
(شۇ شياۋچۈن ئالتۇن كېپىنەك يۇمشاق ماتېرىيال(جۇڭگو) چەكلىك شىركىتى مۇدىرىيىتى رەئىسى)
تېخىمۇ مۇھىم بولغان ئىقتىسادىي، سىياسىي ۋە ئىجتىمائىي

مەسئۇلىيەتلەرنى زىممىمىزگە ئېلىپ، ئېلىمىزنىڭ ئىقتىسادىي تەرەققىياتى، مىللىتىمىزنىڭ ئۇلۇغ گۈللىنىشى ئۈچۈن ئۆزىمىزنىڭ تۆھپىمىزنى قوشىمىز.

(كوڭ دۈڭ جۈڭگو ئاۋىياتسىيە گۇرۇھى شىركىتى باش دىرېكتورى)

بىر ئىقتىسادىي گەۋدە زادى قانچىلىك نىسبەت بويىچە بازارغا ئېچىۋېتىلىش كېرەك؟ پىلان ۋە ئىسكەنجىدىن مېڭىپ چىققان يېڭىدىن گۈللەنگەن دۆلەتلەر ئېھتىياتچانلىق بىلەن بۇ سوئالغا جاۋاب ئىزدىمەكتە ئىدى.

قانداق قىلغاندا بىر جانلىقنىڭ ئۆز ـ ئۆزىنى مەۋجۇت بولۇپ ساقلاپ قېلىشتەك يىراقنى كۆرەرلىككە ئېرىشكىلى بولىدۇ؟ قانداق قىلغاندا مەڭگۈ بىر ئىزدا توختاپ قالمايدىغان رىقابەتچىدە بولۇشقا تېگىشلىك پەزىلەتلەرنى ھازىرلىغىلى بولىدۇ؟ كەلگۈسىدە پەقەت ۋاقىتلا بۇلارغا بىر ـ بىرلەپ جاۋاب بېرىدۇ.

ۋاھالەنكى بىر نۇقتا كۈنسېرى ئايدىڭلاشتى، يەنى، چوقۇم تېخىمۇ ئېگىز، تېخىمۇ يىراقتا ئۇچۇش كېرەك بولغان بۇ دەۋردە، پەقەت تېخىمۇ كۆپ ئاددىي كىشىلەرنى سەھنىگە چىقارغاندىلا ئاندىن ئەگىرى ـ توقاي مەنزىللەرنى باشتىن كەچۈرگەن بۇ دۆلەتنى دۇنيا تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرىدىغان ھەقىقىي يېڭىدىن گۈللەنگەن كۈچكە ئايلاندۇرغىلى بولىدۇ.

يەر شارى بويىچە غوجايىنلىق تالىشىش تارىخىنىڭ پەردىسى ئېچىلىپ بولدى.

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

جاڭ ۋېيىن (بېيجىڭ ئۇنىۋېرسىتېتى گۇاڭخۇا باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)
چېەن يىنيى (چىڭخۇا ئۇنىۋېرسىتېتى ئىقتىساد باشقۇرۇش ئىنستىتۇتى مۇدىرى)
ۋۇ جىڭلىيەن (گوۋۇيۈەن تەرەققىيات تەتقىقات مەركىزى تەتقىقاتچىسى)

مۇخبىر: شىركەتلەر جۇڭگونىڭ يېقىنقى ۋە ھازىرقى زامان جەمئىيىتىگە قانداق تەسىرلەرنى پەيدا قىلدى؟

جياڭ ۋېيىن: جۇڭگونىڭ تەرەققىيات قەدىمى بىر قەدەر كېچىكىپ بېسىلدى، بىز بىر ئەنئەنىۋى يېزا ئىگىلىك جەمئىيىتىدىن زامانىۋىلاشقان سانائەت ياكى كېيىنكى سانائەت جەمئىيىتىگە ئۆزگەردۇق. مۇبادا شىركەتتىن ئىبارەت بۇنداق تەشكىلىي شەكىل بولمىغان بولسا، بۇ ئۆزگىرىشنى تاماملاش مۇمكىن ئەمەس ئىدى. ناۋادا شىركەتلەر بولمىغان بولسا، ھەتتا بىز ھازىر قەيەت قىلىۋاتقان يېزا ئىگىلىكىنى سانائەتلەشتۈرۈشنى، يېزا ئىگىلىكىنى ئۆزگەرتىش، يېزا ئىگىلىكىنى كەسىپلەشتۈرۈشنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش مۇمكىن بولمايدۇ. يەنە بىر نۇقتا شۇكى، جۇڭگو شۇنچە چوڭ بىر دۆلەت. ھازىرقى بويىچە ئېيتقاندا، دۆلەت قانچە چوڭ بولسا، بازارمۇ شۇنچە چوڭ بولىدۇ، بازار قانچە چوڭ بولسا، ئىش تەقسىماتىمۇ شۇنچە ئىنچىكە بولۇپ، تېخنىكا تەرەققىياتىمۇ شۇنچە تېز بولىدۇ، تەرەققىياتىمۇ شۇنچە ياخشى بولىدۇ. ھالبۇكى، بىز ئىلگىرى نېمە ئۈچۈن شۇنداق بولالمىدۇق؟ چۈنكى بىز ئىلگىرى شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتىدىن ھەقمقي تۈرده پايدىلىنالمىدۇق. ناۋادا بىز شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتىدىن ھەقمقي رەۋىشته پايدىلىنالمغان بولساق، جۇڭگودەك بۇنچە چوڭ بازارنىڭ يوشۇرۇن كۈچى جۇڭگونى يالغۇز دۆلەت ئىچىدىكى بازارلارغا

تايىنىپلا ھەرقايسى رايونلار ئارا، ھەتتا شەخسلەر ئارا ناھايىتى ئىنچىكە ئىش تەقسىماتىنى تەرەققىي قىلدۇرغان بولاتتى، ئارقىدىن ھەربىر كىشى ھەربىر ئىشنى ناھايىتى ئىنچىكە ئىشلەپ، تېخىمۇ رىقابەتلىشىش كۈچىگە ئىگە بولغان بولاتتى، ئۇ چاغدا بىزنىڭ بۇ دۆلىتىمىز زامانىۋى جەمئىيەتكە ئۆزگىرىشنى ھەقىقىي تاماملىغان بولاتتى. بىز ھازىر تىلغا ئېلىۋاتقان شەھەرلىشىش، سانائەتلىشىش، ئۇچۇرلىشىش قاتارلىق بارلىق نەرسىلەر، مېنىڭ قارىشىمچە ئۇلارنىڭ ئارقىسىدا شىركەتتىن ئىبارەت ناھايىتى مۇھىم بىر ئالغا سىلجىتقۇچى كۈچ بار.

مۇخبىر: نېمە ئۈچۈن جۇڭگو «ېپىگىدىن گۈللەنگەن بازار» دەپ ئاتىلىدۇ؟

چېەن يىنيى: مېنىڭ شەخسىي قارىشىمچە، پىشىپ يېتىلگەن بازار ئىگىلىكى قانۇن ئارقىلىق ئىداره قىلىشنى ئاساس قىلغان بازار ئىگىلىكى بولۇشى كېرەك. جۇڭگونىڭ نۆۋەتتىكى بازار ئىگىلىكى ېپىگىدىن گۈللىنىۋاتقان بازار ئىگىلىكى بولۇشى لازىم. دۆلىتىمىز 1992 ـ يىلى سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى بەرپا قىلىشنى رەسمىي ئوتتۇرىغا قويغان بولۇپ، ھازىرغا قەدەر پەقەت 18 يىل ۋاقىت ئۆتتى. بۇ مەزگىلده، بىز سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى قۇرۇش جەھەتلەردە نۇرغۇن خىزمەتلەرنى ئىشلىدۇق ھەم يەنە نۇرغۇن نەتىجىلەرگە ئېرىشتۇق، ئەمما بىز ھازىر پىشىپ يېتىلگەن بازار ئىگىلىكىگە يېتىشىمىز ئۈچۈن يەنە ناھايىتى يىراق مۇساپە بار دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ، بۇمۇ ھەيران قالارلىق ئىش ئەمەس. پەقەت شىركەتنى ئېلىپ ئېيتساق، بىزنىڭ تۇنجى شىركەت قانۇنىمىز 1993 ـ يىلى12 ـ ئايدا ماقۇللاندى، بۇ قانۇنغا 2005 ـ يىلى تۇنۇشىش كىرگۈزۈلگەن بولۇپ، ئاران ئون نەچچە يىللىق تارىخقا ئىگە. ھالبۇكى، ئەنگلىيە، ئامېرىكىنىڭ شىركەت قانۇنى بولسا 19 ـ ئەسىرنىڭ ئوتتۇرا ۋە ئاخىرقى مەزگىللىرىده شەكىللەنگەن، شۇڭلاشقا بۇ ئوتتۇرىدا ھەقىقەتەنمۇ ۋاقىت جەھەتتىكى پەرق مەۋجۇت. بىزنىڭ نۆۋەتتىكى ئىقتىسادىمىزنىڭ 20 ـ ئەسىرنىڭ دەسلەپكى مەزگىللىرىدىكى ئامېرىكىنىڭ ئىقتىسادىغا ئوخشىشىپ كېتىدىغان نۇرغۇن جايلىرى بار. ھالبۇكى، بىزنىڭ ھازىرقى نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش سىستېمىمىز، بازار تۇزۇلمىمىزمۇ تەدرىجىي ھالدا مۇكەممەللىشىۋاتىدۇ. بىزنىڭ تەرەققىيات

سۇرئىتتىمىز دەرۋەقە ناھايىتى تېز بولدى، ئەمما يەنىلا قەدەممۇقەدەم ھالدا پىشىپ يېتىلگەن بازار ئىگىلىكىگە ئۆتۈشىمىزگە توغرا كېلىدۇ.

شۇنى كۆرۈپ يېتىش كېرەككى، بىز ھازىر گەرچە ناھايىتى تىرىشچانلىق كۆرسىتىۋاتقان بولساقمۇ، ھالبۇكى پىشىپ يېتىلگەن بازار ئىگىلىكىگە يېتىشىمىز ئۈچۈن خېلى ئۇزۇن مۇساپە بار، مۇھىمى قانۇن تۈزۈم قۇرۇلۇشى جەھەتتىكى پەرقىمىز ناھايىتى زور. ھۆكۈمەتنىڭ سىياسىتى، مەسىلەن ئالايلۇق، شىركەتنىڭ كەسپىي نەتىجىسى ياكى پاي بازىرىنىڭ ئىپادىسى جەھەتلەردىكى ئوينىغان رولى پىشىپ يېتىلگەن بازار ئىگىلىكىگە ئوخشىمايدۇ، يەنى پىشىپ يېتىلگەن بازار ئىگىلىكىدىن خېلىلا چوڭ روللارنى ئوينىدى، بۇنداق خېلىلا چوڭ رولار پەقەت سەۋىيە جەھەتتىن چوڭ - كىچىك بولۇپ قالمايى، مۇھىمى ئۇ مۇقىمسىزلىقتا ئىگە. بىزنىڭ قانۇن ئارقىلىق ئىدارە قىلىش ئاساسىمىز تېخى ئانچە مۇستەھكەم ئەمەس، ھەتتا ناھايىتى مۇكەممەل بولمىغان ئەھۋالغا ئاساسلانغاندا بىز پەقەت يېڭىدىن گۈللىنىۋاتقان بازار ئىگىلىكىگىلا مۇناسىپ كېلىمىز، خالاس.

مۇخبىر: زامانىۋى شىركەتلەرنىڭ جۇڭگودىكى 30 يىللىق تەرەققىياتى جۇڭگو جەمئىيىتىگە قانداق تەسىرلەرنى پەيدا قىلدى؟

ۋۇ جىڭلىيەن: مېنىڭچە بىر خىل ئىككى بېشى پۈلتىيىپ چىققان ئەھۋال بولۇشى مۇمكىن. تارىختا قىسقىغىنە ۋاقىت ئىچىدە، «شەرقىي ئاسىيا كېسەل كۆرپىسى»دىن دۇنيا ئىقتىسادىنىڭ تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرگۈچى ناھايىتى مۇھىم بىر كۈچكە ئايلانغان نوپۇسى بۇنچە كۆپ، بۇنچە چوڭ بىر دۆلەت ئېھتىمال بولمىغان بولۇشى مۇمكىن. بۇ ئارىدا مېنىڭچە ئاساسلىق ئامىل بازار ئىگىلىكىنىڭ بەرپا قىلىنىشى بولسا كېرەك، بۇ بازار ئىگىلىكىنىڭ بەرپا قىلىنىشى ئىككى نۇقتىدىن باشقا نەرسە ئەمەس، يەنى، بىرسى ئۇنىڭ مىكرو ئاساسىي گەۋدىسى، خۇسۇسىيلار ۋە كارخانا، بولۇپمۇ كارخانا، شىركەت تۈزۈمىدىن ئىبارەت. چۈنكى ھازىرقى زامان بازار ئىگىلىكى ئاساسىي گەۋدىگە ئېھتىياجلىق بولىدۇ، ئەڭ چوڭ ئاساسىي گەۋدە بولسا كارخانىدۇر. يەنە بىرسى بولسا بازار تەرتىپلىك ھالدا سودا ئېلىپ بارىدىمۇ - يوق دېگەن مەسىلىدۇر. ئىسلاھاتنىڭ بۇ ئىككى جەھەتتىكى تەرەققىياتى بىزنىڭ ئىقتىسادىمىزنى 30 يىلدىن كۆپرەك

ۋاقىت ئىچىدە يۇقىرى سۈرئەت بىلەن ئېشىشقا ئىگە قىلىدى، دۆلەتنىڭ پۈتكۈل قىياپىتىدە قىسقىغىنە ۋاقىت ئىچىدە شۇنچە چوڭ ئۆزگىرىش ياسىدى.

ئوتتۇرا ھال كىرىم قىلغۇچىلار قاتلىمى شەكىللىنىشكە باشلاپ، پۈتكۈل جەمئىيەتنى زامانىۋى مەدەنىيەتنى قوبۇل قىلىشقا ئىگە قىلىدى. بۇنداق كىشىلەر توپىنىڭ پۇقرالار ئىچىدىكى نىسبىتى گەرچە ئانچە يۇقىرى بولمىسىمۇ، لېكىن غايەت زور مۇتلەق سانلىق رەقەملەرنىڭ جەمئىيەتنىڭ چوڭقۇر قاتلىمىغا بولغان ئۆزگەرتىشى، يەنى مەدەنىيەت، تۇرمۇش شەكلى قاتارلىقلارغا بولغان ئۆزگەرتىشىنىڭ ئەھمىيىتى ناھايىتى چوڭقۇر بولدى.

ھالبۇكى، بىز شىركەت تۈزۈمىدىن قارايدىغان بولساق، ئۇنىڭدا يەنىلا ناھايىتى چوڭ مەسىلە مەۋجۇت بولۇپ، دۆلىتىمىزنىڭ ھازىرقى دۇنيا ئىقتىسادىدا تۇتقان ئورنىغا پەقەتلا ماس كەلمەيدۇ. شۇڭلاشقا بىز قولغا كەلتۈرگەن ئۇتۇقلىرىمىز بىلەنلا قانائەتلىنىپ قالماسلىقىمىز كېرەك.

ئىلھامنامە

يېقىنقى زامانىدىكى جۇڭگو شىركەتلىرى قانداق جاپا - مۇشەققەتلىك يوللارنى باشتىن كەچۈردى؟

چىڭ سۇلالىسىنىڭ ئوتتۇرا ۋە ئاخىرقى مەزگىللىرىدە، قەدىمكى جۇڭگو «ئۇچ مىڭ يىلدا بىر قېتىم كۆرۈلمەيدىغان چوڭ ئۆزگىرىش» كە دۇچ كەلگەنىدى، كۈچلۈك دۆلەتلەر مىلتىق - زەمبىرەكلەر ئارقىلىق جۇڭگونىڭ دەرۋازىسىنى ئاچتى. يېقىنقى زامان مەنىسىدىكى جۇڭگو شىركەتلىرى بوران - چاپقۇنلار ئىچىدە دۇنياغا كېلىپ، ئۆزىنىڭ بالىلىق تارىخىنى باشلىغان.

ئەپيۇن ئۇرۇشىدىن كېيىن، كۈچلۈك دۆلەتلەر جۇڭگونىڭ بايلىقىنى تالان - تاراج قىلىش بىلەن بىرگە يەنە بازارنىمۇ ئېچىپ، جۇڭگو تۈپرىقىدىكى شىركەتلەرنىڭ تەرەققىياتى ئۈچۈن تاشقى شارائىت يارىتىپ بەردى؛ شۇنىڭ بىلەن بىرگە، چىڭ ھۆكۈمىتىنىڭ ئۆز - ئۆزىنى قوتقۇزۇش ھەلەكچىلىكىگە چۈشۈپ قېلىشىمۇ جۇڭگو يېقىنقى زامان كارخانىلىرىنىڭ مەيدانغا كېلىشى ئۈچۈن ئىچكى پۈرسەت يارىتىپ بەردى. مۇشۇنداق

مۇرەككەپ بىر تارىخىي ئارقا كۆرۈنۈش ئاستىدا، ئەجنەبىيلەر ھەربىر تەدرىجىي باش كۆتۈرۈپ، ھەر تۈرلۈك ھەربىي سانائەت كارخانىلىرى، خەلق تۇرمۇشىغا مۇناسىۋەتلىك كارخانىلار ئارقا - ئارقىدىن مەيدانغا كەلدى.

1872 - يىلى، «كېمە ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسى» تەسىس قىلىندى، بۇ جۇڭگو يېقىنقى زامان تارىخىدىكى تۇنجى پاي تۇرۇمىدىكى شىركەت بولۇپ قالدى. شۇنىڭدىن كېيىن، تۇڭجىنىڭ جۇڭشىن يىلىدىن جياۋۇ ئورۇشىغىچە، چىڭ سۇلالىسىنىڭ ئاخىرقى يىللىرىدىكى ئاساسىي قانۇن تۈرغۇزۇشتىن تۆمۇر يول قوغداش ھەربىتىگە قەدەر، جۇڭگونىڭ ئۆز تۇپرىقىدىكى كارخانىلار بىيۇروكراتلارنىڭ زومىگەرلىكى ۋە كۈچلۈك دۆلەتلەرنىڭ ئاياغ - ئاستى قىلىشىدەك قوش ئېكسپلاتاتسىيە ئاستىدا ئىگىرىشىپ، كۈنسېرى زورايدى. 1895 - يىلىدىكى «ماگۇەن شەرتنامىسى» چەت ئەل سودىگەرلىرىنىڭ شاڭخەيدە زاۋۇت ئېچىشىغا رۇخسەت قىلىشى ئارقىسىدا، چاڭجىياڭ دەرياسىنىڭ جەنۇبىدىكى يېزا مۆتىۋەرلىرى گېنېراتورنىڭ ھەربىكەتلەندۈرۈش كۈچى ۋە ئىلمىي ئۇسۇلدا باشقۇرۇلىدىغان زامانىۋى زاۋۇتلارنى تۇنجى قېتىم كۆردى، ئارقىدىن يۇرتلىرىغا قايتىپ ئىگىلىك تىكلەشكە باشلىدى. جى چاڭلۇڭ يىپەك يىپ زاۋۇتى، شاڭخەي ئاپتوماتىك رەخت توقۇش زاۋۇتى، جەنۇبىي دېڭىز ئاكا - ئۇكىلار تاماكا شىركىتى قاتارلىق ۋەكىل خاراكتېرلىك كارخانىلار چىڭ سۇلالىسىنىڭ ئاخىرقى يىللىرىدىكى مىللىي سانائەتنىڭ يارقىن نەتىجىلىرى بولۇپ قالدى.

1912 - يىلى جۇڭخۇا مىنگو ھۆكۈمىتى قۇرۇلۇپ فېئودالىق خانلىق تۈزۈمىنىڭ ئاخىرلاشقانلىقىنى جاكارلىدى، مىنگو ھۆكۈمىتىنىڭ «توختام قانۇنى» خۇسۇسىيلار مال - مۈلۈك ھوقۇقىغا دەخلى - تەرۇز قىلىشقا بولمايدىغانلىقىنى ئېتىراپ قىلدى. جياڭ جىيەن ۋە روڭ فامىلىلىك ئاكا - ئۇكىلار ۋەكىللىكىدىكى يەرلىك شىركەتلەر بوران - چاپقۇنلار ئىچىدە باش كۆتۈرۈپ چىقىپ، شاڭخەي، گۇاڭجۇ، تيەنجىن قاتارلىق ئۇچ چوڭ سودا - سانائەت رايونىنى شەكىللەندۈردى.

«سەنشى سودىگەرلىرى»، «ئەنخۇي سودىگەرلىرى» ۋە «تۆت چوڭ ئائىلە» قاتارلىق بىيۇروكرات كاپىتالار ئارقا - ئارقىدىن يوقالدى. چىڭ سۇلالىسىنىڭ ئاخىرقى يىللىرىدىكى ھۆكۈمەتنىڭ سودىغا نازارەت

قىلىشىدىن مىنگو دەۋرىدىكى بىيۇروكرات كاپىتاللارغىچە، فېئودالىلىق سودا ئۇيۇشمىلىرىدىن ئائىلىۋى كارخانىلارغا قەدەر، جۇڭگو شىركەتلىرى بازارلاشتۇرۇش ۋە پۇقراۋىلاشتۇرۇشنىڭ چوڭقۇر ھاڭلىرىدىن ھالقىپ ئۆتۈپ، تەرەققىيات ئەندىزىلىرىنىڭ ھەربىر سىناق ۋە تۇزىتىشلىرىنى باشتىن كەچۈردى.

خۇددى كونىلار ئېيتقاندەك: «يېقىنقى زامان جۇڭگو شىركەتلىرى تەرەققىياتىنىڭ ساۋاقلىرى كىشىلەرنىڭ چوڭقۇر ئويلىنىشىغا ئەرزىيدۇ.»

يېڭى جۇڭگودىكى شىركەتلەر تەرەققىياتىنىڭ ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىكلىرى نېمە؟

پىلانلىق ئىگىلىك يىللىرىدا، كارخانىلار ئاساسىي جەھەتتىن ھەر دەرىجىلىك ھۆكۈمەتلەرنىڭ بېقىندى بۇيۇمى ئىدى. ئىسلاھات ـ ئېچىۋېتىش يولغا قويۇلغاندىن كېيىن، ھەممە يەرنى قاپلىغان يېزا ـ بازار كارخانىلىرى، يەككە ـ خۇسۇسىي ئىگىلىك كارخانىلىرى قاتارلىقلار نىسبەتەن مۇستەقىل ۋە ھاياتىي كۈچكە باي ئىقتىسادىي گەۋدىلەرگە ئايلانغان بولسىمۇ، ئەمما قېلىپلاشقان مەنىدىكى شىركەتلەرگە كىرمەيتتى. ئالايلۇق، يەككە ـ خۇسۇسىي ئىگىلىكلەر باشتىن ـ ئاخىر ئاشكارا ياكى يوشۇرۇن ھالدا چەكلىنىپ كەلدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە يېزا ـ بازار كارخانىلىرى ئاساسىي جەھەتتىن «يېزا ـ بازار باشلىقلىرىنىڭ كارخانىلىرى»غا ئايلىنىپ قالغان بولغاچقا شىركەتلەشتۇرۇش ئۆزگەرتىشى ئېلىپ بارماي ئامال يوق ئىدى.

بازار ئىگىلىكىنىڭ ماھىيىتى بولسا قانۇن ئارقىلىق ئىدارە قىلىنىدىغان ئىگىلىك دېگەنلىكتۇر. 1992 ـ يىلى جۇڭگو سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى بەرپا قىلىشنى جاكارلىدى. 1994 ـ يىلى «جۇڭخۇا خەلق جۇمھۇرىيىتى شىركەت قانۇنى» ئېلان قىلىنىپ يولغا قويۇلۇشى جۇڭگودىكى يەرلىك كارخانىلارنىڭ تەرەققىياتىنى يېپىيېڭى بىر تارىخىي دەۋرگە ئېلىپ كىردى. دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار ئىسلاھاتىنىڭ چوڭقۇرلىشىشى، شىركەتلەرنى ئىدارە قىلىش ئىدىيەسىنىڭ ئومۇملىشىشىغا ئەگىشىپ، جۇڭگودىكى يەرلىك كارخانىلارنىڭ زامانىۋىلىشىش مۇساپىسى گەرچە جاپالىق بولسىمۇ، ئەمما ئاخىرقى

ھېسابتا توغرا بىر يولغا قەدەم قويدى. بۈگۈنكى كۈندە، دۆلەت ئىگىلىكى، پۇقراۋى ئىگىلىك، چەت ئەل مەبلىغى ۋە ئومۇمىي مۇلۈكچىلىك تۈزۈمىنى ئاساسىي گەۋدە قىلغان، كۆپ خىل مۇلۈكچىلىك تۈزۈمى تەڭلا مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدىغان ئاربلاشما ئىگىلىك شەكىللىنىش داۋامىدا تۇرماقتا.

ئونىنچى باب

بىپايان يەر شارى

مىللىي دۆلەتلەر چېگراسىدىن ھالقىپ ئۆتۈپ، دۇنيا بازىرى بەرپا قىلىشنىڭ توسالغۇلىرى سۈپۈرۈپ تاشلاندى، شىركەتلەر دۇنياغا كەلگەن كۈندىن ئېتىبارەن يىراقلارغا تاشلانغان قەدىمىنى ئەزەلدىن توختىتىپ قويغىنى يوق. دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەردىن دۇنياۋى شىركەتلەرگىچە، بۇلاڭ - تالاڭ قىلىش، توقۇنۇشلاردىن ئورتاق بەھرىمەن بولۇش، ھەمكارلىشىشقىچە بولغان جەريانلاردا شىركەتلەر دۇنيانى قانداق قىلىپ بىر يەرگە باغلىيالىدى؟ كەلگۈسىدە يەنە قەيەرگە بارماقچى؟

چەت ئەللەردىكى بىپايان بازارلارنىڭ نىداسى بولمىغان بولسا زامانىۋى شىركەتلەر بەلكىم مەيدانغا كەلمىگەن بولۇشى مۇمكىن. ئوتتۇرا يەر دېڭىزىدا ئاپىرىدە بولۇپ، ئاتلانتىك ئوكيانىدىن سەپەرگە ئاتلانغان شىركەتلەرنىڭ دۇنياغا كۆز ئېچىشىدىكى مەقسىتى ئۇلۇغ ئوكيانلاردىن ئۇزۇپ ئۆتۈش ئىدى.

ئىستىلا قىلىش ۋە بۇلاڭ - تالاڭ قىلىشقا ھېرىسمەن بولغان دەسلەپكى دەۋرلەردىكى دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر دۇنيادىكى نۇرغۇن جايلارنىڭ نامىنى ئۆز شىركىتىگە نام قىلىپ قويۇۋالدى.

دەل ئاشۇنداق بىنومۇس باشلىنىشنىڭ بولغانلىقى سەۋەبىدىن، دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر ئىزچىل ھالدا كىشىلەر قەلبىنىڭ مايىللىقىغا ئېرىشەلمىگەندەك قىلاتتى. ئۇ ئۆتمۈشتە تاجاۋۇزچىلىق قىلمىشىنىڭ قورالى دەپ قارىلىپ، كىشىلەر قەلبىنىڭ چوڭقۇر يېرىگە ئورناپ كەتكەن ۋەھىمىنى كەلتۈرۈپ چىقاردى.

ھالبۇكى، 400 يىلدىن كۆپرەك ۋاقىتتىن بۇيان، شىركەتلەر سىرتقا قارىتا كېڭەيمىچىلىك ماھىيىتىنى ئەزەلدىن ئۆزگەرتىپ باقمىدى. تەبىئىي ئاپەت ياكى ئۇرۇش مالىمانچىلىقى بولسۇن، سىياسىي ھاڭ ياكى

مەدەنىيەت پەرقى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى ئۇنىڭ تۈغما تەنتەكلىكىنى توسۇپ قالالمىدى.

1. دۆلەت چېگرالىرىنى ھالقىپ ئۆتۈپ زېمىن كېڭەيتىش

شىركەتلەر ھەر خىل بازارغا ئىنتىلىدۇ، ھەر خىل بازاردا قاتناپ يۈرىدۇ ھەم شۇنداقلا ھەر خىل بازارنى بىر - بىرىگە تۇتاشتۇرۇپ تۇرىدۇ.

يېقىنقى نەچچە ئون يىلدىن بۇيان، ئۇ ئىلگىرى كۆرۈلمىگەن قىيابەت ۋە ئىلگىرىكىگە ئوخشاش كۈچ - قۇدرەت بىلەن مىللىي دۆلەتلەر چېگرالىرىنى ھالقىپ ئۆتۈپ، دۇنيا بازىرى بەرپا قىلىشتىكى توسالغۇلارنى سۈپۈرۈپ تاشلىدى. بۈگۈن بىز شىركەت نۇقتىسىدا تۇرۇپ دۇنيانى كۆزەتكەن ۋاقتىمىزدا، يەر شارى خەرىتىسىنى باشقا بىر سىزىقچىلارنى ئىشلىتىپ سىزىپ چىقالايمىز، دۆلەت بىلەن دۆلەت، ئادەم بىلەن ئادەملەر ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتلەرگىمۇ قايتىدىن ئېنىقلىما بېرىشكە بولىدۇ.

يەر شارىدىكى شىركەتلەر بەلكىم داۋاملىق ھالدا ئىشلەپچىقىرىش كۈچلىرىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ئارقىلىق ھەرقايسى رايون ھەرقايسى قاتلامدىكى كىشىلەرنىڭ تۇرمۇشىنى ياخشىلاشتىن ئىبارەت شىركەتنىڭ ئەڭ ياخشى بىر تەرىپىگىلا ۋەكىللىك قىلىشى مۇمكىن. ئەمما ئۇ يەنە ھەر ۋاقىت دۆلەتتىن ھالقىغان غايەت زور تېپتىكى تەشكىلات بولۇش سۈپىتى بىلەن تېخىمۇ ئوڭايلا ئەخلاق ۋە ئىسكەنجىلەردىن يىراقلىشىپ كېتىشى سەۋەبىدىن كىشىلەرنى ئەڭ ئەندىشە قىلدۇرىدىغان يەنە بىر تەرەپنىمۇ ئىپادىلەپ تۇرىدۇ. ئاللىقاچان شىركەتلەر تەرىپىدىن ئۆزگەرتىۋېتىلگەن يەر شارى ۋە يەر شارىدىكى بارلىق شىركەتلەرنىڭ كەلگۈسىگە يۈزلەنگەندە، كىشىلەر بىر تەرەپتىن تەشۋىشكە چۆكسە، يەنە بىر تەرەپتىن قەلبىدە ئازرۇ - ئىستەكلەرگىمۇ چۆمىدۇ.

2009 - يىلى، يەر شارىدىكى ئەڭ چوڭ پەرداز بۇيۇملىرى شىركىتى بولغان لورېئال شىركىتى ئۆزىنىڭ 100 ياشقا تولغان تۇغۇلغان كۈنىنى كۈتۈۋالدى.

پارىژ شەھەر ئەتراپىغا جايلاشقان لورېئال گۈرۇھى باش ئىشتابىغا تۇنجى قېتىم كەلگەن كىشى كۆپىنچە ئۆزىنى بىر قېتىملىق خەلقئارالىق

يىغىنغا تاسادىپىي دۇچ كېلىپ قالغانىدەك ھېس قىلىدۇ. ئەمەلىيەتتە بولسا بۇ پەقەت ئادەتتىكى خىزمەتچى خادىملارنىڭ ناشتىلىق قىلىۋاتقان كۆرۈنۈشى، خالاس. خىزمەتچى خادىملار 50 تىن كۆپ دۆلەت ۋە رايونىدىن كەلگەن بولۇپ، بۇ يەردە پۈتۈن دۇنيا ئۈچۈن خىزمەت قىلىشىدۇ.

100 يىلنىڭ ئالدىدا، لورېئالنىڭ مەسۇلاتى پەقەتلا خىمىيە ئالىمى ئوگېن شۇللېر كوچىمۇكوچا يۈرۈپ، پەرداز ئۇستىلىرىغا ساتىدىغان بىر خىل چاچ بويىاش سۈيۇقلۇقىنى ئىجاد قىلغۇچى فىرانسىيە خىمىيە ئالىمى ئوگېن شۇللېر تەرىپىدىن 1909 ـ يىلى قۇرۇلغان. نۆۋەتتە لورېئال گۇرۇھىنىڭ سودىسى 150 تىن كۆپ دۆلەت ۋە رايونغا تارقالغان بولۇپ، پايدىسىنىڭ ئېشىش نىسبىتى ئۇدا 18يىل 10%تىن ئېشىپ كەتتى. مەھسۇلاتلىرى ئاپتاپنىڭ ئالدىنى ئېلىپ تېرىنى ئاسراش، چاچ ئاسراش، چاچ بويىاش، رەڭلىك گىرىم بۇيۇملىرى، ئەتىر، مۇنچا، دورىخانىلاردا مەخسۇس سېتىلىدىغان گىرىم بۇيۇملىرى ۋە تېرە كېسەللىكلىرى بۆلۈملىرىدە قوشۇمچە داۋالاش ئورنىدا ئىشلىتىلىدىغان تېرە ئاسراش مەھسۇلاتلىرى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

لورېئال گۇرۇھى

لورېئال گۇرۇھى بايلىق جەھەتتە دۇنيادىكى 500 كۈچلۈك كارخانىنىڭ بىرى بولۇش سۈپىتى بىلەن، دۇنيا بويىچە تۇنجى خىل ئارىلاشما چاچ بويىاش سۈيۇقلۇقىنى ئىجاد قىلغۇچى فىرانسىيە خىمىيە ئالىمى ئوگېن شۇللېر تەرىپىدىن 1909 ـ يىلى قۇرۇلغان. نۆۋەتتە لورېئال گۇرۇھىنىڭ سودىسى 150 تىن كۆپ دۆلەت ۋە رايونغا تارقالغان بولۇپ، پايدىسىنىڭ ئېشىش نىسبىتى ئۇدا 18يىل 10%تىن ئېشىپ كەتتى. مەھسۇلاتلىرى ئاپتاپنىڭ ئالدىنى ئېلىپ تېرىنى ئاسراش، چاچ ئاسراش، چاچ بويىاش، رەڭلىك گىرىم بۇيۇملىرى، ئەتىر، مۇنچا، دورىخانىلاردا مەخسۇس سېتىلىدىغان گىرىم بۇيۇملىرى ۋە تېرە كېسەللىكلىرى بۆلۈملىرىدە قوشۇمچە داۋالاش ئورنىدا ئىشلىتىلىدىغان تېرە ئاسراش مەھسۇلاتلىرى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

كۆزەتكەندە، دۇنيا ئالدى بىلەن بازار ھالىتىدە مەۋجۇت بولۇشى مۇمكىن.
ئەمما ئىنسانلار تارىخىي ئۆتمۈشكە ۋارىسلىق قىلىش ئاساسىدا مەيدانغا كەلگەن بولۇپ، كۆپلىگەن دۆلەتلەر بىرلىشىپ دۇنيا خەرىتىسىنى شەكىللەندۈرگەن. دۆلەت چېگرالىرى ئەركىن سودىنىڭ چېگرالىرىغا ئايلىنىپ، چوڭ بازار سانسىزلىغان كىچىك بوشلۇقلارغا ئايرىۋېتىلدى. ھالبۇكى، قايسىبىر شىركەت ئۆز سودىسىنى تېخىمۇ يىراقلارغا كېڭەيتىشنى خالىمىسۇن؟ مانا بۇ شىركەتلەر تومۇرىدا ئېقىۋاتقان ئەڭ قەدىمكى ۋە ئەڭ جاھىل گېن ھېسابلىنىدۇ.

دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر 19 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىدىن باشلاپ، زامانىۋى شىركەتلەر دۇنياغا كېلىپ ئۆزۈن ئۆتمەيلا مەيدانغا كېلىشكە باشلىغان بولۇپ، شىركەتلەرنىڭ دۆلەتتىن ھالقىش سۈرئىتى ناھايىتىمۇ تېز بولدى.
(ئادىرىئان ئوردېلىچ ئەنگلىيە «ئىقتىسادشۇناسلار»ژۇرنىلى مۇھەررىرى)

1851 - يىلىنىڭ مەلۇم بىر كۈنى، رۇسىيەنىڭ بېرلىندا تۇرۇشلۇق ئەلچىسى بىر نەپەر گېرمانىيەلىك بىلەن كۆرۈشىدۇ. بۇ گېرمانىيەلىك دىپلومات بولماستىن بەلكى بىر ھۈنەرۋەنچىلىك دۆكىنىنىڭ غوجايىنى ئىدى. بۇ قېتىملىق ئۇچرىشىشنىڭ نەتىجىسى بولسا، رۇسىيەلىك 75 دانە تېلېگرامما ئاپپاراتى سېتىۋالغان. بىر يىلدىن كېيىن، موسكۋادىن رۇسىيەنىڭ چېگرالىرى ۋە بېرلىنغىچە بولغان تېلېگرامما لىنىيەسى قۇرۇلۇشىنىڭ ھەممىسىنى مۇشۇ گېرمانىيە شىركىتى ئۈستىگە ئالىدۇ، بۇ شىركەت دەل سىمونس شىركىتى ئىدى.
تەرەققىي قىلىپ 19 - ئەسىرنىڭ ئاخىرىغا كەلگەندە، سىمونس شىركىتى 49 دۆلەتتە 168 تىجارەت ئاپپاراتى تەسىس قىلغان ئىدى.

ئۆز زېمىنىدىكى بازار كىچىك بولغانلىقى ئۈچۈن، گېرمانىيە شىركەتلىرى دەسلەپىدىن تارتىپلا ئېكسپورت قىلىشقا ناھايىتى ئەھمىيەت بېرىپ، يېڭى بازارلارنى ئېچىش ئۈستىدە توختىماي ئىزدەندى.
(ۋېلنا پۇرۇموپو گېرمانىيە كارخانا تارىخىي تەتقىقات جەمئىيىتى سابىق رەئىسى)

بىرىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىنكى ئىككى ئەسىرنىڭ ئالماشتۇرۇشتىكى كەشتىنى ھەيران قالدۇرىدىغان ئىقتىدارىنى نامايان قىلدى.

(جېفورى جونىس ئامېرىكا سودا تارىخى بىرلەشمە جەمئىيىتى سابىق رەئىسى)

بىرىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىنكى بازارغا ئىگە ئامېرىكىدىكى شىركەتلەر ناھايىتى تېزلا سىرتقا كېڭىيىش قەدىمىنى باستى. 19 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىدا، ئامېرىكا شىركەتلىرىمۇ پايدا تۇرتكىسى ئاستىدا چەت ئەللەرگە چىقتى.

1867 - يىلى، ئەنگلىيەنىڭ مەشھۇر سانائەت شەھىرى گېراسكىدا بىر ئامېرىكىلىق قۇرغان كېيىم تىكىش ماشىنىسى زاۋۇتى پەيدا بولدى. ئۇ دەسلەپتە ھەر ھەپتىدە 100 دانە مال زاكاس قىلىش تالونىغا ئېرىشكەن بولسا، ئىككىنچى يىلىغا كەلگەندە 600 دانىغا ئايلانغان. مانا بۇ سېنگېر كېيىم تىكىش ماشىنىسى شىركىتى ئىدى.

1914 - يىلى، دۇنيادىكى كېيىم تىكىش ماشىنىسىنىڭ 90% نى سېنگېر شىركىتى ئىشلەپچىقاردى. بۇ دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەرنىڭ دۆلەت بىلەن دۆلەتلەر ئوتتۇرىسىدا تېخنىكا ۋە ئۇيۇ - پىكىرلەرنى ئالماشتۇرۇشتىكى كەشتىنى ھەيران قالدۇرىدىغان ئىقتىدارىنى نامايان قىلدى.

سىمونس شىركىتى

سىمونس شىركىتىنىڭ ئەسلىي گەۋدىسى بولسا 1847 - يىلى بېرلىندا قۇرۇلغان سىمونس - خاركىس تېلېگراف ئاپپاراتى ياساش شىركىتى ئىدى. 1897 - يىلى مەزكۇر شىركەت پاي تۈزۈمى شىركىتىگە ئۆزگەرتىلىپ، 1966 - يىلى رەسمىي تۈردە سىمونس شىركىتى دېگەن نام بېرىلدى. سىمونس شىركىتى گېرمانىيە ھەتتا ياۋروپادىكى ئەڭ چوڭ ئېلېكتىر ئۈسكۈنىلىرى شىركىتى بولۇپ، ئۇ ھەم دۇنيادىكى ئەڭ چوڭ ئېلېكتىر قۇرۇلۇش ۋە ئېلېكتىرون شىركەتلىرىنىڭ بىرى ھېسابلىنىدۇ. نۆۋەتتە، سىمونس شىركىتىنىڭ سودىسى دۇنيادىكى 190 دىن كۆپ دۆلەت ۋە رايونغا تارقالغان بولۇپ، دۇنيا مىقياسىدا 600 زاۋۇت، تەتقىق قىلىپ تەرەققىي قىلدۇرۇش مەركىزى ۋە سېتىش ئىش بېجىرىش باشقارمىلىرىغا ئىگە. شىركەتنىڭ كەسپى ئاساسلىقى تېببىي داۋالاش، ئېنېرگىيە ۋە سانائەت مۇلازىمىتى قاتارلىق ئوچ تۈرگە مەركەزلەشكەن.

سىنگىر شىركىتىنىڭ لىدىرى بورىن كىيىنكى كۈنلەردە چۈشەندۈرۈپ، چەت ئەللەردە زاۋۇت قۇرۇشىمىزنىڭ سەۋەبى، ئامېرىكا جەنۇب - شىمال ئۇرۇشىدىن كېيىن دوللارنىڭ پېرىۋوت باھاسى ئۆرلىشى ۋە ئامېرىكا دۆلەت ئىچىدە ئىش ھەققىنىڭ ئۆسۈپ كېتىشىدىن بولغان ئىدى دەيدۇ.

قەيەردە تەننەرخ تۆۋەن بولسا شۇ يەردە ئېھتىياج بولىدۇ، شىركەتلەرمۇ بار ئامالىلار بىلەن شۇ يەرگە بارىدۇ. بۇ تاكى بۈگۈنگە قەدەر ئۆزگەرمەي كېلىۋاتقان ئاددىي بىر ساۋات. دەل مۇشۇ ئاددىي ساۋات ئاستا - ئاستا ھالدا دۇنيانىڭ قىياپىتىنى ئۆزگەرتتى.

شىركەتلەر ھەرگىز ئورنىدىن تۇرۇپ بىز يەر شارلىشىشنى بەرپا قىلايلى! دېمەيدۇ. ئەكسىچە ئۇ، بىز بازارنى كېڭەيتەيلى! لاتىن ئامېرىكىسى، ئاسىياغا يۈرۈش قىلايلى! دەيدۇ. شىركەتلەر تېخىمۇ چوڭ بازارغا ئىگە بولۇش، تېخىمۇ كۆپ مەھسۇلات ۋە مۇلازىمەتنى سېتىشنى ئويلايدۇ. بۇ جەريانداً، بارلىق شىركەتلەر بىرلىشىدۇ، ھەربىر شىركەت ئۆز مەنپەئىتىنى قوغلىشىدۇ. مانا مۇشۇلارنىڭ ھەممىسىنى قوشقاندا يەر شارلىشىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ.

(جون ناسبىت ئامېرىكىلىق كەلگۈسىشۇناس)

جۇغرافىيەلىك چوڭ بايقاشلار دۇنيانىڭ پۈتۈن قىياپىتىنى ئاز - ئازدىن سىزىپ چىققان ۋاقىتتا، شىركەتلەر ھەممىنىڭ ئالدىدا ئاتلانغان ئىدى. ناھايىتى ئۇزۇن بىر مەزگىلدە، شىركەتلەرنىڭ مەنپەئىتى دۆلەت ئىرادىسى بىلەن زىچ باغلىنىپ كەلدى. ئۇلار ئۆتمۈشتە كۆپ قېتىم ئەسكەر يۆتكەپ، مىلىتىق - زەمبىرەكلەر ئارقىلىق يوشۇرۇن بازارلارنى ئاچتى.

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشى دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەرنىڭ مۇھىم بەلگىسى بولۇپ قالدى.

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشى ئاخىرلاشقاندىن كېيىن، مۇستەملىكىلىك ھۆكۈمرانلىق قىلىشلار بەربات بولۇپ، مىللىي مۇستەقىللىق ۋە ئىگىلىك ھوقۇق باراۋەرلىكى دەۋر ئېقىمى بولدى. ھەرقانداق بىر دۆلەت ئەمدى يەنە شىركەتلەردىن پايدىلىنىپ بۇلاڭ - تالاڭ قىلىشقا ئامالسىز قالدى، شىركەتلەرمۇ ئەمدى يەنە دۆلەت قورالىغا تايىنىپ كېڭەيمىچىلىك ئېلىپ

بەرىشقا ئامالسىز ئىدى.

ۋاھالەنكى، پەقەت بازارلار يېراق جايلاردا مەۋجۇت بولۇپلا تۇرىدىكەن، شىركەتلەر ئۆز - ئۆزىنى تەڭشەش ئىقتىدارىنى ئىشقا سالالايدۇ. ئوخشىمايدىغان مەدەنىيەت، ئوخشىمايدىغان مىللەتلەر ئوتتۇرىسىدا، شىركەتلەر ھۆكۈمەتتىن بۇرۇن ئالاقىلىشىش يوللىرىنى بەرپا قىلىپ بولغان ئىدى. گەرچە سىياسىي كۈچلەر دۇنيانى ئىككىگە بۆلگەن ۋاقىتلاردىمۇ شىركەتلەر ھەممە جايلاردا سودا پۇرسىتى ئىزدىگەن ئىدى.

20 - ئەسىرنىڭ 30 - يىللىرى، ئامېرىكىلىق ياش ئارماند خاممېر ئوتتۇرىدا قاتراپ يۈرۈپ، فورد شىركىتىنى سوۋېت ئىتتىپاقىنىڭ گوركى شەھىرىدە بىرلەشمە زاۋۇت قۇرۇشقا ماقۇل قىلدۇ.

ئەينى مەزگىلدە، T تىپلىق ئاپتوموبىلنىڭ ئامېرىكا بازىرىدىكى سېتىلىشى تۆۋەنلەپ كەتكەن ئىدى. ھېنرى فورد گەرچە ھەمىشە ئۆزىنىڭ سوۋېت ئىتتىپاقىنىڭ ئېدىيولوگىيە ھالىتىدىن رازى ئەمەس ئىكەنلىكىنى

سىنگېر شىركىتى

1851 - يىلى، ئىساكا مېرىت سىنگېر دېگەن ئامېرىكىلىق قولىنىڭ ئورنىدا كىيىم تىكەلەيدىغان ماشىنا - كىيىم تىكىش ماشىنىسىنى ئىجاد قىلدى. 1853 - يىلى، تۇنجى تۈركۈمدىكى كىيىم تىكىش ماشىنىلىرى نيۇيورك شەھىرىدىكى زاۋۇتتا ئىشلەپچىقىرىلىشقا باشلايدۇ. ئىككى يىلدىن كېيىن، ئامېرىكا سىنگېر شىركىتى مۇددەتكە بۆلۈپ پۇل تۆلەش پىلانىنى تۇنجى قېتىم بەرپا قىلىپ، دۇنيا بويىچە مۇشۇنداق سېتىش شەكلىنى يولغا قويۇشنىڭ ئىجادچىسىغا ئايلىنىپ، كېيىنكى كۈنلەردىكى ئىستېمال بازىرىغا چوڭقۇر تەسىر كۆرسەتمدۇ.

1867 - يىلى، سىنگېر شىركىتى ئامېرىكىدىكى تۇنجى دۆلەت ھالقىغان شىركەتكە ئايلىنىپ، دۇنيانىڭ باشقا جايلىرىدا زاۋۇت تەسىس قىلىپ ئىشلەپچىقىرىش ئېلىپ بېرىدۇ. نۆۋەتتە، سىنگېر شىركىتى بىرازىلىيە، جۇڭگودا ياساش زاۋۇتى تەسىس قىلدى ھەمدە دۇنيادىكى 190 دىن ئارتۇق دۆلەت ۋە رايونىدا سېتىش تورى بەرپا قىلدى.



ئارماند خاممېر

ئېيتىپ يۈرسەمۇ، ئەمما يەنىلا خاممېرنىڭ بىر ئېغىز گېپىنى بىلەنلا ماقۇل بولىدۇ. چۈنكى خاممېر ئۇنىڭغا: ئۇ يەر ھەقىقەتەنمۇ غايەت زور چوڭ بازار دېگەن ئىدى.

شىركەتنىڭ بازارغا بولغان تەلىپۈنۈشى قانچىكى چوڭ بولسا، ئايرىمچىلىق ۋە بېكىنمىچىلىكنى بۇزۇپ تاشلاش ئىستىكىمۇ شۇنچە تەخىرسىز بولىدۇ. 20 - ئەسىرنىڭ 80 - ۋە 90 - يىللىرىدا دۇنيانى ھەقىقىي تۇتاشتۇرىدىغان غايەت زور ئۆزگىرىش ئاخىر يېتىپ كەلدى.

1991 - يىلى 12 - ئاينىڭ 25 - كۈنى سوۋېت ئىتتىپاقىنىڭ يىمىرىلىشى غايەت زور بىر

ئارماند خاممېر

ئارماند خاممېر (1898 ـ 1990)، ئامېرىكىدىكى رۇسىيەلىكلەرنىڭ ئەۋلادى، كارخانىچى. خاممېر ئۆزىنىڭ رەڭدار ھاياتىدا نۇرغۇنلىغان سودا پائالىيەتلىرى بىلەن شۇغۇللانغان بولۇپ، بۇلارنىڭ ئىچىدىكى ئەڭ مۇھىملىرى ياشلىق مەزگىلىدىكى دورا زاۋۇتى تىجارىتى؛ ۋاستېچىلىك سۇپىتىدە رۇسىيەدە تاشپاختا زاۋۇتى ۋە قېرىنداش زاۋۇتى تىجارىتى؛ ئاسار - ئەتىقە ۋە سەنئەت بۇيۇملىرى تىجارىتى؛ ئامېرىكىدا ھاراق چەكلەنگەن مەزگىلدە ھاراق ئىشلەش كەسىپىگە مەبلەغ سالغانلىقى؛ كالا بېقىش كەسىپى بىلەن شۇغۇللىنىشى؛ غەرب نېفىت شىركىتىدىكى پائالىيەتلىرى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، خاممېر يەنە ئىجتىمائىي پائالىيەتچى ئىدى، بولۇپمۇ ئامېرىكا بىلەن سوۋېت ئىتتىپاقى ئوتتۇرىسىدىكى دىپلوماتىيەلىك بېرىش - كېلىش ئىشلىرىغا غايەت زور تۆھپە قوشۇپ، لېنىن تەرىپىدىن «يولداش خاممېر» دەپ ئاتالغان ئىدى.

نامايەندە بولۇپ، سوغۇق ئۇرۇشنىڭ ئاياغلاشقانلىقىدىن دېرەك بەردى. سوغۇق ئۇرۇشنىڭ ئاخىرلاشقانلىقىنىڭ غايەت زور بىر ئەھمىيىتى شۇكى، ئۇ ئۆتمۈشتە يەر شارى بازىرىنىڭ مەيدانغا كېلىشىگە توسالغۇ بولغان سىياسىي قۇرۇلمىنىڭ بۇزۇپ تاشلانغانلىقىدىن دېرەك بەردى.

(ۋاڭ جىلىي جۇڭگو سودا مىنىستىرلىقى دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر تەتقىقات مەركىزى مۇدىرى)

سوغۇق ئۇرۇش مەزگىلىدە قاتار ماڭغان ئىككى دۇنيا غايىب بولۇپ، 3 مىليارد نوپۇسقا ئىگە يېڭى بازار مەيدانغا كەلدى. سىياسىي ئېگىز سېپىل ئۆرۈپ تاشلىنىش بىلەن بىر ۋاقىتتا، تېخنىكىدىكى بۆسۈپ ئۆتۈشلەر ئادەم بىلەن ئادەمنىڭ ئارىلىقىنى تېخىمۇ يېقىن قىلدى. 1991 - يىلى، ئەنگلىيەلىك فىزىكا ئالىمى بېرنېرس لېي ۋېب تورىنى ئىجاد قىلدى. كۆپ يىللاردىن كېيىن، كىشىلەر تورنىڭ دۇنياغا نىسبەتەن زادى نېمىدىن دېرەك بېرىدىغانلىقىنى ھەقىقىي ھېس قىلىشتى.

توغان ئېچىلىپ، ئىقتىسادنىڭ يەرشارلىشىش دەۋرى يېتىپ كەلدى. بۇ شىركەتلەر ئۇزۇندىن بۇيان ئارزۇ قىلىپ كەلگەن دەۋر بولۇپ، مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا ئۇ ھەم شىركەتلەرنىڭ تۇرتكىسى ئارقىسىدا يېتىپ كەلگەن دەۋر ئىدى.

مۇبادا چوڭ تىپتىكى دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر بولمىغاندا يەر شارلىشىشمۇ بولمىغان بولاتتى، ئۇلار ھەققەتەنمۇ يەر شارلىشىشنى رويابقا چىقارغان ھەرىكەتلەندۈرگۈچ مېخانىزمدۇر. چۈنكى دۆلەت ھالقىغان بۇ شىركەتلەر چېگرا سىرتىدىكى شىركەتلەر ئارقىلىقلا ئەمەس، بەلكى چەت ئەللەردە سېتىشۋېلىش ۋە خەلقئارالىق سودىلار ئارقىلىق يەر شارلىشىشقا تەسىر كۆرسەتتى. مەسىلەن: دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر ئوتتۇرا ئامېرىكا ۋە ئوتتۇرا ياۋروپادىكى كۆپ قىسىم سودىنى ئۈستىگە ئالغان بولۇپ، ئۇلارنىڭ رولى ناھايىتى مۇھىم بولدى. دەل ئاشۇلار يەر شارى ئىقتىسادىنىڭ ماھىيىتىنى ئۆزگەرتىۋەتتى.

(ئانتونى ۋان ئاگتمائېل يېڭىدىن گۇللەنگەن بازارلارنى باشقۇرۇش چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى مۇدىرىيەت رەئىسى)



مايكېل جېكسون

ناۋادا مايكېل جېكسوننىڭ «ھەممىمىز بىر ئائىلە» دېگەن ناخشىسى 1984 - يىلى پەقەت بىر ئارزۇنىلا ئىپادىلىدى دېسەك، ئۇنداقتا 20 - ئەسىرنىڭ 90 - يىللىرىدىن كېيىن ئۇ تەدرىجىي ھالدا ھەقىقىي مەۋجۇتلۇققا ئايلاندى.

سودىنىڭ چېگراسى يوق. خۇددى تارىختا يۇز بەرگەن ھەربىر قېتىملىق تەدرىجىي تەرەققىياتقا ئوخشاش، شىركەتلەر دۇنيا ۋە ئۆزى ئۈچۈن يېڭى پۇرسەتلەر ئىجاد قىلدى.

تور دەۋرى

كومپيۇتېر تورى كۆپلىگەن كومپيۇتېرلارنى ئۆزئارا تۇتاشتۇرۇپ، ئۇلارنىڭ ئوتتۇرىسىدا ئۇچۇرلارنى يىراق مۇساپىلىك ئالماشتۇرۇش ۋە بىر تەرەپ قىلىشنى ئەمەلگە ئاشۇرۇپ، بايلىقلاردىن ئۆزئارا پايدىلىنىدۇ، ئۇ تور ئىچىدىكى بارلىق كومپيۇتېر قاتتىق، يۇمشاق ماتېرىياللىرى ۋە سانلىق مەلۇمات ئامبارلىرىدىكى بارلىق سانلىق مەلۇماتلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

كومپيۇتېر تورىنىڭ بەرپا قىلىنىشى كىشىلەرنى دۇنيانىڭ ھەرقايسى جايلىرىدىكى ماتېرىياللارنى خالىغان ۋاقىتتا ئاختۇرۇپ ئىشلىتىش، تۇرلۇك ئۇچۇرلارنى چۈشىنىشكە ئىگە قىلىپ، كىشىلەرنىڭ خىزمەت ۋە تۇرمۇشىغا غايەت زور قولايلىقلارنى ئېلىپ كەلدى. كومپيۇتېر تورى ئىشلەپچىقىرىش جەريانلىرىنى ئاپتوماتلاشتۇرۇش، كەسپىي تىجارەتلەرنى باشقۇرۇش، باشقۇرۇش ئۇچۇر سىستېمىسى، ئىشخانا ئاپتوماتلاشتۇرۇش قاتارلىق ساھەلەردە كەڭ دائىرىدە قوللىنىلىدى ھەمدە ئېلېكترونلۇق پوچتا، ئېلېكترونلۇق پۇل، ئۇنىۋېرسال كەسپىي سانلىق مەلۇمات تورى قاتارلىق جەھەتلەردە يېنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا ئۆز رولىنى جارى قىلدۇرغۇسى. ئىنسانلار جەمئىيىتى شۇ سەۋەبتىن تور دەۋرىگە قەدەم قويدى.

مەن «يەر شارىلىشىش» ئۇقۇمىنى ئەڭ بۇرۇن ئوتتۇرىغا قويدۇم. 20 يىلنىڭ ئالدىدا بۇ ئۇقۇمنى ئوتتۇرىغا قويغان ۋاقتىمدا، بۇنچە كۆپ خەلقئارالاشقان غايەت زور شىركەتلەرنىڭ مەيدانغا كېلىشىنى زادىلا ئويلاپ باقماپتىمەن.

(داچيەن يەنيى ياپونيە ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەر سودا ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

2. قەلبىگە پۈتۈن يەر شارىنى پۈككەن هالدا بايلىقلارنى رەتكە سېلىش

1993 - يىلى، 1 - ئايدا، IBM شىركىتىنى قايغۇ - هەسرەت قاپلىغان بولۇپ، شىركەت لىدىرى ۋە CEO سى ۋەزىپىسىدىن ئايرىلىپ پېنسىيەگە چىقىپ، دەلدەڭشىپ ئاران ماڭىدىغان «يېشىل رەڭلىك گىگانت ئادەم» نى قالدۇرۇپ كەتكەن ئىدى. يەر شارى بويىچە ئەڭ چوڭ بولغان بۇ كومپيۇتېر شىركىتىنىڭ ئۈدا بىرقانچە يىلدىكى تارتقان زىيىنى 16 مىليارد دوللارغا يەتكەن بولۇپ، شىركەت پېيىنىڭ باھاسى ئۈدا تۆۋەنلەپ كەتكەن ئىدى. ئاخبارات ۋاسىتىلىرىنىڭ نەزىرىدە، IBMشىركىتىنىڭ بىر پۈتى گۆرگە ساڭگىلىغان ئىدى.

1993 - يىلى 4 - ئاينىڭ 1 - كۈنى، 51 ياشلىق لۇئىس گېرستنېر شىركەتنى ئۆتكۈزۈۋالىدۇ. ئۇ IBM نى ئىشلەپچىقىرىش سودىگىرىدىن مۇلازىمەت بىلەن تەمىنلەش سودىگىرىگە ئۆزگەرتىپ، بۇ چوڭ پىلنى ئۈسۈلغا سالىدۇ؛ 9 يىلدىن كېيىن، 50 ياشلىق ساموئېل پالمىسانو لۇئىس گېرستنېرنىڭ ئورنىغا چىقىدۇ، شۇنىڭ بىلەن IBM شىركىتى يېڭى ئۆزگىرىشنى تاماملايدۇ.

بىزنىڭ لىدېرىمىز پالمىسانو IBM شىركىتىگە ئەمدىلا ۋەزىپىگە ئولتۇرغان ۋاقتىمدىلا دۇنيا بازىرىنىڭ كۈنسېرى بىر ئورتاق گەۋدىگە ئايلىنىۋاتقانلىقىنى، بۇنىڭ دۇنياۋى خاراكتېرلىك سودا پۈرسىتى ئىكەنلىكىنى ئالدىن كۆرۈپ يەتكەن ئىدى، بۇنداق بولۇشىنىڭ تور دەۋرىنىڭ يېتىپ كېلىشى بەلگىلىگەن ئىدى. شۇڭلاشقا ئۇ، ناۋادا بىز بۇ جەھەتتە

پۈرسەتكە ئالدىن ئېرىشسەك ، پەقەت تېخنىكىدا قوللىساقلا ، IBM يەر شارى بويىچە ئالدى بىلەن ئۆزىنى رەتكە سالىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىز يەر شارىدىكى رەتكە سېلىنغان كارخانا دەپ ئاتىلىدىغانلىقىمىزنى ھېس قىلغان ئىدى.

(ئېللون گاننىكېر IBM يۇمشاق دېتال گۇرۇھى مۇئاۋىن لىدېرى)



پالمىسانو

2006 ـ يىلى6 ـ ئايدا، پالمىسانو ئامېرىكا «دىپلوماتىيە» ژۇرنىلىدا ماقالە ئېلان قىلىپ، «دۆلەت ھالقىغان كارخانىلار» نىڭ ئاللىقاچان ۋاقتى ئۆتتى، «كارخانىلارنى يەر شارى بويىچە رەتكە سېلىش» دەۋرى يېتىپ كەلدى، دەپ مۇراجىئەت ئېلان قىلغان ئىدى.

يەر شارى مىقياسىدا رەتكە سېلىش ئارقىلىق، IBM شىركىتىنىڭ دۇنيانىڭ ھەرقايسى جايلىرىدىكى سانلىق مەلۇمات مەركەزلىرى 155 تىن 6 گە قىسقىرىدى، مالىيە سىستېمىلىرى 16000 دىن 4100 گە قىسقىرىدى، سېتىۋېلىش مەركەزلىرى 300 دىن 3 كە قىسقىرىدى.

IBM نىڭ يەر شارى باش ئىشتابى نيۇيورك شەھىرىگە جايلاشقان بولسا، شىركەتنىڭ تۆلەم مەركىزى بولسا ئەكسىچە نەچچە مىڭ چاقىرىم يىراقلىقتىكى جۇڭگونىڭ شاڭخەي شەھرىگە جايلاشقان بولۇپ، ئۇ شېنجېندىكى يەر شارى سېتىۋېلىش مەركىزى، كۇئالومپۇرغا جايلاشقان يەر شارى مالىيە مەركىزى، مانىلاغا جايلاشقان يەر شارى ئادەم كۈچى بايلىقلىرى مەركىزى، بېرسبانغا جايلاشقان يەر شارى ئابۇنىچىلار مۇلازىمەت مەركىزى، شۇنداقلا جۇڭگو، شۋېيتسارىيە، ياپونىيە، ھىندىستان قاتارلىق ئالتە دۆلەتتىكى تەتقىقات ـ تەرەققىيات مەركەزلىرى بىلەن بىرلىكتە IBM نىڭ يادروسىنى شەكىللەندۈردۇ.

دۆلەت ھالقىغان شىركەتتىن يەر شارى شىركىتىگىچە بولغان جەريان

پەقەتلا بىر ئىسىمنىڭ ئۆزگىرىشى بولۇپ قالماستىن، بەلكى تېخىمۇ مۇھىمى ئۇ بىر قېتىملىق ئۇن - تىنسىز ئېلىپ بېرىلغان ئىنقىلاپ ھېسابلىنىدۇ. بۇ چوڭ ئۆزگىرىش داۋامىدا كىم دادىللىق بىلەن رىقابەتكە قاتنىشالىسا، شۇ پۇرسەتلەرگە ئالدىن ئېرىشەلىشى مۇمكىن.

IBM شىركىتى يەر شارى شىركىتىگە قاراپ ئۆزگىرىش ياساۋاتقان مەزگىلدە، شىمالىي ياۋروپادىكى يەنە بىر شىركەتمۇ تەقدىرنىڭ ئۆزگىرىش نۇقتىسىغا بېرىپ قالغان ئىدى.

1991 - يىلى ئەمدىلا كىرىشى بىلەن، نوكىئا شىركىتى كىرىزىسقا پېتىپ قالىدۇ، يەنى ناھايىتى كۆپ كەسىپ تۈرلىرىگە بولغان فىنلاندىيەنىڭ بۇ كونا كارخانىسى ۋەيران بولۇش گىردابىغا بېرىپ قالىدۇ.

ھالبۇكى، نوكىئا شىركىتى ئۆتمۈشتە قىسقىغىنە 10 يىل ۋاقىت ئىچىدىلا يىللىق سېتىش سوممىسى 30 مىليارد ياۋرودىن ئېشىپ كەتكەن دۇنياۋى مەشھۇر كارخانىغا ئايلانغان ئىدى. نوكىئانىڭ كىشىنى پەخىرلەندۈرىدىغان كەسىپى نەتىجىلىرى ئالدىنقى ئورۇندا تۇرىدىغان تېخنىكىسى ۋە كەسىپ جەھەتتە ئالغان ئۆزگىچە تەدبىرلىرىگە باغلىق بولۇپلا قالماستىن، تېخىمۇ مۇھىمى ئۇ يولغا قويغان خەلقئارالاشتۇرۇش ئىستراتېگىيەسىگە باغلىق ئىدى. خەلقئارالىق كارخانا نوكىئانىڭ سېتىلىش سوممىسىنىڭ پەقەت 1% نلا ئۆز دۆلىتىدىن كەلگەن ئىدى.

1993 - يىلى، فىنلاندىيە ھۆكۈمىتى چەت ئەل شىركەتلىرىنىڭ پاي سېتىۋېلىشىغا قارىتا چەكلىمىنى بىكار قىلىشنى جاكارلىدى. نوكىئا شۇنىڭدىن ئېتىبارەن خەلقئارا بازارلارغا كىرىش پۇرسىتىگە ئېرىشىدۇ. بىر قاتار پاي ھوقۇقى ئۆتۈنۈپ بېرىشلەر ئارقىسىدا، 2007 - يىلىغا كەلگەندە، نوكىئانىڭ پاي ھوقۇقى قۇرۇلمىسى تەركىبىدە، فىنلاندىيە ھۆكۈمىتى پەقەت 9% نلا ئىگىلىگەن ئىدى.

ئۇ ئەمدى داۋاملىق فىنلاندىيەگە مەنسۇپ ئەمەس ئىدى. لېكىن فىنلاندىيە ئۇچۇن مىللىي ئىشلەپچىقىرىش ئومۇمىي قىممىتىنىڭ ئۇچتىن بىرىنى تەقدىم قىلىدى. چۈنكى نوكىئانىڭ مۇۋەپپەقىيىتى سەۋەبىدىن، فىنلاندىيە دۇنيا ئىقتىساد مۇنبىرى تەرىپىدىن ئۇدا ئۇچ يىل يىللىق «دۇنيا بويىچە ئەڭ رىقابەت كۈچىگە ئىگە دۆلەت» بولۇپ باھالاندى.

يەر شارى بازىرىدا ئېچىۋېتىلگەن دۆلەت ۋە شىركەتلەر ئۆزئارا مەقسەتلىرىنى ھاسىل قىلىشتى.

بىكىنمە دۆلەت مۇتلەق مەغلۇپ بولىدۇ، ئۇ ئىجادكارلىق كۈچى تەرىپىدىن مەغلۇپ قىلىنىدۇ. ئىجادكارلىق كۈچى رىقابەت ھاسىل قىلىپ، كىشىلەرنى ھەمىشە رىقابەت قىلىشنى ئويلايدىغان، ئىشنى تېخىمۇ ياخشى قىلىشنى ئويلايدىغان قىلىدۇ. بىز بۇنىڭدىن ھەددىدىن زىيادە دۆلەتنىڭ قوغدىشىغا ئۇچرىغان ئىقتىسادنىڭ تولۇق تەرەققىياتلارغا ئېرىشەلمەيدىغانلىقى ئۇستىدە قايتا ئويلىنىپ كۆرسەك بولىدۇ.

(پىئاس دوگىس فىرانسىيە لۇمبېرې ئىككىنچى ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

مەيلى دۆلەت ياكى شىركەتلەر ئۇچۇن بولسۇن، تارىخىي پۇرسەتلەر ئازراق بىخەستەلىك قىلسىلا قولدىن كېتىپ قالىدۇ، پۇرسەت دەۋر ئېقىمىغا يېتەكچىلىك قىلىدىغان ئىجادكارلارغىلا مەنسۇپ بولىدۇ.

سۇئىئي ھەمراھ ۋە كومپيۇتېر سىستېمىسى ئارقىلىق 14 دۆلەتتىكى 6600 دىن كۆپ سودا سارىيى ۋە نەچچە

ۋالمارت شىركىتى

ۋالمارت شىركىتى پارچە سېتىش كەسىپىدىكى داڭدار شەخس سام ۋالتون تەرىپىدىن 1962 ـ يىلى ئاركانساس ئىشتاتىدا بەرپا قىلىنغان. قىرىق نەچچە يىللىق تەرەققىي قىلىش ئارقىلىق، ۋالمارت شىركىتى ئامېرىكىدىكى ئەڭ چوڭ شەخسىي غوجايىن ۋە دۇنيادىكى ئەڭ چوڭ زەنجىرسىمان پارچە سېتىش كارخانىسىغا ئايلاندى. 2009 ـ يىلى 5 ـ ئايغا قەدەر، ۋالمارت شىركىتى پۈتۈن يەر شارىدا 7900 سودا سارىيى تەسىس قىلغان بولۇپ، خادىملىرىنىڭ ئومۇمىي سانى 2 مىليون 100 مىڭغا يېتىپ، ھەر ھەپتىدە ۋالمارتقا قەدەم تەشرىپ قىلغۇچى خېرىدارلارنىڭ سانى 176 مىليون ئادەم قېتىمغا يەتكەن. ۋالمارت شىركىتى كۆپ قېتىم يەرشارىدىكى 500 كۈچلۈك كارخانىلار ئىچىدە بىرىنچى ئورۇندىكى كارخانا بولدى.

مىڭلىغان تەمىنات سودىگەرلىرىنى باشقۇرۇپ كېلىۋاتقان ۋالمارت شىركىتى يەر شارىلىشىش دەۋرىدە يەر شارى مىقياسىدا سېتىۋېلىشنى ئەمەلگە ئاشۇرغان ئىدى.

دېل كومپيۇتېر شىركىتى مال ئوبوروت شىركەتلىرى بىلەن ھەمكارلىشىپ ئېلىپ بارغان زاكاز توپلاش شەكلىدىكى ئىشلەپچىقىرىش، يەتكۈزۈپ بېرىش تاۋارلارنىڭ ئىسكىلاتتا بېسىلىپ قالماسلىقىدەك سودا ئەندىزىسىنى مەيدانغا كەلتۈرۈپلا قالماي، تېخىمۇ مۇھىمى ئىستېمالچىلارنى ھەقىقىي تۈردە مەھسۇلاتلارنىڭ غوجايىنلىرىغا ئايلاندۇردى.

تور دۇنياسىدا، ئېلىپ - ساتقۇچى ئىككى تەرەپ ئەمدى يەنە يۈزتۇرا باھا تالىشىشقا ئېھتىياجى قالمىغان بولۇپ، ئېلېكترونلۇق سودا كەسىپى ئىنسانلارنىڭ نەچچە مىڭ يىللاردىن بۇيانقى تىجارەت قىلىش شەكىللىرىنى ئىنقىلاب خاراكتېرلىك ھالدا ئۆزگەرتتى.

يەر شارى رىقابىتى ئىستېمالچىلار ئۈچۈن ئىنتايىن پايدىلىق، چۈنكى پۈتۈن دۇنيادىكى ئىشلەپچىقارغۇچىلارنىڭ ھەممىسى كىمنىڭ مەھسۇلاتلىرىنى سىز ۋە ماڭا ئوخشاش ئىستېمالچىلارغا سېتىپ بېرىش ئۈچۈن رىقابەتلىشىدۇ. بۇ جەريانىدا، مەھسۇلاتى تېخىمۇ ياخشى، تېخىمۇ ئەرزان بولىدۇ، ئىستېمالچىلار يەر شارىلىشىشتا ئەڭ چوڭ نەپكە ئېرىشكۈچىلەردۇر.

(جون ناسبىت ئامبرىكىلىق كەلگۈسىشۇناس)

ۋاقىتنىڭ ئۆتۈشى بىلەن ئەھۋاللاردا ئۆزگىرىش يۈز بەردى. باراۋەر بولمىغان مۇناسىۋەتلەر شۇ تاپتا باراۋەر مۇناسىۋەتلەرگە قاراپ ئۆزگىرىۋاتىدۇ. ھازىر ئىلگىرىكىگە قارىغاندا تېخىمۇ كۆپ پايدا، تېخىمۇ كۆپ ئىشقا ئورۇنلىشىش، تېخىمۇ كۆپ تەقسىمات تۈرلىرى ۋە تېخىمۇ كۆپ تېخنىكىلار ساھىبخان دۆلەتكە ئېقىپ كىردى، مەھسۇلاتلارنىڭ باھاسىمۇ تېخىمۇ مۇۋاپىق بولدى.

(ئانتونى ۋان ئاگتمائېل يېڭىدىن گۈللەنگەن بازارلارنى باشقۇرۇش

چەكلىك مەسئۇلىيەت شىركىتى مۇدىرىيىتى رەئىسى)

يەر شارى رىقابىتى پۈتكۈل ئىنسانلارنىڭ سودا تەننەرخىنى تۆۋەنلەتتى، شىركەتنىڭ قوللىرى ئەڭ چوڭ رەۋىشتە دۇنيانىڭ ھەربىر بۇلۇڭ - پۇچقاقلىرىغىچە سوزۇلدى. شۇنىڭ بىلەن، ئاۋات چوڭ شەھەرلەردىن چەت يېزا - قىشلاقلارغىچە، سانسىزلىغان ئاددىي كىشىلەر زامانىۋى مەدەنىيەت مېۋىلىرىدىن ئورتاق بەھرىمەن بولۇش ئىمكانىيىتىگە ئىگە بولدى.

ئىزدەش موتورى بىزنى يەرشارىدا ھەربىر دەقىقىلەردە يۈز بېرىۋاتقان ئۆزگىرىشلەرنى ئىگىلەشكە ئىگە قىلغان پەيتە، تۇرىكى بوشلۇقتا، ئىنسانلار يىراق دېسەڭ ئالەمنىڭ ئۇ چېتىدە، يېقىن دېسەڭ كۆز ئالدىڭدا دەيدىغان دەۋرگە كىرگەن ئىدى.

3. مەدەنىيەتلەر سوقۇلۇشى ئاستىدىكى ئۆزلەشتۇرۇش

2006 - يىلى 5 - ئايدا، كوكاكولا شىركىتى ئۆزىنىڭ سىرلىق رېتسېپىنىڭ 120 ياشقا كىرگەن تۇغۇلغان كۈنىنى كۈتۈۋالدى. ئېيتىشلارغا قارىغاندا، 120 يىلدىن بۇيان، رېتسېپنى ئىگىلىگەن كىشىلەرنىڭ ئومۇمىي سانى 10 ئادەمدىن ئاشمىغان ئىكەن.

ھالبۇكى، تۇغۇلغان كۈن تورتنىڭ شامىلىرى ئەمدىلا ئۆچۈشىگە، بۇ سىرلىق رېتسېپ ئېغىر بىخەتەرلىك كىرىزىسىغا پېتىپ قالدۇ.

2006 - يىلى 8 - ئايدا، ھىندىستان ئالىي سوت مەھكىمىسى كوكاكولا شىركىتىدىن ياكى شىركەت رېتسېپىنى ئاشكارا ئېلان قىلىش ياكى بولمىسا سېتىشنى توختىتىشنى تەلەپ قىلدۇ. سەۋەبى بولسا، ھىندىستان ئىلىم - پەن ۋە مۇھىت مەركىزىنىڭ بىر دوكلاتىدا كۆرسىتىلىشىچە، كوكاكولانىڭ قىسمەن يۇمشاق ئىچىملىكلىرى تەركىبىدە ھاشارات ئۆلتۈرۈش سۇيۇقلۇقىنىڭ نىسبىتى ئېغىر دەرىجىدە ئېشىپ كەتكەن ئىكەن.

بۇ كوكاكولا شىركىتى ھىندىستاندا ئۇچرىغان تۇنجى ئاۋارىچىلىك ئەمەس ئىدى.

كوكاكولا شىركىتى 1958 - يىلىلا ھىندىستان بازىرىغا كىرگەن ئىدى. جاپالىق تىجارەت قىلىپ 20 يىل ئۆتكەندىن كېيىن بولسا، تەلتۆكۈس

چېكىنىپ چىقىشنى تاللاشقا مەجبۇر بولدى.

ئەينى ۋاقىتتا ھىندىستان ھۆكۈمىتى بىر تۈرلۈك سىياسەت ئېلان قىلىپ، دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەردىن ئۆزلىرى كونترول قىلغان پاينى 50% ئاستىغا تۆۋەنلىتىشنى تەلەپ قىلدى. دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر بولسا بۇنى نامۇۋاپىق دەپ قارىدى، شۇنىڭ بىلەن بىر قىسىم شىركەتلەر ھىندىستاندىن چېكىنىپ چىقىشنى قارار قىلىشتى، كوكاكولا شىركىتى بولسا ئەنە شۇلارنىڭ ئىچىدىكىلەردىن بىرى ئىدى.

(S.V. راماكرىشنا ئوتتۇرا ياۋروپا خەلقئارا سودا - سانائەت ئىنستىتۇتى دوتسېنتى)

دۇنيا بويىچە 400 كارخانىغا ئىگە، دۆلەت ھالقىپ تىجارەت قىلىش تارىخىدا شانلىق نەتىجە قازانغان كوكاكولا شىركىتى ئۇچۇن ئېيتقاندا، بۇنى بىر قېتىملىق مەغلۇبىيەت دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ.

ئەمەلىيەتتە، بىزنىڭ ئاسىيادىكى تىجارەت كەسپىمىز 1925 - يىللا قىلىپىندىن باشلانغان ئىدى. 1929 - يىلىغا كەلگەندە شاڭخەي بىزنىڭ ئەڭ چوڭ خەلقئارالىق بازىرىمىز بولدى. بىزنىڭ دۆلەت ھالقىپ تىجارەت قىلغىنىمىزغا خېلى ئۇزۇن ۋاقىت بولدى، «دۆلەت ھالقىغان شىركەت» دېگەن ئاتالغۇ مەيدانغا كېلىشتىن ئىلگىرىلا باشلانغان بولۇشى ئېھتىمالغا بەك يېقىن.

«جون فارىرىل كوكاكولا شىركىتى ئىستراتېگىيەلىك پىلانلاش بۆلۈمى مۇئاۋىن لىدېرى»

كوكاكولا شىركىتى ئىقتىسادنى يەر شارىلاشتۇرۇش مۇساپىسىنى ئەلۋەتتە قولدىن بېرىپ قويمايدۇ. 1992 - يىلى، ئۇ يەر شارىلىققا ئىگە تۇنجى ئېلان ئىشلىدى: شۇ يىللىق قىشلىق ئولىمپىك يېغىنىدا، مەخسۇس ئۇنىڭ ئۈچۇن ئىشلەنگەن ناخشا 12 تىلدا پۈتۈن يەر شارىغا رادىيو ئارقىلىق ئاڭلىتىلدى، ئېلان سودىگىرىنىڭ ئېيتىشچە، 131 دۆلەت ۋە رايوندىكى 380 مىليون تاماشىبىن بۇ نومۇردىن ھۇزۇرلانغان ئىكەن.

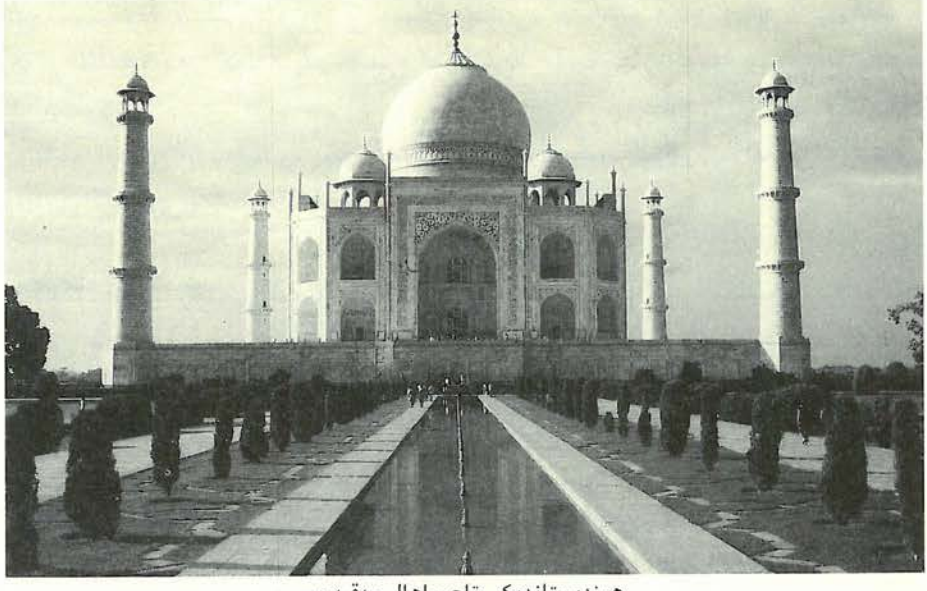
ھىندىستان ئىقتىسادىنىڭ ئېچىۋېتىلىشىگە ئەگىشىپ، 1993 -

يىلى، كوكاكولا شىركىتى جۇبۇنى ئاسىيادىكى بۇ ئىككىنچى چوڭ قۇرۇقلۇققا قايتىپ كىلىدۇ. گەرچە بۇ قېتىم ھىندىستان ھۆكۈمىتى تەشەببۇسكارلىق بىلەن چاقىرغان بولسىمۇ، ئەمما كوكاكولا يەنىلا يېڭى مەسىلىلەرگە توختىماي دۇچ كىلىپ تۇردى.

ھەربىر دۆلەتتە قانۇن، قائىدە ۋە تۈزۈم قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان، ئۆزىنىڭ شىركەت نازارەت قىلىپ باشقۇرۇش تۈزۈلمىسى بولىدۇ. شۇڭا ئامېرىكا شىركەتلىرى دائىم بىر قېتىملىق ئۆگىنىش جەريانىنى باشتىن كەچۈرۈشكە موھتاج بولىدۇ، بۇ جەريان بەلكىم ناھايىتى جاپالىق ھەم قىممەتلىك بولۇشى مۇمكىن.

(مۇرراي ۋېيدېنبائۇم ئامېرىكا ۋاشىنگتون ئۇنىۋېرسىتېتى ئامېرىكا كارخانىلىرى تەتقىقات مەركىزى مۇدىرى)

2006 - يىلىدىكى كوكاكولا كىرىزىسى ئىككى تەرەپنىڭ ئەپلىشىپ قېلىشى بىلەن ئاخىرلاشتى. چۈنكى، ھەرقانداق بىر شىركەت 1 مىليارد نوپۇسقا ئىگە بازاردىن ۋاز كېچىشنى خالىمايتتى: ئۇنىڭ ئۇستىگە



ھىندىستانىدىكى تاج ماھال مەقبەرىسى

ھىندىستانمۇ ئەينى يىلى كوكاكولانىڭ چېكىنىپ چىقىشى سەۋەبى بىلەن 22 بوتۇلكىغا قاچىلاش زاۋۇتىدا ئىش توختاپ قېلىشى، نەچچە مىڭ ئادەمنىڭ ئىشسىز قالغانلىقىدەك ئەھۋالنى ئېھتىمال ئۇنتۇپ قالمىغان بولۇشى مۇمكىن.

كوكاكولا بىلەن ھىندىستان ئوتتۇرىسىدىكى سۇركىلىشلەر ھەرگىزمۇ تاسادىپىي يۈز بەرگەن مەسىلە ياكى ئايرىم ھادىسە ئەمەس. سىرتتىن كەلگۈچى بولۇش سۈپىتى بىلەن، دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر ئۈچراۋاتقان ئوخشايسىزلىقلار يالغۇز ئاسىيادىلا يۈز بەرگەنمۇ ئەمەس ئىدى.

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن، مارشېل پىلانى ياۋروپا ئىقتىسادىنىڭ تەدرىجي ئەسلىگە كېلىشىگە ياردەم قىلدى. ئەمما شۇنىڭ بىلەن بىرگە، ئامېرىكا شىركەتلىرى ياۋروپادا 50% يېرىم ئۆتكۈزگۈچ كەسپى بىلەن 80% كومپيۇتېر ۋە 95% توپلاشتۇرۇلغان ئېلېكتىر يولى كەسپىدىكى ئىشلەپچىقىرىشنى كونترول قىلىۋالغان ئىدى. بۇنىڭ ئۈچۈن، كۆپلىگەن ياۋروپا ئەللىرى تېخنىكا جەھەتتە ئامېرىكىغا بېقىنىپ قېلىشتىن ئەنسىرەشكەن ئىدى.

دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر ھەرقانداق بىر دۆلەتكە كىرسە رىقابەتكە ئالاقىدار قائىدىلەرنىڭ ئۆزگىرىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ، ئۇ ئەلۋەتتە يەرلىكنىڭ ئىقتىسادي قۇرۇلمىسىنى تەلتۆكۈس ئۆزگەرتىدۇ. يەرلىكنىڭ ئىقتىسادي قۇرۇلمىسىنى تەلتۆكۈس ئۆزگەرتىش بىلەن بىر ۋاقىتتا، ئەلۋەتتە قارشىلىققىمۇ دۇچ كېلىدۇ.

(بېرنارد رامرنانسوئا فىرانسىيە پارىژ ئالىي سودا ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

ئامېرىكىمۇ بۇنىڭدىن مۇستەسنا بولالمىدى. كىشىلەر بىر تەرەپتىن ئۆز شىركىتىنىڭ چەت ئەللەرگە چىقىشىنى ئۈمىد قىلسا، يەنە بىر تەرەپتىن باشقىلارنىڭ شىركىتىنىڭ بۆسۈپ كىرىشىدىن ئەنسىرىشىدۇ.

1989 - يىلى9 - ئايدا، ياپونىيە سونى شىركىتى 3 مىليارد 400 مىليون دوللار باھا بىلەن ئامېرىكا كولومبىيە كىنو شىركىتىنى سېتىۋالدۇ. ئامېرىكا جامائەت پىكرى قاتتىق غۇلغۇلا قىلىشىدۇ. «ئاخبارات ھەپتىلىك ژۇرنىلى» مۇقاۋىسىغا بېرىلگەن كولومبىيە كىنو

شىركىتى ئەنگە ئالدۇرغان ماركىسى ئۇستىدىكى «مەشئەل كۆتۈرۈۋالغان ئايال ئىلاھ» قا ياپونچە كىيىم كىيدۈرۈلۈپ قويۇلىدۇ. ژۇرنالغا «ياپونىيە كارخانىلىرى ئامېرىكا روھىنى ئېلىپ كەتتى» دېگەن تېمىدا نەچچە مىڭ خەتلىك ئۇزۇن بىر ماقالە بېسىلغان بولۇپ، ماقالىدە بۇ قىلمىشنى «سوۋېت ئىتتىپاقىنىڭ ھەربىي كۈچىگە قارىغاندا تېخىمۇ قورقۇنچلۇق بولغان تەھدىت» دەپ قارالغان ئىدى.

20 - ئەسىرنىڭ 80 - ۋە 90 - يىللىرى، ياپونىيە دۇنياۋى بىر قۇدرەتلىك دۆلەتكە ئايلىنىپ، ئامېرىكىغا زور مىقدارىدا مەبلەغ سېلىشقا باشلاپ، ئامېرىكا شىركەتلىرىنى ، روكفېل مەركىزىنى، كالىفورنىيەدىكى گولف توپ مەيدانلىرىنى سېتىۋالغان ئىدى. ئامېرىكىلىقلار ئىختىيارسىز ھالدا: «بەك قورقۇنچلۇق بولدى، ياپونىيەلىكلەر شۇ تاپتا دۆلىتىمىزنى سېتىۋېلىۋاتىدۇ، ئۇلار بارلىق نەرسىلەرنى توكيوغا ئېلىپ كەتمەكچى، بۇ ئامېرىكا ئۈچۈن ھەقىقەتەنمۇ قورقۇنچلۇق بىر ئىش بولدى» دەپ چۇقان سېلىشىدۇ. تارىخقا نەزەر سالساق، يېڭىدىن گۈللەنگەن بىر دۆلەت زور مىقدارىدىكى مەبلەغلەرنى ئېلىپ يېتىپ كەلگەن ۋاقىتتا، ھەمىشە كىشىلەرنىڭ ھوشيارلىقى، سىياسىي ۋە ئىقتىسادىي جەھەتتىكى ئەنسىرەشلەرنى كەلتۈرۈپ چىقىرىپ، قورقۇنچلۇق ئىش دەپ قارىلىپ كەلگەنلىكىنى بايقايمىز.

ئەڭ دەسلەپكى ئالاقزەدىلىك ۋە بايقۇت قىلىشلار ئۆتۈپ كەتكەندىن كېيىن، كىشىلەر ئىشلارنىڭ ئويلىغاندىكىدەك ئۇنچىلىك قورقۇنچلۇق ئەمەسلىكىنى بايقىشىدۇ.

كوكاكولا شىركىتى

كوكاكولا شىركىتى 1892 - يىلى قۇرۇلغان بولۇپ، باش ئىشتابى ئامېرىكا گىئورگىئا ئىشتاتىنىڭ ئاتلانتا شەھىرىدە تەسىس قىلىنغان، ئۇ دۇنيا بويىچە ئەڭ چوڭ ئىچىملىك شىركىتى بولۇپ، دۇنيا ئىچىملىك بازىرىنىڭ 48% نى ئىگىلەيدۇ ھەمدە دۇنيا بويىچە ئالدىنقى ئۇچ ئورۇندا تۇرىدىغان ئىچىملىكلەر ئىچىدە ئىككى تۇرنى (كوكاكولا بىرىنچى ئورۇندا، بېپسىت كولا ئىككىنچى ئورۇندا، تۆۋەن ئېنېرگىيەلىك كوكاكولا ئۇچىنچى ئورۇندا تۇرىدۇ) ئىگىلەيدۇ.

كولومبىيە شىركىتىنىڭ غوجايىنى ئالماشقان بىرقانچە يىل ئىچىدە، يەنىلا روشەن ئامېرىكا مەدەنىيىتى ئالاھىدىلىكىگە ئىگە كىنولارنى كۆپلەپ ئىشلەيدۇ.

چەت ئەل شىركەتلىرىنىڭ ئامېرىكا شىركەتلىرىنى سېتىۋېلىشى ياخشى ئىش. ئەلۋەتتە بىرقىسىم چەكلىمىلەر بولۇشى مۇمكىن، مەسىلەن: دۆلەت بىخەتەرلىكىگە چېتىلىدىغان سەزگۈر مەسىلىلەر دېگەندەك. ئەمما سوڭى شىركىتىنىڭ كولومبىيە كىنو شىركىتىنى سېتىۋالغان ئىشقا كەلسەك، مەن ھېچقانداق بىر بىخەتەرلىك جەھەتتىكى مەسىلىنى كۆرمىدىم، مەلۇم دەرىجىدىن ئېيتقاندا، يېڭى تەپەككۇر، يېڭى مەبلەغ ۋە يېڭى باشقۇرۇشلارنىڭ ئامېرىكا ئىقتىسادىغا كىرىشى پايدىلىق بىر ئىش.
(جوسېف ناي ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

شىركەت ئۇچۇن ئېلىپ ئېيتقاندا، يۇگۇرۇپ كېتىۋاتقان قەدەمنى توختىتىش ئەمدى مۇمكىن ئەمەس ئىدى. ئۆزگەرتىشكە ئېھتىياجلىقى ئىلگىرىلەش ئۇسۇلى، خالاس.

ياپونىيە ئالىمى دايەن يەنىنىڭ قارىشىچە: "ئۆتمۈشتىكى دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر مەبلەغ سالغۇدەك مۇنبەت تۇپراق ئىزلىشىدىكى سەۋەب، ئانا شىركەتنىڭ مەھسۇلاتى ۋە مۇلازىمىتىنى نۇسخىلاش ۋە كۆپەيتىشتىن ئىبارەت ئىدى. ھالبۇكى بۈگۈنكى كۇندە بولسا ئۇلار چوقۇم ئوخشىمايدىغان رايونلاردىكى خېرىدارلارنى ئوخشىمايدىغان مۇلازىمەت بىلەن تەمىنلىشى كېرەك، ئۇلار ئەمدى يەنە ياۋايى كىشىلەرگە كوكاكولانى قانداق ئىچىش ياكى ياڭيۇ قەلەمچىسىنى قانداق يېيىشنى ئۆگىتىپ ئولتۇرمايدۇ.»

مكدونالدس، ناۋادا روزا تۇتۇش ئادىتى بار جايلاردا دۇكان ئاچقاندا، ئۇنداقتا رامىزان ئېيىدا كۇندۇزى ئىش توختىتىپ، كېچىدە تىجارەت قىلغاندا ھەمدە رامىزانلىق يېمەكلىكلەر بىلەن تەمىنلىگەندىلا پايدىلىق بولىدىغانلىقىنى تونۇپ يەتتى. بۇ مۇمكىن بولىدىغان ئىش، شۇنداقلا مۇشۇنداق قىلىندى. بۇنىڭغا ئوخشاش بازارغا نىسبەتەن ئۆزلەشتۇرۇپ تەڭشەش ئۇسۇلى ئۆزگەرمەيدۇ.
(پومبرانز ئامېرىكا كالىفورنىيە ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى)

سىز دۇنياغا مەشھۇر ماركىغا ئىگە بولغان تەقدىردىمۇ مەدەنىيەت ئالاھىدىلىكىگە ئىگە مەھسۇلاتلارنى ھەددىدىن زىيادە ئېكسپورت قىلىشقىمىز كېرەك. مەسىلەن: يۇمۇرنى ئالايلۇق، مەن كۈلكىلىك ئىكەن دەپ قارىغان بىر قىسىم قىزىق گەپلەرنى سىز ئازراقمۇ كۈلكىلىك ئەمەس ئىكەن دەپ ھېس قىلىشىڭىز مۇمكىن.

(بېن ژوئىنخا ئالكاتېل - لۇسېنت شىركىتى باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى)

1987 - يىلى باش قىش پەسلىدە، بېيجىڭدا يېڭىدىن ئېچىلغان بىر رېستورانىنىڭ سودىسى ئالاھىدە ياخشى بولۇپ، ناھايىتى كۆپ كىشىلەر ئىككى سائەت ئۆچەرەتتە تۇرۇپ ئاران بىر ئورۇنغا ئېرىشىدۇ. 20 نەچچە يىلدىن كېيىن، جۇڭگودىكى كونتاكي رېستورانلىرى ئەمدى يەنە ھەممىنى ئىلكىگە ئېلىۋالالمايدىغان بولۇپ قالدى. جۇڭگوچە تېز تائام، جۇڭگوچە كىيىم - كېچەك، جۇڭگولۇق خىزمەتچى خادىملار خىزمەت قىلىدىغان بۇ رېستورانىنىڭ ئىشىك ئالدىدا «ئامېرىكىلىق بوۋاي» خارلاند ساندېرس داۋاملىق ئۆرە تۇرمىغاندا ئىدى، ئېھتىمال كىشىلەر ئۇنىڭ بىر ئامېرىكا شىركىتىگە تەۋە رېستوران ئىكەنلىكىنى ئۇنتۇپ كېتەي دېگەن ئىدى.

ئەلۋەتتە، ھامبۇرگ قاتلىمىسىدىكى ئۆزلەشتۈرۈش ئۆزگىرىشى پەقەت يۈزەكى ئۆزگىرىش بولۇپ، شىركەت يادروسى ۋە ئىدىيەدىكى ئۆزگىرىش

كونتاكي

كونتاكي دۇنيا بويىچە ئەڭ مەشھۇر زەنجىرسىمان تېز تاماق كارخانىسى، دۇنيا بويىچە 10000 دىن كۆپ رېستورانى بار. قاتتىق بىرلىككە كەلگەن باشقۇرۇشى، پاكىز - ئازادە غىزالىنىش مۇھىتى كونتاكىينى مىليونلىغان خېرىدارلار قەلبىدە گۈزەل تەسىر قالدۇردى. كونتاكي كىشىلەرنى ئەنئەنىۋى يېمەك - ئىچمەك داۋامىدا تۇنجى قېتىم يېمەكلىك تەمىدىن غىزالىنىش ئۇسۇلىغا قەدەر تۇيتىن ئوخشىمايدىغان تۇيغۇلارنى ھېس قىلدۇرىدۇ ھەمدە كىشىلەرنىڭ مۇلازىمەت كۆزقارىشىغا غايەت زور تەسىر ئېلىپ كېلىدۇ. كونتاكي ۋە مەشھۇر پىززاخۇت ماركىسى ئوخشاشلا يۇم برانىدس يېمەك - ئىچمەك گۇرۇھىغا تەۋە.

ھەقىقىي ئۆزگىرىش ھېسابلىنىدۇ.

يەر شارىلىشىش دەۋرىدە، باشقىلارنىڭ يۇرتىنى ئۆز يۇرتى دەپ بىلىش، دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەرنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىدىكى سىر ھېسابلىنىدۇ.

ئامېرىكا ھۆكۈمەت ساھەسىدە مۇنداق بىر سۆز مودا بولدى: بارلىق سىياسەتلەرنىڭ ھەممىسى يەرلىك سىياسەتتۇر. ئەمەلىيەتتە سىياسەت ئۇچۇنلا ئەمەس، شىركەت ئۈچۈن ئېيتقاندىمۇ ئىشنىڭ يولى ئوخشاش. مەسىلەن: سىز ئۆز ئۆيىڭىزدە خالىغانىنى قىلالايسىز، ئۆزىڭىزنى راھەت ھېس قىلىسىز، ناۋادا شىركەتلەرمۇ ھەممە يەرنى ئۆز ئۆيىۈم دەپ قارىسا ، ئۇنداقتا ئۇلار چوقۇم مۇۋەپپەقىيەت قازىنىدۇ.

(بېن ۋوئىنخا ئالكالىپت ـ لۇرېنت شىركىتى باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى)

مەھسۇلاتتىن مۇلازىمەت ۋە تەتقىق قىلىپ تەرەققىي قىلدۇرۇشقا قەدەر، يەكى مۇنداقچە ئېيتقاندا، مەددىي بۇيۇمدىن ئادەم ۋە ئىدىيەگە قەدەر جاھانىنىڭ ھەممە يېرىنى ئۆز يۇرتۇم دەپ تونۇيدىغان شىركەتلەر بارغان يېرىگە قەدەممۇ قەدەم سىڭىپ كېتىدۇ. ئۇنىڭ ھالقىغىنى يالغۇز دۆلەت چېگراسىلا ئەمەس، خالاس.

شىركەتلەرنىڭ دۇنيا ئۇچۇن ئېلىپ كېلىدىغىنى بىر خىل تاۋۇشسىز ئالماشتۇرۇش، بىر خىل ئاستا ـ ئاستا سىڭىپ كىرىش، بىر خىل نىسبەتەن ئەركىن ۋە باراۋەر شەرت ئاستىدىكى ئوخشاشمىغان مەدەنىيەتلەرنىڭ ئۆزئارا ھۆرمەت قىلىش ۋە ساقلاپ قېلىشتىن ئىبارەت.

مانا مۇشۇنداق بىر ـ بىرىنى چېكىپ كۆرۈش، بىر ـ بىرىگە كۆنۈكۈش داۋامىدا، شىركەتلەرنىڭ يەرشارىلىشىش جەريانى ئىنسانلارغا يېڭى بىر تەقدىر ـ قىسمەت ئېلىپ كەلدى.

20 ـ ئەسىرنىڭ خاتىمە مۇزىكىسى ئاخىر چېلىندى. ئىنسانلار بۇ يۇز يىل ئىچىدە ئەڭ ئېچىنىشلىق توقۇنۇشۇش ۋە ئەڭ رەھىمسىز ئايرىتىشلەرنى باشتىن كەچۈرگەندىن كېيىن ئاخىر بىر ـ بىرىگە قاراپ مېڭىپ كېلىشتى. مەيلى قانداق چىراي ئىپادىسى ئېلىپ كەلمىسۇن، دۇنيا ئاخىرقى ھېسابتا تىنچلىق ۋە تەرەققىيات پىرىنسىپى ئاستىدا ئورتاق تونۇش ھاسىل قىلدى.

4. يېڭى ئەسىردىكى پۇرسەت ۋە رىقابەتلەر

ئەسىر ئالمىشىش پەيتىدە، ناھايىتى كۆچلۈك بولغان بىر قېتىملىق كارخانا قوشۇۋېلىش بوران - چاپقۇنى پۈتۈن يەر شارىنى قاپلىدى.

بۈگۈنكى شىركىتى مكدونىل شىركىتىنى قوشۇۋالدى، ئامېرىكا ئونلائىن شىركىتى تائىم ۋارنېر شىركىتىنى سېتىۋالدى، ئىككى چوڭ نېفىت شىركىتى بىرلىشىپ چوڭ تېپتىكى دۆلەت هالقىغان شىركەت گۇرۇھى - ئېكسون - موبىلنى تەشكىللىدى، مىكروسوفت شىركىتى 45 قېتىملىق قوشۇۋېلىش ئارقىلىق ئۆزىنىڭ يۇمشاق ماتېرىيال كەسپىدىكى زومىگەرلىك ئورنىنى رويابقا چىقاردى، سىسكو شىركىتى 110 قېتىملىق قوشۇۋېلىش نەتىجىسىدە تور كەسپىدىكى باشلامچى كارخانىغا ئايلاندى.

چېگرا هالقىپ سېتىۋېلىش شامىلىمۇ باش كۆتۈرۈپ چىقتى. 1998 - يىلى، گېرمانىيەدىكى ئەڭ چوڭ سانائەت گۇرۇھى دائىملېر - بېنز گۇرۇھى ۋە ئامېرىكىدىكى ئۇچىنچى چوڭ ئاپتوموبىل شىركىتى - چىرسلېر شىركىتى بىرلەشكەنلىكىنى جاكارلىدى: 12 يىلدىن كېيىن، چىرسلېر شىركىتىنى يەنە ئىتالىيەنىڭ فىئات شىركىتى ئۆزىگە قوشۇۋالدى.

ئۆتمۈشتىكى كاتتا ئەربابلار 21 - ئەسىر ئۈچۈن ئۆز سەپلىرىنى تۈزۈش بىلەن ئالدىراش بولدى. شۇنىڭ بىلەن بىرگە، يېڭى بىر كۈچمۇ شەپە چىقارماي تېز سۈرئەت بىلەن ئۆسۈپ يېتىلمەكتە ئىدى.

كەلگۈسى 10 يىل، 20 يىل ياكى 30 يىل ئىچىدە، سىز تېخىمۇ كۆپ جۈڭگو ۋە ھىندىستان شىركەتلىرىنىڭ دەرىجىدىن تاشقىرى چوڭ تېپتىكى شىركەتلەرگە ئايلانغانلىقىنى كۆرەلەيسىز. ئۇ ۋاقىتتا، سىز بۇ بۇ دۆلەتلەردە ئوتتۇرا بۇرژۇئازىيە قاتلىمىنى ئاساس قىلغان تېرمىنال بازىرىنىڭ ئىستېمالچىلار بازىرى سۈپىتىدىكى مۇھىملىقىنى كۆرىسىز. مېنىڭچە، سودا پۈتۈن دۇنيانى تۇتاشتۇرىدۇ.

(مورژېن داۋىس ئەنگلىيە سودا مەبلەغ سېلىش مەھكىمىسى باشلىقى)

2006 - يىلىدىن باشلاپ، بوستون مەسلىھەت بېرىش شىركىتى ھەر

يىلى ئۆزلىرى «رىقابەتچىلەر ئىچىدىكى 100 كۈچلۈكلەر» دەپ ئاتايدىغان شىركەتلەرنى ئوتتۇرىغا چىقىرىپ تۇردى، بۇ شىركەتلەر ھىندىستان، بىرازىلىيە، رۇسىيە ۋە جۇڭگو قاتارلىق دۆلەتلەردىن كەلگەن بولۇپ، ئۇلارنىڭ ئوتتۇرىچە ئېشىش سۈرئىتى دۇنيادىكى 500 كۈچلۈك كارخانىلارنىڭ ئۈچ ھەسسىسىگە توغرا كېلىدۇ.

جۇڭگونىڭ جەنۇبىدا، ياش بىر رىقابەتچى كىشىلەرنىڭ دىققىتىنى ئۆزىگە ئالاھىدە تارتتى. ئۇ بولسىمۇ 1991 - يىلى قۇرۇلغان مەيرۇي شىركىتى بولۇپ، ئون يىلدىن كېيىن، ئۇ تەرەققىي قىلىپ جۇڭگودىكى ئەڭ چوڭ تېببىي ئۈسكۈنىلەر شىركىتىگە ئايلىنىپ، مەھسۇلاتلىرى 190 دىن كۆپ دۆلەت ۋە رايونلاردا سېتىلدى.

مەبلەغ ۋە ئەمەلىي كۈچ جەھەتتە سېلىشتۇرغاندا، ئۇ ھەممىباب ئېلېكتىر شىركىتى، فىلىپ، توشىبا ۋە سىمىنس قاتارلىق مەشھۇر رەقىبلىرىدىن خېلىلا ئارقىدا تۇرسىمۇ، ئەمما ئۇنىڭ ئىزچىل يېڭىلىق يارىتىش قابىلىيىتى ھەممىنى ھەيران قالدۇردى. ئۇ ئامېرىكىلىق تەتقىقاتچىلار تەرىپىدىن يوشۇرۇن تەرەققىيات كۈچىگە ئەڭ باي جۇڭگو شىركەتلىرىدىن بىرى دەپ قارالدى.

بىز ھەر يىلى سېتىش كىرىمىمىزنىڭ 10% نى شۇ يىللىق تەتقىقات - تەرەققىيات ئىشلىرىغا مەبلەغ قىلىپ سالىمىز، بۇ خەلقئارادىكى ناھايىتى كۆپ چوڭ رىقابەتچىلىرىمىزدىن يۇقىرى، ئۇلار پەقەت 7% لا مەبلەغ سالىدۇ، بەزىلىرىنىڭ ئارىن 6% ؛ ھەمدە مەملىكەت ئىچىدىكى رىقابەتچىلىرىمىزدىنمۇ خېلىلا يۇقىرى. ئەمما قولغا كەلگەن نەتىجىلەردىن قارىغاندا، بىزنىڭ ئادەتتىكى مەھسۇلات تەتقىقات تۇرىمىز ئۈچ يىل ئىچىدىلا بارلىق سالغان مەبلەغلەرنى قايتۇرۇپ كېلەلەيدۇ.

(شۇ خاڭ شېنجىن مەيرۇي بىيولوگىيەلىك داۋالاش ئېلېكترون پاي چەكلىك شىركىتى لىدېرى)

2006 - يىلى 9 - ئاينىڭ 26 - كۈنى، مەيرۇي شىركىتى ئامېرىكا نيۇيورك ئاكسىيە بازىرىدا پېيىنى بازارغا سالدى. بۇنىڭدىن ئىلگىرىكى 10 يىل ئىچىدە، «جۇڭگودا ياسالدى» دېگەن ئىبارە تەدرىجىي ھالدا پۈتۈن

دۇنيانى قاپلىغان ئىدى. ئەمما، پەقەت ئەرزان باھالىق مەھسۇلاتلارغا تايىنىپلا دۇنياغا يۈزلىنىشكە قانائەت ھاسىل قىلىدىغان بىرەرمۇ دۆلەت بولمىسا كېرەك. ئەلۋەتتە، باشقىلارنىڭ يۈرتىغا ئوڭايلا كىرەلەيدىغان بىرەر شىركەتمۇ بولمىسا كېرەك.

دۇنيا بازىرىدا، مەيلى رىقابەت ئېلان قىلغۇچى ياكى رىقابەتكە ئۇچرىغۇچى بولمىسۇن، رىقابەت قائىدىلىرى ئۇلار ئۈچۈن ئوخشاشلا شەپقەتسىز بولىدۇ.

بۇ دۇنيا باشقىلارنىڭ مەھسۇلاتىنى تەقلىد قىلىش ئارقىلىق يەرشارى خاراكتېرلىك كارخانىلارغا ئەگەشكۈچىلەرگە ئايلانغۇچى كارخانىلارغا ئەمدى يەنە موھتاج بولمايدۇ، دۇنيا يېڭىلىق يارىتىشقا ئېھتىياجلىق. مەيلى بۇنداق شىركەتلەر تەرەققىي قىلىۋاتقان دۆلەتلەر ياكى تەرەققىي تاپقان ئەللەردىن كەلگەن بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، دۇنيا باشقا رايونلارغا يېڭىلىق ياراتقۇچى مەھسۇلات ۋە مۇلازىمەت ئېلىپ كېلەلەيدىغان مانا مۇشۇنداق شىركەتلەرگە موھتاج. شۇڭا، چەت ئەلگە چىقىش ئۈچۈنلا چېگرادىن چىقماسلىق كېرەك، شىركەتنىڭ خەلقئارالىشىشقا مېڭىشىدا باشقىلار ئىستېمالچىلارغا بېرەلمەيدىغان نەرسىلەر بولۇشى لازىم.

(جون كۇئىچ ئامېرىكا خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى سودا ئىنستىتۇتى مۇئاۋىن مۇدىرى)

بۇ بىر قەھرىمانلارنىڭ قەيەردىن كەلگەنلىكى سۇرۇشتە قىلىنمايدىغان دەۋر. رىقابەت سورۇنىدا ئالدىنقى ئورۇننى ئۇزۇنغىچە ساقلاپ قېلىش ئۈچۈن پەقەت تېخنىكا، باشقۇرۇش ۋە تەشكىلىي ئەندىزە قاتارلىقلاردا يېڭىلىق يارىتىشقىلا تايىنىش كېرەك.

1988 - يىلى، جاك مىڭجىڭ ۋە ئۇنىڭ بۇرادەرلىرى 5000 دوللار بىلەن ئامېرىكا لوس - ئانجىلىس شەھىرىدە «يۇزلىنىش» پەن - تېخنىكا شىركىتىنى قۇرۇپ، كومپيۇتېر ۋىرۇسىنى ئۆلتۈرۈش يۇمشاق ماتېرىيالى سېتىش بىلەن تىجارەت باشلاپ، تور ۋىرۇسىدىن مۇداپىئە كۆرۈش ساھەسىدە تەدرىجىي ھالدا دۇنيا بويىچە بىرىنچى ئورۇنغا ئۆتىدۇ. كىشىلەرنىڭ قىزىقىدىغىنى بولسا بۇنىڭ «ئانا دۆلىتى يوق شىركەت» ئىكەنلىكىدە ئىدى.

سىز ئىرق بويىچە ئايرىماقچى بولسىڭىز، مەن سىزگە مەن جۇڭگو شىركىتى دەپ جاۋاب بېرىمەن. ئاۋادا سىز مالىيەنى سورىسىڭىز، مەن يابونىيە شىركىتى دەپ جاۋاب بېرىمەن. مۇبادا سىز ئادرىسىنى سورىسىڭىز، مەن ئامېرىكا شىركىتى دەپ جاۋاب بېرىمەن.
(جاك ۋېيچىن يۈزلىنىش پەن - تېخنىكا شىركىتى يەرشارى مۇئاۋىن لىدېرى)

چېگرا ھالقىپ ۋىرۇسلارغا تاقابىل تۇرۇش ئۈچۈن، چېگرا ھالقىغان شىركەتلەر بارلىققا كەلدى. يەر شارىلىشىش دەۋرىنىڭ مەھسۇلاتى سۈپىتىدە، «يۈزلىنىش» پەن - تېخنىكا شىركىتى كەلگۈسى شىركەتلەرنى يېڭى بىر يۈزلىنىش بىلەن تەمىنلىدى.

بىزنىڭ باشقىلارغا ئەڭ ئوخشىمايدىغان يېرىمىز شۈكى، بىز دۇنيادىكى ئەڭ مۇنەۋۋەر كىشىلەرنى ئىشلىتىپ ئەڭ ياخشى ئەقىل - پاراسەت يارىتىۋق.
(جاك ۋېيچىن يۈزلىنىش پەن - تېخنىكا شىركىتى يەر شارى مۇئاۋىن لىدېرى)

ئىرپلاندىيەنىڭ يەرلىك ئۇسسۇلى بولغان «دەريا ئۇسسۇلى» پۈتۈن دۇنيانى بىر ئالدى، ئۇنى ئورۇندىغۇچىلار 10 غا يېقىن دۆلەتتىن كەلگەن بولۇپ، ئۇلار ئۆزئارا ياخشى ماسلىشىش ئارقىلىق ئۇسسۇلنى ۋايىغا يەتكۈزۈپ ئورۇندىدى.
بۈگۈنكى دۇنيامۇ دول مۇشۇنىڭغا ئوخشاش ئىقتىسادىي پائالىيەتلەر سەھنىسى ھېسابلىنىدۇ، كۆپچىلىك ھەممىسى سەھنىگە چىقىپ مەلۇم بىر رولنى ئوينىسا بولىدۇ، گەرچە سەھنە سۆزى ۋە ھەتتا سەھنە كۆرۈنۈشلىرى ئوخشىمىسىمۇ ، ئەمما رولنى ھېچكىم يالغۇز ئورۇندىيالمايدۇ.
يېڭى سودا تېياتىرلىرى كەينى - كەينىدىن ئەسەبىيلەرچە ئورۇندالماقتا. ھالبۇكى، سەھنە ئاستىدا ياڭرىغىنى ئالقىش سادالىرىلا ئەمەس ئىدى. 1999 - يىلى 11 - ئاينىڭ 30 - كۈنى، ئىشچىلار

ئۇيۇشمىسى ئەزالىرى، دىنىي زاتلار، مۇھىت ئاسرىغۇچى ۋە يەرلىك خەلقلەردىن بولۇپ ئالاھەزەل 50 مىڭغا يېقىن ئادەم سېئاتلې كوچىلىرىغا چىقىپ يەر شارىلىشىش ۋە دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەرگە قارشى نامايىش قىلىپ، ئاخىرقى ھېسابتا دۇنيا سودا تەشكىلاتىنى ئېچىلمۇاتقان يىغىنىنى توختىتىشقا مەجبۇر قىلدى.

تاكى بۈگۈنگە قەدەر، قارشى سادالار باشتىن - ئاخىر يوقالغىنى يوق. كىشىلەر ئوخشىمايدىغان مەيدانىدا تۇرۇپ، ئوخشىمايدىغان قاتلامدىكى ئەندىشىلىرىنى ئىپادىلەشمەكتە.

دۆلەت ھالقىغان شىركەتلەر بىلەن ئانا دۆلەت ئوتتۇرىسىدا تېخنىكا ئالماشتۇرۇش، ئىشقا ئورۇنلىشىش تۆۋەنلەپ كېتىش قاتارلىق زىددىيەتلەر مەۋجۇت.

(ران ئېخۇي لورىنز فىرانسىيە ئىقتىسادشۇناسلار جەمئىيىتى رەئىسى)

شىركەتلىرىمىز بارغانسېرى قۇدرەت تاپتى، مەلۇم جەھەتتىن ئېيتقاندا، ھۆكۈمەتتىنمۇ قۇدرەتلىك بولدى، بۇ بەلكىم بىر خەتەرلىك ھادىسە بولۇشى مۇمكىن.

(ئېلا جېكسون ئامېرىكا كلىرمونت ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

بىز ھازىر ئاللىقاچان يەر شارىلاشقان بازارغا ئىگە بولدۇق، ئەمما بىز تېخىچە يەر شارىلاشقان تەڭشەپ - كونترول قىلىش تۈزۈمىگە ئىگە بولالمىدۇق.

(بېرنارد رامانانسوۋا فىرانسىيە پارىژ ئالىي سودا ئىنستىتۇتى مۇدىرى)

يەر شارىلىشىش زىمىنىنى ئېچىۋېتىشتىن دېرەك بەرسىمۇ، لېكىن ئەمەلىيەتتە باي - كەمبەغەللىك پەرقىنى چوڭايتىۋەتتى.

(ئىماننۇر خولىستان ئامېرىكا يېلى ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى)

مېنىڭچە دۇنيا تامامەن ئوخشىشىپ كەتمەيدۇ، تامامەن ئوخشىشىپ

تۇرمۇشىغا ئۈيغۇن كېلىدىغان قىممەت ياراتقاندىلا كەلگۈسىنى قولغا كەلتۈرگىلى بولىدۇ.

زىددىيەت، پۇرسەت، ھەمكارلىق، ئىختىلاپ قاتارلىق مۇرەككەپ مۇھىت ئىچىدە تۇرغان شىركەتلەرنىڭ ئاخىرقى ھېسابتا قەيەرگە بارىدىغانلىقىغا ھېچكىممۇ كېسىپ بىر نېمە دېيەلمەيدۇ. ۋاھالەنكى تارىخنىڭ ئارقىغا قايتمايدىغانلىقى ھەممىمىزگە مەلۇم.

بايلىق، ھوقۇق، پەن - تېخنىكا، مەدەنىيەت قاتارلىقلارنىڭ ئورتاق كۈچ كۆرسىتىشى ئارقىسىدا شىركەتلەرنىڭ يەنە قانچىلىك يوشۇرۇن ئىقتىدارلىرىنى ئۇرغۇتقىلى بولىدىغانلىقى ئۈستىدە ھېچكىم قىياس قىلالمايدۇ. بىز پەقەت كەلگۈسىنىڭ تەسەۋۋۇرىمىزدىن ھالقىپ چۈشىدىغانلىقىنىلا بىلىمىز خالاس.

CCTV نىڭ يەككە زىيارىتى

بېرنارد رامانانسوۋا (پارىژ ئالىي سودا ئىنستىتۇتى مۇدىرى)
خېرمان سمون (گېرمانىيە باشقۇرۇش ئالىمى)

مۇخبىر: دۆلەت هالقىغان شىركەتلەرنىڭ كىرىشى يەرلىك ئىقتىسادنىڭ تەرەققىياتىنى چۈشەپ قويامدۇ - يوق؟

بېرنارد رامانانسوۋا: دۆلەت هالقىغان شىركەتلەر ھەرقانداق بىر دۆلەتكە كىرسە رىقابەتكە ئالاقىدار قائىدىلەرنىڭ ئۆزگىرىشىنى ئېلىپ كېلىدۇ، ئۇلار ئەلۋەتتە يەرلىكنىڭ ئىقتىسادىي قۇرۇلمىسىنى تەلتۆكۈس ئۆزگەرتىدۇ. يەرلىكنىڭ ئىقتىسادىي قۇرۇلمىسىنى تەلتۆكۈس ئۆزگەرتىش بىلەن بىرگە، ئەلۋەتتە رەت قىلىشقىمۇ دۇچ كېلىدۇ. ناھايىتى روشەنكى، ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشىدىن كېيىن، ياۋروپادا رەت قىلىش ئەھۋاللىرى يۈز بەردى، چۈنكى ئامېرىكا دۆلەت هالقىغان شىركەتلىرىنىڭ كىرىشى ياۋروپا ئەللىرى بازارلىرىنىڭ رىقابەتلىشىش ئەھۋاللىرىنى ئۆزگەرتىۋەتكەن ئىدى. بۇ مەسىلىگە قارىتا باسقۇچقا بۆلۈپ تەھلىل قىلىشقا تۇغرا كېلىدۇ: قىسقا مۇددەت ئىچىدە ئەلۋەتتە رەت قىلىش خاھىشلىرىنى قوزغايدۇ؛ ئۇتتۇرا ۋە ئۇزاق مەزگىلدە بولسا، دۆلەت هالقىغان شىركەتلەر بىر بولسا بازارنىڭ تەلتۆكۈس چۆرۈپ تاشلىشىغا ئۇچرايدۇ، بىر بولسا ئۆزى تۇرۇشلۇق دۆلەتنىڭ ئىقتىساد ۋە جەمئىيىتىگە سىڭىپ كېتىدۇ. دىققەت قىلىشقا ئەرزىيدىغىنى، بارلىق شەكىلدىكى سودا قورۇقچىلىقىدىن ساقلىنىش كېرەك، چۈنكى ئۇ دۇنيا ئىقتىسادى ئۈچۈن ئەڭ چوڭ تەھدىت. سودا قورۇقچىلىقى ئىقسادىي جەھەتتىلا تەھدىت بولۇپ قالماي، بەلكى ئوتتۇرا ۋە ئۇزاق مەزگىلدىن قارىغاندا، دۇنيا تىنچلىقى ئۈچۈنمۇ بىر تەھدىت ھېسابلىنىدۇ.

مۇخبىر: بازارلىرى يېڭىدىن گۈللەنگەن دۆلەتلەرنىڭ شىركەتلىرى

چېگرا ھالقىپ تىجارەت قىلغانداۋ قايسى چەكلىمىلىك ئامىللارنىڭ تەسىرىگە ئۇچرايدۇ؟

بېرنارد رامانانسوۋا: بىز بىر يىل بۇرۇن (ياكى ئىككى يىل بۇرۇن) باشتىن كەچۈرگەن ئىقتىسادىي كىرىزىس ناھايىتى تېزلا دۇنيا ئىقتىسادىي ئەندىزىسىدە ئۆزگىرىش ياسىدى. يەنى دېمەككى، ئاساسلىق سانائەتلەشكەن دۆلەتلەر ئىقتىسادىي كىرىزىستىن قۇتۇلۇپ چىققاندىن كېيىن ئەمدى يەنە قۇدرەتلىك بولالمىاي قېلىشى مۇمكىن، بىرقانچە يىللاردىن كېيىن، بۈگۈنكى بازارلىرى يېڭىدىن گۈللىنىۋاتقان دۆلەتلەر (بولۇپمۇ بۇلارنىڭ ئىچىدىكى بىرقانچە دۆلەت) ئىقتىسادىي جەھەتتە تېخىمۇ كۈچىيىشى مۇمكىن. مۇنداقچە ئېيتقاندا، بىز ئىقتىسادىي كىرىزىستىن كېيىن ئىقتىسادىي كۈچلەرنىڭ قايتىدىن تەقسىم قىلىنىشقا ئېرىشكەنلىكىنى كۆرۈۋاتىمىز. بىز ھەتتا كىرىزىسنىڭ ئۆزى بۇ خىل ئىقتىسادىي كۈچلەرنى قايتا تەقسىم قىلىنغانلىقىنىڭ نامايەندىسى دەپ قارىساقمۇ بولىدۇ، ئەلۋەتتە بۇمۇ ئۆزئارا تەسىر كۆرسىتىدۇ، يەنى قايتىدىن تەقسىم قىلىش كىرىزىسنى كەلتۈرۈپ چىقاردى، كىرىزىس يەنە قايتىدىن تەقسىم قىلىشنى ۋۇجۇدقا كەلتۈردى.

دۆلەت چېگراسىدىن سىرتقا چىقىشتەك بۇنداق ئۇرۇنۇشلار «ناھايىتى ئاسانلا» ئەمەلگە ئاشمايدۇ. ناھايىتى روشەنكى، يېڭى قاتناشقۇچىلار مەيلى قانداقلا دۆلەتكە كىرمىسۇن چوقۇم ئىقتىسادىي ئەندىزىلەرنى تەلتۆكۈس ئۆگەرتىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ، پەقەت ماسلىشىشى تېخىمۇ تېز، تېخىمۇ ياخشى بولغان ئاشۇ شىركەتلەرلا مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايدۇ؛ ئۇلار ئۆزى تۇرۇشلۇق دۆلەتنىڭ قانۇن، جەمئىيەت، ئەخلاق قاتارلىق ھەر جەھەتلىرىگە ماسلىشىشقا موھتاج بولىدۇ. شۇڭا، بارلىق بازارلىرى يېڭىدىن گۈللىنىۋاتقان ئەللەرنىڭ شىركەتلىرىنىڭ ھەممىسىلا يېڭى خەلقئارالىق بازارلارغا مۇۋەپپەقىيەتلىك كىرىۋەرمەيدۇ، پەقەت ئەڭ مۇنەۋۋەر بولغان، ساھىبخان دۆلەتنىڭ ئارقا كۆرۈنۇشلۇك ئالاھىدىلىكىگە ماسلىشالىغان ئاشۇ شىركەتلەرلا مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا دۆلەت ھالقىپ تىجارەت قىلالايدۇ.

مۇخبىر: نۆۋەتتە، بىر شىركەت خەلقئارالىق تىجارەت ئېلىپ بېرىشتا يېڭىشكە تېگىشلىك ئەڭ چوڭ رىقابەت نېمە؟

خېرمان سىمون: ئۆزۈمنىڭ شەخسىي تەجرىبەمدىن ئېلىپ ئېيتسام،

ئەڭ چوڭ رىقابەت بولسا ئۆزلەشتۈرۈش، يەنى خەلقئارالاشقان كادىر باشقۇرۇش ياكى خەلقئارالىق رەھبەرلىك قىلىش كۈچىنىڭ تەرەققىي قىلىشى، بولۇپمۇ خەلقئارالىشىش داۋامىدا شىركەت مەدەنىيىتى بەرپا قىلىش كېرەك. بىر شىركەتنىڭ چوقۇم ئۆزىگە خاس مەدەنىيىتى ۋە ئۆزىنىڭ تارىخى بولىدۇ. ھالبۇكى بۇلارنىڭ ئىچىدە بولسا، مەھسۇلات سۈپىتى، مەھسۇلات يېڭىلاش، تېخنىكا ئىقتىدارى ياكى خېرىدارلار توپى ئەڭ مۇھىم ئورۇندا تۇرىدۇ. مۇبادا بىر شىركەت يەر شارىلاشسا، ئۇنداقتا ئۇ بۇ قىممەت قاراشلىرىنى چەت ئەلدىكى خادىملىرىغا تەلتۆكۈس سىڭدۈرۈشى كېرەك، بۇنداق بولغاندا ئۇ ھەرقايسى دۆلەتلەرنىڭ ئوخشىمايدىغان مەدەنىيەتلىرىگە دۇچ كېلىدۇ. ئۆزۈمنىڭ شەخسىي تەجرىبەمدىن ئېيتسام، مېنىڭ ئۆزۈمنىڭ Simon ـ Kucher مەسلىھەت بېرىش شىركىتىمدە، بىز بىرلا ۋاقىتتا 19 دۆلەتتە ۋاكالەتچىلىك ئورنى تەسىس قىلدۇق. بۇ شەك ـ شۇبھىسىز رىقابەت، بىز چەت ئەللەردىكى بۇ ئىشخانىلارغا رەھبەرلىك قىلىدىغان كۈچلەرنى تەرەققىي قىلدۇرۇشقا موھتاج، ئامېرىكىدا بىز ئامېرىكىلىقلارغا موھتاج، جۇڭگودا جۇڭگولۇقلارغا موھتاج، ياپونىيەدە ياپونىيەلىكلەرگە موھتاج بولىمىز.

ئىلھامنامە

«يەر شارىلىشىش» دېگەن نېمە؟

بەزىلەر بىر قېتىملىق ئاپتوموبىل ھادىسىسى ئارقىلىق يەر شارىلىشىشنىڭ مەنىسىنى چۈشەندۈردى.

ئەنگلىيە خانىشى ۋە ئۇنىڭ مىسىرلىق ئەر دوستى فىرانسىيەدىكى بىر تونىلدا باشقا ئاپتوموبىلغا ئۇرۇلۇپ كېتىشتەك قاتناش ھادىسىسىگە دۇچار بولىدۇ. سوقۇلۇپ كەتكەن ئاپتوموبىل بولسا گوللاندىيەلىك ئىنژېنېر لايىھەلىگەن گېرمانىيەدە ياسالغان ئاپتوموبىل بولۇپ، ئاپتوموبىل شوپۇرى بېلگىيەلىك ئىدى، ھادىسىنىڭ سەۋەبى بولسا ئۇ شوتلاندىيەدە ئىشلەنگەن ھاراقنى ئىچكەنلىكىدىن بولغان ئىدى. ئاپتوموبىل ھادىسىسىنىڭ پۈتكۈل جەريانى ئىتالىيەلىك ئەركىن ئوپېراتور تەرىپىدىن ئىز قوغلاپ سۈرەتكە ئېلىنغان، مەركۇز ئوپېراتور ئەينى ۋاقىتتا ياپونىيەدە ئىشلەنگەن

موتوسىكلىت مىنىۋالغان ئىكەن. كېيىن ياردارلارنى بىر ئامبرىكىلىق دوختۇر بىرازلىمىدە ئىشلەپچىقىرىلغان دورىلارنى ئىشلىتىپ جىددىي قۇتقازغان. بىر جۈڭگولۇق بىل گايتىسىنىڭ مەھسۇلاتىنى ئىشلىتىپ بۇ خەۋەرنى سىزگە ئېيتىپ بەردى، بۇ ۋاقىتتا سىز دەل ھىندونېزىيەدە ئىشلەنگەن IBM ماركىلىق كومپيۇتېر بىلەن بۇ خەۋەرنى ئوقۇدىڭىز.

ناۋادا يۇقىرىقى ھېكايىدە سۆزلەنگىنى پاراللېل ھالەتتىكى يەر شارىلىشىش دېسەك، ئۇنداقتا، تۆۋەندىكى ھېكايە يەر شارىلىشىشنى سىزگە جانلىق ھالدا تىك يۆنىلىش بويىچە سۆزلەپ بېرىدۇ.

2008 - يىلى 9 - ئاينىڭ 15 - كۈنى، دۇنيادىكى بەش چوڭ مەبلەغ سېلىش بانكىسىنىڭ بىرى بولغان لېخمان قېرىنداشلار شىركىتى ئېغىر مالىيە كىرىزىسىگە پېتىپ قالىدۇ، ھەمدە ۋەيران بولۇش سەۋەبىدىن قوغدىنىشنى ئىلتىماس قىلغانلىقىنى جاكارلىدى: ياۋروپا مەركىزىي بانكىسى شۇ كۈنى سودا بانكا سىستېمىسىغا 30 مىليارد ياۋرو مەبلەغ سالىدىغانلىقىنى جاكارلىدى: 10 - ئاينىڭ 8 - كۈنى، يەر شارىدىكى ھەرقايسى چوڭ دۆلەتلەرنىڭ مەركىزىي بانكىلىرى بىرلا ۋاقىتتا ھەربىرىكە كېلىشىپ، بانكا ئۆسۈمىنى 50 پوئىنت تۆۋەنلىتىشتى: 10 - ئاينىڭ 9 - كۈنى، كورىيە، ياپونىيە ۋە ھىندونېزىيە قاتارلىق ئالاقىدار ھۆكۈمەت دائىرىلىرى پۇل سىياسەتلىرىنى بوشاشتۇرۇپ، بانكىلارغا مەبلەغ سېلىشتى: 10 - ئاينىڭ 24 - كۈنى، ئەنگلىيە ھۆكۈمىتى سانلىق مەلۇماتلارنى ئېلان قىلىپ، ئەنگلىيە دۆلەت ئىچى ئىشلەپچىقىرىش ئومۇمىي مىقدارىنىڭ 1992 - يىلىدىن بۇيان تۇنجى قېتىم تۆۋەنلىگەنلىكىنى جاكارلىدى: 10 - ئاينىڭ 25 - كۈنى، گېرمانىيە دائىملىق ئاپتوموبىل شىركىتى ئۆز ئاپتوموبىللىرىنىڭ سېتىلىش مىقدارىنىڭ يېقىنقى بىرقانچە ھەپتە ئىچىدە «روشەن تۆۋەنلەپ» كەتكەنلىكى سەۋەبىدىن، 12 - ئاينىڭ11 - كۈنىدىن ئېتىبارەن ئىشلەپچىقىرىشنى بىر ئاي توختىتىشنى پىلانلىدى: 11 - ئاينىڭ باشلىرىدا، جۇڭگونىڭ «جۇجياڭ دەرياسى ئۆچ بۇرجەك رايونى» نى كارخانىلارنىڭ كەڭ دائىرىلىك ۋەيران بولۇشىدەك كۆلەڭگە قاپلىدى، گوۋۇيۈەن دەرھال ئىچكى ئېھتىياجنى كېڭەيتىش جەھەتتىكى ئۆچ تۈرلۈك تەدبىرنى ئوتتۇرىغا چىقىرىپ، 4 تىرىليونلۇق مەبلەغ سېلىش پىلانىنى

بېكىتىپ چىقتى...

15 - ئەسىرنىڭ ئوتتۇرىلىرىدىكى جۇغراپىيەلىك چوڭ بايقاشتىن كېيىن، ئىنسانلار تۇنجى قېتىملىق يەر شارىلىشىنى باشتىن كەچۈردى. 20 - ئەسىرنىڭ 90 - يىللىرىدىن ئېتىبارەن ، سوغۇق ئۇرۇش ئىستىھكاملىرىنىڭ بۇزۇپ تاشلىنىشى، يېڭى تېخنىكا ئىنقىلابىنىڭ پارتلىشى، شۇنداقلا WTO نىڭ ھەرىكەتكە كېلىشى، تاۋار ھەمدە تۇرلۇك ئىشلەپچىقىرىش ئامىللىرىنى يەرشارى مىقياسىدا ئېقىپ يۈرۈش ۋە تەقسىملەشكە ئىگە قىلىپ، تارىختا مىسلى كۆرۈلمىگەن دۇنياۋى بازار شەكىللەندۈردى.

يەر شارىلىشىش ئېلىپ كەلگەن غايەت زور پايدىدىن بەھرىمەن بولۇش بىلەن بىر ۋاقىتتا، كىشىلەر ئەندىشە قىلىشقىمۇ باشلىدى: يەنى، يەر شارىلىشىش بىلەن - كەمبەغەللىك پەرقىنى چوڭايتامدۇ - يوق؟ يەرشارىلاشقان بازارنى كىم تەڭشەپ كونترول قىلىدۇ؟ يەر شارىلىشىش مەدەنىيىتىنىڭ كۆپ مەنبەلىشىگە زىيان يەتكۈزەمدۇ - يوق؟ يەر شارىدىكى بايلىقلارنى ئاز ساندىكى چوڭ شىركەتلەر كونترول قىلۋالامدۇ - يوق؟ غايەت زور تىپتىكى شىركەتلەر چەكلەپ تۇرغىلى بولمايدىغان ھوقۇق شەكىللەندۈرەمدۇ - يوق؟ يەر شارىلىشىش دۇنيا ئىقتىسادىنىڭ تۇراقسىزلىقىنى ئېغىرلاشتۇرۇۋېتەمدۇ - يوق؟

يەر شارىلىشىشنىڭ باش رولچىسى كىم؟

شىركەتلەر دۇنياغا كەلگەندىن باشلاپلا، توسالغۇلارنى سۈپۈرۈپ تاشلاپ، دۆلەت چېگرالىرىدىن ھالقىشتەك ئۇزۇن سەپەرلىرىنى باشلىغان ئىدى. بۈگۈنكى كۈندە، يەر شارىلىشىشتەك بۇ بىپايان سەھنىدە، سانسىزلىغان مۇنەۋۋەر ئۇسسۇلچىلار جانلىنىپ كەتكەن بولۇپ، مىكروسوفت، ھەممىباب ئېلېكتىر شىركىتى، سىسكو قاتارلىق چېگرا ھالقىغان شىركەتلەر دەل يەر شارىلىشىشتىن ئىبارەت بۇ چوڭ كونسېرتنىڭ باش رولچىلىرىدۇر. سودا ساھەسىدىكى بۇ ماگناتلار قوللىرىدا غايەت زور سودا مەبلىغى، شۇنداقلا ئىلغار باشقۇرۇش ھەم تېخنىكىلارنى تۇتقان ھالدا، يەر شارى بايلىقلىرىنى ئورۇنلاشتۇرۇپ، يەر شارى توري بەرپا قىلىشتى ھەمدە مۇشۇنىڭغا ئاساسەن كارخانىلاردا يەر شارى خاراكتېرلىك ئىچكى ئىش تەقسىماتىنى قانات

يايدۇرۇشتى، يەنى، تەتقىق قىلىپ ياساشنى بىر دۆلەتتە ئېلىپ بارسا، خام ماتېرىياللارنى باشقا بىر دۆلەتتىن سېتىۋېلىشتى، ئىشلەپچىقىرىش سېخلىرىنى ئۇچىنچى بىر دۆلەتكە ئورۇنلاشتۇرسا، مۇلازىمەت مەركىزىنى تۆتىنچى بىر دۆلەتكە تەسىس قىلىشتى، ئارقىدىن مەھسۇلاتلىرىنى پۈتۈن دۇنياغا سېتىشتى. يەر شارى ئىقتىسادىي جېڭرا ھالقىغان شىركەتلەرنىڭ تەپسىلىي ھەم مۇكەممەل بولغان ئىش تەقسىماتى جەريانىدا ئۇن - تىنسىز بىرلىشىشكە قاراپ يۈزلەندى. شۇبھىسىزكى، دەل ئاشۇ چېڭرا ھالقىغان شىركەتلەر يەر شارلىشىشقا تۇرتكە بولغان ئەڭ چوڭ كۈچ بولۇپ، يەر شارلىشىشتەك چوڭ ۋەزىيەتنى ئوتتۇرىغا چىقارغۇچىلاردۇر. چېڭرا ھالقىغان شىركەتلەردىن يەر شارى شىركەتلىرىگىچە، تالان - تاراج قىلىش، توقۇنۇشتىن ئورتاق بەھرىمەن بولۇش ۋە ھەمكارلىشىشقىچە بولغان جەريانلاردا شىركەتلەر دۇنيانى تۆتاشتۇرۇپ بىريەرگە ئەكەلدى.

يەر شارلىشىشنىڭ چوڭقۇرلىشىشى چېڭرا ھالقىغان شىركەتلەرنىڭ توختىماي يېڭىلىق يارىتىشىنى ئېلىپ كەلدى. ئەڭ مۇشكۇل ئەھۋالغا چۈشۈپ قالغان IBM شىركىتىنى يەر شارلىشىش تەمىنلىگەن بۇ يېڭى سەھىدىن تولۇق پايدىلىنىپ، تىجارەت مۇھىم نۇقتىسىنى ياساش كەسپىدىن مۇلازىمەت قىلىشقا ئۆزگەرتىپ، «كېيىن چىققان مۇڭگۇز» گە ئايلاندى؛ نوكىئا ئىلغار تېخنىكىغا تايىنىپ، ئۆزىنىڭ يەر شارى بازىرىنى ئورۇنلاشتۇرۇپ، قايتىدىن دۇنياغا يۈزلەندى؛ دېل شىركىتى فېدىراتسىيە تېز يوللانما شىركىتى بىلەن ھەمكارلىشىپ ئېلىپ بارغان زاكاز تالونى شەكلىدىكى تەقسىملەپ - يەتكۈزۈش كەسپى، پۈتۈنلەي يېڭىچە بولغان مەھسۇلاتلار ئىسكىلاتتا بېسىلىپ قالمايدىغان سودا ئەندىزىسى ئىجاد قىلدى.

يەر شارلىشىشنىڭ چوڭقۇرلىشىشى چېڭرا ھالقىغان شىركەتلەرنىڭ مىسلى كۆرۈلمىگەن قوشۇۋېلىش دولقۇنىنى ئېلىپ كەلدى. بوئىڭ شىركىتى مكدونىل شىركىتىنى قوشۇۋالدى، ئامېرىكان ئونلائىن شىركىتى تائىم ۋارنېر شىركىتىنى سېتىۋالدى، دائىملېر - بېنز بىلەن چىرىسلېر شىركىتى بىرلەشكەنلىكىنى جاكارلىدى. يالماپ پۈتۈش شەكلىدىكى ئۆسۈپ يېتىلىش چېڭرا ھالقىغان شىركەتلەرنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىدىكى ئۆتكۈر قورال بولۇپ قالدى. تەرەققىي

قىلىۋاتقان ئەللەردىن كەلگەن ربقابەتچىلەر، كېيىن تەرەققىي قىلىش ئەۋزەللىكىدىن پايدىلىنىپ، چېگرا ھالقىغان ماگناتلار بىلەن بىر تۈتۈشۈپ باقماقچى بولۇشتى. خۇاۋېي، تېڭشۈن، بىيادى، ئەلى بابا، جىلى، مەيرۇي قاتارلىق كېيىن باش كۆتۈرۈپ چىققان جۇڭگو شىركەتلىرى سىجىل يېڭىلىق يارىتىش ئىقتىدارىغا تايىنىپ ئۆز كەسىپىدىكى چېگرا ھالقىغان ماگناتلارنى قاتتىق بىئارام قىلىشتى.

جۇڭگونىڭ ئىسلاھات - ئېچىۋېتىشى دەل يەر شارىلاشتۇرۇش مۇساپىسىنىڭ سۈرئىتىنى تېزلىتىش باسقۇچىدا تۇرماقتا. بىرقەدەر مۇكەممەل بولغان ئاساسىي يۇرۇشلۇق ئەسلىھەلەر، تۆۋەن ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخى ۋە پىشىپ يېتىلگەن كەسىپ گۇرۇھى ئەۋزەللىكىگە تايىنىپ، جۇڭگو بىراقلا «دۇنيا زاۋۇتى»غا ئايلاندى. بۇگۈنكى كۈندە، جۇڭگونىڭ تېخنىكا ئۇلگىلىك كارخانىلىرى «سىرتقا چىقىش»قا تەشنا بولۇپ، بايلىق تۇرى، دېڭىز تىرانسپورت تۇرى ۋە پۇل مۇئامىلە تۇرىدىكى چوڭ تىپتىكى دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلار چەت ئەللەرگە كېڭىيىشتىكى ئاۋانگارت قىسىم ھېسابلىنىدۇ، ئۇلار يىراقلارغا قىلغان سەپەرلىرىدە ئۇزۇكسىز يېڭى بايلىقلارنى قولغا كەلتۈرۈپ، دۆلەت ئىچىدىكى ئىقتىسادقا يۆلەنچۈك بولۇشماقتا.

«يەرشارىلاشتۇرۇش»مۇ ياكى «ئۆزلەشتۇرۇش» مۇ؟

يەر شارىلىشىشقا يۈزلەنگەن چېگرا ھالقىغان شىركەتلەر ھۆرمەت قىلىش ۋە كەمتەرلىك قىلىشنى ئۆگەندى. چېگرا ھالقىغان شىركەتلەر مەيلى قەيەرگىلا بارمىسۇن، پەقەت ئىنسانلار غايىلىك تۇرمۇشىغا تېخنىكا ئۇيغۇن كېلىدىغان قىممەت يارىتالىغاندا، ئىنسانلارغا تېخنىكا كۆپ بەخت - سائادەت ئېلىپ كېلەلىگەندىلا ئاندىن كەلگۈسىنى ئۈتالايدۇ. بۇ كەسكىن ربقابەت دەۋرىدە، ھېچقانداق بىر دۆلەت پەقەت ئەرزان باھالىق مەھسۇلاتلارغا تايىنىپلا دۇنياغا يۈزلىنىش بىلەن قانائەت ھاسىل قىلمايدۇ، ھېچقانداق بىر شىركەتمۇ باشقىلارنىڭ يۇرتىغا ئوڭايلىقچە كىرەلمەيدۇ.

يەر شارىلىشىشنىڭ چوڭقۇرلىشىشى چېگرا ھالقىغان شىركەتلەرنىڭ «يەر سۈيىگە كۆنەلمەسلىكى»دەك قىيىن بىر مەسىلىنى كەلتۈرۈپ چىقاردى. قاچانلاردۇر، «ئۆلچەملەشتۇرۇش» ئىزچىل ھالدا چېگرا ھالقىغان

شىركەتلەرنىڭ كېڭەيمىچىلىك قىلىشىدىكى كۇزۇر بولۇپ قالغان بولۇپ، مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرىش، تىجارەت قىلىش، ھەتتا باھامۇ يۇكسەك دەرىجىدە بىرلىككە كەلتۈرۈلگەن ئىدى. ھالبۇكى، يەر شارلىشىشنىڭ چوڭقۇرلىشىشى، ھەرقايسى ساھىبخان ئەللەر قانۇن - قائىدىلىرى، ھۆكۈمەت باشقۇرۇش تۈزۈملىرى قاتارلىقلاردىكى غايەت زور پەرقلەر ئوتتۇرىسىدا ناھايىتى چوڭ توقۇنۇش كەلتۈرۈپ چىقاردى. «بىرلىككە كەلتۈرۈش»مۇ ياكى «ئۆزلەشتۈرۈش»مۇ؟ چېگرا ھالقىغان شىركەتلەر چوقۇم ئېھتىياتچانلىق بىلەن بۇ ئىككىسىنى ماسلاشتۇرۇشى لازىم. ئامېرىكا كوكاكولا شىركىتى ھىندىستاندا رېتسېپ كىرىزىسىغا دۇچ كەلگەندىن كېيىن ۋەزىيەتكە جانلىق ماسلاشتى؛ ياپونىيە سونى شىركىتى ئامېرىكا كولومبىيە كىنو شىركىتىنى سېتىۋالغاندىن كېيىن، زور مىقداردا ئىشلەپچىقىرىلغان كىنولار يەنىلا روشەن ئامېرىكا مەدەنىيەت ئالاھىدىلىكىگە ئىگە كىنولار بولدى؛ جۇڭگودا تىجارەت قىلىۋاتقان كونتاكىي رېستورانلىرى ئەمدى يەنە ھامبۇرۇگ قاتلىمىسىنى ئاساس قىلىۋەرمەي، يېمەكلىكلەرگە جۇڭگو يېمەكلىك تەملىرىنىڭ ئېلمېنتلىرىنى كۆپەيتىش ئارقىلىق خېرىدارلارغا تېخىمۇ كۆپ يەرلىك تائاملارنىڭ لەززىتىنى ئاتا قىلدى.

يەر شارلىشىش دولقۇنى جۇڭگو كارخانىلىرىغىمۇ يېڭى بىر سىناق ئېلىپ كەلدى. پېرېۋوتنىڭ ئۆرلىشى، تېخنىكىلىق ئۆلچەم، مۇھىت ئۆلچىمى قورغىنى، كارخانىلارنىڭ ۋەيران بولۇش دولقۇنى، دېھقان ئىشچىلارنىڭ ئىشسىز قېلىش دولقۇنى، تۆكمە قىلىپ سېتىشقا قارشى تۇرۇش تەكشۈرۈشى، چەت ئەللەردە كارخانىلارنى سېتىۋېلىپ زىيان تارتىش... مۇشۇنىڭغا ئوخشاش بىر قاتار ۋەقەلەر نېرۋىمىزنى غىدىقلىماقتا، ئىشكنى تاقاپ قوغدىنىمىزمۇ ياكى ئىشكنى چوڭ ئېچىپ رىقابەتكە چۈشىمىزمۇ؟ يەر شارلىشىش جۇڭگو شىركەتلىرىگە نىسبەتەن تېخىمۇ كۆپ پۇرسەتلەردىن دېرەك بېرىش بىلەن بىرگە يەنە تېخىمۇ كۆپ خېيىم - خەتەرلەردىنمۇ دېرەك بېرىدۇ.

قوشۇمچە:

شىركەت تەرەققىياتىدىكى چوڭ ئىشلار خاتىرىسى

بىرىنچى باسقۇچ (مىلادىيەدىن ئىلگىرىكى 3000 ـ يىلىدىن مىلادىيە 1500 ـ يىللارغىچە)

ئىلگىرىكى 3000 يىل مېسوپوتامىيەلىكلەر بىلەن سۇممېرلار كېلىشىم ئىجاد قىلدى.

مىلادىيەدىن ئىلگىرىكى 2000 ـ يىلىدىن ـ مىلادىيەدىن ئىلگىرىكى 1800 ـ يىلىغىچە ئاسسۇرىيەلىكلەر فوند كېلىشىم ماددىلىرى ئىجاد قىلدى.

1 ـ ئەسىردە رىمدا شىركەتنىڭ ئىپتىدائىي شەكلى ـ سودا ئىجتىمائىي تەشكىلاتلار مەيدانغا كەلدى، ھەمدە مەلۇم شەكىلدىكى چەكلىك مەسئۇلىيەتلەرنى ئۇستىگە ئالدى.

9 ـ ئەسىردە ئامالفى ۋە ۋېنېتسىيە قاتارلىق ئىتالىيە شەھەرلىرىدە سۇ تىرانسپورتى سودا دۆكانلىرى مەيدانغا كەلدى.

12 ـ ئەسىردە ئىتالىيەنىڭ فولولۇنسا قاتارلىق شەھەرلىرىدە شىركەت ئىبارىسى ـ compagnia مەيدانغا كەلدى، company دېگەن سۆزنىڭ كېلىش مەنبەسى بولۇپ، بۇ مەزگىلدىكى شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى ئائىلە نەسەبلەر كارخانىلىرى ئىدى، ئۇلار چېتىشلىق مەسئۇلىيەتكە تايىنىپ تىجارەت قىلاتتى.

1215 ـ يىلى، ئەنگلىيە بۇيۇك ئاساسىي قانۇن ئېلان قىلدى.

1279 ـ يىلى، ئەنگلىيە پادىشاھى ئېدۋاردI قانۇنىي ئىگىلىك تەشكىلاتلار، بولۇپمۇ چېركاۋلارغا ۋەخپە قىلىنغان يەرلەرنىڭ مىقدارىنى چەكلەش مەقسىتىدە «مۇسادىرە قانۇنى»نى ئېلان قىلدى.

1298 ـ يىلى، «ماركوپولو ساياھەت خاتىرىسى» نەشر قىلىنىشى ياۋروپالىقلارنىڭ شەرقنىڭ مەدەنىيىتى ۋە بايلىقىغا بولغان خۇشتارلىقى ۋە ئاچ كۆزلۈكىنى قوزغاپ، ئاخىرقى ھېسابتا يېڭى دېڭىز يولى ۋە يېڭى چوڭ قۇرۇقلۇقنىڭ بايقىلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقاردى.

1630 - يىلى، ماساچۇستېس شىركىتى پايچىكلار قۇرۇلتىيى چاقىرىپ، شىركەتنى بىر ئىشتات قىلىپ ئۆزگەرتىشنى قارار قىلدى ھەمدە «ئەركىن پۇقرا» ئېنىقلىمىسىنى شىركەتنىڭ پايچىكلىرىدىن پۈتۈن ئىشتاتتىكى پۇقرالارغا ئۆزگەرتتى.

1670 - يىلى، ئەنگلىيە پادىشاھى چارلىزII نىڭ ئالاھىدە ئىجازەتنامىگە قول قويۇشى بىلەن خۇدسون شىركىتى قۇرۇلدى. «ئالاھىدە ئىجازەتلىك شىركەت»لەر شىمالىي ئامېرىكىدا باش كۆتۈرۈشكە باشلىدى.

18 - ئەسىردە. قانۇنشۇناس ۋىللىيام بلاكستون شىركەت ئىجاد قىلىش شان - شەرىپىنىڭ «تاماملىغان رىملىقلارغا تەۋە» ئىكەنلىكىنى تەشەببۇس قىلدى.

1706 - يىلى، ياۋروپالىق پۇل مۇئامىلە ئالىمى جون لاۋ فىرانسىيە مىسسىسىپى شىركىتىنى باشقۇرۇشنى ئۆتكۈزۈۋالدى.

1707 - يىلى، گېرمانىيەلىك كېمىچىلەر ئۇيۇشمىسى دۇنيادىكى تۇنجى پار كېمىنى بۇزۇپ تاشلاپ، كېمىلەرنىڭ بىر ئەسىر ئۆتكەندىن كېيىن پارنى ھەربىكەتلەندۇرگۈچ كۈچ قىلىپ ئىشلىتىشنى ۋۇجۇدقا كەلتۈردى.

1711 - يىلى، جەنۇبىي دېكىز شىركىتى قۇرۇلۇپ، ئىسپانىيەگە قاراشلىق ئامېرىكا قىتئەسىنىڭ سودىسىنى مونوپول قىلىش ھوقۇقىغا ئىگە بولدى.

1716 - يىلى 5 - ئايدا، جون لاۋ ئاممىۋى بانكا قۇردى.

1720 - يىلى، مەبلەغ سالغۇچىلار قوللىرىدىكى مىسسىسىپى شىركىتىنىڭ پايلىرىنى تۆكمە قىلىپ سېتىشقا باشلىدى، فىرانسىيە قەغەز پۇلىنى ئەمەلدىن قالدۇرۇشقا مەجبۇر بولۇپ، خانلىق بانكىنى تاقىدى.

1720 - يىلى، ئەنگلىيە پارلامېنتى «كۆپۈك قانۇن لايىھەسى»نى ماقۇللاپ، ئەنگلىيەدە يۇز يىلغا يېقىن ۋاقىت ئىچىدە بىرمۇ شىركەت قۇرۇلماسلىقتەك ۋەزىيەتنى كەلتۈرۈپ چىقاردى.

1732 - يىلى، ئەنگلىيە يېڭى لوندون تىجارەت ۋە سودا ئۇيۇشمىسى ئالاھىدە ئىجازەتنامىگە ئېرىشكەن تۇنجى سودا شىركىتى بولۇپ قالدى.

1733 - يىلى، ئەنگلىيەلىك مېخانىك جون كاي ئۇچقۇر موكا كەشىپ قىلىپ، رەخت توقۇش سۈرئىتىنى زور دەرىجىدە يۇقىرى كۆتۈردى.

ئۇچىنچى باسقۇچ (1750 - يىلىدىن1861 - يىلىغىچە)

1759 - يىلى، «بۇيۇك بىرىتانىيە قامۇسى»تەرىپىدىن بىرىنچى قېتىملىق سانائەت ئىنقىلابىنىڭ بۇيۇك رەھبەرلىرىنىڭ بىرى دەپ باھا بېرىلگەن جوسىئاخ ۋېدگۇود ئۆزىنىڭ فارفۇر زاۋۇتىنى قۇردى.

1765 - يىلى، ئەنگلىيەلىك توقۇمىچىلىق ئىشچىسى خارگرېۋېس يېپ ئېگىرىش ماشىنىسى كەشىپ قىلىپ، پاختا يېپ مەھسۇلات مىقدارىنى زور دەرىجىدە ئاشۇردى.

1765 - يىلى، ئەنگلىيە ھۆكۈمىتى شەرقىي ھىندىستان شىركىتىگە بېنگال باش ۋالىيلىقى ئورنىنى بېرىپ، ئۇنىڭ يەر بېجى ئېلىشىغا ئىجازەت بەردى.

1771 - يىلى، ئەنگلىيەلىك ساتىراچ رىچارد ئاركۇرائىد سۇ كۈچى بىلەن ھەربىكەتلىنىدىغان يېپ ئېگىرىش زاۋۇتى قۇردى، شۇنىڭ بىلەن ھازىرقى زامان مەنسىدىكى زاۋۇت دۇنياغا كەلدى.

1773 - يىلى، ئەنگلىيە پارلامېنتى قارار ماقۇللاپ، ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتىگە چاينى شىمالىي ئامېرىكىغا ئاپىرىپ مونوپول قىلىپ سېتىش ھوقۇقىنى بېرىشى بوستون چاي سودىگەرلىرىنىڭ غەزىپىنى قوزغاپ، ئامېرىكا مۇستەقىللىق ئۇرۇشىنىڭ پارتلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقاردى.

1774 - يىلى، ئەنگلىيەلىك ۋىلكىنسون كەشىپ قىلغان بىر قەدەر نازۇك بولغان تۇرۇبىلىق ئىستانوك دۇنياسىدىكى تۇنجى ھەقىقىي ئىستانوك ھېسابلىنىدۇ.

1776 - يىلى، گلاسگوۋ ئۇنىۋېرسىتېتى پروفېسسورى ئادام سمىس «دۆلەتنى باي قىلىش نەزەريەسى» دېگەن كىتابنى نەشر قىلدۇرۇپ، ھازىرقى زامان ئىقتىسادشۇناسلىق ئىلمىنى بەرپا قىلدى.

1776 - يىلى، «بوئۇلتون - ۋات» شىركىتى پار ماشىنىسىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ئۆزگەرتتى.

1776 - يىلى، توماس پائىينې «ساۋات» دېگەن كىتابنى نەشر قىلدۇرۇپ، ئاددىي ھەم چۈشىنىشلىك ئىبارىلەر بىلەن كىشىلەرنى مۇستەبىت ھۆكۈمەت ۋە قۇللۇققا قارشى چىقىشقا چاقىرغان.

1855 - يىلى، ئەنگلىيە «چەكلىك مەسئۇلىيەت قانۇنى»نى ماقۇللاپ، قانۇنىي ئىگىلىك شىركەتلەرنى تامامەن چەكلىك مەسئۇلىيەتكە ئىگە قىلدى.

1856 - يىلى، «هازىرقى زامان شىركەتلەر پېشۋاسى» - روي ئەنگلىيە پاي شىركىتى قانۇننىڭ ماقۇللىنىشىغا تۇرتكە بولدى.

1858 - يىلى 4 - ئايدا، ئەنگلىيەنىڭ چوڭ كالانپاي سائىتى ياسىلىپ ئۆلچەملىك ۋاقىت دۇنياغا كەلدى.

1860 - يىلى، ئامېرىكىدا تەخمىنەن 25 مىڭدىن 26 مىڭغىچە شىركەت بار بولۇپ، ئۇ تۇنجى شىركەتلەشكەن دۆلەتكە ئايلاندى.

تۆتىنچى باسقۇچ (1861 - يىلىدىن 1913 - يىلىغىچە)

1862 - يىلى، ئەنگلىيە كېيىنكى مەزگىللەردە ھەرقايسى ئەللەر شىركەت قانۇنىنىڭ ئاساسىي ئۆرنىكىگە ئايلانغان شىركەت قانۇنىنى ماقۇللىدى.

1862 - يىلى، ۋاندېربىلت دېڭىز تىرانسپورتى كەسپىدىن قول ئۈزۈپ، تۆمۈر يول كەسپى بىلەن شۇغۇللىنىشنى قارار قىلدى.

1862 - يىلى7 - ئايدا، روكفېل يىغىپ ساقلىغان 4000 دولار پۇلى بىلەن بىر نېفىت ئايرىش زاۋۇتى قۇردى.

1865 - يىلى، «ۋال ستريت گېزىتى»نىڭ ئەسلىي گەۋدىسى بولغان «سودا ۋە پۇل مۇئامىلە خاتىرىلىرى گېزىتى» دۇنياغا كەلدى.

1866 - يىلى، گېرمانىيە سىمېنس شىركىتى دۇنيادىكى تۇنجى گېنېراتورنى بازارغا سېلىپ، ئېلېكتىر دەۋرىنى ئاچتى.

1866 - يىلى، ئامېرىكا مەملىكەتلىك ئەمگەكچىلەر ئىتتىپاقى قۇرۇلدى.

1868 - يىلى، ياپونىيەگە 250 يىلدىن ئارتۇق ۋاقىت ھۆكۈمرانلىق قىلغان دې چۈەنمۇ ھۆكۈمىتى ئاغدۇرۇلۇپ، مىڭجى يېڭىلىقچا كۆچۈش ھەرىكىتى باشلاندى.

1870 - يىلى، فىرانسىيە قانۇن ماقۇللاپ، ئادەتتىكى ئىجازەتكە ئىگە بولسىلا چەكلىك مەسئۇلىيەتنى زېممىسىگە ئالىدىغان پاي شىركىتى قۇرۇشقا بولىدىغانلىقىغا ئىجازەت بەردى.

1870 - يىلى، گېرمانىيە تۈزگەن شىركەت قانۇنىدا، پاي شىركىتىنى ئەركىن قۇرۇشقا بولىدىغانلىقى، ئەمما چوقۇم باشقۇرۇش كومىتېتى ۋە نازارەتچىلىك كومىتېتىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان ئىككى ئېلىپمېنتلىق تۈزۈمىدىكى ئىدارە قىلىش قۇرۇلمىسى بەرپا قىلىش كېرەكلىكى بەلگىلەندى.

1870 - يىلى، روكفېل ئىككى نېفىت ئايرىش زاۋۇتى ۋە نېفىت چىقىرىش سودا دۇكىنىنى بىرلەشتۈرۈپ موبىل نېفىت شىركىتىنى قۇردى.

1871 - يىلى، سېزېر روڭيې «ئۈيۈشما قۇرۇش قىسقىچە قائىدىسى» دېگەن كىتابنى نەشر قىلدۇردى.

1872 - يىلى، جۇڭگو ئەجنەبىيلەر ھەربىتى پۇقراۋى كارخانا - جى لوڭچاڭ يىپەك زاۋۇتىنى قۇرۇشقا باشلىدى.

1873 - يىلى، سېزېر روڭيې ياپونىيەدىكى تۇنجى پاي تۈزۈمىدىكى شىركەت - ياپونىيە 1 - دۆلەت ئىگىلىكىدىكى بانكىنى قۇردى.

1874 - يىلى، ئەنگلىيە شەرقىي ھىندىستان شىركىتى 274 يىل تىجارەت قىلغاندىن كېيىن تارىخ سەھنىسىدىن تەلتۆكۈس چېكىنىپ چىقتى.

1876 - يىلى، ئامېرىكىلىق كەشپىياتچى بېل دۇنيادىكى تۇنجى تېلېفونىنى ئىجاد قىلدى.

1882 - يىلى، يېقىنقى زامان جۇڭگو تارىخىدىكى تۇنجى پاي تۈزۈمىدىكى شىركەت-كېمە ئىشلىرى سودىگەر چاقىرىش ئىدارىسى قۇرۇلدى.

1882 - يىلى، 40 شىركەتتىن تەركىب تاپقان چېچىلاڭغۇ ئىتتىپاق-ئۆلچەملىك نېفىت گۇرۇھى ئۆلچەملىك نېفىت ھاۋالە گۇرۇھىغا ئۆزگەردى.

1882 - يىلى، ئېدىسون ئامېرىكىدىكى تۇنجى توك چىقىرىش زاۋۇتىنى بەرپا قىلدى، ئىنسانلار شۇنىڭدىن ئېتىبارەن يەر شارىنىڭ ئۆز ئوقى ئەتراپىدا ئايلىنىش دەۋرىيلىكىنىڭ تەسىرىدىن قۇتۇلدى.

1883 - يىلى11 - ئايدا، ئامېرىكىدىكى تۇنجى مەملىكەت بويىچە بىرلىككە كەلگەن تۆمۇر يول ۋاقىت جەدۋىلى دۇنياغا كەلدى.

1883 - يىلىدىن1889 - يىلىغا قەدەر، گېرمانىيە پارلامېنتى دۆلەت

19 پارچە خەۋەر بېرىپ، ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتىنىڭ ئىچكى قىسمىدىكى ئىشلارنى پاش قىلدى.

1902 - يىلى5 - ئايدىن10 - ئايغىچە، ئامېرىكا پېنسىلۋانىيە ئىشتاتىنىڭ شەرقىي قىسمىدىكى ئىسسىز كۆمۈر كان رايونىدا 150 مىڭ ئىشچى ئىش تاشلىدى.

1903 - يىلى7 - ئايدا، فورد ئاپتوموبىل شىركىتى دېتروئىتتا تۇنجى ئاپتوموبىلىنى ساتتى.

1904 - يىلى، چىڭ سۇلالىسى ھۆكۈمىتى «شاھانە بۇيۇك چىڭ سودا قانۇنى»نى ئېلان قىلدى، جۇڭگو تۇنجى شىركەت قانۇنىغا ئىگە بولدى.

1904 - يىلى4 - ئايدا، ئەنگلىيەلىك ئېلېكتىرومېخانىك ھېنرى روسسي تۇنجى قېتىم ئون ئات كۈچىگە ئىگە قوش سىلىندىرلىق ئاپتوموبىلنى ياساپ چىقتى.

1906 - يىلى، زىئۇدېرو روزۋېلىت ھۆكۈمىتى ئۆلچەملىك نېفىت شىركىتىنىڭ مونوپول قىلمىشىغا قارشى سۇنغان ئەرزىدە غەلىبە قىلدى.

1906 - يىلى2 - ئايدا، چىكاگو گۆش مەھسۇلاتلىرى زاۋۇتىنىڭ پاسكىنا ئىشلەپچىقىرىش كۆرۈنۈشلىرىنى پاش قىلغان «ئورمان» رومانى نەشر قىلىندى.

1907 - يىلى، ئامېرىكا ھۆكۈمىتى فېدېراتسىيە زاپاس ساقلاش ئىدارىسى تەسىس قىلدى.

1908 - يىلى 9 - ئايدا، ۋىللىيام دۇنانت ئامېرىكا يېڭى جېرسىيە ئىشتاتىدا ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنى قۇردى.

1908 - يىلى، سىنگېر كىيىم تىكىش ماشىنىسى شىركىتى نيۇيوركتا دۇنيا بويىچە ئەڭ ئېگىز بىنا سالدى. (ئېگىزلىكى 612 ئىنگىلىز چىسى كېلىدۇ)

1908 - يىلى، خارۋارد سودا ئىنستىتۇتى ئوقۇغۇچى قوبۇل قىلىشنى باشلىدى.

1908 - يىلى، فورد شىركىتى T تىپلىق ئاپتوموبىل ياساشقا باشلىدى.

1909 - يىلى، لورېئال گۈرۈھى پارىژدا قۇرۇلدى.

1911 - يىلى، ئامېرىكا ئالىي سوت مەھكىمىسى ئۆلچەملىك نېفىت

شىركەتلەك «ترابىستقا قارشى تۇرۇش قانۇنى»غا خىلاپلىق قىلغانلىقىنى ھۆكۈم قىلدى، ھەمدە ئۇنى 34 يېڭى شىركەتكە پارچىلىدى.

1911 ـ يىلى، تايلور «ئىلمىي باشقۇرۇش ئاساسىي نەزەريىسى» دېگەن كىتابىنى نەشر قىلدۇردى.

1911 ـ يىلى3 ـ ئايدا، نيۇيورك ئۇچ بۇرجەكلىك ئايالچە كوپتا زاۋۇتىغا ئوت كېتىش ۋەقەسى يۈز بەردى.

1912 ـ يىلى، مورگان ئامېرىكا پارلامېنتىدىكى پۇل ترابىست ئىسپات ئاڭلاش يىغىنىغا قاتنىشىشقا چاقىرتىلدى.

بەشىنچى باسقۇچ (1913 ـ يىلىدىن 1945 ـ يىلىغىچە)

1913 ـ يىلى، ئامېرىكا مەركىزىي بانكىسى قۇرۇلۇپ، پۇل ترابىستىنىڭ كۈچى زور دەرىجىدە ئاجىزلاشتى.

1914 ـ يىلى، ئامېرىكا ۋېلسون ھۆكۈمىتى ئىشچىلار ئۇيۇشمىلىرىنىڭ «ترابىستقا قارشى قانۇن»نىڭ ئەرز قىلىشىغا ئۇچرىمىسىمۇ بولىدىغانلىقىغا ئىجازەت قىلدى.

1914 ـ يىلى، «كلايتون مونوپولغا قارشى قانۇنى» ھەرقايسى چوڭ شىركەتلەرنىڭ سودىغا توسالغۇ بولۇش ئەھۋالى ئاستىدا ئۆزئارا مۇدىرىيەت ئورنىنى قوشۇمچە ئۇستىگە ئېلىشىنى چەكلىدى.

1914 ـ يىلى، 8 ـ ئايدا، بىرىنچى دۇنيا ئۇرۇشى پارتلىدى.

1915 ـ يىلى، پروكتېر شىركىتى مېيىپلارغا نەپىقە بېرىش ۋە پېنسىيە مائاش تۈزۈمىنى يولغا قويدى.

1915 ـ يىلى، شارپ شىركىتى شىركەت قۇرغۇچىسى زاۋچۇەن دېجى كەشپ قىلغان ئاپتوماتىك قەلەمگە تايىنىپ كېڭىيىشكە ئېرىشتى.

1915 ـ يىلى، خىتاچى شىركىتى مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا 7 مىڭ ۋاتلىق سۇ كۈچىگە ئىگە تۇربىنىلىق موتور ياساپ چىقتى.

1915 ـ يىلى، ئامېرىكا كۆپ تۈرلۈك قانۇنلار ئارقىلىق خىزمەت ۋاقتى ۋە بالا ئىشچىلارغا چەكلىمە قويدى.

1916 ـ يىلى، سېزىپ روڭيى يازغان «مۇھاكىمە ـ بايان ۋە چوت» دېگەن كىتاب نەشر قىلىنىپ، ياپونىيە كارخانا ساھەسىدىكى «ئىنجىل»غا ئايلاندى.

1916 - يىلى، كىچىك پايچىك ئاكا - ئۇكا دوداگىلار ھېنرى فورد ئۈستىدىن قىلغان ئەرز ئۈستىدە بىرىنچى سوت ھۆكۈمى ئېلان قىلىندى، ھۆكۈمەت شۇنىڭدىن ئېتىبارەن تارقاق ئابۇنىچىلارنى قوغداش ئۈسۈللىرى ئۈستىدە ئىزدىنىپ، قىلچىمۇ چەكلىمىسىز بولغان باشقۇرغۇچىلارغا تاقابىل تۇردى.

1918 - يىلى، سوۋېتشياشىنجىجۇ روزىتكا ۋە ئېلېكتىر شامالچىسى تەگلىكى ئىشلەپچىقىرىدىغان كىچىك شىركەت - سوۋېتشيا شىركىتىنى قۇردى.

1918 - يىلى، فېكتىيەن زوجى تويوتا توكيو ئاپتوماتىك توقۇمىچىلىق شىركىتىنى قۇردى، 15 يىلدىن كېيىن، بۇ توقۇمىچىلىق شىركىتى ئاپتوموبىل بۆلۈمى تەسىس قىلدى.

1920 - يىلى، ئالفرېد سلوئان ئۆزىنىڭ «تەشكىللەش تەتقىقاتى» دېگەن كىتابىدا «كۆپ بۆلۈملۈك تۈزۈم»نى تۇنجى قېتىم ئوتتۇرىغا قويدى.

1920 - يىلى، گېرمانىيە قانۇن تۈرگۈزۈش ئارقىلىق ئىشچىلار كېڭىشى قۇرۇپ، ئىشچىلارغا تېخنىكا چوڭ پىكىر بايان قىلىش ھوقۇقى بەردى.

1923 - يىلى، سلوئان ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ لىدېرلىقىغا تەيىنلىنىپ، تۇنجى كەسپىي باشقۇرغۇچى دۇنياغا كەلدى.

1924 - يىلى، ئەنگلىيە ئېلېكتىر ئۈسكۈنىلىرى ۋە مۇزىكا ئۈسكۈنىلىرى سانائەت شىركىتى تۇنجى تېلېۋىزورنى كەشىپ قىلدى.

1924 - يىلى، كەسپىي خادىمدىن كېلىپچىقىقان توماس ۋاتسون زامانىۋىلاشقان خەلقئارالىق سودا ئىشلىرى ماشىنا شىركىتى (IBM) نى قۇردى.

1926 - يىلى، ئىمپېرىيە خىمىيە سانائىتى شىركىتى (ICI)- ئەنگلىيەلىك تۇنجى شىركەتنىڭ بىرلىشىشى ئارقىسىدا قۇرۇلدى.

1926 - يىلى، چىكاگو ئۇنىۋېرسىتېتى پىروفېسسورى جامېس مككىنسېي دۇنيادىكى تۇنجى مەسلىھەت بېرىش شىركىتىنى قۇردى.

1929 - يىلى، ئامېرىكىنىڭ سانائەت ئىشلەپچىقىرىش ئىقتىدارى ئەنگلىيە، فىرانسىيە، گېرمانىيە قاتارلىق ئوچ دۆلەتنىڭ ئومۇمىي يىغىندىسىدىن ئېشىپ كەتتى.

1929 - يىلى10 - ئاينىڭ24 - كۈنى، ئامېرىكىدا پۈتۈن دۇنياغا تەسىر كۆرسەتكەن ئىقتىسادىي كىرىزىس يۈز بېرىپ، دۇنيا چوڭ كاساتلىشىش مەزگىلىگە كىردى.

1929 - يىلى، لېۋېر شىركىتى گوللاندىيەلىك رىقابەتچىسى بىلەن بىرلىشىپ يۇنىلېۋېر شىركىتىنى قۇرۇپ، تەدرىجىي ھالدا ئەنگلىيەدىكى ئەڭ چوڭ شىركەتكە ئايلاندى.

1929 - يىلى10 - ئايدا، نيۇيورك شەھىرىنىڭ 42 - كوچىسىغا جايلاشقان چىرىسلېر شىركىتىنىڭ بىناسى پۈتتى، بۇ ئەينى مەزگىلدە دۇنيادىكى ئەڭ ئېگىز ئىمارەت ھېسابلىنىدۇ.

1930 - يىلى، ئامېرىكىلىق ياش ئارمانىد خامىبر ئوتتۇرىدا ۋاستېچىلىك قىلىپ، فورد شىركىتىنى سوۋېت ئىتتىپاقىنىڭ گورکى شەھىرىدە بىرلەشمە ئاپتوموبىل شىركىتى قۇرۇشقا دەۋەت قىلىدۇ.

1930 - يىلى 6 - ئايدا، ئامېرىكا پارلامېنتى تارىختىكى ئەڭ ئېغىر سودا قورۇقچىلىقى قانۇنى - «سموت - خاۋلېي تاموژنا بېجى قانۇنى»نى ماقۇللىدى.

1931 - يىلى 5 - ئايدا، پروكتېر شىركىتى مەھسۇلات نامىنى باشقۇرۇش تۈزۈمىنى يولغا قويدى.

1931 - يىلى 7 - ئايدا، گېرمانىيە ئىقتىسادىي جەھەتتە گۈمران بولۇشنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن، بارلىق بانكا ۋە تىجارەت سورۇنلىرىنى تاقاش بۇيرۇقى چۈشۈردى.

1932 - يىلى 5 - ئايدا، سوۋېتشياشىنجىڭ 1932 - يىلىنى «مېڭجى» ئىگىلىك تىكلەشنىڭ تۈنجى يىلى دەپ ئاتىدى.

1933 - يىلى 3 - ئايدا، فرانكلىن. روزۋېلىت ئامېرىكا پىرېزىدېنتلىق ۋەزىپىسىگە ئولتۇردى.

1933 - يىلى5 - ئايدا، پىرېزىدېنت روزۋېلىت ئامېرىكا تارىخىدىكى تۈنجى ئاكسىيە بازارلىرىنى قېلىپلاشتۇرىدىغان قانۇن - «فېدېراتسىيە ئاكسىيە قانۇنى»غا ئىمزا قويدى.

1933 - يىلى6 - ئايدا، ئامېرىكا پارلامېنتى «1933 - يىلى بانكا قانۇن»نى ماقۇللاپ، قۇدرەتلىك مورگان مالىيە گۇرۇھى ئىككىگە ئايرىلدى.

باھاسىنى ئىداره قىلىشقا باشلىدى ھەمده مۇھىت قوغداش مەھكىمىسى ۋە كەسىپ بىخەتەرلىكى سەھىيە مەھكىمىسى قاتارلىق ھۆكۈمەت نازارەت - كونترول قىلىش ئاپپاراتلىرىنى تەسىس قىلدى.

1971 - يىلى، بىر نەپەر مۇخبىر «سىلىكون» دېگەن ئىسمىنى ئىجاد قىلىش ئارقىلىق، ئەينى ۋاقىتتىكى كىرىستال پىلاستىنكا ئىشلەپچىقارغۇچى سودىگەرلەرنىڭ مۇۋەپپەقىيىتىنى تەشۋىق قىلدى.

1973 - يىلى 12 - ئايدا، دۇنيا نېفىت بازىرىدا تۇنجى قېتىم كىرىزىس پارتلاپ، ماي باھاسى بىر ھەسسە ئۆستى.

1976 - يىلى، ستېۋې چامبېرس ۋە ستېۋې ۋوزنى ئىككىيلەن ستېۋې چامبېرسنىڭ ئاپتوموبىل ئىسكىلاتىدا ئالما كومپيۇتېر شىركىتىنى قۇردى.

1977 - يىلى، ئامېرىكىلىق كارخانا تارىخى ئالىمى چاندلېر «كۆرگىلى بولمىدىغان قول: ئامېرىكا كارخانىلىرىنىڭ باشقۇرۇش ئىنقىلابى» ناملىق كىتابىنى نەشر قىلدۇردى.

1978 - يىلى، گۇاڭدۇڭ ھۆكۈمىتى تۇنجى خام ماتېرىيال پىششىقلاش كېلىشىمىگە ئىمزا قويدى، بۇنىڭ بىلەن جۇڭگونىڭ پىششىقلاش سودىسى باشلاندى.

1978 - يىلى12 - ئايدا، جۇڭگو ئىسلاھات - ئېچىۋېتىش سىياسىتىنى يولغا قويدى.

1980 - يىللار، سىلىكون جىلغىسى 3000 ئېلېكترون شىركىتىگە ئىگە بولدى، قىسمەن ياساش كەسىپلىرىنى سىرتقا كۆتۈرە بېرىشكە باشلاپ، كىرىستال پىلاستىنكىسى ياساشتىن كومپيۇتېر يۇمشاق ماتېرىيالىنى تەرەققىي قىلدۇرۇشقا ئۆزگەردى.

1980 - يىلى، ئامېرىكىدىكى چوڭ تىپتىكى مەبلەغ سېلىش شىركەتلىرى ۋال ستريت كوچىسىدىكى ئۇچتىن بىر پايىنى كونترول قىلدى، 2000 - يىلىغا كەلگەندە بۇ سان 60% تىن ئېشىپ كەتتى.

1980 - يىلى، ئامېرىكا پارلامېنتى بىلىمنىڭ كەسىپلىشىش تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرىدىغان «بايخ - دولې قانۇن لايىھەسى»نى ماقۇللاپ، ئامېرىكا ھۆكۈمىتى، ئالىي مەكتەپلەر ۋە كارخانىلار ئوتتۇرىسىدىكى يېڭىچە مۇناسىۋەتلەرگە ئۇل سالدى.

1980 - يىلى5 - ئايدا، جۇڭگو ھۆكۈمىتى شېنجېن، جۇخەي ۋە شيامېن قاتارلىق ئوچ شەھەردە ئىقتىسادىي ئالاھىدە رايون سىناق قىلىشنى قارار قىلدى.

1981 - يىلى، ئامېرىكىلىق باشقۇرۇش ئالىمى ۋىليام ئوچى «Z نەزەريەسى» دېگەن ئەسەرىنى نەشر قىلدۇرۇپ، "كارخانا مەدەنىيىتى" ئۇقۇمىنى تۇنجى بولۇپ ئوتتۇرىغا قويدى.

1981 - يىلى، مۇرتىي ھندىستاننىڭ بېنگالۇرۇ دېگەن يېرىدە ئىنفوسيس يۇمشاق ماتېرىيال شىركىتىنى قۇردى.

1982 - يىلدىن 1992 - يىلىغىچە، ئەنگلىيە ھۆكۈمىتى شىمالىي دېڭىز نېفىت شىركىتى، ئەنگلىيە تېلېگراف شىركىتى، ئەنگلىيە گاز شىركىتى، ئەنگلىيە ئاۋىياتسىيە شىركىتى ۋە ئەنگلىيە پولات - تۆمۇر شىركىتى قاتارلىق شىركەتلەردىكى ھۆكۈمەت كونترول قىلىدىغان پايلارنى تۇركۈمگە بۆلۈپ ئازايتىپ، ئۇچتىن ئىككى قىسىم دۆلەت ئىگىلىكىدىكى شىركەتلەرنى خۇسۇسىيلاشتۇردى.

1982 - يىلى1 - ئايدا، ئامېرىكا ئەدلىيە مىنىستىرلىقى ئامېرىكا تېلېفون - تېلېگراف شىركىتى (AT&T)نىڭ «مونوپولغا قارشى تۇرۇش قانۇنى»غا خىلاپلىق قىلغانلىقى توغرىسىدا كېسىم چىقاردى.

1982 - يىلى 8 - ئايدا، مېكسىكىدا ئىقتىسادىي كىرىزىس پارتلىدى، ئامېرىكا ئۇنىڭغا ياردەم قىلدى.

1982 - يىلىدىن1983 - يىلىغىچە، لاتىن ئامېرىكىسىدا قەرز كىرىزىسى يۈز بەردى.

1985 - يىلى، جۇڭگو يېزا ئىگىلىك قوشۇمچە مەھسۇلاتلىرىنى بىر تۇتاش سېتىۋېلىش، بىر تۇتاش سېتىش سىياسىتىنى ئەمەلدىن قالدۇردى.

1987 - يىلى، سونى شىركىتى ئامېرىكا كولومبىيە رادىيو شىركىتى ۋە كىنو شىركىتىنى سېتىۋالدى.

1987 - يىلى 10 - ئايدا، ئامېرىكىدا يۈز بەرگەن «قاباھەتلىك دۈشەنبە» پاي ئاپىتى يەر شارى پاي بازىرىنىڭ ۋەيران بولۇشىنى كەلتۈرۈپ چىقاردى.

1989 - يىلى، مىتسىبىشى شىركىتى ئامېرىكا روكفېل مەركىزىنىڭ 14 كورپۇس بىناسىنى سېتىۋالدى.

1989 - يىلى، سونى شىركىتىدىكى شېئىتيەن جاۋفۇ باشقىلار بىلەن ھەمكارلىشىپ «ياپونىيە ياق دېسە بولىدۇ» دېگەن ئەسەرنى نەشر قىلدۇرۇپ، ياپونىيە شىركەت ئەندىزىسىنىڭ پۈتۈن دۇنياغا ئۆرنەك بولۇپ قالىدىغانلىقىنى كەسكىن ئوتتۇرىغا قويدى.

1989 - يىلى 11 - ئايدا، بېرلىن تېمى ئۆرۈپ تاشلاندى، ئىككى يىلدىن كېيىن، سوۋېت ئىتتىپاقى پارچىلىنىپ، شەرق - غەرب سوغۇق ئۇرۇشلىرى ئۇنىڭغا ئەگىشىپ ئاخىرلىشىپ، 3 مىليارد نوپۇسلۇق دۇنيا بازىرى مەيدانغا كەلدى.

1990 - يىللار، ياپونىيە كۆپۈك ئىقتىسادى بەربات بولۇپ، ئۇزاق مەزگىللىك ئارقىغا چېكىنىشكە پاتتى.

1990 - يىلى 11 - ئايدا، شاڭخەي ئاكسىيە تىجارەت ئورنى رەسمىي قۇرۇلدى.

1991 - يىلى، ئىنفوسىس يۇمشاق ماتېرىيال شىركىتى ھىندىستاندىكى 2 - چوڭ يۇمشاق ماتېرىيال شىركىتىگە ئايلاندى ھەمدە 2008 - يىلى يەرشارىدىكى يۇمشاق ماتېرىيال ئېكسپورت قىلغۇچى 100 كۆچلۈك شىركەتلەر ئىچىدە ئالدىنقى 3 - ئورۇنغا ئۆتتى؛ ھىندىستانمۇ ئامېرىكىدىن قالسىلا دۇنيادىكى ئىككىنچى چوڭ يۇمشاق ماتېرىيال ئېكسپورت قىلغۇچى چوڭ دۆلەتكە ئايلاندى.

1991 - يىلى، پىرېزىدېنت قېرى بۇش «پۇقرالار ھوقۇقى قانۇن لايىھەسى»گە ئىمزا قويۇپ، كارخانىلارنى ئېغىر قانۇنىي مەسئۇلىيەتكە گىرىپتار قىلدى.

1990 - يىكى، رائو ھىندىستان زۇڭلىلىقى ۋەزىپىسىنى ئۈستىگە ئالدى، ھىندىستان ئېچىۋېتىلگەن بازار ئىگىلىكى تۈزۈلمىسىنى بەرپا قىلىشقا باشلىدى.

ئەنگلىيە فىزىكا ئالىمى بېرنېرس لېئې ۋېب توري (3 Wتورى)نى ئىجاد قىلدى.

1992 - يىلى، رۇسىيە دۆلەت ئىگىلىكىدىكى كارخانىلارنى خۇسۇسىيلاشتۇرۇش جەھەتتە غايەت زور پىلان يولغا قويدى.

1992 - يىلى 2 - ئايدا، دېڭ شىياۋپىڭ جەنۇبنى كۆزدىن كەچۈرۈپ، جۇڭگونىڭ ئىسلاھات قەدىمىنى تېزلىتىش توغرىسىدا مۇھىم سۆھبەت

بايان قىلدى.

1992 - يىلى 10 - ئايدا، ج ك پ 14 - قۇرۇلتىيى چاقىرىلىپ، جۇڭگو ئىقتىسادىي تۈزۈلمە ئىسلاھاتىنىڭ نىشانى سوتسىيالىستىك بازار ئىگىلىكى بەرپا قىلىش ئىكەنلىكى ئوتتۇرىغا قويۇلدى.

1992 - يىلىدىن 1993 - يىلىغىچە، ياۋروپا پۇل سىستېمىسى كىرىزىسى يۈز بەردى.

1994 - يىلى، ئامېرىكا سودا مىنىستىرلىقىنىڭ «دۆلەت ئېكسپورتنى ئىلگىرى سۈرۈش تەدبىرى» ناملىق دوكلاتىدا «يېڭىدىن گۈللىنىۋاتقان بازار ئەللىرى» ئۇقۇمى دۇنياغا كەلدى.

1994 - يىلى 1 - ئايدا، جۇڭگو پېرېۋوت نىسبىتىنى بىرلەشتۈرۈشنى يولغا قويدى، ئىزچىل توققۇز يىل داۋاملىشىپ كېلىۋاتقان خەلق پۇلى ھۆكۈمەت تەرەپ پېرېۋوت نىسبىتى بىلەن چەت ئەل پۇللىرىنىڭ بازاردىكى پېرېۋوت نىسبىتىنى تەڭشەپ تۇرۇش تەڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇش ۋەزىيىتىگە خاتىمە بېرىلدى.

1994 - يىلى 3 - ئايدا، جۇڭگو يېڭى خىزمەت ۋاقتى تۈزۈمىنى يولغا قويۇپ، ھەپتىدە 44 سائەت خىزمەت قىلىش بەلگىلەندى؛ ئىككىنچى يىلى 5 - ئاينىڭ 1 - كۈنى ھەپتىدە ئىككى كۈن دەم ئېلىش ، ھەپتىدە 40 سائەت ئىشلەش تۈزۈمى يولغا قويۇلدى.

1994 - يىلى 5 - ئايدا، جۇڭگو بانكىسى شىياڭگاڭدا شىياڭگاڭ پۇلى تارقىتىشقا باشلىدى، بۇ جۇڭگو بانكىسىنىڭ شىياڭگاڭ پۇلى تارقىتىشقا تۇنجى قېتىم قاتنىشىشى.

1994 - يىلى 7 - ئايدا، «جۇڭخۇا خەلق جۇمھۇرىيىتى شىركەت قانۇنى» ئېلان قىلىندى.

1997 - يىلى 7 - ئايدا، ئاسىيادا پۇل مۇئامىلە كىرىزىسى پارتلاپ، شەرقىي جەنۇبىي ئاسىيادىكى ھەرقايسى ئەللەردە پۇل مۇئامىلە، پاي سودىسى، پېرېۋوت بىردەك گۈمران بولدى.

1999 - يىلى 1 - ئايدا، ياۋرو دۇنياغا كەلدى.

2000 - يىلى، ۋاقتىلىق ئادەم كۈچلىرى ئەۋەتكۈچى شىركەت ۋەن باۋخۇا ھەممىباب ئاپتوموبىل شىركىتىنىڭ ئورنىنى ئېلىپ ئامېرىكىدىكى ئەڭ چوڭ غوجايىنغا ئايلاندى.

2001 ـ يىلى 11 ـ ئايدا، ئۇدا ئالتە يىل "ئامېرىكىدىكى يېڭىلىق يارىتىش روھىغا ئەڭ باي شىركەت" بولۇپ باھالانغان ئامېرىكا ئېنرون شىركىتى ۋەيران بولدى.

2001 ـ يىلى 12 ـ ئايدا، جۇڭگو دۇنيا سودا تەشكىلاتى (WTO) غا كىردى.

2002 ـ يىلى، ئامېرىكا دۇنيا ئالاقىلىشىش شىركىتى مالىيە ئىشلىرىدا ساختىلىق قىلىش سەۋەبىدىن ۋەيران بولدى.

2002 ـ يىلى، ئامېرىكا شىلپ شىركىتىنىڭ 6 مىليارد 400 مىليون دوللار كىرىمىنى ساختا مەلۇم قىلغانلىقى ئاشكارىلاندى.

2002 ـ يىلى يازدا، پىرېزىدېنت كىچىك بۇش «ساربانس قانۇن لايىھەسى»گە ئىمزا قويدى، بۇ 1930 ـ يىلىدىن كېيىنكى ئەڭ قاتتىق كارخانا قانۇنى ھېسابلىنىدۇ.

2003 ـ يىلى، ياۋروپا پارلامات شىركىتىنىڭ 5 مىليارد دوللارلىق مالىيە قارا ئۆڭكۈرى ئاشكارىلاندى.

2004 ـ يىلى1 ـ ئاينىڭ1 ـ كۈنى، جۇڭگودىكى ئىچكىرى ئۆلكىلەر بىلەن شىياڭگاڭ، ئاۋمېن زىچ سودا مۇناسىۋەتلىرىنى ئورۇنلاشتۇرۇش (CEPA) يولغا قويۇلدى.

2004 ـ يىلى، ياپونىيە شۆۋ تۆمۇر يول شىركىتىنىڭ پايىنى بازارغا سېلىش سالاھىيىتى ئېلىپ تاشلاندى.

2005 ـ يىلى، جۇڭگو دېڭىز ـ ئوكيان نېفىت شىركىتى 1مىليارد850 مىليون پۇل ئاجرىتىپ ئامېرىكىنىڭ9 ـ چوڭ نېفىت شىركىتى ـ يۇنىك شىركىتىنى سېتىۋالدى.

2006 ـ يىلى، دېل شىركىتىنىڭ مالىيە سانلىق مەلۇماتلىرىنى ساختا مەلۇم قىلىش ۋەقەسى ئاشكارىلاندى.

2007 ـ يىلى، ئامېرىكا بانكا قەرز كىرىزىسى كەلتۈرۈپ چىقارغان دۇنيا پۇل مۇئامىلە كىرىزىسى پارتلىدى.

2007 ـ يىلى 3 ـ ئاينىڭ 6 ـ كۈنى، «جۇڭخۇا خەلق جۇمھۇرىيىتى نەرسە ھوقۇقى قانۇنى» ئېلان قىلىندى.

2008 ـ يىلى 9 ـ ئايدا، 158 يىللىق تارىخىغا ئىگە لېخمان قېرىنداشلار شىركىتى ۋەيران بولۇشىنى ئىلتىماس قىلغانلىقىنى

جاكارلىدى، يەر شارى پاي بازىرىدا باي چېكى باھاسى بۇنىڭغا ئەگىشىپ چۈشتى.

2008 - يىلى 10 - ئايدا، پۇل مۇئامىلە دېگىز تاشقىنى يامراشقا باشلاپ، پۈتكۈل دۇنيا ئىقتىسادىنىڭ چېكىنىپ كېتىش پاتقىقىغا پېتىپ قالدى.

2010 - يىلى 3 - ئايدا، جىلى پاي كونترول گۇرۇھى 1 مىليارد 800 مىليون دوللارلىق باھا بىلەن فورد شىركىتى قارمىقىدىكى ۋولۋو ئاپتوموبىل شىركىتىنى سېتىۋالدى.

2010 - يىلى 5 - ئايدا، ب د ت نىڭ دوكلاتىدا: جۇڭگونىڭ پات ئارىدا دۇنيادىكى ئىككىنچى چوڭ ئىقتىسادي گەۋدىگە ئايلىنىدىغانلىقى كۆرسىتىلدى.

شىركەتنىڭ كۈچ - قۇدرىتى

تەرجىمە قىلغۇچى: شۆھرەت قۇربان

پىلانلىغۇچى: غۇلام ھاجى سەھەرچى

مەسئۇل مۇھەررىرى: يۈلتۇز ئۇچقۇنجان

مەسئۇل كوررېكتورى: چولپان تۇرسۇن

بەت ياسىغۇچى: گۆھەر ئوبۇل

نەشر قىلغۇچى: شىنجاڭ خەلق باش نەشرىياتى
شىنجاڭ خەلق سەھىيە نەشرىياتى

ئادرېسى: ئۈرۈمچى شەھىرى بۇلاق بېشى كوچىسى 196 - نومۇر

تور ئادرېسى: http://www.xjpsp.com

باسقۇچى: شىنجاڭ شىنخۇا باسما زاۋۇتى

تارقاتقۇچى: شىنجاڭ شىنخۇا كىتابخانىسى

نەشرى: 2013 - يىلى 5 - ئاي 1 - نەشرى

باسمىسى: 2013 - يىلى 5 - ئاي 1 - بېسىلىشى

فورماتى: 1092×787 16/1 باسما تاۋىقى: 24.5

كىتاب نومۇرى: ISBN 978-7-5372-5373-4

تىراژى: 0001 ~ 5100

باھاسى: 39.00 يۈەن

تارقىتىش بۆلۈمى تېلېفون نومۇرى: 2823055 (0991) پوچتا نومۇرى: 830001