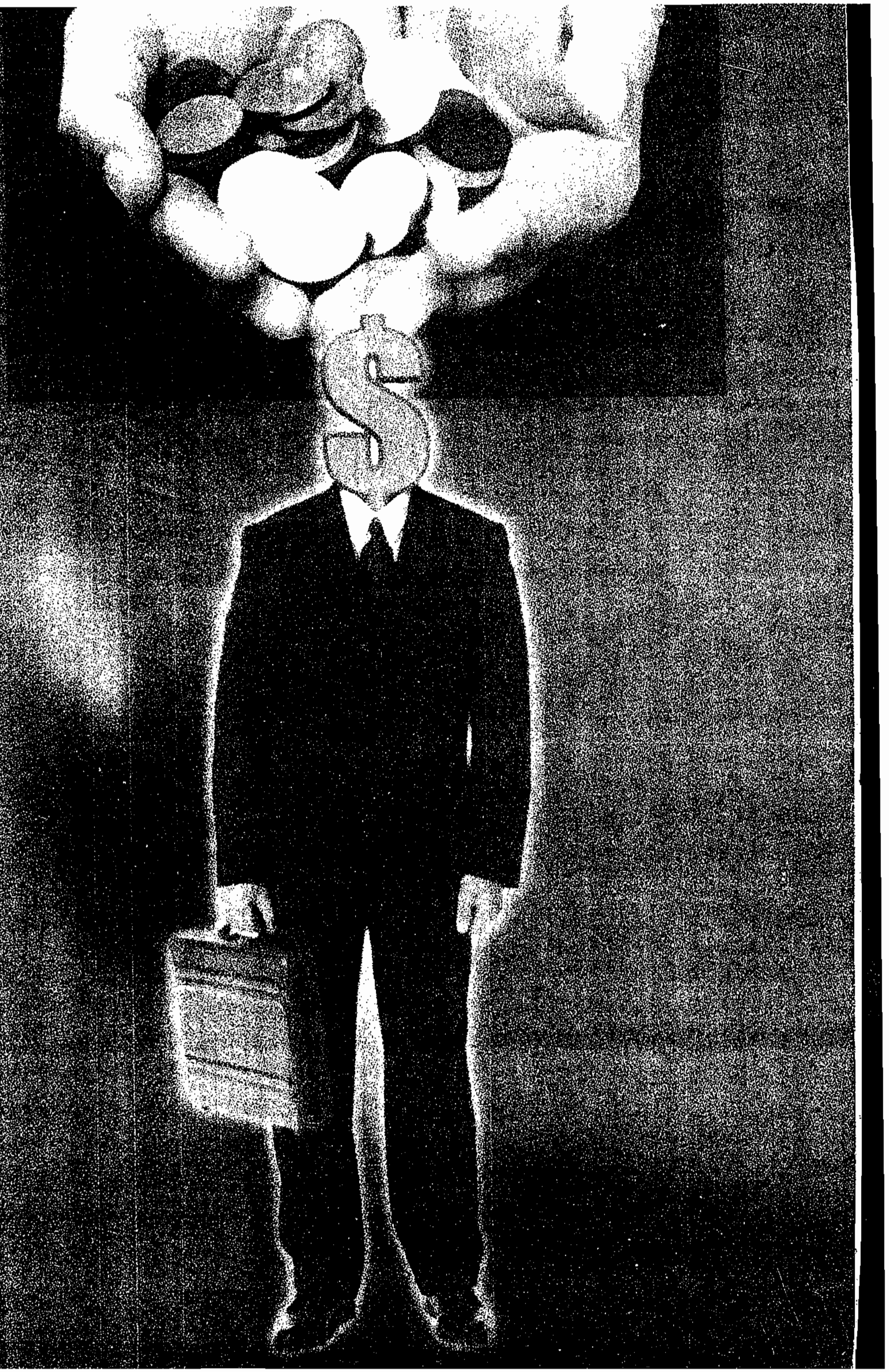
جوئې كاربو (ئامېرىكا)

ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولى

تەرجىمە قىلغۇچى: مۇبارجان تۇختاخۇن

شىنجاڭ خەلق نەشرىياتى



图书在版编目(CIP)数据

懒人致富/(美)卡伯(Karbo,J.)著;穆纳尔江·托合塔洪译.—乌鲁木齐:新疆人民出版社,2004.4(2007.4重印)
书名原文:The Lazy Man's Way to Riches
ISBN 978—7—228—08691—7

Ⅰ.懒… Ⅱ.①卡…②穆… Ⅲ.成功心理学—维吾尔语(中国少数民族语言) Ⅳ.B848.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第027277号

作　者	(美)乔·卡伯
译　者	穆纳尔江·托合塔洪
编　辑	阿扎提古丽·阿塔吾拉
责任编辑	阿扎提·阿里玛斯
责任校对	热娜古丽·阿布力米提,阿依古丽·阿西木
出版发行	新疆人民出版社
地　址	乌鲁木齐市解放南路348号
邮　编	830001
印　刷	新疆漠尔通(MORTOM)印刷有限责任公司
开　本	850×1168毫米　1/32
印　张	10.375
版　次	2004年4月第1版
印　次	2007年4月第2次印刷
印　数	3001—13060册
书　号	ISBN 978—7—228—08691—7
定　价	16.00元

ماڭا ئۈمىد بېغىشلىغان ئەڭگۈشتەر

ھۆرمەتلىك ئوقۇرمەن، قولىڭىزدىكى بۇ ئەڭگۈشتەر كىتابىنى مەن ئوقۇشتىن ئىلگىرى بانكا ۋە شەخسلەرگە 500 مىڭ يۈەن قەرزگە بوغۇلۇپ كەتكەن، ھەتتا قەرزنىڭ دەستىدىن ئۈچ بالامنىڭ بىرەرنىسىمۇ مەكتەپتە ئوقۇتالمىغان، كاللامغا ھەرخىل خىياللار كېچىپ باشقا جايلارغا كەتمەكچى بولغان بىر ئىنسان ئىدىم. كىچىككىنە روزغارىمغا يوپۇرۇلۇپ كەلگەن ۋاقىتسىز غەم - قايغۇ، يەلكەمنى كېچە - كۈندۈز بېسىپ تۇرغان قەرزنى قايتۇرۇش ھەلەكچىلىكىدە بالىلىرىم بىلەن جاپا - مۇشەققەتكە چىداپ، تالاي تىرىشچانلىقلارنى كۆرسەتكەن بولسامۇ، ئاخىر قىلغان ئىشلىرىم مەغلۇبىيەت بىلەن ئاخىرلاشقانىدى. بۇنىڭ بىلەن، ئىقتىسادىي ۋە مەنىۋى تۇرمۇش ئەھۋالىم بارغانسېرى يامانلاشقان، ئۆزۈم تېخىمۇ چۈشكۈنلىشىپ، كۆڭلۈم ھېچنېمىگە تارتمايدىغان، ھېچ ئىش خۇشياقمايدىغان، ھەدېسىلا ھاراق ئىچىپ دەردىمنى چىقىرىدىغان كۈنگە قالغانىدىم. بۇ مەزگىلدە كاللامدا بىرەر ئىشنىڭ پېشىنى تۇتۇپ پۇل تېپىش ئارقىلىق مېنى كېچە - كۈندۈز ئارامىمدا قويمىغان قەرزىمنى قايتۇرۇپ، ئۆزۈمنى ئوڭشاشنىڭ ھېچقانداق يېڭى پىلانى يوق ئىدى. ئىشقىلىپ، نېمە قىلارىمنى بىلمەي گاڭگىراپلا يۈرگەنىدىم... ئاخىر تەلىيىمگە ماڭا ئامەت قۇچىقىنى ئاچتىمۇ، 2004 - يىلى 5 - ئاينىڭ مەلۇم بىر كۈنى قىزىمنىڭ «ھورۇنلارنىڭ بېيىش يولى» دېگەن كىتابىنى ئوقۇۋاتقانلىقىنى بىلدىم ۋە كىتابىنى قولۇمغا ئېلىپ بىر قۇر ۋاراقلاپ كۆزۈم توساتتىن «دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزنى ئۆزىڭىز دۇنيادا ئېرىشىشنى خالىغان ھەممە نەرسىگە ئېرىشتۈرىدۇ» دېگەن قۇرلارغا چۈشۈپ قالدى - دە، كۆڭلۈم پاللىدە يورۇپ كەتكەندەك بولدى! زېھنىمنى يىغىپ كىتابىنى قايتا - قايتا ئوقۇدۇم، ئوقۇغانسېرى مېڭەم سەگەكلىشىپ، گويا يېپيېڭى تۇرمۇش يولىغا ئېرىشكەندەك

بولدۇم. «دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى سىز كونكرېت نىشان بەلگىلىگەندە، سىزگە چوڭ ياردەم قىلىدۇ». ئاخىر مەن مەزكۇر كىتابنىڭ ئىنسانغا ئىلھام بەخش بايانلىرىدىن غەيرەتكە كېلىپ تۇنجى قېتىم ئۆزۈمنىڭ بۇ دۇنيادا ئېرىشمەكچى بولغان ئارزۇ - ئارمانلىرى — مەنىۋى ۋە ماددىي نەرسىلەر تىزىملىكىنى تۇرغۇزۇپ، كونكرېتنى قارار، پىلان ۋە نىشانىمنى ئىنچىكىلىك بىلەن تۈزۈپ، بۇلارنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ كونكرېت ئۇسۇللىرىنى بېكىتتىم.

«ھەقىقىي ئېنىق پىلان تۈزۈپ چىققان كىشىلەر ئۆزىنىڭ ھايات يولىدا كۆڭلىگە پۈككەنلىرىنى ئەمەلگە ئاشۇرالايدۇ.» شۇنداق قىلىپ، مېنىڭ يېڭى بىر ئىناق، باياشات، گۈزەل ئائىلە تۇرمۇشىنى روياپقا چىقىرىش ئۈچۈن ماڭىدىغان داغدام يول ماڭا كەڭ قۇچاق ئاچتى، ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان نىشانىم ۋە ئۇنى قانداق قىلىپ رېئاللىققا ئايلاندۇرىدىغان كونكرېت پىلانىم بار بولدى. شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، كىشىنى خۇشال قىلىدىغىنى مەندە تەۋرەنمەس ئىرادە ۋە ئۆزۈمگە نىسبەتەن زور ئىشەنچ پەيدا بولدى. ئاخىر ئەقىل تاپتىم، ئۆزۈمنى توختاتتىم. دەرۋەقە بۇرۇنقىدەك قارا كۈچۈمگە تايىنىپ پىلانسىز، نىشانسىز ئىشلەيدىغان ئەمەس، بەلكى ئەقىل - پاراسەتكە تايىنىپ ھازىرنى، كەلگۈسىنى كۆزلەپ نىشانلىق ئىش كۆرۈشكە ئاتلاندىم ... نەق گەپكە كەلسەم، مانا ئەمدى يەلكەمنى بېسىپ، قەددىمنى يادەك ئېگىلدۈرگەن 500 مىڭ يۈەن قەرزنى پاك - پاكىز قايتۇرۇپ بولدۇم، ھازىر 300 مو يەردە 30 مىڭ تۈپتىن ئارتۇق دەل - دەرىخىم بار، دېھقانچىلىق، ئورمانچىلىق، چارۋىچىلىق ۋە ئائىلە ساياھىتى كەسپى بىر گەۋدىلەشكەن كىچىك بىر ئۇنىۋېرسال مەيدانىم بارلىققا كەلدى. راستىمنى ئېيتسام، ئىش - ئوقىتىم جايىدا، كەيپىم چاغ، ئائىلە تۇرمۇشۇممۇ شۇنداق كۆڭۈللۈك ... ماڭا ھەقىقەتەن «تەلەي» قوشلاپ كەلدى. دەرھەقىقەت، بىز دەۋاتقان تەلەي ئەمەلىيەتتە، كىشىلەرنىڭ تەبىئەت قانۇنىيەتلىرىدىن توغرا ياكى خاتا پايدىلانغانلىقلىرىنىڭ نەتىجىسى ئىكەن. بىز بېيىغاندا، باشقىلارنى ئويلاش مەرىپەتپەرۋەر تىجا-

رەتچىلەرنىڭ ئېسىل خىسلىتى، يەنى «بىز ماددىي بايلىقتىن باشقا، يەنە شەخسىي ساپا ۋە پەزىلەتكىمۇ موھتاج.» دېمەكچى، مەن ھالال كەسىپ بىلەن شۇغۇللىنىپ روناق تېپىۋاتقان چېغىمدا، نۇرغۇن قېرىنداشلىرىم، دوست - ئاغىنىلىرىم يەنىلا قاتمال ئىدىيە، ناچار پسىخىكا ۋە پوزىتسىيە تەسىرىدە بېكىنمىلىق، ھۇرۇنلۇق، ئەقىل - ئىدراكىنى ئىشقا سالماسلىق، ئىدىيىسىنى يېڭىلىماسلىق سەۋەبىدىن قىلغان ئىشلىرىدا كۆزگە كۆرۈنگۈدەك نەتىجە قازىنالماي، مېنىڭ بۇرۇنقى قىسمىتىمدەك ھالغا چۈشۈپ قېلىۋاتىدۇ. شۇڭا، ھەرقانداق بىر ئادەم بىرەر ئىشنىڭ پېشىنى تۇتۇپ كۆڭۈلدىكىدەك نەتىجە يارىتىمەن دەيدىكەن، بۇ ئەڭگۈشتەر كىتابتىكى كۆرسەتمىلەر بويىچە ئىش كۆرگەندىلا چوقۇم كۆزلىگەن نىشان - مەقسەتكە يېتەلەيدۇ. بۇ خۇسۇستا ياخشى كۆڭلۈمنى دوستلارغا تەقدىم ئېتەي دېسەم، ھازىر بۇ كىتاب كىتابخانىلاردا يوق ئىكەن. شۇڭا، مەن شىنجاڭ خەلق نەشرىياتىغا قايتا بېسىپ بېرىشنى ھاۋالە قىلدىم.

سۆزۈمنىڭ ئاخىرىدا سەممىيلىك بىلەن شۇنداق دېمەكچىمەنكى، بۇ كىتابنى بىرنەچچە قېتىم كۆڭۈل قويۇپ چۈشىنىپ ئوقۇسىڭىز، بۇنىڭدىن كېيىن ھەرقانداق ئىشىڭىزدا ئۇتۇق قازىنىپ، ئىقتىسادتا بېيىپ مىليونېر بولۇپلا قالماي، ھەتتا سىزگە دائىم ئەسقاتقۇدەك چوڭقۇر بىلىم - كۈچ ۋە كەڭ دائىرىدىكى ئەقىل - پاراسەت ئاتا قىلىدۇ، بولۇپمۇ سىزدىكى ئۇزۇندىن بېرى ئۆزگەرمەي كېلىۋاتقان ناچار ئادەت بىلەن پاسسىپ پوزىتسىيىڭىزنى تۈپتىن ئۆزگەرتىپ، سىزنى 21 - ئەسىرگە لايىق يېڭى ئىختىساس ئىگىلىرىدىن قىلىپ يېتىشتۈرىدۇ.

ھۆرمەتلىك ئوقۇرمەن، كىتاب تارقىتىلغاندىن كېيىن چۈشەنمىگەن جايلىرىڭىز بولسا، مەن بىلەن ئالاقىلىشىڭ.

تېنىڭىزنىڭ سالامەتلىك، تۇرمۇشىڭىزنىڭ بەختلىك، ئۆزىڭىزنىڭ مەڭگۈ باي بولۇشىڭىزنى تىلەيمەن.

غۇلجا ناھىيە بايتوقاي يېزىسى
ھۆرمەت بىلەن: نۇرئەلى تۆمۈر
تېلېفون: 0999 - 4360065

ھۆرمەتلىك ئوقۇرمەن

سىز «ھورۇنلارنىڭ بېيىش يولى» ناملىق بۇ كىتابنى قولىڭىزغا ئالغان ۋاقتىڭىزدا بەلكىم «مەن ھورۇن ئەمەس، شۇڭا بۇ كىتابنى ئوقۇمىساممۇ بولىدۇ» ۋە ياكى «ھورۇن ئادەم قانداقمۇ باي بولالىسۇن؟» دەپ ئويلىشىڭىز مۇمكىن. توغرا، سىز ھورۇن ئەمەس. چۈنكى، خىزمەت، ئۆگىنىش، تۇرمۇش ھەلەكچىلىكىدە تىنىم تاپماي ئىشلەيسىز، بىراق سىز بۇ كىتابتا ئېيتقاندەك ئىقتىسادىي جەھەتتە شۇنچىۋالا بايمۇ؟ ئەگەر سىز بۇ نۇقتىغا قىزىقسىڭىز، ئۇنداقتا، «تىرىشچانلارنىڭ بېيىش يولى» دەپ چۈشەنسىڭىزمۇ بولىدۇ. قېنى، سىز مۇشۇ نۇقتىدا تۇرۇپ تۆۋەندىكى باياننى بىر ئوقۇپ چىقىڭ!

* * *

دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزنى ئۆزىڭىز دۇنيادا ئېرىشىشنى خالىغان ھەممە نەرسىگە ئېرىشتۈرىدۇ.

11 يىل ئىلگىرى، مېنىڭ ئەھۋالىم ۋەيران بولغانلارنىڭكىدىنمۇ پاجىئەلىك ئىدى — 50 مىڭ دوللاردىن ئوشۇق قەرزگە بوغۇلۇپ كەتكەنىدىم، ئىلكىمدە قالغان بىردىنبىر دۇنيايىم خوتۇنۇم بىلەن سەككىز بالام بولدى. بىز بىر كونا ئۆينى ئىجارىگە ئالدۇق، ئۆينىڭ ئەتراپى خارابىلىك ئىدى. قولىمىزدا بارى بەش يىل ئىشلەتكەن، شالاقلاپ قالغان ئەبجەق ماشىنا ئىدى. بانكىدا بار - يوقى يۈز - ئىككى يۈز

ئائىلە تۇرمۇش ئەھۋالىڭىزنىڭ خاتىرىسى

- يىلى - ئاينىڭ - كۈنى

ئىسىم فامىلىسى		تۇغۇلغان ۋاقتى	
جان سانى		تۇغۇلغان جايى	
مۇقىم كەسپى		ھازىرقى ئادرېسى	
قوشۇمچە كەسپى		ھەۋەسلىنىدىغان يۈرتى	
كېيىن قىلماقچى بولغان كەسپى		دادىسىنىڭ كەسپى	
ھازىرقى ئىقتىسادىي ئەھۋالى (يۈەن)		ئومۇمىي قەرزى	
ئايلىق تۇرمۇش چىقىمىڭىز			
يىللىق تۇرمۇش چىقىمىڭىز			
ئايلىق تاپاۋىتىڭىز			
يىللىق تاپاۋىتىڭىز			
ھاياتىڭىزدىكى ئارزۇ-ئارمانىڭىز			
يەتمەكچى بولغان نىشانىڭىز			
ئۆمرىڭىزدە تاپماقچى بولغان پۇلىڭىز			

دوللار پۇلىمىز بار ئىدى. لېكىن، مەن بۇ كىتابتا سۆزلەنگەن باي بولۇش يولىنى ئەمەلىيەتكە تەتبىقلاشقا باشلىغاندىن كېيىن، بىر ئاي ئىچىدىلا ئەھۋالىمدا چوڭ ياخشىلىنىش بولدى:

♣ مەن قەرز قايتۇرۇش لايىھىسى تۈزۈپ چىقتىم، بۇ لايىھە بولغاچقا، قەرز ئىگىلىرى ئىلگىرىكىدەك قەرز سۈيلەپ ئۆيۈمگە كەلمەيدىغان بولدى!

♣ مەن تۈندىرىبىرد ماركىلىق يېپيېڭى ماشىنىغا ئېرىشتىم، بۇ ماشىنىنى تېخى بىر ماشىنا سودىگىرى سوۋغات قىلدى!

♣ بانكىدىكى پۇلىمىز ئون ھەسسە كۆپەيدى!

♣ مۇشۇ مۆجىزىلەرنىڭ ھەممىسى دەسلەپكى 30 كۈن ئىچىدە كۆرۈلدى. بۇ پەقەت بىر كىچىككىنە ياخشى باشلىنىش!

ھازىر مەن 250 مىڭ دوللارغا يارايدىغان ئۆيدە ئولتۇرىمەن. مېنىڭ بۇ ئۆيىنى مۇنچىلىك پۇلغا يارايدۇ دېيىشىمدىكى سەۋەب، ئىلگىرى بىرەيلەن بۇ ئۆيىنى شۇ باھادا سورىغان، لېكىن ساتمىدىم. مېنىڭ ئۆيىنى رەنىگە قويۇپ قەرز ئالغان پۇلۇم بۇ سانىنىڭ يېرىمىغىمۇ يەتمەيدۇ. مېنىڭ بۇ پۇلنى قايتۇرۇۋەتمەسلىكىمدىكى بىردىنبىر سەۋەب، مېنىڭ باج بوغالتىرىم پەقەت ئەخمەقلەرلا شۇنداق قىلىدۇ، دەپ تۇرۇۋالدى. مېنىڭ ئىشخانام دېڭىز ساھىلىدا، ئۆيۈم بىلەن ئارىلىقى بىر يېرىم مىلچە كېلىدۇ. مەن بىلەن ئارىلىشىدىغان نۇرغۇن كىشىلەر مېنىڭ كۈن بويى ئىشخانىدا ئالدىراش

يۇرمەيدىغانلىقىمنى، لېكىن قىلىدىغان ئىشىمنىڭ كۆپلۈكىنى بىلىدۇ.

مەن ھەر كۈنى ئالتە سائەت ئەتراپىدا ئىشلەيمەن، يەنى بىر يىلدا ھېسابتا سەككىز - توققۇز ئاي ئىشلەيمەن. قالغان ۋاقىتلىرىمنى تاغ ئۈستىدىكى كىچىك ئۆيۈمدە ئائىلەمدىكىلەر بىلەن جەم بولۇپ خۇشال - خۇرام ئۆتكۈزىمەن. مەن بۇ ئۆيىنى 30 مىڭ دوللارغا سېتىۋالدىم، پۇلنى نەق ساناپ ئالدىم.

ھازىر ئىلكىمدە ئىككى كېمەم ۋە كادىلاك ماركىلىق بىر ماشىنام بار، ھەممىسىنىڭ پۇلىنى تۆلەپ بولدۇم.

بىزدە پاي چېكى، زايوم، سالغان مەبلەغ بولغاندىن باشقا، بانكىدا يەنە خېلى كۆپ پۇلىمىز بار. ئەڭ مۇھىمى، مەن بىباھا بىر گۆھەرگە — ئائىلەمدىكىلەر بىلەن خۇشال - خۇرام جەم بولالايدىغان ۋاقىتقا ئېرىشتىم.

مەن ئۆزۈمنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش سىرىمنى — ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولىنى سىزگە ئېيتىپ بەردىم. بۇ سىرنى ھازىرغىچە پەقەت بىر نەچچە يېقىن دوستۇمغىلا ئېيتىپ بەرگەن.

مەن يوغان گەپ قىلىۋاتمايمەن، بەلكى سىزگە كاپالەت بېرىۋاتىمەن، ئەگەر سىز بۇ سىرنى دادىللىق بىلەن جارى قىلدۇرالىسىڭىز، ئۇنىڭ غايەت زور كۈچىنى چوقۇم كۆرەلەيسىز. مېنىڭ «دادىللىق بىلەن» دېيىشىمدىكى سەۋەب، ئۇنىڭ بىر كەمچىلىكى، ئۇ قارىماققا بەكلا ئاسان كۆرۈن-

دۇ. مەن سىزدىن ئۇنىڭغا «ئىشىنىش»نى ئۆتۈنمەيمەن، بەلكى ئۇنى سىناپ بېقىشىڭىزنى ئارزۇ قىلىمەن. بۇنىڭغا ئەڭ ياخشىسى ئۆزىڭىز بىر نېمە دەڭ.

مۇندەرىجە

بىرىنچى قىسىم

بىرىنچى باب سىز يولغا چىقىپ بولدىڭىز 3

ئىككىنچى باب سىزدە هازىرمۇ كەمتۈكلۈك بار... 22

ئۈچىنچى باب قورقۇنچ بىر خىل پاسسىپ ئامىل 38

تۆتىنچى باب پىلانىمىزنى هەرىكەتكە ئايلاندۇ-رايلى 44

بەشىنچى باب تىزىملىكتىكى ئىشلارنى ئىنتىلىش نىشانىڭىزغا ئايلاندۇرۇڭ 50

ئالتىنچى باب قانچىلىك ۋاقىت كېتىدۇ 75

يەتتىنچى باب سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇ-تېرىڭىز 93

سەككىزىنچى باب سىز هازىر قەيەردە 113

ئىككىنچى قىسىم

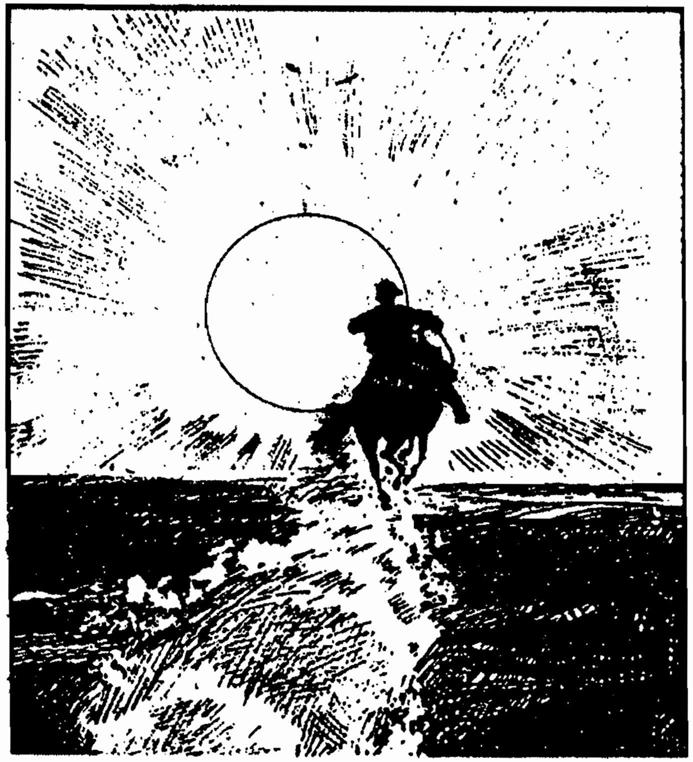
توققۇزىنچى باب پاسسىپ ئامىللارنى يوقىتىڭ... 125

ئونىنچى باب ئاكتىپ ئامىلنى تەكىتلەش ... 132

ئون بىرىنچى باب دۇنيادىكى ئادەمنى هاياجانغا سالى-دىغان تىجارەت شەكلى 137

ئون ئىككىنچى باب ئۆزىگە خاس ئىدىيە يېتىلدۈرۈش ماھارىتى 143
ئون ئۈچىنچى باب باھا ۋە سودا ئەمەلىيىتى 185
ئون تۆتىنچى باب قانداق قىلغاندا ئېلاننى ياخشى يازغىلى بولىدۇ 247
ئون بەشىنچى باب ئەڭ ياخشى ۋاقىت ۋە ئېلان ئورنىنى قانداق سېتىۋالغىلى بولىدۇ ... 276
ئون ئالتىنچى باب ياخشى چارىگە كۆپ پۇل كەتمەيدۇ 308

بىرىنچى قىسىم



بىرىنچى باب

سىز يولغا چىقىپ بولدىڭىز

سىز ھازىر كۆڭلىڭىزگە پۈككەن ئىشنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش يولىغا قەدەم بېسىپ بولدىڭىز، قېنى، بۇ دۇنيادا ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسىگە قۇچاق ئېچىڭ! دىققەت قىلىڭ، مەن بۇ يەردە «ھەرقانداق نەرسە» دېگەن سۆزنى ئەمەس، «ھەممە نەرسە» دېگەن سۆزنى ئىشلىتىۋاتىمەن، بۇ ئىككى سۆزنىڭ ئوتتۇرىسىدا مۇھىم پەرق بار!

ئەگەر بۇ دۇنيادا سىز ئېرىشىشنى ئويلىغان «ھەرقانداق نەرسە»نى سىزگە ھەدىيە قىلالايدىغان ئادەم بولسا، ئۇنداقتا ئۇنىڭ ھەدىيىسى چوقۇم مەلۇم چەكتە بولىدۇ، ئۆزىگە ئېلىپ قالىدىغىنى سىزگە بەرمەكچى بولغىنىدىن كۆپ ئارتۇق بولىدۇ. «ھەرقانداق نەرسە» ئەمەلىيەتتە «ھەرقانداق بىر نەرسە»نى بىلدۈرىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، مەلۇم ئادەم سىزگە بۇ دۇنيانى بەرمەكچى بولسا، ئاخىرىدا بارغاندا سىزنىڭ ئېرىشىدىغىنىڭىز پەقەت ئۇنىڭ ئازغىنە بىر قىسمى بولىدۇ، ئۇ ئادەم قالغان بارلىق قىسمىنى ئۆزىگە ئېلىپ قالىدۇ.

لېكىن، «ھەممە نەرسە»گە ئېرىشىش بولسا ھېچقانداق چەكلىمىسى يوق ۋەدە! دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئەمەلىيەتكە باغلاشنىڭ مۇھىم بىر تەركىبىي قىسمى، ھەممە نەرسىنى ئېنىق كۆزىتىش ۋە ھەرقانداق چەكلىمىدىن قۇتۇلۇشتىن ئىبارەت. سىز يۇقىرىدىكى بىرىنچى جۈملىنى ئوقۇغاندا، بۇ كىتابنىڭ سىزگە نېمىلەرنى ئېيتىپ بېرەلەيدىغانلىقىغا مەلۇم بىر چەك قويغان بولۇشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، مۇھىمى سىز بۇنداق چەك قويۇشتىن

ساقلىنىڭ.

بۇ بابتىكى بىرىنچى جۈملە سۆزنى يەنە بىر قېتىم كۆزىمىزدىن ئۆتكۈزۈۋېتەيلى!

«سىز ھازىر كۆڭلىڭىزگە پۈككەن ئىشنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش يولىغا قەدەم بېسىپ بولدىڭىز، قېنى، بۇ دۇنيادا ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسىگە قۇچاق ئېچىڭ!»

سىز ئۇنى ئوقۇۋاتقاندا قانداق تەسىراتقا كېلىۋاتىسىز؟ بۇ ئاددىي بايان ئىچىگە يوشۇرۇنغان ئېھتىماللىقى بار ھەقىقەتنى رەت قىلىش ئويىدا بولۇۋاتامسىز؟ ئادەتلەنگەن تەپەككۇرىڭىز بويىچە ئىختىيارسىز ھالدا: «ئۇنىڭدا دېيىلىۋاتقىنى ماڭا توغرا كەلمەيدۇ»، «ئۇ چاقچاق قىلىۋاتقاندۇ؟»، «بۇ ئاقمايدىغان گەپ» دەپ قاراۋاتامسىز؟ سىزنىڭ شۇنداق خىياللاردا بولۇشىڭىز ئېھتىمالغا يېقىن. چۈنكى، بىز بۇنىڭغا ئادەتلىنىپ كەتكەن.

ھېچقانداق ئاساسى بولمىغان بۇنداق ئۇچۇرلارغا پەقەت ئەخمەقلەرلا ئاسان ئىشىنىپ قالىدۇ. ئۆزىنى قاتتىق چەكلەشتىن قۇتۇلغان ئاقىللار بولسا: «قانداق قىلسام بولىدۇ؟» دېگەن سوئالنى قويىدۇ.

ئۆزىڭىزنى چەكلەپ تۇرغىنىڭىزدىن خىجىل بولماڭ. بايلىققا ئېرىشەلمەسلىكىڭىزنى «بىلىدىغانلىقىڭىز» ياكى ئۇنىڭدىن «قورقىدىغانلىقىڭىز» سەۋەبلىك، ئەسلىدىنلا سىزگە تەئەللۇق بولغان بايلىقنى رەت قىلماڭ. پەقەت: «قانداق قىلسام بولىدۇ؟» دېگەن سوئالنى قويسىڭىزلا بولىدۇ.

قانداق قىلغاندا سىز ئۆزىڭىز ئېرىشمەكچى بولغان بارلىق نەرسىگە ھەقىقىي ئېرىشەلەيسىز؟ بۇ كىتابنى مەن بىلەن بىللە باشتىن - ئاخىر ئوقۇپ چىقسىڭىز، بۇ سىر ئېچىلىدۇ. ئەمدى سىز ئۆزىڭىزنى چەكلەشنى بىر چەتكە قايرىپ قويالامسىز؟ ئادەمنى مەغلۇبىيەتكە ئېلىپ بارىدىغان گۇمانلارنى بىر ياققا چۆرۈۋېتىپ، قانداق قىلسا بولىدىغانلىقىنى ئۆگىنىپ باقامسىز؟

مانا بۇ سىز بېسىشقا تېگىشلىك بىرىنچى قەدەم. سىز ھەرقانداق ئىشتىن گۇمانلانسىڭىز بولىدۇ، لېكىن دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىگە ئىشەنمىسىڭىز بولمايدۇ — ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولى — سىزگە ئەسقېتىپ قېلىشى مۇمكىن.

دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە دېگەن نېمە؟ ئۇ مەن تاپالىغان ئەڭ مۇۋاپىق ئىسىم، ئۇ ئەڭ ياخشى مۇۋەپپەقىيەت لايىھىسىنى شەكىللەندۈرىدىغان تەبىئەت قانۇنىيىتى ۋە ھەقىقەتنى ئومۇملاشتۇرۇشقا ئىشلىتىلىدۇ. دىنامىكا — بۇ ھەقىقەتنىمۇ ھاياتىي كۈچكە تولغان ئۇقۇم، ئۇ سىزنىڭ زور كۈچ سەرپ قىلىپ قەيسەرلىك بىلەن ئالغا ئىلگىرىلىشىڭىزگە، ھەرقانداق نىشاننى ئەمەلگە ئاشۇرۇشىڭىزغا تۈرتكە بولىدۇ، ئۇ گويا تۈگمەس ئېنېرگىيە ھاسىل قىلىدىغان غايەت زور گېنېراتورغا ئوخشاش، ئۆكسمەس ئېنېرگىيە بۇلىقى؛ پسىخولوگىيە — ئۇمۇ «دىنامىكا»غا ئوخشاش، نىشانغا يېتىشتە كەم بولسا بولمايدىغان نەرسە. ئۆتكەن 75 يىلدا بىز پسىخولوگىيە توغرىسىدا خېلى چوڭقۇر چۈشەنچىگە ئىگە بولدۇق، بىز ئۈچۈن تازا ئېنىق بولمىغان تەبىئەت قانۇنىيىتىنى بولسا، پسىخىكىلىق ھادىسىلەرنى تەتقىق قىلىش ئارقىلىقلا ئاستا - ئاستا چۈشىنىشكە باشلىدۇق.

دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى: ئاسان چۈشەنگىلى بولمايدىغان، لېكىن مۇھىم تەبىئەت قانۇنىيىتىنى پىلانلىق ئىشلىتىپ، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش يولىدا قەدەممۇقەدەم تەكشۈرۈش، مۇھاكىمە ئېلىپ بېرىش ۋە ئۇنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش.

سىز دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئۆگىنىش جەريانىدا، ئىلگىرى ئاڭلىغان بەزى ئاساسلىق پاكىتلارنى بايقىشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، ھازىر سىز بىر خىل يېڭى ئىدىيىنىڭ يېتەكچىلىكىدە، شۇنىڭغا ئوخشاپ كېتىدىغان بەزى ھەقىقەتلەرنى تونۇپ يېتىسىز، ئۆزىڭىزنىڭ مەسىلىسىنى ئۇلاردىن پايدىلىنىپ قانداق

ھەل قىلىشنى ئۆگىنىۋالىسىز. بۇ خۇددى سىز ماشىنا ھەيدەشنى
ياكى ئۇنى رېمونت قىلىشنى بىلمەي تۇرۇپلا، ماشىنىنىڭ خېلى
بۇرۇنلا دۇنياغا كەلگەنلىكىنى بىلگىنىڭىزگە ئوخشاش ئىش.

لېكىن، سىز ئەمدى ئۆگىنىدىغان نۇرغۇن نەرسىلەر سىز
ئۈچۈن ئېيتقاندا يېڭى، ھەتتا سىزگە بىرئاز غەلىتە تۇيۇلۇشىمۇ
مۇمكىن. سىزنىڭ كۆڭلىڭىزدىكى تومانلارنى تارقىتىۋېتىش ئۈ-
چۈن، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ماڭا نېمىلەرنى
قىلىپ بەرگەنلىكىنى سۆزلەپ بېرەي. ئۇنى تېخىمۇ توغرا چۈشىند-
ۈرەلىشىڭىز ئۈچۈن، ئاۋۋال مېنىڭ 11 يىل ئىلگىرىكى ئەھۋالىمنى
چۈشىنىپ بېقىڭ.

ئۇ چاغدا مەن ئىشسىز ئىدىم. ئەر - خوتۇن ئىككىمىز سەك-
كىز بالا بىلەن ئۆرۈلۈپ كېتەي دېگەن بىر ئەسكى ئۆيدە ئولتۇرات-
تۇق، ئۆينىڭ ئەتراپىمۇ خارابىلىك ئىدى. پۈتۈن ئۆيدىكىلەر كوند-
راپ ئەبجەقى چىقىپ كەتكەن تۈندېربىرد ماركىلىق بىر ماشىنىنى
ئىشلىتەتتۇق، ئۇ ماشىنىنىمۇ مىڭ تەستە پۇل يىغىپ ئالغاندۇق.
50 مىڭ دوللار قەرزىمىزمۇ بار ئىدى. ئاشۇنداق تەس كۈنگە قالغان
كۈنلەرنىڭ بىرىدە، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ يار-
دىمىدە «ھەقىقىي ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسە» گە ئېرىشە-
لەيدىغانلىقىمنى ئاڭلاپ قالدىم. مېنىڭ ئەينى چاغدىكى ھېسسىيا-
تىمنى تەسەۋۋۇر قىلالامسىز؟ مەن ئۇنىڭغا ئىشىنىپ كەتمىدىم،
لېكىن ئۆزۈمگە ئايان، مەن بىر قارا نامرات، ئۇنىڭغا ئىشەنسەممۇ،
بىرەر نەرسەمدىن ئايرىلىپ قېلىش ئەندىشەم يوق، ئۇنىڭ ماڭا چوڭ
ياردىمى تېگىپ قالامدۇ تېخى. بىرئاز ئەخمىقانە، كۆرۈنۈشتە بەكلا
ئاددىي بولسىمۇ، مەندەك ئۈمىدسىزلىك پاتقىقىغا پېتىپ قالغان
ئادەم ھەرقانداق نەرسىنى سىناپ بېقىشقا ئۇرۇنۇپ باقىدىكەن.

شۇڭا، ئۇلار «ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسە» گە ئېرىشە-
لەيدىغانلىقىمنى ئېيتقاندا، مەن بىر سىناپ بېقىش نىيىتىگە كەل-
دىم. مەن ئىلگىرى ئۇخلىسامىمۇ چۈشۈمگە كىرمەيدىغان بىر قاتار

نىشانلارنى بېكىتىپ چىقتىم.

تەڭرى گۇۋاھدۇركى، مەن بۇ نىشانلارنى ئاشۇ ئېغىر كۈنلەردە
بېكىتىپ چىقتىم، يەنە كېلىپ بۇلار كېيىن ئەمەلگە ئاشقان
پاكىتلار.

نىشان: «مەن سۇ ئۈستىگە سېلىنغان، 75 مىڭ دوللار
قىممىتىگە ئىگە بىر ئۆيگە ئېرىشىمەن.»

ئەمەلىيەت: ئۈچ يىلدىن كېيىن 75 مىڭ 700 دوللار خەج-
لەپ، مارىنا رايونىدىن بىر كورپۇس ئۆي سېتىۋ-
الدىم. كېيىن ئۇنى بىر قۇر زىننەتلەپ چىق-
تۇق، ھازىر ئۇنىڭ قىممىتى 500 مىڭ دوللار-
دىن ئاشىدۇ. مېنىڭ بۇنداق دېيىشىمدىكى سە-
ۋەب، ئىلگىرى ئۇنى بىرەيلەن مۇشۇ باھادا سېتىۋ-
الماقچى بولغان، مەن ساتمىدىم.

نىشان: «مەن تۈندېربىرد ماركىلىق، قارا رەڭلىك يېپ-
يېڭى ماشىنىغا ئېرىشىمەن.»

ئەمەلىيەت: مەن 30 كۈن ئىچىدە مۇشۇ خىل ماشىنىنى ماڭا
ئېلان قىلدۇرماقچى بولغان بىر ماشىنا سېتىش
شىركىتى بىلەن كۆرۈشۈپ قالدىم. بۇ شىركەت-
نىڭ دىرېكتورى مېنىڭ كونا بويى ئەبجەقى چى-
قىپ كەتكەن «تۈندېربىرد» ھەيدەپ يۈرگىنىمنى
كۆرۈپ، يۇمۇرلۇق قىلىپ ماڭا: بۇ بىزنىڭ ما-
شىنا سېتىش شىركىتىمىز ئۈچۈن نومۇس، دې-
دى. ماڭا تۈندېربىرد ماركىلىق قارا رەڭلىك
يېپيېڭى ماشىنىدىن بىرنى بەردى. بىرنەچچە ئاي-
دىن كېيىن ئۇنى ئۆزۈم پۇل چىقىرىپ سېتىۋالدىم.

نىشان: «مەن بىر يىلدا 100 مىڭ دوللار پۇل تاپىمەن.»

ئەمەلىيەت: بولتۇر تاپقان پۇلۇم بۇ سانىنى ئىككى قاتلىدى.

نىشان: «مەن ئىشلىرى ئوبدان يۈرۈشۈپ تۇرغان بىرنەچ-

چە كىچىك شىركەتكە ئىرىشىمەن. مەن كونك-
رېت باشقۇرۇش خىزمەتلىرىنى ئىقتىدارى بار
ئادەملەرگە تاپشۇرىمەن.»

ئەمەلىيەت: مەن بۇ نۇقتىنى ھەقىقىي ئەمەلگە ئاشۇرالىدىم.

نىشان: «مەن بىر كېمىگە ئېرىشىمەن. بۇ كېمەم ستېۋ
مارتىننىڭ كېمىسىگە ئوپمۇئوخشاش بولىدۇ.»

ئەمەلىيەت: مېنىڭ مۇشۇنداق كېمىگە ھەۋەس قىلىپ يۈرگە-
نىمگە ئىككى يىل بولغانىدى، بىر ئاغىنەمدە دەل
مۇشۇنداق كېمە بار ئىدى. مەن بۇ نىشاننى بې-
كىتكەن 30 كۈن ئىچىدە، ئۇ ئاغىنەم ماڭا تېلې-
فون بېرىپ، كېمىسىنى تۆۋەن باھادا ساتماقچى
ئىكەنلىكىنى، ئەگەر خالىسام، ھەرقانداق شە-
كىلدە پۇل تۆلەش يولى بىلەن ئېلىۋالسام بولىدى-
غانلىقىنى ئېيتتى. ئاغىنەمنىڭ تەكلىپىنى شەيـ-
تاننىڭ كەينىگە كىرگەندەكلا قوبۇل قىلدىم. ھا-
زىر بىزدە ئىككى كېمە بار، ئىككىلىسىنى نەق
پۇلغا ئالغان.

نىشان: قەرزلىرىمنى قايتۇرۇپ بولىمەن.

ئەمەلىيەت: گەپنىڭ راستىنى قىلسام، دەسلەپكى ۋاقىتلاردا،
بۇنى ئۆزۈممۇ ئۇخلىماي چۈش كۆرگەنلىك دەپ
ئويلىغانىدىم. لېكىن، مەن ئادۋوكاتنىڭ تەكلى-
پىنى قوللانمىدىم (ئۇ ماڭا، ۋەيران بولغانلىقىڭ-
نى جاكارلا، دەپ مەسلىھەت بەرگەن.) بەلكى
قەرز ئىگىلىرىنى بىر يەرگە يىغىپ مەسلىھەتلەش-
تىم، ئۇلارغا قەرزدىن ھەرگىز تېنىۋالمايمەن،
ۋاقتى كەلگەندە پۇلۇڭلارنى بىر تىيىن كەم قىل-
ماي قايتۇرىمەن، دېدىم. لېكىن، بانكىغا پۇل
قويسام توڭلانقۇز ۋۇەتمەسلىكىنى، ئۇنداق قىلسا

پۈتۈن كۈچۈم بىلەن پۇل يىغىپ قەرز قايتۇرۇشقا
ئامالسىز قالىدىغانلىقىمنى تاپىلىدىم. مەن بۇ
قەرزلەرنىڭ ھۆددىسىدىن چىقىپ كېتەلەيدىغانلى-
قىمغا ئىشىنەتتىم. ئۇلار مېنىڭ قەرز قايتۇرۇش
لايىھەمگە قوشۇلدى. مەن قەرز قايتۇرۇش ۋەدەم-
نى ئەستايىدىللىق بىلەن ئەمەلگە ئاشۇرۇپ ماڭ-
دىم. مەن ئۈستۈمگە ئارتىلىپ قالغان نۇرغۇن
قەرزنى تولۇق قايتۇرۇپ بولدۇم.

ئەمدى سىلەر ئەگەر دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى
بىر ماڭىلا ماس كېلىدۇ دەپ ئەنسىرىسەڭلار، ئۇنداقتا ئېرىنمەي
تۆۋەندىكى پاكىتنى ئەستايىدىل كۆرۈپ چىقىڭلار.

بىرنەچچە يىل ئىلگىرى، بىر يىگىت ئۆزىنىڭ پرېستانىنى ماڭا
سېتىپ بەردى. ئىككىمىز بىللە بولغان چاغلاردا، مەن ئۇنىڭغا
دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى سۆزلەپ بېرەتتىم. مې-
نىڭ بۇنداق قىلىشىمدىكى سەۋەب، ئۇ ئىككىمىز دېيىشمەيدىغان
گەپى يوق يېقىن دوستلاردىن بولۇپ قالغانىدۇق. ئۇ ماڭا ئۆزى
ئىشلەۋاتقان شىركەتنىڭ ۋەيران بولۇش گىردابىغا بېرىپ قالغانلى-
قىنى، ئۆزىنىڭ ئىشسىز قېلىش خەۋپىگە دۇچ كەلگەنلىكىنى سۆز-
لەپ بەردى. ئۇنىڭ پۈتۈن مال - مۈلكى 300 دوللارغا يارايدىغان
بىر موتسىكلىت ئىدى. ئۇ يەنە بانكىغا 102 دوللار قەرز ئىدى.
ئىلگىرىمۇ ئۇنـــىڭ يىللىق كىرـمـىـى 10 مىڭ دوللاردىن ئېشىپ
باقماپتىكەن.

بىرنەچچە كۈن ئىلگىرى، ئۇ ئۆزى ئۈچۈن دەسلەپكى قەدەمدە
بېكىتكەن كۆرەش نىشانىنى ماڭا كۆرسىتىش ئۈچۈن ئىشخانامغا
كەپتۇ. ئۇ ماڭا ئۆزىدىكى ئىلگىرىلەشنىمۇ سۆزلەپ بەردى. ئۇ يەنە
بۇلارنىڭ ھەممىسى دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ كا-
رامىتى ئىكەنلىكىنى ئالاھىدە تەكىتلەپ ئۆتتى. ئۇ دەسلەپتە بېكىت-

كەن ھەربىر كۆرەش نىشانىنى ھالقىپ ئۆتۈپ، ئۆزىگە يەنە يېڭى نىشان بەلگىلىدى.

دەسلەپكى نىشان: يىللىق كىرىمنى 18 مىڭ دوللارغا يەتكۈزۈش.

ئەمەلىيەت: ئۇ بىر يىلدا 40 مىڭ دوللار تاپتى. ئۇنىڭ شىركىتىنىڭ پاي چېكى نيۇيورك پاي چېكى سودىسى بازىرىغا سېلىنىپتۇ. ئۇنىڭ ئىچىدە ئۇنىڭمۇ پېيى بار ئىكەن.

دەسلەپكى نىشان: بىر ئارامگاھقا ئېرىشىش.

ئەمەلىيەت: ئۇ 100 مىڭ دوللارغا يارايدىغان چارۋىچىلىق مەيدانىغا ئېرىشتى.

دەسلەپكى نىشان: ھاراق تاشلاش.

ئەمەلىيەت: ئۇ ھاراقنى تاشلىيالىدى.

دەسلەپكى نىشان: ئۆزىگە خاس تۇرالغۇغا ئېرىشىش.

ئەمەلىيەت: ئۇ بىر كورپۇس ئۆيگە ئېرىشتى.

دەسلەپكى نىشان: مەبلەغ خاراكتېرلىك ئۆسۈملۈك زايومىغا ئىگە بولۇش.

ئەمەلىيەت: ئۇ 30 مىڭ دوللار قىممىتىدىكى زايومغا ئېرىشتى.

[illegible] مەن سىزگە كۆرسىتىپ بەرمەكچى بولغان بېيىش يولىنى سىناپ باققان يەنە باشقىلارمۇ بار، ئۇلارنىڭ تۇرمۇشى ھازىر ئىلگىرىكىدىن ئاسمان - زېمىن پەرق قىلىدۇ.

چىكاگودا بىر تۇل ئايال بار، ئۇ مەن بىلەن تونۇشقاندىن كېيىن، مېنىڭ بېيىش يولۇمدا مېڭىپ باقتى. ئۆتكەن بەش يىلدا ئۇنىڭ يىللىق كىرىمى 25 مىڭ دوللار بولۇپ كەپتىكەن. ھازىر 70 ياشقا كىرىپ قالغان بۇ موماي يېتەرلىك پۇل يىغىپ، دۇنيانى ئايلىنىش ساياھىتىگە چىقىپ كەتتى. ئۇ مېنىڭ بېيىش يولۇمدا ماڭغاچقىلا، مۇشۇ نەتىجىلەرگە ئېرىشتى. يەنە خىزمىتى مېنىڭكىدە

دىنىمۇ جاپالىق بىر ئەپەندى بار ئىدى. ئۇ مېنىڭ بېيىش يولۇمنى ئەمەلىيەتكە تەتبىقلىغاندىن كېيىن، سەككىز يىل ۋاقىت ئىچىدە 1 مىليون 100 مىڭ دوللار پۇل تاپتى.

دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيەسىنى سىناپ باققان ھەربىر ئادەم ئۇنىڭ ھەقىقەتەن ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدىغانلىقىنى بايقايدۇ. ئەمەلىيەتتە، مەن ھازىرغىچە دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيەسىنىڭ سىرىنى بەك كۆپ ئادەمگە ئېيتىپ بەرمىدىم. چۈنكى، مېنىڭ كۆپ ۋاقىتلاردا ئېرىشكەن مۇكاپاتىم تەكەببۇرانە كۈلكە بولدى. «تېخىمۇ مۇھىمى»، مەن ئۇلارنىڭ ئۆز - ئۆزىگە: «بۇ ھەرگىزمۇ ئۇنداق ئاددىي ئىش ئەمەس!» دەۋاتقانلىقىنى ئاڭلاپ تۇردۇم.

لېكىن، ئەمەلىيەتتە ئۇ ھەقىقەتەنمۇ شۇنداق ئاددىي!

نۇرغۇن كىشىلەر بۇ قانۇنىيەتنى چۈشەنگەندە ھەمدە ئۇلاردىن پايدىلىنىپ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشنى ئۆگىنىۋالغاندا، سىز بەلكىم بۇنىڭدىن ئەجەبلىنەرسىز.

20 - ئەسىرنىڭ 50 - يىللىرىدىلا، خېلى چوڭ شىركەتلەرنى ئوبدان يۈرۈشتۈرۈپ كېتىۋاتقان ئاساسلىق باشقۇرغۇچى خادىملار سىز قوبۇل قىلىش ئالدىدا تۇرغان بۇ ھەقىقەتلەرنى تونۇشقا باشلىغان، ئاتالمىش «مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئىلمىي ئاساسى» ئۈستىدە بىرىنچى قېتىم تەتقىقات ئېلىپ بارغان ئاشۇ ئادەملەرنىڭ ئىسمىنى بىلىدىغان ئادەم يوق، مەنمۇ ئۇلارنى توغرا ئېيتىپ بېرەلمەيمەن. لېكىن، ئۇزۇن ئۆتمەيلا، ھەر ساھەدىكى يول ئاچقۇچىلار يۇقىرى ئۈنۈمدىكى خىلمۇخىل تەربىيەلەش كۇرسلىرى، مۇھاكىمە يىغىلىشلىرى ۋە ئۆزئارا باش قوشۇش يىغىنلىرىنى ئۇيۇشتۇرۇشقا باشلىدى.

بۇ خىل مۇلازىمەتكە ئالىدىغان ھەق ناھايىتى ئۈستۈن بولدى، مۇلازىمەت قوبۇل قىلىدىغان باشقۇرغۇچىلار نەچچە مىڭلاپ دوللار تۆلىسىمۇ، لېكىن ئۇلار ناھايىتى قىممەتلىك بىلىملەرنى ئىگىلىۋا-

لىدۇ. بۇ بىلىملەردىن پايدىلىنىپ، ئىشلىرىدا مۇۋەپپەقىيەت قازى-
نىدۇ. مۇۋەپپەقىيەت قازانغاندىن كېيىن ئېرىشكەن زور پايدىغا
سېلىشتۇرغاندا، دەسلەپتە خەجلىگەن بىرنەچچە مىڭ دوللار ھېچنې-
مىگە ئەرزىمەس ئوقۇش ھەققى بولۇپ قالىدۇ، خالاس.
شەك - شۈبھىسىزكى، مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئاچقۇچى ئادەمگە
پۈتمەس - تۈگىمەس كۈچ ئاتا قىلىدۇ. مۇۋەپپەقىيەت بەختىگە
ئېرىشكەن كىشىلەر ئۇنى ئالدىراپ باشقىلارغا ئېيتىپ بەرمەيدۇ.
ئۇلار پەقەت بۇ ئارقىلىق ئېرىشكەن زور ئارتۇقچىلىقىنى ساقلاپ
قېلىشنىلا ئويلايدۇ.
چوڭ شىركەتلەرنىڭ خوجايىنلىرى مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئاچقۇچى-
غا تولىمۇ قىزىقىدۇ. مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئاچقۇچى توغرىسىدا ئېچى-
لىدىغان يىغىنلارنىڭ ئورنىنى مۇزاكىرىلىشىدۇ، شىركەتلىرىنىڭ
ئاسمان - پەلەك بىنالىرىدىن باشقا يەرلەرگە يۆتكىلىدۇ. ئۇلار
كىچىك ئۆمەك بولۇپ تەشكىللىنىپ، ئادەم ئاۋارە قىلمايدىغان تاغ
ئۈستىلىرى ۋە ئارامگاھلاردا مۇشۇ مەسىلە ئۈستىدە مۇزاكىرە يې-
غىنلىرى ئاچىدۇ. بۇنداق يىغىنلارغا قاتنىشىدىغانلارنىڭ چىقىمى
شۇنداق يۇقىرى، قاتنىشىدىغانلارمۇ يۇقىرى دەرىجىلىك باشقۇرغۇ-
چىلار بىلەنلا چەكلىنىدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، بۇنداق پۇرسەتكە ئېرى-
شىدىغانلار ناھايىتى ئاز سانلىقنى ئىگىلەيدۇ.
مۇۋەپپەقىيەت ئاچقۇچى ئۈستىدە تەتقىقات ئېلىپ بېرىش خېلى
بۇرۇنلا باشلانغان، يەنە كېلىپ توختاپ قالماي داۋاملىشىپ كېلىۋا-
تىدۇ. كىشىلەر ئىنسانىيەت تەرەققىياتىنىڭ ھەربىر باسقۇچىدىكى
مۇنازىرە تەلەپ قىلمايدىغان پاكىتلارنى يىغىپ ھەقىقەتنى شەكىللەن-
دۈردى، بارغانسېرى نۇرغۇن كىشىلەر ئۇنى تونۇپ يەتتى. كىشى-
لەرنىڭ بۇ تەتقىقاتتىكى يېڭى باياقاشلىرىنىڭ ئۈزلۈكسىز خۇلاسىلى-
نىشىگە ئەگىشىپ، كىشىلەرنى مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشقا يېتەكلەي-
دىغان ئەندىزىمۇ بارغانسېرى ئېنىق نامايان بولۇشقا باشلىدى.
ئۇ ئەندىزىلەر نېمە ئۈچۈن «بەزىلەر چوقۇم غەلىبە قىلىدۇ،

بەزىلەر بولسا مۇقەررەر مەغلۇپ بولىدۇ» دېگەن مەسىلىنى يېشىپ
بېرىدۇ. تېخىمۇ مۇھىمى، ئۇ ئەندىزىلەردىن تۇغۇلىدى بولغان
قائىدە - پرىنسىپلار ئۇنىڭغا ئەمەل قىلغان ئادەملەرنى مەغلۇبىيەت-
تىن يىراق قىلىدۇ.
سىز دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى تۇرمۇشىڭىزغا
قانداق تەتبىقلاشنى ئۆگىنىۋالالامسىز؟ سىز چوقۇم ئۆ-
گىنىۋالالايسىز.
ئەمدى كېيىنكى بابلاردا سىز ئۆزىڭىزگە مۇناسىۋەتلىك بەزى
بىلىملەرنى ئۆگىنىسىز، بۇ بىلىملەردىن سىز ھازىرغىچە پۈتۈنلەي
خەۋەرسىز! سىز ئۆزىڭىزنىڭ ئىلگىرى نېمە ئۈچۈن ھازىرقىدەك
مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشەلمىگەنلىكىڭىزنى چۈشىنىسىز. سىز يەنە نې-
مە ئۈچۈن بەزى ئىشلارنى قىلىپ بولۇپ، ئارقىدىنلا پۇشايمان
قىلىدىغانلىقىڭىزنىمۇ چۈشىنىسىز. ئوخشاشلا مۇھىمى، سىز قان-
داق قىلىپ باشقىلارنى ئۆزىڭىز ئۈچۈن جان تىكىپ ئىشلەيدىغان
قىلىشنى، كۆڭلىڭىزدە ئويلىغانلىرىڭىزنى قانداق ئەمەلگە ئاشۇ-
رۇشنى ئۆگىنىۋالالايسىز.
سىز مۇۋەپپەقىيەت قازانغان يەنە بىر ئادەمنى كۆرگەندە: «ئۇ
نېمىدېگەن تەلەيلىك!» دەپ ئۇھسىنمايدىغان بولىسىز. چۈنكى،
سىز «تەلەي» ياكى «تەقدىر» دېگەنلەرنىڭ بىر ئادەمنىڭ مۇۋەپپە-
قىيەت ياكى مەغلۇبىيىتى بىلەن قىلچە مۇناسىۋەتى يوقلۇقىنى تو-
نۇپ يېتىسىز. بىز دەۋاتقان «تەلەي» ئەمەلىيەتتە كىشىلەرنىڭ
تەبىئەت قانۇنىيەتلىرىدىن توغرا ياكى خاتا پايدىلانغانلىقلىرىنىڭ
نەتىجىسى. تەبىئەت قانۇنىيىتىدىن قانداق توغرا پايدىلىنىشنى بىلى-
ۋالسىلا، ھەرقانداق ئادەم ئۇنىڭدىن ئۇنۇملۇك پايدىلىنالايدۇ.
ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئىشنى سىزنىڭ ئارزۇيىڭىزدىكى نىشانغا
ئېلىپ ماڭىدىغان كۈچ ھەر ۋاقىت مەۋجۇت. يېڭى كۈچ بۇلىقىنى
ئېچىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق، ئۆزىڭىزنىڭ يوشۇرۇن كۈچىڭىزنى
قېزىپ چىقسىڭىزلا بولىدى.

دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ كۆچى توكقا بەك ئوخشايدۇ. توكنى ھېچكىم ئىجاد قىلغان ئەمەس، توك تەبىئەت دۇنياسىدا ئەسلىدىنلا مەۋجۇت. كىشىلەر مەۋجۇت بولغان تەبىئەت ھادىسىلىرىدىن قانداق پايدىلىنىشنى ئۆگىنىۋالغاندىلا، قانداق قىلىپ توكتىن پايدىلىنىپ قاراڭغۇلۇقنى يورۇقلۇققا ئايلاندۇرۇشنى بىلگەن. ھازىر ھەرقانداق ئادەم توك مەنبەسىنىڭ كۇنۇپكىسىنى بىرلا بېسىپ، ئۇ مۆجىزىنى كۆز ئالدىڭىزدا نامايان قىلالايدۇ. چۈنكى، ئۇ توك ئۇلانغان ھامان چىراغ ياندۇرۇلىدىغانلىقىنى بىلىدۇ. سىز يەنە بىر خىل تەبىئەت ئېنېرگىيىسىدىن پايدىلىنىپ شۇنىڭغا ئوخشاش ئىشلارنى قىلىشنى ئۆگىنىۋالىسىز.

توك ئەگەر جايىدا ئىشلىتىلسە، ئىنسانىيەت ئۈچۈن بەخت يارىتىدۇ، ئەگەر جايىدا ئىشلىتىلمىسە، كىشىلەرگە زىيان ئېلىپ كېلىدۇ. دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىمۇ شۇنداق، ئەگەر ئۇنىڭدىن ياخشى پايدىلىنالىسىڭىز، ئۇ سىزگە پۈتمەس - تۈگىمەس مەنپەئەت ئېلىپ كېلىدۇ، ئەگەر ياخشى پايدىلىنالمىسىڭىز، ئۇ چاغدا ئېغىر ھالاكەتكە ئۇچرايسىز. ئۇنى ئۆگىنىش جەريانىدا شۇنى چوڭقۇر ھېس قىلىسىزكى، ئۇنىڭدىن مۇۋاپىق پايدىلانمىسىڭىز، سىز تونۇپ يەتمىگەن تەقدىرىدىمۇ، يەنىلا مەغلۇپ بولغىنىڭىز بولغان.

لېكىن، سىز ئۆگىنىشنى باشلىغانلا بولسىڭىز، مۇھىم بىر قەدەمنى باسقان بولىسىز. شۇنىڭدىن كېيىن سىز ئىلگىرىكى خاتالىقلار بىلەن خوشلىشىسىز، ئۆزىڭىز ئۈچۈن يېڭى بىر ھايات يولى بەرپا قىلالايسىز.

سىز ئۈچۈن ئېيتقاندا، مۇۋەپپەقىيەتكە نېمە ۋەكىللىك قىلىدۇ؟ سىزنىڭ جاۋابىڭىز باشقىلارنىڭكىگە ئوخشاپ كېتىشى مۇمكىن، لېكىن ھەرگىزمۇ ئوپمۇئوخشاش بولمايدۇ. ئۇ ھايات يولىڭىزدىكى مۇۋەپپەقىيەتنى شەكىللەندۈرىدىغان بارلىق نەرسە — خىزمەت، سالامەتلىك، بايلىق، مۇھەببەت قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە

ئېلىشى كېرەك. بەزىلەر ئۈچۈن، ئۇ يەنە خاتىرجەملىكنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئېلىشى مۇمكىن، يەنە بەزىلەر ئۈچۈن ئۇ ھاياجانلىنىدىغان ئىشلارنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئېلىشى مۇمكىن. سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قارىشىڭىز بىلەن باشقىلارنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قارىشى ئوتتۇرىسىدا مەيلى قانچىلىك پەرق بولسۇن، بۇ قىلچە مۇھىم ئەمەس. ئىلمىي مۆلچەرلەر ۋە تەتقىقاتلار بىزگە شۇنى كۆرسىتىپ بېرىدۇكى، ئەڭ مۇھىمى، سىز تۇرمۇشتىن نېمىگە ھەقىقىي ئېرىشمەكچى ئىكەنلىكىڭىزنى چۈشىنىشىڭىز كېرەك.

سىزنىڭ ئەمدىكى قىلىدىغان ئىشىڭىز ئىچكى دۇنيايىڭىزدىكى ھەقىقىي ئارزۇيىڭىزنى نەق تېپىپ چىقىش. نېمە ئۈچۈن ئۆزىڭىزنىڭ ھەقىقىي ئارزۇيىڭىزنى كونكرېت چۈشىنىشىڭىز كېرەك دەيسىز؟ چۈنكى، تەكشۈرۈشلەردىن مەلۇم بولدىكى، تۇرمۇشتا نېمىگە ئېرىشىشنى ھەقىقىي بىلىدىغان، ئۆز ئارزۇيىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ ئېنىق پىلانىنى ھەقىقىي تۈزگەن ئادەملەر ئومۇمىي نوپۇسنىڭ 2‰ گىمۇ يەتمەيدىكەن.

ئوخشاش بىر تەكشۈرۈشتىن مەلۇمكى، ھەقىقىي ئېنىق پىلان تۈزۈپ چىققان كىشىلەر ئۆزىنىڭ ھايات يولىدا كۆڭۈلدىكىگە پۈككەنلىرىنى ئەمەلگە ئاشۇرالىغان (بۇ بىر مۇھىم ئامىل، ئۇ سىز ئۆگىنىدىغان مەزمۇنلارنىڭ بىرى، شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، سىز يەنە قانداق قىلغاندا ئۇنۇملۇك پىلان تۈزگىلى بولىدىغانلىقىنىمۇ ئۆگىنىشىڭىز كېرەك.)

لېكىن، كونكرېت پىلان تۈزۈش كىشىلەرنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىدىكى ئامىللارنىڭ بىرى. تۆۋەندە كۆرسىتىدىغىنىمىز، بىر ئادەمنىڭ مۇۋەپپەقىيىتىنى ئۆلچىگىنىمىزدا، كاللىمىزدا پەيدا بولۇش ئېھتىمالى بولغان بەزى مۇۋەپپەقىيەت ئامىللىرى. تۆۋەندىكى تىزىملىكتىن ئۆزىڭىز بارلىق مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچىلاردا ئومۇمىيۈزلۈك بار، دەپ قارىغان سۈپەتلەرنى تاللاپ چىقىڭ:

1. ھايات يولىدىكى تەلىيى

2. ئائىلە كېلىپ چىقىشى
3. ئىجتىمائىي نەتىجىسى
4. ئاساسىي ئەقىل - ئىدراكى
5. تەربىيىلىنىش ئارتۇقچىلىقى
6. تەن ساغلاملىقى
7. يۈكسەك قىزغىنلىقى
8. ئوتتەك قىزىقىشى
9. قەتئىيلىك ۋە كەسكىنلىكى
10. زور ئىقتىسادىي كۈچى

سىز تۆۋەندىكى قۇرلارنى ئوقۇشتىن ئىلگىرى، ئازراق ۋاقىت چىقىرىپ، ئۆزىڭىزنىڭ تاللىغانلىرى ئۈستىدە ئەستايىدىل كاللا قاتۇرۇپ بېقىڭ.

سىزنىڭ تاللىغانلىرىڭىز چوقۇم خاتا.

ئالدىڭىزدا تۇرغان تەبىئەت قانۇنلىرىدىن قايسىسى ئەڭ مۇھىم؟ سىزنىڭ بۇ پاكىتنى تونۇۋېلىشىڭىز ئۈچۈن، مەن سىزگە شۇنى ئېنىق ئېيتىماقچى، سىز ئالدىنىپ قالدىڭىز.

ئۇنىڭ توغرا جاۋابى، يەنى بارلىق ھەقىقىي مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچىلاردا ئورتاق بار بولغان سۈپەت يۇقىرىقى قاتارغا كىرگۈزۈلمىگەن. ئوبدانراق ئويلاپ بېقىڭ، ئەجەبا، بۇ تىزىملىك ھەقىقەتەن بىز مۇۋەپپەقىيەت ئۈستىدە ئويلانغاندا دائىم ئېسىمىزگە كېلىدىغان ھەربىر ئامىلنى ئۆز ئىچىگە ئالغانمۇ؟ ئەڭ مۇھىم ئامىللار ھەقىقەتەن كىرگۈزۈلگەنمۇ؟

ياق! يۇقىرىدا كۆرسىتىلگەن ھەر خىل شەرتلەرنى نۇرغۇن ئادەم ھازىرلىغان. لېكىن، ئادەمنى ئەپسۇسلاندۇرىدىغىنى، ئۇلار ئەڭ ئاخىرىدا ئېچىنىشلىق مەغلۇپ بولدى. لېكىن، نۇرغۇن ئادەمنىڭ تەلىيى كاج، ئائىلە شارائىتى ناچار، تۈزۈك مۇنتىزىم تەربىيە كۆرمىگەن، تېنى ئاجىزراق، مۇناسىۋەتكە ئۇستا ئەمەس، لېكىن

ئۇلار قۇرۇق قول ئىگىلىك تىكلەپ، ئەڭ ئاخىرىدا زور مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشتى.

ئۇنداقتا، بارلىق مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچىلاردا ئورتاق بار بولغان ئىككىنچى سۈپەت زادى نېمە؟ سىز يۈرىكىڭىزدىكى ھەقىقىي ئارزۇنى چۈشەنگەن، بۇ ئارزۇلارنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ كونكرېت پىلانىنى تۈزۈپ بولغان ئەھۋالدا، بېسىشقا تېگىشلىك ئىككىنچى قەدەم زادى نېمە؟

ئۇ بولسىمۇ، ئۆزىڭىزدە بار بولغان بارلىق ئىقتىداردىن ئۈنۈملۈك پايدىلىنىش!

ھەربىر مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچى ئۆزىدە بار بولغان ۋاقىت، زېھىن، پۇل، ئىجادكارلىقتىن ھەقىقىي ئۈنۈملۈك پايدىلانغان، ئۆزىدىكى ئاجىزلىقلارنى يەڭگەن، يېتەرسىزلىكلىرىنى تولۇقلىغان. ئۇلار شۇنى چۈشىنىدۇ، ئۆزىدە نېمىنىڭ بولۇشى مەسىلىنى چۈشەندۈرۈپ بېرەلەيدۇ، مۇھىمى، ئۇنىڭدىن قانداق ئۈنۈملۈك پايدىلىنىشتا.

بۇرۇنقى زاماندا بىر ئاقىل دۇنيادا مەغلۇبىيەتنىڭ پەقەت ئۈچ خىللا تىپى بولىدۇ، دېگەنىكەن:

مەغلۇبىيەتنىڭ 1 - تىپى — كونكرېت، ئېنىق نىشانى بار، لېكىن ئۇلارنى ئۈنۈملۈك قوغلاشمىغان.

بۇ خىلدىكى ئادەملەر ئۆزىنىڭ نەگە بارماقچى ئىكەنلىكىنى بىلىدۇ، لېكىن ئەزەلدىن ئۇ يەرگە يېتىش يولىدا ئۈنۈملۈك تىرىشچانلىق كۆرسەتمەيدۇ.

مەغلۇبىيەتنىڭ 2 - تىپى — بارلىقىنى ئاتاپ، پۈتۈن كۈچى بىلەن تىرىشىدۇ، لېكىن كونكرېت، ئېنىق نىشانى يوق.

بۇ خىلدىكى ئادەملەر ئات كۈچى ناھايىتى يۇقىرى كېمىگە ئوخشايدۇ، لېكىن رولى يوق. ئۇلار قارىماققا پۈتۈن كۈچى بىلەن

ئالغا ئىلگىرىلەۋاتقاندەك كۆرۈنىدۇ، لېكىن نىشانغا مەڭگۈ يېتەلمەيدۇ.

مەغلۇبىيەتنىڭ 3 - تىپى — ھەم كونكرېت، ئېنىق نىشانى يوق، ھەم ئۆزىدە بار بولغان بارلىق نەرسىدىن ئۈنۈملۈك پايدىلىنالمايدۇ.

بۇ ئادەمنى ئەڭ غەمگە سالىدىغان بىر خىل تىپ.

مەيلى سىز ئىلگىرى قايسى تىپقا تەۋە بولۇڭ، سىزنى ئارزۇيەڭىزغا، مۇۋەپپەقىيەتكە يات ھالدا يەتكۈزمەيۋاتقان نەرسە مەيلى نېمە بولسۇن، سىز ئىزدەۋاتقان جاۋاب دەل مۇشۇ بىر نەچچە بەتتە.

ئەمدى تەسەۋۋۇر قىلىپ بېقىڭ، ئۆزىڭىزنى كاتتا سەيلە كېمىسىنىڭ خوجايىنى دەپ تەسەۋۋۇر قىلىڭ، مەن سىز ياللىۋالغان كېمە باشلىقى بولاي. كېمە سىزنىڭ بولغانىكەن، ئۇنىڭ بىلەن قەيەرگە بېرىشنى سىز بەلگىلەيسىز. مېنىڭ خىزمىتىم قەيەرلەرگە بارغىلى بولىدىغانلىقىنى سىزگە ئېيتىپ بېرىش. سىز بىر يەرگە كۆڭۈل توختاتقاندىن كېيىن، ئۇ يەرگە بېرىشتا ماڭىدىغان يوللارنى كۆرسىتىپ بېرىش. بۇ يول بىزگە تەھدىت ئېلىپ كېلىدىغان ھەرقانداق خەتەردىن يىراق بولۇشى، بىزنى كۆزلىگەن يەرگە تېز يەتكۈزىدىغان بولۇشى كېرەك.

سىز سەيلە كېمىڭىز بىلەن تېزرەك يولغا چىقىپ كېتىشنى خالايسىز، شۇڭا بىز سىزنىڭ مۇشۇ قېتىملىق سەپەردە ئىگىلىۋېلىشقا تېگىشلىك بارلىق نەرسىلەرنى تېزلىكتە ئىگىلىۋېلىشىڭىزغا ياردەم قىلىمىز. بىز بۇ قېتىمقى سەپىرىمىزنى ئاخىرلاشتۇرۇشتىن ئىلگىرى، سىز ئۆزىڭىز كېمە باشلىقى بولۇپ يېتىشىپ چىقىسىز.

دېمەكچى بولغىنىم، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى سىز كونكرېت نىشان بەلگىلىگەندە، سىزگە چوڭ ياردەم قىلىدۇ. شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، كونكرېت نىشاننى ياخشى تاللاش مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىزنىڭ ئالدىنقى شەرتى. شۇنىڭدىن كې-

يىن، ئۇ سىزگە ئۈنۈمدارلىقنى قانداق قوغلىشىش، نىشاننى قانداق ئەمەلگە ئاشۇرۇشنى ئۆگىتىدۇ.

بىزنىڭ سىزدىن كۈتىدىغىنىمىز نېمە؟ مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچىلار قاتارىغا قوشۇلۇشىڭىز ئۈچۈن نېمىلەرنى قىلىشىڭىز كېرەك؟ قىلىدىغانلىرىڭىز ناھايىتى ئاز. ئەگەر سىز ئېرىشىدىغان زور پايدا بىلەن بۇ پايدىغا ئېرىشىش يولىدا كۆرسەتكەن تىرىشچانلىقىڭىزنى سېلىشتۇرۇپ باقىدىغان بولسىڭىز، سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلارنىڭ ئەمەلىيەتتە ئانچە كۆپ ئەمەسلىكىنى بايقايسىز. شۇڭا، مەن ئۇنى «ھۆرۈنلارنىڭ بېيىش يولى» دەپ ئاتىدىم.

سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلار كۆپ بولمىسىمۇ، لېكىن بۇ سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلارنى قىلىۋاتقاندا ھۆرۈنلۇق قىلسىڭىز بولىدىغانلىقىدىن ياكى كۆڭۈل قويماي، قولىڭىزنىڭ ئۇچىدىلا قىلىپ قويسىڭىز بولىدىغانلىقىدىن دېرەك بەرمەيدۇ. ئەمەلىيەت دەل ئۇنىڭ ئەكسىچە. دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ سىزگە ئېلىپ كېلىدىغان بارلىق پايدىسىغا ئېرىشىشتە، سىزنىڭ ھەرىكىتىڭىز ناھايىتى مۇھىم.

سىز ئورۇنداشقا تېگىشلىك ۋەزىپە كۆپ ئەمەس، قىيىنمۇ ئەمەس. بايلىق، مۇۋەپپەقىيەت، قانائەتچانلىققا ئېرىشىشىڭىز ئۈچۈن، چوقۇم R، S، V، P نى قىلىشىڭىز كېرەك!

R، S، V، P: Read ئوقۇش — Study تەتقىق قىلىش — Visualize تەسەۋۋۇر — Perform ئورۇنداش.

سىز مۇشۇ لايىھە بويىچە ئىش قىلىۋاتقاندا، R، S، V، P لارنىڭ بۇ يەردىكى مەنىسىنى ئېسىڭىزدە چىڭ تۇتۇڭ.

ئوقۇش تېخىمۇ ئازادە ياشاش، ئۆزۈم تىرىشىۋاتقان ھەربىر تۈردە مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئاچقۇچىغا ئېرىشىش ئۈچۈن، مەن چوقۇم كىتاب ئوقۇشۇم كېرەك. ئەگەر بۇ كىتابنى ئەستايىدىل ئوقۇمىسام، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى ئىپادىلىگەن تەبىئەت قانۇنى ئىچىدىن ھەقىقەتنى قانداق بايقىيالايمەن؟

لېكىن، مەن باش چۆكۈرۈپ ئوقۇش بىلەنلا بولۇپ كەتسەم، بىر نەرسە ئۆگىنەلىشىم مۇمكىن ئەمەس. ئەگەر مەن مەكتەپتىكى دەرسلىكلەرنى خۇددى گېزىت ئوقۇغاندەك شارىلدىتىپ ئوقۇپ چىقسام ھېچنېمىنى ئۆگىنەلمەيمەن.

شۇڭا، مەن چوقۇم تەتقىق قىلىشىم كېرەك.

تەتقىق قىلىش مەن كىتابنى بىر قۇر ۋاراقلاپلا قويماي، ئۇنىڭدىكى مەزمۇننى تەتقىق قىلىشىم كېرەك. مەن پۈتۈن زېھنىمنى يىغىپ ئوقۇشۇم، تەپەككۇرۇم، كۆزقارىشىم ۋە ئويلىغانلىرىمنى ئوقۇغان مەزمۇنلار بىلەن بىرلەشتۈرۈشۈم كېرەك. مۇشۇنداق قىلسام، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ كۈچىنى ئۈزلۈكسىز ئاشۇرالايمەن. ئۇ كۈچ چۈشىنىشتىن كېلىدۇ، كىتابتا سۆزلەنگەن بارلىق مەزمۇننى چۈشىنىۋېلىش ئۈچۈن، مەن ئەستايىدىل تەتقىق قىلىشىم كېرەك.

مەن ئۇ كۈچنى توپلاشقا باشلىغان ھامان، ئۇنى رېئال تۇرمۇشتا ئىشلىتىشىمگە توغرا كېلىدۇ. ئۇنداقتا، يېڭىدىن قېزىپ چىققان بۇ كۈچنى قانداق ئىشلىتىشىم، قانداق ۋاقىتتا ئىشلىتىشىم، قەيەرگە ئىشلىتىشىم كېرەك؟ مەن ئېنىق بىر تېزىسقا موھتاج.

شۇڭا، مەن تەسەۋۋۇر قىلىشىم كېرەك.

تەسەۋۋۇر مەن ئۆزۈمنىڭ مول تەسەۋۋۇر كۈچۈمنى جارى قىلدۇرۇپ، ئوقۇغان ۋە تەتقىق قىلغان شەيئىنى ھەقىقىي، جانلىق نەرسە دەپ تەسەۋۋۇر قىلىشىم كېرەك. مەن پىكىر يۈرگۈزۈش ياكى ئۆزۈمنىڭ بەزى قاراشلىرىنى خاتىرىلەپ مېڭىشنى ئۆگىنىۋېلىشىم، بۇ قاراشلىرىمنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ پىلانلىرىنى كاللامدىن كىنو لېنتىسىدەك ئۆتكۈزۈشۈم كېرەك. ئاشۇ قاراش، پىلان، نىشانلارنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ كونكرېت ئۇسۇللىرىنى كاللامدا ھەقىقىي پىشۇرۇپ چىقىشىم كېرەك. ئاندىن دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ياردىمى بىلەن ئۇلارنى تۇرمۇشۇمدىكى رېئاللىققا ئايلاندۇرىمەن.

تەسەۋۋۇر ھەرگىزمۇ ئادەتتىكى خىيال ئەمەس، ئۇ خىيالغا قارىغاندا تېخىمۇ ئەتراپلىق، تېخىمۇ تەپسىلىي بولىدۇ. مۇنداقچە ئېيتقاندا، ئادەتتىكى خىيال بىر خىل قۇرۇق نەرسە، ئۇ ئادەمدە ھەرگىزمۇ ھەقىقىي قانائەت ھاسىل قىلالمايدۇ، تەسەۋۋۇر بولسا ئادەمنىڭ ئېڭىدىكى خىيالنى رېئاللىققا سىڭدۈرىدۇ.

ئالىملاردا دەسلەپكى ۋاقىتتا ئاددىيلا بىر خىيال — خام خىيال پەيدا بولىدۇ، لېكىن ئۇ ئۆزىنىڭ خىيالى ئۈستىدە رەسمىي كاللا قاتۇرۇشقا باشلىغاندا، ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان، توغرا ھەم تەپسىلىي تەسەۋۋۇرغا ئۆتىدۇ. ئۇ ئۆزىنىڭ كەشپىياتىنى «كۆرۈش»كە باشلايدۇ، بۇ كەشپىياتىنىڭ ماددىي شەكلى ئۇنىڭ كۆز ئالدىدا جانلىق زاھىر بولغاندەك بولىدۇ. مەنمۇ مۇشۇ يولنى تۇتۇشۇم كېرەك. بۇنداق قىلىش دەسلەپكى ۋاقىتتا تەسكە توختىشى مۇمكىن، لېكىن مەن بۇنىڭدىن ئەنسىرىمەيمەن، چۈنكى بۇ كىتابتا كۆرسىتىلگەن لايىھىلەر مېنىڭ تەسەۋۋۇر قىلىشىمغا نۇرغۇن تەرەپلەردىن ياردەم قىلىدۇ، مەن خىيالىمنى رېئاللىققا ئايلاندۇرىمەن.

مەن ئۇ خىل ئىقتىدارنى پۈتۈنلەي يېتىلدۈرەلەيمەن، گەپ ئۇنى ئورۇنداشقا تۇتۇش قىلىشىمدا.

ئورۇنداش مېنىڭ ئورۇنداش ئۇسۇلۇم بۇ كىتابنىڭ ئالدىنقى بابلىرىدا ناھايىتى تەپسىلىي بايان قىلىنغان. مېنىڭ قىلىدىغىنىم ئۆزۈمگە ۋەدە بېرىش: مەن قەتئىي ھالدا كىتابتا كۆرسىتىلگەن تەرتىپ بويىچە ئىش تۇتىمەن. مۇۋەپپەقىيەت ئاملى ھەربىر تەرتىپ ئىچىگە سىڭىپ كەتكەن.

مەن ئوقۇش، تەتقىق قىلىش، تەسەۋۋۇر ۋە ئورۇنداشتىن ئىبارەت بۇئاددىي تۆت تەرتىپ بويىچە ئىش تۇتۇشۇم كېرەك.

مەن بۇ بىرنەچچە تەرتىپنى تولۇق ئورۇنداپ بولغاندىن كېيىن، مۇۋەپپەقىيەت ماڭا قۇچاق ئاچىدۇ!

ئىككىنچى باب

سىزدە ھازىرمۇ كەمتۈكلۈك بار

بىر ئاقىل ئىلگىرى شۇنداق دەپتىكەن، بىر خىل سوۋغات بار، ئۇنى ھەقىقىي دوستلىرىمىزنىڭ ھەممىسى بىزگە سوۋغا قىلىشنى خالايدۇ. بۇ سوۋغات بىز ئەڭ موھتاج بولغان نەرسە بولۇشى، لېكىن ئەڭ چوڭقۇر دوستلۇقنىمۇ بىراقلا بۇزۇۋېتىشى مۇمكىن، ئۇ بولسىمۇ تەنقىد. تەنقىد قانچىكى ئايرىم شەخسكە قارىتىلسا، ئۇنىڭ كەلتۈرىدىغان ئازابى شۇنچە كۈچلۈك بولىدۇ.

سىز ھازىر ئۆزىڭىزدىن مەمنۇن بولۇپ، ئۆزىڭىزگە بىر ئاز تەمەننا قويۇپ يۈرگەن بولۇشىڭىز مۇمكىن، ئۇنداقتا مەن سىزنىڭ بۇ ياخشى كەيپىياتىڭىزنى بۇزۇپ قويۇش خەۋپىگە قارىماي، ۋۇجۇدىڭىزدا مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇۋاتقان كەمتۈكلۈكلەرنى ئەينەن سۆزلەپ بېرەي. سىزدە نېمە كەمتۈكلۈكلەر بارلىقىنى مەن قانداق بىلىۋالدىم؟ بىلىۋېلىشىمدىكى سەۋەب، سىز مەن چىقارغان ئېلانغا جاۋاب قايتۇردىڭىز، جاۋابىڭىزغا قاراپ، سىزدە بەزى كەمتۈكلۈكلەرنىڭ بارلىقىنى سېزىۋالدىم. لېكىن، سىز مېنىڭ ئېلانىمغا ئىنكاس قايتۇردىڭىز، بۇمۇ سىزنىڭ تۇرمۇشىڭىزدا بەزى چوڭ ئۆزگىرىشلەرنىڭ بولۇشىنى خالايدىغانلىقىڭىزنى چۈشەندۈرىدۇ. دېمەك، سىز ئەڭ مۇھىم بىر قەدەمنى باستىڭىز!

مەن بۇ يەردە «كەمتۈكلۈك» توغرىسىدا گەپ ئاچقىنىمدا، سىزنىڭ بويى ئېگىزلىكىڭىز، بەدەن ئېغىرلىقىڭىز، تاشقى قىياپىتىڭىز، كۈچ - قۇدرىتىڭىز، ئەرلەرگە خاس سالاپىتىڭىز ياكى ئاياللارغا خاس سۈلكىتىڭىزنى كۆزدە تۇتمىدىم. مېنىڭ كۆڭۈل

بۆلىدىغىنىم، ھەرقانداق ئادەمنىڭ ۋۇجۇدىدا مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشى مۇمكىن بولغان كەمتۈكلۈك، يەنى ئۆز ئوبرازىدىكى كەمتۈكلۈك.

ئۆز ئوبرازىڭىزدىكى كەمتۈكلۈك سىزنىڭ ھاياتىڭىزدا ئەڭ ئاۋۋال يولۇقىدىغان ئىشلارنىڭ بىرى. ئۇ سىزنىڭ كەلگۈسىدە مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ياكى مەغلۇپ بولۇشىڭىزغا بىرقەدەر ئۇزۇن تەسىر كۆرسىتىدۇ، ئۇنىڭ رولى باشقا ھەرقانداق ئامىلنىڭ ئۆز ئالدىغا ئوينىغان رولىدىن كۆپ كۈچلۈك بولىدۇ. بۇ ئېگىلمەس ھەقىقەت، چۈنكى ئۇ تەقدىرىڭىزنىڭ ئاساسىي يېتەكچى ئامىلى.

ئەگەر مېنىڭ بۇ گەپلىرىمگە ئىشەنگۈڭىز كەلمەيۋاتقان بولسا، ئۇنداقتا سىزدىن سوراپ باقاي: ئەگەر سىزنىڭ ئىگىلگەن بىلىم ۋە ئېتىقادىڭىز بەش - ئالتە ياش ۋاقتىڭىزدىكىدىن قىلچە پەرقلەنمىسە، ئۇنداقتا سىز ھازىرقى خىزمەت، دوستلۇق، ھېسسىيات ۋە تۇرمۇشقا قانداقمۇ تەمكىنلىك بىلەن يۈزلىنەلەيسىز؟

سىز ھازىر قۇرامىڭىزغا يەتتىڭىز، ئەگەر يەنىلا كىچىك بالىلاردەك تونۇش ۋە ئېتىقادتا يۈرسىڭىز، ئۆزىڭىزمۇ ئويلاپ يېتەلەيسىز، سىزگە ئەڭ ئاددىي خىزمەتنى تۇتقۇزۇپ قويسىمۇ، ئۇنى قالايمىقان قىلىۋېتىسىز. ئەگەر مۇناسىۋەت ئىقتىدارىڭىز باغچا بالىلىرىنىڭكىدىن پەرقلىنىپ كەتمىسە، ئۇنداقتا سىزنىڭ باشقىلار بىلەن ياخشى كىشىلىك مۇناسىۋەت ئورنىتىپ كېتەلىشىڭىز مۇمكىن ئەمەس.

قۇرامىغا يەتكەن ئادەم ئۈچۈن خىزمەت ۋە كىشىلىك مۇناسىۋەت ئوخشاشلا ناھايىتى مۇھىم. ھازىر سىزدە مۇشۇ تەرەپلەردە مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇۋاتقان كەمتۈكلۈكلەر ئەمەلىيەتتە سىز ئالتە ياش ۋاقتىڭىزدىلا ئاساسەن شەكىللىنىپ بولغان. مەن بۇ يەردە گەپدانلىق قىلىپ، قۇرۇق نەزەرىيە سېتىۋاتقىنىم يوق، دېگەنلىرىمنىڭ ھەممىسىنىڭ ئىلمىي ئاساسى بار.

ئۆز ئوبرازىڭىزدا كەمتۈكلۈك بارلىقىغا جەزم قىلغاندىن كېيىن، سىزدە چوقۇم مۇنداق سوئال تۇغۇلىدۇ: ياشنىڭ چوڭىيىشى-

غا ئەگىشىپ ئۇنىڭدا ئۆزگىرىش بولغانمۇ؟ مېنىڭ جاۋابىم: «بول-
مىغان، ئاساسەن ھېچقانداق ئۆزگىرىش بولمىغان (بۇنىڭ سەۋەبى-
نى كېيىن سۆزلەيمىز). ئەگەر ئالاھىدە تىرىشچانلىق كۆرسىتىپ
ئۇنى ئۆزگەرتكەن بولسىڭىز، بۇ باشقا گەپ!»

سىزنىڭ ئەمدىكى سوئالىڭىز بۇنداق بولۇشى مۇمكىن: ئۆز
ئوبرازىدىكى بۇ خىل كەمتۈكلۈك نېمىگە يېتەكچىلىك قىلىدۇ ياكى
تەسىر قىلىدۇ؟ جاۋاب: ئۇ ئىنسانلارنىڭ ھەربىر ئىش ـ ھەرىكىتى-
گە ئازدۇر ـ كۆپتۇر يېتەكچىلىك قىلىدۇ ياكى تەسىر كۆرسىتى-
دۇ! ئۇ بۇ نۇقتىنى مۇۋەپپەقىيەتكە توزاق قۇرۇش ئارقىلىق ئەمەل-
گە ئاشۇرىدۇ! ئۇ قۇرامىغا يەتكەنلەرنىڭ بالىلىقىدىكى ئىدىيە چەك-
لىمىسىدىن بۆسۈپ چىقىپ، ئۆزىنىڭ يوشۇرۇن ئىقتىدارىنى تولۇق
جارى قىلدۇرۇشنى توسىدۇ.

بۇ خىل ئۆز ئوبرازىدىكى كەمتۈكلۈك كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان
ئاقىۋەت شۇكى، كىشىلەر ئادەتتە ئۆزىنىڭ يوشۇرۇن ئىقتىدارىنىڭ
10% ىدىنلا پايدىلىنالايدۇ! بۇ قىلچە گۇمان كەتمەيدىغان پاكىت.
بەش ـ ئالتە ياش چاغلاردا پەۋقۇلئاددە كۈچ ۋە زور ئىقتىدارغا ئىگە
ئىكەنلىكىگە چوڭقۇر ئىشىنىدىغانلار ناھايىتى ئاز چىقىدۇ. ئۆزىدە
كەم ئۇچرايدىغان تالانت بارلىقىنى سېزەلمەيدۇ.

ئۇ خىل كەمتۈكلۈكنى بىز ئىلگىرى ئۇچرىغان خىلمۇخىل
بېسىملار كەلتۈرۈپ چىقارغان. بۇ بېسىملار كىچىك ۋاقتىمىزدىكى
«نېمىنى قىلسام بولىدۇ، نېمىنى قىلسام بولمايدۇ» دېگەندەكلەر-
دىن ئىبارەت، بالىلىقىمىزدىن شەكىللىنىپ قالغان بەزى ئادەتلەر-
دىن بۇ نۇقتىنى كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇ. ئىلمىي نۇقتىدىن ئېيتقاندا،
بۇ «شەرتلىك رېفلېكس» دەپ ئاتىلىدۇ.

بۇ بېسىملارنى ئىككى تۈرگە بۆلۈشكە بولىدۇ: «بىرىنچى
تۈرى، كېيىنكى كۈنلەردە بىزنىڭ ئالغا ئىنتىلىشىمىزگە تۈرتكە
بولىدىغان بېسىم؛ ئىككىنچى تۈرى بولسا، كېيىنكى كۈنلەردە
بىزنىڭ ئالغا ئىنتىلىشىمىزگە توسالغۇ بولىدىغان بېسىم. بىزنىڭ

بالىلىق ۋاقتىمىزدىن شەكىللىنىپ قالغان، بىز ئۈچۈن پايدىلىق
بولغان شەرتلىك رېفلېكس بوگۈنكى كۈنلۈكتە بىزنىڭ نۇرغۇن
كۈندىلىك ئىشلارنى ئىختىيارسىز ھالدا ياخشى قىلىشىمىزغا تۈرتكە
بولىدۇ. ئالايلى، بىز ئاياغنى كىيىپ بولغاندىن كېيىن، ئويلىنىپ
ئولتۇرمايلا بوغقۇچىنى باغلايمىز؛ تاماقتا ئولتۇرغاندا، ئىختىيار-
سىز ھالدا ۋىلكا، قوشۇقلارنى قولىمىزغا ئالىمىز، يەنە بىزنىڭ
يول مېڭىشتىكى ھالىتىمىز، باشقىلار بىلەن پاراڭلاشقاندىكى
ئەدەپ ـ ئەخلاق، يۈرۈش ـ تۇرۇشىمىز دېگەندەكلەر بار. بۇنداق
مىساللار ناھايىتى كۆپ.

لېكىن، بىزنىڭ ئالغا ئىنتىلىشىمىزگە توسالغۇ بولىدىغان،
ئۈنۈملۈك خىزمەت قىلىشىمىزغا تەسىر كۆرسىتىدىغان شەرتلىك
رېفلېكسچۇ؟ تۆۋەندىكى مىسالنى كۆرۈپ باقايلى.

جون تېخى بالا ۋاقتىدا، دائىم بىر ياغاچچىخانىغا كىرىۋالاتتى،
ئۇنىڭ دادىسى ئۇ يەردە ھەرقاچان ئالدىراشلا يۈرەتتى. جون دادىسى-
نىڭ نېمىندۇر ياساۋاتقانلىقىنى كۆرۈپ، ناھايىتى قىزىقىش ئىچى-
دە قاراپ تۇردى. لېكىن، بىردەمدىن كېيىن بىر چەتتە قاراپ
تۇرۇش بىلەن قانائەتلەنمىدى، دادىسىغا «ياردەملەشكۈسى» كەلدى.
بۇ ۋاقىتتا، ئىككى خىل ئەھۋال يۈز بېرىشى مۇمكىن: بىر خىل
ئەھۋال، بالىنىڭ كېيىنكى كۈنلەردە ئالغا ئىنتىلىشىگە تۈرتكە
بولىدىغان شەرتلىك رېفلېكسنى شەكىللەندۈرىدۇ؛ يەنە بىر خىل
ئەھۋال، بالىنىڭ ئۆز ئوبرازىنى تىكلىشىگە تەسىر كۆرسىتىپ،
ئۇنىڭ كېيىنكى كۈنلەردىكى ئالغا ئىنتىلىشىگە توسالغۇ بولىدۇ.

ئەگەر دادا بولغان ئادەم ئەڭ ئاددىي، ئەڭ بىخەتەر ئىشتىن
بىرنى جونغا بېرىپ، ئۇنى سىناپ بېقىشقا ئىلھاملاندۇرغان، ئۇنىڭ
كىچىككىنە بولسىمۇ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىغا يېتەكچىلىك قىل-
غان، ئەڭ ئاخىرىدا ئۇنىڭ تىرىشچانلىقىنى ماختاپ قويغان بولسا،
ئۇ چاغدا جوننىڭ ئۆز ئوبرازى زور دەرىجىدە يۇقىرى كۆتۈرۈلىدۇ.
ئەگەر مۇشۇنداق ئىش ئۈزلۈكسىز تەكرارلىنىپ تۇرسا، ئۇ چاغدا

جون مۇشۇ ئىشتىكى مۇۋەپپەقىيىتىنىڭ تۈرتكىسىدە، ئۆزىدە ئاستا ـ ئاستا ئىشەنچ تۇرغۇزىدۇ. بۇ ئۇنىڭ كەلگۈسىدە ئۆز ئوبرازىنى تېخىمۇ ياخشى تىكلىشىگە پايدىلىق.

يەنە بىر خىل ئېھتىماللىق بار. ئىش ناھايىتى ئالدىراش بولۇپ قالىدۇ ياكى جوننىڭ دادىسىدا سەۋرچانلىق كەمچىل ياكى جوننىڭ بۇ ئىشقا ئارىلىشىش قىزغىنلىقى ۋە ئارزۇسىنى دادىسى چۈشەنمەيدۇ، ئۇنىڭ بۇ يەرگە كىرىپ قالايمىقان قىلغانلىقىنى ئەيىبلەيدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، جون كېيىنكى كۈنلەردە ئۆزىنىڭ ئالغا ئېسىشىغا تۈرتكە بولىدىغان ئۆز ئوبرازىنى تىكلىيەلىشى ھەرگىز مۇمكىن ئەمەس. جون بىرەر ئىش قىلىپ بېقىش توغرۇلۇق دادىسىغا قايتا ـ قايتا يالۋۇرۇشى مۇمكىن (چۈنكى باللار بىر ئىشنى ئالدىراپ بولدى قىلمايدۇ). دادىسى بولسا ھەر قېتىمدا ئۇنىڭ كۆڭلىنى قايتۇرۇشى مۇمكىن، ئاخىرىدا بالىنىڭ ياغاچچىخانىغا كىرىشىنى چەكلىشى، ھەتتا جوننىڭ بۇ يەرگە كىرىۋېلىشىنى ئىشقا قەستەن پۇتلىكاشاڭ بولغانلىق دەپ قاراپ، ئۇنى جازالىشى مۇمكىن.

جوننى ياغاچچىخانىغا كىرگۈزمىسۇن ياكى جازالىسۇن، ئەمەلىيەتتە دادىسى ئۇنىڭغا بىر دەرس ئۆتكەن بولىدۇ. مۇشۇ دەرستىن كېيىن، جون ئىنسانلارنىڭ مەلۇم ئىشلىرىدا ئۆزىنى «كېرەكسىز» ئىكەنمەن، دەپ قارايدۇ ياكى بۇ ئىشقا ئارىلاشماقچى بولغان سەۋەبلىك، ئۆزىنىڭ «بىرمۇ توغرا يېرى يوق»تەك ھېسسىياتقا كېلىپ قالىدۇ، ياكى ئۆز قىزىقىشى تۈپەيلىدىن «يامان بالا» بولۇپ قالىدۇ. ئۇنىڭ ئۆز ئوبرازى قاتتىق زەربىگە ئۇچرايدۇ، قورقۇنچ ئاسلى (بۇنى كېيىن تەپسىلىي سۆزلەيمىز) مۇشۇ سەۋەبلىك كۈچىيىدۇ!

ئادەم بالا ۋاقتىدا ئىش قىلغاندا، باشقىلارنىڭ ئەيىبلىشى ۋە جازاسىغا ئۇچرىسا، يۈرىكىدە قالغان داغ ئۇزۇنغىچە يۇيۇلمايدۇ، بۇ ئۇنىڭ ئۆز ئوبرازىغىمۇ ئۇزۇنغىچە قاتتىق تەسىر كۆرسىتىدۇ.

بىزنىڭ ئارىمىزدا پۈتۈن ئۆسۈپ يېتىلىش جەريانىدا تەلەيى ئوڭدىن كەلگەنلەر ناھايىتى ئاز، ھەرقاچان ئۆزىنىڭ ئىشەنچىسىنى ئاشۇرۇپ، ئۆزىگە پايدىلىق ئوبرازىنى تىكلىيەلىگەنلەر ناھايىتى ئاز. ھازىرقى بىر ئىلمىي مۆلچەردە: ئادەتتىكى ئادەملەر ئىش قىلغاندا، يوشۇرۇن ئىقتىدارىنىڭ ئاران 10% ىنىلا جارى قىلدۇرالايدۇ، دېيىلىشتىكى سەۋەبمۇ دەل مۇشۇ يەردە.

سىز ئۆزىڭىزنى قانداق ئورۇنغا قويىسىز؟ سىز ئۆزىڭىزنىڭ كەلگۈسىگە ئىنتايىن كۆڭۈل بۆلۈپ، مۇشۇنداق بىر كىتابنى مەخسۇس ئېلىپ ئەستايىدىل ئوقۇدىڭىز ھەمدە ئۆزىڭىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت پۇرسىتىنى ئاشۇرماقچى بولدىڭىز. دېمەك، سىز ئادەتتىكى ئادەملەردىن روشەن ئۈستۈن تۇرىسىز! لېكىن شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، سىزگە شۇ نەرسە ئېنىق بولۇشى كېرەككى، سىز تېخى باشقىلارنى بەك ئارقىدا تاشلاپ كەتكۈدەك مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشمىدىڭىز، مانا بۇ سىزنىڭ يوشۇرۇن ئىقتىدارىڭىزنى يەنىلا تولۇق جارى قىلدۇرۇپ كېتەلمەيۋاتقانلىقىڭىزنى بىلدۈرىدۇ.

ئەمدى بىز سىزنىڭ ئۆزىڭىزگە بولغان قارىشىڭىز توغرىسىدا پاراڭلىشىپ، ئۆز ئوبرازىڭىزغا چامىمىزنىڭ يېتىشىچە باھا بېرىپ باقايلى.

ئۆلچىمى 0%~100% كىچە بولغان تارازىدا، 0% ئىنتايىن كەمتۈك، بىرمۇ توغرا يېرى يوقلۇقنا ۋەكىللىك قىلىدۇ، 100% بولسا، ئۆزىڭىز يەتمەكچى بولغان ئەڭ ياخشى دەرىجىگە ۋەكىللىك قىلىدۇ. ئۆزىڭىز تۇرۇۋاتقان ئورۇننى تەكشۈرۈپ بېقىڭ، ئازراق ۋاقىت چىقىرىپ، ھەربىر مۆلچەر ئۈستىدە ئەستايىدىل ئويلىنىڭ، ھەربىر جەدۋەلدىكى مۆلچەرلەش ئۈچۈن بېرىلگەن تەكلىپكە تەپسىلىي قاراپ چىقىڭ. ئىمكان بار ھەقىقەتنى ئەمەلىيەتتىن ئىزدەش پوزىتسىيىسىنى تۇتۇڭ، كەيپىياتىڭىزنىڭ ياخشى بولماسلىقى سەۋەبلىك ئۆزىڭىزگە تۆۋەن نومۇر قويۇپ قويماڭ، روھىي كەيپىياتىڭىز كۆتۈرۈلۈپ كېتىپ، بەك يۇقىرى نومۇرمۇ قويۇپ سالماڭ.

بۇ نەتىجىلەرنى پەقەت سىزلا كۆرۈپ يېتەلەيسىز، ئەمدى ئۈلارنىڭ
سىزگە ياردىمىنىڭ تېگىش - تەگمەسلىكى، پەقەت ئۈلارنىڭ توغرى-
لىق دەرىجىسىگە باغلىق.

بىرىنچى رايون پۇل تېپىش ئىقتىدارى

100% سىز كىرەك بولۇپ قېلىش ئېھتى-
90% مالى بولغان ياكى ئۆزىڭىز تاپماق-
80% چى بولغان پۇلنى تېپىۋاتىسىز.
70%
نەتىجىڭىز 60%
50% ئەتراپىڭىزدىكى كىشىلەرگە سې-
40% لىشتۇرغاندا، سىزنىڭ كىرىمىڭىز
30% «ئوتتۇرىچە سەۋىيە»گە يەتتى.
20%
10%
0% سىزدە پۇل تېپىش ئىقتىدارى پە-
قەتلا يوق.

ئىككىنچى رايون ئىجتىمائىي ئالاقە ئىقتىدارى

100% سىز ئارىلاشقان كىشىلەر سىزنى
90% ئاساسەن ياخشى كۆرىدۇ، ئىززەت-
80% لەيدۇ ۋە هۆرمەتلەيدۇ.
70%
نەتىجىڭىز 60%
50% سىز ئارىلاشقان ئادەملەر سىزنى هەر

40% هالدا قارشى ئالىدۇ، ئۇلارنىڭ
30% كۆپىنچىسى سىزگە ئوخشاش ساندا
20% دوست تۇتقان، ئۇلارنىڭ باشقىلار
10% بىلەن ئالاقە قىلىش ئۇسۇلىمۇ
سىزنىڭكىگە بەك يېقىن كېلىدۇ.
0% سىز هەرقانداق ئادەم بىلەن ئۇزۇن
مەزگىل ياخشى ئۆتەلمەيسىز،
سىزنى هېچكىم ياخشى كۆرمەيدۇ.

ئۈچىنچى رايون رەهبەرلىك ئىقتىدارى

100% مەيلى قەيەرگە بېرىڭ، نېمە ئىش
90% قىلىڭ، باشقىلار دائىم سىزنى
80% ئۆزلىرىگە باشچى دەپ قارايدۇ.
70% ئەگەر سىز تۇرۇۋاتقان ئىدارە،
نەتىجىڭىز 60% كۇلۇب ياكى ئۆمەكتە باشلىق ساي-
—% لاشقا توغرا كەلسە، سىز كۆپچى-
لىك بىرىنچى بولۇپ كۆرسىتىدى-
غان نامزات بولىسىز.
50% ئاممىۋى پائالىيەتلەردە سىزنىڭ
40% يېرىم ۋاقتىڭىز يېتەكچىلىك قى-
30% لىش ياكى تەشكىللەشكە كېتىدۇ.
20% ئەگەر سىز كۆپچىلىككە بىرەر يەر-
10% گە بېرىپ تاماق يەپ كېلىش، كى-
نو كۆرۈشكە ئوخشاش تەكلىپلەر-
نى بەرسىڭىز، هەممىسى قوشۇلىدۇ.
0% سىز بىرەر قېتىممۇ كۆپچىلىكنىڭ
سىزنىڭ تەكلىپىڭىز بويىچە بىرەر

ئىش قىلغانلىقىنى ئەسلىيەلمەيـ
سىز. سىز ئاممىۋى ھەرىكەتلەردە
مەڭگۈ رەھبەرلىكنىڭ ئورنىدى
دەسسىيەلمەيسىز.

تۆتىنچى رايون، تەنھەرىكەت ۋە ئارام ئېلىش ئىقتىدارى

نەتىجىڭىز —%

100% سىز ئۆزىڭىز ئەڭ ياخشى كۆرىدىـ
90% غان تەنھەرىكەت ۋە ئارام ئېلىش
80% پائالىيەتلىرىدە كەسىپ ئىگىلىرىگە
70% يېقىن سەۋىيە كۆرسىتەلەيسىز،
60% ماھارىتىڭىز ناھايىتى يۇقىرى،
باشقىلار بىلەن مۇسابىقىگە چۈشۈپ
قالسىڭىز، دائىم چېمپىيون بولىسىز.

50% سىزنىڭ ماھارىتىڭىز ئوتتۇراھال،
40% سىز تونۇيدىغان ئادەملەر ئىچىدە
30% يېرىمى سىزدىن ئۈستۈن تۇرىدۇ،
20% قالغان يېرىمى سىزگە يەتمەيدۇ.
10%

0% سىزنىڭ ھەرقانداق تەنتەربىيە پائاـ
لىيىتىدە ئارتۇقچىلىقىڭىز يوق،
سىزنىڭ ئىشتىن سىرتقى قىزىقىـ
شىڭىز ۋە ئارام ئېلىش پائالىيىتىدـ
ڭىز بىر پارچە ئاق قەغەز.

• بۇ جىسمانىي كۈچنى خورىتىدىغان تەنتەربىيە پائالىيەتلىرىنىمۇ (مەسىـ
لەن، گولىف توپ، قول توپى دېگەندەك)، جىسمانىي كۈچنى خوراتمايدىغان
مۇسابىقە پائالىيەتلىرىنىمۇ (مەسىلەن، شاھمات، بىرىدژ ئويناش دېگەندەك)،
ياكى بەزى ئىشتىن سىرتقى ھەۋەس (مەسىلەن، گىمناستىكا، رەسىم سىزـ
ىش، سۈرەت تارتىش، كىيىم كىيىش دېگەندەك) لەرنىمۇ كۆرسىتىدۇ.

بەشىنچى رايون، ئائىلە مۇناسىۋىتى

نەتىجىڭىز —%

100% سىزنىڭ ئائىلىڭىزدىكىلەر بىلەن
90% بولغان مۇناسىۋىتىڭىز ناھايىتى
80% ئىناق، بەزى مەھەللە ئورگانلىرىـ
70% نىڭ «يىللىق ئەڭ ياخشى مۇكاپاـ
60% تى» غا ئېرىشىشكە مۇناسىپ كېلىدـ
ـىز. سىز تونۇشىدىغان كۆپ
ساندىكى ئادەملەرگە سېلىشتۇرغانـ
ـدا، سىز ئائىلىڭىزدىكىلەر بىلەن
تېخىمۇ ئىناق ئۆتىسىز، جېدەل ـ
ماجىرا ئاز.

50% ئەتراپىڭىزدىكى ئادەملەر بىلەن
40% سېلىشتۇرغاندا، سىزنىڭ ئائىلە
30% مۇناسىۋىتىڭىزنى ئەڭ ياخشى دېـ
20% گىلى بولمايدۇ، لېكىن ئەڭ ناـ
10% چارغا چىقىرىۋەتكۇدەكمۇ ئەمەس.

0% سىز ئائىلىڭىزدىكىلەر بىلەن پەـ
قەتلا ئىناق ئۆتەلمەيسىز.

ئالتىنچى رايون، خىزمەت ئىقتىدارى*

100% خىزمەتتە سىز ئۆزىڭىز تونۇشىدىـ
90% غان ياكى ئاڭلىغان ھەرقانداق ئاـ
80% دەمدىن ئۈستۈن تۇرىسىز، سىز ناـ
70% ھايىتى مۇنەۋۋەر ئادەم!
60%

* ئەگەر سىز شۇغۇللىنىۋاتقان خىزمىتىڭىزدىن ئىنتايىن بىزار بولسىڭىز،
لېكىن ئۆزىڭىزگە قويغان نومۇر 50% تىن يۇقىرى بولسا، ئۇ چاغدا ئۆزىڭىزـ
گە يەنە 10% قوشۇپ قويسىڭىز بولىدۇ. كىشىلەر ئۆزى قىلچە ياقتۇرمايدىغان
خىزمەتنى قىلىۋاتقاندا، ئۇنىڭ خىزمەت ئىقتىدارى دائىم پايدىسىز تەسىرلەرـ
گە ئۇچراپ تۇرىدۇ.

50% ئۆزىڭىز تونۇيدىغان، سىز بىلەن
40% ئوخشاش خىزمەت قىلىدىغان
30% كىشىلەرگە سېلىشتۇرغاندا، سىز
20% ئۇلارنى بېسىپ چۈشمەيسىز، ئۇ-
لارنىڭ ئارقىسىدىمۇ قالمايسىز.
10%
0% سىز خىزمەتنىڭ ھۆددىسىدىن پە-
قەتلا چىقالمايسىز، ھەتتا مائاش ئې-
لىشقىمۇ سالاھىيىتىڭىز توشمايدۇ.

نەتىجىڭىز
—%

يەتتىنچى رايون قايىل قىلىش ئىقتىدارى

100% سىز بىر شامالدۇرغۇچنى ئېسكى-
90% موسلارغا ساتالايسىز. بىر بېخىل-
80% نىڭ ئۆمۈر بويى يىغقان پۇلىنى
70% ئۆزىڭىزگە بېرىشكە قايىل قىلالاي-
سىز. بىر سىياسەتۋازنى ئۆزىگە
قارشى نامزاتقا بېلەت تاشلى-
غۇزالايسىز.
60% باشقىلارنى قايىل قىلىش جەھەتتە
50% سىزنىڭ ئالاھىدە ئارتۇقچىلىقىڭىز
40% يوق، لېكىن ئۆزىڭىز تونۇشىدىغان
30% كۆپ سانلىق ئادەمنىڭ ئالدىدا بۇ
20% جەھەتتە ئۇنچە يەرگە قاراپمۇ قال-
10% مايسىز.

نەتىجىڭىز
—%

سەككىزىنچى رايون تەلەيلىك دەرىجىسى

0% سىز بىرەر ئادەمگە قىلىشنى خالىمايدى-
100% غان ئىشنى ئەزەلدىن قىلدۇرالىغان ئە-
90% مەس، مەيلى مۇكاپاتلىق سېتىش پائالىيىتىگە

80% قاتنىشىڭ، مەيلى رىقابەتچانلىقى
70% كۈچلۈكرەك باشقا ئىش قىلىڭ،
60% ئاخىرىدا كۆلۈپ چىقىدىغىنى سىز
بولىسىز، بەزى كىچىك ئىشلاردا
ئۇتتۇرۇپ قويۇشىڭىز مۇمكىن،
لېكىن چوڭ ئىشلاردا ئاساسەن ئۇ-
تىسىز.
50% ئەتراپىڭىزدىكى كىشىلەرگە نەزەر
40% تاشلىغىنىڭىزدا، شۇنى ئېتىراپ
30% قىلىسىزكى، تۇرمۇشتا ئۇچرىغان
20% «تەلەي» لىرىڭىز باشقىلارنىڭكى
10% بىلەن ئاساسەن ئوخشاش، سىزنىڭ
«تاسادىپىي ئېرىشىپ قالغان» لى-
رىڭىز باشقىلارنىڭكىدىن كەم ئە-
مەس.
0% پالاكەت باسىدىغان ئىش يۈز بەر-
سە، پالاكەت باسىدىغىنى كۆپ
ھاللاردا سىز بولىسىز، تەلەي
سىزگە مەڭگۈ ئۇلۇك كۆزىدە قارى-
مايدۇ.

نەتىجىڭىز
—%

توققۇزىنچى رايون «زېرەكلىك» دەرىجىسى*

100% مەيلى قانداق ئىش يۈز بەرسۇن،
90% سىز ھامان تەمكىنلىك بىلەن تاقا-
80% بىل تۇرالايسىز، سىزنى ھېچكىم
70% كولدۇرلىتالمايدۇ.
60%
50% ئەتراپىڭىزدىكى نۇرغۇن ئادەم بىلەن

نەتىجىڭىز
—%

40% سىلىشتۇرغاندا، سىز ئۇلاردىن ئە-
30% قىللىقمۇ ئەمەس، ئۇلاردىن دۆتمۇ
20% ئەمەس.
10%
0% ئەقىل دېگەن نەرسە سىزگە
يۇقمىغان، سىزنىڭ ھەتتا بۇ كى-
تابنى ئۆگىنىپ ئىشلىتەلىشىڭىز-
مۇ مۇمكىن ئەمەس.

* بۇ يەردە دېيىلگەن «زېرەكلىك» تەرىپىلىنىشكە ياكى سىزنىڭ مەكتەپتە ئىگىلىگەن ۋە ئىگىلى-
يەلمىگەن بىلىملىرىڭىزگە قارىتىلغان ئەمەس، سىزنىڭ كۆڭۈلدىكىدەك خىزمەتكە ئېرىشىشىڭىز بىلەن-
مۇ مۇناسىۋەتسىز. بۇ يەردىكى «زېرەكلىك» سىزدىكى «ئىنكاس تېز» لىق ئىقتىدارى، ئۆزىڭىز ئۈچۈن
بىر-بىر ئىش پىلانلاش، ۋەزىيەتنى مۆلچەرلەش، ئىشلارنى توغرا پەرق ئېتىش ئىقتىدارىڭىزنى
كۆرسىتىدۇ.

ئونىنچى رايون باشقىلارنىڭ باھاسى

100% ناھايىتى روشەنكى، سىز تونۇشدى-
90% دىغان ھەربىر ئادەم سىزنى ئۆزلى-
80% رىدىن كۆپ مۇنەۋۋەر دەپ قاراي-
70% دۇ. ئۇلار ھەرقايسى تەرەپلەردە
60% ئىختىيارسىز ھالدا سىزنى ئۈلگە
قىلىدۇ.
50% باشقىلار بىلەن سىلىشتۇرغاندا،
40% سىزنىڭ باشقىلارنىڭ نەزىرىدىكى
30% ئوبرازىڭىز ياخشىمۇ ئەمەس، يا-
مانمۇ ئەمەس.
20%
10%
0% سىز ھەممە ئادەمنىڭ سىزنى كۆزگە

نەتىجىڭىز
—%

ئىلمايدىغانلىقىنى، ئۆزلىرىدىن
تۆۋەن كۆرىدىغانلىقىنى چوڭقۇر
ھېس قىلىسىز.

ئەمدى كەينىڭىزگە قايتىپ، يۇقىرىقى ئون رايوندىكى نومۇرد-
ىڭىزنىڭ ھەممىسىنى قوشۇپ ئومۇمىي نەتىجە چىقىرىڭ، ئاندىن
ئومۇمىي نەتىجىنى ئونغا بۆلۈڭ.

بىرىنچى رايون ———
ئىككىنچى رايون ———
ئۈچىنچى رايون ———
تۆتىنچى رايون ———
بەشىنچى رايون ———
ئالتىنچى رايون ———
يەتتىنچى رايون ———
سەككىزىنچى رايون ———
توققۇزىنچى رايون ———
ئونىنچى رايون ———
ئومۇمىي نەتىجە ———
÷10= ———
مانا بۇ ئۆز ئوبرازىڭىزغا بېرىلگەن ئومۇمىي نومۇر.

ئەگەر بىرىنچى رايون، ئىككىنچى رايون ۋە سەككىزىنچى
رايوننىڭ نومۇرلىرىنى ئايرىپ چىقىپ باھالاپ باقىدىغان بولسىڭىز،
ئۇنداقتا سىز ئېرىشكەن بۇ ئومۇمىي نومۇرنىڭ راستلىق دەرىجىسى
زور دەرىجىدە تۆۋەنلەپ كېتىدۇ. سىز بىرىنچى رايون، ئىككىنچى
رايون ۋە سەككىزىنچى رايوندا ئېرىشكەن نومۇرلىرىڭىزنى تۆۋەند-
ىكى جەدۋەلنىڭ سول تەرىپىدىكى بوش ئورۇنغا ئايرىم - ئايرىم
ھالدا تولدۇرۇڭ، ئاندىن ئۇلارنى ئۆزئارا قوشۇپ ئۈچكە بۆلۈڭ.

تىڭ. ئاخىرىدا سېلىشتۇرۇپ بېقىشىڭىز ئۈچۈن، ئوڭ تەرەپتىكى بوش ئورۇنغا ئومۇمىي نومۇرىڭىزنى تولدۇرۇڭ.

بىرىنچى رايون ___70%___

ئىككىنچى رايون ___90%___

ئۈچىنچى رايون ___60%___

ئومۇمىي نومۇر ___220___

÷3= ___73.3___

سېلىشتۇرۇشتا پايدىلىنى-
دىغان پۈتۈن ئون رايون-
نىڭ ئومۇمىي نومۇرى:
___73___

بىز يۇقىرىدىكى سول تەرەپكە تولدۇرۇلغان ئومۇمىي نومۇرنى «ئەھۋال قانداق» دېگەنگە بېرىلگەن باھا دەپ تۇرايلى. ئۇلار سىز-نىڭ تۇرمۇشىڭىزدا نېمە ئەھۋاللار يۈز بەردى، نېمە ئەھۋاللار يۈز بەرمىدى، دېگەنلەرگە چېتىلىدۇ. ئۇلار سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايدىغان - قازىنالمايدىغانلىقىڭىزنى مۆلچەرلەيدىغان ۋاستە.

ئوڭ تەرەپتىكى نومۇر سىزنىڭ ئۆز ئوبرازىڭىزنىڭ ئومۇمىي نەتىجىسى. سول تەرەپتىكى ئومۇمىي نەتىجە بىلەن ئوڭ تەرەپتىكى-سىنى سېلىشتۇرغاندا، بۇ نەتىجە سىزنى قانداق تەسىراتقا كەلتۈردى؟

سىز ھازىرچە قولغا كەلتۈرگەن مۇۋەپپەقىيەت ئۆزىڭىز قولغا كەلتۈرەلەيمەن دەپ قارىغان مۇۋەپپەقىيەت بىلەن ئوخشاش چىقتى-مۇ؟ ئوڭ تەرەپتىكى ئومۇمىي نەتىجە سول تەرەپتىكى ئومۇمىي نەتىجىگە قارىغاندا يۇقىرى چىقتىمۇ؟ ئەگەر ئۇنداق بولمىسا، بۇ شۇنى چۈشەندۈرىدۇكى، سىز ئۆزىڭىز كۆزلىگەن مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشەلمەيسىز. يەنە كېلىپ، سىزگە كېسىپ ئېيتالايمەنكى، ئوڭ تەرەپتىكى ئومۇمىي نەتىجە ئەڭ توغرا ئومۇمىي نەتىجىدىن تۆۋەنرەك!

ئومۇمىي بايان

1. ئالاھىدە مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچىلارنى ھېسابقا ئالمىغاندا،

ھەممە ئادەمدە دېگۈدەك ئۆز ئوبرازىدا كەمتۈكلۈك مەۋجۇت بولىدۇ.

2. ئۆز ئوبرازىڭىزنىڭ كەمتۈكلۈكىدىن ئۆزىڭىزنى ئازاد قى-لىڭ، بۇ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىزغا تولىمۇ پايدىلىق.

3. سىز ھازىر ئېرىشكەن مۇۋەپپەقىيەتتە كەمتۈكلۈك مەۋ-جۇت، ئۆز ئوبرازىڭىزنىڭ يېتەكچىلىكىدە ئېرىشكەن مۇۋەپپەقىيەت-كە يەتمەيدۇ.

4. دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزنىڭ ئۆز ئوب-رازىڭىزنى ئۆزگەرتىدۇ، ئۆز ئوبرازىڭىزنىڭ ئۆزگىرىشى مۇۋەپپە-قىيەت قازىنىش ئېھتىماللىقىڭىزنى ئاشۇرىدۇ. بۇ ئىككىسى مۇشۇ مىنۇتنىڭ ئۆزىدە ئۆزگىرىشكە باشلىدى.

تەخمىنىي نەتىجىڭىزنى ساقلاپ قويۇڭ. بۈگۈندىن باشلاپ ھې-سابلىغاندا 90 كۈندىن كېيىن، ئۆزىڭىز ئۈستىدە يەنە بىر قېتىم سىناق ئېلىپ بېرىڭ، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ تەبىئىي ئېنېرگىيىسىدىن پايدىلانغاندىن كېيىن، زادى قانچىلىك چوڭ ئۆزگىرىش بولغانلىقىنى كۆرۈپ بېقىڭ. كاپالەت بېرەلەيمەن-كى، بولغان ئۆزگىرىشلەر سىزنى قاتتىق خۇشال قىلىدۇ!

ئۈچىنچى باب

قورقۇنچ بىر خىل پاسسىپ ئامىل

قورقۇنچ بالىلارنىڭ شەرتلىك رېفلېكسىدا بەكلا مۇھىم رول ئوينايدۇ. لېكىن، بۇ نۇقتىنى تونۇپ يېتىدىغانلار ناھايىتى ئاز. بۇنىڭدىن سىرت، بىز دەسلەپكى مەزگىلدىكى شەرتلىك رېفلېكس بىلەن كېيىنكى مەزگىلدىكى ئۆز ئوبرازىدىكى كەمتۇكلۇكنىڭ زىچ مۇناسىۋەتلىك ئىكەنلىكىنى بىلگەنىكەنمىز، ئۇنداقتا بىز قورقۇنچىنىمۇ بىر خىل ئويلىنىش ئامىلى سۈپىتىدە قارىشىمىز كېرەك. شۇڭا، قورقۇنچنىڭ تۆۋەندىكى ئىككى ئالاھىدىلىكىنى چۈشىنىۋېلىش تولىمۇ مۇھىم.

1. قورقۇنچ ئادەتتە بىر خىل «تۇسالغۇ» كۈچ
2. قورقۇنچ ئادەتتە بىر خىل «دەپنە قىلىنىدىغان» كۈچ

تۆۋەندە مەن قورقۇنچ شەرتلىك رېفلېكسى بىلەن مۇناسىۋەتلىك كونكرېت ئىككى مىسالنى كۆرسىتىپ ئۆتىمەن. بۇنىڭدىن يۇقىرىقى ئىككى ئالاھىدىلىكنى چۈشىنىۋالالايمىز.

مەن ئالدىنقى بابتا، جون دېگەن بىر بالا دادىسىنىڭ ئەتىدىن ـ كەچكىچە ياغاچچىخانىدا ئالدىراش يۈرىدىغانلىقىنى كۆرۈپ، ئۆزىنىڭمۇ شۇنداق ئىشلارنى قىلىپ باقماقچى بولغانلىقىنى سۆزلەپ ئۆتكەن. ئەگەر ئۇنىڭ دادىسىنىڭ كاللىسى ئىشلىگەن بولسا، جونغا ئۇنىڭ چامى يەتكۇدەك ئىشلارنى قىلغۇزغان، جون ئۇ ئىشلارنى ياخشى ئورۇنداپ بولغاندىن كېيىن ئۇنى ماختاپ قوي-

غان بولىدۇ. خىزمەتنى ياخشى ئورۇندىغان ئادەمنى ماختاپ قويۇش بىر خىل «ياردەم» كۈچى بولۇپ ھېسابلىنىدۇ. ئۇ ماھىيەت جەھەتتىن ئاكتىپ، كىشىلەر بەخت ئىچىدە ئەسلەيدىغان كەچۈرمىش بولۇپ قالىدۇ. ماختىلىشنى ھەرقانداق ئادەم قوبۇل قىلىدۇ. بىز ماختاشنىڭ خۇشاللىقىدىن يەنە بەھرىمەن بولۇشنى ئىزدەيمىز. شۇڭا، بىز تېخىمۇ كۆپ ماختىلىشقا ئېرىشىدىغان ئىشلارنى ئىزدەپ يۈرۈپ قىلىشقا تىرىشىمىز.

ئەقىلسىزلىك بىلەن رەت قىلىش ۋە جازالاشلار يەنە قانداق تەسىرلەرنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ؟ بۇ خىل رەت قىلىش ۋە جازالاش ئەمەلىيەتتە بىر خىل «توسالغۇ» كۈچ، ئۇ ماھىيەت جەھەتتىن پاسسىپ، ئادەمدە قورقۇنچ پەيدا قىلىدۇ، كىشىلەر ئۆزلىرىنىڭ ئازابلىق كەچۈرمىشىنىڭ يەنە تەكرارلىنىپ قېلىشىدىن ئەنسىرەيدۇ. ئۇ كىشىلەرگە كۆڭۈلسىزلىك ئېلىپ كېلىدىغان بولغاچقا، كىشىلەر ئۇنى «ئاڭلىق» كاللىسىدىن ئىمكان بار تېززەك چىقىرىۋېتىشنى ئىزدەيدۇ. دىققەت! مېنىڭ بۇ يەردە دەۋاتقىنىم «ئاڭلىق» كاللا. چۈنكى، ئەگەر قورقۇنچ كەلتۈرۈپ چىقارغان تەسىر ناھايىتى كۈچلۈك بولسا، ئۇنى كاللىدىن پۈتۈنلەي يوقىتىۋېتىش مۇمكىن ئەمەس. ئۇ كىشىلەرنىڭ يوشۇرۇن ئېڭىغا ئورۇنلىشىۋالىدۇ، كىشىلەر ئازابلىق ئەسلىمىلەرنى ئاستا ـ ئاستا ئۇنتۇپ كەتكەندىن كېيىنمۇ، يەنىلا بىر خىل شەرتلىك رېفلېكس رولىنى ئويناپ تۇرىدۇ. شۇڭا بۇ خىل قورقۇنچ بىزنىڭ ئاڭلىق تەپەككۇرىمىزدىن يىراقلاپ كەتكەن بولسىمۇ، بىز يەنىلا بىر خىل قورقۇنچ ئىچىدە تۇرىمىز. ئۇ كېيىنكى بىر نەچچە يىلدا بىزگە يەنىلا توسالغۇ بولىدۇ.

ئىش ـ ھەرىكىتىمىزدە ئۇنى كۆزىتەلەيدىغان بولۇشىمىز ئۈچۈن، بىز جوننى دادىسى رەسمىي ۋە قاتتىق ئەدەپلىدى، دەپ پەرەز قىلايلى. ئۇنداقتا، بىرنەچچە يىلدىن كېيىن يېڭى بىر ئەھۋال مەيدانغا كېلىدۇ.

دادىسى جوننى يېنىغا چاقىرىپ تەنتەنە بىلەن: «سايماننى قانداق ئىشلىتىشنى ئۆگىنىش» ۋاقتىڭ بولدى، دەپ جاكارلايدۇ. دادىسى ئوغلىغا بۇ قارارنى ئېلان قىلغاندىن كېيىن، ئوغلىنىڭ خۇشال بولۇپ كېتىشىنى ئارزۇ قىلىدۇ، ئاتا - بالا ئىككىسى ياغاچچىخانىدا بىللە ئىشلىسە، چەكسىز خۇشاللىققا ئېرىشىشنى تىلەيدۇ. لېكىن، ئۇ ۋاقىتقا بارغاندا، ئەھۋال ئۇنداق بولۇپ چىقمايدۇ.

ئۆزى كىچىك ۋاقتىدا يۈز بەرگەن ئاشۇ ئىش جوننىڭ ئېسىدىن كۆتۈرۈلۈپ كەتكەن بولسىمۇ، لېكىن ئۇ خاتىرجەمسىزلىك ھېس قىلىدۇ. كىچىك ۋاقتىدا زەربىگە ئۇچرىغاچقا، ھازىر ياغاچچىلىق ئىشلىرىغا ئارىلاشسا ياكى ئۇنىڭغا ئوخشاش ھەرقانداق بىر ئىشنى قىلسا، ئۇ شەرتلىك رېفلېكسنىڭ تەسىرى بىلەن ئۇ ئىشنى يۈرەكلىك قىلالمايدۇ. دادىسى ئوغلىنىڭ بۇ تەكلىپكە قىلچە قىزىقمايۋاتقانلىقىنى قاتتىق ھەيرانلىق ئىچىدە بايقايدۇ. بالا بولسا دادىسى بۇيرۇغان ئىشنى قىلغاندا تازا ئەپلەشتۈرەلمەيدۇ. ئۇ دادىسىنىڭ كۆرسەتمىسى بويىچە ئىشلەپ بېقىشقا ئۇرۇنسىمۇ، ئىش ئەڭ ئاخىرىدا مەغلۇبىيەت بىلەن ئاخىرلىشىشى مۇمكىن.

بالا كىچىك ۋاقتىدا ئاتا - ئانىنىڭ قىلغان بەزى ئورۇنسىز گەپلىرى بالىنىڭ ئىچكى دۇنياسىدا قورقۇنچ پەيدا قىلىپ قويۇشى مۇمكىن، بۇنىڭدىن شەرتلىك رېفلېكس ھاسىل بولىدۇ. بۇ خىل گەپلەر ئاساسەن مۇنۇلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ:

— سەن بەك دۆت ئىكەنسەن!
— قولۇڭدىن ھېچ ئىش كەلمەيدۇ!
— سەن دائىم مۇشۇنداق كالامپايلىق قىلىسەن!
— سەن ھېچنېمىنى ئۆگىنەلمەيسەن!
— سەن ئەقىل جەھەتتە ئاكا - ھەدىلىرىڭگە مەڭگۈ يېتىشەلمەيسەن (ياخشىلىق، ئىنكاسىنىڭ تېز بولۇشى جەھەتتە!)
— بىلىمەن، سەن يالغان ئېيتىۋاتىسەن، ئەمدى ساڭا مەڭگۈ

ئىشەنمەيمەن!

بۇنداق مىساللارنى ساناپ تۈگەتكىلى بولمايدۇ. بۇ گەرچە تاسادىپىي ئىشلار (مەسىلەن، ئەرزىمەس ئىشلار ئۈچۈن بالىغا تۈكۈرۈش، ئاچچىقى كەلگەندە بالىنىڭ ئالدىدىلا نەرسىلەرنى ئېتىش، بالىنىڭ ئىززەت - نەپسىگە تېگىدىغان گەپلەرنى قىلىش، يەنە باشقا ھەر خىل ناتوغرا ئىشلار) كەلتۈرۈپ چىقارغان ئاڭسىز خاراكتېردىكى شەرتلىك رېفلېكس بولسىمۇ، لېكىن ئۇ قورقۇنچنى ئىچكى دۇنيايىمىزغا چوڭقۇر يىلتىز تارتقۇزۇپ، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئەندىشىسى ئۈچۈن يوشۇرۇن ئېڭىمىزدا مەڭگۈلۈك ئورۇن ھازىرلاپ بېرىدۇ. مۇشۇ بارلىق قورقۇنچ ۋە ئەندىشىلەر بىزنىڭ ئۆزىمىزگە بولغان قارىشىمىزنى بەلگىلەيدۇ. شۇڭا، قورقۇنچ بىزنىڭ ئۆز ئوبرازىمىزنىڭ كەمتۈك بولۇپ قېلىشىدا ئېغىر مەسئۇلىيەتنى ئۈستىگە ئالىدۇ، دەپ تامامەن ئېيتالايمىز.

بالىلىق ۋاقىتتىكى شەرتلىك رېفلېكس بىزنىڭ بۈگۈنكى ئۆز ئوبرازىمىزغا، ھەتتا قۇرامىغا يەتكەنلەر قاتارىغا قوشۇلغاندىكى بىزنىڭ ئىش - ھەرىكىتىمىزگە يەنە نېمە ئۈچۈن شۇنچىلىك چوڭ تەسىر كۆرسىتەلەيدۇ؟ بۇنىڭ سەۋەبى، تەپەككۇرنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ قاتلىمى زور ئېنېرگىيىگە ئىگە بولسىمۇ، لېكىن ئۇ قىلچە تاللاپ ئولتۇرماي، ئۆزىگە كەلگەن ئۇچۇرلارنى پاكىت سۈپىتىدە قوبۇل قىلىۋېرىدۇ، ئۇ مەنتىقىگە ئۇيغۇنمۇ، ئۇنى ئۆگىنىپ چۈشىنىپ بېقىش كېرەكمۇ، دېگەنلەرنى ئويلاشمايدۇ.

بۇ خىل شەرتلىك رېفلېكسنى ئۆزگەرتىش ئۈچۈن، يېڭى بىر خىل شەرتلىك رېفلېكسنى كىرگۈزۈشىمىز كېرەك. بىزگە مەلۇم، بىز تېخى تۆت ياش ۋاقتىمىزدا مەلۇم ئىشنى قىلىپ مەغلۇبىيەتكە ئۇچرىدۇق، لېكىن بۈگۈن بىز قۇرامىمىزغا يەتكەندە شۇ ئىشنى يەنە قىلىپ باقساق، بۇرۇنقىدەك مەغلۇبىيەتكە ئۇچرىماسلىقىمىز مۇمكىن. لېكىن، مۇشۇ نۇقتىنى بىلىشىمىز بىلەنلا، بۇ خىل

شەرتلىك رېفلېكسنى ئۆزگەرتەلمەيمىز. ئاڭ مەنتىقتىن پايدىلىنىدۇ، لېكىن ئاڭسىزلىق ۋە يوشۇرۇن ئاڭ ئۇنداق قىلمايدۇ. بۇ نۇقتىنى چۈشىنىۋېلىشنىڭ ئەڭ ياخشى يولى — ئىلگىرى كۆرگەن چۈشلىرىمىزنى ئويلاپ بېقىش. ئۇيقۇلۇقتا چۈش كۆرۈۋاتقاندا، كۈندىلىك تۇرمۇشتا يۈز بېرىشى مۇمكىن بولمىغان ئىشلار ناھايىتى نورمال ئىشلاردەك بىلىنىدۇ. مەسىلەن، «مەن كۆكتە قانات كېرىپ ئۇچۇۋاتىمەن»، «مەن بۇ ئۆيدە تۇراتتىم، لېكىن تۇيۇقسىزلا بۇ ئۆي بىر كېمىگە ئايلىنىپ قالدى»، «مەن ھاڭدىن يىقىلىپ چۈشتۈم، لېكىن يەرگە چۈشكەندە ھېچ يېرىم زەخىملەنمىدى»... بىز چۈش كۆرۈۋاتقاندا، بۇ ئىشلارنىڭ يۈز بېرىشى تولىمۇ نورمالدەك بىلىنىدۇ. لېكىن، بىز ئويغانغاندىن كېيىن، بۇنداق ئىشلارنىڭ مۇمكىن ئەمەسلىكىنى دەرھال تونۇپ يېتىمىز.

ئۇ ئىشلارنىڭ چۈشىمىزدە نورمال بىلىنىشىدىكى سەۋەب، يوشۇرۇن ئاڭنىڭ ھۆكۈم قىلىشى قاتتىق بولمىغان، مەنتىقلىقىنى قاتتىق سۈرۈشتۈرمىگەن. بۇ شۇنى چۈشەندۈرىدۇكى، بىزنىڭ يوشۇرۇن ئېڭىمىزغا ئورۇنلىشىۋالغان قورقۇنچ بىز قۇرامىمىزغا يەتكەندىن كېيىن، ئېڭىمىزنىڭ كۈندىن - كۈنگە پىشىپ يېتىلىش جەريانىدا، يەنىلا رېئاللىقنىڭ زەربىسىدىن ئۆزىنى چەتكە ئېلىپ، ئۇ يەردە ساقلىنىپ قالىدۇ.

سىزنىڭ بالىلىق ۋاقتىڭىزدا پەيدا بولغان قورقۇنچ گەرچە گۆدەكلىك، ئەمەلىيەتكە بولغان چۈشەنچە كەمچىل بولۇش ئاساسىغا تىكلەنگەن بولسىمۇ، لېكىن ئۇ سىزنىڭ ھازىرقى ئىشلىرىڭىزغا ھەر ۋاقىت تەسىر كۆرسىتىپ تۇرىدۇ!

كونا، پاسسىپ شەرتلىك رېفلېكس سىزنى مۇۋەپپەقىيەتكە ئېلىپ بارىدىغان يولغا توسۇق قۇرۇۋالدى. لېكىن، مەن سىزگە دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى ئارقىلىق يېڭى، ئاكتىپ شەرتلىك رېفلېكسنى پاسسىپ رېفلېكسنىڭ ئورنىغا دەسسىتىپ، توسالغۇلارنى سۈپۈرۈپ تاشلاش يولىنى تونۇشتۇرىمەن.

بۇ خىل يېڭى، ئاكتىپ شەرتلىك رېفلېكس سىزنى ھەم تېخىمۇ مۇنەۋۋەر قىلىپ يېتىشتۈرۈپ چىقىدۇ، ھەم سىزگە تېخىمۇ مۇنەۋۋەرلىكىڭىزنى تونۇتىدۇ. سىز بۇ ئىككى ئىشنى كۆڭۈلدىكىدەك پۈتتۈرگەندىن كېيىن، سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچى بولۇشىڭىزغا گەپ كەتمەيدۇ!

بۇنىڭدىكى سەۋەب، سىز ئۆزىڭىزنىڭ ئەڭ زور يوشۇرۇن ئىقتىدارىڭىزنى جارى قىلدۇرۇشىڭىزنىڭ ئۆز ئوبرازىڭىزدىكى كەمتۈكلۈكنىڭ چەكلىمىسىگە ئۇچرىمايدىغانلىقىنى تونۇپ يەتكىنىڭىزدە، ھايات يولىڭىزدا زور ئۆزگىرىش بولىدۇ، دۇنيايىڭىز بۇرۇنقىغا ئەسلا ئوخشىمايدۇ. بۈگۈندىن باشلاپ ھېسابلىغاندا، 90 كۈندىن كېيىن، مەن يۇقىرىدا تونۇشتۇرغان ئۇسۇل بويىچە ئۆزىڭىزدىن سىناق ئېلىپ بېقىڭ، شۇنى بايقايسىزكى، مەن سىزگە يۇقىرىدا سۈرەتلەپ بەرگەن گۈزەل مەنزىرە سىز ئۈچۈن رېئاللىققا ئايلانغان بولىدۇ.

تۆتىنچى باب

پىلانىمىزنى ھەرىكەتكە ئايلاندۇرايلى

بىز ھەرىكەتنى باشلاشتىن ئىلگىرى بەزى مۇھىم ئۇقۇملارنى
ئېنىقلىۋېلىشىمىز كېرەك. ئالدىنقى بابتا بىز بۇ ئۇقۇملار ئۈستىدە
دەسلەپكى قەدەمدە مۇلاھىزە ئېلىپ باردۇق.

ئۇ ئاڭلىماققا ناھايىتى ئاسان بىر خىل ھەرىكەت. لېكىن،
ئۇنىڭ ئالدام خالتىسىغا چۈشۈپ قالماڭ، ئۇنى ئورۇنداشقا خېلى
ئۇزۇن ۋاقىت سەرپ قىلىسىز. سىزگە كاپالەت بېرەلەيمەنكى، ئۇ
سىزنىڭ ئۆزىڭىز توغرۇلۇق بەزى ھەقىقىي ئەھۋاللارنى بايقىۋېلى-
شىڭىزغا ياردەم بېرىدۇ. ئۇ ھەقىقىي ئەھۋاللارنى مانا ئەمدى ھەقى-
قىي چۈشەنگەنلىكىڭىزنى ھېس قىلىسىز.

سىزنىڭ تۇنجى ئاكتىپ ھەرىكىتىڭىز تۆۋەندىكى بۇ ئاددىي
سوئالغا جاۋاب بېرىش بولىدۇ.

— سىزگە نېمە كېرەك؟

مەن سىزگە بۇ سوئالغا چوقۇم تولۇق ھەم كەسكىن جاۋاب
بېرىشىڭىز كېرەكلىكىنى ئېيتقىنىمدا، بىزنىڭ ھەرىكىتىمىز ھە-
قىقىي باشلانغان بولىدۇ. ھازىر سىز ئۆزىڭىزگە كېرەكلىك نەرسى-
لەرنىڭ مۇكەممەل تىزىملىكىنى تۇرغۇزۇپ چىقىشىڭىز كېرەك.

نېمە ئۈچۈن بۇنداق تەپسىلىي تۇرغۇزىمىز؟ چۈنكى بۇ سىزنىڭ
ئۇلارغا ئېرىششىڭىزدىكى بىرىنچى قەدەم. بۇ تىزىملىك سىزنىڭ
ئىنتىلىش نىشانىڭىزنى كۆرسىتىپ بېرىدۇ!

كۆڭلىڭىزدىكىنى ماڭا ئەينەن ئېيتىڭ: سىز ئۆزىڭىزنىڭ نەگە
بارماقچى ئىكەنلىكىنىمۇ بىلمەيدىغان بىر ئەپەندىنىڭ ئەڭ يېقىن بىر

ئايرودرومغا بېرىپ ئايروپىلانغا چىقماقچى بولغان چېغىدىكى مەنزى-
رىنى تەسەۋۋۇر قىلالامسىز؟ ئەگەر سىز ئاۋىئاتسىيە شىركىتىنىڭ
بېلەت ساتقۇچىسى بولۇپ قالسىڭىز، ئۇنىڭغا قانداق يول بىلەن
ياردەم قىلالايتتىڭىز؟ سىز قانداق ئەھۋال كۆرۈلىدىغانلىقىنى پەرەز
قىلالامسىز؟

ئەپەندى: مەن ئايروپىلان بېلىتىدىن بىرنى ئالماقچى.
سىز: ئەلۋەتتە بولىدۇ. ئەپەندى، سىز نەگە بارماقچى؟
ئەپەندى: ھە ... ھى ... بىرقەدەر ياخشى يەرگە بارماقچى.
سىز: نېمە دېمەكچى ئىكەنلىكىڭىزنى بىلەلمىدىم.
ئەپەندى: ماڭا قاراڭ، مۇھىمى، مەن «مەلۇم يەرگە» بارماق-
چى. مەن ۋاقىت ئىسراپ قىلىشنى خالىمايمەن. مەن راستىنىلا
مەلۇم بىر يەرگە بارماقچى.
سىز: ئۇنداق يەر ... قەيەردە؟
ئەپەندى: ئۇ مەن بەختلىك تۇرمۇش كەچۈرەلەيدىغان بىر يەر.
ئۇ يەردە مەن يۇقىرى كىرىمگە ئېرىشەلەيمەن، بىرەر يېڭى ماشىنا
سېتىۋالالىشىم، بىرەر چوڭ شىركەتنىڭ باشقۇرغۇچىسى بولۇپ
قېلىشىم، ھەتتا ئۆز ئالدىمغا بىر شىركەت قۇرۇپ، خوتۇن -
بالىلىرىمنىڭ ھالىدىن ياخشى خەۋەر ئالالىشىم مۇمكىن. بىلەم-
سىز، مەن ماڭا ۋە ئائىلىدىكىلىرىمگە ئەڭ گۈزەل ماكان بولالايدى-
غان بىر يەرگە بارماقچى. سىز باشقىسىنى سۈرۈشتۈرمەي بىر
بېلەت بەرسىڭىزلا بولدى، پۇلىڭىزنى كەم قىلماي بېرىمەن.
سىز: لېكىن، ئەپەندى، سىز ئۆزىڭىز بارىدىغان كونكرېت
يەرنى ئېنىق ئېيتىپ بەرگىنىڭىزدىلا، ئاندىن سىزگە بېلەت سېتىپ
بېرەلەيمەن.

بۇ سىزنىڭ ئۇ ئەپەندىگە تۇتقان يولىڭىز ئەمەسمۇ؟ ئۇ ئەپەندى
ئۆزى بارماقچى بولغان يەرنى ئېنىق دەپ بەرگەندىلا، سىز ئاندىن

ئۇنىڭغا ياردەم قىلالايسىز.

ئۆزىڭىزنىڭ ھايات يولىدىكى غايىڭىز ھەققىدە سۆزلىگەندە، سىزمۇ شۇنداق گەپ قىلغان ئەمەسمۇ؟ «مەن مەلۇم يەرگە بارماقچى»، بۇ گەپ پۈتۈن نەرسىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. لېكىن ئۇ ھېچنېمىنى كۆرسىتىپ بېرەلمەيدۇ! كىشىلەر ئۆزىگە بىرەر نىشان تىكلەشنى كۆڭلىدە بىرىدە «قالتىس بىر ئادەم بولۇپ كېتىش» ئۈچۈن دەپ قارايدۇ. لېكىن، ئۇ كونكرېت، ئېنىق بىر كۆرەش نىشانىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋالماي تۇرۇپ، نىشانىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشى مۇمكىن ئەمەس.

مۇشۇ ئۇسۇل بىلەن ئۆزىڭىزنىڭ ھايات يولىغا قاراپ باقىدىغان بولسىڭىز، ئەمەلىيەتتە ئۆزىڭىزنىڭمۇ ئارزۇ قىلغان مۇۋەپپەقىيەت چوققىسىغا يېتەلمىگەنلىكىڭىزنى بايقايسىز ... ئەگەر ئۆزىڭىزنىڭ ئىنتىلىش نىشانىڭىزنىمۇ ئېنىق بەلگىلىيەلمىگەن بولسىڭىز، ئۇ دا ۋاقىتتا زور مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش سىز ئۈچۈن ئاغزىدا شەھەر ئالغانلىق بولۇپ قالىدۇ. ئېنىق، خاتاسىز، ئاسان چۈشەندۈرگىلى بولىدىغان نىشان بولمىغاندا، مەڭگۈ مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشكىلى بولمايدۇ.

بىز ھازىرلا ئۇ نىشانلارنى ئېنىق تۇرغۇزايلى. بىز ئۇلارنى دائىم قوللىنىلىدىغان ئەڭ ئاددىي ئاتالغۇلار بىلەن ئىپادىلەيلى. بىز ناھايىتى توغرا قىلىشقا تىرىشايلى، چۈنكى ئاددىيلىقنىڭ ئۆزى توغرا بولۇشنى تەلەپ قىلىدۇ.

ئۆزىڭىزگە كېرەكلىك نەرسىلەرنى تىزىملاپ چىقىشىڭىزغا ئاسانراق بولسۇن ئۈچۈن، بىز بىرنەچچە تۈرنى تۇرغۇزۇپ چىقتۇق، ئۇ يەنە بىرنەچچە خىل ۋەكىل خاراكتېرلىك تەكلىپنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ، ھەربىر تۈرگە ماس كېلىدىغان «قاراش»نى كۆرسىتىپ بېرىدۇ. تۆۋەندىكى جەدۋەلدىكىلەرنى ئوقۇپ، ئاندىن ئۆز كۆڭلىڭىزدىكى كېرەكلىك نەرسىلەرنى يېزىپ چىقىڭ.

ماڭا ھازىر كېرەكلىك نەرسىلەر

ئەگەر مەن ھازىرلا سىز بىلەن كۆرۈشۈپ، چەك دەپتىرىنى قولۇمغا ئالسام ھەمدە سىز ھازىر ئەڭ ئېھتىياجلىق بولۇۋاتقان نەرسىلەرنى ئېلىپ بېرىشكە ۋەدە قىلسام، ئۇ چاغدا سىز ماڭا تۆۋەندىكى تىزىملىكنى بېرىسىز:

تەكلىپ	ماڭا كېرىكى
يېڭى ئۆي سايمانلىرى	
ماشىنا رېمونتى	
چىقىم تالونى	
داۋالاش سۇغۇرتىسى	
يېڭى كىيىم - كېچەك	
داۋالاش ئوپېراتسىيىسى	
چىش ئاسراش	
ئىجارە ھەققى تاپشۇرۇش ياكى رەنگە	
قويغان پۇلنى قايتۇرۇش	
يېڭى كىر ئالغۇ	
ھاۋا تەڭشىگۈچ	
ھازىر سىزگە جىددىي ئېھتىياجلىق بولغان باشقا نەرسىلەر	

دىققەت: ئۆزىڭىزگە كېرەكلىك ھەممە نەرسىنى قورقماي يېزىۋېرىڭ. بىر خىل چەكلىمە ئىچىدە ئويلانماي، ئۇلارنى بىر-بىرلەپ يېزىپ چىقىڭ.

يۇقىرىقى جەدۋەلنى تولدۇرۇپ بولغاندىن كېيىن، ئەمدى تۆۋەندىكى جەدۋەلنى تولدۇرايلى. ئۇنىڭغا سىز ھازىر جىددىي ئېھتىياجلىق بولمىغان نەرسىلەرنى تولدۇرۇڭ، سىز ئۇلارغا موھتاج

بولۇڭ - بولماڭ، ئۆزىڭىز ئارزۇ قىلغان نەرسىلەرنى تولدۇرۇڭ. ھېچقانداق چەكلىمە يوق، قانچىلىك يازغۇڭىز كەلسە شۇنچىلىك يېزىڭ. سىز ھازىر ياكى كەلگۈسىدە ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسىنى يېزىپ چىقىڭ.

مېنىڭ ئارزۇيۇم تەكلىپ	ئارزۇيۇم
روللس - رويس ماركىلىق ماشىنا	
250 مىڭ دوللار قىممىتىدىكى ئۆي	
50 فۇت ئۇزۇنلۇقتىكى سەيلە كېمىسى	
رېنوئىرنىڭ داڭلىق رەسىمى	
دۇنيانىڭ ھەرقايسى يەرلىرىنى بىر يىل ئىچىدە ئايلىنىپ چىقىش	
بانكىدا 500 مىڭ دوللار ئامانەت پۇل بولۇش	

ئەمدى تولدۇرغان نەرسىلىرىڭىز ئۈستىدە بىرئاز ئويلىنىپ باقىدىغان بولسىڭىز، شۇنى ئېنىق بايقايسىزكى، سىزنىڭ ھايات يولىڭىزدا ئېرىشىشنى ئارزۇ قىلىدىغىنىڭىز يالغۇز ماددىي بايلىق ئەمەس ئىكەن. خاس ماددىي بايلىق بىزگە مۇكەممەل ئۇتۇقلۇق تۇرمۇش ئاتا قىلالمايدۇ.

بىز ماددىي بايلىقتىن باشقا، يەنە شەخسىي ساپا ۋە پەزىلەتكىمۇ موھتاج. ساپا بىلەن پەزىلەت شەكىلسىز نەرسىلەر بولسىمۇ، لېكىن نۇرغۇن تەرەپلەردىن ئويلىغاندا، ئۇ بىز ئۈچۈن كەم بولسا بولمايدۇ. ئېرىشىشىمىز مۇمكىن بولغان مال - مۈلۈكنى قوغداش، داۋاملىق مۇۋەپپەقىيەت قازىنىپ تۇرۇش، باشقىلارنىڭ ھۆرمىتى، دوستلۇق ئىشەنچىسى ياكى باشقا ھەرقانداق مېھىر - مۇھەببەتكە ئېرىشىش ئۈچۈن، ھەممىمىز ئالىي ساپا ۋە پەزىلەتكە

موھتاج.

شۇڭا، بىز كۆرەش نىشانىمىزنى بېكىتىشتىن ئىلگىرى، يۇقىرىقى ئىككى جەدۋەلدىن باشقا، تۆۋەندىكى جەدۋەلنىمۇ تولدۇرۇپ چىقىشىمىز كېرەك: سىز ئارزۇ قىلغان شەخسىي ساپا.

تەكلىپ	ئېھتىياجىم ياكى ئارزۇيۇم
زېھنىنى يىغىش ئىقتىدارى	
ھەقىقىي ئىشەنچ	
ئارقىغا تارتىشتىن قۇتۇلۇش ئىقتىدارى	
تېخىمۇ جۈرئەتلىك بولۇش	
ئىشنى باشتىن - ئاخىر ياخشى قىلىش ئىقتىدارى	
ئىجادكارلىق ئىدىيىسىگە تېخىمۇ باي بولۇش	
باشقىلارغا تېخىمۇ ياقىدىغان مىجەز - خاراكتېر بولۇش	
ۋاقىت ئىسراپچىلىقىنى توختىتىش	
باشقىلارغا تېخىمۇ دوستانە بولۇش	
رەھبەرلىك قىلغۇچى بولۇش	
تەن ساغلاملىقىنى ساقلاش	
تولۇپ تاشقان قىزغىنلىق	

بەشىنچى باب

تىزىملىكتىكى ئىشلارنى ئىنتىلىش نىشانىڭىزغا ئايلاندۇرۇڭ

هازىر سىز كەلگۈسى پىلانىنى تۇرغۇزۇشنىڭ بىرىنچى قەدىمىنى بېسىپ بولدىڭىز. بۇ دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن پايدىلىنىپ بايلىققا ئېرىشىشنىڭ ئالدىنقى شەرتى. سىز ئۆزىڭىز ئېرىششنى ئارزۇ قىلغان ئاشۇ شەكىللىك ۋە شەكىلسىز نەرسىلەرنىڭ ھەممىسىنى بىر - بىرلەپ تىزىمغا تۇرغۇزۇپ چىقتىڭىز.

سىزنىڭ ئەمدى قىلىدىغان ئىشىڭىز ئۇلارنى كونكرېتلاشتۇرۇپ چىقىش، بۇ سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىزنىڭ ئالدىنقى شەرتى. ئاددىي قىلىپ ئېيتقاندا، بىز ئۆز قولىمىز بىلەن تۈزۈپ چىققان ئاشۇ تارماقلارنى كونكرېت نىشانغا ئايلاندۇرۇشىمىز كېرەك. ئۇ تارماقلارنى كىشىلىك ھايات نىشانىڭىز بىلەن بىر يەرگە كەلتۈرۈش، يەنە ئۇلارنىمۇ ئۆزئارا بىر يەرگە كەلتۈرۈش ئۈچۈن، شۇنداق قىلمىسىڭىز بولمايدۇ.

تۆۋەندىكى توققۇز سىناش سوئالى سىزنىڭ قەدەممۇقەدەم نىشان تىكلىۋېلىشىڭىزغا ياردىمى بولسۇن ئۈچۈن چىقىرىلغان. ئۆزىڭىز تۈزۈپ چىققان تىزىملىكتىكى ھەربىر ئېھتىياجلىق نەرسە ۋە ئارزۇيىڭىزنى ئەستايىدىللىق بىلەن تەكشۈرۈپ چىقىڭ. تۆۋەندىكى سىناش سوئالىنىڭ تەلىپىگە يېتىش ئۈچۈن، سىزنىڭ ئارزۇيىڭىزغا ئازراق ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈشكە توغرا كېلىشى مۇمكىن، هازىرچە ئۇلارنى ئۆزگەرتىشكە بولىدۇ. بۇ ئارزۇلار سىناش سوئالىنىڭ ھەربىر تەلىپىگە يەتكەن ھامان، سىز ئۇلارنى خاتىرىلىۋېلىڭ. شۇ

ۋاقىتتا، خاتىرىلەپ چىققانلىرىڭىز سىزنىڭ نىشانىڭىز بولىدۇ.

ئېسىڭىزدە بولسۇن، بۇ سىزنىڭ ئالغا بېسىشىڭىزدىكى ئەڭ مۇھىم قەدەملەرنىڭ بىرى. ئەگەر ئۆزىڭىزنىڭ نىشانلىرىڭىزنى خاتىرىلەپ چىقمىسىڭىز، كېيىنكى بابلاردا سۆزلىنىدىغان ئۇسۇل بويىچە ئۇلاردىن ئۈنۈملۈك پايدىلىنىشقا ئامالسىز قالىسىز. ئەگەر ئۇلار تۆۋەندىكى سىناش سوئالىنىڭ تەلىپىگە پەقەتلا يەتمىگەن بولسا، كۆرۈپ قالىسىزكى، سىز ئۇلاردىن مۇۋاپىق پايدىلىنالمايسىز، سىزنىڭ ھەرقانداق بىر ئىشنى ئۈنۈملۈك قىلىشىڭىزغا ئۇلارنىڭمۇ ياردىمى تەگمەيدۇ.

تۆۋەندىكى سىناش سوئالىنى ئەستايىدىل كۆرۈپ چىققاندىن كېيىن، ئۆز نىشانىڭىزنى يېزىشنى باشلاڭ. قېنى، ھەرىكەتكە كېلىڭ!

1. [illegible]

سىز بۇ تىزىملىكنى باشقىلارغا كۆرسىتىپ، ئۆزىڭىزنىڭ ناھايىتى سەۋىيىلىك ئىكەنلىكىڭىزنى بىلدۈرۈپ قويۇش ئۈچۈن تۇرغۇزدىڭىزمۇ ياكى ئۇنى كىچىككىنە بىر نىشان سۈپىتىدە قاراپ، بۇ نىشانلارنى قولۇمنىڭ ئۇچىدا ئىشلەپمۇ ئورۇندىيالايمەنغۇ دەپ ئويلامسىز؟ لېكىن ئۇ سىز ھەقىقىي ئارزۇ قىلىدىغان، ئۆزۈڭىزدىن بېرى تەشنا بولۇپ كېلىۋاتقان نەرسە بولۇشى كېرەك!

2. بۇ نىشان بىلەن مەن تۇرغۇزغان باشقا نىشانلار زىددىيەتلىكمۇ؟

مىسال ئۈچۈن ئالساق، مەن كىرىم جەھەتتە ئۆزۈمگە تىكلىگەن نىشان — يىللىق كىرىمىمنى 20 مىڭ دوللارغا يەتكۈزۈش. لېكىن، تۇرالغۇ جەھەتتە ئۆزۈمگە تىكلىگەن نىشان — 250 مىڭ دوللارلىق تاۋار ئۆي سېتىۋېلىش. بۇ ئىككى نىشان سىزگە زىددىيەتلىك تۇيۇلمىدىمۇ؟

ھەل قىلىش ئۇسۇلى: مائاش ياكى كىرىم نىشانىڭىزنى يۇقى-

رى كۆتۈرۈش.

3. ئائىلىدىكىلىرىڭىز بۇ نىشانىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشتا سىز بىلەن بىر نىيەتتە ھەمكارلىشامدۇ؟

ئائىلىدىكىلىرىڭىز سىزنىڭ مۇشۇنداق بىر نىشان ئۈچۈن تىرىشۋاتقىنىڭىزغا قارشىمۇ؟ سىز ئائىلىڭىزدىكىلەر بىلەن بۇ توغرۇلۇق ئەستايىدىل مەسلىھەتلىشىشىڭىز، بېكىتكەن نىشانىنى تەڭشىشىڭىز كېرەك.

4. بۇ نىشان ئاكتىپ، لېكىن پاسسىپ ئەمەسمۇ؟

بىز ئالدىدا ئېيتىپ ئۆتكىنىمىزدەك، ئۇ سىز سىقىپ چىقىرىۋەتمەكچى بولغان نەرسە ئەمەس، بەلكى چىن يۈرىكىڭىزدىن ئېرىشىشنى ئويلىغان نەرسە.

5. بۇ نىشان تەپسىلىي بايان قىلىنىدىمۇ؟

مەن چوڭ يېڭى ماشىنا ئالمايمەن، قىممىتى 35 مىڭ دوللارلىق چوڭ يېڭى ماشىنىمۇ ئالمايمەن، مېرسېدېس ماركىلىق چىرايلىق چوڭ ماشىنا ئېلىش نىيىتىم يوق، بەلكى ئۆزى يېڭى، قارا رەڭلىك، 380SLC تىپلىق مېرسېدېس ماركىلىق ماشىنا ئالماقچى، ئۇنىڭ ئورۇنلاشتۇرۇلۇشى ··· خۇددى پەقەت مۇشۇنداق ئىنچىكە تەسۋىرلەپ چىققاندىلا، ماشىنا سېتىش شىركىتىدىن بۇ خىل ماشىنىنى ئالغىلى بولىدىغاندەك، ھەربىر ئىنچىكە تەپسىلاتىنى يېزىپ چىقىسىز! ئۆزىڭىز ئېرىشمەكچى بولغان باشقا نەرسىلەرنىڭ تىزىملىكىنىمۇ مۇشۇنداق تەپسىلىي تۈرغۈزۈپ چىقسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر سىز چىرايلىق سېلىنغان بىر يۈرۈش تاۋار ئۆيگە ئېرىشمەكچى بولسىڭىز، ئۇنىڭغىمۇ ئوخشاشلا مۇشۇنداق تەپسىلىي تىزىملىك تۈرغۈزۈپ چىقىڭ.

6. بۇ نىشان ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇنمۇ؟

مەن بۇ يەردە، ئىنسانلار ئۈچۈن ئېيتقاندا، بۇ نۇقتىنى ئىشقا ئاشۇرۇش ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇنمۇ - ئەمەسمۇ، دېمەكچىمەن، ھەرگىزمۇ بۈگۈنكى كۈندە سىز ئۈچۈن بۇنداق ئارزۇنىڭ بولۇشى ئەمە-

لىيەتكە ئۇيغۇنمۇ - ئەمەسمۇ دەۋاتقىنىم يوق. مەن بۇ يەردە دەۋاتقان «ئەمەلىيەت» ئىنسانىيەت تەرەققىياتىنىڭ ئوبيېكتىپ ئەمەلىيىتى نۇقتىسىدىن ئېيتىلىۋاتىدۇ. تۆۋەندىكى ئىككى خىل قاراشنى كۆرسىڭىزلا، مېنىڭ دەۋاتقان ئەمەلىيەتنىڭ نېمە ئىكەنلىكىنى چۈشىنىۋالالايسىز.

ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن بولمىغان قاراش: كۆكتە پەرۋاز قىلىپ ئۇچسام، لېكىن ئايروپىلان ياكى باشقا ئۇچۇش ئەسۋابلىرىنى ئىشلەتمىسەم.

ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن قاراش: مەن 1 مىليون 250 مىڭ دوللارغا سېتىۋالغان شەخسىي ئايروپىلانىمنى ئۆزۈم ھەيدەپ باقسام.

ئەگەر ئۇ نىشان ئادەملەر ئەمەلگە ئاشۇرالايدىغان نىشان بولسا، ئۇنداقتا ئۇ سىز ئۈچۈن ئېيتقاندا، تامامەن ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن نىشان بولىدۇ.

7. بۇ نىشان بەك يۇقىرى بەلگىلىنىپ كەتمىدىمۇ؟

بۇ ئامىل شۇنداق مۇھىم، يەنە كېلىپ كىشىلەردە دائىم خاتا چۈشەنچە پەيدا قىلىپ قويىدىغان بولغاچقا، تۆۋەندىكى مەزمۇننى سۆزلەشتىن ئىلگىرى، بۇ توغرۇلۇق كۆپرەك بىر نەرسە سۆزلەپ ئۆتمەكچىمەن.

يەتتىنچى مەسىلە سىز تۇرغۇزۇپ چىققان ماددىلارنى نىشانغا ئايلاندۇرۇشتىكى ئاساسىي نۇقتا. چۈنكى ئۇ سىزگە ئۆزىڭىزنى چۈشەپ قويۇشنى توختىتىڭ، دەپ نەسىھەت قىلىشۋېلىشىمدىكى ئەڭ ئاخىرقى پۇرسەت.

ئەگەر سىز ئېرىشمەكچى بولغان يۇقىرى كىرىم ھازىر ھەر ئايدا تېپىۋاتقان پۇلىڭىزدىن 2000—3000 دوللار ئارتۇق بولسا، ئەگەر سىزنىڭ ئىنتىلىدىغىنىڭىز ھازىرقى ئورنىڭىزدىن بىر - ئىككى دەرىجىلا يۇقىرى ئورۇن بولسا، ئۇ چاغدا سىز مۇۋەپپەقىيەتكە ئىنتىلىۋاتقان ھېسابلانمايسىز!

بۇنىڭدىنمۇ ئېغىرى، سىز بۇنداق قىلسىڭىز مەڭگۈ مۇۋەپپە-

قىيمەت قازىنالمايسىز! سىز يەرگە ئىشلىتىدىغان نەرسىنى تورۇسقا ئىشلەتتىڭىز، دېمەكچى، سىز ئەڭ تۆۋەن نىشاننى ھاياتىڭىزدىكى ئەڭ زور ئىنتىلىش نىشانى قىلىۋالدىڭىز. ئويلاپ بېقىڭ، زور مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىز شۇنچىلىك ئاسانمۇ! نىشان تىكلەشنى ئۆزىڭىزنى چەكلەيدىغان نەرسە قىلىۋالماڭ.

ئۆزىڭىزگە ئۇلۇغۋار نىشانلارنى تىكلەشكە جۈرئەت قىلىڭ! ھايات يولىڭىزنىڭ ھەرقانداق بىر تەرىپىگە ئۆزىڭىز يېتىشنى ئارزۇ قىلغان ئەڭ شانلىق چوققىنى نىشان قىلىپ بېكىتىڭ، ھەرگىزمۇ ئاڭلىماققا بەك «نەپسى يامان»لىق بىلىنمەيدىغان ياكى «ئەمەلىيەتكە يېقىن كەلمەيدىغان» ئېگىزلىكنى تاللىماڭ.

نىشانىڭىزنىڭ يېتەرلىك يۇقىرى بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىڭ! نىشاننىڭ مۇھىملىقىنى تىل بىلەن تەسۋىرلەپ بەرگىلى بولمايدۇ. ئەگەر بىرەرسى مەلۇم نىشاننى ئەمەلگە ئاشۇرالايدىغان بولسا ياكى بىرەرسى مەلۇم نىشاننى ئەمەلگە ئاشۇرغان بولسا، ئۇنداقتا بۇ نىشانلار سىز ئۈچۈن ئېيتقاندا، يېتىش تەس بولغان نىشان ھېسابلانمايدۇ (ئالتىنچى مەسىلىنى يەنە بىر قېتىم كۆرۈپ بېقىڭ.)

بۇ ۋاقىتقا كەلگەندە، نىشاننى بېكىتىش ئىشىدا، بۇ نىشانلارنى قانداق ئەمەلگە ئاشۇرارمەن، دېگەن خىيالنى كاللىڭىزغا ھەرگىز يېقىن يولاتماڭ!

ئۇ سىزنىڭ ئىشىڭىز ئەمەس، مېنىڭ ئىشىم. مەن سىزگە ۋەدە بەرگەن — «بۇ دۇنيادا سىز ئېرىشىشنى خالىغان ھەممە نەرسىگە ئېرىشەلەيسىز». ھازىر مېنىڭ سىزدىن كۈتىدىغىنىم، مۇكەممەل ھەم ئەتراپلىق بىر تىزىملىك تۈزۈپ چىقىڭ، ئۇنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش - ئاشۇرالماسلىق ئۈستىدە ھەرگىز كاللىڭىزنى ئاۋارە قىلماڭ.

سىز «ئۆزىڭىز ئېرىشمەكچى» بولغان نەرسىلەرگە كۆڭۈل توختىتىپ بولغاندىن كېيىن، سىزگە «ئۆزىڭىز ئېرىشمەكچى بولغان نەرسىلەرنى قانداق قىلىپ رېئاللىققا ئايلاندۇرۇش»نى ئېيتىپ

بېرىمەن.

8. مەن نىشاننى ئەمەلگە ئاشۇرۇشتا كەم بولسا بولمايدىغان شەخسىي ساپانىمۇ تىزىملىككە كىرگۈزدىممۇ؟

ئەگەر ھازىرقى ئەھۋالىڭىزنى ئۆزگەرتىش خىيالىڭىز بولسا، سىز قايتماس ئىرادىلىك، ئۈمىدۋار، ئىشەنچكە تولغان بولۇشىڭىز كېرەك ... بىلىسىڭىز، بۇلارنىڭ ھەممىسى زۆرۈر ئالدىنقى شەرتلەر. بۇ ۋاقىتقا كەلگەندە، مەن بايا بېكىتكەن نىشانلىرىڭىزنى قانداق ئەمەلگە ئاشۇرۇشتىن ئەندىشە قىلماڭ دېگەنىدەك، ئۆزىڭىزنىڭ شەخسىي ساپايىڭىزنى قانداق يۇقىرى كۆتۈرۈشتىنمۇ ئەندىشە قىلمىسىڭىز بولىدۇ. ئۇلارنى پەقەت بېكىتكەن نىشانلىرىڭىزنىڭ قاتارىغا قوشۇپ قويسىڭىزلا كۇپايە.

9. ھەربىر نىشاننى گويا ئەمەلگە ئېشىپ بولغان تەلەپپۇزدا بايان قىلىپ چىقتىممۇ؟

دېمەكچى بولغىنىم، نىشان توغرۇلۇق گەپ قىلىۋاتقاندا، باشقىلاردا ئۇنى ئەمەلگە ئاشۇرۇپ بولغاندەك تۇيغۇ پەيدا قىلالىدىڭىزمۇ؟ سىز باشقىلارغا شۇنداق تەسىرات بېرىشىڭىز كېرەك!

«مېنىڭ ئويلايدىغىنىم ... مېنىڭ ئۈمىدىم ... مېنىڭ قىلماقچى بولغىنىم ...» دېگەندەك گەپلەرنى يازماڭ.

«مەن قىلغان ... مەن ئىشلىگەن ... مەن ئېرىشكەن ...» دېگەندەك گەپلەرنى يېزىڭ.

مەسىلەن، مەن قارا رەڭلىك، 380SLC تىپلىق مېرسېدېس ماركىلىق بىر يېڭى ماشىنىغا ئېرىشتىم، ئۇنىڭ ئورۇنلاشتۇرۇلۇشى ...

مەن ئىشنى ئۇنۇم بىلەن قىلىدىغان ئادەم، ھەرقانداق ئىش قىلسام چىرايلىق باشلىنىپ، ياخشى ئاخىرلىشىدۇ.

دىققەت: بۇ سىناش سوئاللىرى ئادەمنىڭ پسىخىكىسى ۋە روھىي ھالىتىگە نىسبەتەن تۆۋەن مۆلچەرلىگىلى بولمايدىغان دەرد-

-چىدە مۇھىم رول ئوينايدۇ. ئۆزىڭىزنىڭ نىشانلىرىنى يېزىۋاتقاندا، ئۇلارنى سىناش سوئاللىرىدىن چوقۇم پايدىلىنىڭ.

بۇ نۇقتىنى ئورۇنداپ بولغاندىن كېيىن، شۇنى بايقايسىزكى، سىزنىڭ نىشانلىرىڭىزنى ئوچۇقلۇق يېزىپ چىقىشىڭىزغا توسالغۇ بولىدىغان پايدىسىز ئامىلدىن پەقەت بىرىلا قالىدۇ: كەينىگە تارتىش!

ئەمدى مۇۋەپپەقىيەت يولىڭىزدا تۇرۇۋالغان ئۇ دۈشمەنگە ئۇقۇتۇلۇق زەربە بېرىشتە، باشقا تاللاش يولىڭىز يوق، پەقەت بىر ئىشنى قىلىسىڭىزلا بولىدۇ: كۆرەش نىشانىڭىزنى يېزىشنى ھازىرلا باشلاڭ!

مۇھىمىنىڭ مۇھىمى

ئۆزىڭىزنىڭ ئېھتىياجى، ئارزۇسى بويىچە تۇرغۇزۇپ چىققان ئاشۇ ئىشلاردىن سىرت، مەن تىرىشچانلىقىڭىزدە تۆۋەندىكى بىرنەچچە نۇقتىنىڭمۇ بولۇشىنى ئارزۇ قىلىمەن.

مەن ئۇنى بىر ئۆزۈمنىڭ تەجرىبىسى بويىچە ئەمەس، باشقا نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ تەجرىبىسى بويىچە كىرگۈزۈشنى تەۋسىيە قىلىۋاتىمەن، ئۇ نۇقتىلار سىزنىڭ ئالاھىدە تەلىپىڭىزنىڭ قاندۇرۇلۇشىغا كاپالەتلىك قىلىشتا مۆلچەرلىگۈسىز رول ئوينايدۇ.

ئۇلارنى ئوقۇغاندا شۇنى چۈشىنىسىزكى، ماھىيەت جەھەتتىن ئېيتقاندا، ئۇلارنىڭ ھەممىسى ئاكتىپ ئامىل، يەنە كېلىپ ئۇلار سىز ئۆز ۋۇجۇدىڭىزدا يۈز بېرىشىنى خالىمايدىغان ھەرقانداق ئىشنى ئۆز ئىچىگە ئالمايدۇ.

مەن ئۇلارنى «نىشان تىرىشچانلىقىدىكى مۇھىمىنىڭ مۇھىمى» دەپ ئاتىدىم. چۈنكى، ئۇلار سىز تەقلىد قىلىپ ئىشلەيدىغان جەۋھەرنىڭ ئىچىگە كىرىپ بولدى. سىز ئۆزىڭىزنىڭ نىشانىنى يازغاندا، ئۇلارنى ئالدىنقى قاتارغا تىزىشىڭىز كېرەك. ئۇلار ئۈستىدە

«مۇنداقلا ئويلىنىپ قويۇش» قا بولمايدۇ. ئۇلار ھەرىكىتىڭىزنىڭ باشلىنىش نۇقتىسى، سىز چىڭ تۇتۇشقا تېگىشلىك ئاساس.

شۇڭا، تۆۋەندىكى ئۈچ نۇقتا بويىچە ئۆزىڭىزنىڭ كۆرەش نىشانىڭىزنى تۇرغۇزۇشقا باشلاڭ:

1. مەن مەخسۇس ئۆزۈمنىڭ ئالغا ئىلگىرىلىشىگە بېكىتىلگەن تەرتىپلەرگە ھەر كۈنى ئەمەل قىلىپ كېلىۋاتىمەن. مەن ئىشلارنى تېخىمۇ ئۈنۈملۈك قىلىدىغان بولدۇم، يەنە كېلىپ، ھەر خىل بويۇنتۇرۇقلاردىن قۇتۇلۇپ، ئۆزۈمنىڭ يوشۇرۇن ئىقتىدارىمنى تېخىمۇ تولۇق جارى قىلدۇرالايدىغان بولدۇم.

2. ئۆز نىشانىمغا پۈتۈن كۈچ - قۇۋۋىتىم بىلەن ئىنتىلىمەن. مەن تولۇپ تاشقان قىزغىنلىقتا ئىگە، باشقىلارغا دوستانە مۇئامىلە قىلىدىغان، باشقىلارنىڭ كۆڭلىگە ياقىدىغان ئادەم. مەن باشقىلارنىڭ ياردىمىسىزمۇ چوقۇم مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشەلەيمەن. مەن مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىمەن، بۇ مەندە باشقىلارغا ياردەم قىلىش مەجبۇرىيىتىنى تۇرغۇزىدۇ.

3. ھازىر مەن ئۆزۈمگە كەلگۈسىدە مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايدىغان نەزەردە قارايمەن. مەن ھازىر بالىلىق ۋاقتىمدىكى قىلغان ئىشىمغا مەغلۇبىيەت نەزىرى بىلەن قارايدىغان ئادەتنى تاشلىدىم. مەن ئەڭ بولمىغاندا، مەغلۇبىيەت ۋە چەكلىمىنىڭ بويۇنتۇرۇقىدىن قۇتۇلدۇم.

ئەمدى سىز ئۆز نىشانىڭىزغا كېلىڭ، ئۆزىڭىز ئېھتىياجلىق، ئارزۇ قىلغان نەرسىگە ئېرىشتۈرىدىغان ھەم ئۇلارغا ئېرىشىشتە كەم بولسا بولمايدىغان ساپا ئۈچۈن بېكىتىلگەن ھەربىر نىشانغا كېلىڭ.

ئۇلارنى ئۆز تىلىڭىز بىلەن بايان قىلىپ چىقىڭ، بىر قەدەر تەپسىلىي، ئاكتىپ، ئەمەلگە ئېشىپ بولغان تەلەپپۇزدا بايان قىلىشقا دىققەت قىلىڭ.

دىققەت: نۇرغۇن كىشىلەرگە مەلۇم، ئۆزلىرى ئويلىغان ماد-

دىلى نەرسىلەرنى تىزىملاپ چىقىش بىر قەدەر ئاسان، لېكىن ئۇلارنىڭ نىشانىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشتا كەم بولسا بولمايدىغان ساپانى تىزىملاپ چىقىش تولىمۇ تەس. شۇڭا، مەن ئادەتتە بولمىسا بولمايدىغان بىرنەچچە خىل ساپانى ئۇلار ئۈچۈن كۆرسىتىپ بەردىم.

سىز ئۆزىڭىز ئۈچۈن تىزىملىك تۈرغۈزغاندا، بۇ بىرنەچچە خىل ساپانىمۇ كىرگۈزۈپ قويۇڭ ياكى ئۇلارنىڭ ياردىمىدە يېڭىدىن تۈزۈپ چىقىڭ. ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى كۆپ قىسمى بىز تەكىتلەشكە تېگىشلىك نىشانلار. مەن ئۇلارنى نۇرغۇن يىللار ئىلگىرى ئىگىلەپ بولغان، شۇنچە يىللاردىن بېرى ئۇلاردىن شۇنداق ياخشى پايدىلىنىپ كېلىۋاتىمەن. مەن ھەتتا ئۇلارنىڭ قانداق يۇكسەكلىككە كۆتۈرۈلگەنلىكىنىمۇ ئەسلىيەلمەيمەن. لېكىن، شۇنداق دېيەلەيمەنكى، ئۇلار ئىشنىڭ ئۈنۈمدارلىقىنى ئاشۇردى، سىزنى زور ياردەملەر بىلەن تەمىنلەيدۇ.

دىققەتنى يىغىش مەن ھەرقانداق ۋاقىتتا، ھەرقانداق ئىش قىلغاندا، پۈتۈن ئوي - پىكرىمنى بىر يەرگە يىغالايمەن. مۇنداقچە ئېيتقاندا، زېھنىي كۈچۈمنى ھەرقانداق بىر ۋەزىپە ئۈستىگە بىرقەدەر ئاسان قارىتالايمەن، سىرتقى دۇنيانىڭ پاراكەندىچىلىكىگە ئۇچرىمايمەن. يەنە بىر خىل قىلىپ ئېيتقاندا، مەن ھەرقاچان قىلىشقا ئەرزىيدىغان ئىشلارنى قىلىمەن. قولۇمدا ئىش بار چاغدا، ئۇنى پۈتۈن ۋۇجۇدۇم بىلەن ياخشى قىلىمەن. مەن بىر ئىشقا پۈتۈن زېھنىم بىلەن كىرىشىپ كەتكەندە، بۇ دۇنيادىكى ھەرقانداق ئادەم ياكى ھەرقانداق ئىش ماڭا كاشىلا قىلالمايدۇ.

ئۈنۈم؛ مەيلى قانداقلا ئىش بولسۇن، مەن قىلىشنى نىيەت قىلغانىكەنمەن، ھەرقانداق ۋاقىتتا يۇقىرى ئۈنۈم قوغلىشىمەن. مەن ھەربىر مىنۇت ۋاقىتتىن تولۇق پايدىلىنالايمەن. مەن دائىم ئەڭ ئاز ۋاقىت ۋە زېھنىي كۈچ سەرپ قىلىپ، ئەڭ كۆڭۈلدىكىدەك نەتىجىگە ئېرىشەلەيمەن.

قەيسەرلىك مەن ھەر خىل مەسىلىلەرگە دائىم ئەڭ زور قەيسەرلىك بىلەن يۈزلىنىمەن، شۇڭا ئۇلارنى ناھايىتى ئاسانلا ھەل قىلالايمەن.

ئىشەنچ؛ مەن تولۇق ئىشەنچ يېتىلدۈرگەن. مەيلى قانداق ئەھۋالدا بولسۇن، ھەر خىل ئادەملەر بىلەن مۇناسىۋەت قىلىش جەريانىدا، مەن تولۇق ئىشەنچ بىلەن ئوتتۇرىغا چىقىمەن.

غۇرۇر؛ مەن ئۆزۈمنى ۋە ئۆزۈم بېكىتكەن ئاشۇ نىشانلارنى ھۆرمەتلەيمەن. مەن ئۆزۈمنى كىشىلەر ئارىسىدىكى ئەڭ مۇنەۋۋەر كىشى بىلەن باراۋەر، يەنە كېلىپ، چوڭ ئىشلارنى باشقا ئېلىپ چىقالايمەن دەپ قارايمەن.

قەتئىي بوشاشماسلىق؛ مەيلى قانداق ئىش قىلاي، مەن چىرايلىق باشلاپ، ياخشى ئاخىرلاشتۇرالايمەن، قەتئىي بوشاشمايمەن، كېيىنىگە يانمايمەن.

مۇۋەپپەقىيەت مەن ئۆزۈمنى ھەرقانداق ئىشتا مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايمەن دەپ قارايمەن. دەل شۇنداق بولغاچقا، مېنىڭ ئېرىشكىنىم مول بولدى، بەختكە ئېرىشىشتە زۆرۈر بولغان ساپانى يېتىلدۈرەلىدىم. مۇۋەپپەقىيەت مەن ئۈچۈن ئۇنچە تەس ئىش ئەمەس.

سەمىمىيلىك مەن ئۆزۈمگە سەمىمىيلىك بىلەن مۇئامىلە قىلىمەن، شۇڭا باشقىلارغىمۇ سەمىمىيلىك بىلەن مۇئامىلە قىلالايمەن.

ئورۇنلاشتۇرۇش؛ مېنىڭ كىشىلىك ھايات يولۇمنىڭ ھەرقايسى باسقۇچلىرى مۇۋاپىق ئورۇنلاشتۇرۇلغان.

ئىجادچانلىق مەن بارلىق مەسىلىلەرنى ھەل قىلىشنى ئۆزۈمنىڭ ئىجادچانلىقىمنى ئېچىشنىڭ پۇرسىتى دەپ قارايمەن، شۇڭا مېنىڭ تۇرمۇشۇم رەڭدار. مەن ھەرقانداق جەھەتتە ئۆزۈمنىڭ ئىجادچانلىقىمدىن پايدىلىنىمەن، شۇڭا كۈندىن - كۈنگە مۇھىم رەھبەرلىك خىزمىتىنى ئۈستۈمگە ئالالايمەن. مەن ھەربىر خىزمەتنى

باشلاشتىن ئىلگىرى، قانداق قىلغاندا ئۇنى ئىلگىرىكىدىن تېخىمۇ ياخشى قىلغىلى بولىدۇ، دېگەن مەسىلە ئۈستىدە كاللا قاتۇرىمەن. مەن ئىچىمدە ھەرقاچان ياخشى يوللارنى ئويلاپ تۇرىمەن، شۇڭا بىر ئىشلارغا كەلگەندە، ماڭا دائىم ياخشى يول چىقىپ تۇرىدۇ. شۇنداق دېيىشكىمۇ بولىدۇ، مەندە بىر خىل ئادەتتىن تاشقىرى ئىقتىدار بار، يولۇققان مەسىلىلەرنى ئىجادچانلىق بىلەن ھەل قىلالايمەن. ئۆزۈمدە مۇشۇنداق بىر ئىقتىدارنىڭ بارلىقىنى تونۇپ يەتكەن ھامان، مېنىڭ ئىجادچانلىقىم ئېتىقادىمنى زور كۈچ بىلەن قوللايدۇ، مېڭەمدە بىردىنبىر ياخشى چارىلەر ئارقا ـ ئارقىدىن پەيدا بولۇشقا باشلايدۇ.

ئېنېرگىيە مەن مول ئېنېرگىيە توپلاۋاتىمەن، ئۇنى خالىغانچە ئىشلىتەلەيمەن. ماڭا مەلۇم، مەن ھەرقانداق ئىشنى قىلىشتا قانچە كۆپ ئېنېرگىيە سەرپ قىلسام، كېيىنكى ئىشنى قىلغاندا تېخىمۇ كۆپ ئېنېرگىيە سەرپ قىلىمەن. مەن ھەربىر ئىشنى تولۇپ تاشقان قىزغىنلىق بىلەن قىلىدىغان بولدۇم، بۇ خىل قىزغىنلىق مەندىكى ئېنېرگىيىنى زور دەرىجىدە ئاشۇرىدۇ. مەن خىزمەتنى تولىمۇ ئاكتىپلىق بىلەن ئىشلەيمەن، ئۆزۈمنىڭ ئېنېرگىيە مەنبەيىمنى ئۈزلۈكسىز تىرىشچانلىق ئارقىلىق ئاچىمەن. مەن قىزغىنلىقىمنىڭ ئېنېرگىيەمنى ئاشۇرىدىغانلىقىنى بايقىدىم، مەندىكى ئېنېرگىيىمۇ شۇنىڭغا مۇناسىپ ھالدا قىزغىنلىقىمنى قوزغايدۇ. دېمەكچى بولغىنىم، مەندە چەكسىز ئېنېرگىيە بار، ئۇنى ئەركىن ئىشلىتەلەيمەن. مەن بىر نەرسىگە ئېرىشىش ئۈچۈن، مەلۇم شەكىلدە ئېنېرگىيە سەرپ قىلىشىم كېرەكلىكىنى، يەنە كېلىپ، رازىمەنلىك بىلەن سەرپ قىلىشىم كېرەكلىكىنى تونۇپ يەتتىم. چۈنكى، ماڭا مەلۇم، سەرپ قىلغىنىم قانچە كۆپ بولسا، ئېرىشىدىغىنىممۇ شۇنچە كۆپ بولىدۇ.

ئۆزىنى ياخشىلاش مەن ھايات يولۇمنىڭ ھەربىر باسقۇچلىرىدا ئۆزۈمنى ياخشىلاش ئۈستىدە قىزغىن ئىزدىنىپ كەلدىم.

ئەستە تۇتۇش ئىقتىدارى مېنىڭ ئەستە تۇتۇش ئىقتىدارىم ناھايىتى ياخشى. مەن ھازىرقى ۋەزىپەمنى ئېسىمدە چىڭ ساقلاپ قالماي، ئىلگىرىكى تەجرىبىلىرىمنىمۇ ئېسىمدە چىڭ ساقلايمەن. بۇ ئىقتىدارىم بارغانسېرى كۈچىيىۋاتىدۇ.

گەپ ـ سۆز مەن گەپكە ناھايىتى ئۇستا، مەنتىقىلىق گەپ قىلىمەن، ھەرقانداق سورۇندا باشقىلارنىڭ ئالدىدا گەپ قىلغاندا تەمتىرىمەيمەن. دېمەكچى، مېنىڭ گەپكە بۇنداق ئۇستا بولۇشۇمدىكى سەۋەب، مېنىڭ بىلىمىم چوڭقۇر، يەنە كېلىپ، بۇ بىلىملەرنى باشقىلارغا يەتكۈزۈشنى خۇشاللىق دەپ بىلىمەن.

ئوقۇش مېنىڭ ئوقۇش جەھەتتىكى قىزىقىش دائىرەم ناھايىتى كەڭ. مەيلى قايسى جەھەتتىكى مەزمۇننى ئوقۇي، قىينالمايمەن، راۋان، ئىتتىك ئوقۇيالايمەن.

ھېسسىيات مەندە مول ھېسسىيات بار، مەن ھېسسىياتىمنى ئۆزۈمگە ۋە باشقىلارغا نامايان قىلىمەن. ئەگەر مەن غەزەپلەنسەم، ئۇنى ئىچىمدە ساقلىماي، بىر ئاماللار بىلەن سىرتقا چىقىرىۋېتىمەن؛ ئەگەر بەخت ھېس قىلسام، ئۇنىمۇ سىرتىمدا ئىپادىلەيمەن؛ ئەگەر كۆڭلۈم يېرىم بولسا، ئىچىمدىكى قايغۇنى چىقىرىۋېتىش ئۈچۈن، پۇخادىن چىققۇچە يىغلايمەن. مۇۋاپىق پەيتتە خۇشاللىق، غەزەپ، قايغۇ قاتارلىقلارنى ئىپادىلەپ تۇرۇش ناھايىتى مۇھىم، بۇ بىر ئادەمنىڭ پىشىپ يېتىلىشىگە قاراپ ماڭغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ.

ئۆزىنى ئازادە تۇتۇش مەن ئۆزۈم خالىغان ھەرقانداق ۋاقىتتا، ئۆزۈمگە ئاسانلا ئازادىلىك بېغىشلىيالايمەن. مەن مۇشۇ ئىقتىدارىم ئارقىلىق ئۈزلۈكسىز كۈچ توپلايمەن.

قەتئىي، كەسكىن بولۇش مەن ئىش قىلىشتا چاقماقتەك چاققان، قەتئىي، كەسكىن، ئىشنى باشلاشتىن ئىلگىرى، ئەتراپلىق، توغرا ئويچۇرغا ئېرىشىشكە كاپالەتلىك قىلىمەن. مەن ھەرگىزمۇ لىكتاسىملىق قىلمايمەن. ماڭا مەلۇم، قەتئىي، كەسكىنلىك

بىلەن چىقىرىلغان قارار كۆپ ھاللاردا ئەڭ ياخشى قارار بولىدۇ. مەن كېيىنكى قەدەمدە نېمە ئىشلارنى قىلىش كېرەكلىكىنى بىلىپ تۇرىمەن. ھەممە ئىشتا كەسكىن يول تۇتقاچقا، قىلغان ئىشىمنىڭ ئۈنۈمى ئەڭ يۇقىرى بولدى. ھۆكۈملىرىمنىڭ توغرىلىق دەرىجىسى ھەرقانداق خىرىسقا تاقابىل تۇرالايدۇ. مەن يولۇققان مەسىلە قانچە قول تۇتسا، ئۇنى ھەل قىلىشقا شۇنچە تولۇق زېھنىم بىلەن كىرىشەلەيمەن، ئەقىل - پاراسىتىممۇ ئۆز كۈچىنى شۇنچە كۆرسىتەلەيدۇ.

ئۆزىگە ھەۋەس قىلىش مەن ئەزەلدىن ئۆزۈمگە ھەۋەس قىلىمەن. بۇ خىل قاراش مېنىڭ ئىش - ھەرىكەتلىرىمگە سىڭىپ كەتكەنىكەن، ئۆزۈمنىڭ ئىپادەمدىن ھەر ۋاقىت رازى بولۇپ تۇرىمەن.

نىشان مېنىڭ نىشانىم ناھايىتى يۇكسەك. كۆڭلۈمدە ئۇلارنى ئەمەلگە ئاشۇرالايمەن دېگەن ئىشەنچ بولغاچقا، ئەمەلىيەتتە ئۇلارنى ھەم تېز، ھەم ئاسان ئەمەلگە ئاشۇرالايمەن. مېنىڭ ئۆزۈمنى ياخشىلاش جەھەتتىكى ھاياتىي كۈچۈم ئۇرغۇپ تۇرىدۇ. بۇنىڭ سەۋەبى، مەن بىر ئىشنى تىرىشىپ ئىشلەۋاتقاندا ھەرگىز توختاپ قالمايمەن.

پىششىپ يېتىلىش مەن پىششىپ يېتىلگەن ئادەم، شۇڭا مەن ئۆز ساپايىمنى ئۈزلۈكسىز يۇقىرى كۆتۈرۈشنى ئىستەيمەن. مېنىڭ پىششىپ يېتىلىشىمدىن ئەتراپىمدىكى ھەربىر ئادەم مەنپەئەت ئالالايدىغانلىقى ماڭا ئايان.

ئالدىن كۆرۈش قابىلىيىتى مەيلى قانداق ئىش قىلىشتا بولسۇن، مەن ئۆزۈمنى ئالدىن كۆرۈش قابىلىيىتىگە ئىگە ئادەم دەپ قارايمەن. مېنىڭ ئالدىن كۆرەرلىكىمدىكى سەۋەب، پىلانلىرىم توغرا قاراش ئاساسىغا تىكلەنگەن. بۇ توغرا قاراشلار مېنىڭ ۋەزىپىنى ياخشى ئورۇندىشىمغا قىزغىنلىق ئاتا قىلىدۇ.

تەمكىنلىك مەن ھەرقانداق ۋاقىتتا تەمكىنلىكنى ساقلىيالايمەن. خىرىس ۋە مۇنازىرىلەرنى ئەڭ ياخشى روھىي ھالەت ۋە

سالماقلىق بىلەن قوبۇل قىلالايمەن. چۈنكى، نۇرغۇن ئادەم بىر يەرگە كېلىپ مەسىلە ھەل قىلغاندا بەزى ئىختىلاپلارنىڭ بولۇشىدىن ساقلانغىلى بولمايدۇ.

باشقىلارغا كۆڭۈل بۆلۈش مەن باشقىلار بىلەن ناھايىتى ياخشى ئۆتەلەيمەن. ئۆزۈم سەمىمىي، مېھرىبان بولغاچقا، باشقىلارمۇ مەن بىلەن ئارىلىشىشنى ياخشى كۆرىدۇ. مەن باشقىلارغا ياردەم قولۇمنى سوزۇپ تۇرىمەن. مېنىڭچە، ھەربىر ئادەمنىڭ ئۆز ئالدىغا ئارتۇقچىلىق تەرەپلىرى بولىدۇ. مەن ئۇلار بىلەن ئارىلىشىش ئارقىلىق تەجرىبەمنى بېيىتىمەن.

سادىقلىق مەن ئۆزۈمگە تايانغان ئادەملەرنىڭ ھەممىسىگە تولىمۇ سادىق.

پىلان مەن خىزمىتىمدە دائىم پىلان تۈزۈپ تۇرىمەن. ئەتە ئۈچۈن، گۈزەل كەلگۈسى ئۈچۈن، مەن بۈگۈنكى بارلىق ئىشنى ياخشى پىلانلىۋالىمەن. خىزمەت ئۈستىدە كۆزلىگەن نىشانىمنى ھەرگىز ئېسىمدىن چىقارمايمەن، پۈتۈن تالانتىمنى ئىشقا سېلىشنى ئويلايمەن.

ئۇتۇق مەن ئۆز خىزمىتىمنى ناھايىتى ياخشى ئورۇندىيالىغىنىم ئۈچۈن پەخىرلىنىمەن. ئۇتۇق جاپالىق ئەمگىكىمنىڭ ئەڭ چوڭ مۇكاپاتى. مەن ئەڭ ئاخىرىدا ئۆزۈم ئىشلىگىنىمدىنمۇ كۆپ ھەققە ئېرىشىش ئۈچۈن، خىزمىتىمنى ھەر ۋاقىت ئېرىشكەن ھەقتىن ئاشۇرۇپ قىلىمەن.

ساپا ئۈچۈن ئىشلەش مەن ئۆزۈمنىڭ ساپاسىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ئۈچۈن ئىشلەيمەن. مەندە ئاددىي ئىشنى ناھايىتى مۇكەممەل قىلىدىغان سەۋرچانلىق بار. قىيىن ئىشلارنىمۇ زورۇقماي قىلىش ئۈچۈن، ئۆزۈمنىڭ ئىقتىدارى ۋە ساپاسىنى يۇقىرى كۆتۈرەلەيمەن.

تەشەببۇسكار روھ مەن ئىش قىلىشتا تەشەببۇسكار، ئۆزۈم قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلارنى قىلچە ئىككىلەنمەي تەشەببۇسكار-

لىق بىلەن قىلىمەن. ھەر كۈنى يېڭى خىزمەتكە تولۇپ تاشقان زېھنىي كۈچ بىلەن كىرىشىمەن. بۇ خىل تەشەببۇسكارلىق ئىشلىرىمغا ئۇتۇق ئېلىپ كېلىدۇ.

ئۆزلۈكىدىن ئۆگىنىش مەن ياخشى رەھبەرلەرنىڭ ھەممىسىنىڭ كىتاب ئوقۇشنى سۆيىدىغان، ئۆگىنىشتە ئىنتىلىشچان ئادەملەر ئىكەنلىكىنى تونۇپ يەتتىم. مەن ئۆزۈمگە پايدىلىق بىلىملەرنى بېرىدىغان كىتاب ۋە ژۇرناللارنى بىرقەدەر سىستېمىلىق كۆرۈپ چىقىمەن.

باشقىلارنىڭ ئاكتىپچانلىقىنى قوزغاش مەن ئۆزۈم ئورۇنلاشتۇرغان ئىشنى باشقىلارغا ياخشى قىلدۇرۇش ماھارىتىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك يېتىلدۈردۈم. ئۇنىڭ ئىپادىسى ياخشى بولۇپ، ئوبدان كۈچ چىقارسىلا، ئۇلار رازى بولغۇدەك ھەق بېرىمەن. باشقىلارنىڭ ئۆزى خالاپ قوللىشى مېنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىمدىكى ھالقا.

ئۆزىنى چۈشەپ قويۇش ماڭا مەلۇم، مەن ئۆزۈمگە قاراشلىق ئىشنى قىلىمەن، مەن يەنە قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلارنىمۇ قىلىشىم كېرەك. مەن ئۆزۈمنى قاتتىق تۇتۇشۇم زۆرۈر.

نىشاننىڭ يېتەكلىشى مەن ئۆزۈمنىڭ ئۇلۇغۋار نىشانىمغا ھەر كۈنى يېقىنلاپ تۇرىمەن، چۈنكى مەن نىشانغا ئېلىپ بارىدىغان يولدىن چەتنەپ كەتمىدىم. ئۆزىنى ئۇنتۇش روھى مېنىڭ ئالغا ئىلگىرىلىشىمگە ئۈزلۈكسىز تۈرتكە بولۇپ تۇرىدۇ. مەن كۆزلىگەن نىشانغا يېتىش ئۈچۈن پۈتۈن كۈچۈمنى ئايىماي ئالغا ئىلگىرىلەيمەن.

تىرىشچانلىق «تاكامۇللۇق ئىجتىھات قىلىشتا». بۇ مېنىڭ ھېكمەتلىك سۆزۈم. مەن ئىجتىھات بىلەن تىرىشچانلىق كۆرسىتىش ياخشى ئادىتىنى يېتىلدۈردۈم. بۇ ئادەتنىڭ تۈرتكىسى بىلەن ھەر كۈنلۈك ۋەزىپەمنى ئۇتۇقلۇق ئورۇندايمەن.

خاتىرجەملىك ۋە خۇشاللىق مەن خاتىرجەم تۇرمۇش كە-

چۈرىمەن. تۇرمۇشۇمدا خۇشاللىق كۈلكىلىرى ياڭراپ تۇرىدۇ. مەن ئۆزۈمدىكى خاتىرجەملىك ۋە بەختىنى باشقىلار بىلەن ئورتاقلىشىمەن.

تىرىشىش نىشانىڭىزنىڭ بەزى زۆرۈر ساپالىرىنى بېكىتىۋېلىش ناھايىتى مۇھىم ۋەزىپە. بۇ ۋەزىپىنى ئورۇندىشىڭىزغا ياردىمى بولسۇن ئۈچۈن، سىزدىن بىرنەچچە ئاددىي سوئال سورىشىمغا رۇخسەت قىلىڭ، ئاندىن سىزگە ئېنىق يول كۆرسىتىپ بېرىمەن. سىزنىڭ جاۋابىڭىز قايسى ساپالارنى تاللىشىڭىز كېرەكلىكىدىن بېشارەت بېرىدۇ. تەھلىلنى كۆرمىگەن ئەھۋال ئاستىدا، تۆۋەندىكى مەسىلىلەرگە «شۇنداق» ياكى «ياق» دەپ جاۋاب بېرىڭ:

1. بالىسى يوق ئادەملەرمۇ مائارىپ بېجى تاپشۇرۇش كېرەكمۇ؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

2. مەن ئىپادە بىلدۈرۈشتىن ئىلگىرى باشقىلارنىڭ پىكرىنى بىلىپ بېقىشىم كېرەكمۇ؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

3. مەن باشقىلارنىڭ مېنى ياخشى كۆرمەسلىكىگە رازى، لېكىن كۆزگە ئىلماسلىقىنى خالايمەنمۇ؟

شۇنداق ☑ ياق

4. مەن ئۆزۈمنىڭ ناھايىتى ئادىل گەپ قىلىدىغانلىقىمنى ئېتىراپ قىلالايمەنمۇ؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

تەھلىل: تۆۋەندە مەن يۇقىرىقى تۆت سوئالنىڭ جاۋابىنى بەردىم. ئەگەر سىزنىڭ جاۋابىڭىز مەن تەمىنلىگەن جاۋاب بىلەن ئاساسەن ئوخشاش چىقسا، بۇ سىزنىڭ رەھبەرلىك ساپاسىغا ئىگە ئىكەنلىكىڭىزنى بىلدۈرىدۇ. ئەگەر سىزنىڭ جاۋابىڭىز مەن تەمىن-

لىگەن جاۋاب بىلەن ئوخشاش چىقمىسا، ئۇ ھالدا سىزنىڭ رەھبەرلىك ساپايىڭىزنى يېتىلدۈرۈشنى مۇھىم تىرىشىش نىشانى قىلىپ تۇتۇشىڭىز كېرەكلىكىنى بىلدۈرىدۇ.

(1. شۇنداق 2. ياق 3. شۇنداق 4. شۇنداق)

5. سىز بىر يىلدا ئاز دېگەندىمۇ ئون پارچە كىتاب ئوقۇمسىز؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

6. مەسىلىگە يولۇققاندا، ئۆزىڭىزنىڭ بىردەملىك ھاياجىنىغا بېرىلىپ مەسىلە ھەل قىلماقچى بولىدىغانلىقىڭىزنى بايقامسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

7. سىز ئىلىم - پەننى سۆيەمسىز؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

8. سىز ئوقۇتقۇچىنى ئوقۇغۇچىلارغا دائىم يۇقىرى تەلەپ قويىدۇ دەپ قارامسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

تەھلىل: تۆۋەندە مەن يۇقىرىقى تۆت سوئالنىڭ جاۋابىنى بەردىم. ئەگەر سىزنىڭ جاۋابىڭىز مەن تەمىنلىگەن جاۋاب بىلەن ئاساسەن ئوخشاش چىقسا، بۇ سىزنىڭ بىلىم سەۋىيىڭىزنى يۇقىرى كۆتۈرۈشكە ناھايىتى كۆڭۈل بۆلىدىغانلىقىڭىزنى بىلدۈرىدۇ. ئۇنداق بولمىغاندا، بىلىم سەۋىيىڭىزنى يۇقىرى كۆتۈرۈشنى مۇھىم تىرىشىش نىشانى قىلىپ تۇتۇشىڭىز كېرەكلىكىنى بىلدۈرىدۇ.

(5. شۇنداق 6. ياق 7. شۇنداق 8. ياق)

9. سىز تىرىشىپ قىلغان ئىش دائىم باشقىلارنىڭ كۈتكىنىدىن ياخشى چىقامدۇ؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

10. مەكتەپتىكى ۋاقتىڭىزدا، ئەگەر ئوقۇتقۇچى سىز يازغان ماقالىنى ئۈلگە سۈپىتىدە كۆپچىلىككە ئوقۇپ بەرسە، سىز بۇنىڭدىن پەخىرلىنەمسىز؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

11. نۇرغۇن جەھەتتىن ئېيتقاندا، سىز باي بولغاندىن نامرات بولغان ياخشى دېگەنگە ئىشىنەمسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

12. سىز پائالىيەتنى ئالدىن پىلانلىۋالسا، ئۇنىڭ قىزىقارلىقى تۆۋەنلەپ كېتىدۇ، دېگەنگە ئىشىنەمسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

تەھلىل: جاۋابىڭىز سىزنىڭ ئارزۇيىڭىزنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدۇ. تۆۋەندە مەن يۇقىرىقى تۆت سوئالنىڭ جاۋابىنى بەردىم. ئەگەر سىزنىڭ جاۋابىڭىز مەن تەمىنلىگەن جاۋاب بىلەن ئاساسەن ئوخشاش چىقسا، بۇ سىزنىڭ ئارزۇغا باي ئادەم ئىكەنلىكىڭىزنى بىلدۈرىدۇ. ئۇنداق بولمىغاندا، سىزنىڭ يۈكسەك ئارزۇ تىكلەشنى مۇھىم تىرىشىش نىشانى قىلىپ تۇتۇشىڭىز كېرەكلىكىنى بىلدۈرىدۇ.

(9. شۇنداق 10. شۇنداق 11. ياق 12. ياق)

13. ئەگەر بەزى ئادەملەرنىڭ پايدىنى دەپ ۋىجدانىدىن ۋاز كەچكەنلىكىنى ئەيىبلەش سىزگە ناھايىتى زىيان كەلتۈرىدىغان بولسا، سىز ئۇلارنى ئەيىبلەشتىن ۋاز كېچەمسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

14. سىزنىڭچە، شەھەرنىڭ رەتلىك، پاكىزلىقىنى ساقلاش ئۈچۈن، ھەربىر ئائىلە قىشتا قار ياغقاندا، ئۆز ئۆيىنىڭ ئالدىدىكى يولنىڭ قارىنى پاكىز تازىلىشى، ياز كۈنلىرى ئائىلىسىنىڭ چىملىقىنى قىرقىپ تۇرۇشى كېرەكمۇ؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

15. سىزنىڭچە، بىز ئۆزىمىزنىڭلا ھالىدىن ياخشى خەۋەر ئېلىپ، باشقىلار بىلەن كارىمىز بولماسلىقى كېرەكمۇ؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

16. ئەگەر سىز سايلامدا بېلەت تاشلىيالمىغان بولسىڭىز، خىجىللىق ۋە نومۇس ھېس قىلامسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

تەھلىل: جاۋابىڭىز سىزنىڭ مەسئۇلىيەتچانلىق ئېڭىڭىزنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدۇ. تۆۋەندە، مەن يۇقىرىقى تۆت سوئالنىڭ جاۋابىنى بەردىم. ئەگەر سىزنىڭ جاۋابىڭىز مەن تەمىنلىگەن جاۋاب بىلەن ئاساسەن ئوخشاش چىقسا، بۇ سىزنىڭ ناھايىتى مەسئۇلىيەتچان ئادەم ئىكەنلىكىڭىزنى بىلدۈرىدۇ. ئۇنداق بولمىغاندا، سىزنىڭ مەسئۇلىيەتچانلىقىڭىزنى كۈچەيتىشنى مۇھىم تىرىشىش نىشانى قىلىپ تۇتۇشىڭىز كېرەكلىكىنى بىلدۈرىدۇ.

(13. ياق 14. شۇنداق 15. ياق 16. شۇنداق)

17. سىزنىڭچە، ئۇلۇغۋار غايىگە ئىگە بىر ئادەم نۇرغۇن مۇۋەپپەقىيەت پۇرسەتلىرىگە ئېرىشەمدۇ؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

18. سىز خىزمەتتە ئۆزىڭىزنى باشقىلارنىڭ ماختىشىغا ئېرىشتۈرگەن ئىشتىن دائىم گۇمان ھېس قىلامسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

19. سىز ئۆزىڭىزنىڭ كەلگۈسىدە مۇھىم بىر شەخس بولۇپ قالىدىغانلىقىڭىزدىن گۇمانلىنامسىز؟ سىز ئۆزىڭىزنىڭ بۇ دۇنياغا ھەقىقىي تۆھپە قوشالايدىغانلىقىڭىزدىن گۇمانلىنامسىز؟

شۇنداق ☑ ياق ☐

20. سىز باشقىلار بىلەن رىقابەتلىشىدىغان ئورۇنغا كېلىپ

قالغاندا، جىددىيلىشەمسىز، خاتىرجەمسىزلىنەمسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☑

تەھلىل: بۇ يەردە سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەتكە بولغان ئىشەنچىڭىز سىنىلىدۇ. مەن يۇقىرىقى تۆت سوئالنىڭ جاۋابىنى تۆۋەندە بەردىم. ئەگەر سىزنىڭ جاۋابىڭىز مەن تەمىنلىگەن جاۋاب بىلەن ئاساسەن ئوخشاش چىقسا، بۇ سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشقا ئىشەنچىڭىز تولۇق ئىكەنلىكىنى بىلدۈرىدۇ. ئۇنداق بولمىغاندا، سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئىشەنچىسى تىكلەشنى مۇھىم تىرىشىش نىشانى قىلىپ تۇتۇشىڭىز كېرەكلىكىنى بىلدۈرىدۇ.

(17. شۇنداق 18. ياق 19. ياق 20. ياق)

مەن بۇ سىناش مىساللىرىنىڭ سىزنىڭ بىرنەچچە تۈرلۈك يوشۇرۇن ئېھتىياجىڭىزنى قېزىپ چىقىشىڭىزغا ياردىمى تېگىپ قېلىشىنى ئارزۇ قىلىمەن. ئەمدى ئۆزىڭىزنىڭ نىشانىنى قايتىدىن تەكشۈرۈپ چىقىڭ ھەمدە ئۇلارنى بىر - بىرلەپ يېزىپ چىقىڭ.

سىز بۇ ئىشنى قىلىۋاتقاندا، كېيىنكى بىر قەدەم ئۈچۈن تىرىشىۋاتقاندا، مەن سەمىڭىزگە بىر سۆزنى سالىمەن:

ئاگاھ بولۇڭ!

مەن سىزگە شۇنى ئاگاھلاندۇرماقچى، ئۆزىڭىزنىڭ پىلانى، يېڭى نىشانىڭىز ۋە كەلگۈسىگە بولغان ئارزۇيىڭىزنى ھېچقانداق ئادەمگە تىنماڭ! سىز بىلەن بۇ قەدەملەرنى بىللە باسقان ئادەم بولسا، ئۇ باشقا گەپ. سىز ھەرىكەتنى يېڭى باشلىغاندا، بۇ نۇقتا تولىمۇ مۇھىم. يېڭى تۇغۇلغان بوۋاقتا كېسەللىك ئاسان يۇقىدۇ، سىزنىڭ نۇقتىلىق ئورۇندىكى تەپەككۇر ئەندىزىڭىز ئاسانلا گۇماندىن يۇقۇملىنىپ قالىدۇ.

سىز ئاشۇ خىل مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىشكە باشلىغاندىمۇ، مەخپىيەتلىكنى ساقلىغىنىڭىز تۈزۈكمىكىن. ئەمدى سىز تىكلىگەن

نىشانىڭىزنىڭ مۇۋاپىق بولمىغانلىقىنى يا ئىنكار قىلىڭ، يا ئېتىراپ قىلىڭ.

كېيىنكى قەدەم — كۈندىلىك بايانات

بۇ كىتابنىڭ بېشىدا ئېيتىپ ئۆتكىنىمدەك، سىزنىڭ نىشان جەدۋىلىڭىز ئاكتىپ، تولۇق تولدۇرۇلغان، يەنە كېلىپ، ئەتراپلىق قىلىپ بېكىتىلىپ بولدى.

سىزنىڭ نىشانىڭىز مۇۋاپىق جەدۋەل ئىچىگە يېزىلىپ بولدى، ئۇ سىز بۇ دۇنيادا ھەقىقىي ئېرىشىشنى ئويلايدىغان بارلىق نەرسىنى، يەنە ئۇلارغا ئېرىشىش ۋە ئۇلاردىن بەھرىلىنىشتە كەم بولسا بولمايدىغان شەخسىي ساپانىمۇ ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

ھازىر بۇلارنىڭ ھەممىسىگە ئېرىشتۈرىدىغان مۇساپە باشلاندى. بۇ كۈندىلىك باياناتتىن باشلىنىدۇ. تۆۋەندە سۆزلەيدىغىنىمىز، بۇ مۇساپىنى قانداق باشلاش ھەققىدە بولىدۇ.

ھەر كۈنى ئەتىگەن:

ئويقۇدىن كۆزىڭىزنى ئېچىپلا، تەييار قىلىپ قويغان نىشان تىزىملىكىڭىزنى ئوقۇشنى باشلاڭ.

ئۇنىڭدىكى ھەربىر ماددىنى قالدۇرماي ئوقۇڭ. ئەگەر مۇمكىن بولسا يۇقىرى ئاۋازدا ئوقۇڭ. ئەگەر تۇرۇۋاتقان مۇھىتىڭىز يۇقىرى ئاۋازدا ئوقۇشقا يار بەرمىسە، ئۇنىڭدىكى ھەربىر ماددىنى لەۋلىرىڭىزنى مىدىرلىتىپ ئۈنسىز ئوقۇپ چىقىڭ.

سىز ھەربىر ماددىنى ئوقۇپ بولغاندىن كېيىن، سەل توختىۋېلىپ، ئاندىن تەپەككۇر قانىتىنى ئەركىن كېرىڭ، ئۇلارنى كاللىڭىزدا رېئاللىققا ئايلاندۇرۇڭ. سىز كاللىڭىزدا ھەشەمەتلىك كىچىك ماشىنىنى كۆردىڭىز، كاتتا تۇرالغۇنى، ئىشىكىگە سىزنىڭ ئىسمىڭىز چاپلانغان ئىشخانىنى كۆردىڭىز. سىز ماشىنىنىڭ رولىنى ئوينىتىپ، كاتتا تۇرالغۇنىڭ دەرۋازىسىدىن ئۆتتىڭىز. ئەنە، قولىڭىزدا بىر تۇتام پۇل، ئۇنى ساناۋاتىسىز، ھەربىر پارچە پۇلنى

كۆرۈۋاتىسىز، ئۇلارنىڭ قانچە دوللارلىق پۇللاردىن ئىكەنلىكىنىمۇ ئېنىق بىلىپ تۇرۇۋاتىسىز.

ھەر كۈنى كەچ:

سىز ھەر كۈنى ئۇخلاشتىن ئىلگىرى، مەيلى ۋاقىت قانچىلىك كەچ بولۇپ كەتسۇن، قانچىلىك ھېرىپ كەتكەن بولۇڭ، ئەتىگەن قىلغان ئىشلىرىڭىزنى بىر قېتىم تەكرارلاپ چىقىڭ.

چۈنكى، كۈندىلىك باياناتنى ئەڭ ئۈنۈملۈك ئۇسۇل بىلەن ئۈزۈل - كېسىل قىلىش ناھايىتى مۇھىم. شۇڭا، سىزگە بىر مىسال كۆرسىتىپ ئۆتەي، سىز بۇنىڭدىن كۈندىلىك باياناتنىڭ نىشانغا يېتىشتىكى ئەڭ مۇۋاپىق يول ئىكەنلىكىنى بىلىۋالالايسىز. بىر تەرەپتە، ماددىي بايلىققا مۇناسىۋەتلىك بىر بايانات. يەنە بىر تەرەپتە، ئۆز ساپاسىنى ئۆستۈرۈشكە مۇناسىۋەتلىك بىر بايانات بارلىقىنى چۈشىنىسىز.

بىز ئىشنى قەرەلى ئۆتكەن 850 دوللار قەرزنى قايتۇرۇش ھەمدە ئۆزىڭىزگە تېخىمۇ زور ئىشەنچ تىكلەش نۇقتىسىدىن باشلايلى.

رەتكە تۇرغۇزغان ئاشۇ «ئارزۇ» لىرىڭىزنىڭ تۆۋەندىكى نىشانغا ئايلانغانلىقىنى ئېلان قىلىڭ:

1. سىممېت ئەپەندى ۋە شىركەتكە قەرز بولۇپ قالغان 850 دوللارنى ھازىر قايتۇرۇپ بولدۇم.

2. مەن ھەر كۈنى ئىدىيەمدە ۋە ئىشىمدا كۆرۈلگەن ھەربىر ئىنچىكە مەسىلىنى ھەل قىلىپ كېتىش ئىقتىدارىم بارلىقىغا ئىشىنىمەن. ئۆزۈمنىڭ ھەممىدىن بېسىپ چۈشىدىغانلىقىمغا كۆزۈم يەتتى.

كۈندىلىك باياناتنى ئېلان قىلغاندا، بىرىنچى باياناتنى يۇقىرى ئاۋازدا ئوقۇش كېرەك. ئاندىن باياناتچى كاللىسىدا ئۆزىنىڭ باغلام - باغلام پۇل تۇتۇپ تۇرغانلىقىنى، قەرزلەرنىڭ ھەممىسىنى قايتۇرۇپ بولغانلىقىنى تەسەۋۋۇر قىلسا بولىدۇ. ئەگەر ھېسابات تالونى باياناتچىنىڭ ئۆيىدە بولسا، ئۇ چاغدا باياناتچى ئۆزىنى ھېسابات تالونىنى قولىدا تۇتۇپ تۇرغان ھالەتتە تەسەۋۋۇر قىلسا بولىدۇ. ھېسابات تالونىنى تەكشۈرۈپ چىقىدۇ، ئاندىن ئۇنىڭدىكى پۇلنى قايتۇرۇپ بولغانلىقىنى ئېلان قىلىدۇ. بۇ قېتىممۇ يۇقىرى ئاۋازدا ئېلان قىلىشى كېرەك.

ئۆز ساپاسى ئۈستىدىكى باياناتقا كەلسەك، ئاۋۋال ئۇنى ئۈنلۈك ئوقۇپ، ھەربىر سۆزنىڭ ھەقىقىي مەنىسى ئۈستىدە ئەستايىدىل ئويلىنىش كېرەك. ئاندىن باياناتچى يەنە بىر خىل ئەھۋالنى تەسەۋۋۇر قىلىپ چىقىدۇ. بۇ ئەھۋالدا ئۇ خىل ساپا (ياكى ئىشەنچ) ناھايىتى مۇھىم ئورۇن تۇتىدۇ. (مەسىلەن، مەلۇم سودا ئىشىنى بىر ئامال قىلىپ پۈتتۈرۈش ياكى باشلىقنى قايىل قىلىشقا تىرىشىش دېگەندەك). ئەمدى باياناتچى ئۇنى ئۆزى ئارزۇ قىلغان ئەھۋال دەپ تەسەۋۋۇر قىلىدۇ. باياناتچى يۈكسەك ئىشەنچىسىنى ئىپادىلەيدۇ. بۇ ئىشەنچ كۆڭۈلدىكىدەك نەتىجە ئېلىپ كېلىشكە يېتىپ ئاشىدۇ. يوشۇرۇن ئېڭىڭىزدا بىر خىل كۆرۈنۈش پەيدا بولغانلىقىنى تەسەۋۋۇر قىلىڭ. شۇ چاغدىلا سىز رېئال ئەھۋالغا يۈزلەنگەندە، ئىلگىرى مەۋجۇت بولۇپ تۇرغان «مەغلۇبىيەت»تىن ئەمەس، يوشۇرۇن ئېڭىڭىزدىكى بۇ خىل ئاكتىپ ماتېرىيالدىن پايدىلىنالايسىز.

تىزىملىكتىكى ھەربىر نىشاندا مۇشۇ ئەمەلىيەتنى باشتىن ئۆتكۈزۈشىڭىز كېرەك.

كۈندىلىك بايانات ئېلان قىلىشتىن ئىبارەت بۇ جەريان دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشىڭىزدە ناھايىتى مۇھىم.

ئۇنىڭ نېمە ئۈچۈن رول ئوينايدىغانلىقىنى چوڭقۇر چۈشىنى-

شىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق. مۇھىمى، سىزنىڭ ئۇنى ئۇزۇن ۋاقىت ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈپ، ئەڭ ئاخىرىدا (سانسىزلىغان باشقا كىشىلەرگە ئوخشاش) ھەقىقەتەن رول ئويناۋاتقانلىقىنى تونۇپ يېتىش! سىز خۇددى ئانتىبىئوتىلار (باكتېرىيىگە قارشى دورىلار) نىڭ پايدا قىلىشىدىكى ئىلمىي ئاساسىنى تولۇق چۈشەنمەي تۇرۇپمۇ، دوختۇر بۇيرۇغان ئانتىبىئوتىكلار بىلەن كېسەللىكىڭىزنى داۋالىغىنىڭىزدەك ئۇ پاكىتنى قوبۇل قىلسىڭىزلا بولىدى.

شۇبھىلەنگۈچىلەرگە بىر كەلىمە سۆز: دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى سىناقتىن ئۆتكۈزۈش جەريانىدا، بەزى كەلگۈسىنىڭ ئەمەلىيەتچىلىرى ئادەتتە بۇ نۇقتىدا، شۇنداق قودۇرايدۇ: «بۇنىڭ ھەممىسى ئادەم ئالدايدىغان گەپلەر»، «پۈتۈنلەي ئۇخلىماي چۈش كۆرگەنلىك»، «ئۇچىغا چىققان بىمەنە گەپ.»

ئەگەر سىز شۇنداق ئادەملەرنىڭ قاتارىدا بولسىڭىز، ئۆزىڭىزگە بىر كەلىمە سۆز: شۇبھىلەرنى بىر چەتكە قايرىپ تاشلاپ، «ئۆزىڭىزگە بىر قېتىم پۇرسەت بېرىڭ.» دىققەت، مەن بۇ يەردە «ئۆزىڭىزگە بىر قېتىم پۇرسەت بېرىڭ» دەۋاتىمەن. مەن دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن ئەنسىرەۋاتقىنىم يوق. سىزنىڭ شۇبھىلىرىڭىز ئۇنىڭ بىر تال تۈكىگىمۇ زەخىم يەتكۈزەلمەيدۇ، ئۇ ئوخشاشلا ئۆز رولىنى ئويناۋېرىدۇ. مەن ۋە باشقىلار دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش ئارقىلىق زور مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشتۇق، نۇرغۇن بايلىققىمۇ ئىگە بولدۇق. بۇ پولاتتەك پاكىتلار دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ھەقىقەتەن ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدىغانلىقىنى قايتا - قايتا ئىسپاتلىدى! لېكىن سىز ئۇنىڭدىن شۇبھىلىنىپ، سىناپ بېقىشتىن باش تارتسىڭىز، ئۇ چاغدا مۇۋەپپەقىيەتكە ھەرگىزمۇ يېقىنلىشالمايسىز.

ئۇنىڭغا مۇشۇنداق ئۇسۇلدا قاراڭ. بۇ ئىشقا مۇنداقمۇ قارايلى، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزگە قىلچە ئۈنۈم كۆرسىتەلمىگەن تەقدىردىمۇ، سىزنىڭ ئازراق ۋاقتىڭىز زايە بولى-

دۇ. سىزگە باشقا زىيان يەتمەيدۇ. سىز يەنىلا بايلىق ۋە بەختكە ئېرىشەلەيسىز. «ھېچنېمىڭىزدىن ئايرىلىپ قالمايسىز» دېگەن سۆز بىلەن «ھەممىگە ئېرىشىشىڭىز مۇمكىن» دېگەن ئىككى سۆزنى شېلىشتۇرغاندا، سىناپ بېقىشقا چوقۇم ئەرزىيدىغانلىقىنى چۈشىنىپ يېتىسىز.

بۇ جەھەتتە سىناپ بېقىشنى خالىمىغانلىقىڭىز، مۇۋەپپەقىيەت پۇرسىتىدىن ئۈزۈل - كېسىل ۋاز كەچكەنلىكىڭىز بىلەن باراۋەر. بۇنىڭ بىلەن، كەلگۈسى ئۈستىدە ئىزدىنىش خۇشاللىقىدىنمۇ قۇرۇق قالدىڭىز دېگەن گەپ.

ئالتىنچى باب

قانچىلىك ۋاقىت كېتىدۇ

تۆۋەندىكى ئامىللارنى مۆلچەرلەپ باقساقلا، بۇ سوئالنىڭ جاۋابىغا ئېرىشەلەيمىز:

سىزنىڭ نەزىرىڭىزدىكى بىر خىل كەمتۈكلۈك بار ئوبرازىڭىزنىڭ شەكىللىنىشىگە قانچىلىك ۋاقىت كەتكەندۇ؟

سىزنىڭ ئۆز ئوبرازىڭىز قانچىلىك ناچار؟

سىز مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئۈستىدە ئىچىڭىزدە قورقۇنچ ھېس قىلامسىز؟

ئىلگىرى مەغلۇبىيەتلەر سىزگە قانچىلىك يۈك بولۇپ قالدى؟

سىز ھەر كۈنى بايانات ئېلان قىلىپ تۇرۇشنى ئۈزۈلدۈرمەي داۋاملاشتۇرۇپ كېلىۋاتامسىز؟

سىز تەسەۋۋۇر قىلغاندا، ئۆزىڭىز ئارزۇ قىلغان مەنزىرە ھەقىقەتەن كۆز ئالدىڭىزغا كەلدىمۇ؟

سىز تۇنۇگۈن بىلەن خوشلىشىپ، كۈندىلىك باياناتنىڭ ياردىمى بىلەن بۈگۈننى چىڭ تۇتۇشقا تەييارلىنىپ بولدىڭىزمۇ؟

سىز ئالغا ئىلگىرىلەشكە قانچىلىك ۋاقىت ۋە زېھنىڭىزنى سەرپ قىلىشنى خالايسىز؟

تۆۋەندە بىز سىزنى «ئالغا ئىلگىرىلەش قەدىمىڭىزنى تېزلىتەلەمسىز» دېگەن سوئالنىڭ جاۋابى بىلەن تەمىنلەيمىز.

ئالغا ئىلگىرىلەش قەدىمىڭىزنى تېزلىتەلەمسىز؟

تېزلىتەلەيمەن! قىلچە چاتاق يوق. كۆندىلىك بايانات ئارقىلىق ئالغا ئىلگىرىلەش بىلەن سېلىشتۇرغاندا، ھەقىقەتەن يەنە بىر خىل يول بار، ئۇ سىزنىڭ ھاياتىڭىزدا ئۆزىڭىز ئارزۇ قىلغان ئۆزگىرىشنى تېخىمۇ تېز سۈرئەتتە پەيدا قىلالايدۇ.

لېكىن، ماھىيەت جەھەتتىن ئېيتقاندا، بۇ يولدىن پايدىلىنىش بىلەن كۆندىلىك باياناتتىن پايدىلىنىش بىرقەدەر ئوخشاپ كېتىدۇ. ئۇ ئىككىسىنىڭ روشەن پەرقى ئۇلار پەيدا قىلغان ئېنېرگىيە دەرىجىسىدە ئىپادىلىنىدۇ.

ئەگەر سىز كۆندىلىك باياناتنى لامپۇچكا ۋە كىچىك تىپتىكى ئائىلە ئېلېكتر سايمانلىرىغا ئىشلىتىلىدىغان 110 ۋولتلۇق ئادەتتىكى توك دەپ قارىسىڭىز، ئۇنداقتا بىز تۆۋەندە مۇلاھىزە قىلىدىغان پەۋقۇلئاددە تەكلىپنى چوڭ تىپتىكى مېخانىكىلىق ئەسۋاب ياكى توك سەرپىياتى يۇقىرى ئائىلە ئېلېكتر سايمانلىرىغا ئىشلىتىلىدىغان 220 ۋولتلۇق توك دەپ قارىسىڭىز بولىدۇ. مانا بۇ ئىككىسى ئوتتۇرىسىدىكى پەرق.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپ تېخىمۇ زور ئېنېرگىيىگە ئىگە. دەل شۇنداق بولغاچقا، ئۇ نوقۇل كۆندىلىك باياناتقا قارىغاندا، سىزنى تېخىمۇ تېز ئالغا ئىلگىرىلىتىدۇ. كۆندىلىك بايانات بىلەن پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئىككى خىل تىپتىكى قوزغاتقۇچ ئېنېرگىيىگە، ئەگەر ئۇ ئىككىسىنى بىرلەشتۈرۈپ ئىشلەتسە، يولۋاسقا قانات بەرگەندەك بولىدۇ، كۆڭۈلدىكىدەك نەتىجىگە ئەڭ تېز ئېرىشەلەيسىز.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن قانداق پايدىلىنىش ۋە ئۇنىڭ قانداق رول ئوينايدىغانلىقىنى چۈشىنىۋېلىشتىن ئىلگىرى، ئەڭ ياخشىسى ئالدى بىلەن ئۇنىڭ چەكلىمىلىكىنى ئويلىنىۋېلىش كېرەك.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپنى پەقەت ئۆزىڭىز ئىزدەۋاتقان شەكىلسىز نىشانغىلا ئىشلەتكىلى بولىدۇ. سىز ئۇ ئارقىلىق ئۆزىڭىزنى يارىتالايسىز، ئۆزىڭىز ئۈچۈن مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشتا زۆرۈر بولغان

ساپانى يېتىلدۈرەلەيسىز. لېكىن، ئۇ ئارقىلىق ھەرقانداق ماددىي بايلىققا ئېرىشىشكە ئۇرۇنماڭ. پەۋقۇلئاددە تەكلىپ سىزنىڭ يوشۇرۇن ئېڭىڭىزدا يارالتقان شەكىلسىز دائىرە ئىچىدىلا چەكلىنىشى زۆرۈر. ئۇنداق بولمىغاندا، بەلگىلىگەن نىشاننى ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئىقتىدارىڭىزغا زىيان يەتكۈزۈۋالىسىز.

بۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب، ھەتتا بەلگىلەنگەن نىشان ئەمەلگە ئاشماي تۇرۇپ، پەۋقۇلئاددە تەكلىپ كىشىلەردە تەۋرەنمەس ئىشەنچ تۇرغۇزۇپ بولغان بولىدۇ. بۇ سىزنىڭ تەپەككۇر، ھېسسىيات ۋە ھەرىكەت ئەندىزىڭىز ئۈچۈن ئېيتقاندا، ناھايىتى ياخشى ئەھۋال. سىز ھەرىكەتنى باشلىغان ھامان، بۇ شەكىلسىز ئۆزگىرىشلەر مەيدانغا كېلىپ بولغاندەك بىلىنىدۇ، ئۇلار سىزنىڭ ھەرىكىتىڭىزگە يېتەكچىلىك قىلالايدۇ، سىزنى چەكسىز مەنپەئەتكە ئېرىشتۈرىدۇ.

لېكىن، ئەگەر سىزنىڭ يوشۇرۇن ئېڭىڭىز (پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئارقىلىق) ئېرىشمەكچى بولغان پۇل، ئۆي ۋە ماشىنىغا ئېرىشىپ بولغانلىقىڭىزغا ئىشىنىپ قالسا، ئۇ چاغدا سىزنىڭ پۈتۈن يوشۇرۇن ئاڭ قاتلىمىڭىز سىزنىڭ ئۇ نەرسىلەرنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشىڭىزغا قايتا ياردەم قىلمايدۇ.

ھەر ۋاقىت ئېسىڭىزدە بولسۇن، بىز ئالدىدا ئېيتىپ ئۆتكەن، يوشۇرۇن ئاڭ مەنتىق بىلەن قىلچە ھېسابلاشماي ئىشلەيدۇ، ئۇ ھېچنېمىنى ئايرىپ ئولتۇرمايدىغان بىر خىل كۈچ. ئەگەر بىز ئېڭىمىز ناھايىتى سەگەك ۋاقىتتا، بىز ئىزدەۋاتقان نەرسىمىزگە ئېرىشتۇق، دەپ ئېلان قىلساق، بىزنىڭ ئېڭىمىز ئۇلارنىڭ كەلگۈسى ئەھۋالىنى ئېنىقلايدۇ ھەمدە يوشۇرۇن ئاڭ قاتلىمىغا يوللايدىغان ئۇچۇر بىلەن «سېلىشتۇرۇپ» چىقىدۇ. شۇنىڭدىن كېيىن، پۈتۈن سىستېمىلار ئاكتىپ ھەرىكەتكە كېلىپ، بىزنىڭ ئۇلارغا ئېرىشىشىمىزگە ياردەم قىلىدۇ.

كۆندىلىك بايانات بىلەن پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئوتتۇرىسىدىكى پەرقنى تۆۋەندىكىدەك يىغىنچاقلاشقا بولىدۇ.

كۈندىلىك بايانات كۈنىگە ئاز دېگەندىمۇ ئىككى قېتىم ئېلىپ بېرىلىدۇ (ئەتىگەن ئويغانغاندا بىر قېتىم، كەچتە ئۇخلاشتىن ئىلگىرى بىر قېتىم)، قالغان ۋاقىتتا قانچىلىك قىلغۇڭىز كەلسە، شۇنچىلىك قىلسىڭىز بولىدۇ. ئەڭ مۇھىم باياناتنى يېنىڭىزدا ئېلىپ يۈرىدىغان خاتىرىگە يېزىۋېلىڭ ھەمدە ئۈنلۈك ئوقۇپ بېرىڭ (ئەگەر سىز تۇرۇۋاتقان مۇھىت ئۈنلۈك ئوقۇشقا يار بەرمىسە، ئەڭ بولمىغاندا، لەۋلىرىڭىزنى مىدىرلىتىپ ئوقۇڭ)، شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا سىز ئىمكانقەدەر ئۇنى كاللىڭىزدا دائىم تەسەۋۋۇر قىلىپ تۇرۇڭ.

ئۇنىڭ ئىككى پايدىلىق تەرىپى بار: بىرى، ئۆزىڭىزنىڭ شەكىلسىز نىشانىڭىز (جاسارەت، ئۈنۈم، ئىجادچانلىق، تەشكىللەش ئىقتىدارى قاتارلىقلار)غا يۈزلىنىپ، كۈندىلىك بايانات ئارقىلىق ساپا ۋە پەزىلىتىڭىزنى يېتىلدۈرىسىز. يەنە بىرى، ئۆزىڭىزنىڭ بەختى ۋە خۇشاللىقى ئۈچۈن، شەكىللىك ماددىي بايلىق (پۇل، ئۆي، ماشىنا، سەيلە كېمىسى قاتارلىقلار)نى توختىماي قوغلىشىسىز. بۇ قوغلىشىش جەريانىدا، سىز كۈندىلىك باياناتتىن پايدىلىنىپ، نىشانلىرىڭىزنىڭ بالدۇرراق ئەمەلگە ئېشىشىغا كاپالەتلىك قىلسىڭىز تامامەن بولىدۇ.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپ كۈنىگە بىرلا قېتىم ئېلىپ بېرىلىدۇ ئادەتتە ئۆزىڭىزگە ئەپلىك بىر ۋاقىتنى تاللىسىڭىز بولىدۇ، مەسىلەن، چۈشلۈك تاماقتىن ئىلگىرى بىر قىسىم ۋاقىتنى تاللىسىڭىز بولىدۇ.

ئۇ پەقەت سىزنىڭ شەكىلسىز نىشانلىرىڭىزنىڭ ئەمەلگە ئېشىشىغىلا ياردەم قىلالايدۇ، شەكىللىك ماددىي بايلىققا ئېرىشىشىڭىزگە ياردەم قىلىشقا ئامالسىز.

ئۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب، ئۇنىڭ ئېنېرگىيىسى ئېڭىمىزنىڭ بىرقەدەر تۆۋەن قاتلىمىغا بىۋاسىتە تەسىر كۆرسىتىدۇ. پەۋقۇلئاددە تەكلىپنىڭ ياردىمى بىلەن شەكىللىك ماددىي بايلىققا ئېرىشىشكە ئۇرۇنۇش، توك ئوچاقتا ئىشلىتىلىدىغان يۇقىرى بېسىملىق توكنى تۆۋەن بېسىملىق توك ئىشلىتىلىدىغان ئۈنئالغۇغا ئۇلاپ قويغانغا ئوخشايدۇ. نەتىجىسى كۆزگە كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى، ئۈنئالغۇ چوقۇم كۆيۈپ كېتىدۇ.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن قانداق پايدىلىنىمىز؟

پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىمەن دېسىڭىز، بەلگىلىك قەدەم باسقۇچقا چوقۇم ئەمەل قىلىشىڭىز كېرەك. بۇ قەدەم باسقۇچلارنى چۈشىنىش ئۈچۈن، پەۋقۇلئاددە تەكلىپنىڭ قانداق رول ئوينايدىغانلىقىنى، نېمىشقا رول ئويناليايدىغانلىقىنى سىناقتىن ئۆتكۈزۈشىمىزگە توغرا كېلىدۇ. سىزنىڭ بۇنى ئورۇندىشىڭىزغا ياردىمى بولسۇن ئۈچۈن، مەن مەخسۇس بىر سخېما تۈزۈپ چىقتىم (79 - بەتكە قاراڭ). ئۇ بىز ھەربىر ئادەم بېشىمىزدىن ئۆتكۈزۈشىمىز مۇمكىن بولغان ئاڭ قاتلىمىنى كۆرسىتىپ بېرىدۇ.

كۆرۈپ تۇرۇپسىز، سخېمىنىڭ باش تەرەپتىكىسى 100% لىك ئاڭ — بىر خىل ناھايىتى سەگەك، سەزگۈر ھالەت، بۇ خىل ھالەتتە ئادەمنىڭ مۇسكۇللىرىمۇ بەلگىلىك دەرىجىدە جىددىي ھالەتتە تۇرىدۇ.

بۇ خىل تولۇق ئاڭ ھالىتىدە تۇرغانغا ئەڭ ياخشى مىسالدىن بىرى، سىزنى يۇقىرى سەۋىيىلىك تەنتەربىيە مۇسابىقىسىگە قاتنىشىپ قالدى دەيلى: بۇ خىل مۇسابىقە سىزدىن زېھنىڭىزنى قاتتىق مەركەزلەشتۈرۈشنى، مۇسكۇللىرىڭىزنىڭ جىددىي ھالەتتە تۇرۇشىنى، ئىنكاسىڭىزنىڭ تېز بولۇشىنى تەلەپ قىلىدۇ.

سخېمىنىڭ تۆۋەن تەرەپتىكىسى بولسا، ئېغىر بىھوش ھالەت. بۇ چاغدا ئادەم پۈتۈنلەي ئاڭسىز ھالەتتە تۇرغان بولىدۇ، بەزىدە ھەتتا داۋالاش يولى بىلەنمۇ بىھوش بولغۇچىنى قۇتۇلدۇرغىلى بولمايدۇ.

سىز ئۇخشىمىغان ئاڭ دەرىجىسىنى سىناق قىلىنىۋاتقاندا، تەسەۋۋۇرىڭىزدا ئۆزىڭىز ھەربىر باسقۇچتا تۇرۇۋاتقاندا، باشقىلاردىن كېلىۋاتقان تەكلىپلەرگە قانداق ئىنكاس قايتۇرىسىز؟

تەنھەرىكەت مەيدانىدا چېمپىيونلۇقنى تالىشىش مۇسابىقىسىگە قاتنىشىۋاتقان تەنھەرىكەتچى پۈتۈن زېھنىنى مەركەزلەشتۈرگەن، قاتتىق سەگەك تۇرغان بولىدۇ، ھەتتا ئەتراپىدا ئۆزىگە مەدەت بېرىپ ۋارقىرىشىۋاتقان تاماشىبىنلارنىڭ ئاۋازىمۇ ئۇنىڭ دىققىتىنى چاچالمايدۇ. بۇ ۋاقىتتا، تەنھەرىكەتچىنىڭ مېڭىسى ئۇنىڭ ئېڭىنى تولۇق كونترول قىلغان بولىدۇ، ئۇ ماھارەتتىن خەۋەرسىز، قىزىغىن تاماشىبىنلارنىڭ تەكلىپلىرىگە قۇلاق سالمايدۇ.

100% لىك ئاڭ

	پۈتۈنلەي سەگەك — سەزگۈر، بەزى مۇسكۇللىرى جىددىي ھالەتتە (يۇقىرى سەۋىيىلىك تەنتەربىيە مۇسابىقىسىگە قاتناشقاندا، زېھنىڭىزنىڭ قاتتىق مەركەزلەشتۈرۈلۈشى، مۇسكۇللىرىڭىزنىڭ جىددىي ھالەتتە بولۇشى، ئىنكاسىڭىزنىڭ تېز بولۇشى تەلەپ قىلىنىدۇ.)
	سەگەك — ئانچە سەزگۈر ۋە جىددىي ئەمەس (پۈتۈن دىققەت - ئېتىبارىنى يىغىش) يېرىم ئۇيقۇ ھالەت — بولۇۋاتقان ئىشلارنى غۇۋا ھېس قىلىدۇ.
	يېنىك ئۇيقۇ
	ئېغىر ئۇيقۇ
	بىھوش — ئېسىگە كەلمەيدۇ

0% لىك ئاڭ

لېكىن، يەنە شۇ تەنھەرىكەتچىنى ئالايلى، ئۇ ئۆيىدە تاتلىق ئۇخلاۋاتقاندا، بىر خاتا تەكلىپنى ئاڭلىدى: «بۇ يەردىن تېز چىقىپ كەت، ئۆيگە ئوت كەتتى!» ئۇ ئورنىدىن چاچراپ تۇرۇپ، ھېچنېمىنى ئويلىماي سىرتقا يۈگۈرىدۇ. ئۇ چاغدا، ئۇنىڭ بەدىنىدىكى ھەربىر مۇسكۇل مۇشۇ سۆزگە ئىنكاس قايتۇرىدۇ، ھەرگىزمۇ ئۇنىڭ ئاڭ تەپەككۇرىغا ئىنكاس قايتۇرمايدۇ.

بۇ ئىككى مىسال — تەنتەربىيە مەيدانىدا باشقىلارنىڭ تەكلىپىگە قۇلاق سالماسلىق بىلەن يېرىم ئۇيقۇلۇق ھالەتتە باشقىلارنىڭ تەكلىپىنى قوبۇل قىلىش، بىزنىڭ پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن توغرا، ئۈنۈملۈك پايدىلىنىشىمىزغا چوڭ ياردەم بېرىدۇ.

دىققەت، بۇ ئىككى مىسالدا ئوخشاش بىر كاللا سىرتتىن بېرىلگەن تەكلىپنىڭ ئوبيېكتى بولغان. بىردىنبىر پەرق تەكلىپ بېرىلگەن ۋاقىتتىكى ئاڭ ھالىتى ۋە تەكلىپنىڭ ئېنىرگىيىسىدە. تەكلىپ رەت قىلىنغان مىسالدا، بىزدە ئۆزىمىز ئىگە بولالايدىغان تولۇق ئاڭ بار، بىز ئۆزىمىزنىڭ ئىشىنى قىلىۋاتقاندا، پۈتۈن دىققەت - ئېتىبارىمىزنى بىر يەرگە يىغالايمىز. تەكلىپ پەقەت ئەتراپتىكى تاماشىبىنلارنىڭ چۇقان - سۈرەنلىرىدىن باشقا نەرسە ئەمەس، ئۇ تەنھەرىكەتچىنىڭ ئېڭىنى قالايمىقان قىلىۋېتەلمەيدۇ.

تەكلىپ قوبۇل قىلىنغان مىسالدا، بىزنىڭ ئاڭ قاتلىمىمىز تولىمۇ تۆۋەن ھالەتتە تۇرغان بولىدۇ. شۇڭا، ئېڭىمىز سىرتقى تەكلىپنىڭ تەسىرىگە ناھايىتى ئاسان ئۇچرايدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە، تەكلىپنىڭ ئۆزىمۇ ئېنىق، جىددىي، سىرتنىڭ پاراكەندىچىلىكىگە ئۇچرىمىغان.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنىڭ تەييارلىقىنى قىلىپ بولغاندا، بىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپ قوبۇل قىلىنىدىغان شارائىتنى ھازىرلاپ چىقالايمىز. بۇ خىل شارائىتتا ئاڭ قاتلىمى «سىرتقا ئېچىۋېتىلگەن» بولىدۇ. ئۇ چاغدا بىز «ئەڭ كۈچلۈك» شەكىلدە

تەكلىپ بېرىشىمىز كېرەك.

شۇڭا، سىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنى دەسلەپتە ئۆگەنگەندە، ئەڭ ياخشىسى مۇنداق قىلىڭ:

1. تىنچ ھەم قاراڭغۇ بىر ئۆيگە ئۆزىڭىز يالغۇز كىرىڭ؛
2. ئۆزىڭىزگە ئەڭ راھەت بولغان ھالەتتە ئولتۇرۇڭ ھەمدە مۇسكۇللىرىڭىزنى ئازادە قويۇپ بېرىڭ؛
3. كۆزىڭىزنى يۇمۇڭ.

مۇشۇ قەدەم باسقۇچ ئارقىلىق، سىز تەكلىپ رەت قىلىنغان مىسالدىكى تەنھەرىكەتچى ئاغىنىڭىزنىڭ نۇرغۇن ئاڭ ئامىللىرىنى يوقىتالايسىز. ئىككى قولىڭىزنى تىزىڭىزنىڭ ئۈستىگە ياكى ئورۇندۇقنىڭ تۇتقۇچىغا قويۇڭ، مۇسكۇللىرىڭىزنىڭ جىددىيلىكىنى پەسەيتىڭ، كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇڭ، باشقا نەرسىلەرنىڭ تەسىرىگە ئۇچرىمايدىغان ھالەتكە كېلىڭ. سىز تىنچ ئۆيدە ئەتراپتىكى ۋاراڭ - چۇرۇڭنىڭ تەسىرىدىن قۇتۇلالايسىز.

دىققەت! تەييارلىق قىلىنىۋاتقان ياكى ئۆزىڭىزگە پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىش شارائىتى ھازىرلاۋاتقان ۋاقىتتا، ھەرگىز يېتىۋالماڭ، ئۇنداق بولۇشى بىز ئىشلىگەن سخېما كۆرسىتىپ تۇرۇپتۇكى، ئەگەر سىز ئۇزۇنراق ياتسىڭىز، ئاستا - ئاستا بىرقەدەر تۆۋەن قاتلامدىكى ئاڭغا كىرىپ قالىسىڭىز، بۇنىڭ بىلەن ئاسانلا ئۇخلاپ قالىسىز. ماڭا مەلۇم، نۇرغۇن ئادەملەر ئۇيقۇسى قېچىپ كەتكەندە كارىۋاتتا يېتىۋېلىپ، ئۇيقۇنىڭ پەۋقۇلئاددە تەكلىپىدىن پايدىلىنىدۇ.

مۇسكۇللارنى بوشىتىشتا بەزى ئادەملەر بىرئاز قىيىنچىلىققا ئۇچرىشى مۇمكىن. بۇنداق ئادەملەرگە تۆۋەندىكى ئۇسۇلنى قوللىنىش تەكلىپىنى بېرىمەن.

سىز ئورۇندۇقتا ئولتۇرغان ۋاقىتتا، بەدىنىڭىزنىڭ ھەرقايسى

قىسىملىرىنى تەسەۋۋۇر قىلىڭ. تەسەۋۋۇرنى پۇتىڭىزنىڭ بارماقلىرىدىن باشلاڭ، ئۇلارنى بوشىشىۋاتىدۇ، ئاستا - ئاستا بوشىشىۋاتىدۇ دەپ ئويلاڭ. پۇتىڭىزدىن ئاستا - ئاستا يۇقىرىغا ئۆرلەپ، بەدىنىڭىزنىڭ ھەرقايسى قىسىملىرىنى بوشىشىۋاتىدۇ دەپ تەسەۋۋۇر قىلىڭ. مەلۇم ۋاقىت دىققىتىڭىزنى بىر يەرگىلا مەركەزلەشتۈرۈپ، ئۇنى بوشىشىۋاتىدۇ دەپ ئويلاڭ. ئۇنى ئاستا - ئاستا بوشاشتۇرۇشنى ئۆگىنىۋېلىڭ. سىز بېشىڭىزنى ئەركىن ھالەتكە ئەكېلىپ بولغاندا، بەدىنىڭىزدىكى پۈتۈن مۇسكۇللار بوشىشىپ، ياخشى ھالەتكە كېلىپ بولغان بولىدۇ.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپ مېڭىڭىزنىڭ ھالىتىنى تەڭشەشكە موھتاج. مۇسكۇللىرىڭىزنى بوشاشتۇرۇپ بولغاندىن كېيىن، مېڭىڭىز تۇرۇۋاتقان ھالەتنى تەڭشەش ۋەزىپىسىنىڭ يېرىمىنى ئورۇنداپ بولغان ھېسابلىنىسىز. چۈنكى، مۇسكۇللارنى بوشىتىش تەكلىپىنى قوللىنىش جەريانىدا، مېڭىڭىزمۇ خېلى دەرىجىدە بوشىشىپ بولغان بولىدۇ.

ئەمدى ساناق ساناڭ. جىم ئولتۇرۇپ، ئاستا ساناڭ، ئۆزىڭىزنى بىر خىل مۇكەممەل ئاڭ قاتلىمىغا ئاستا - ئاستا كىرىۋاتقاندەك ھېس قىلىڭ. 1 دىن 20 گىچە ساناڭ. ساناپ 20 گە بارغاندا، ئۆزىڭىز ئېھتىياج بولغان ھالەتكە يەتكەن بولىسىز.

بەدەن ۋە مېڭىڭىزنىڭ تەييارلىق خىزمىتىنى ئىشلەپ بولغان ھامان، پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنى باشلىسىڭىز بولىدۇ.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپلىرىڭىزنى تەييارلاڭ

كۇندىلىك بايانات ئېلىپ بېرىۋاتقاندا، نىشان تىزىملىكىڭىزنى سېلىشتۇرۇپ تۇرۇشىڭىزغا توغرا كېلىدۇ، بىر ماددا - بىر ماددىدىن سېلىشتۇرۇڭ. كۈندىلىك باياناتقا ئوخشىمايدىغان يېرى، پەۋقۇلئاددە تەكلىپ بىر قېتىمدا پەقەت بىر خىللا شەكىلسىز ساپانىڭ ھۆددىسىدىن چىقالايدۇ.

ئالدى بىلەن، شەكىلسىز نىشان تىزىملىكىدىكى ساپا ياكى
پەزىلەتتىن بىر خىلىنى تاللايسىز. بىر قېتىمدا پەقەت بىرنىلا
تاللاشقا توغرا كەلگەنىكەن، سىزنىڭ تاللاش پرىنسىپىڭىز «ئەڭ
مۇھىمى ئاۋۋال تاللاش» بولۇشى كېرەك. سىز باشتىن - ئاخىر
مۇشۇ خىل ساپا ئارقىلىق ئۆزىڭىزگە پەۋقۇلئاددە تەكلىپ قويۇڭ.
مۇشۇ خىل ساپا ئۆز ۋۇجۇدىڭىزدا يېتىلىپ بولغۇچە شۇنداق قى-
لىڭ. سىزگە كاپالەت بېرەلەيمەن، بۇ خىل ساپانى يېتىلدۈرۈشكە
كەتكەن ۋاقىت سىز تەسەۋۋۇر قىلغان ۋاقىتتىن كۆپ قىسقا بولى-
دۇ. پەۋقۇلئاددە تەكلىپ مۆجىزە يارىتالايدۇ!

ئەلۋەتتە، سىز ئۆزىڭىز ئېرىشىشنى ئارزۇ قىلغان ساپانى بىر
نىشان سۈپىتىدە باشقىدىن ئەمەلىي، ئاكتىپ سۆزلەر بىلەن ئىپادى-
لىدىڭىز، ئەمدى سىز مۇشۇ نىشاندىكى سۆزلەر ئىچىدىن نۇقتىلىق
ئۈچ سۆزنى تاللاپ، پۈتۈن باياناتقا «كود» قىلىۋېلىڭ. سىز بۇنىڭدا
ھەممە باياناتنى ئېسىڭىزدە چىڭ ساقلاپ يۈرۈش ئاۋارىچىلىكىدىن
قۇتۇلىسىز (ئېسىڭىزدە بولسۇن، پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلان-
غاندا، كۆزىڭىزنى چىڭ يۇمۇپ تۇرۇشىڭىز كېرەك.)

سىز ئۆزىڭىزنى بىرقەدەر تۆۋەن ئالفا قاتلىمىغا ئېلىپ كىرىدى-
غان «شەرتلىك رېفلېكس» جەريانىنى باشلاشتىن ئىلگىرى، ھەر
قېتىمدا پۈتۈن باياناتنى ئوقۇپ چىقىشىڭىز كېرەك. پۈتۈن بايانات-
نىڭ «كود»نى بەلگىلەپ بولغاندىن كېيىن، ھەر قېتىمدا مۇشۇ
ناھايىتى ئاددىي «كود»لارنىلا ئوقۇسىڭىز بولىدۇ. «شەرتلىك رېف-
لېكس» ھالىتىنى ئىزدەۋاتقان ۋاقتىڭىزدا «كود»نى ئوقۇش سىزگە
پەۋقۇلئاددە كۈچلۈك ئېنېرگىيە ئاتا قىلىدۇ، بۇنىڭ بىلەن پۈتۈن
بايانات مېڭىڭىزگە چوڭقۇر يىلتىز تارتىدۇ.

پۈتۈن جەريانىنى خاتىرىلەپ چىقىڭ

ئېنىق بولۇشنى نەزەردە تۇتۇپ، مەن ھازىر پەۋقۇلئاددە تەك-
لىپتىن پايدىلىنىشنىڭ پۈتۈن جەريانىنى رەتلىك، تەرتىپلىك خاتى-

رىلەپ چىقاي:

1. سىز شەكىلسىز نىشاندىن بىرنى تاللاپ بولدىڭىز (پەزى-
لەت، ھەرىكەت ياكى خاراكتېر). بۇ سىز ئەڭ مۇھىم دەپ قارىغان
ساپا.
2. سىز بىرقەدەر تۆۋەن قاتلامدىكى تەكلىپتىن بىر - ئىككى
نۇقتىلىق سۆز تاللاپ، ئۆزىڭىزگە «كود» قىلىۋالدىڭىز.
3. ئەمدى سىز ئىچى گۇڭگا ياكى ناھايىتى قاراڭغۇ ئۆيگە
كىرىپ ئىشىكنى يېپىڭ، ئۆزىڭىزنى راھەت ھېس قىلىدىغان ھالەت-
تە ئولتۇرۇپ، مۇسكۇللىرىڭىزنى ئەركىن قويۇپ بېرىڭ.
4. پۈتۈن باياناتنى ئالدىرىماي، ئەستايىدىل ئوقۇپ چىقىڭ.
ئۆزىڭىز بىرقەدەر تۆۋەن ئالفا قاتلىمىغا كىرىشكە باشلىغاندا، «نۇق-
تىلىق سۆز»لىرىڭىزنى ئېسىڭىزدە چىڭ تۇتۇڭ.
5. ئالدىدا تەسۋىرلەپ ئۆتكەن بىرقەدەر تۆۋەن ئالفا قاتلىمىغا
كىرىڭ.
6. باياناتلىرىڭىزنى مېڭىڭىزگە يىلتىز تارتقۇزۇش ئۈچۈن؛
«نۇقتىلىق سۆز»لەرنى ئايرىم - ئايرىم ئىچىڭىزدە ئوقۇڭ.
7. ئۆزىڭىزنىڭ ئەڭ يۇقىرى ئالفا قاتلىمىغا قايتىپ كېلىڭ،
ئاشۇنداق قىلىۋاتقاندا، ئۆزىڭىزنىڭ ئىلگىرىكىگە قارىغاندا تېخىمۇ
سەگەك، تېخىمۇ ئەركىن بولغانلىقىڭىزنى، زېھنىي قۇۋۋىتىڭىزنىڭ
تېخىمۇ ئۇرغۇپ تاشقانلىقىنى تەسەۋۋۇر قىلىڭ.

مانا بۇ پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنىڭ پۈتۈن جەريانى!
مانا بۇ سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلار. سىز مۇشۇ بويىچە ئىش
قىلسىڭىزلا، پەۋقۇلئاددە تەكلىپنى چوقۇم رول ئوينىتالايسىز.
سىز كۆڭۈلدىكىدەك نەتىجە قازانغانلىقىڭىزنى تېخى تونۇپ يەتمەي
تۇرۇپ، ئۇ سىزنىڭ نەتىجىگە ئېرىشىشىڭىزدىكى ئەمەلىيەت بولۇپ
قالىدۇ. بۇنىڭغا قانچىلىك ۋاقىت كېتىدۇ؟ بۇ سىزنىڭ ئۆزىڭىزنى

تولۇق ئەركىن تۇتۇشىڭىزنىڭ پۇختىلىق دەرىجىسىگە، كۆندىلىك بايانات ۋە پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشىڭىزنىڭ ئۈنۈمى ۋە سۈپىتىگە باغلىق.

سىزنىڭ كۆندىلىك باياناتتىن ئۈنۈملۈك پايدىلانغان ياكى پايدىلىنالمايۋاتقانلىقىڭىزنى چۈشىنىشنىڭ بىردىنبىر يولى، سىزنىڭ ھەر كۈنى ئاز دېگەندە ئىككى قېتىم بايانات ئېلان قىلىشتىن ئىبارەت بۇ يېتەكچى پرىنسىپقا ئەمەل قىلغان - قىلمىغانلىقىڭىزدا. ئۇنداقتا، سىزنىڭ پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن ئۈنۈملۈك پايدىلىنىشتا كەم بولسا بولمايدىغان مۇۋاپىق ئاڭ ھالىتىگە يەتكەنلىكىڭىزنى قانداق بىلگىلى بولىدۇ؟

بۇ تەرىپىنى ناھايىتى ئېنىق ئايرىش تەس. چۈنكى بۇ جەھەتتە ئادەم بىلەن ئادەم ئوتتۇرىسىدا ناھايىتى چوڭ پەرق مەۋجۇت، ھەربىر ئادەمنىڭ سۈبيېكتىپ «تۇيغۇ» سىمۇ ئوخشىشىپ كەتمەيدۇ. ئەگەر سىز ياخشى ئۈنۈمگە ئېرىشكەنلىكىڭىزنى ھېس قىلسىڭىز، بۇ سىزنىڭ مۇۋاپىق ئاڭ ھالىتىگە يەتكەنلىكىڭىزنى بىلدۈرىدۇ. لېكىن، ئۇ چىراغ ياندۇرۇش ياكى چىراغ ئۆچۈرۈشكە ئوخشىمايدۇ. ئۇ بىر خىل پۈتۈنلەي «ياندۇرۇش» ياكى «ئۆچۈرۈش» ھالىتى ئەمەس.

شۇڭا، سىز ئاساسىي قاتلامغا قانچە يېقىنلاشقانسېرى، سىزنىڭ تۇيغۇڭىزمۇ شۇنچە كۈچىيىپ بارىدۇ. سىز قانچە ئىچكىرىلەپ كىرگەنسېرى، ئاخىرقى قاتلام بىلەن بولغان ئارىلىقىڭىز شۇنچە قىسقىرايدۇ. سىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن مەيلى قەيەردە پايدىلىنىڭ، ئۇ ئوخشاشلا رول ئويناۋېرىدۇ. بۇ يەردىكى گەپ، سىز شەرتلىك رېفلېكس دەرىجىسىگە قانچىلىك يەتسىڭىز، پەۋقۇلئاددە تەكلىپ شۇنچىلىك رول ئوينىيالايدۇ.

قىسقىسى، سىز بىرقەدەر تۆۋەن ئاڭ قاتلىمىغا تېز سۈرئەتتە توغرا كىرىش ئىقتىدارىنى تېخى يېتىلدۈرەلمىگەنلىكىڭىزدىن ۋە تەكلىپلىرىڭىزنىڭ قىلچە ئۈنۈم كۆرسىتەلمەسلىكىدىن ئەنسىرە-

مەڭ، ئۇ سىزنىڭ شەرتلىك رېفلېكس جەھەتتىكى ئىقتىدارىڭىزنىڭ ئېشىشىغا ئەگىشىپ تېخىمۇ چوڭ رول ئوينايدۇ. يەنە كېلىپ، سىزنىڭ ئىقتىدارىڭىزنىڭ ئېشىپ بېرىش جەريانىدا، ئۇ توختىماي رول ئويناپ تۇرغان بولىدۇ.

ئەمەلىيەت پەۋقۇلئاددە تەكلىپنىڭ شەرتلىك رېفلېكسنى قوبۇل قىلىشنى يېتىلدۈرۈشتىكى مەخپىي ئورۇن. بەزىلەر ئۆزىنى بۇنداق ئىشلارنى قىلىشتا باشقىلارغا قارىغاندا تېخىمۇ ئەپلىكتەك ھېس قىلىدۇ (خۇددى بەزىلەر سۇ ئۈزۈش ياكى گولف توپ ئويناشنى ئۆگەنگەندە، ئۆگىنىش ئاساندەك، تېزلا ئۆگىنىۋالالايدىغاندەك ھېس قىلغىنىغا ئوخشاش). سىز قايتا - قايتا مەشىق قىلىپ بەرسىڭىز، تۆۋەن ئاڭ قاتلىمىغا بىرقەدەر تېز سۈرئەتتە ئۈنۈملۈك كىرىش ئىقتىدارىنى يېتىلدۈرەلەيسىز.

ئۇ ئادەمگە قانداق تۇيغۇ بېغىشلىيالايدۇ؟ بۇ جەھەتتە قانچىلىك ئادەم سىناق ئېلىپ بارغان بولسا، بۇ مەسىلىنىڭ جاۋابىمۇ شۇنچىلىك بولىدۇ. لېكىن، ئۇلارنىڭ جاۋابلىرى چوقۇم بەزى ئامىللارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان بولۇشى كېرەك: ئازادىلىككە ئېرىشىش، بەدەندە ئاساسەن ئۆزگىرىش بولماسلىق، بىرئاز تىنچلىق، بوشاڭلىق كۆرۈلۈش، سىرتتىكى ۋاراڭ - چۇرۇڭلار يوقىلىش. سىز ھەقىقىي ئۆزىڭىزگە كەلگەنلىكىڭىزنى ھېس قىلىسىز؛ خارامۇشلۇقتىن قۇتۇلىسىز. لېكىن، نورمال ھېس - تۇيغۇ ۋە ئىدىيىدىن يىراقلىشىسىز.

ئەڭ مۇھىمى، شۇنى بىلىشىڭىز كېرەككى، سىز ئاكتىپلىق بىلەن ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزسىڭىزلا، ئۇ خىل ئەركىن ھالەتكە بارغانسېرى تېز سۈرئەتتە يېتەلەيسىز. بۇ بىزنىڭ بىر يولنى بويلاپ ماڭغىنىمىزغا بەك ئوخشىشىپ كېتىدۇ. بىز بۇ يولدا دەسلەپتە ماڭغان ۋاقتىمىزدا، ھەممە نەرسە ناتونۇش بولىدۇ، ئۇ يولنى بېسىپ بولۇشقا ناھايىتى نۇرغۇن ۋاقىت سەرپ قىلىمىز. لېكىن، ئۇ يولدا بىرنەچچە قېتىم ماڭغاندىن كېيىن بىزگە بارغانسېرى

تونۇش بولۇپ كېتىدۇ، ئۇنى بېسىپ بولۇشقا سەرپ قىلىدىغان ۋاقىتمۇ تەبىئىي ھالدا قىسقىرايدۇ.

بۇ يەردە سىزگە بىر گەپنى ئەسكەرتىپ قوياي: بەك قېتىرقىنىپ كىرىشىپ كەتمەڭ، بۇ سىزنىڭ تىرىشچانلىقىڭىزنى توسۇپ قويىدۇ. ئۇ بىر خىل ئۆزىدىنى ئەركىن تۇتۇش تىرىشچانلىقى، ئوي- پىكرىنى بىر يەرگە يىغىش تىرىشچانلىقى ئەمەس. بۇنى ئۆزىڭىز كۆڭۈل ئازادىلىكى ئىچىدە سىناپ بېقىڭ.

بۇ نۇقتىدا سىزگە ئەسكەرتىدىغىنىم، تۆۋەن قاتلامغا قارىتىلغان شەرتلىك رېفلېكس ۋە پايدىلانغان پەۋقۇلئاددە تەكلىپ پەقەت شەكىلسىز نىشانلار، يەنى پەزىلەتنى ياخشىلاش، خاراكتېر ۋە ھەرىكەت شەكلىگىلا قارىتىلىدۇ. سىز بۇ خىل ئۇسۇل بىلەن يېڭى ماشىنا، يۇقىرى كىرىم، يېڭى ئۆيگە ئېرىشىمەن دەپ ئويلىماڭ. بۇ نىشانلارنىڭ ئەمەلگە ئېشىشىغا بەلگىلىك ۋاقىت كېتىدۇ، لېكىن سىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش ئارقىلىق مىجەز - خاراكتېرىڭىزنى ئۆزگەرتەلەيسىز.

پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش ئارقىلىق مىجەز - خاراكتېرىڭىزنى ئۇزۇل - كېسىل ئۆزگەرتىشتىن سىرت، يەنە بۇ خىل شەرتلىك رېفلېكس ئۇسۇلىدىن پايدىلىنىپ، قىسقا ۋاقىت ئىچىدە نۇرغۇن پايدىغا ئېرىشەلەيسىز.

تۆۋەندىكىسى پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشكە بولىدىغان ئىشلاردىن مىسال ۋە ئۇلارنىڭ ئۈنۈمى.

ئىشلار	ئۈنۈمى
چىش دوختۇرىغا كۆرۈنۈشتىن قورقۇش	چىش دوختۇرىغا كۆرۈنۈشتىن ئىلگىرى پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزسىڭىز، يۈرىكىڭىزدىكى قورقۇنچتىن ئەسەرمۇ قالمايدۇ!
ئۇزۇن يولغا ماشىنا ھەيدەپ كېتىۋاتقاندا ئۇيقۇ بېسىش	ماشىنىنى يول بويىغا توختىتىپ، پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئىككى - ئۈچ مىنۇت ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈڭ، ئۆزىڭىزگە ماشىنا ھەيدىگەندە سەگەك ئولتۇرۇش تەكلىپىنى بېرىڭ. شۇنىڭدىن كېيىنلا، سىز ناھايىتى سەگەك ھالدا ماشىنا ھەيدىيەلەيسىز.
خىزمەت ئىزدەپ بېرىپ، يۈزتۇرانە سىناشقا قاتناشقاندا جىددىيلىشىش	پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈپ، ئۆزىڭىزگە تەمكىن بولۇش، سىناشقا بىمالال يۈزلىنىش تەكلىپىنى بېرىڭ. شۇنىڭدىن كېيىنلا، يۈزتۇرانە سىناشتىن مۇۋەپپەقىيەتلىك ئۆتەلەيسىز.
كېچىسى ئۇزۇنغىچە ئۇخلىيالماسلىق	كارىۋاتتا يېتىپ، پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈڭ. ئۆزىڭىز ئۇخلاش، تېزرەك ئۇخلاش، ياخشى ئارام ئېلىش تەكلىپىنى بېرىڭ. مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىزدا گەپ يوق!

ئاغرىش (چىشنى داۋالىغاندا، بالا تۇغقاندا ياكى باشقا ۋاقىتتا)	پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈڭ، ئۆزىڭىزگە بەدىنىڭىزنى ئەركىن قويۇپ بېرىش، تولۇق تەييارلىقتا تۇرۇش تەكلىپىنى بېرىڭ. شۇ چاغدىلا ئانچە ئاغرىق ھېس قىلمايسىز.

يېڭى تۇيغۇ

ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش جەريانىدا، سىز ئۆزىڭىزنىڭ شەرتلىك رېفلېكسىڭىزغا باشقا بىر زۆرۈر ئامىلنى، يەنى كېيىنكى ئاتنىڭ كۈچىيىشىنى كىرگۈزسىڭىز بولىدۇ.

بۇ بىر ئاددىي جەريان. دېمەكچى، سىز يېڭى ئېنېرگىيە، يېڭى ھاياتىي كۈچ ئېلىپ يۇقىرى ئاڭ قاتلىمىغا قايتىسىز، بۇنىڭدا سىزدە پۈتۈنلەي يېڭىچە بىر تۇيغۇ بولىدۇ. پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزگەندىن كېيىن، ئىلگىرىكىگە سېلىشتۇرغاندا، سىز ئۆزىڭىزدە تېخىمۇ زور بەخت، تېخىمۇ زور ئىشەنچ ھېس قىلىسىز.

بۇ مۇھىم ئامىلنى كىرگۈزۈش ئۇنچە مۇرەككەپ ئەمەس. سىز تەكلىپ نۇقتىسىدىن قايتىشقا باشلىغاندا، تەتۈر ساناق سانىشىڭىز كېرەك — 20 ... 19 ... 18 ... بۇنىڭ بىلەن، سىز ئۇنى تەبىئىي ھالدىلا كىرگۈزۈۋېتەلەيسىز. مەسىلەن، سىز ئوندىن باشلاپ تەتۈر سانىسىڭىز، ساناپ بەشكە كەلگەندە ئۆزىڭىزگە، ساناپ نۆلگە كەلگەندە ئۆزۈمنىڭ تەكلىپىمنى كىرگۈزىمەن، دەپ ئەسكەرتىسىز.

يەنە بىر خىل قىلىپ ئېيتساق، سىز تۆۋەن قاتلامدىن ئاستا - ئاستا ئۆرلەۋاتقاندا، ئىككى تەرەپتىن پايدىلاندىڭىز. سىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپنى مېڭىڭىزگە يىلتىز تارتقۇزۇپلا قالماي، يەنە ئۆزىڭىزگە، تولۇق ئاڭ ھالىتىگە قايتقان ھامان، ئۆزۈمنىڭ ھاياتىي كۈچلۈك، بەدىنىمنىڭ ساغلاملاشقانلىقىنى ھېس قىلىمەن، دەپ تەكىتلەپ تۇرىدىڭىز.

ئەڭ ئاخىرقى بىر نۇقتا: «شەخسىي ساپا» نىشانىنى تۈپتىن ئەمەلگە ئاشۇرۇشقا تەييارلانغاندا، سىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى قايسى ۋاقىتتا ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزىسىز؟ قانچىلىك ۋاقىتتا بىر قېتىم ئۆتكۈزىسىز؟ بىرقەدەر تۆۋەن ئاڭ قاتلىمىڭىزدىكى ئۆز شەرتلىك رېفلېكسىڭىزنى ئەڭ يۇقىرى ئۈنۈمدە جارى قىلدۇرۇشىڭىز ئۈچۈن، ھەر كۈندىكى پەۋقۇلئاددە تەكلىپنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش سانىنى چەكلىمەڭ. لېكىن، ھەربىر پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن ئەڭ ئۈنۈملۈك پايدىلىنىش نۇقتىسىدىن قارىغاندا، سىز ھەر كۈنى بىر ماددىنى بىر قېتىم ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزسىڭىز، بۇنىڭدا ئەڭ يۇقىرى ئۈنۈمگە ئېرىشىسىز. مەيلى قانداق بولسۇن، شۇنى تونۇپ يېتىشىڭىز كېرەككى، جىددىي ئىش (چىش دوختۇرىغا كۆرۈنۈش، خىزمەت ئۈچۈن يۈزتۇرانە سىناشقا قاتنىشىش دېگەندەك) قا دۇچ كەلگەندە، پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ماھارىتىدىن پايدىلانسىڭىز بولىدۇ. بەلكى پايدىلىنىشىڭىز كېرەك.

سىزنىڭ چارچىمىغان، مېڭىڭىز بىرقەدەر سەگەك ۋاقىت ۋە ئۇنىڭدىن پايدىلىنىشىڭىز، شەكىلسىز نىشانلىرىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ ئەڭ ياخشى ۋاقتى. شۇڭا، سەھەر، يېرىم كېچە ياكى تاماقنى يېڭىلا يېگەن ۋاقىتلار ئەڭ ياخشى ۋاقىت ئەمەس. ئەگەر ئىمكانىيەت بولسا، چۈشلۈك تاماقتىن ئىلگىرىكى ۋاقىت بولىدۇ. ئەگەر سىزنىڭ خىزمەت كۈنتەرتىپىڭىز ناھايىتى جىددىي ئورۇنلاشتۇرۇلغان بولسا، بىر ئىشنى تۈگىتىپ بولغاندىن كېيىنكى ئارىلىقتىكى ۋاقىت ئەڭ ياخشى ۋاقىت ھېسابلىنىدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، سىز ئۆزىڭىزنى بىرقەدەر سەگەك ھېس قىلغان ھەرقانداق ۋاقىتتا پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىدىن پايدىلىنىپ، ئۆزىڭىزنىڭ شەكىلسىز نىشانلىرىنى ئەمەلگە ئاشۇرسىڭىز بولىدۇ.

يىغىنچاقلاش دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرالايدىغان مۇھىم قوراللار ناھايىتى كۆپ. بۇ بابتا سىزگە ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى ئىككىسىنى تونۇشتۇردۇم، يەنى كۈندىلىك بايانات ۋە پەۋقۇلئاددە تەكلىپ.

بۇ ئىككى خىل قورالنىڭ بىزنىڭ مېڭىمىزدىكى ئاڭ ۋە يوشۇرۇن ئاڭ قاتلىمىغا تەسىر كۆرسىتەلەيدىغانلىقىنى تونۇپ يېتىپ بولدىڭىز.

ئەمدىكى بابتا بىز دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزگە تەقدىم قىلىشقا تېگىشلىك ئۈچىنچى خىل، يەنى كۈچلۈك بىر خىل قورالنى سىناقتىن ئۆتكۈزىمىز.

يەتتىنچى باب

سىزنىڭ يوشۇرۇن كومپيۇتېرىڭىز

قارارىڭىز سىزنىڭ ئىلگىرى ئىشلىگەن ئەڭ مۇھىم خىزمىتىڭىز. ئۇنداق دېيىشىمىزدىكى سەۋەب، ئەگەر ئىنسانلار ئۈزلۈكسىز قارار چىقىرىپ تۇرمىغان بولسا، بۈگۈنگىچە مەۋجۇت بولۇپ تۇرالمىغان بولاتتى.

سىز يېيىش، ئىچىشنى قارار قىلىسىز، يەنە كېلىپ، نېمىنى يەپ، نېمىنى ئىچىشنى قارار قىلىسىز، بۇ پەقەت قارار چىقىرىش جەريانىنىڭ ئاددىيلاشتۇرۇلغان بىر مىسالى. بىز بۇ قارار جەريانىنىڭ مۇھىملىقىنى قىلچە تونۇپ يەتمىدۇق، ھەتتا ئۇنىڭغا پەرۋاسىز قارىدۇق. ئەمەلىيەتتە، ئۇ بىز ئىنسانلارنىڭ كۆپىيىش تەرەققىياتى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك.

نەپەس ئېلىش ۋە يۈرەكنىڭ سوقۇشىنى ھېسابقا ئالمىغاندا، بەدەننىڭ ئىقتىدارى ئادەتتە ئادەم بىر ياكى بىر قاتار قارارلارنى چىقارغاندىن كېيىن، ئاندىن ئۆز رولىنى كۆرسىتىدۇ. بىز بۇرۇننى تاتىلاشتىن ئىبارەت بۇ ئاددىي مىسالنىلا تەھلىل قىلىپ باقايلى: بۇرۇننى تاتىلاش ئۈچۈن نۇرغۇن قارارلارنى چىقىرىشىمىزغا توغرا كېلىدۇ. ھەربىر قارار ئانچە ئەھمىيەتلىك ئەمەستەك كۆرۈنسىمۇ، لېكىن ئۇ بۇرۇن تاتىلاش جەريانىدا كەم بولسا بولمايدۇ.

ئالدى بىلەن، سىز بۇرنىڭىزنىڭ قىچىشىۋاتقانلىقىنى تونۇپ يېتىسىز. ئاندىن سىزنىڭ قارار چىقىرىشىڭىزغا توغرا كېلىدۇ؛ يەنى بۇرۇننى قولنىڭ ئارقىسى بىلەن سۈركەپ قويۇش كېرەكمۇ ياكى يەڭ بىلەن، ياكى بارماق بىلەن تاتىلاش كېرەكمۇ؟ قايسى

قولنىڭ قايسى بارمىقى بىلەن تاتىلاش كېرەك؟ قانچىلىك كۈچ بىلەن قانچىلىك ئۇزۇن ۋاقىت تاتىلاش كېرەك؟ تاتىلىغان قول بۇرۇن تاتىلاشقا ئەپلىكمۇ؟ ئەگەر قولدا بىر نەرسە بولسا، ئۇنى بىر يەرگە قويۇپ قويۇش كېرەكمۇ ياكى ئۇنى يەنە بىر قولغا يۆتكەپ، ئاندىن بۇرۇننى تاتىلاش كېرەكمۇ؟ قارىماققا تولىمۇ ئاددىي بىلىنىدىغان بىر بۇرۇن تاتىلاش ھەرىكىتىگە ئەنە شۇنداق نۇرغۇن قارار چىقىرىشقا توغرا كېلىدۇ.

تېخى بۇ ئۇلارنىڭ بىر قىسمى. بۇرۇن تاتىلاشنىڭ ئاساسىي قارارلىرىنى چىقىرىشتىن سىرت، بۇ قارارلارنى ئۈنۈملۈك يۈرگۈزۈش ئۈچۈن، يەنە سان - ساناقسىز مۆلچەرلەرنى قىلىشىمىزغا توغرا كېلىدۇ. مەسىلەن، بىز ئالدى بىلەن، قولنى قانچىلىك ئېگىزلىكتە كۆتۈرۈش كېرەك، بارماق قايسى يول بىلەن ماڭغاندا دەل قىچىشقان يەرگە بارالايدۇ، بارماقلارنى قانداق قىلغاندا مۇۋاپىق يۆتكىگىلى بولىدۇ، ئۇنى قانداق قىلغاندا ئۆزىمىز كۆرەلەيدىغان بۇرۇننىڭ توغرا ئورنىغا قويغىلى بولىدۇ، دېگەندەك مۆلچەرلەرنى قىلىمىز. مۆلچەرلەش نۇقتىسىدىن قارىغاندا، بۇ ئىككى ئالەم ئايروپىلانىنى ئالەم بوشلۇقىدا ئۇچراشتۇرۇشنى ئورۇنلاشتۇرۇشقا ئوخشىشىپ كېتىدۇ.

ئالەم تەتقىقات ئورگىنى ئالەم ئايروپىلانى ئۈچۈن لايىھىلىگەن قوماندانلىق قىلىش ۋە يېتەكلەش قاتتىق ماتېرىياللىرى ئادەمنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمىگۈدەك دەرىجىدە مۇرەككەپ. لېكىن، ئادەتتىكى بىر ئادەمنىڭ بىر كۈنلۈك بەدەن ھەرىكىتى سانسىزلىغان قارار چىقىرىشقا، ھېسابلاش ئېلىپ بېرىشقا توغرا كېلىدۇ. يەنە كېلىپ، پەۋقۇلئاددە قىسقا ۋاقىت ئىچىدە قوبۇل قىلغان زور مىقداردىكى ئۇچۇرغا تايىنىپ ئېلىپ بېرىلىدۇ. بۇنى ھازىرقى دۇنيادىكى ھەرقانداق كومپيۇتېر ئورۇنداپ كېتىشكە ئامالسىز.

بىر قېتىملىق ئالەم ئايروپىلانىنى ئۇچۇرۇشنى پىلانلاش ۋە يۈرگۈزۈش سىز ھەر كۈنى ماشىنا ھەيدەپ ئىشقا كېتىۋېتىپ،

قاتناش قاتىماقچىلىقى بولۇۋاتقان يەرلەردىن ئۆتكەندە، مېڭىڭىزدە چىقارغان قارار ۋە مەسىلىنى ھەل قىلىشنى ھېسابلاشتىن مۇرەككەپ ئەمەس. ھەرقانداق بىر قېتىملىق ئايغا چىقىش سەپىرى بىلەن سېلىشتۇرغاندا، سىز ماشىنا ھەيدەپ كېتىۋاتقاندا تېخىمۇ كۆپ ئۇچۇر قوبۇل قىلىشقا، تېخىمۇ كۆپ قارار چىقىرىشقا موھتاج. يەنە كېلىپ، يېرىم سائەتلىك ماشىنا ھەيدەش ۋاقتىدا ماشىنا سۈرئىتى، ماشىنا بىلەن ماشىنا ئارىلىقى، ھەتتا باشقا شوپۇرلارنىڭ يوشۇرۇن خاراكتېرى (مەسىلەن، «ئۇ شوپۇر ماشىنىنى بەك قارام ھەيدەيدىكەن، مېنى ئالدىغا ئۆتكۈزمىگۈدەك»!) دېگەنلەرگىمۇ ۋاقتىدا ھۆكۈم چىقىرىپ ماڭىسىز.

قىسقىسى، ئادەملەر ياسىغان ھەرقانداق بىر ھېسابلىغۇچ ياكى كومپيۇتېر ئادەم مېڭىسىنىڭ مۇرەككەپلىكى ياكى يۇقىرى ئۈنۈملۈك دەرىجىسىگە يېقىنلىشىشقا ئامالسىز دېيىشكە بولىدۇ.

دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ ئەڭ ئاخىرقى بىر قەدىمى، شۇنداقلا سىزنىڭ ھايات يولىڭىزنى ئۆزگەرتىدىغان ئەڭ ئاخىرقى بىر قەدەم سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ تەپەككۇرىڭىزغا كىرگەن كومپيۇتېرنىڭ ئاڭ يولىنى بەرپا قىلىش.

ناھايىتى ئېنىقكى، ئادەتتىكى ئادەملەر ئۇلۇغ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرنى ئىشلىتىشنى ئەزەلدىن ئۆگەنمەيدۇ. ئۇلار ئۇنى ئۆگەنگەن كۈندىن تارتىپ ئادەتتىكى ئادەملەرنىڭ قاتارىدىن چىقىپ كېتەلەيدۇ.

مەن مەشھۇر زاتلارنىڭ ئەسەرلىرىنى، ئۆزلىرىنىڭ ئىجادىيەت مەنبەلىرى (بۇ قارار چىقىرىشقا ناھايىتى مۇھىم)نى بايان قىلغان ماقالىلىرىنى ئوقۇش ھەمدە مۇشۇ ساھەدىكى ئۆزۈم تاپالىغان بارلىق ماتېرىياللارنى ئۆگىنىش ئارقىلىق چوڭقۇر تەسىراتقا ئىگە بولدۇم.

ئېدىسون، ئېينىشتېين، موزارت، ئېمېرسون، چايكوۋسكىي، ستېينمېيتز، ۋات ۋە شۇلارغا ئوخشاش سانسىز كەشپىياتچى، ئالىم، يازغۇچى، مۇزىكانتلار ئۆزلىرىنىڭ ئۇلۇغ يوشۇرۇن

ئالىي كومپيۇتېردىن قانداق پايدىلانغانلىقىنى بىزگە نامايان قىلىپ بەردى. ئەمەلىيەتتە، بۇخىل يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرى پەقەت ئۇلارغىلا مەنسۇپ ئەمەس، ئۇ ھەربىر ئادەمنىڭ مېڭىسىدە مەۋجۇت، لېكىن ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى ھەربىر ئادەمنىڭ ئاشۇ ئۇلۇغ ئىجادىيەت مەنبەسىنى ئاچالىغان - ئاچالمىغانلىقىدا. بۇلارنى چۈشەنگەندىن كېيىن، سىزنىڭمۇ ئۇنىڭدىن پايدىلىنىشنى رازىمەنلىك بىلەن ئۆگىنىدىغانلىقىڭىزغا ئىشىنىمەن.

ئۇ سىزگە نېمىلەرنى قىلىپ بېرەلەيدۇ

1. بىرەر مەسىلىگە يولۇققاندا، ئۇ سىزنى ئەھمىيەتلىك، سىزگە چەكسىز مەنپەئەت يەتكۈزىدىغان جاۋاب بىلەن تەمىنلەيدۇ.

بىزگە مەلۇم، مەسىلە دېگىنىمىزدە، قارار يۈكىنىڭ ئېغىر ياكى يېنىك بولۇشى مەسىلىنىڭ مۇرەككەپ دەرىجىسى بىلەن ئوڭ تاناسىپ بولىدۇ. مەسىلە قانچە مۇرەككەپ بولسا، قارارنىڭ يۈكى تەبىئىي ھالدا شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ. ئەگەر پەقەت «بولىدۇ» ياكى «بولمايدۇ»، «توختات» ياكى «قالدۇرۇپ قوي»، «قارا» ياكى «ئاق» دېگەندەك ئاددىيلا قارارلارنى چىقىرىشىڭىزغا توغرا كەلسە، ئۇنداقتا سىز يولۇققان مەسىلە ئادەتتە ئانچە مۇرەككەپ بولمىغان بولىدۇ. ئەگەر بىرنەچچە خىل ھەل قىلىش مۇمكىنچىلىكى بولغان لايىھىگە دۇچ كېلىپ، ئۇلارنىڭ ئىچىدىن ئەڭ ياخشى بىر لايىھىنى تاللىۋېلىشىڭىزغا توغرا كەلسە، ئۇ ھالدا بۇ سىز يولۇققان مەسىلىنىڭ بىرقەدەر مۇرەككەپ ئىكەنلىكىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدۇ.

بىز مۇھىملىق دەرىجىسى ئوخشىمايدىغان نۇرغۇن ئۈچۈرلارغا، قىممىتىنىڭ يۇقىرى - تۆۋەنلىكى ئوخشىمايدىغان نۇرغۇن جاۋابلارغا، يا ئۇنداق، يا مۇنداق قارار چىقىرىشقا توغرا كېلىدىغان ھېسسىيات جەھەتتىكى بېسىملارغا ھەر ۋاقىت دۇچ كېلىپ تۇرىمىز. قىسقىسى، بىز پەقەت كومپيۇتېرلا ھەل قىلالايدىغان مۇرەككەپ مەسىلىلەرگە دۇچ كېلىمىز.

بىز ئۆزىمىزنىڭ يوشۇرۇن ئالىي ئېنېرگىيىمىزدىن پايدىلانساقلا، جاۋابنى ھېسابلاپ چىقىپ، ئۆزىمىزگە يوللاپ بېرەلەيمىز!

2. ئۇ مېڭىڭىزنى ياخشى خىزمەت ھالىتىدە ساقلاپلا قالماي، يەنە ئۇنىڭ خىزمەت ئۈنۈمدارلىقىنى زور دەرىجىدە ئاشۇرىدۇ.

بىز يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېردىن پايدىلىنىپ، نېرۋا سىستېمىمىزدىكى بېسىم ۋە جىددىيلىكنى قانداق ئازايتىشنى چۈشىنىپ يەتكىنىمىزدە، چوڭ مېڭىنىڭ ياخشى ئىشلەش مەسىلىسىمۇ بىزنىڭ دىققەت - ئېتىبارىمىزنى تارتىدۇ. بىرنەچچە يىل ئىلگىرى، مەن مۇشۇ مەسىلىگە مۇناسىۋەتلىك بىر ئەسەرنى ئوقۇغانىدىم، شۇ ئەسەردىن بىر ئابزاسنى كۆرسىتىپ ئۆتۈشۈمگە رۇخسەت قىلىڭ.

ئۇيقۇ توغرۇلۇق يېقىندا ئېلىپ بېرىلغان تەتقىقات نەتىجىسى ئىلگىرىكى بىرنەچچە يىلدا كەڭ مۇھاكىمە قىلىنغان ئاساسلىق ئۇقۇمنى ئېچىپ بەردى. ئەمەلىيەتتە، ھەربىر ئادەمنىڭ ئۇخلاش ۋاقتىنىڭ ئۇزۇن - قىسقىلىقىدا، ئوخشىمىغان ياشتىكى ئادەملەرنىڭ ئۇخلاش ۋاقتىنىڭ ئۇزۇن - قىسقىلىقىدىمۇ ئاز - تولا پەرق بولسىمۇ، لېكىن «ئادەم ئەمەلىيەتتە تۆت - بەش سائەت ئۇخلىسىلا كۇپايە» دەيدىغان بۇ قاراش توغرا ئەمەس. يېڭى تەتقىقاتتىن بايقىلىشىچە، كىشىلەر ئادەتتە يەتتە - سەككىز سائەت، ھەتتا توققۇز سائەت ئۇخلىسا، ئەمەلىي ئۇخلاش ئېھتىياجىغا بىر قەدەر يېقىنلاشقان بولىدىكەن. ئەگەر سىزنىڭ ھەقىقىي ئۇخلاش ئېھتىياجىڭىز سەككىز سائەت ئەتراپىدا بولسا، ئالدىنقى يېرىمى — تۆت سائەتتەك ۋاقىت بەدىنىڭىزنىڭ ئەسلىگە كېلىشىگە ياكى كۈندۈزى ھاردۇق يەتكەن مۇسكۇللارنىڭ ھاياتىي كۈچىنى ئەسلىگە كەلتۈرۈشكە كېتىدۇ. ئالىملار بۇ باسقۇچتىكى ئۇيقۇنى ئەستايىدىل كۆزەتكەندىن كېيىن شۇنى بايقىدىكى، دەسلەپكى بىر سائەت ۋاقىتتا ئۇيقۇ ناھايىتى قاتتىق بولىدىكەن، ئۇنىڭغا ئاساسىي ماددا ئالماشتۇرۇشنىڭ تېزلىشىشى قوشۇلۇپ كېلىدىكەن. دەسلەپكى بىر سائەتتە جىسمانىي

ھاردۇقنى چىقىرىشقا نۇرغۇن ئېنېرگىيە سەرپ قىلىنىدىكەن. ئۇنىڭدىن كېيىنكى ئىككى، ئۈچ، تۆت سائەت ئىچىدە ئادەمنىڭ ئۇيقۇسى بىرقەدەر يېنىك بولىدىكەن، سەرپ قىلىنىدىغان ئېنېرگىيىمۇ بىرقەدەر ئاز بولىدىكەن. شۇنىڭ بىلەن بىللە، بەدەننىڭ تېخىمۇ مۇرەككەپ ئەسلىگە كەلتۈرۈش ئىشلىرى ئورۇندىلىپ بولىدىكەن. ھۈجەيرىلەرنىڭ ئەسلىگە كېلىشى ۋە قايتا تۆرىلىشى بىلەن، فىزىئولوگىيە جەھەتتىكى تەبىئىي ئىنكاس ۋە چوڭ مېڭىنىڭ ئارىلىق، شەكىل، رەڭ قاتارلىقلارغا بولغان ھۆكۈمىمۇ نورمال ھالەتكە كېلىدىكەن.

بىز ھازىرقى جەمئىيەتتە دائىم ناھايىتى زور جىددىيلىك ۋە بېسىمغا دۇچ كېلىپ تۇرىمىز. يۇقىرىقى بىر ئابزاس گەپتىن، جىددىيلىك ۋە بېسىمنى ئازايتىدىغان بىر يول تېپىشقا تولىمۇ موھتاج ئىكەنلىكىمىزنى بىلىۋالالايمىز.

سىز ئۇخلاۋاتقان مەزگىلدە چوڭ مېڭىڭىزنى ياخشى ئارام ئالدۇرۇشىڭىز كېرەك، شۇنىڭدىلا ئۇ ئەتىسى ئۈنۈملۈك ئىشلىيەلەيدۇ. سىز يەنە تەپەككۇر سىستېمىڭىز ھەر كۈنى ئۇچراپ تۇرىدىغان ئاشۇ قىيىن مەسىلىلەرنى يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېردىن پايدىلىنىپ ھەل قىلىسىز.

3. ئۇ «كۈندىلىك باياناتىڭىزنى رېئاللىققا ئايلاندۇرۇشىڭىز» ئۈچۈن ئېنېرگىيە توپلاپ بېرىدۇ.

كۈندىلىك باياناتنى يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېر ئارقىلىق ئەمەلگە ئاشۇرغىلى بولىدۇ.

ئۇ مۇنداق رول ئوينايدۇ: سىز كۈندىلىك باياناتنى ئىشلان قىلىۋاتقاندا، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرى سىزدىن ئۇچۇرنى قوبۇل قىلىدۇ. سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز سىزگە بەزى ئۇسۇللارنى لايىھىلەپ بېرىدۇ، سىز مۇشۇ ئۇسۇللاردىن پايدىلىنىپ، بەلگىلىگەن نىشانلارنى ئەمەلگە ئاشۇرىسىز.

سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز سىزگە قىيىن مەسىلىلەرنى ھەل قىلىشنىڭ يولىنى ۋە جاۋابىنى تېپىپ بەردى. ئەمدى مەن سىزگە ھەل قىلىش يوللىرى ۋە جاۋابقا قانداق ئېرىشىش توغرۇلۇق سۆزلەپ بېرىمەن.

ھەر قېتىم سىزدە ئۆزىڭىزنىڭ مەسىلىلىرىنى ئوڭۇشلۇق ھەل قىلالايدىغان بىر خىل «تۇيغۇ» پەيدا بولغاندا، سىز ئەمەلىيەتتە مۇشۇ ئېنېرگىيىدىن پايدىلىنىۋاتقان بولىسىز. مەسىلەن، بىرەرى مەلۇم بىر ئاغىنىڭىزنىڭ ئىسمىنى سورىغاندا، ئۇ ئاغىنىڭىزنىڭ ئىسمى «تىلىڭىزنىڭ ئۇچىدىلا تۇرىدۇ» لېكىن، دەماللىققا ئېسىڭىزگە ئالالمايسىز. مۇشۇنداق ئەھۋالغا يولۇققاندا، سىز دائىم قارشى تەرەپكە: «ئۆيگە قايتقاچ ياخشىراق ئويلىنىپ باقاي، ئۇنى چوقۇم ئېسىمگە ئالالايمەن» دەيسىز. كېيىن ئۆزىڭىز دېگەندەك، ئۇنى ھەقىقەتەن «ئېسىڭىز»گە ئالالايسىز. بۇمۇ مۇشۇ خىل ئېنېرگىيىدىن پايدىلانغاننىڭ بىر مىسالى.

بەزىلەر ھالقىلىق قارارلارنى چىقىرىشتىن ئىلگىرى، كۆپ ھاللاردا «ئويلىغانلىرىنى ئۆزى بىلەن بىللە ئۇخلىتىۋېتىدۇ.» ئەتىسى ئويغانغاندا، قارار كۆڭلىدە شەكىللىنىپ بولغان بولىدۇ. بۇنىڭدا ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېردىن ئاڭسىز ھالدا پايدىلانغان بولىدۇ.

لېكىن، مەن سىزدىن ئۇنى تاسادىپىي ئەمەس، ئاڭلىق ھالدا ئىشلىتىشنى تەلەپ قىلىمەن.

سىزنى بۇ ئاجايىپ ئېنېرگىيىنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇشقا يېتەكلەش جەريانىدا، مەن ئىشلەشكە تېگىشلىك جاپالىق خىزمەت بولسا سىزنى ئۆزى خالاپ سىناپ بېقىشقا قوبۇل قىلدۇرۇش. ئۇنداق بولۇشى، ئۇنىڭدىن پايدىلىنىش ئۇسۇلى شۇنداق ئاددىي، قارىماققا تولىمۇ ئاسان كۆرۈنگەچكە، نۇرغۇن ئادەم ئۇنى تولۇق قوبۇل قىلالمايدۇ. مەن سىزنىڭ ئۇنداق چەكلىمىگە باغلىنىپ قالماسلىقىڭىزنى ئۈمىد قىلىمەن.

يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرىڭىزنى ھەرىكەتكە كەلتۈرۈڭ.

يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرىڭىزنى ھەرىكەتكە كەلتۈرۈشتىكى ھالقىلىق سۆز، ئۈچ سۆز يەنى يېزىش، سىناپ بېقىش، ئۆتۈنۈش.

يېزىش ئۇچرىغان مەسىلىنى قەغەزگە يېزىپ قويۇڭ. بۇ ئۇسۇل بىر ئاز قاملاشمىغاندەك تۇيۇلۇشى مۇمكىن. لېكىن، ئۆز بېشىمدىن ئۆتكەن تەجرىبىدىن قارىغاندا، نۇرغۇن مەسىلىلەرنىڭ ئۇزۇنغىچە ھەل بولماي يېنىپ كېتىشىدىكى سەۋەب، ئۇلارغا ئېنىق چۈشەنچە بېرىلمىگەن ياكى خاتىرىلەپ قويۇلمىغان.

سىز بۇ مەسىلىلەرنى بىر پارچە قەغەزگە يېزىپ چىققاندىن كېيىن شۇنى بايقايسىزكى، سىز ئۇلارغا يېڭىچە بىر نەزەردە قارايدىغان بولىسىز. سىز قەغەزگە مۇنداق يازسىڭىز بولىدۇ: «مەن ئۇنى مۇنداق ... قوللىنىپ ھەل قىلالايمەنمۇ؟»

سىز بەزى مەسىلىلەرنىڭ جاۋابىنى ئىزدەۋاتىسىز، ئۇنداقتا نېمە ئۈچۈن بۇ مەسىلىلەرنى ئاۋۋال بىر پارچە قەغەزگە ئىنچىكە، نۇقتىلىق قىلىپ يېزىپ چىقمايسىز؟

سىناپ بېقىش مەسىلىگە ئۆزىڭىز جاۋاب بېرىشنى سىناپ بېقىڭ. سىز مەسىلىنى قەغەزگە يېزىپ بولغاندىن كېيىن، مەسىلە يېزىلغان قەغەزنىڭ ئاستىدىكى بوش ئورۇننى ئوڭ - سول ئىككى بۆلەككە بۆلۈڭ. سول تەرەپكە بېسىپ ئۆتىدىغان كونكرېت قەدەم باسقۇچلارنىڭ تولۇق ئاساسىنى يازسىڭىز بولىدۇ، ئوڭ تەرەپكە بولسا، بۇ كونكرېت قەدەم باسقۇچلارنى قوللىنىشقا قارشى ئاساسلارنى تولۇق يېزىڭ.

بۇ مەسىلىلەرنى ئۆزىڭىزنىڭ ئېڭىغا تايىنىپ ھەل قىلىپ كېتەلمەيدىغانلىقىڭىزغا كۆزىڭىز يەتكەندە، كۆپرەك ۋاقىت سەرپ قىلىپ، يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇشنى سىناپ باقسىڭىز بولىدۇ.

سىز ئامالسىز قېلىپ، «ئۆزىڭىزنىڭ ئېڭىغا تايىنىپ مەسىلىنى ھەل قىلالمايدىغان»لىقىڭىزدىن ئىبارەت بۇ خۇلاسىنى چىقار-

غان ۋاقتىڭىزدا، ئۈچىنچى يولنى تۇتسىڭىز بولىدۇ.

ئۆتۈنۈش يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرىڭىزدىن مەسىلىنى ھەل قىلىپ بېرىشنى ئۆتۈنۈڭ. بۇ نۇرغۇن ئادەم تەستە قوبۇل قىلىدىغان پۈتۈن جەرياننىڭ بىر قىسمى.

ئۇلارنىڭ پەقەت مېڭىدىن «ئۆتۈنۈش»تىن ئىبارەت مۇشۇ يول بىلەن يولۇققان مەسىلىنى ھەل قىلغىلى بولىدىغانلىقىغا ئىشەنگۈسى كەلمەيدۇ. ئۇلارنىڭ نەزىرىدە ئەسلىدە ناھايىتى قىيىن بولغان مەسىلە ۋاقتى كەلگەندە ئاسانلا ھەل بولۇپ كېتىدۇ.

بىز بۇ مەسىلىنى يەنىلا ماشىنا ھەيدەپ ئىشقا بېرىشنى مىسالغا ئېلىپ چۈشەندۈرەيلى. كىشىلەر ھەر كۈنى ئەتىگەندە ماشىنا ھەيدەپ ئىشقا كېتىۋاتقاندا ئۆزىنىڭ ئاڭلىق ئىدىيىسىنىڭ ئىچىگە كۆپ قېتىم چۆكۈپ كېتىشتىن ساقلىنالمايدۇ، بۇنداق چاغلاردا، ئۇلار ماشىنا ھەيدەشكە ئۆزىنىڭ يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرىنى مەسئۇل قىلىپ قويۇشقا مەجبۇر بولىدۇ.

ئايلىنىدىغان يەرگە كەلگەندە، ئۇلار چۈشتىن ئويغانغاندەك بولۇپ، ماشىنىنىڭ ئايلىنىش بەلگە چىرىغىنى ياندۇرۇش كېرەكلىكىنى تۇيۇقسىز تونۇپ يېتىدۇ. ئۇلار كۆزلىگەن يېرىگە يېتىپ بېرىپ بولغاندىن كېيىن، قاتتىق قىستاڭچىلىقى بولۇۋاتقان يەرلەردىن ئۆتكەندە يۈز بەرگەن كونكرېت تەپسىلاتلارنى ئېنىق ئەسلىيەلمەيدۇ.

ئۇنى قوبۇل قىلىڭ. يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرىڭىزنى باشقا بىر ئادەم، ئۆزىڭىز ياللىۋالغان ئادەم ياكى ياردەمچىم دەپ بىلىڭ. ئۇنىڭغا: «بۈگۈن چۈشتىن كېيىن سائەت تۆتتە ياكى ئەتە ئەتىگەنگىچە بۇ مەسىلىنىڭ جاۋابىغا ئېرىشىشنى ئويلايمەن» دېسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر سىز يولۇققان مەسىلىنى ھەل قىلىش ناھايىتى قىيىن بولسا، يوشۇرۇن ئالىي مەسىلىنى ھەل قىلىش ناھايىتى قىيىن بولسا، يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرىڭىزنىڭ مەسىلىنى ھەل قىلىش يولىنى ئىزدىشىگە كۆپرەك ۋاقىت بەرسىڭىز بولىدۇ. سىز

ئۇنىڭغا كېلەر ھەپتىنىڭ شەنبە كۈنى مەسىلىنىڭ جاۋابىغا ئېرىشىسەم بولىدۇ، دەپ قويسىڭىزمۇ بولىدۇ.

ئاندىن ئۇنى ئۇنتۇپ كېتىڭ! مەسىلىنى پۈتۈنلەي ئېسىڭىزدىن چىقىرىۋېتىڭ. سىز مەسىلىنى ئاڭلىق ھالدا ئويلاۋاتقاندا، سىزنىڭ يوشۇرۇن ئالتە كومپيۇتېرىڭىز بۇ مەسىلىنى ھەل قىلىشقا ئامالسىز قالىدۇ. بۇ خۇددى بىرەر ئىشىڭىزنى باشقىلارغا قىلدۇرۇشتىن ئىلگىرى، ئۇ ئىشنىڭ پۈتۈن تەپسىلاتىنى ئۇ ئادەمگە ئېيتىپ بېرىشكە مەجبۇر بولغىنىڭىزغا ئوخشايدۇ.

شۇڭا، يوشۇرۇن ئالتە كومپيۇتېرىڭىزدىن بىرەر مەسىلىنى ھەل قىلىپ بېرىشنى ئۆتۈنگەندە، ئۇ مەسىلىنى كاللىڭىزدىن چىقىرىۋېتىشىڭىز كېرەك.

نۇرغۇن كىشىلەر ئىلگىرى مەندىن بۇ جەھەتتىكى مەسىلىلەرنى سورىغان. مەن ئۇلار سورىغان سوئاللارنى تۆۋەندە بىر - بىرلەپ كۆرسىتىپ ئۆتىمەن ھەم ئۆزۈمنىڭ جاۋابىنى قوشۇمچە قىلىمەن. مۇشۇنىڭغا ئوخشاش مەسىلىلەرگە ئۇچرىغاندا، بۇنىڭ سىزگە پايدىسى بولۇپ قالار.

سوئال: يوشۇرۇن ئالتە كومپيۇتېرىڭىزنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇش ئۈچۈن، ئادەمدە پەۋقۇلئاددە زېرەك كاللا بولۇشى كېرەكمۇ؟

جاۋاب: ئۇنداق ئەمەس. يۇقىرىدا كۆرسىتىپ ئۆتۈلگەن ئۈچ قەدەم باسقۇچنى ئورۇندىسىلا، ھەرقانداق ئادەم ئۇنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرالايدۇ.

سوئال: يوشۇرۇن ئالتە كومپيۇتېرنى ئىشلىتىش جەھەتتە شەرت چەكلىمىسى بارمۇ؟

جاۋاب: پەقەت مەن كۆرسىتىپ ئۆتكەن شەرت چەكلىمىسىلا بار. ئالدى بىلەن، مەسىلىنى ئېنىق قىلىپ يېزىپ چىقىشىڭىز

كېرەك، ئاندىن مەسىلىنى ھەل قىلىشنى سىناپ بېقىشىڭىز كېرەك. سىز چوقۇم ئۆزىڭىز ئويلاپ يېتەلەيدىغان، ئىجابىي ۋە سەلبىي ئىككى تەرەپتىن ئېلىپ بارغان تەھلىلىڭىزنى قەغەز يۈزىگە يېزىشىڭىز كېرەك.

سوئال: سىز يوشۇرۇن ئالتە كومپيۇتېرى سىزگە قايسى ۋاقىتتا جاۋاب بېرىش كېرەكلىكىنى قانداق بەلگىلەيسىز؟

جاۋاب: سىز قارار چىقىرىشقا توغرا كەلگەندە، ھەرگىزمۇ كەينىگە سۈرمەسلىكىڭىز كېرەك. لېكىن، يوشۇرۇن ئالتە كومپيۇتېرىڭىزنى ئەخمەق قىلىسىڭىزمۇ بولمايدۇ. ئەگەر سىز مەلۇم ۋاقىتتا، چوقۇم قارار چىقىرىشقا موھتاج بولسىڭىز، ئۇنداقتا يوشۇرۇن ئالتە كومپيۇتېرىغا يالغان ئاخىرقى چەك بېكىتىپ بەرمەڭ. بۇخىل كۈچ تېز سۈرئەتتە رول ئويناش جەريانىدا، «موھتاج»لىق بىر مۇھىم ئامىل. ئەگەر سىز يۇقىرىدا سۆزلەنگەن ئىككى قەدەم باسقۇچنى ناھايىتى سەممىيلىك بىلەن ئېگىلمەي - سۇنماي ئورۇندىغان بولسىڭىز، ئۇنداقتا ۋاقىت مەسىلىسى ئادەتتە ئانچە قىيىن مەسىلە ھېسابلانمايدۇ. يولۇققان مەسىلىنىڭ قىيىنچىلىق دەرىجىسى، قارارنىڭ شەكىللىنىشىگە ياكى ئىجرا قىلىنىشىغا توسالغۇ بولىدىغان ماددىلارنىڭ سانى سىزنىڭ ۋاقىت جەدۋىلىڭىزگە ۋە بەلگىلىك ۋاقىت ئىچىدە جاۋابقا ئېرىشىشىڭىزگە تەسىر يەتكۈزىدۇ.

سوئال: يوشۇرۇن ئالتە كومپيۇتېر قانداق رول ئوينايدۇ، ئۇ نېمىشقا رول ئوينىيالايدۇ؟

جاۋاب: پسىخولوگ، نېرۋا بۆلۈم دوختۇرلىرى، ھەتتا تېئولوگ ۋە دىنىي داھىيلار بۇ توغرۇلۇق نۇرغۇن نەزەرىيىلەرنى ئوتتۇرىغا قويغان. مەن بۇنى ھەقىقىي چۈشىنىپ كەتمەيمەن. مەن پەقەت ئۇنىڭ ھەقىقەتەن رول ئوينىيالايدىغانلىقىنىلا بىلىمەن.

بۇخىل ئۇسۇل ماڭا زور مۇۋەپپەقىيەت ئېلىپ كەلدى. مېنىڭ

سىلەرنى سىناپ بېقىشقا ئۇندىشىمدىكى سەۋەبمۇ مۇشۇ يەردە. ئۇ
راستتىنلا ئۇنۇم كۆرسىتەلەيدۇ! مېنىڭ چۈشىنىۋېلىشىمغا تېگىش-
لىك نەرسە مۇشۇ.

سوئال: ئۇ نېمە ئۈچۈن شۇنچە مۇھىم؟
جاۋاب: چۈنكى، ئىش قىلغاندا ھەقىقىي ئۇنۇم قوغلىشىدىغان
ئادەم كاللىسىغا ھەل قىلىنمىغان نەچچە ئون خىل مەسىلىنى سې-
لىپ يۈرسە، ھەرگىزمۇ يېنىك ئالغا باسالمايدۇ. ئۇلار قولىدىكى
ئىشلىرىنى بىر تەرەپ قىلىش ئۈچۈن، ئۆزلىرىنىڭ ئېڭىنى ئەركىن
ئىشلىتىشكە موھتاج. لېكىن، ئۇلار يەنە بىرقەدەر چوڭ مەسىلە-
لەرگە ئۇچرايدۇ، ھەتتا بۇ مەسىلىلەر چۈشەنچە بېرىلگەندىن كې-
يىنمۇ، ئۇلارنى ھەل قىلىشنىڭ تەييارلىقىنى ئىشلەپ بولالمىغان
بولىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، ئۇلار مەسىلىگە ئىجابىي ۋە سەلبىي
ئىككى تەرەپتىن ئېلىپ بېرىلغان تەھلىلنى ئېلىپ چىقىپ، ئۇلارنى
يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرنىڭ ھەل قىلىشىغا تاپشۇرۇپ بەرسە
بولىدۇ.
ئەگەر ھەل قىلىنمىغان مەسىلە يەنىلا كاللىدىن كۆتۈرۈلۈپ
كەتمەي تۇرۇۋالسا، ئۇ چاغدا ئۇ ئەندىشە بولىدۇ! بۇخىل ئەندىشە
ئىشنى بۇزۇش رولىنى ئوينايدۇ.

سوئال: ئەڭ ئۇلۇغ قىممەت دېگەن نېمە؟
جاۋاب: ئەڭ ئۇلۇغ قىممەت دېگىنىمىز، سىز كاللىڭىزدىكى
ئەڭ ئۇلۇغ قىسمىدىن خالىغانچە پايدىلىنالايدىغان بولۇش دېمەك-
تۇر. ئۇ مەخپىي، كۆپ سانلىق كىشىلەر ئۇچرىشالمايدىغان قى-
سىم. شەك ـ شۈبھىسىزكى، بىزنىڭ مېڭىمىزدىكى يوشۇرۇن ئاڭ
قىسمى (ھەر خىل سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن، مەن ئۇنى تولۇق چۈشى-
نىپ يېتىشكە تېخى مۇيەسسەر بولالمىدىم.) تەپەككۇر ئورگانلىرى-
نىڭ باشقا قىسىملىرى بىلەن سېلىشتۇرغاندا، تېخىمۇ كۈچلۈك

ئىجادچانلىقىقا ۋە مەسىلە ھەل قىلىش ئىقتىدارىغا ئىگە. يوشۇرۇن
ئاڭ كومپيۇتېرى بىرخىل دەرىجىدىن تاشقىرى كۈچ. ئۇنى بىزنىڭ
ئاڭ تەپەككۇرىمىزغا سېلىشتۇرساق، بىر ئادەمنىڭ تىرىشچانلىقى
بىلەن كومپيۇتېرنىڭ ئىشنى سېلىشتۇرغان بىلەن ئوخشاش
بولىدۇ.

سوئال: مەلۇم بىر مەزگىل جاۋابىنى تېپىش مۇمكىن بولمى-
غان مەسىلىلەرگىمۇ مۇشۇ ئۇسۇلنى قوللانساق بولامدۇ؟
جاۋاب: بولمايدۇ، ئاسانلا پايدىلانغىلى بولىدىغان بىر ئەپچىل
چارە بار. ئۇ بولسىمۇ سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىش، خۇددى
پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنىڭ تەييارلىقىنى قىلىپ بولغان-
دەك، ئۆزىڭىزنى مۇۋاپىق ھالەتتە تۇتۇپ تۇرۇش. سىز ئاشۇ قات-
لامدا تۇرۇپ، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزدىن ئۆزىڭىز يولۇققان
مەسىلىنى ھەل قىلىپ بېرىشنى ئۆتۈنىسىز. ئەگەر بۇ قەدەمنى
بېسىشتىن ئىلگىرى مەسىلىنى ئىجابىي ۋە سەلبىي ئىككى تەرەپتىن
تەھلىل قىلىپ پايدا ـ زىيىنىنى مۆلچەرلەپ ھەمدە ئاڭلىق ھالدا
ئۇنى ھەل قىلىشقا ئۇرۇنۇپ باققان بولسىڭىز، ئۇ چاغدا بىرقەدەر
چوڭقۇر بولغان ئاشۇ خىل ئاڭ ھالىتىدە بىر پەس ساقلاپ تۇرسىڭىز
جاۋاب پەيدا بولىدۇ.

سوئال: جاۋابنى قانداق چۈشىنىمىز؟
جاۋاب: ئاۋۋال سىزگە ئېيتىپ قويىدىغىنىم، سىز ئەمدى
سىرلىق ئاۋازلارنى ئاڭلىمايسىز. سىز پەقەت مەسىلىنىڭ ھەل
قىلىنىش لايىھىسىنىلا دەرھال پايدىلانغىلى بولىدىغان بىرخىل شە-
كىلدە تونۇپ يېتىسىز.
ئۇ سىزگە بىرخىل توغرا جاۋاب تۇيغۇسى بېرىدۇ. سىزمۇ
دەرھال مەسىلىنى ھەل قىلىش يولىغا كىرىش ھەمدە ھەل قىلىش
لايىھىسىنى يۈرگۈزۈش كېرەكلىكىنى ھېس قىلىسىز. ئەگەر ھەل

نلىش لايىھىسىنى بالدۇرراق تونۇپ يېتىشىڭىزنى توسىدىغان بەزى
ەپەككۇر توسالغۇلىرى مەۋجۇت بولسا، مەسىلىنىڭ جاۋابى سىز-
ىڭ كاللىڭىزدا بىرخىل نىقابلانغان شەكىلدە پەيدا بولۇشى مۇم-
كىن. دېمەكچى، مەسىلىگە مۇناسىۋەتلىك بەزى نەرسىلەر سىزنىڭ
ېڭىڭىزگە ئۈزلۈكسىز كىرىپ تۇرىدۇ. ئۇ سىز ئىلگىرى ئاڭلىغان
ىر ناخشا ياكى بالا ۋاقتىڭىزدا دائىم ئوينايدىغان بىرخىل ئويۇن
ولۇشى مۇمكىن. شۇنىڭدىن كېيىن، ئۇ تۇيۇقسىزلا يوشۇرۇن
اڭدا بىر خىل تەكلىپ بولۇپ شەكىللىنىپ، سىزگە مەسىلىنى
ەيدا قىلغان يىلتىزنى يوقىتىش تەكلىپى بېرىشى مۇمكىن.

ئادەتتە، «توغرىلىق» تۇيغۇسى ۋە لايىھىنى يولغا قويۇشقا
ولغان «تەخىرسىزلىك» تۇيغۇسى سىزنى يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇ-
ېردىن كەلگەن توغرا جاۋابنى پەرق ئېتىۋېلىشقا يېتەكلەيدۇ.

سوئال: مەن ئۇنىڭ رولىنى دەرھال جارى قىلدۇرالايمەنمۇ
اكى ئۇنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇش ئۈچۈن باشقا سىناقلارنى
ېلىپ بېرىشىم زۆرۈرمۇ؟

جاۋاب: سىز مۇۋاپىق تەييارلىق كۆرۈپ، ئۇنىڭدىن رولىنى
جارى قىلدۇرۇشنى ئۆتۈنسىڭىز، ئۇ شۇ زامان رولىنى جارى قىل-
دۇرىدۇ. «ئادەم پېشقانىسىرى تەدبىرلىك بولىدۇ» دېگەن گەپ بار.
سىز پەقەت قىلچە بوشاشماي ئۇنىڭدىن پايدىلانسىڭىزلا، ئۇنىڭ
ئۈنۈمى بارغانسېرى روشەن كۆرۈلىدۇ.

لېكىن، ئەگەر سىز ئۇنىڭ رول ئوينىشىغا توسقۇنلۇق قىلسى-
ڭىز، ئۇ ئازراقمۇ رول ئوينىيالمايدۇ. ئەگەر ئۇنى دائىم رول
ئوينىيالمايدۇ دەپ ئويلىسىڭىز، ئۇ چاغدا ئۇ رول ئوينىمايدۇ.
سىزگە كاپالەت بېرەلەيمەن، مېنىڭ بۇ گەپلىرىم يۈزدە يۈز
ھەقىقەت.

ئەسكەرتىش: يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرى سىزگە مەسىلىنى

ھەل قىلىش لايىھىسىنى چىقىرىپ بەرگەندىن كېيىن، ئۇنى ئىش-
لەتمەي تاشلاپ قويماڭ.

يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىنىڭ ئىككىنچى تەرىپى

بىز يۇقىرىدا ئېيتىپ ئۆتكەندەك، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېر-
ىڭىزنى ئۈچ تەرەپتىن ئىشلەتكىلى بولىدۇ، ئۇ سىزگە زور مەنپەئەت
ئېلىپ كېلىدۇ.

بىز يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىنىڭ بىر تەرىپىنى —
مەسىلىلەرنى ھەل قىلىش ئىقتىدارىنى ئاشۇرىدىغان تەرىپىنى سى-
ناقتىن ئۆتكۈزۈپ بولدۇق. ئەمدى ئۇنىڭ يەنە ئىككى پايدىسى
ئۈستىدە باش قاتۇرۇپ باقايلى، يەنى چوڭ مېڭىنىڭ ساغلاملىقىنى
ئاشۇرۇش ۋە ئىشنىڭ ئۈنۈمدارلىقىنى كۆتۈرۈش.

سىز ئۇخلاۋاتقاندا، يوشۇرۇن ئېڭىڭىز توختىماي ئىشلەۋاتقان
(ئاساسلىقى چۈش كۆرۈش يولى بىلەن) بولىدۇ، بۇ كۈندۈزى
يىغىلىپ قالغان جىددىيلىك ۋە بېسىملاردىن قۇتۇلۇشىڭىزغا ياردەم
بېرىدۇ.

لېكىن، سىز تۆت سائەت ئۇخلاپ، بەدىنىڭىز ئاستا - ئاستا
ئەسلىگە كەلگەندىن كېيىنلا، ئۇ خىل ئۈنۈم ئاندىن ئۆز رولىنى
جارى قىلدۇرالايدۇ.

ئەگەر سىز كۈندۈزى يولۇققان مەسىلىلەر ناھايىتى كۆپ،
ئۇچرىغان جىددىيلىك ۋە بېسىم ناھايىتى چوڭ بولسا ياكى كېچىسى
قانغۇدەك ئۇخلىيالمىغان بولسىڭىز، ئۇ چاغدا ئەتىسى چوڭ مېڭى-
ڭىز تولۇق ئەسلىگە كەلمەسلىكى مۇمكىن.

بۇ يېڭى بىر كۈندە مەيلى نېرۋىڭىزنىڭ ياكى مەيلى چوڭ
مېڭىڭىزنىڭ كۆتۈرۈش ئىقتىدارى بولسۇن، بىرقەدەر تۆۋەن بولى-
دىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، سىزنىڭ نېرۋىڭىز
چېچىلىپ تۇرىدۇ. بىرەر مەسىلىگە يولۇقسىڭىز، ھەل قىلىشقا
ئالدىراپ قول سالالمايسىز.

ئەتىسى كەيپىياتىڭىز ئەڭ تۆۋەن ھالەتتە تۇرغاندا (بىز ئويغاق ۋاقىتتا ئاساسەن دېگۈدەك زېھنىمىز ئۇرغۇپ تۇرغان ۋە زېھنىمىز ئاجىزلاپ كەتكەن «ئالمىشىش» جەريانىنى باشتىن ئۆتكۈزىمىز)، ئېنېرگىيە زاپىسىڭىز تەبىئىي ھالدا كەمچىلرەك بولىدۇ، قىيىنچىلىقلارغا ئارقا ـ ئارقىدىن ئۇچراپ تۇرىسىز.

بۇنداق ئەھۋالدا، سىز پەۋقۇلئاددە كومپيۇتېرىڭىزدىن پايدىلىنىپ، ئۆزىڭىزگە «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئېلىپ بارسىڭىز بولىدۇ.

«جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» بىرخىل ئۈنۈملۈك داۋالاش ئۇسۇلى. بۇنىڭدا سىزنىڭ يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرىڭىز كۈندۈزدىكى ناھايىتى قىسقا ۋاقىت ئىچىدە ئۆزى ئاخشام ئورۇندىيالمىغان ئۇششاق ـ چۈششەك ئىشلارنى بىر تەرەپ قىلىۋېتەلەيدۇ.

ئۇ سىزنىڭ كۈندۈزدىكى بىرنەچچە مىنۇت ۋاقتىڭىزنىلا ئالىدۇ. سىز بۇنى ئىش ئۈنۈمىڭىزنى ئاشۇرالايدىغان شەكىلدە ئېلىپ بارسىڭىز بولىدۇ.

ئاشۇ بىرنەچچە مىنۇتتا سىز قولىڭىزدا يەنە بىرەر ئىشنى قىلىپ تۇرۇشىڭىز كېرەكمۇ؟ ياق، ھېچقانداق ئىش قىلماڭ!

ئەمدى مەن، سىز ئۇچۇن زور پايدا ئېلىپ كېلىدىغان بۇخىل «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش»نى تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن:

1. داۋالاش ئېلىپ بارىدىغان ۋاقىتنى ئىختىيارسىز بېكىتىڭ. بۇ خىل داۋالاشنى «تاسادىپىي توغرا كېلىپ قالغاندا» ئېلىپ بارسىڭىز بولمايدۇ. قولىڭىزدىكى ئىشلارنى يوشۇرۇن ئالىي كومپيۇتېرىغا ۋاقىتلىق ئۆتكۈزۈپ بېرىدىغانلىقىڭىزنى ئۆزىڭىزگە ئېنىق ئېيتىڭ.

2. ئۇنىڭدىن كېيىن ئەگەر مۇمكىن بولسا بىر يەردە يېتىپ، كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇڭ، تەپەككۇرىڭىزنى بەدىنىڭىزدىن سىرتقا قاناتلاندۇرۇڭ. كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇپ يېتىپ، ئۆزىڭىزنى خۇددى سىزگە قاراپ تۇرغان باشقا بىرسىدەك تەسەۋۋۇر قىلىڭ. ھەرقانداق ئىشنى ئويلاشقىمۇ، ئويلىماسلىققىمۇ زورۇقماڭ. ئۆزىڭىزنى ئەركىن قويۇۋېتىڭ. كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇپ، ئۆزىڭىزنىڭ مۇشۇ دۇنيادا مەۋجۇت ئىكەنلىكىڭىزنى ھېس قىلىڭ. ئۆزىڭىزنى «بىر چەتتە قاراپ تۇرغان»، سىزنى ئالدىرىتىپ كېلىۋاتقان مۇھىم ۋەزىپىنى باشقا بىرسىگە ئورۇندىتىۋاتقان ھالەتتە تەسەۋۋۇر قىلىڭ. ئۇلار ھەممىنى رەتلىك ئورۇنلاشتۇرۇپ بولغان ۋاقىتتا، سىز ئۆزىڭىزنى ئەركىن قويۇۋېتىپ، ئۇ يەردە جىممىدە ئولتۇرۇڭ ياكى كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇپ يېتىڭ ... ھەممە ئىش تەبىئىي بولسۇن.

3. ئەگەر سىزدە كۆزىڭىزنى ئېچىشقا ئۈندەۋاتقان ئاجايىپ بىر كۈچلۈك ئىستەك تۇغۇلسا، كۆزىڭىزنى ئېچىۋېرىڭ. سىز «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش»نى باشلىغان ۋاقىتتىن ھېسابلىغاندا 5~20 مىنۇتتىن كېيىن سىزدە مۇشۇنداق كۈچلۈك ئىستەك پەيدا بولىدۇ.

«جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش»تىن سىز تۆۋەندىكىدەك ئۈنۈم كۆرەلەيسىز: زېھنىڭىز تېخىمۇ ئۇرغۇپ تاشىدۇ، ئاكتىپچانلىقىڭىز ئاشىدۇ، ئۆزىڭىزنى روشەن ھالدا كاللىڭىز ساغلام، ھاياتىي كۈچىڭىز ئۇرغۇپ تۇرغاندەك ھېس قىلىسىز، ھارغىنلىقلىرىڭىزمۇ شۇنىڭ بىلەن چىقىپ كېتىدۇ.

ئەگەر سىز مۇشۇ خىل «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش»نى ھەر كۈنى ئېلىپ بېرىپ، ئۈزۈلدۈرمەي بىر ـ ئىككى ھەپتە داۋاملاشتۇرسىڭىز، تېخىمۇ روشەن ئۈنۈمگە ئېرىشىسىز.

لېكىن، بۇ يەردە سىزگە بىر نۇقتىنى ئەسكەرتىپ ئۆتەي: بەزىدە «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش»نى تۈگىتىپ كۆزىڭىزنى ئاچقاندا، باياتىن تولىمۇ راھەتلەنگەنلىكىڭىزنى ھېس قىلىپ، كۆزىڭىزنى يەنە بىردەم يۇمۇپ ياتقۇڭىز كېلىپ قېلىشى مۇمكىن. ھەرگىز ئۇنداق قىلماڭ! ئەگەر سىز بىرىنچى قېتىملىق «جىمجىتـ

ىق ئارقىلىق داۋالاش»نى تۈگىتىپ، ئۇنىڭغا ئۇلاپلا ئىككىنچى
ېتىملىقىنى ئېلىپ بارسىڭىز، ئۇ چاغدا ئىككىنچى قېتىملىق
اۋالىشىڭىز بىرىنچى قېتىملىق داۋالىشىڭىزنىڭ ئۈنۈمىنى زور
ەرىجىدە چۇشۇرۇۋېتىپلا قالماي، يەنە سىزنىڭ كەيپىياتىڭىزنى
اتتىق بۇزۇپ، باشلىرىڭىزغا ئاغرىق كىرگۈزۈۋېتىشى مۇمكىن.
ۇڭا، «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش»نى بىرلا قېتىم ئېلىپ
ېرىش كېرەك، بۇ قائىدە.

ئېسىڭىزدە بولسۇن، «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئۇيقۇ
ىلەن مۇناسىۋەتسىز. ئۇ پەقەت كاللىڭىزدىكى ئاڭنى تىنچلاندۇ-
ۇپ، يوشۇرۇن ئاڭنى قىسقا ۋاقىتلىق ئالدىراشلىقتا سېلىپ قويىد-
ۇ. سىز «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش»نى ھەر كۈنى بىر قېتىم
ېلىپ بېرىپ سىناپ باقسىڭىز بولىدۇ. ئۇنىڭ سىزگە ئېلىپ
ەلگەن پايدىسى سىزگە تۇغدۇرغان قولايسىزلىقىدىن كۆپ ئۈستۈن
ۇرىدۇ.

ئەگەر سىز خىزمەت ئورنىڭىزدىن «جىمجىتلىق ئارقىلىق دا-
الاش» ئېلىپ بارغىلى بولىدىغان بىر يەر تاپسىڭىز، بۇ تولىمۇ
خشى. ئەگەر ئۇنداق يەر تاپالمىسىڭىز، ماشىنىڭىزغا چىقىپ بىر
ەس «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئېلىپ بارسىڭىز بولىدۇ.
ەيلى قەيەردە ئېلىپ بېرىلىڭ، ئىمكان بار ئۆزىڭىز راھەت ھېس
ىلىدىغان يەر بولسۇن.

«جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش»نىڭ يەنە بىر پايدىسىمۇ بار.
ۇ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىدىن تېخىمۇ ئەركىن پايدىلىنىشىڭىزغا
ردەم قىلىدۇ. بۇ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىنىڭ مەسىلىلەرنى
ەل قىلىش ئىقتىدارىنى زور دەرىجىدە يۇقىرى كۆتۈرىدۇ.

يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىنىڭ ئۈچىنچى تەرىپى

ئۆزىڭىزدىكى يوشۇرۇن ئاڭنىڭ ئۇلۇغ كۈچىدىن پايدىلىنىش
ىزدىن ھەرگىزمۇ پۈتۈن زېھنىڭىزنى سەرپ قىلىش، ھەسسىلەپ

تىرىشچانلىق كۆرسىتىشنى تەلەپ قىلمايدۇ، پەقەت كۆندىلىك بايا-
ناتنى توختىماي داۋاملاشتۇرۇشنىلا تەلەپ قىلىدۇ.

سۈرئەتنى ئاشۇرۇشقا پايدىلىق بولغان پەۋقۇلئاددە تەكلىپ
سىزنى ئۆزىڭىز نىشان قىلىپ بەلگىلىگەن يۇقىرى ساپا ياكى پەزد-
لەتكە ئېرىشتۈرگىنىگە ئوخشاش، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىمۇ
سىزنىڭ نىشانلارنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشىڭىز ئۈچۈن مۇھىم تۆھپە
قوشىدۇ. مۇشۇ ئىككىسىنىڭ ياردىمى بولغاندا، سىزنىڭ شەكىل-
سىز نىشانلىرىڭىز مېڭىڭىزدىن مۇستەھكەم ئورۇن ئالىدۇ ھەمدە
تېز ئەمەلگە ئاشىدۇ.

كۈنلەر ئارقا ـ ئارقىدىن ئۆتۈپ، سىز كۆندىلىك بايانات ۋە
پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئۈزۈلدۈرمەي ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈ-
زۈپ بەرسىڭىز، ئۇلۇغۋار نىشان بىلەن بولغان ئارىلىقىڭىز بارغان-
سېرى قىسقىرايدۇ. سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز دەل
مۇشۇلارغا تايىنىپ، سىزنىڭ ھەربىر قارارنى چىقىرىشىڭىزغا ھەم-
دەمدە بولىدۇ، سىز ئۇنىڭغا يوللاپ بەرگەن ھەربىر ئىشنى ئورۇن-
دايدۇ، بۇ ئارقىلىق سىزنىڭ ئالغا بېسىش سۈرئىتىڭىزنى تېزلە-
تىپ، بالدۇرراق مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىزغا كاپالەت-
لىك قىلىدۇ.

سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز سىزنى ھەرىكەت،
كۆز قاراش، ئىستراتېگىيە جەھەتلەردىكى تەكلىپلەر بىلەن تەمىن-
لەيدۇ، بۇ سىزنىڭ كۆندىلىك باياناتىڭىزنى رېئاللىققا ئايلاندۇرۇ-
شىڭىزغا پايدىلىق. ئەگەر سىز دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرى-
يىسىنىڭ ئېنېرگىيە ئۈستىدە خۇلاسىلەپ چىققان تەبىئەت قانۇنىنى
ئىگىلىيەلىسىڭىز ھەمدە ئالغا ئىلگىرىلەش يولىدا بۇ تەبىئەت قانۇن-
لىرىدىن ياخشى پايدىلىنالىسىڭىز، ئۇ چاغدا يېڭى، كۈچلۈك ئى-
جادچانلىققا ئىگە قاراشلار تەبىئىي ھالدا پەيدا بولىدۇ.

بۇ يېڭى كۆز قاراشلارغا ئاكتىپ ئىنكاس قايتۇرۇڭ! ئەگەر
كاللىڭىزدا پەيدا بولغان بەزى كۆز قاراشلارغا ئىلگىرىكى ئۆلچەم

بويىچە باھا بەرسىڭىز، ئۇلارنى «ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن ئەمەس»، «ئۇخلىماي چۈش كۆرگەنلىك» دەپ قارىشىڭىز مۇمكىن. ئىلگىردىكى ۋاقتى ئۆتكەن ئۆلچەملەرنى كاللىڭىزدىن چىقىرىۋېتىپ، كاللىڭىزدا پەيدا بولغان يېڭى قاراشلارغا ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلىڭ. يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز سىز ئۈچۈن يارىتىپ بېرىشى مۇمكىن بولغان ماددىي بايلىقنى سەگەك كاللا ۋە تولۇق ئىشەنچ بىلەن كۈتۈڭ. ئەگەر ئۇنىڭغا ئېتىبارسىز قارىسىڭىز، ئۆزلۈكىدىن قوزغالغان ھەرىكەتلەر توختاپ قالىدۇ. ئەڭ توغرا يول ئۇنى قوبۇل قىلىش، سىناقتىن، ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈپ بېقىش. مۇشۇنداق قىلسىڭىزلا، سىزنىڭ ئېرىشىدىغىنىڭىز مول بولىدۇ!

سەككىزىنچى باب

سىز ھازىر قەيەردە

ئەگەر سىز مەن يۇقىرىدا سۆزلەپ ئۆتكەن مەزمۇنلارنىڭ ھەممىسىنى ئەستايىدىل ئوقۇپ تۈگەتكەن بولسىڭىز، ئۇ چاغدا مەن كۆرسەتكەن ھورۇنلارنىڭ بېيىش يولىنىڭ 25% مۇساپىسىنى بېسىپ بولغان ھېسابلىنىسىز. چۈنكى، مېنىڭ يۇقىرىدا كۆرسىتىپ ئۆتكەنلىرىم دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ئاساسىي قانۇنىيىتى.

سىز بۇ كىتابنىڭ باش تەرىپىدە كۆرسىتىلگەن مۇنۇ مەزمۇنلارنى تېز سۈرئەتتە ئەسلەپ چىقىڭ: «بۇ دۇنيادا ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسە»گە ئېرىشىش ئۈچۈن، سىز R، S، V، P دىن ئىبارەت بۇ تۆت نۇقتىنى چوقۇم ئورۇندىشىڭىز كېرەك، Read—R قا ۋەكىللىك قىلىدۇ، سىز چوقۇم ئوقۇشىڭىز كېرەك، دېگەن مەنىدە؛ Study—S غا ۋەكىللىك قىلىدۇ، تەتقىق قىلىشىڭىز كېرەك، دېگەن مەنىدە؛ V—Visualize غا ۋەكىللىك قىلىدۇ، مەن كۆرسىتىپ ئۆتكەن قەدەم باسقۇچلارنى تەسەۋۋۇر قىلىشىڭىز كېرەك، دېگەن مەنىدە؛ Perform—P غا ۋەكىللىك قىلىدۇ، ھەرىكەتكە ئايلاندۇرۇشىڭىز كېرەك، دېگەن مەنىدە.

ئەگەر ھازىرغىچە سىزنىڭ قىلغان ئىشىڭىز پەقەت ئوقۇشلا بولغان بولسا، ئۇنداقتا سىز بېيىش يولىنىڭ 25% مۇساپىسىنى بېسىپ بولغان بولىسىز، ئەگەر ئوقۇغان مەزمۇنلارنى ئەستايىدىل تەتقىق قىلىش دەرىجىسىگە يەتكەن بولسىڭىز، ئۇ چاغدا بېيىش يولىدا يەنە بىر قەدەم ئىلگىرىلىگەن بولىسىز.

ئەمدى بىز سىز تەسەۋۋۇر قىلىش ۋە ئورۇنداشقا تېگىشلىك ھەممە نەرسىنى تېز سۈرئەتتە ئەسلەپ ئۆتەيلى.

1. كۈندىلىك باياناتنى ياخشى ئورۇنداش. ئاكتىپ بايان قىلىش ئارقىلىق، كۆڭلىڭىزدىكى ئارزۇ ۋە ئېھتىياج (شەكىللىك ۋە شەكىلسىز نەرسىلەر) لارنىڭ تىزىملىكىنى شەكىللەندۈرۈڭ. سىز ھەر كۈنى ئاز دېگەندە ئىككى قېتىم بايانات ئېلان قىلىش جەريانىدا، ئۇلارنى تەسەۋۋۇر قىلىش تەييارلىقىنى پۈتتۈرۈپ بولغان بولىسىز.

2. پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۈچۈن ئەڭ مۇھىم نىشانلارنى تاللاش. سىز شەرتلىك رېفلېكس ھالىتىدە ئۇلاردىن پايدىلىنىۋاتقاندا، ئۇلار ئۈچۈن «كود» تەييارلاپ بولغان بولىسىز. سىز شەرتلىك رېفلېكس ھالىتىدە تۇرغاندا، يوشۇرۇن ئاڭ قاتلىمىڭىزغا تەكلىپ قويسىڭىز بولىدۇ.

3. يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزدىن ئۈچ تەرەپتىن پايدىلىنىشقا تەييارلىق قىلىڭ:

(1) مەسىلە ھەل قىلىش؛
(2) «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئېلىپ بېرىش؛
(3) كۈندىلىك باياناتىڭىزغا كۈچ ئاشۇرۇش.

ئەمدى تەييارلىقىڭىزنى باشلىسىڭىز بولىدۇ.

4. دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن ئەڭ يۇقىرى چەكتە مەنپەئەت ئېلىش ئۈچۈن، ھەربىر كۈنىنى ياخشى ئورۇنلاشتۇرۇش كېرەك. سىزنىڭ بۇ نۇقتىنى ئورۇندىشىڭىزغا ياردىمى بولسۇن ئۈچۈن، مەن بىر جەدۋەل تۈزۈپ چىقتىم، سىز مۇشۇ جەدۋەلدىن پايدىلىنىپ، ئۆزىڭىز ھەر كۈنى ئېلىپ بېرىشقا تېگىشلىك ھەرىكەتلەرنى تەكشۈرۈپ چىقىڭ.

ئۇنىڭدىن بىر ئامال قىلىپ پايدىلىنىڭ. ھەر كۈنلۈك ئورۇنلاشتۇرۇش سىزنىڭ تېز ئارىدا ياخشى ئادەت يېتىلدۈرۈشىڭىزگە ياردەم بېرىدۇ. سىز ھەر كۈنلۈك ئىشلىرىڭىزنى ئورۇنلاشتۇرۇۋالمىغان ئەھۋال ئاستىدا، ئۆزىڭىزنىڭ نىشانلىرىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشقا قارىغۇلارچە ئۇرۇنماڭ.

ھەرىكەتنى باشلاش مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشنىڭ ئەڭ ئاخىرقى بىر مۇھىم ئامىلى. مەن سىزگە كېسىپ شۇنداق ئېيتالايمەنكى، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئۈچۈن ئېلىپ بارغان ئورۇنلاشتۇرۇشلىرىڭىز ھەرقانچە ياخشى بولۇپ كەتكەن تەقدىردىمۇ، ئەگەر ھەرىكەت قوللانمىسىڭىز بەربىر ھەممىسى قۇرۇق گەپ بولۇپ قالىدۇ. ئەستايىدىللىق ۋە ئىزچىل داۋاملاشتۇرۇش بولمىسا، بېيىشتىنمۇ سۆز ئاچقىلى بولمايدۇ.

بۇ ھەر كۈنلۈك ئورۇنلاشتۇرۇشلارنى ھەرىكەتكە ئايلاندۇرۇش شۇنداق ئاسان، كېتىدىغان ۋاقىت ۋە تىرىشچانلىق ئانچە كۆپ بولمىغاچقا، مېنىڭچە ئۇنى: «ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولى» دەپ ئاتىغىنىمغا چوقۇم قوشۇلىسىز. كېيىنكى بەتتىكى جەدۋەلنى تەپسىلىي كۆرۈپ چىقىڭ.

نۇرغۇن كىشىلەر ئۇنى ھەرىكەتكە ئايلاندۇرغاندىن كېيىن، مەندىن دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىگە ئالاقىدار بەزى سوئاللارنى سورىغانىدى. مېنىڭچە، سىزمۇ بۇنىڭدىن مۇستەسنا بولالمايسىز. مۇشۇ تەرەپنى ئويلاپ، مەن كېيىنكى مەزمۇنلاردا بۇ سوئاللارنى كۆرسىتىپ ئۆتتۇم ھەم ئۇلارنىڭ جاۋابلىرىنىمۇ بەردىم. سىز داۋاملىق ئوقۇش جەريانىدا بۇ جاۋابلارنى تاپالايسىز. لېكىن، جەدۋەلدىكى لايىھىنى ئومۇميۈزلۈك يۈرگۈزمەي تۇرۇپ، ئۇ سوئال ۋە جاۋابلارنى ۋاقتىنچە ئوقۇماي تۇرۇڭ.

جىسلا	بىرىنچى ئاي								ئىككىنچى ئاي								ئۈچىنچى ئاي							
	كۈندىلىك بايانات		جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش		پەۋقۇلئاددە تەكلىپ		يوشۇرۇن ئاڭدا مەسىلە ھەل قىلىش		كۈندىلىك بايانات		جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش		پەۋقۇلئاددە تەكلىپ		يوشۇرۇن ئاڭدا مەسىلە ھەل قىلىش		كۈندىلىك بايانات		جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش		پەۋقۇلئاددە تەكلىپ		يوشۇرۇن ئاڭدا مەسىلە ھەل قىلىش	
	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن	ئۇخلاشتىن بۇرۇن	ئۇخلاشتىن كېيىن
1																								
2																								
3																								
4																								
5																								
6																								
7																								
8																								
9																								
10																								
11																								
12																								
13																								
14																								
15																								
16																								
17																								
18																								
19																								
20																								
21																								
22																								
23																								
24																								
25																								
26																								
27																								
28																								
29																								
30																								
31																								

سوئال ۋە جاۋابلار

سوئال: كۆپ ساندىكى كىشىلەر كۈندىلىك باياناتنى قانچە قېتىم ئېلىپ بارىدۇ؟

جاۋاب: ئوتتۇرا ھېسابتا 20 قېتىم. ئەلۋەتتە، قانچە كۆپ ئېلىپ بارسىڭىز شۇنچە ياخشى. ھەر كۈنى ئىككى قېتىم ئېلىپ بېرىشقا چوقۇم كاپالەتلىك قىلىڭ. ئەگەر سىز نىشان تىزىملىكىڭىزگە مۇشۇ ئاساستا مۇئامىلە قىلسىڭىز، قېتىم سانى ئۇنچە مۇھىم بولۇپمۇ كەتمەيدۇ.

سوئال: نېمە ئۈچۈن ھەر كۈنى پائالىيەت ئېلىپ بېرىش تەكىتلىنىدۇ؟ پائالىيەتنى بىر ـ ئىككى كۈن توختىتىپ قويسا، زىيان شۇنچە چوڭ بولۇپ كېتەمدۇ؟

جاۋاب: شۇنداق! ئەگەر سىز دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ تەبىئەت قانۇنىيىتىنى قەرەللىك ھالدا ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈپ تۇرۇشقا تەييارلىنىپ بولالمىغان بولسىڭىز، ئۇنىڭ ئۈنۈمىنى زور دەرىجىدە چۈشۈرۈۋەتكەن بولىسىز. ئۇنى پەقەت ئۈزلۈكسىز داۋاملاشتۇرغاندىلا، ئاندىن ئۈنۈمىنى كۆرگىلى بولىدۇ، يەنە كېلىپ بۇ ئۈنۈم ناھايىتى يۇقىرى بولىدۇ!

سوئال: ئادەمنىڭ يېشى دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشتە توسالغۇمۇ؟

جاۋاب: ئۇنداقمۇ ئەمەس. مەيلى ئون نەچچە ياشلىق ياكى قىرىق نەچچە ياشلىق، ھەتتا ئۇنىڭدىنمۇ ياشانغان ئادەم بولسۇن، پەقەت دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشنى قەتئىي داۋاملاشتۇرسىلا، ئوخشاشلا ئۈنۈمگە ئېرىشىدۇ. ئەمەلىيەتتە، «ياشلىقنى ساقلاش» ھازىر نۇرغۇن ئادەملەرنىڭ مۇھىم نىشانى بولۇپ قالدى.

سوئال: مەن سىز ئوتتۇرىغا قويغان ئۇسۇل توغرۇلۇق دوستلىرىم بىلەن پاراڭلاشقاندا، ئۇلار ئەگەر سەن ئۇنىڭ دېگىنى بويىچە ئىش قىلساڭ، چوقۇم قاتتىق جىددىيلىشىپ كېتىسەن، دېيىشتى. بۇ گەپچە ھەرقانداق ئادەم جىددىيلىشەمدۇ؟

جاۋاب: ئازدۇر - كۆپتۇر جىددىيلىشىدۇ. بەزى تۇيغۇلارنى ھەربىر ئادەم ھېس قىلىپ تۇرىدۇ. خۇشاللىق تۇيغۇسى ئادەمنى تولىمۇ راھەتلەندۈرىدۇ، خاپىلىق تۇيغۇسى ئادەمنى بىئارام قىلىدۇ، بىسىم تۇيغۇسى بولسا ئادەمنى جىددىيلەشتۈرىدۇ. دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى ئادەمنىڭ جىددىيلىكىنى پەسەيتىدۇ. جىددىي كەيپىياتنى پەسەيتىشنىڭ ئاددىي بىر ئۇسۇلى «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئېلىپ بېرىش. پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلانسىڭىزمۇ ئازادىلىككە ئېرىشەلەيسىز، ئېنېرگىيىڭىز ئەسلىگە كېلىدۇ، ئاكتىپچانلىقىڭىز يۇقىرى كۆتۈرۈلىدۇ.

سوئال: مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئەڭ چوڭ دۈشمىنى نېمە؟

جاۋاب: قورقۇنچ! شەرتلىك رېفلېكسنىڭ ئىسكەنجىسىگە بالدۇرلا چۈشۈپ قېلىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان قورقۇنچ بىزدە بىر خىل كەمتۈك ئوبرازنى شەكىللەندۈرۈپ قويىدۇ. قورقۇنچ يەنە بارلىق جىددىي كەيپىياتنىڭ ئەڭ يامان قىسمى، ئۇ ئەندىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ، ئەندىشە بولسا تېخىمۇ كۆپ جىددىي كەيپىياتنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. قەيسەرلىك، ئىشەنچ، ئازادىلىك ۋە ئۈنۈم توغرۇلۇق بايانات ئېلان قىلسىڭىز، ئۇ قورقۇنچنىڭ مۇۋەپپەقىيەتكە بولغان تەھدىتىنى يوقىتىشىڭىزغا ياردەم بېرىدۇ.

سوئال: بەزىلەر خىزمەتتىكى جىددىي كەيپىيات بىلەن ئۆيگە قايتىپ كېلىپ، ئۆيدىمۇ جىددىيلىك ۋە كۆڭۈلسىزلىك پەيدا قىلىدۇ. بۇخىل جىددىي كەيپىياتنى يوقىتىشنىڭ ياخشى ئۇسۇلى بارمۇ؟

جاۋاب: مەيلى قايسى خىلدىكى جىسمانىي ھەرىكەت بولسۇن، بىر - ئىككى مىنۇت ئىشلەپ بەرسىڭىزلا، سېھىرلىك ئۈنۈمگە ئېرىشىسىز، بۇ مەقسەتكە يېتىش ئۈچۈن، ماشىنىڭىزنى قويىدىغان گاراژغا بىرقۇم خالتىسى ئېسىپ قويۇپ، ۋاقتى كەلگەندە بىر - ئىككى مىنۇت مۇشتلاپ بەرسىڭىزمۇ بولىدۇ. ئاندىن بىرنەچچە تال ئۇزۇن مىخنى بولقا بىلەن ياغاچقا ئۇرۇپ كىرگۈزسىڭىزمۇ، بىرەر پارچە ياغاچنى پىچاق بىلەن يونۇسىڭىزمۇ بولىدۇ، ھەتتا جىددىي كەيپىياتنى ھاۋادا مۇشت ئوينىتىش ئارقىلىقمۇ پەسەيتكىلى بولىدۇ.

سوئال: چوڭلارنىڭ يىغلىشى نومۇسلۇق ئىش ئەمەسمۇ؟

جاۋاب: ئۇنداق ئەمەس. بىرەيلەن ماڭا مۇنداق بىر گەپنى قىلىپ بەرگەن: نۇرغۇن روھىي كېسەللىكلەر مۇتەخەسسىسلىرىنىڭ قارىشىچە، قۇرامىغا يەتكەن ئاياللارنىڭ يىغلىشى باشقىلارغا ئانچە غەلىتە بىلىنىپ كەتمەيدىكەن، لېكىن، قۇرامىغا يەتكەن ئەرلەرنىڭ يىغلىشى تولىمۇ غەلىتە بىلىنىدىكەن، مانا بۇ ئەرلەرگە قارىغاندا ئاياللارنىڭ ئۆمرىنىڭ ئۇزۇن بولۇشىدىكى سەۋەبلەرنىڭ بىرى. ئادەم يىغلىغاندا كۆزىدىن ياش چىقىدۇ، ياش بولسا بىر خىل مۇكەممەل تەبىئىي چىقىرىۋېتىش ھېسابلىنىدۇ. كىشىلەر يىغلاش ئارقىلىق ئىچىدىكى قايغۇ - ھەسرەتلىرىنى چىقىرىۋېتەلەيدۇ. بىرەيلەن ئىلگىرى شۇنداق دېگەن (مەنمۇ بۇنىڭغا ئىشىنىمەن)، ئىچىدىكى قايغۇ - ھەسرەتلىرىنى يىغلاش ئۇسۇلى بىلەن ئىپادىلىيەلمىگەن ئادەم يۈرىكىدىكى خۇشاللىق ۋە ھاياجانلىرىنىمۇ تەبىئىي ئىپادىلىيەلمەيدۇ.

كىچىك باللاردەك قىيقاس قىلىپ يىغلاش ئەلۋەتتە مۇۋاپىق ئەمەس. لېكىن، ئىچكى ھېسسىياتنى بەدەن ئارقىلىق ئىپادىلىيەلمەسلىكنىڭ ئۆزى ئەمەلىيەتتە بىر خىل توسالغۇ.

سوئال: بىر ئادەم يەنە بىر ئادەمدىن بىزار ئىكەنلىكىنى ئېيت-
قاندا، بۇ شۇ ئادەمنىڭ ۋۇجۇدىدا ھەقىقەتەن بىئارامىلىق پەيدا بول-
غانلىقىنى كۆرسىتەمدۇ؟

جاۋاب: ھەقىقەتەن شۇنداق بولىدۇ. بىز بەدەنىنىڭ ھەرقايسى
قىسىملىرىغا باغلىنىدىغان ئىبارىلەرنى دائىم ئاڭلاپ تۇرىمىز، بۇ
بىزنىڭ كەيپىياتىمىزنىڭ بەدەنگە چوڭ تەسىر كۆرسىتىدىغانلىقىنى
بىلدۈرىدۇ. «ئۇ كۆڭلۈمنى ئىلەشتۈرۈۋەتتى»، «قەرزنى قايتۇرۇ-
ۋېتىپ، كۆڭلۈم خېلىلا يورۇپ قالدى»، «ئىچىم سىقىلىپ كېتى-
ۋاتىدۇ»، «بۇ ئىش مېڭەمنى بەك ئىلەشتۈرۈۋەتتى»، «ئۇ بېشىمى-
نى بەك ئاغرىتىپ كېتىۋاتىدۇ» دېگەندەك بەدەنىنىڭ ھەرقايسى قى-
سىملىرىغا باغلىنىدىغان ئىبارىلەر بىزنىڭ خىلمۇخىل كەيپىياتى-
مىزنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدىغان بەدەنىنىڭ ئىپادىسىنى سۈرەتلەپ
بېرىدۇ. ئۆزىڭىزنى پاسسىپ كەيپىياتنىڭ ئىلكىگە تاشلاپ بەرمەڭ،
دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن پايدىلىنىپ، بۇزغۇنچى-
لىق رولىغا ئىگە جىددىي كەيپىياتتىن ئۆزىڭىزنى ئۇزۇل - كېسىل
قۇتۇلدۇرۇڭ.

سوئال: دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن پايدىلى-
نىپ، باشقىلارنىڭ قوللىشىغا قانداق ئېرىشكىلى بولىدۇ؟

جاۋاب: ئەگەر سىز «ھەرقانداق ۋاقىتتا، ھەرقانداق ئەھۋال
ئاستىدا، باشقىلارغا ئەڭ گۈزەل تىلەكلەرنى تىلەيمەن» دېگەن كۆ-
دىلىك باياناتنى ئەستايىدىل ئېلىپ بارسىڭىز، ئۇ چاغدا باشقىلار-
نىڭ قوللىشىغا تەبىئىي ھالدا ئېرىشىسىز. سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت
قازىنىشىڭىز باشقىلارنىڭ ياردىمى ۋە ماسلىشىشىغا موھتاج، باشقى-
لارغا تىلىگەن گۈزەل تىلەكلىرىڭىز تەبىئىي ھالدا ئۇلارغا يېتىدۇ،
ئۇلار بۇنى ھېس قىلغانىدىن كېيىن چوقۇم جاۋاب قايتۇرىدۇ. بەزىدە
سىزنىڭ قىلغانلىرىڭىزغا پىسەنت قىلمايدىغان ئادەملەرگە ئۇچراپ
قېلىشىڭىز مۇمكىن، بۇنىڭلىق بىلەن ئىشنى يېرىم يولدا توختى-

تىپ قويماڭ. داۋاملىق تىرىشىسىڭىزلا، قارشى تەرەپنىڭ قوللىشى-
نى ئاخىر قولغا كەلتۈرەلەيسىز! شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن:
باشقىلارغا ياردەم قىلىش ئىلگىرى قىلغان خاتا ئىشلىرىڭىز تۈپەيلى-
دىن يۈرىكىڭىزدە پەيدا بولغان ئازابلاردىن قۇتۇلۇشىڭىزغا پايدى-
لىق. ئىچكى ئازاب مۇۋەپپەقىيەتكە يېتىش يولىدىكى بىر توسالغۇ.
يەمەسىز تەقدىم قىلىش سىزنى ئازابلاردىن خالاس قىلىدۇ، نۇرغۇن
چەھەتلەردىن مەنپەئەتكە ئېرىشتۈرىدۇ.

سوئال: مەن كۈندىلىك باياناتنى ئەمدىلا باشلاپ تۇرۇشۇمغا،
ئەسلىدىكى نىشانلىرىم مەن ھەقىقىي ئېرىشىشنى ئارزۇ قىلغان
نەرسىلەر ئەمەسلىكىنى ھېس قىلىپ قالدىم، مەن خاتالىشىۋاتى-
مەنمۇ؟

جاۋاب: خاتالىشىۋاتقىنىڭىز يوق. ئۈزلۈكسىز ئالغا بېسىشى-
ڭىزغا ئەگىشىپ، سىز نىشانلىرىڭىزدىمۇ ئۆزگىرىش بولۇۋاتقانلى-
قىنى بايقايسىز. بۇنداق ۋاقىتتا، نىشانلىرىڭىزغا ئۆزگەرتىش كىر-
گۈزۈپ، يېڭى ئارزۇلىرىڭىز بىلەن بىر يەرگە ئەكېلىڭ، ئاندىن
يېڭى نىشانلىرىڭىزنى بىر - بىرلەپ رەتلەپ چىقىپ، كۈندىلىك
باياناتنى داۋاملاشتۇرۇڭ.

سوئال: مەن ئۆزۈم تىكلىگەن نىشاننى ئېرىمگە ئېيتىپ قويۇ-
شۇم كېرەكمۇ؟ ئائىلەمنىڭ تېخىمۇ بەختلىك ۋە ئىناقلىقى ئۈچۈن،
مەن خاراكتېر ۋە پەزىلەتمنى ياخشىلاشقا تىرىشىۋاتىمەن. بۇ ئىش-
لارنى ئېرىمگە ئېيتىشىم كېرەكمۇ؟

جاۋاب: ئېيتمىغىنىڭىز ياخشى. ئىشەكىلىسىز نىشانلار بىر مەخ-
پىيەتلىك سۈپىتىدە يۈرىكىڭىزنىڭ چوڭقۇر قاتلىمىدا ساقلانسۇن.
يېڭى خاراكتېر ۋە پەزىلىتىڭىز سىزنىڭ ئىش - ھەرىكەتلىرىڭىزدە
ئىپادىلىنىدۇ، ھەربىر ئادەم ئۇنى ھېس قىلالايدۇ. ئەگەر سىز ھېچ
ئىشتىن ھېچ ئىش يوق نىشانلىرىڭىز توغرۇلۇق داۋراڭ سېلىپ

يۈرسىڭىز، ئۇلارنى ئىلگىرىكىدەك پۈتۈن ۋۇجۇدىڭىز بىلەن يېتىلدۈرەلمەيسىز. تېخى بولسا مېنىڭچە، سىز يېڭى ئۆزگىرىش ئۈستىدە ئىزدىنىۋاتقان چاغلىرىڭىزدا ئەسلىدىكى ھالىتىڭىزنى ساقلاپ بېرىڭ.

ئېسىڭىزدە بولسۇن، مەن سىزگە ئەسكەرتىپ قويغان، ئۆزىڭىز تىكلىگەن نىشانلار ۋە بۇ يولدا كۆرسىتىۋاتقان تىرىشچانلىقلىرىڭىز توغرۇلۇق باشقىلارغا ھەرگىز سۆزلەپ يۈرمەڭ. بۇنىڭدىكى سەۋەب، ئەگەر سىز كۆزلىگەن ئۆزگىرىش ياكى نەتىجىنى باشقىلارغا ئېيتىپ قويسىڭىز، ئۇ چاغدا ئۆزىڭىزدىكى قىممەتلىك ئېنېرگىيىنى خورىتىۋالىسىز. يەنە بىرى، ئەگەر ئۇنى باشقىلارغا سۆزلەپ بەرسىڭىز، بەزىدە باشقىلارغا تەسىرلىك «ۋەقە»لەرنى سۆزلەپ بېرىش بىلەن ئالدىراش بولۇپ كېتىپ، پۈتۈن كۈچىڭىز بىلەن ئۇلارنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشقا تەسىر يەتكۈزۈپ قويۇشىڭىز مۇمكىن.

كۆڭلىڭىزدىكى پىلانلىرىڭىزنى مەخپىي ساقلاڭ، پىلانلىرىڭىزنى يۈرگۈزۈپ تۇرۇڭ، تەپەككۇر ۋە ئېنېرگىيىڭىزنى زايە قىلماڭ!

ئىككىنچى قىسىم

توققۇزىنچى باب

پاسسىپ ئامىللارنى يوقىتىڭ

بىرىنچى قىسىمدا كۆرسىتىلگەن ماتېرىياللاردىن پايدىلىنىسىز، تۇرمۇشقا كېرەكلىك بولغان نۇرغۇن ئۇچۇرلارغا ئېرىشەلەيسىز. ئالغا ئىلگىرىلەش يولىڭىزدا توغرا تۇرۇۋالغان بىردىنبىر توسالغۇ ئۆزىڭىز، يەنى ئىلگىرىكى ئۆزىڭىز، ۋاقتى ئۆتكەن بەزى ئادەتلەر، بەزى كونا قاراشلاردۇر.

كىشىلەرنىڭ بۇ پاسسىپ ئامىللارنىڭ ئاسارىتىدىن قۇتۇلمىقى نېمىشقا بۇنچە تەسكە توختايدۇ؟ بۇنىڭدىكى ئەڭ مۇھىم سەۋەبلەردىن بىرى، سىز ئۇلارنىڭ تەسىرى ئىچىدە ياشاشقا بەكلا ئادەتلىنىپ كەتكەن. ئۇلارنىڭ سىزگە سايىدەك ئەگىشىپ يۈرگىنىگە ئۇزۇن ۋاقىتلار بولغان، ۋاقىتنىڭ ئۆزىرىشىغا ئەگىشىپ، سىز ئۇلارغا ناھايىتى ئادەتلىنىپ كەتكەن، ئۇلارنى تولۇق قوبۇل قىلغان.

سىز ھازىر ئىدىيىڭىزنى ئۆزگەرتتىڭىز ياكى سىزنىڭ ئىدىيىڭىزنى باشقىلار ئۆزگەرتكەن ئېھتىماللىق تېخىمۇ چوڭ. ئۇلار سىزنىڭ ئاتا ـ ئانىڭىز، دوستلىرىڭىز، مۇئەللىمىڭىز ياكى خوجايىنىڭىز بولۇشى مۇمكىن. ئۇلارنىڭ ئەسلىي مەقسەت ۋە مۇددىئاسى ياخشى، ئۇلار سىزنى «خۇشاللىق»قا ئېرىشتۈرۈشنى ئويلايدۇ، سىزنى ئۆزلىرىگە ئوخشاش تۇرمۇشتىكى نۇرغۇن ئىشلاردىن رازىمەنلىك ھېس قىلسا دەيدۇ. مانا بۇ ئۇلارنىڭ خۇشاللىققا بولغان چۈشەنچىسى.

شۇنىڭ بىلەن، سىز ئۇلارنى خاپا قىلىشنى خالىمىدىڭىز،

ئۇلارنىڭ «خۇشاللىق» قا بولغان چۈشەنچىسىنى قوبۇل قىلدىڭىز.

لېكىن، مەن يۇقىرىدا ئېيتىپ ئۆتۈلگەن ئادەملەرنىڭ ھېچقايسىسىغا ئوخشىمايمەن. مەن سىزنىڭ خۇشاللىقىڭىزنى خالىمايمەن ياكى ئېنىقراق قىلىپ ئېيتسام، مەن كۆرۈشنى خالايدىغان ناخۇشلۇق يېڭى مەنىگە ئىگە ناخۇشلۇق. مەن سىزنىڭ ئادەت بولۇپ قالغان ئاشۇ نەرسىلەرنى بىر خىلدىلا قوبۇل قىلىۋېرىشىڭىزنى خالىمايمەن. سىز تۇرمۇشنىڭ ئەسلىي قىياپىتىنى ئۆزىڭىز ئاچسىڭىز، تۇرمۇشنىڭ رەڭدارلىقىنى ھېس قىلسىڭىز، مانا مۇشۇ مېنىڭ كۆرۈشنى ئەڭ ئارزۇ قىلىدىغىنىم.

ئۇنداق بولسا، سىز زادى قانداق قىلىشىڭىز كېرەك؟ دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىگە ھازىرلا تۇرمۇشىڭىزنى باشقۇرۇشنى ئۆتكۈزۈپ بېرىڭ! ئىككىلەنمەڭ، ھازىرلا شۇنداق قىلىڭ. «كېيىنچە» شۇنداق قىلارمەن، دېسىڭىز، قارار چىقىرىدىغان ۋاقىتنى كېچىكتۈرگەن بولىسىز. چۈنكى، «كېيىنچە» دېگەن سۆز ھازىر ئەمەس، كەلگۈسىدىكى مەلۇم ۋاقىتنى كۆرسىتىدۇ. ھازىر بۇ نەزەرىيىنى ئەمەلىيەتكە باغلاشنىڭ ئەڭ ياخشى پۇرسىتى. چۈنكى، بۈگۈنكى كۈن سىزنىڭ قالغان ھاياتىڭىزنىڭ باشلىنىش كۈنى.

ئارقىغا قاراش، ئۆتۈپ كەتكەن كۈنلەر ئۈچۈن ئەپسۇسلىنىش، ئىلگىرىكى خاتالىقلارنى تەگەپ ئولتۇرۇش، قولدىن كېتىپ قالغان پۇرسەت ئۈچۈن ھۆكرەپ يىغلاش، مانا بۇلارنىڭ ھەممىسى ئورۇنسىز ئىشلار.

ئېلېئانور روزۋېلت (ئامېرىكىنىڭ سابىق زۇڭتۇڭى فرانكلىن روزۋېلتنىڭ رەپىقىسى) تىن باشقىلار: سىزدىكى شۇنچىۋالا كۆپ قول تۇتىدىغان ئىشلارنى بىر تەرەپ قىلىدىغان زېھنىي كۈچ قەيەردىن كەلگەن دەپ سورىغاندا، ئۇ سالماقلىق بىلەن: «مەن ئەزەلدىن ۋاقىتنى ئەسلىمىلەرگە زايە قىلمايمەن» دەپ جاۋاب بەرگەن.

بىز بىرلىكتە بۇنداق بىر ئىشنى پەرەز قىلىپ باقايلى: سىز

خىزمەتكە بېرىشتا ماڭغىلى بولىدىغان ئوخشىمىغان ئىككى يول بار، ئىككىسىنىڭ ئۇزۇنلۇقى ئوخشاش، قايسى يول بىلەن ماڭسىڭىز كېتىدىغان ۋاقىتمۇ ئوخشاش. لېكىن، بىر يولنىڭ يېنىدا قاتناش ئەھۋالى ناھايىتى ياخشى بولغان يۇقىرى سۈرئەتلىك يول بار؛ يەنە بىر يولدىن بولسا ۋەيرانچىلىق، قاتناش قىستاڭچىلىقى، ئۇ يەر ـ بۇ يېرىگە قاتناش چەكلەنگەنلىك توغرۇلۇق ئېلان تاختىلىرى تىكلەنگەن، يول بويىدىكى ئەخلەت دۆۋىلىرىدىن دىماغنى ئېچىشتۇرىدىغان سېسىق پۇراق كېلىپ تۇرىدۇ. مۇشۇنداق ئىككى يولغا دۇچ كەلگەندە، سىز قايسىسىنى تاللايسىز؟

ئەلۋەتتە، بىرىنچى يولنى تاللايسىز! ئۇنداقتا رېئال تۇرمۇشتا نۇرغۇن كىشىلەر نېمە ئۈچۈن ئىككىنچى يولنى تاللىۋالىدۇ؟ (بىز ئاشۇ ئەخلەت دۆۋىلىرىنىڭ يېنىدىن ئۆتكەندە، نەپسىمىزنى ئىچىمىزگە يۇتىمىز، بۇرنىمىزنى توسىۋالىمىز، تۇنۇگۈن ئەخلەت دۆۋىسىدىن تارقالغان سېسىق پۇراق بۈگۈنكى تۇرمۇشىمىزغا سىڭىپ كىرىۋېلىشىدىن ئەنسىرەيمىز.)

چۈنكى، بىز تېخىمۇ ياخشى يەنە بىر يول بىلەنمۇ كۆزلىگەن يېرىمىزگە بارالايدىغانلىقىمىزنى بىلمەيمىز. كۆپ ھاللاردا، يەنە بىر يولدا ماڭغاندا كېتىدىغان ۋاقىت تېخىمۇ ئاز بولىدۇ، ماشىنىنى تېخىمۇ تېز ھەيدىگىلى بولىدۇ! يەنە كېلىپ سىز بارىدىغان نىشانىمۇ تاللىيالايسىز — ئۇ ئۆزىڭىز قوبۇل قىلىشقا تېگىشلىك نىشان ئەمەس.

ئۆزىڭىزگە «بولمايدۇ» دېگەن گەپنى قىلماڭ. چۈنكى، سىزنىڭ ئىچىڭىزدىكىسى ھەقىقىي «خالىماسلىق». يەنە كېلىپ، ئىشلارمۇ سىز دېگەندەك ئەمەس — ئەمەلىيەتتە ھەممە نەرسىنى ئۆز ئوبرازىڭىزدىكى كەمتۈكلۈك كەلتۈرۈپ چىقارغان. ئۆزىڭىزدىكى «ئۆز» گە دىققەت قىلىڭ!

«ئۆز» نىڭ قانداق رول ئوينايدىغانلىقىنى تۆۋەندە سىزگە يەنە بىر قېتىم ئېيتىپ بېرەي:

بىرنەچچە يىل ئىلگىرى، مەن فورد شىركىتىگە قاراشلىق بىر سېتىش ئورنىدا ئېلان خىزمىتى بىلەن شۇغۇللىنىپ قالدىم. بىر كۈنى دىرېكتور ماركېتىڭ خادىملىرىنىڭ مائاش جەدۋىلىنى تولدۇرۇۋېتىپ، بىر ئىشنى تىلغا ئېلىپ قالدى. مەن دەسلەپتە بۇنى مۇمكىن ئەمەس، دەپ قارىدىم. ئۇ ھەربىر ماركېتىڭ خادىمىنىڭ ھەر ئايلىق مائاشىنىڭ ئالدىنقى ئايدىكىگە ئاساسەن ئوخشاپ كېتىدىغانلىقىغا دىققەت قىلغان. ئۇ بۇنى بىر قۇر ھېسابلاپ چىقىپ، بەزى ئايلارنىڭ مائاشىدا تۇراقسىزلىق مەۋجۇت بولسىمۇ، لېكىن بىرنەچچە پىرسەنت پوئىنتنىڭ ئۆزگىرىش نىسبىتى ئىچىدە، ئۇلارنىڭ يىللىق مائاشىنىڭ ئالدىنقى يىلىدىكىگە ئاساسەن ئوخشىشىپ كېتىدىغانلىقىنى كۆرسىتىپ بەردى.

مەن تېخىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىپ، ئادەمنى ھەيران قالدۇرىدىغان يەنە بىر «تاسادىپىي توغرا كېلىپ قېلىش»نىڭ مەۋجۇتلۇقىنى بايقىدىم. فورد سېتىش ئورنى ھەر ئايدىكى سېتىش ئەھۋالىنى ئۈچ باسقۇچقا بۆلۈپ ھېسابلايدۇ، ھەر باسقۇچ ئون كۈن ھېسابلىنىدۇ. يېرىمغا يېقىن ماركېتىڭ خادىملىرى ھەر كۈنى جان تىكىپ ئىشلەپ، ئەڭ ئاخىرىدا دەل ئۆزلىرى ئالدىن مۆلچەرلىگەن ھەققە ئېرىشىدۇ. قالغان تۆتتىن بىر قىسىم ماركېتىڭ خادىملىرى بىر ئاينىڭ ئالدىنقى ئون كۈنى، يەنى بىرىنچى باسقۇچتىلا ئالدىن كۆزلىگەن بىر ئاينىڭ سېتىش ۋەزىپىسىنى ئورۇنداپ بولىدۇ. ئاندىن كۈن بويى قىلىدىغان ئىشى يوق، خۇددى ئالدىراش ئىشلەۋاتقاندەك قىياپەتتە يۈرىدۇ، لېكىن كېيىنكى 20 كۈندىكى سېتىلىش مىقدارىدا قىلچە ئېشىش بولمايدۇ. ئەگەر ئۇلاردىن بۇ 20 كۈندە نېمە ئىش قىلغانلىقىنى سورىسىڭىز، ئۇلار بۇ كۈنلەردە پەقەت تەلىيىمىز كەلمىدى ياكى بۇ تىجارەتتە باشقىلار ئالدىمىزغا ئۆتۈۋاپتۇ، دەپ جاۋاب بېرىدۇ. قالغان تۆتتىن بىرقىسىم ماركېتىڭ خادىملىرى شۇ ئاي ئاخىرلىشىشقا ئون كۈن قالغاندىمۇ ھېچقانداق سېتىش نەتىجىسىنى ئاساسەن قولغا كەلتۈرەلمەي-

دۇ. لېكىن، ئاخىرقى ئون كۈندە بۇ ئادەملەرنىڭ تىجارىتى تۇيۇقسىزلا ناھايىتى يۈرۈشۈپ كېتىدۇ.

ئەگەر سېتىش قۇرۇلمىسى ئۈستىدە ۋاقتىنچە ئويلانماي تۇرساق، تەكشۈرۈشتىن ئېرىشكەن پاكىت — ھەربىر ماركېتىڭ خادىمى بەلگىلەنگەن نىشاننى ئورۇندىغان. لېكىن، ئۇلار نىشاننى خالاپ ئورۇندىغان ياكى ئۆز رازىلىقى بىلەن ئورۇندىغانمۇ ئەمەس (ئەمەلىيەتتە، ئۇنداق ئەھۋالنىڭ يۈز بېرىشى مۇمكىن ئەمەس)، ئۇ نىشاننى چوقۇم ئورۇنداشنى دىرېكتور بېكىتىپ بەرگەن. ھەربىر ئادەم نىشاننى ئورۇنداپ بولغاندىن كېيىن، ئۆزى ھەقىقىي ئېرىشىشنى خالىغان نەرسىگە ئېرىشىدۇ، بىرسىمۇ بۇنىڭ سىرتىدا قالمايدۇ.

تۆۋەندە يەنە بىر مىسال كۆرسىتىپ ئۆتەي.

مەن قىلغان يەنە بىر ئېلان تىجارىتى بىر ئۆي - زېمىن شىركىتى بىلەن مۇناسىۋەتلىك. ئۇ شىركەت كېڭەيتىش باسقۇچىدا تۇرۇۋاتقاچقا، بىر تۈركۈم ئالدىنقى قاتاردىكى ماركېتىڭ خادىملىرىنى قوبۇل قىلىشقا جىددىي ئېھتىياجلىق ئىدى. شۇنىڭ بىلەن، شىركەت خىزمەتچى قوبۇل قىلىش ئېلان چىقاردى. ئېلاننى سەممىيلىك بىلەن شۇنداق يازغانىدى: بۇ شىركەتكە كىرىشنى خالايدىغان مۇنەۋۋەر تالانت ئىگىلىرى يىلىغا 50 مىڭ دوللار مائاشقا ئېرىشىدۇ. لېكىن، بۇ خىزمەتچى قوبۇل قىلىش ئېلانى مەغلۇبىيەت بىلەن ئاخىرلاشتى. كېيىن شىركەت ئېلاندىكى بىر سۆزگە تۈزىتىش كىرگۈزدى. شۇنىڭدىن كېيىن، ئېلان چاپلىنىپ ئۇزۇن ئۆتمەيلا، شىركەت بۇ ئورۇنغا كىرىشنى تەلەپ قىلىپ ئەۋەتكەن سانسىزلىغان خەت تاپشۇرۇۋالدى، شىركەتكە كەڭتاشا تاللىۋېلىش ئىمكانىيىتىمۇ تۇغۇلدى.

ئۇلار ئۆزگەرتكەن ئۇ سۆز، تېخىمۇ ئېنىقراق قىلىپ ئېيتساق، ئۇ رەقەم — «50» مىڭ دوللار دېگەن رەقەم ئىدى، ئۇلار ئۇنى «20» مىڭ دوللار قىلىپ ئۆزگەرتتى.

ئەمدى «ئۆز» دېگەن سۆز سىزگە نىسبەتەن ئانچە ناتونۇش

تۆيۈلمايۋاتقاندۇ. خىزمەتچى قوبۇل قىلىش ئېلانىنىڭ بىرىنچىسى نېمە ئۈچۈن مەغلۇپ بولغانلىقىنى، ئىككىنچىسىنىڭ نېمەئۈچۈن مۇۋەپپەقىيەت قازانغانلىقىنى سىزمۇ چۈشىنىپ يېتەلەيسىز: بىر يىلدا 50 مىڭ دوللار تاپقىلى بولىدىغان خىزمەتنىڭ قانداق خىزمەت ئىكەنلىكىنى نۇرغۇن ئادەم تەسەۋۋۇر قىلالمايدۇ ياكى ئەڭ مۇھىمى، ئۆزلىرىنىڭ شۇنچىلىك كۆپ پۇلغا «يارايدىغان» لىقىغا ئىشەنمەيدۇ. شۇڭا، ئۇلار ئۆزلىرى ئۈچۈن «مۇمكىن بولمىغان» خىزمەتچى قوبۇل قىلىش ئېلانىغا جاۋاب قايتۇرۇپ، ئۆزىنى ئاۋارە قىلمايدۇ ياكى ئۇ توغرۇلۇق تەپسىلىي ئويلانمايدۇ.

نۇرغۇن چىرايلىق قىزلارمۇ مۇشۇنىڭغا ئوخشاش سەۋەبتىن ئۆيدە ئولتۇرۇپ قالىدۇ. چۈنكى، نۇرغۇن يىگىتلەر ئۇلارغا «مەڭگۈ ئېرىشەلمەيمىز» دەپ قارايدۇ.

ئەيدى مەن ھېلىقى ئۆي - زېمىن شىركىتىدە يۈز بەرگەن ھەقىقىي ۋەقەنىڭ ئاخىرىنى چىقىرىۋېتەي! يىللىق مائاشى 50 مىڭ دوللارلىق خىزمەتكە ئېرىشىشنى نۇرغۇن ئادەم تەسەۋۋۇر قىلالمايدۇ. ئەمەلىيەتتە بۇنىڭ سەۋەبى ناھايىتى ئاددىي، ئۇ ئۆي - زېمىن شىركىتىنىڭ بىر تەربىيىلەش تۈرى بار، ئۇ يېڭى ئىشچى - خىزمەتچىلىرىنىڭ «ئۆز» قىممىتىنى يۇقىرى كۆتۈرۈشنى مەقسەت قىلىدۇ.

مەن يۇقىرىدا ئۇ شىركەتنىڭ مۇنەۋۋەر تالانت ئىگىلىرىنى قوبۇل قىلماقچى ئىكەنلىكىنى ئېيتىپ ئۆتتۈم. ئۇلارنىڭ تالانت ئىگىلىرىنى تاللاش ئۆلچىمى ھەقىقەتەن ناھايىتى قاتتىق، لېكىن ئۇ ئۆلچەملەر ھەرگىزمۇ ياشقا، تەربىيىلىنىش دەرىجىسى ياكى خىزمەت تەجرىبىسى دېگەنلەرگە قارىتىلغان ئەمەس. ئۇلار خىزمەتچى قوبۇل قىلغاندا، بىر نۇقتىنى ئالاھىدە تەكىتلەيدۇ، يەنى شىركەتنىڭ ئىشچى - خىزمەتچىلىرى ئۆزىنى ئۆزگەرتەلەيدىغان بولۇشى، كەلگۈسىدە تېخىمۇ گۈزەل بولىدىغان «ئېھتىماللىق»نى قوبۇل قىلالايدىغان بولۇشى كېرەك.

سىز بىر نىشاننى تاللىغان ھامان، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزنىڭ ئاساسلىق قورالىڭىز بولۇپ قالىدۇ، ئۇ سىزنى نىشانىڭىزغا تېز ھەم قىيىنماي يەتكۈزۈپ قويىدۇ. ئۇنىڭدىن پايدىلىنىش تەس ئەمەس، سىز قەتئىي داۋاملاشتۇرۇپ بەرسىڭىز، «ئۆز»لۈك سەۋەبىدىن ئۇنىڭ رولىغا تەسىر يەتكۈزۈپ قويمىسىڭىزلا بولغىنى.

سىزنىڭ ماشىنىنىڭ ئىچىدىن ياندىغان پرىنسىپلىرىنى چۈشىنىۋېلىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق. لېكىن، سىز ھەقىقەتەن ماشىنا ئاچقۇچىغا ئېرىشىشكە موھتاج. مەن سىزگە ماشىنا ئاچقۇچىنى بەردىم، ئۇ بولسىمۇ دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى. ئىككىلەنمەڭ، دەرھال ئۇنى ئىشلىتىڭ!

ئونىنچى باب

ئاكتىپ ئامىلنى تەكىتلەش

مەن پۇل توغرۇلۇق جىق سۆزلەپ كەتتىم. چۈنكى، پۇل مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ياكى قازىنالماسلىقنى ئۆلچەيدىغان بىر خىل ئاددىي ئۇسۇل. خۇددى پېل بېرىل ئېيتقاندەك: «مەن بايلىقنىمۇ، نامراتلىقنىمۇ بېشىمدىن ئۆتكۈزۈپ باقتىم، يەنىلا بايلىق ياخشىراق ئىكەن.»

پۇل ھەممىگە قادىر ئەمەس، ئۇ ھەممە مەسىلىنى ھەل قىلالمايدۇ. مەن ئېغىر ئازاب ئىچىدە ئۆتۈۋاتقان بەزى ئادەملەرنى تونۇيمەن. ئۇلارنىڭ ھەممىسى مىلىيونېرلار. ئۇلارنىڭ ئازابقا قېلىشىدىكى سەۋەب، ئۇلار بىر تەرەپلىمىلىك ھالدا، پۇل خۇشاللىق ئېلىپ كېلەلەيدۇ، دەپ قاراپ، شۇنىڭ بىلەن باشقا ئامىللارغا سەل قارىغان. لېكىن، بىز ئۇلارنىڭ ئازابلىرىنى ئاددىيلا قىلىپ بايلىققا ئارتىپ قويالمايمىز. ئەگەر ئۇلار بايلىقىدىنمۇ ئايرىلىپ قالسا، بۇ دۇنيادا قاق سەنەم بولۇپ قالىدۇ، تېخىمۇ ئېغىر ئازابقا پاتىدۇ.

مانا بۇ دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنى قوبۇل قىلسا، تۇرمۇشنى ئۇزۇل - كېسىل ئۆزگەرتكىلى بولىدىغانلىقىدىكى مۇھىم سەۋەب، ئۇ سىزنى ئۆزىڭىز خالىغاندەك ئادەم ھەم شۇنداق ئىقتىدارغا ئىگە ئادەم قىلىپ يېتىلدۈرۈپ چىقىدۇ.

سىز ھەممە ئادەم ياقتۇرىدىغان، مېھرىبان، كەڭ قورساق ئادەم بولالايسىز (ئەمەلىيەتتە، سىز نۇرغۇن ئارتۇقچىلىقلارنى ئۆزىڭىزگە مۇجەسسەم قىلغان ياخشى ئادەم بولۇپ چىقالايسىز)؛ سىز باشقىلارنىڭ كۆڭلىنى ئۇتالايدىغان، لېكىن تەلەپچان ئاتا بولالاي-

سىز؛ سىز باشقىلارغا سىرداش دوست بولالايسىز؛ سىز ئىشەنچلىك، خىزمەتتە تىرىشچان، سادىق يالالنما خادىم بولالايسىز (ئەگەر يۇقىرىقى بىرنەچچە تەرەپ قولىڭىزدىن كەلمىسە، بۇ ئىشتىن ۋاقتىدا قول ئۈزۈپ، ئۆزىڭىزگە ماس كېلىدىغان باشقا خىزمەت تېپىۋېلىڭ. شۇنداق قىلسىڭىز، خوجايىنىڭىزغا ۋە ئۆزىڭىزگە، بولۇپمۇ ئۆزىڭىزگە پايدىلىق)؛ سىز يەنە باشقىلار بىلەن چىقىشىپ ئۆتەلەيدىغان ياخشى قوشنا بولالايسىز.

سىز ئۆزىڭىز خالىغان ھەرقانداق بىر ئادەم بولالايسىز.

شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، سىزنىڭ ئۆزگىرىشىڭىزگە ئەگىشىپ، ئەتراپىڭىزدىكى كىشىلەرمۇ ئۆزگىرىپ بارىدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئەگەر سىز باشقىلارغا مېھىر - مۇھەببەتنى قانداق ئاتا قىلىشنى ئۆگەتمەكچى بولسىڭىز، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىز ئۇلارغا مېھىر - مۇھەببەت نۇرلىرىنى چېچىشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلاردا ئىشەنچ تۇرغۇزماقچى بولسىڭىز، ئالدى بىلەن ئۇلارغا ئىلھام بېرىشىڭىز كېرەك؛ سىز ئۇلاردا سەمىمىيەتنى يېتىلدۈرمەكچى بولسىڭىز، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىز ئۇلارغا راست گەپ قىلىشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلارغا كەڭ قورساقلىق ۋە شەخسىيەتسىزلىكنى ئۆگەتمەكچى بولسىڭىز، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىزدە بار نەرسىنى ئۇلار بىلەن تەڭ كۆرۈشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلارنى سەۋرچان بولۇشقا ئۈندىمەكچى بولسىڭىز، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىز دەرىيادەك كەڭ قورساق بولۇشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلارنى خۇشال، بەختلىك بولسۇن دېسىڭىز، ئالدى بىلەن ئۇلارغا بەخت توغرۇلۇق چۈشەنچىنى يەتكۈزۈشىڭىز كېرەك.

سىز باشقىلارنىڭ ئىش - ھەرىكىتىنى بەلگىلىيەلمەيسىز. لېكىن، سىز باشقىلارغا قانداق مۇئامىلە قىلىشنى بەلگىلىيەلەيسىز ھەم چوقۇم بەلگىلىيەلىشىڭىز كېرەك. ئەگەر سىز باشقىلارنىڭ ئۆزىڭىزنى چۈشىدەك پاراكەندە قىلىشىغا يول قويسىڭىز، بۇ ئۆزىڭىزنىڭ ئىشى. سىز باشقىلارنىڭ ئىش - ھەرىكىتىنى ئۆزگەرتىش-

كه ئامال قىلالماسلىقىڭىز مۇمكىن، لېكىن ئۆزىڭىزنىڭ ئىنكاسىنى ئۆزگەرتەلەيسىز.

دوكتور ئېرىك بۆرنېلنىڭ «ئىنسانلارنىڭ ئويۇنى» دېگەن ئەسىرىدىكى گەپلەرنى ھازىرمۇ ئېسىڭىزگە ئالالامسىز؟ ئەگەر سىز باشقىلار تاشلاپ بەرگەن توپنى تۇتۇشقا ئەزەلدىن تىرىشچانلىق كۆرسەتمىگەن بولسىڭىز، ئۇ چاغدا باشقىلارنىڭ سىزگە ئالدىراپ توپ بەرمەيدىغان بولۇپ قالغانلىقىنى ھەيرانلىق ئىچىدە بايقايسىز.

ئەڭ ئاخىرىدا، بىر رېئاللىقنى قوبۇل قىلىڭ: سىز ھەرگىزمۇ ھەممە تەرەپتە توشقان، ئەزەلدىن مەغلۇبىيەت دېگەننى بىلمەيدىغان ئادەم ئەمەس. مۇشۇ نۇقتىنى ئېتىراپ قىلسىڭىزلا، ئۆزىڭىزنىڭ ھەرقايسى جەھەتلەردىكى ئىقتىدارىڭىزنى ھارماي - تالماي يۇقىرى كۆتۈرەلەيسىز. لېكىن، شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا شۇنىمۇ تونۇپ يېتىشىڭىز كېرەككى، سىزنىڭ پۈتۈن ساھەلەر بويىچە مۇكەممەللىككە يېتىشىڭىز مەڭگۈ مۇمكىن ئەمەس.

سىز ئۆزىڭىزنىڭ ئانچە مۇكەممەل ئەمەسلىكىڭىزدىن ئىبارەت بۇ پاكىتنى ھەقىقىي تونۇپ يەتكەن ھەم قوبۇل قىلغاندىن كېيىن، شۇ تاپتا باشقىلارنىڭ يېتەرسىزلىكلىرىنى تېخىمۇ ئاسان چۈشىنىدىغان ۋە قوبۇل قىلىدىغان بولۇپ قالغانلىقىڭىزنى ھېس قىلمىدىڭىزمۇ؟

بۇنى تېخىمۇ ئوبدانراق چۈشەندۈرۈش ئۈچۈن، سىزگە بىر ئاغىنەمنىڭ ھېكايىسىنى سۆزلەپ بېرەي. ئۇ لوس ئانگېلېستا تۇراتتى. بىر كۈنى كېچىدە ئۇ ئوغلىنىڭ سان فرانسىسكودىكى روھىي كېسەللىكلەرنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش مەركىزىگە مەجبۇرىي ئېلىپ كېتىلگەنلىكى توغرۇلۇق بىر تېلېفون ئالدى. روھىي كېسەللىكلەر دوختۇرى تېلېفوندا بۇ ئاتىغا بالىسىنىڭ خەتەرلىك ئەھۋالدىن ئۆتۈپ كەتكەنلىكىنى ئۇقتۇردى ھەمدە بالىنىڭ دادىسى بىلەن يۈزتۇرانە بىر پاراڭلاشقۇسى بارلىقىنى ئېيتتى. دوختۇرنىڭ قارىشىچە، بۇنىڭ بالىنىڭ ئەسلىگە كېلىشىگە پايدىسى چوڭ بولىدىكەن. ئەڭ ئاخىرىدا، دوختۇر ئۇنىڭدىن سان فرانسىسكوغا دەرھال ئايروپىلانغا ئولتۇرۇپ كېلەلەيدىغان - كېلەلمەيدىغانلىقىنى سورىدى.

ئاغىنەم ئەتىسى يېتىپ بارغاندا، كۈن كەچكە يېقىنلىشىپ قالغانىدى. ئوغلى دادىسىدىن «شۇنچىمۇ ئۇزۇندا» كېلەمسەن، دەپ خاپا بولدى، ئۆزىنىڭ غەزىپىنى ئىپادىلەش ئۈچۈن، دادىسى بىلەن پاراڭلىشىشنى رەت قىلدى.

روھىي كېسەللىكلەر دوختۇرى ئاتا - بالا ئىككىسىنى ئىشخانىسىغا باشلاپ كىردى. ئۇ ئاۋۋال بالىدىن، نېمە ئۈچۈن دادىسىغا بۇنداق سوغۇق مۇئامىلە قىلىدىغانلىقىنى سورىدى. بالا سەۋەبىنى دوختۇرغا سۆزلەپ بەردى.

— چۈشەندىم، — دېدى روھىي كېسەللىكلەر دوختۇرى، — شۇڭا، سەن داداڭدىن ئىشىنىڭ يولىنى تەلەپ قىلماقچى، يەنە كېلىپ، داداڭغا ئازراقمۇ كەڭچىلىك قىلمايسەن، شۇنداقمۇ؟ سېنىڭچە بولغاندا، بىر ياخشى ئاتا — ھەقىقىي ياخشى ئاتا ئەتىگەننىڭ ئايروپىلانغا ئولتۇرۇپ بۇ يەرگە دەرھال يېتىپ كېلىشى كېرەك. سەن ئۇنىڭ بىر مىنۇت كېچىكىشىگىمۇ يول قويمايسەن، مانا بۇ سېنىڭ پرىنسىپىڭ.

لېكىن، مەيلى قانداق بولسۇن، ئۇ ھازىر بۇ يەرگە كېلىپ بولدى. شۇڭا، ئۇ ئەڭ بولمىغاندا ساڭا بولغان كۆيۈنۈشىنى ئىپادىلىگەن بولىدۇ، بەلكىم بۇنى 10% لىك كۆيۈنۈش دېگىلى بولار. سەن بايا ئەگەر دادام ماڭا يۈزدەيۈز كۆڭۈل بۆلمىسە، ئۇنى ياخشى ئاتا دېيەلمەيمەن، دېدىڭمۇ؟

بىر پەستىن كېيىن ئاغىنەم گېپىنى داۋاملاشتۇردى:

— سان فرانسىسكودىن لوس ئانگېلېسقا ئايروپىلان بىلەن قايتىپ كېلىۋاتقاندا، يۈرىكىمنى ئۆزۈمنى ئەيىبلەش ۋە غەزەپ قاپلىۋالدى. مەن نېمە ئۈچۈن بىر ئاتىدا بولۇشقا تېگىشلىك ئەقەللىي مەسئۇلىيەتنىمۇ ئادا قىلالمىدىم؟ ئۇ نېمىشقا ماڭا بۇنداق مۇئامىلە قىلىدۇ؟ لېكىن ھېلىقى روھىي كېسەللىكلەر دوختۇر-

ـىڭ سوئالى مېنى ئويلاندۇرۇپ قويدى. بەلكى مەن ئاران 10%
ـە لايىق ئاتىدۇرمەن. لېكىن، بالامۇ 10% كە لايىق بالا. ئۇنداق-
ـا، مەن ھازىردىن باشلاپ ئۆزۈمنى ئۆزگەرتىپ، تېخىمۇ ياخشى
ادەم بولۇشقا تىرىشىشىم كېرەك. مەن بۇ 10% لىك بالامنى قوبۇل
ـلىشىم، بىراقلا ئىنكار قىلىۋەتمەسلىكىم كېرەك. چۈنكى، ئۇ
ـەن كۆرسىتىپ بەرگەن يولنىڭ قائىدە - يوسۇنلىرىغا تولۇق ئەمەل
ـلمىدى.

مانا بۇ ئاتا - بالا ئوتتۇرىسىدىكى چۈشىنىشنىڭ باشلىنىشى.
كىشىلەر ئۆزىنى ياخشى كۆرگەن ئادەمنى ياخشى كۆرىدۇ.
انداقلا بولسۇن، جەمئىيەتتە ئورنى بار ھەرقانداق ئادەمنىڭ چوقۇم
اختاشقا تېگىشلىك قىممىتى بولىدۇ. يەنە كېلىپ، كىشىلەر ئۆز-
ـرى ياخشى كۆرگەن ئادەملەرگىمۇ تېگىشلىك جاۋاب قايتۇرىدۇ:
،مەسىز ياردەم قىلىدۇ، قىزغىن سۆيىدۇ، قولىدىن قانچىلىك
ـەلسە، شۇنچىلىك ياردەم قىلىدۇ، مۇمكىنچىلىكى بار ھەرقانداق
ـەكىلدىن پايدىلىنىدۇ. لېكىن، مۇھىمى سىز ئۆزىڭىزنىمۇ، ئۇلا-
نىمۇ ياخشى كۆرۈشىڭىز كېرەك، بولمىسا ئۇلار سىزنى ياخشى
ۆرمەيدۇ. بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان ياخشى كۆرۈش سىزنىڭ بىر
ادەمگە چىن يۈرىكىڭىزدىن قوزغالغان ئېھتىرام ۋە كۆيۈنۈشنى
ۆرسىتىدۇ.

سىز دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن پايدىلىنىپ
رمۇشىڭىزنى قايتىدىن رەتكە سالغاندىن كېيىن، ئۆزىڭىز كۆ-
ۈشنى ئارزۇ قىلغان نەتىجىلەرنىڭ بىر - بىرلەپ كۆز ئالدىڭىزدا
مايان بولۇۋاتقانلىقىنى ھەيرانلىق ئىچىدە بايقايسىز. سىز يۈز
ـرىشى مۇمكىن ئەمەس دەپ كېسىۋەتكەن ئىشلار سىز ئويلىمىغان
ردىن يېقىن كەلگۈسىدە يۈز بېرىپ قالىدۇ. ئەلۋەتتە، بۇ جەريان
ـزنىڭ توختىماي تىرىشچانلىق كۆرسىتىشىڭىزگە موھتاج.

ئەمەلىيەتتە، بارلىق تىرىشىپ كۈرەش قىلىش ھەرىكەتلىرى-
ـىڭ خوجايىنى دەل ئۆزىڭىز.

ئون بىرىنچى باب

دۇنيادىكى ئادەمنى ئەڭ ھاياجانغا سالىدىغان تىجارەت شەكلى

ئەمدى مەن سىزگە دۇنيادىكى ئادەمنى ئەڭ ھاياجانغا سالىدى-
غان تىجارەت شەكلىنى ئېيتىپ بېرىمەن. بەلكىم ئۇ «كىچىك
شەخس»لەر ئۆلىشالايدىغان ئەڭ ئاخىرقى سىزىقتۇر. سىز بۇ خىل
تىجارەتنى ئائىلىڭىزدىكى گاراژ ياكى ياتاق ئۆيىڭىزدىمۇ باشلىيالاي-
سىز. ئەگەر ھەممە ئىش ئوڭۇشلۇق بولۇپ بەرسە، سىز بىر
كېچىدىلا پۈتۈن مەملىكەت، ھەتتا پۈتۈن يەر شارىغا يېيىلغان سودا
تورىنى شەكىللەندۈرەلەيسىز!

بۇ خىل تىجارەت شەكلىگە ئانچە كۆپ قوزغىتىش مەبلىغى
كەتمەيدۇ. ئەگەر ئىشنى ئەپلەشتۈرەلىسىڭىز، مەبلەغنى ئۆزىدىنلا
چىقىرالايسىز. سىز مىڭلاپ ماركېتنىڭ خادىملىرىنى ياللاپ ئۆزد-
ىڭىزنىڭ تىجارىتىگە سالالايسىز. ئۇلارنىڭ مائاشىنى ئادەتتە شېرىن-
كانە ئۇسۇلى بىلەن توغرىلايسىز. مۇنداقچە ئېيتقاندا، ئۇلار مالل-
رىڭىزنى سېتىپ بولغاندا، ئاندىن ئۇلارغا مائاش بېرىسىز، شۇڭا
سىزنىڭ مەنپەئىتىڭىز ئەڭ ياخشى كاپالەتكە ئىگە بولىدۇ.

بۇ خىل تىجارەت شەكلى بىۋاسىتە سېتىش دەپ ئاتىلىدۇ.
بەلكىم بۇ دۇنيادا بۇنداق تىجارەتتىن ئىككىنچى بىرىنى تاپالماسلى-
قىڭىز مۇمكىن — قۇرۇق قول ئىگىلىك تىكلەيسىز، ناھايىتى
قىسقا ۋاقىت ئىچىدە مىليونېرغا ئايلىنىسىز. سىز تۆۋەندىكى كاتتا
تىجارەتچىلەرنى چوقۇم بىلىسىز: سېرىس روئېبۇك، مونتگېمىل
ۋود، سېپېگېر جەمەتى قاتارلىقلار. سىز شۇنىڭغا ئوخشاش ھەممە

ئادەم بىلىدىغان بىر قاتار ئىسىملارنى چوقۇم ئاڭلىغان. يەنە ساد-
سىزلىغان يېڭى شەخسلەرنىڭ ئىسىملىرى نۇرغۇن پۇل مۇئامىلە
ۋرناللىرىدا رەت - تەرتىپى بويىچە تىزىلغان. ئۇلار «پۇتۇن ئامې-
رىكا بويىچە تەرەققىياتى ئەڭ تېز بولغان شىركەتلەرنىڭ باش دىرېك-
تورى» دەپ ئاتالغان.

ئەگەر سىز يولنى توغرا تاللىيالىسىڭىز، سودا ساھەسىدىكى
ىقابەتتە ئاشۇ كاتتا تىجارەتچىلەر بىلەن ئوخشاش ئورۇندا تۇرالاي-
سىز. ئۇلار قۇدرەتلىك سېتىۋېلىش كۈچى ئارقىلىق قولغا كەلتۈر-
ـەن باھا جەھەتتىكى ئارتۇقچىلىق ئانچە مۇھىم بولماي قالىدۇ.
ۇ چاغدا ئۇلارنىڭ ئارتۇقچىلىقلىرىنى ھەر خىل يوللار بىلەن
استا - ئاستا ئاجىزلىتىشىڭىزنىڭ ھاجىتىمۇ قالمايدۇ. ئەكسىچە،
ىزدە ئۇلارغا ئوخشاش تاپقان پايدىنى قاتلاممۇقاتلام ھەرقايسى
ارماقلاردىكى ئىشچى - خىزمەتچىلەرگە بۆلۈپ بېرىدىغان ئىش
ولمىغاندىن كېيىن، ئېغىر كۈندىلىك چىقىمنى كارخانىلاردەك
ۇستىڭىزگە ئېلىشمۇ كەتمەيدۇ. شۇڭا، سىزنىڭ شىركىتىڭىز
زار ئۆزگىرىشىگە دۇچ كەلگەندە، تېخىمۇ ۋاقتىدا ئۇنۇملۈك ئىن-
اس قايتۇرالايدۇ.

تۆۋەندىكىسى بىۋاستە سېتىشنىڭ نېمە ئۈچۈن تېز ۋە ئۇزاق-
ىچە ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدىغانلىقىدىكى بىرقانچە سەۋەب. ئالدى بىد-
ەن، ئۇ خېرىدارلىرىڭىزغا ئەڭ چوڭ قولايلىق ئېلىپ كېلىدۇ.
شقا تىجارەت شەكىللىرىگە سېلىشتۇرغاندا، ئۇ باھانى چۈشۈرۈش
ە ئۆستۈرۈش، ھېسابات دەپتىرى تۈزۈش قاتارلىق نۇرغۇن جەھەت-
ەردە تېخىمۇ كەڭ جانلىقلىققا ئىگە. يەنە كېلىپ، بۇ خىل تىجارەت
ەكلىدە پوچتا ساندۇقىغا كۆز - قۇلاق بولۇپ تۇرسىڭىزلا ھەممە
شىڭىز پۈتىدۇ. سىزنىڭ ئالدىدا ماشىنا توختىتىش مەيدانى بار
اتتا سودا سارايى ئېچىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق، مال سانتۇچىلار
تتىپاقىنى ئۆزىگە جەلپ قىلىشقا تىرىشىشتەك ئۇششاق - چۈش-
ەك باش ئاغرىقلىرىغا دۇچ كەلمەيسىز.

يەنە بىر تەرەپتىن، ئۇنىڭ يۈرۈشۈش ئۈنۈمى ناھايىتى يۇقىرى
بولىدۇ. كۆپ ساندىكى ماگىزىنلار تىجارەت سۇسلىشىپ كەتكەن
مەزگىللەردىمۇ پىرىكازچىكلارغا ئوخشاشلا مائاش بېرىشكە مەجبۇر
بولىدۇ. لېكىن، تىجارەت گۈللەنگەن مەزگىلدە پىرىكازچىكلارغا
مائاش قوشۇپ بېرىدۇ. ئەگەر بىۋاستە سېتىش ئۇسۇلىنى قوللان-
سىڭىز، ئەمگەك مىقدارىنى كۈن بويىچە ھېسابلايسىز. بۇنىڭ بىد-
لەن، ھەربىر ياللانما خادىم سىزنى ئەڭ چوڭ ھاسىلات بىلەن
تەمىنلەيدۇ.

ئەڭ ئاخىرىدا، ئىستېمالچىلارمۇ بۇنىڭدىن مەنپەئەت ئالالايدۇ.
مالنىڭ ئۆتۈشۈش چىقىمى تۆۋەن بولسا، تاۋارنىڭ باھاسىمۇ شۇنىڭ-
غا مۇناسىپ ھالدا تۆۋەن بولىدۇ. ئادەتتىكى تەرتىپ بويىچە ئېيتقان-
دا، سېتىلىدىغان تاۋار كۆپ ھاللاردا چوڭ - كىچىك ئۈچ - تۆت
تىجارەتچىنىڭ قولىدىن ئۆتۈپ، ئاندىن خېرىدارنىڭ قولىغا يېتىد-
دۇ. ئوتتۇرىدىكى ھەربىر ھالقا بىر قىسىم پايدىنى ئايرىپ قالىدۇ.
شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، چىقىممۇ قاتمۇقات قوشۇلۇپ ماڭىدۇ.
يەنە مالنى پارچىلاپ ساتىدىغان تىجارەتچىلەر زور بىر قىسىم پايدىغا
ئېرىشىپ، تىجارەت ئورنىنىڭ چىقىمىنى تۆلىشى كېرەك. تېخى
مۇقىم مۈلۈكنىڭ مەبلىغى، مالنىڭ توشۇش ھەققى، توشۇش جەر-
يانىدىكى ئۇپراش دېگەنلەر بار. بىۋاستە سېتىش ئۇسۇلىدا يۇقىرىدا
تىلغا ئالغان چىقىملارنىڭ كۆپىنچىسىنى ئەڭ تۆۋەن دەرىجىگە چۈ-
شۈرگىلى بولىدۇ.

مانا بۇ ئوبدان ماڭىدىغان نۇرغۇن ماللارنى سېتىشتا بىۋاستە
سېتىش ئۇسۇلىنى قوللىنىشتىكى سەۋەب. بۇنىڭدا تاۋارنىڭ تۈرىمۇ
ھەر كۈنى قوشۇلۇپ تۇرىدۇ. تۆۋەندىكىسى تۈرى ئوخشاش بولمىغان
تاۋارلارنىڭ سېتىلىش مىقدارىغا بولغان پەرەز. بۇ سانلىق مەلۇمات-
لار سودا ژۇرنىلى «ئېلان دەۋرى» دىن ئېلىنغان. ئاشخانا سايمانلى-
رى — 6 مىليون 100 مىڭ دانە؛ باھاسى 30 دوللاردىن تۆۋەن
سايمانلار — 5 مىليون 200 مىڭ دانە؛ باھاسى 30 دوللاردىن

يۇقىرى سايمانلار — 1 مىليون 600 مىڭ دانە؛ ھەر بىرىنىڭ باھاسى 40 دوللاردىن تۆۋەن سائەت — 2 مىليون 500 مىڭ دانە؛ ھەر بىرىنىڭ باھاسى 40 دوللاردىن يۇقىرى سائەت — 1 مىليون دانە؛ ھەر بىرىنىڭ باھاسى 30 دوللاردىن تۆۋەن يۈك - تاق جازىسى — 2 مىليون 200 مىڭ دانە؛ ھەر بىرىنىڭ باھاسى 30 دوللاردىن تۆۋەن قاچا - قۇچا ئىشكاپى — 1 مىليون 600 مىڭ دانە؛ ۋاكۇئۇملۇق توزان سۈمۈرگۈچ — 1 مىليون 200 مىڭ دانە؛ ھەر بىرىنىڭ باھاسى 80 دوللاردىن تۆۋەن رادىئو — 1 مىليون 200 مىڭ دانە؛ ھەر بىرىنىڭ باھاسى 40 دوللاردىن تۆۋەن قاچا - قۇچا — 950 مىڭ دانە. بۇ سانلىق مەلۇماتلار بىۋاسىتە سېتىلىش مىقدارىنى ئۆز ئىچىگە ئالمايدۇ!

تۆۋەندىكىسى بىۋاسىتە سېتىشنىڭ نېمە ئۈچۈن تەرەققىياتى تېز بولىدىغانلىقى ۋە نەچچە مىليونلاپ پۇل تاپقىلى بولىدىغانلىقىنى يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا ئىسپاتلايدىغان دەلىللەر: نيۇيوركتا ئاكسىيە بىرژىسىغا كىرەلەيدىغان چوڭ شىركەتلەرنىڭ 95% ى بىۋاسىتە سېتىشنى بىر خىل مۇھىم تىجارەت تاكتىكىسى دەپ قارايدۇ. باشقا بەزى چوڭ شىركەتلەر، مەسىلەن، ھەممىباب يېمەكلىكلەر، ھەممىباب مېھارس، ITT… بىۋاسىتە سېتىش بىلەن شۇغۇللىنىدۇ.

لېكىن، سىز رىقابەتچىڭىزنىڭ قۇدرەتلىك، رىقابەتنىڭ كەسكىن بولۇشىدىن قورقماڭ، چۈنكى بىۋاسىتە سېتىش باشقا تۈردىكى سېتىش شەكىللىرىگە نۇرغۇن جەھەتتىن ئوخشاشمايدۇ، ئۇ كىچىك شىركەتلەر ئۈچۈن ناھايىتى چوڭ ئەۋزەللىككە ئىگە. ئادەملەرنى بىۋاسىتە باشقۇرۇش، كۈندىلىك چىقىملارنىڭ بىرقەدەر تۆۋەن بولۇشى سىزنىڭ تىجارىتىڭىزگە ناھايىتى پايدىلىق. ئەكسىچە، بەزى چوڭ شىركەتلەرنىڭ تەدبىرچىلىرى بۇ ساھەگە قەدەم بېسىشقا جۈرئەت قىلالمايدۇ. چۈنكى، بۇنداق شىركەتلەر يۇقىرى ھەق بىلەن مۇتەخەسسىسلەرنى تەكلىپ قىلىدۇ، ئۇ مۇتەخەسسىسلەر بولسا ئۆز-

لىرىدىن بىر دەرىجە تۆۋەن مۇتەخەسسىسلەرنى تەكلىپ قىلىدۇ. چوڭ شىركەتلەر ئادەملىرىنى باشقۇرۇشقىلا نۇرغۇن زېھنىي كۈچىنى سەرپ قىلىۋېتىدۇ. يەنە كېلىپ، مۇتەخەسسىسلەرنىڭمۇ خاتالىشىدىغان ۋاقىتلىرى بولىدۇ، چۈنكى ئۇلارنىڭ خەجلەۋاتقىنى ئۆز يېنىدىن چىقارغان پۇل ئەمەس. ئۇلارنىڭ قىلغان - ئەتكىنى شىركەتكە زور چىقىم كەلتۈرۈپ بېرىدۇ. مەن تۆۋەندە چوڭ چىقىملارنى قانداق ئازايتىش توغرۇلۇق سۆزلەپ بېرىمەن. ئادەتتە ئېلان شىركىتى ئاز دېگەندە 15% پايدا ئايرىپ قالىدۇ. ئەڭ مۇھىم ئىككى ساھەدە پىرسەنت ئايرىپ قېلىش ئەڭ ئومۇملاشقان بولىدۇ، يەنى ئېلان ھەققى ۋە پوچتا ھەققى. توختاڭ، مەن سىزگە ئېلان چىقىمىنى قانداق تېجەپ قېلىشنى سۆزلەپ بېرىمەن. ئوخشاشلا تېلېۋىزور، رادىئو، گېزىت قاتارلىق ۋاسىتىلەردە ئېلان بېرىلىدۇ. «كاتتىلار» ئادەتتە ئۆز شىركىتىنىڭ دائىرىسىنى كۆز - كۆز قىلىش ئۈچۈن نۇرغۇن پۇلنى ئارتۇق خەجلىۋېتىدۇ. ئوخشاشلا، پوچتا ھەققىدىمۇ نۇرغۇن پەرق بار. ئەگەر سىز پوچتىغا 200 پارچە خەت سالسىڭىز، پوچتىخانا سىزگە 40% ئېتىبار قىلىدۇ.

تۆۋەندىكى بىرنەچچە بەتتە مەن بايقىغان «سودا مەخپىيەتلىكى»دىن ئىككىمىز تەڭ بەھرىلىنىمىز. مەن ئۇلارغا ئېرىشىش ئۈچۈن نەچچە 10 مىڭ دوللار خەجلەپ بولدۇم! بۇ ئۇچۇرلارنى ئەزەلدىن ھېچكىمگە تىنمىغان.

سودىغا دائىر نۇرغۇن كىتابلارنى ئوقۇغاندىن كېيىن، مەن مۇنداق خۇلاسىگە كەلدىم: ئۇ كىتابلارنىڭ ئاپتورلىرى ئۆزلىرىنىڭ نېمە دەۋاتقانلىقىنىمۇ ئۇقمايدىكەن ياكى ئۆزلىرىنىڭ نېمە دېيىشى كېرەكلىكىنى تازا ئېنىق بىلمەيدىكەن، ياكى ئۆزلىرىنىڭ بىلىمىنى ئوقۇرمەنلەر بىلەن ئورتاقلىشىش سەممىيىتى يوق ئىكەن.

ماڭا كەلسەك، مەن ئۆزۈمنىڭ تەجرىبىلىرى ۋە بايقىغانلىرىمنى قىلچە ئېلىپ قالماي كۆپچىلىك بىلەن ئورتاقلىشىشنى خالايمەن. ئەگەر سىز مەن سۆزلەپ بەرگەن قەدەم باسقۇچلار بويىچە

بىر قەدەم - بىر قەدەمدىن ئىلگىرىلىسىڭىز، ئۆزىڭىز ئويلىغان ھەرقانداق مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىشىڭىزدە گەپ يوق. مەسىلەن، سىز ھېچقانچە قىينالمايلا «ئىككىنچى كىرىم»گە ئېرىشەلەيسىز، بۇ كىرىم سىزنىڭ تەسەۋۋۇر قىلغىنىڭىزدىن كۆپ يۇقىرى بولىدۇ.

مەن نېمە ئۈچۈن بۇنداق قىلىشنى خالايمەن؟ سەۋەبى ناھايىتى ئاددىي، چۈنكى سىز ماڭا ھەق تۆلىدىڭىز. ئەلۋەتتە، سىز بۇ كىتابنى سېتىۋېلىش ئۈچۈن خەجلىگەن ئون دوللار سىز ھازىرلا ئېرىشىدىغان پايدىنىڭ ئالدىدا ھېچنېمىگە ئەرزىمەيدۇ. لېكىن، مېنىڭچە، سىزگە ئوخشاش بۇ كىتابنى سېتىۋالىدىغانلاردىن نەچچە يۈز مىڭى چىقىدۇ. ئون دوللارنى 100 مىڭ ئادەمگە كۆپەيتسەك، 1 مىليون دوللار دېگەن گەپ. شۇڭا، مەن ئۆزۈم ياقتۇرغان نەرسىدىن نۇرغۇن پۇلغا ئېرىشىمەن. سىز ھازىر بىرىنچى دەرسنى ئاڭلىدىڭىز، بۇ ئەڭ مۇھىم دەرس — بىۋاستە سېتىش شەكلىدىكى تىجارەت.

سىز نۇرغۇن خۇشاللىقتا ئېرىشەلەيسىز...
يەنە نۇرغۇن پۇل تاپالايسىز...
كىشىلەرنى كېرەكلىك نەرسىلەر بىلەن تەمىنلىيەلەيسىز...
دىققەت، باھاسى چوقۇم مۇۋاپىق بولسۇن...

ئون ئىككىنچى باب

ئۆزىگە خاس ئىدىيە يېتىلدۈرۈش ماھارىتى

تارقىتىش ۋاستىلىرىنىڭ تۈرىنىڭ ئوخشىماسلىقىغا قاراپ، بىۋاستە سېتىش شەكلىدىكى تىجارەتنى چوڭ بەش تۈرگە بۆلۈشكە بولىدۇ: رادىئو، تېلېۋىزور، گېزىت، ژۇرنال ۋە ئېلانغا بىۋاستە مەبلەغ سېلىش. لېكىن، بۇلارنىڭ ھەممىسى سىز خېرىدارلارغا قانداق مەھسۇلاتلارنى ساتىدىغانلىقىڭىزنى ئېيتىپ بېرىشتە قوللىنىلىدىغان ۋاستە.

يۇقىرىدا سۆزلەپ ئۆتكەن بىرنەچچە خىل ۋاستىنىڭ ھەممىسىنى مەن قوللىنىپ باققان ھەم ھەممىسىدە مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشكەن. مەن مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشتىكى تەجرىبىلىرىمنى قىلچە يوشۇرۇپ قالماي سىز بىلەن ئورتاقلىشىمەن.

ئۇلاردىن باشقىمۇ يەنە خېرىدارلار بىلەن ئالاقىلىشىش ئۇسۇلى ۋە تىجارەت قىلىش ئۇسۇللىرى بار، ئۇلارغا ھېچقانچە مەبلەغ سېلىش كەتمەيدۇ، بۇنىڭ يوللىرىنىمۇ سىزگە سۆزلەپ بېرىمەن. ماركېتىڭنىڭ ئەڭ مۇھىم تاكتىكىسى ئىشلەپچىقىرىش بىلەن سېتىشنى زىچ بىرلەشتۈرۈش. مەھسۇلات ئاقما لىنىيە ئۈستىدە تۇرۇۋاتقاندا، خېرىدار تېپىۋېلىش كېرەك. ئەمەلىيەتتە، خېرىدار تېپىش ئۇنچە تەس ئىش ئەمەس، چۈنكى نۇرغۇن سىملىق ۋە سىمسىز تېلېۋىزىيە تورلىرى ئېلان ھەققىگە ئېرىشىش ئۈچۈن سىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىڭىزنى تالىشىپ ئېلان قىلىدۇ. بۇنىڭ بىلەن، سىز ئانچە كۆپ بولمىسىمۇ، لېكىن خەتىرى يوق دېيەرلىك پايدىغا ئېرىشىـ

سىز.

لېكىن، سىز تىجارەت ئۈستىدە ئويلانغاندا بىرىنچى ئورۇنغا
قويۇشقا تېگىشلىكى، يەنى مەسىلىنىڭ ھەل قىلىش ئەڭ تەس
بولغان قىسمى — «نېمىنى سېتىش» مەسىلىسى. سىز ساتماقچى
بولغان مەھسۇلات ئەڭ ياخشىسى ناھايىتى ئالاھىدە بولۇشى، يەنى
سۈپىتى يۇقىرى، باھاسى تۆۋەن، مۇلازىمىتى ئەلا بولۇشى كېرەك.
سىز تاللاپ بېكىتكەن مەھسۇلات يۇقىرىدا ئېيتىلغان سۈپەتلەرنىڭ
بىرىنى ياكى ئەڭ ياخشىسى ئۈچىلىسىنى ئۆزىدە ھازىرلىغان بولۇشى
كېرەك. ئۇنىڭدىن كېيىنكى ھەل قىلىشقا تېگىشلىكى، ئەڭ ھالقىـ
لىق مەسىلە — خېرىدارلارنى قانداق قىلىپ باشقىلارنىڭكىگە ئەـ
مەس، ئۆزىڭىزنىڭ مەھسۇلاتىغا جەلپ قىلىش.

شۇڭا، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىز قىلىشنى ياقتۇرىدىغان ھەم باشـ
قىلاردىن ياخشى قىلالايدىغان ئىشلارنى جەدۋەللەشتۈرۈپ چىقىڭ.
مەسىلەن، سىز ئۇستا ئاشپەزمۇ؟ ئۆي سەرەمجانلىرىنى ئورۇنلاشـ
تۇرۇشتا ئالاھىدە تالانتىڭىز بارمۇ؟ قارتا ئويناشقا بەك ئۇستىمۇ؟
سىزنىڭ ئۆيلەرنى بېزەش ماھارىتىڭىزگە ھەممە ئادەم ھەۋەس قىـ
لامدۇ؟ يات جىنسلارنى ئۆزىگە جەلپ قىلىشنىڭ ئالاھىدە ئۇسۇللىـ
رىدىن خەۋىرىڭىز بارمۇ؟ باشقىلار بىلەن بىللە بېلىق تۇتقىلى
چىققاندا سىز دائىم ئەڭ چوڭ بېلىق تۇتالامسىز؟ كەچلىك يىغىلىشـ
لاردا باشقىلارنىڭ دىققىتىنى ئالاھىدە تارتىپ تۇرالامسىز؟ يىغىنـ
لاردا سىزنىڭ قارار قىلىش ھوقۇقىڭىز بارمۇ؟ قوشنا ـ قولۇملىـ
رىڭىزنىڭ ھەممىسى دەردى بولسا سىزگە ئېيتىپ بېرىدىغان ياخشى
قوشنىمۇ؟ باشقىلار ماشىنىسىدىن چاتاق چىقىپ ياردەمگە موھتاج
بولغاندا، بىرىنچى بولۇپ ئېسىگە ئالىدىغان ئادەم سىزمۇ؟ ماتېماتىـ
كىدا ئالاھىدە تالانتىڭىز بارمۇ؟ قىزىقچىلىق قىلىپ باشقىلارنى
كۈلدۈرەلەمسىز؟ بىرەر كالىنى سويۇش قولىڭىزدىن كېلەمدۇ؟
ھويلىڭىزدىكى گۈلزارلىقتا باشقىلار ھەۋەس قىلامدۇ؟ خاتىرىڭىز
ئالاھىدە كۈچلۈكمۇ؟...

قىممىتى مىليون دوللاردىن ئاشىدىغان بىۋاسىتە سېتىش تىجاـ
رىتى يۇقىرىقى مەسىلىلەر ئۈستىگە قۇرۇلغان بولىدۇ، ئەگەر سىزـ
نىڭ يۇقىرىدا كۆرسىتىلگەن تەرەپلەرنىڭ كۆپ قىسمىدا ئارتۇقچىلىـ
قىڭىز بولسا، ئۇنداقتا رىقابەتتە كەڭ سورۇنغا ئىگە بولىسىز!

جەدۋەل تۈرغۇزۇشنى ھازىرلا باشلىۋېتىڭ. ئۆزىڭىزنىڭ ئەمەـ
لىي ئەھۋالىغا ئاساسەن، يۇقىرىقىلار ئىچىدىن ئۆزىڭىزگە ماس
كېلىدىغانلىرىدىن بىرنەچچىنى تاللاڭ، ئاندىن يۇقىرىدا تىلغا ئېـ
لىنمىغان ئالاھىدىلىكلىرىڭىزنى قوشۇڭ. قىسقىسى، جەدۋەلگە
سىزنىڭ باشقىلاردىن ياخشىراق قىلالايدىغان ئىشلىرىڭىز كىرگۈـ
زۈلسۇن. دىققەت قىلىڭ، مەن «ھەرقانداق ئادەمدىن ياخشى» دېـ
گەن گەپنى قىلمىدىم، سىز ئوتتۇراھال سەۋىيىدىن سەل ئۈستۈن
تۇرسىڭىزلا بولىدۇ. چۈنكى، بازار بۇنچە كەڭ، نوپۇسى بۇنچە كۆپ
بىر دۆلەتتە، ئەگەر سىزنىڭ تېخنىكىڭىز، مەھسۇلاتلىرىڭىز ۋە
مۇلازىمىتىڭىز رىقابەتچىلىرىڭىزنىڭ يېرىمىدىن كۆپرەككىنىڭكىـ
دىن ياخشى بولسا، ئۇ چاغدا قىلچە زورۇقمايلا ئۇلارنى بېسىپ
چۈشىسىز. ئىشلىرىڭىز ئۇلارنىڭكىدىن ياخشى بولىدۇ، مىليونلاپ
خېرىدارى بار چوڭ بازارنىڭ خېرىدارى بولۇپ قالىسىز! ئېنىقكى،
بۇلارنىڭ ھەممىسى سىزنىڭ بىرەر ئىش تەۋرىتىشىڭىزدىكى
پارلاق يول.

سىز جەدۋەلنى پۈتتۈرۈپ بولغاندىن كېيىن (ئەگەر جەدۋەل
بەك ئۇزۇن بولۇپ كەتمىگەن بولسا، «ئۆز»ىڭىزگە كۆپرەك كۆـ
چەڭ)، ھەربىرىنى بىرلەشتۈرۈپ، ئالاھىدە بىر بىرىكمە ھاسىل
قىلىپ بېقىڭ. مەسىلەن، ئەگەر سىز قىزىقچى بولسىڭىز، بېلىق
تۇتۇش ماھارىتىڭىز ئۈستۈن بولسا، ئۇ چاغدا ئەسكەرلەر كۈلۈپىدا
رىياسەتچى بولۇشنى ئۆزىڭىزگە كەسىپ قىلىپ تاللىسىڭىز بولىـ
دۇ؛ ياكى بەزى كۆڭۈل ئېچىش خاراكتېرلىك ژۇرناللارغا ماقالە
يېزىشنى كەسىپ قىلىۋالسىڭىزمۇ بولىدۇ؛ ياكى ساياھەت ئورۇنلىـ
رىدىكى بېلىق تۇتۇش ئورۇنلىرىغا بېلىق تۇتۇش قوللانمىسى يېزىپ

بېرىش، كۆرسەتمە تاختىسى ياساپ بېرىش دېگەندەك ئىشلار بىلەن كۆن ئالسىڭىزمۇ بولىدۇ.

ئەگەر سىز كالا سويۇشقا ئۇستا ھەم كېچىلىك يىغىلىشلارنى ئۇيۇشتۇرۇشقا ماھىر بولسىڭىز، بەلكىم مەخسۇس كاۋاپ زىياپىتى قىلىدىغان كېچىلىك سورۇنلارنىڭ ئۇيۇشتۇرغۇچىسى بولۇپ قېلىشىڭىز مۇمكىن؛ ياكى خېرىدارلارغا «ئۆچىرەت ئېلانى» تۈزۈپ بېرىش ئارقىلىق، كالا گۆشىنىڭ سېتىلىش مىقدارىنى ئاشۇرالىشىڭىز مۇمكىن؛ ياكى ...

مەيلى قانداق بولسۇن، ھازىر مېنىڭ ئوي - خىياللىرىمنى ئاز - تولا چۈشىنىپ قالغان بولسىڭىز كېرەك. تىجارەتتە ئەمەلىيەتتە ئۇنچە ئەستايىدىللىق قىلىپ كېتىشمۇ كەتمەيدۇ، ئەكسىچە، سىز ئۇنىڭدىن نۇرغۇن خۇشاللىق تاپالايسىز. سىز مۇنۇ نۇقتىنى ئېسىڭىزدە چىڭ تۇتۇڭ. ساتقىلى بولىدىغىنى يالغۇز تاۋارلا ئەمەس، بىرەر ئەقىل ياكى پىلان، ئىشنى تېخىمۇ ياخشى، تېخىمۇ تېز قىلىشقا ياردىمى بولىدىغان، تەننەرخنى تۆۋەنلىتەلەيدىغان ئۇسۇلنىمۇ سېتىشقا بولىدۇ. بۇنداق مىساللار ناھايىتى كۆپ. مەسىلەن، نۇرغۇن كىشىلەر ئاشخانا ئېچىپ ئەمەس، قورۇما تىزىملىكى تۈزۈپ سېتىش بىلەن بېيىغان. شەكىللىك تاۋارغا قارىغاندا، شەكىلسىز تاۋارنىڭ تەننەرخى تېخىمۇ تۆۋەن بولىدۇ، يەنە كېلىپ ئىستېمالچىلار تەييار ئەقىلنى — ئۆزلىرىگە سالامەتلىك، خۇشاللىق، كۈچ - قۇدرەت، ئىلھام ۋە بايلىق ئاتا قىلىدىغان ياخشى ئەقىلنى سېتىۋېلىشنى بەكرەك خالايدۇ. شۇبھىسىزكى، كۆرگەن - بىلگىنىڭىزنىڭ كۆپىيىشىگە ئەگىشىپ، سىزدە باشقىلار ئۆگىنىشنى خالايدىغان نۇرغۇن ئارتۇقچىلىق ۋە تەجرىبىلەر پەيدا بولىدۇ. سىزنىڭ بۇ ئارتۇقچىلىقلىرىڭىزنى باشقىلار خۇشاللىق بىلەن پۇلغا سېتىۋالىدۇ.

ياخشى ئەقىلگە ئېرىشىشنىڭ يەنە بىر يولى سىزگە ئىلھام ئېلىپ كېلەلەيدىغان ئازاب مەنبەلىرىنى قېزىش، تۇرمۇشتا يولۇق-

قان ئازابلارنى ئىنچىكىلىك بىلەن رەتلەپ، ئۇلارنى بىر - بىرلەپ يېزىپ چىقىڭ. مەسىلەن، ماگىزىندىكى ئۇزۇن ئۆچىرەت، تېلېۋىزوردىكى ئادەمنىڭ نېرۋىسىغا تېگىدىغان ئېلانلار، بالىنىڭ ئۆينىڭ چىراغلىرىنى ئۆچۈرمەي سىرتقا چىقىپ كېتىشى، ئېرىڭىزنىڭ گۈلدۈرمامىدەك خورەك ئاۋازى، ئادەمنى پاراكەندە قىلىدىغان ئىت، چىڭ ئېتىلمەيدىغان تۇرۇبا جۈمەكى، ۋەھاكازا.

سىز مۇنۇ نۇقتىنى ئېسىڭىزدە تۇتۇڭ: باشقىلارمۇ سىزگە ئوخشاشلا ئازابلارغا ئۇچراپ تۇرىدۇ. ئەگەر سىز بۇ ئازابلاردىن قۇتۇلۇشنىڭ ئۈنۈملۈك بىر يولىنى تېپىپ چىقالىسىڭىز، باشقىلار سىزنىڭ ھەل قىلىش لايىھىڭىزنى ئۆزلۈكىدىن پۇل خەجلەپ سېتىۋالىدۇ.

ئازابلارنى بايلىققا ئايلاندۇرۇڭ! ئەگەر سىز ناھايىتى ئېغىر بىر مەسىلىگە دۇچ كەلسىڭىز، ئۇنى ھەل قىلىش ۋە يېڭىشكە تىرىشىشىڭىز كېرەك. ئۇنى ھەرگىزمۇ ئۆزىڭىزگە يۈك قىلىۋالماڭ، بولمىسا ئۇ ئەتىدىن - كەچكىچە كاللىڭىزغا كىرىۋېلىپ، سىزنى ئازابلايدۇ، ئۇيقۇڭىزنى ئۇيقۇ قىلمايدۇ. يولۇققان مەسىلىگە دادىللىق بىلەن يۈزلىنىڭ، ئۇنى بىر رىقابەت، پۇرسەت دەپ بىلىڭ، چۈنكى ئەمەلىيەت ھەقىقەتەن شۇنداق. سىز بۇ مەسىلىنى ھەل قىلىپ بولغاندا، بىر چەكسىز سودا پۇرسىتىنى قولىڭىزدا چىڭ تۇتقان بولىسىز.

تۆۋەندە بىر مىسال كۆرسىتىپ ئۆتەي.

مەن قەرز پاتقىقىغا چوڭقۇر پېتىپ قالغاندا، ئالدىمدا ئىككىلا يول قالغانىدى: بىرى، ۋەيران بولغانلىقىنى جاكارلاش. يەنە بىرى، قىيىنچىلىقتىن قۇتۇلۇپ چىقىش. بىرىنچى ھەل قىلىش لايىھىسى بەلكىم مەسىلىنى ھەل قىلىشنىڭ قانۇنلۇق يولى بولۇشى مۇمكىن. لېكىن، مېنىڭ قارىشىمچە، ئۇ ئالدىراپ تەشەببۇس قىلىدىغان يول ئەمەس. مەن قەرز ئالغان كىشىلەر ماڭا ناھايىتى ئىشەنگەنلىكى ئۈچۈن ماڭا پۇل بېرىپ تۇرغان، ئەگەر ئۇلارنىڭ

پۇلنى قايتۇرمىسام، ئۇ ئىشەنچكە ئاسىيلىق قىلغان بولىمەن. بولمىسا ۋەيران بولغانلىقنى جاكارلاشنىڭ يولى ناھايىتى ئاددىي، ئادۋوكاتىم ئارقىلىق بىر بايانات ئېلان قىلىۋەتسەملا بولىدۇ، قانۇنغا خىلاپلىق قىلغانمۇ بولمايمەن.

لېكىن، مېنىڭ يەنە ئائىلەمنى بېقىش مەجبۇرىيىتىم ۋە مەسئۇلىيىتىم بار: ئائىلەمدىكىلەر بەك كاتتا تۇرمۇشنى قوغلاشمىغاندىمۇ، ئۇلارنىڭ يېمەك ـ ئىچمەك، كىيىم ـ كېچەك ۋە تۇرالغۇسىغا كاپالەتلىك قىلىشىم كېرەك. بۇ ئەڭ ئەقەللىي تەلەپ. شۇڭا، ناھايىتى ئېنىقكى، بارلىق قەرزنى قايتۇرۇش پىلانىدا ئەڭ ئاۋۋال مۇشۇ نۇقتىنى ئويلىشىش كېرەك. پۈتۈن قەرزلەرنى قوشقاندا، خېلى ئۇزۇن مەزگىلدە ئاندىن قايتۇرۇپ بولغىلى بولىدۇ. شۇڭا، 50 مىڭ دوللار قەرزنى بىر كېچىدىلا قايتۇرۇپ بولۇش مۇمكىن ئەمەس (ئەمەلىيەتتە، سەككىز يىلدا ئاران قايتۇرۇپ بولدۇم.)

قەرزنى قايتۇرۇش نىيىتىگە كەلگەندىن كېيىن، مەن قەرز كىرىزىسىدىن قۇتۇلۇشقا ھەر ئاماللار بىلەن تىرىشىشقا باشلىدىم. ئۆزۈمنىڭ قانۇنلۇق ھوقۇقۇمنى — ھەقدار زادى نېمىلەرنى قىلالايدۇ، نېمىلەرنى قىلسا بولمايدۇ، دېگەنلەرنى ئېنىقلىۋېلىش ئۈچۈن، مەن تۆت ئادۋوكات ۋە بىر سوتچىدىن مەسلىھەت سورىدىم.

خوتۇنۇم ئىككىمىز بارلىق مال ـ مۈلكىمىزنى بىر قۇر تەكشۈرۈپ چىقىپ، بۇنىڭدىن كېيىنكى تۇرمۇشىمىزنى مۆلچەرلەپ باقتۇق. چۈنكى بۇ ئۆزىمىز ۋە ئائىلىمىز ئۈچۈن ناھايىتى مۇھىم ئىدى. ئاندىن بىز قايسى نەرسىلەر بىز ئۈچۈن ناھايىتى مۇھىم، قايسى نەرسىلەر بولسىمۇ، بولمىسىمۇ بولىدۇ، دېگەنلەرنى ئېنىقلاپ چىقتۇق. ئەلۋەتتە، بىزنىڭ بايقىشىمىزچە، بىز ئۈچۈن ئەھمىيەتلىك نەرسىلەرنىڭ ھەممىسى ھەقسىز ئىكەن. ئائىلە، دېڭىز ساھىلى، باغچە، ئورمانلىق، مۇزېي، كىتاب ئوقۇش، دالا تامىقى ۋە ئادەمگە خۇشاللىق بېغىشلايدىغان مۇگدىشىش. بىز قىلىشنى ياقتۇرىدىغان باشقا بەزى ئىشلارنىمۇ ئائىلە خام چوتىنىڭ ئىچىگە

كىرگۈزسەك بولىدۇ، چۈنكى ئۇلار تۇرمۇش سۈپىتى ۋە تۇرمۇش خۇشاللىقىنى ھەقىقىي يۇقىرى كۆتۈرەلەيدۇ. مەسىلەن، بىرەر قېتىم ئويۇن كۆرۈپ قويۇش ياكى سىرتتا تاماق يېيىش. تۆۋەندىكى يەرلەردە ئاز پۇل خەجلەپ، كۆپ خۇشاللىققا ئېرىشەلەيسىز: ئېتىبار باھادىكى كىنوخانىلاردا 50 سېنت خەجلەپ، ياخشى كىنودىن ئىككىنى كۆرەلەيسىز، دېڭىز بويىدىكى ئاشپۇزۇلدا ئىككى دوللارغا يېقىن پۇل خەجلەپ بىر ۋاخ ياخشى تاماقلىنالايسىز (مېنىڭ كېيىنچە «ئېتىبار باھادىكى ئاشپۇزۇللارغا ساياھەت» دېگەن تېمىدا بىر كىتاب يېزىش خىيالىم بار. ھەربىر چوڭ شەھەردە يۈزلەپ ئېتىبار باھادىكى ئاشپۇزۇللار بار، ئۆزۈم تۇرۇۋاتقان شەھەر ئۈچۈن بىرەر كىتاب يېزىپ قويسام نېمىشقا بولمايدىكەن.)

بىز بارلىق تۇرمۇش لازىمەتلىكلىرى (ئۆي، توك، سۇ، گاز، ئۆي سايمانلىرى، يېمەكلىك، قاتناش قورالى، كىيىم ـ كېچەك، داۋالاش) نى ئۆز ئىچىگە ئالغان تىزىملىكنى تۇرغۇزۇپ بولغاندىن كېيىن، تېخىمۇ ئىقتىساد قىلىش ئۈچۈن، ئەڭ زور دەرىجىدە چىقىمنى ئازايتىش ئۈستىدە كاللا قاتۇرۇشقا باشلىدۇق. شۇنىمۇ ئېيتىپ ئۆتەي، مىلاد بايرىمى «تۇيۇقسىز يۈز بېرىدىغان ۋەقە» ئەمەس، ئۇ ھەر يىلى كېلىپ تۇرىدۇ. شۇڭا ئۇنى قانداق ئىقتىسادچانلىق بىلەن ئۆتكۈزۈشنىڭ تەييارلىقىنى ئالدىن قىلىۋېلىشىمىز كېرەك.

بىز تۇرمۇش لازىمەتلىكلىرى تىزىملىكىنى رەتلەپ بولغاندىن كېيىن، بىر خام چوت قىلىپ باقتۇق، چوقۇم خەجلەشكە تېگىشلىك پۇلنى ھەرقايسى نەرسىلەرگە چاچتۇق، بۇ جىددىي پەيتتە ئىشلىتىلىدىغان پۇل، ئايرىم تۇرۇپ تۇرىدىغان پۇل ۋە «بىزمۇ ئاددىي ئادەم» دەپ ئاتىلىدىغان بىر قىسىم پۇلنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ئەڭ ئاخىرىدىكى بىر قىسىم پۇلنى ئايرىپ قويۇشىمىزدىكى سەۋەب، بەزىدە بەك زۆرۈر بولمىغان نەرسىلەرنىمۇ ئېلىپ سالىمىز. بەزى مەنىسىز ئىشلارغىمۇ پۇل خەجلەپ قويىمىز.

ئاندىن ھەربىر چىقىم ئۈچۈن بىر كونۋېرت تەييارلىدۇق. ھەربىر ھەپتىنىسى خام چوت بويىچە بىر قىسىم نەق پۇلنى كونۋېرت ئىچىگە سېلىپ قويىمىز. يۇقىرىقى جۈملىدە ناھايىتى ھالقىلىق بولغان، يەنى «نەق پۇل» ۋە «ھەر ھەپتە» دېگەن ئىككى سۆز بار. «نەق پۇل» ئىشلىتىشتىكى سەۋەب، بىز پۇلنىڭ كىرىپ ـ چىقىپ تۇرغىنىنى كۆرۈپ تۇرالايمىز. ئۇ ھەقىقىي بولىدۇ، بانكىنىڭ ھېساباتىغا قارىغاندا ئاسان ھەم ئۇقۇشلۇق بولىدۇ. «ھەر ھەپتە»نى قوللىنىشىمىزدىكى سەۋەب، ئەگەر سىز ئايدا بىر قېتىم ھېسابات قىلسىڭىز، ئاي ئاخىرىدا چىقىم قىلىشقا تېگىشلىك پۇلدىن خېلىلا ئارتۇق پۇل خەجلىۋەتكەنلىكىڭىزنى بايقايسىز.

بىز بۇنداق قائىدە بېكىتتۇق: ئەگەر بىرەر كونۋېرتتىكى پۇل يەتمىسە، يەنە بىر كونۋېرتتىكى پۇلنى يۆتكەپ ئىشلىتىشكە بولمايدۇ؛ ئەگەر ھەپتىلىك كونۋېرتتا ئېشىندى پۇل قېپقالسا، ئۇنى جىددىي پەيتتە ئىشلىتىلىدىغان پۇل ياكى ئايرىم تۇرۇپ تۇرىدىغان پۇلنى ئارىسىغا قوشۇۋېتىش؛ نېسىگە ھېچقانداق نەرسە ئالماسلىق.

چۈنكى، نېسىگە بىرەر نەرسە ئالغاندا، ئادەتتە نەرسە سېتىۋېلىشقا كاللىڭىزنى تازا ياخشى ئىشلىتەلمەيسىز، يەنە كېلىپ، نېسىگە ئالغان نەرسىنىڭ پۇلنى يېقىن كەلگۈسىدە قايتۇرۇشىڭىز كېرەك. شۇڭا، بىز چوڭ نەرسىلەرنى سېتىۋېلىش ياكى رېمونت ھەققىنى ئىمكان بار توغرا مۆلچەرلىشىمىز كېرەك، بۇ ئۆي مەشغۇلاتلىرى، ئېلېكتر سايمانلىرى، ماشىنا قاتارلىقلارنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بۇلارغا ئالدىن بىر خام چوت قىلىپ چىقىش كېرەك. ئۇ چاغدا، بىز مۇشۇ چىقىملارنى قىلىشقا توغرا كەلگەندە، ئۇنىڭ ھۆددىسىدىن چىقالايمىز. بۇنىڭ كونكرېت يولى ھەپتىلىك خىراجەت ئىچىدىن ئازراقتىن پۇل ئايرىۋېلىش.

ھەربىر بالىنىڭ ئۆز ئالدىغا كونۋېرتلىرى بار. كونۋېرتلارنىڭ ئۈستىگە چىقىم قىلىنىدىغان تۈر ئەسكەرتىلگەن. مەسىلەن، «ئوقۇش قوراللىرى چىقىمى»، «ئۇششاق يېمەكلىك» (شۇنىڭدىن

باشلاپ، بىز بۇ ئىشتا تالاش ـ تارتىشتىن قۇتۇلدۇق)، «كىيىم ـ كېچەك» (بالىلارنىڭ قاتتىق ـ يۇمشاق تېگىشلىرىدىن ئاخىر قۇتۇلغان بولدۇق. چۈنكى، ئۇلار ئىلگىرى باشقا بالىلارغا ئوخشاش مودا كىيىملەرنى كىيىشنىڭ جېدىلىنى تولا قىلاتتى. ئەمدى ئەگەر ئۇلارنىڭ شۇنداق كىيىملىرىنى كىيگۈسى بولسا كىيسە بولىدۇ. لېكىن، ئالدى بىلەن كونۋېرتتىكى پۇلنىڭ ھېسابىنى قىلىپ بېقىشى كېرەك) قاتارلىقلار.

بۇ خام چوت ۋە پىلانلار ئائىلىمىزنى ئەڭ خۇشال قىلىدىغان بىر قوشۇمچە مەھسۇلات بولۇپ قالدى، يەنى ئۇ بىزنى بىر ـ بىرىمىزگە تېخىمۇ مەھكەم باغلىدى، ئائىلىمىزمۇ ھەقىقىي ئائىلىگە ئوخشىدى. بالىلارمۇ ئۆزىنى خاتىرجەم سەزدى، ئۆزلىرىنىڭ ئائىلىدە ھەقىقىي پىكىر قىلىش ھوقۇقىغا ئېرىشكەنلىكىنى ھېس قىلىشتى. ئۇلارغا پۇل توغرۇلۇق مۇھىم بىر دەرس ئۆتۈلگەنىدى — «پۇل نەدىن كېلىدۇ، نەگە كېتىدۇ» ئائىلىدىكى ھەربىر ئادەم نەرسە ـ كېرەك سېتىۋېلىشتا تېخىمۇ كۆپ خۇشاللىققا ئېرىشتى. چۈنكى، ھەربىرىمىز نەرسە ـ كېرەك سېتىۋېلىشنىڭ تەدبىرچىلىرى بولۇپ كەتكەنىدۇق. بىز ئەمدى ھەر كۈنى «ئەرزىمەس» ئىشلار ئۈچۈن نەچچە ئون قېتىم قارار چىقىرىپ يۈرۈشتىن قۇتۇلدۇق.

بىزنىڭ ئۇ ياكى بۇ نەرسىنى ئېلىش ئىقتىدارىمىز زادى بارمۇ ـ يوق؟ پەقەت كونۋېرت ئىچىدە يېتەرلىك پۇل بولسا، باشقا بەزى نەرسىلەرنى ئالماسلىق قارارىغا كېلەلىسەك، ئۇ چاغدا ھەقىقىي كېرەكلىك نەرسىلەرنى ئېلىش ئىقتىدارىغا ئىگە بولىمىز. ئاددىي قىلىپ ئېيتقاندا، مەن بىر ھەپتىنىڭ ئىچىدىكى بىر كۈنى كالا گۆشى يەيمەن. دېمەكچى، قالغان ئالتە كۈندە ئاددىيراق تاماقلانسامۇ بولىۋېرىدۇ، بەزىدە شۇنداق قىلىشقىمۇ ئەرزىيدۇ.

ئائىلە خام چوتى تۈرگۈزۈلگەندىن كېيىن، قىزىقچىلىقتا ئويلاشمايلا بىر نەرسىلەرنى ئېلىۋېتىدىغان ئەھۋالدىن خالاس بولدۇق. مۇنداقچە ئېيتقاندا، ئۇ بىزنى زۆرۈر بولمىغان نەرسىلەرگە پۇل

خەجلەشتىن توسۇپ قالدى. بىزنىڭ ئىشىمىز ئاددىي، مەنىدىكى نەرسە «سېتىۋېلىش»لا ئەمەس، بەلكى تىجارەتچىلەرنىڭ مال سېتىشىغا ياردەم قىلىش بولۇپ ھېسابلىنىدۇ. يەنە كېلىپ، نەرسە سېتىۋېلىشتىمۇ نۇرغۇن خۇشاللىق بار — پۈتۈن دۇنيادا ئېلان ئارقىلىق بىزنى ئۆزلىرىگە ئەسىر قىلىشقا ئۇرۇنۇۋاتقان تىجارەتچىلەر بىلەن دەلمۇدەل قارشىلىشالايمىز. بەزىدە ئېلاننىڭ بىزنى خاتا يولغا باشلاپ، ئالداپ قويىدىغان رولىمۇ بار، تىجارەتچىلەر شۇنداقلا باش كۆتۈرۈپ قالسا، بىزنىڭ يانچۇقىمىزدىكى پۇلنى بىر ئاماللار قىلىپ ئېلىۋېلىشقا ئۇرۇنىدۇ.

مېنىڭ بايقىشىمچە، ئائىلە خام چوتى تۇرغۇزۇش ھەم ئائىلە خام چوتىغا قاتتىق ئەمەل قىلىش ناھايىتى مۇھىم. داڭلىق بىر كرېدىت باھالاش شىركىتى ئېلىپ بارغان تەكشۈرۈشتىن مەلۇم بولۇشىچە، 90% شىركەت قۇرۇلۇپ بەش يىل بولمىغان ۋاقىت ئىچىدە تاقىلىپ قالغان. كۆپ ساندىكى شىركەتلەرنىڭ مەغلۇپ بولۇشىدىكى سەۋەبلەردە بىر ئورتاقلىق بار: ھېسابات ئېنىق ئەمەس. ھېسابات خاتىرىسى بولمىغاندىن كېيىن، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ نېمە ئىش قىلىۋاتقانلىقىنى بىلمەيدۇ — ئۇلارنىڭ ئىلگىرىكى تەرەققىيات ئەھۋالى قانداق ئىدى، ھازىرقى تەرەققىيات ئەھۋالى قانداق بولۇۋاتىدۇ ياكى كەلگۈسىدىكى تەرەققىيات ئەھۋالى قانداق بولىدۇ، دېگەندەك. مېنىڭچە، مۇشۇ ئوخشاش بىر سەۋەب بەزى ئائىلىلەرنىڭ ئىقتىسادىي ئەھۋالىنى ئوسال ئورۇنغا چۈشۈرۈپ قويغان.

تۆۋەندىكىسى قەرز پاتقىقىدىن قۇتۇلۇپ چىقىش ياكى قەرزنىڭ پاراكەندىچىلىكىدىن يىراق تۇرۇش، كەڭتاشا ئىشلەتكۈدەك مەبلەغكە ئىگە بولۇشتىكى مۇھىم نۇقتىلار (ئۇلار مېنىڭ تەتقىقاتىمدا ئۆز ئىپادىسىنى تاپالمىغان):

سىز قانداق قىلغاندا ئۆز ئەمەلىيىتىڭىزگە ماس كېلىدىغان ھۆكۈم چىقىرالايسىز ھەمدە ھۆكۈمىڭىزنىڭ توغرىلىقىغا تولۇق ئىس-

پات تاپالايسىز.

قانداق قىلغاندا نەچچە مىڭ دوللار ئېلىشى بار ھەقدار تېگەلمەيدىغان پۇلغا كاپالەتلىك قىلغىلى بولىدۇ.

قانداق قىلغاندا كۆپ سانلىق كىشىلەر بىلمەيدىغان «قەرزدىن خالاس قىلىش قانۇنى»دىن پايدىلىنىپ، ئۆزىڭىزدە بار بولغان نەرسىلەر (ئۆي، ماشىنا، مائاش ۋە مال - مۈلۈك)نى ھەقدارلارنىڭ مەجبۇرىي ئېلىۋېلىشىدىن ساقلانغىلى بولىدۇ.

قانداق قىلىپ ئۆز ئۇسۇلىڭىز بىلەن قەرز قايتۇرالايسىز.

قانداق قىلىپ زورۇر قۇتۇلدۇرۇش تەدبىرلىرى بىلەن ۋەيران بولۇشتىن ساقلىنالايسىز.

نېمە ئۈچۈن شۇنچە كۆپ كونا ھېسابلار ئۈزۈلمىگەن، ھەتتا بەزىلىرى ئەستىن كۆتۈرۈلۈپ كەتكەن.

يېتەرلىك پۇل بولۇش نېمە ئۈچۈن ئېشىپ - تېشىپ تۇرىدىغان پۇل بولماسلىقىدا قارىغاندا تېخىمۇ يامان.

كۆپ پايدا ئېلىشقا ئۇرۇنغان مەككار سودىگەرگە قانداق تاقابىل تۇرغىلى بولىدۇ ھەمدە زىياننى قانداق قىلىپ ئەڭ تۆۋەن دەرىجىدە ئازايتقىلى بولىدۇ.

ھەقسىز قانۇن مۇلازىمىتىنى نەدىن تاپقىلى بولىدۇ.

دەۋادا قانداق ئۇتۇپ چىققىلى بولىدۇ.

قايسى ھەقدارنىڭ پۇلىنى ئاۋۋال بېرىۋېتىش كېرەك (دائىم قەرز سوْيلەپ كېلىدىغانلارنىڭ پۇلىنى ئەڭ ئاخىرىدا بېرىش كېرەك.)

قانداق قىلغاندا ۋەيران بولغانلىقىنى جاكارلاش ئارقىلىق شىركەتنىڭ ئىناۋىتىنى ھەقىقىي كۆتۈرگىلى بولىدۇ.

سىز قانۇنلۇق كىرىمىڭىزنى قەيەرگە ئامانەت قويغاندا، ھەقىقىي بىخەتەر ۋە ۋەيران بولغانلىقىڭىزنى جاكارلىغاندىن كېيىنمۇ، ئامانەت پۇللىرىڭىز قىلچە تەسىرگە ئۇچرىمايدىغان بولىدۇ.

تۆۋەن ئۆسۈملۈك قەرزگە قانداق قىلىپ، نەدىن ئېرىشكىلى

بولىدۇ.

ئۆزىمۇ تازا ئېنىق بىلىپ كەتمەيدىغان پۇللارنى قانداق قىلغاندا چىڭ تۇتۇپ تۇرغىلى بولىدۇ.

يۇقىرىقى بارلىق مۇھىم نۇقتىلار (كۆرسىتىلمىگەن يەنە نۇرغۇنلىرى بار) نىڭ ھەممىسى قانۇنلۇق، يەنە كېلىپ ئىشەنچلىك. ئۇلار قانۇن ۋە پاكىتنى ئاساس قىلغان. مانا بۇلار كرېدىت كارتىسى تارقاتقۇچىلار، مالىيە شىركىتى ۋە باشقا شىركەتلەر ئۈچۈن قەرز يىغىپ بېرىدىغان شىركەتلەر ئاشكارىلاشنى خالىمايدىغان مۇھىم نۇقتىلار. لېكىن، بىر سەمىمىي ئادەم بۇ ئۇچۇرلاردىن پايدىلىنىپ، ئۆزىنىڭ قەرزلىرىدىن قانۇنلۇق قۇتۇلۇپ كەتسە بولىدۇ، بۇنىڭ بىلەن كۈندە بىر خىل قورقۇنچ ۋە دەككە - دۈككە ئىچىدە ياشاشتىن قۇتۇلىدۇ.

بىز ئەمدى ئالدىدا تىلغا ئېلىپ ئۆتكەن گەپكە قايتىپ كېلەيلى — ئازابنى بايلىققا ئايلاندۇرايلى! مەن بىر پىلان تۈزۈپ، قەرز پاتقىقىدىن قۇتۇلۇپ چىققاندىن كېيىن، نۇرغۇن ئادەملەرنىڭ مەن بىلەن بىر يولدا ئىكەنلىكىنى، ماڭا ئوخشاش كۈنلەرنى بېشىدىن ئۆتكۈزۈۋاتقانلىقىنى تونۇپ يەتتىم. شۇڭا، مەن «مالىيە باشقۇرۇشنىڭ كۈچى» دېگەن بىر كىتاب يازدىم. ئاندىن مەن بىر ئېلان ئىشلىدىم، تېمىسى: «90 مىنۇت ئىچىدە قەرزدىن قۇتۇلىسىز — پۇل قەرز ئېلىش ھاجەتسىز» (بۇ يەردە ئېيتىلغان 90 مىنۇت سىز قوللىنىدىغان قانۇن باسقۇچىنى كۆرسىتىدۇ: ئادۋوكات بولغان ياكى ئادۋوكاتنىڭ ياردىمى بولمىغان ئەھۋال ئاستىدا، ھەقدارنىڭ سىزگە دەخلى - تەرۇز قىلىشىنى توسىدۇ.)

بەزى گېزىت - ژۇرناللار بۇ ئېلاننى رەت قىلدى (چۈنكى، كرېدىت كارتىسى تارقاتقۇچىلار، مالىيە شىركەتلىرى ئۇلارنىڭ ئاساسلىق ئېلان مەنبەسى ئىدى). ئادۋوكاتلار جەمئىيىتى ئۇ ئېلان بىلەن كىتابنى تەكشۈرۈپ، ئەڭ ئاخىرىدا بىرئاز زورۇقۇپ بولسى-

مۇ، ئۇلارنىڭ قانۇنغا خىلاپ ئەمەسلىكىنى ئېلان قىلدى (قانداقلا بولسۇن، ئادۋوكاتلارغىمۇ تۇرمۇش كېرەك - تە.)

تولۇقسىز مەلۇماتقا ئاساسلانغاندا، مەن بۇ كىتابتىن 100 مىڭنى سېتىپ بولدۇم.

ئۆزۈمنىڭ مەسىلىسىنى ھەل قىلىش ھەم ھەل قىلىش لايىھەسىنى باشقىلار بىلەن ئورتاقلىشىش جەريانىدا، مەن نۇرغۇن پۇل تېپىۋالدىم، شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، باشقىلارنىڭ قەرز قايتۇرۇش باش ئاغرىقىدىن قۇتۇلۇشىغا ياردەملەشتىم.

شۇڭا، مەن سىزگە ئەڭ چوڭ سودا پۇرسىتىنى ئۆز قولۇم بىلەن تۇتقۇزىمەن: غەم - ئەندىشىلىرىڭىز تولۇق يېزىلغان بىر تىزىملىك تۇرغۇزۇڭ. ئۇلارنىڭ ئارىسىدىن ئەڭ چوڭ، ئەڭ ئەمەلىي ئەھمىيەتكە ئىگە غەم - ئەندىشىلەرنى تېپىپ چىقىڭ، ئاندىن تاللانغان بىر تىزىملىك تۇرغۇزۇڭ، ئۇنىڭغا مەسىلىنى ھەل قىلالايدىغان يوللارنى يېزىڭ. ئارقىدىن مەسىلىنىڭ ھەل قىلىنىش لايىھىسىگە مۇناسىۋەتلىك بارلىق ئۇچۇرلارنى يىغىڭ. ئادەتتە مۇشۇ ئىشلار ئورۇندىلىپ بولغاندا، مەسىلىنىڭ جاۋابى ئاستا - ئاستا سۈزۈلۈپ چىقىدۇ. ئەگەر ئۇ سىزگە كېرەكلىك ياكى سىز ياقتۇرىدىغان جاۋاب بولمىسا، ئۇ چاغدا ئاڭسىز كومپيۇتېردىن ياردەم سورىشىڭىزغا توغرا كېلىدۇ (كومپيۇتېردىن پايدىلىنىپ سانلىق مەلۇماتلارنى ئانالىز قىلىسىز.)

مەسىلىنى ھەل قىلىش لايىھىسىگە ئېرىشسىڭىزلا، بېيىش يولىغا قەدەم قويغان بولۇشىڭىز ئېھتىمالغا ناھايىتى يېقىن! ئالدى بىلەن، سىز ئازابلاردىن ئاسانلا قۇتۇلالايدىغانلىقىڭىزنى ئىسپاتلىدىڭىز. ئۇنىڭدىن كېيىن، ئەگەر ئۇ ھەقىقەتەن ئېغىر ئازاب بولسا (نۇرغۇن ئادەم سىزگە ئوخشاشلا ئۇنىڭغا چىداپ كېلىۋاتىدۇ)، باشقىلار سىزنىڭ تەكلىپ ۋە ھەل قىلىش لايىھىڭىزنى رازىمەنلىك بىلەن سېتىۋالىدۇ.

ئازابلارنى بايلىققا ئايلاندۇرۇڭ

بەلكىم سىز ئۆزىڭىزدە ھېچقانداق غەم - ئەندىشە ۋە ئازاب يوق دەپ ئويلايسىز. تۆۋەندىكىسى باشقىلارنىڭ غەم - ئەندىشە قىلىشىدىكى سەۋەبلىرىنىڭ تىزىملىكى. ئۇلار «بۈيۈك برىتانىيە ئېنسىكلوپېدىيىسى» تەتقىقات ئورنىغا ئەۋەتىلگەن 300 مىڭ مەسىلە ئىچىدىكى تىپىك مىساللار. بۇ تىزىملىك كىشىلەرنىڭ دىققەت - ئېتىبارىنى قوزغاش دەرىجىسى تەرتىپى بويىچە تىزىلدى. (سانى ئەڭ كۆپ مەسىلىدىن سانى ئاز مەسىلىگە قارىتىلىپ):

كەسىپ، ئۆي سېتىۋېلىش، كىچىك دائىرىدىكى ئىگىلىك، ئائىلە خام چوتى، ئالتىنچى سەزگۈ ۋە چۈشەندۈرۈش قىيىن بولغان سىرلىق ھادىسە، شەخسىي تۇرالغۇ سېلىش، ھاراق چېقىرىش، دالىدا تۈنەش، ئوقۇش سۈرئىتىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش؛

ئەستە تۇتۇش ئىقتىدارىنىڭ ياخشىلىنىشى، ئىسسىق بەلۋاغ بېلىقى، ئۆي جاھازلىرى سېتىۋېلىش ۋە سەرەمجانلاشتۇرۇش، تېز يېزىش ۋە سىدام سىزىش، ئىيسانىڭ مەۋجۇتلۇقى توغرىسىدىكى «ئىنجىل»دا خاتىرىلەنمىگەن ئاساسلار؛

مۇھىت بۇلغىنىش، نوپۇسنىڭ نۆل كۆپىيىشى، دۇنيانىڭ ئېنېرگىيە ۋە تەبىئىي بايلىقى، زەھەرلىك بۇيۇم، ناركوز دورىلىرى ۋە ئۇنىڭغا مۇناسىۋەتلىك مەسىلىلەر، جۇڭگونىڭ ھازىرقى ئەھۋالى، كەلگۈسىدە جۇڭگو ۋە روسىيىنىڭ نورمال سودا ئېلىپ بېرىش مۇمكىنچىلىكى، قىممىتى چۈشۈشكە مۇناسىۋەتلىك پۇل مەسىلىسى، ئەرەبلەر بىلەن ئىسرائىلىيىنىڭ زىددىيەت توقۇنۇشى، شىمالىي ئېرلاندىيە كرىزىسى، تۈرمە ئىسلاھاتى، قورال - ياراغلارنىڭ يامراپ كېتىشىنى تىزگىنلەش، دۆلەت داۋالاش سۇغۇرتىسى، ھەربىي مەجبۇرىيەتتىن قاچقانلارنى جازالاش مەسىلىسى؛

ئاممىۋى پاراۋانلىق، جىنايەت مەسىلىسى، ھۆكۈمەتنىڭ مائاش ۋە باھانى كونترول قىلىشى، پۇقرالىق ھوقۇق، مائارىپ خىراجىتى، ئاممىۋى قاتناش، باللار پائالىيەت مەركىزى، «ئو-

چۇق دەرس» ئۇقۇمى، كومپيۇتېرنىڭ ئوقۇتۇشتا بولغان ياردىمى، ئوقۇش يېشىغا يەتمىگەن باللار مائارىپى، ئەقلىي جەھەتتىكى يېتىلىشى ئاستا بولۇش؛

شاھمات ئويناش ئۇسۇلى، ئالەم بوشلۇقىدىكى ھاياتلىق ۋە UFO ، يۇلتۇزسىمان جىسىمنىڭ ئىلمىيلىك مەسىلىسى، پۇلسار، ماتېرىك تاختىسى، بىئو قايتما ئىنكاس، ئېلېكترون مېڭە دولقۇنىنىڭ كونترول قىلىنىشى، بىئورىتىم، جەسەتنىڭ توڭلىتىلىشى، مال - مۈلۈك بېجى.

مانا بۇلار نۇرغۇن ئادەمنى ئەندىشىگە سالىدىغان مەسىلىلەر. سانسىز دوللار مۇشۇ مەسىلىلەرنى ھەل قىلىشقا سەرپ قىلىنىپ كەتتى، لېكىن مۇئەييەنلەشتۈرۈشكە بولىدىغىنى، پۇل خەجلەش تېخى ئەمدىلا باشلاندى. شۇڭا، ئىككىلەنمەڭ، ئۆزىڭىز قىزىقىدىغان بىر ئازابنى تاللاپ، بېيىش يولىغا ئاتلىنىڭ!

مەسىلە ئۈستىدە ئىزدىنىۋاتقاندا، بەزى ناھايىتى روشەن جاۋابلارغا ھەرگىز سەل قارىماڭ. ئەڭ ياخشى جاۋاب ئادەتتە كۆزگە بەكرەك چېلىقىپ تۇرىدۇ، ناھايىتى ئاددىي بولىدۇ. «بۇ نۇقتا كۆزگە ئېنىقلا كۆرۈنۈپ تۇرىدۇ، باشقىلار ئۇنى چوقۇم كۆرۈپ يەتكەن» ياكى «بۇ جاۋاب بەكلا ئاددىي، ئۇنىڭدا چوقۇم كىشىلەر بىلمەيدىغان بىر خاتالىق بار» دېگەندەك گۇمانلار بىلەن ئالدىراپ جاۋابتىن ۋاز كەچمەڭ. پۇرسەتنىڭ قانداق قولدىن كېتىدىغانلىقىنى بىلەمسىز؟ باشقىلارمۇ بۇ جاۋابقا ئېرىشكەن، لېكىن يۇقىرىقى سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن تاللاشتىن ۋاز كەچكەن. مانا بۇ پۇرسەت بارماقلار ئارىسىدىن قېچىپ كەتكەن ۋاقىتتىن ھېسابلىنىدۇ. بۇنداق خاتالىققا ھەرگىز يول قويماڭ.

تۆۋەندىكى كەچۈرمىشنى ئاڭلاپ بېقىڭ، ئېنىق جاۋابقا سەل قارىغانلىقىم ئۈچۈن، پۇرسەتنى قولدىن بېرىپ قويغىلى تاس قالغانىدىم.

1945 - يىلى، مەن 20 ياشقا كىرگەندە ئەسكەرلىكتىن چېكىنىپ توي قىلدىم، بىر باللىقمۇ بولدۇم. مەن كالىفورنىيە شتاتى ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ لوس ئانگېلېس تارماق مەكتىپىگە تىزىمغا ئالدۇرغىلى باردىم، قارىسام تىزىمغا ئالدۇرىدىغان ئۆينىڭ سىرتىدا ئۇزۇندىن - ئۇزۇن ئۆچىرەت بولۇپ كېتىپتۇ. مەن ئەسكەرلىكتە تۇرغان ئىككى يىل توققۇز ئاي 13 كۈندە ئۆچىرەت دېگەندىن تويۇپ كەتكەنىدىم. تاماقنى ئۆچىرەت بىلەن ئالىمىز، كوللېكتىپ چاچ ئالدۇرىمىز، نەرسە - كېرەكلەرنى ئۆچىرەت بىلەن ئالىمىز، ھەتتا ھاجەتخانىغىمۇ ئۆچىرەت بىلەن كىرىمىز. شۇڭا، ئۆچىرەت دېگەن شۇنداق نېرۋامغا تېگىپ كېتىپتۇكى، ئەمدى ئوقۇشقا كىرىشكىمۇ ئۆچىرەت تۇرغۇم كەلمىدى، باشقىراق بىرەر ئىش تېپىپ قىلماقچى بولدۇم.

بىرنەچچە يىلدىن كېيىن، بىر ئاغىنەم ماڭا ئۆزىنىڭ بىر ئىشىنى سۆزلەپ بەردى. ئۇ ئىشىندى ماددىي ئەشيالار تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىۋېتىپتۇ، پۇلنىمۇ خېلى ئوبدان تېپىپتۇ. ئۇ ئۇرۇش ئىشىندى ماددىي ئەشيالىرى ئەمەس، بەلكى ياساش كەسپى بىلەن شۇغۇللانغۇچىلار ۋە سودا سارايلىرى ئېھتىياجلىق ئىشىندى ماددىي ئەشيالار ئىكەن. ئۇلار ئۇ نەرسىلەرنى ناھايىتى ئەرزان باھادا سېتىپ بېرىدىكەن. چۈنكى ئۇ ماللار نورمال يول بىلەن كەلگەن ئەمەسكەن. ئاغىنەمنىڭ دېيىشىچە، مېنىڭ ھېچقانداق تۇراقسىز مەبلەغ تەييارلىشىمنىڭ ھاجىتى يوق ئىكەن، ئاۋۋال خېرىدار تېپىۋېلىپ، مالنى ئاندىن ئالسام بولىدىكەن.

ئۇ چاغلاردا تىجارەت قىلىشتىن بەك قورقاتتىم، چۈنكى كۈنۈمنى ئاران كۈن ئېتىپ كېتىۋاتاتتىم. شۇنىڭ بىلەن، مەن ترامۋايغا ئولتۇرۇپ لوس ئانگېلېسنىڭ شەھەر مەركىزىگە باردىم. مېنىڭ كۆزۈمگە تۇنجى بولۇپ چېلىققان چوڭ بىنا ماي شىركىتىنىڭ سودا سارىيى بولدى. مەن ئۇلارنىڭ مال سېتىش بۆلۈمىگە ئۇدۇللا كىرىپ باردىم. مال سېتىشقا مەسئۇل ئايالغا

ئۆزۈمنىڭ ئىشىندى ماددىي ئەشيالار تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغانلىقىمنى ئېيتىپ، ئۇلاردا ساتقۇدەك نەرسە بار - يوقلۇقىنى سورىدىم. ئايال بىرپەس ئويلىنىۋالغاندىن كېيىن، ئۆزلىرىدە ساتىدىغان بىر نەرسە بارلىقىنى ئېيتتى. ماي شىركىتىنىڭ ئىسكىلاتىدا بېسىلىپ قالغان 20 مىڭ دانە قەغەز يەشىك بار ئىكەن. ئۇ 2 - دۇنيا ئۇرۇشى مەزگىلىدە ئىشلەتكەن قەغەز يەشىكلەردىن ئىكەن. چۈنكى، ئەينى چاغدا ھۆكۈمەت چەت ئەلگە چىقىرىدىغان ماددىي ئەشيالارنى مۇشۇ خىل يەشىككە قاچىلاپ چىقىرىشنى تەلەپ قىلىنغانىكەن. ھازىر ئۇرۇشنىڭ ئاخىرلىشىشىغا ئەگىشىپ، بۇخىل يەشىكنىڭ سورىقىنى قىلىدىغان ئادەممۇ بولماپتۇ. بۇ تىجارەتكە بىر تەۋەككۈل قىلىپ بېقىشىم كېرەكمۇ؟

مەن تۈكۈرۈكۈمنى كۈچەپ يۇتتۇم. ئاندىن ئۇ ئايالغا «شىرىك» نىگە تېلېفون ئۇرۇپ باقاي، ئۇ بىزنىڭ شىركەتنىڭ مال قاچىلايدىغان يەشىك تىجارىتىگە مەسئۇل ئىدى، دېدىم. ئايالنىڭ ئىشخانىسىدىن خىيال ئىلكىدە چىقىپ، بىر تېلېفونخانىغا كىردىم. تېلېفون دەپتىرىنى قولۇمغا ئالدىم. ئىشلىتىشتىن قالغان 20 مىڭ دانە قەغەز يەشىكنى كىم ئالار؟ ناھايىتى ئېنىق جاۋاب قەغەزدىن ياسالغان مەھسۇلاتلارنى توپ سېتىش سودىگەرلىرى ئىدى، ئۇلار بۇ يەشىكلەرنى مال چىقىرىپ تۇرىدىغان كىچىك زاۋۇتلارغا سېتىۋېتەلەيتتى. لېكىن، كېيىن ئېيتىشقا بولىدۇكى، سېتىشقا مەسئۇل ئۇ ئايال بۇ يوللارنى چوقۇم ئويلاپ بولغان. بۇ بەكلا ئاددىي خىيال بولۇپ قالدى. تېخى ئاشۇ كىچىك توپ سېتىش سودىگەرلىرى بەزى سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن ئۇ قەغەز يەشىكلەرنى ئالماسلىقىمۇ مۇمكىن.

مەن قاتتىق ئۈمىدسىزلىك ئىچىدە قولۇمدىكى تېلېفون دەپتىرىنى ئاختۇرۇۋېتىپ، ناھايىتى چوڭ ئورۇننى ئالغان بىر ئېلاننى ھەيرانلىق ئىچىدە كۆرۈپ قالدىم (ئۇنىڭ كىچىككىنە بىر شىركەت ئىكەنلىكىنى كېيىن ئۇقتۇم). قالتىس گەپ، ئېلاندى-

كى بىر جۈملە سۆز ماڭا مۇنۇنى ئۇقتۇردى: ئۇلار قەغەز يەشىك تىجارىتى قىلىشىۋېتىپتۇ. شۇنىڭ بىلەن، مەن ئۇلارغا تېلېفون بېرىپ، ئۇ قەغەز يەشىكلەرنىڭ ئالاھىدىلىكلىرىنى قابىلىيىتىمنىڭ يېتىشىچە سۈرەتلەپ بەردىم، ئاندىن 20 مىڭ قەغەز يەشىكنى قانچە پۇلغا ئالىدىغانلىقىنى سورىدىم. ئۇ ئەر ماڭا بىر يەشىكنى 1.5 سېنتتىن ئالىدىغانلىقىنى ئېيتتى. دېمەك، 20 مىڭ دانە قەغەز يەشىك 300 دوللار بولىدۇ دېگەن گەپ. مەن ئۇنىڭغا رەھمەت ئېيتىپ، سەل تۇرۇپ ئالاقىلىشىدىغانلىقىمنى ئېيتتىم.

سېتىش مەركىزىگە قايتىپ كىرىپ، ھېلىقى ئايالغا، قەغەز يەشىكنىڭ ھەممىسىنى 250 دوللارغا بەرسە ئالىدىغانلىقىمنى ئېيتتىم. ئايال خۇشاللىق بىلەن ماقۇل بولدى. شۇنداق قىلىپ، مەن ئېشىندى ماددىي ئەشيالار تىجارىتىگە كىرىشىپ قالدىم، تېخى بىرىنچى كۈنىلا 50 دوللار پۇل تاپتىم. بۇ دېگەن تۆت چاقلىق مۇز تېيىلىش ئايىغى قۇراشتۇرغۇچى ئىشچىنىڭ بىر يېرىم ھەپتىلىك ئىش ھەققى!

تېخىمۇ مۇھىمى، مەن كىشىلىك ھاياتىمدىكى ئەڭ ھالقىلىق بىر دەرسنى ئۆگىنىۋالدىم: قارىماققا ناھايىتى ئېنىق كۆرۈنگەن پاكىتلارغا ھەرگىز سەل قارىماسلىق كېرەك ئىكەن. ئېنىقكى، سېتىش مەركىزىدىكى ئايالمۇ مەن ئۇرغان تېلېفوننى ئۇرالايدۇ. لېكىن، ئۇنىڭ قىلىدىغان ئىشلىرى چېچىدىن تولا، يەنە بىر تەرىپى، كىرگەن كىرىمىمۇ ئۇنىڭ يانچۇقىغا چۈشمەيدۇ. مەن بولسام ئاشۇ ناھايىتى ئىنچىكە مەسىلىنى بايقاپ قالدىم: ئەگەر ئىشنى ئەپلەشتۈرەلىسەم، ئۇ پايدا مېنىڭ يانچۇقۇمغا چۈشىدۇ.

ئۇ قەغەز يەشىكلەرنى تۈپ باھادا بەش سېنتتىن ئۆتكۈزگىلى بولىدىغانلىقىنى كېيىن ئۇقتۇم، ئۇ چاغدا ھەممىسى 1000 دوللار بولاتتى. ئەگەر پارچە ساتسا 2000 دوللارغا ساتقىلى بولىدىكەن. يەشىكلەرنىڭ بۇنداق بازار تاپالىشىدىكى سەۋەب، ئەينى

چاغدا قەغەز ناھايىتى قىس ئىكەن. مەيلى نېمە بولسۇن، مېنىڭ سودا ھاياتىم باشلىنىپ كەتتى، مەن تېخى يەنە ماڭا ئۈزۈلدۈرمەي بايلىق ئېلىپ كېلىدىغان مۇھىم بىر دەرسنى ئۆگىنىۋالدىم.

بۇ ئىش مۇنداق نەتىجە بەردى: ئالتە ئايغا قالمىغان ۋاقىت ئىچىدە، بىز قېيناتامنىڭ ئۆيىدىن كۆچۈپ چىقىپ، ناھايىتى چىرايلىق سېلىنغان بىر تۇرالغۇغا كۆچۈپ كىردۇق، داڭلىق ماركىلىق يېڭى ماشىنىدىن بىرنى نەق پۇلغا سېتىۋالدۇق، يەنە بانكىدىكى ئامانەت پۇلىمىزغا 10 مىڭ دوللار قوشۇلدى. بۇ نەتىجىلەرگە قانداق ئېرىشتىم؟ ماي شىركىتىدە شۇنچە كۆپ قالدۇق مال بار ئىكەن، ھەربىر چوڭ سودا سارايلىرى ۋە چەت - ياقىدىكى ئېتىبار باھالىق ماگىزىنلاردىمۇ مۇشۇنداق ئەھۋالنىڭ بولۇشى تەبىئىي. مېنىڭ قولۇمدا كۆپ مەبلەغ بولمىغاچقا، بىر تۈركۈم مال ئالسام دەرھال قولدىن چىقىرىۋېتىشىم، ئۇنىڭدىن كىرگەن پايدىنى تېخىمۇ چوڭراق تىجارەتكە سېلىشىم كېرەك ئىدى. مال قويىدىغان ئىسكىلاتلار ناھايىتى ئاز، ئىجارە ھەققىمۇ ناھايىتى يۇقىرى ئىدى. شۇڭا، مەن قوشنىمىزنىڭ گاراژىنى ئۈچ ~ بەش دوللار باھادا ئىجارىگە ئالدىم. تىجارەتنىڭ يۈرۈشى ئاستا، خىزمىتىم جاپالىق بولسىمۇ، بۇ تۆت چاقلىق مۇز تېيىلىش ئايىغى قۇراشتۇرۇشتىن كۆپ ياخشى!

شۇنىمۇ ئېيتىپ ئۆتەي، ئېشىندى ماددىي ئەشيالار سودىسى بىلەن شۇغۇللانسا، ھازىرمۇ نۇرغۇن پۇل تاپقىلى بولىدۇ. سىز ھەقىقىي ياخشى كۆرۈپ قىلىدىغان ئىش بارمۇ؟ ئەمەلىيەتتە، تىجارەتكە كېرەكلىك بولىدىغان بىردىنبىر ئاساسلىق ئىقتىدار — تەسەۋۋۇر.

تەسەۋۋۇر — بارلىق مۇۋەپپەقىيەت ئىشىكلىرىنىڭ ئاچقۇچى، ئۇ بىزنى كېيىنكى مۇھىم نۇقتىغا باشلاپ كىرىدۇ. ئۇ «روشەن پاكىتلارغا سەل قارىماڭ» دېگەن ئۇقۇم بىلەن قارىمۇقارشى بولۇپ، بۇ دەرسنىڭ ماۋزۇسى: «روشەن پاكىتلارغا ئاسان ئىشىنىپ قالماڭ.»

بۇ نۇقتىنى ئېنىق چۈشەندۈرۈش ئۈچۈن، مەن سىزدىن تۆۋەندىكى بەلگىنى بىر سىزىق قوشۇپ «6» گە ئۆزگەرتىشنى تەلەپ ئىلىمەن:

IX

جاۋابىنى كۆرۈشتىن ئىلگىرى ئۆزىڭىز كاللا قاتۇرۇپ بېقىڭ. جاۋابى مۇنداق:

S IX

بەكلا ئاددىيمىكەن؟ لېكىن 500 ئادەم ئىچىدە پەقەت بىرلا ئادەم توغرا جاۋابنى چىقىرالايدۇ. بۇ يەردە ئويۇنلىشۋاتقان ئويۇن — كۆپ ساندىكى كىشىلەر « IX »نى كۆرگەندىن كېيىن، ئۇنى رىم رەقىمى دەپ بىلىدۇ. شۇنىڭ بىلەن، يەشكىلى بولمايدىغان بىر چىگىش ئىچىگە كىرىپ قالىدۇ ياكى ئۇلار ئەگرى سىزىق ئەمەس، تۈز سىزىق قوشۇش بىلەنلا كىرىشىپ قالىدۇ. ئېنىقكى، ئۇلار ئويلىنىپ باقماي، «روشەن» پاكىت بىلەنلا بولۇپ قالىدۇ.

مول تەسەۋۋۇر بىلەن مەسىلىنى ھەل قىلىش يولىنى تېپىش ئۈچۈن، ئالدى بىلەن «ھەربىر ئادەم نېمە قىلىۋاتىدۇ» دېگەننى تەكشۈرۈپ بېقىڭ. ئۇلار ناھايىتى تەجرىبىلىك بولغاچقىلا، ئۇلارنىڭ چوقۇم توغرا، دەيدىغان ئىشىنى ھەرگىز قىلماڭ. «خەت ئويۇنى» ئويناۋاتقاندا، ئالدى بىلەن ھەربىر ئادەمنىڭ ھەرىكىتىگە ئېنىق ھۆكۈم چىقىرىڭ، ئاندىن ئۆزىڭىزدىن، ئەگەر مەن باشقىلار قىلغاننىڭ ئەكسىنى قىلسام — ئۇلار ئايلىنىپ ماڭغاندا، مەن تۈز ماڭسام، ئۇ چاغدا قانداق بولۇشى مۇمكىن، دەپ سوراپ بېقىڭ.

بەزى رېستورانلار: «ئادەمنى كۆڭلىنى ئىلەشتۈرىدىغان تاماق، ناچار مۇلازىمەت» دېگەندەك ئېلانلار بىلەن زور مۇۋەپپەقىيەت-

كە ئېرىشكەن. ئەمەلىيەتتە، ئۇنداق ئېلانغا ھېچكىم ئىشەنمەيدۇ، ئەكسىچە، كىشىلەر ئۆز كۆزى بىلەن كۆرۈپ بېقىش ئۈچۈن ئۇ رېستورانلارغا بېرىپ باقىدۇ. لېكىن، بۇ دەل ئېلان يەتمەكچى بولغان ئۈنۈم، ئۇ خېرىدارلارنى بۇ رېستوراننىڭ تامىقىنى تېتىپ، مۇلازىمىتىنى كۆرۈپ بېقىشقا ئەڭ بولمىغاندا بىر قېتىم جەلپ قىلالايدۇ.

مەن فورد سېتىش ئورنى (ئىلگىرى تىلغا ئالغان) غا ئېلان ئىشلەپ بەرگەندە، بىزنىڭ دەسلەپتە كۆزدە تۇتقىنىمىز فورد شىر-كىتى رەقىبلىرىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش تىجارەت پائالىيىتى بولدى. ئۇ ماتېرىياللارغا ئېرىشمەك ناھايىتى ئاسان ئىدى، چۈنكى ئۇلار توختىماي تىجارەت قىلىپ تۇرۇۋاتاتتى. ھەربىر كۈچلۈك رىقابەتچى ئۆزلىرىنىڭ ماشىنىسىنى سېتىۋېلىش ئۈچۈن، بىر ئاماللار بىلەن ھەرخىل ئېتىبار قىلىش ۋاستىلىرىنى قوللىنىدۇ، ئەگەر ماشىنا ئېلىشقا پۇلىڭىز يەتمىسە، ھەتتا سىزگە پۇل قەرز بېرىپ تۇرىدۇ. ئۇلار تېلېۋىزىيە قاناللىرىنىڭ بەزى كونا كىنولارنى بېرىشىگە ھەمكارلىشىدۇ، چۈنكى بۇنىڭدا ئارىلىقتا تېخىمۇ ئۇزۇن ئېلانلارنى قىستۇرۇپ، خېرىدارلارغا ئاز كۆرۈلىدىغان «ئېتىبار باھادا ماشىنا سېتىش» ۋە «نىمكەش ماشىنىلارنى ئەرزان باھادا سېتىش» مەق-سەتلىرىنى نامايان قىلىۋالىدۇ.

ئۇلارنىڭ ئۇنداق قىلىشىدىكى سەۋەب، بۇ يول ئىزچىل ھالدا ناھايىتى ياخشى ئۈنۈم كۆرسىتىپ كەلگەن، يەنە كېلىپ، بەزىدە ماشىنىنى بۆلۈپ سېتىش سودىگەرلىرى ئۈچۈن ئېيتقاندا، بۇ خىل تاكتىكىنىڭ ئۈنۈمى پەۋقۇلئاددە ياخشى بولغان (ئادەمنى خۇشال قىلىدىغىنى، بىز تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىۋاتقاندا، كۆپ ساندىكى رىقابەتچىلەر ۋەيران بولدى. ئەمەلىيەتتە، بىزگە چېكىنىش يولى قالمىدى، يا ئوخشاش تاكتىكا قوللىنىپ، رەقىبلەر بىلەن تەڭ ۋەيران بولۇش، يا باشقىچە يول تۇتۇپ، مۇۋەپپەقىيەتكە يۈزلىنىش كېرەك.)

ئۇنداقتا، سىز كىچىك دائىرىدىكى ماشىنىنى بۆلۈپ سېتىش
سودىگەرلىرىگە قانداق ئېلان ئىشلەپ بېرىشىڭىز كېرەك؟ ئۇنىڭ
جۇغراپىيىلىك ئورنى ئانچە ياخشى ئەمەس، نۇرغۇن ماركېتنىڭ
خادىملىرى ئىشقا خام.

نۇرغۇن رىقابەتچىلەر مەغلۇپ بولغانىكەن، ئۇنداقتا بۇ چاغدا
بەك دەبدەبىلىك ئەمەس، ئاددىي - ساددا، ئەمەلىي ئېلان ئۇسلۇبى-
نى قوللىنىش كېرەك (بۇ ئۇسلۇب ئېلان ساھەسىدە ئىلگىرى
ياخشى ئۈنۈم كۆرسەتكەن). بىز ئېلاندا كەڭ ئىستېمالچىلارغا مۇ-
نۇلارنى ئۇقتۇرىمىز. بىزنىڭ شىركىتىمىز ئەتراپىدىكى مۇھىت
ئانچە ياخشى بولمىغان ماشىنا سېتىش شىركىتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە،
نۇرغۇن ماركېتنىڭ خادىملىرى يېڭى، ئىشقا خام. شۇنىڭ بىلەن
بىللە، ماشىنا تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىشتىكى مەقسەت پايدا
ئېلىش ئىكەنلىكىنى ئېتىراپ قىلىشىمىز كېرەك — ئەڭ بولمىغان-
دا، كارخانىنىڭ نورمال مېڭىپ تۇرۇشىغا كاپالەتلىك قىلىش، بۇ
ئارقىلىق خېرىدارلارغا ئۈزلۈكسىز ھەم مۇكەممەل مۇلازىمەت قى-
لىش. بىز ئىستېمالچىلارغا ھەر قانداق نىمكەش ماشىنىنى كۆر-
سەتمىدۇق، باھانى پەۋقۇلئاددە چۈشۈرۈپ بېرىدىغانلىقىمىزنىمۇ ئې-
لان قىلمىدۇق. بىز ئىستېمالچىلار بىلەن ھېسسىيات جەھەتتە
ئورتاقلىشالىدۇق. ئەگەر بىز ساتقان ھەربىر ماشىنىنىڭ باھاسى
بازار باھاسىدىن تۆۋەن بولسا، بۇنىڭ سەۋەبى، يا ھەربىر ماشىنا
شۇنچىلىك پۇلغا يارايدىغان بولىدۇ، يا بولمىسا سودىگەر ماشىنىنى
زىيىنىغا سېتىۋەتكەن بولىدۇ — ئۇنىڭ ئەمەلىيەتتە تىجارەت قىلىش
خىيالى يوقمۇ؟

بىز نۇرغۇن ئىستېمالچىنى زىيارەت قىلدۇق، ئۇلارنىڭ قانداق
پۇل تاپىدىغانلىقىنى، ئىقتىساد مەسىلىسىنى قانداق ھەل قىلىدىغان-
لىقىنى سۈرۈشتۈرۈپ باقتۇق. بىز ئىستېمالچىلارغا مۇۋاپىق دائى-
رىدە ھەر قانداق مۇلازىمەتنىڭ ھۆددىسىدىن چىقالايدىغانلىقىمىز
ھەققىدە ۋەدە بەردۇق. بۇ ئىستېمالچىلارنى ناھايىتى خۇشال

قىلدى.

مەن كىنونىڭ ئارىسىغا ناھايىتى ئۇزۇن ئېلانلارنى قىستۇرمى-
دىم، بەلكى ئوخشاش بولمىغان نۇرغۇن پروگراممىلار ئارىسىغا
قىسقا - قىسقا قىلىپ ئېلان بەردىم.

مۇنداقچە ئېيتسام، بىزنىڭ رىقابەتچىمىز ئايلىنىۋاتقاندا، بىز
جىددىي ئايلىنىشنى تاللىدۇق. بارلىق ئېلانىنىڭ مەقسىتى ئۆزىمىز
بىلەن ئىستېمالچىلار ئوتتۇرىسىدا ئىشەنچ تىكلەش. چۈنكى، بىز-
نىڭ بىلىشىمىزچە، كۆپ سانلىق ئىستېمالچىلار ماشىنا سودىگەرلى-
رىگە بولغان ئىشەنچىسىنى يوقاتقان. سىز باشقىلارغا مەھسۇلاتى-
ڭىزنى سېتىشتىن ئىلگىرى ئۇلارنىڭ ئىشەنچىسىنى چوقۇم قولغا
كەلتۈرۈشىڭىز كېرەك. سىز ئۇلارنىڭ ئىشەنچىسىگە ئېرىشەلىسە-
ڭىزلا، ئۇلار سىزنىڭ دائىملىق خېرىدارىڭىزغا ئايلىنىدۇ.

ئېلانىنىڭ ئۈنۈمى: «فورد سېتىش ئورنى تىجارەت باشلىغان
دەسلەپكى ئۈچ يىلدا 1 مىليون دوللاردىن ئارتۇق پايدىغا ئېرىشتى.

شەكىلسىز ئۇتۇق: روشەن پاكىتلارغا ئاساسەن ئىشـــىنىپ
قالماڭ.

تۆۋەندىكىسى سىزنىڭ مەسىلىلەرنى قارشى ئېلىشىڭىز كېرەك-
لىكىدىكى ئىككى چوڭ سەۋەب:

1. مەسىلىنىڭ ھەل قىلىنىشىغا ئەگىشىپ، سىزنىڭ ئۆز
ئوبرازىڭىزمۇ قايتىدىن تىكلىنىدۇ. بۇ ئۆزىڭىزنى ئۆزگەرتىشكە
پايدىلىق. شۇنىڭ بىلەن بىللە، سىز ھەربىر مەسىلىنى ھەل قىلىش
جەريانىدا بىلىمىڭىز، تېخنىكىڭىز ۋە تەجرىبىڭىز بارغانسېرى مول-
لىشىپ بارىدۇ، كېيىنكى مەسىلىلەرمۇ ئۈزلۈكسىز ھەل بولۇپ
كېتىدۇ.

2. سىز مول تەسەۋۋۇر كۈچى بىلەن چوڭ بىر مەسىلىنى
ھەل قىلغاندىن كېيىن، كەلگۈسىدە ئادەمنىڭ روھىنى ئۇرغۇتىدى-
غان، پايدىسى كۆپ سودا بىلەن شۇغۇللىنىشقا مەلۇم ئاساس ھازىر-

لىغان بولىسىز. مەسىلىنى ھەل قىلىش جەريانى بىر خىل خەتەرلىك جەريان، ئۇ سىزنى ئىلگىرى بېرىپ باقمىغان يەرلەرگە باشلاپ بارىدۇ، كۆز ئالدىڭىزدا ئاجايىپ مەنزىرىلەرنى نامايان قىلىدۇ. سىز مەسىلىنى ھەل قىلىشقا كىرىشكەندە، ئاجايىپ مۆجىزىلىك بىر ئىش يۈز بېرىدۇ، مەن ئۇنى «ئاڭلاش» دەپ ئاتىدىم.

«ئاڭلاش» مۇنداق تۇغۇلىدۇ: سىزدە بىرەر مەسىلىگە نىسبەتەن قىزىقىش تۇغۇلغاندا، ئۇنىڭغا مۇناسىۋەتلىك ئۇچۇرلارنى «ئاڭلاش»قا باشلايسىز. ئەگەر ئۇ ئالاھىدە مەسىلە بولمىغىنىدا، سىز ئۇ ئۇچۇرلارغا مەڭگۈ دىققەت قىلماسلىقىڭىز مۇمكىن ئىدى. گېزىت - ژۇرناللاردىكى ماقالىلەر، تېلېۋىزىيە، رادىئو پروگراممىلىرى، ئەل - ئاغىنىلەر ئوتتۇرىسىدىكى پاراڭلار، چېركاۋدىكى ۋەز - نەسىھەتلەر — مانا بۇلارنىڭ ھەممىسى تۇيۇقسىز قۇلىقىڭىزغا كىرىدۇ، سىزنىڭ قاتتىق دىققەت - ئېتىبارىڭىزنى قوزغايدۇ. بۇ چاغدا، «ئاڭلاش» ئۇچۇرغا ئېرىشىشنىڭ بىردىنبىر يولى بولۇپ قالىدۇ.

ئۆزۈمنى ئېلىپ ئېيتسام، مەن ئۇ ئۇچۇرلارنىڭ باشتىن - ئاخىر مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدىغانلىقىغا تازا ئېنىق بىر نېمە دېيەلمەيمەن، يەنە كېلىپ، بۇنىڭغا دىققىتىمنى ئاغدۇرۇپ باقماپتىمەن؛ ياكى مەن مەلۇم ماگنىت كۈچىدىن ئازاد بولدۇممۇ - يوق؟ بۇ مېنىڭ مەسىلىلەرنى ھەل قىلىشىمغا ياردىمى بولىدىغان يېڭى پۇرسەت ياكى ئادەملەرنى ئۆزىگە جەلپ قىلالامدۇ؟ ئەمەلىيەتتە بۇلار مۇھىم ئەمەس، پەقەت «ئاڭلاش» ئۆز رولىنى ھەقىقىي جارى قىلدۇرالىسىلا بولىدى.

سىز جاۋاب ئىزدەش جەريانىدا، چوقۇم پۈتۈن زېھنىي كۈچ ۋە قىزغىنلىقىڭىزنى ئىشقا سېلىڭ. سوئال سوراشتىن قورقماڭ، بۇنىڭ بىلەن باشقىلار سىزنى كاللىسى ئىشلىمەيدىكەن، دەپ قالمايدۇ، پەيلاسوپ ۋېير روبېرسنىڭ بىر گېپى ئېسىڭىزدىمىكىن:

«سانسىز قېتىم ئۆزگىرىپ تۇرىدىغان مەسىلە ئالدىدا ھەممىمىز بىلمىسىز». بىز نۇرغۇن كەسپىي نەرسىلەرنى بىلمىسەكمۇ، لېكىن مۇتەخەسسىسلەر ئۆزلىرىنىڭ ساھەسىگە قىزىققانلىقىمىزدىن خۇشال بولىدۇ.

خاتالىق ئۆتكۈزۈپ قويۇشتىن قورقماڭ

سىز كىچىك خاتالىق ئۆتكۈزسىڭىز، ئۇنى ئۆتكۈنچى يامغۇر دەپ بىلىڭ، كۈلۈپلا ئۆتكۈزۈۋېتىڭ! ھەر قانداق ئادەم بىخەستەلىكى ياكى ئەتراپلىق ئويلانمىغانلىقى سەۋەبلىك خاتالىق ئۆتكۈزۈپ قويىدۇ. بۇنداق خاتالىقلارنىڭ سادىر بولۇشى يا سىزنىڭ ئۇنىڭغا كۆڭۈل قويىدىغانلىقىڭىز، يا بەك قىزىقمىغانلىقىڭىزدىن بولىدۇ.

لېكىن، ئەگەر سىز ئۇنىڭغا نۇرغۇن كاللا قاتۇرغان، تەتقىقات خىزمىتىگە پۈتۈن ۋۇجۇدىڭىز بىلەن كىرىشكەن بولسىڭىزمۇ، يەنىلا چوڭ خاتالىق كۆرۈلسە، ياكى سىز ھەرخىل لايىھىلەرنىڭ پايدا - زىيىنىنى ناھايىتى ئىنچىكىلىك بىلەن دەڭسەپ بېقىپ، ئاندىن چىقارغان قارارىڭىزنىڭ خاتا ئىكەنلىكى ئىسپاتلانسا، بۇ چاغدىكى خاتالىقتىن ھەرگىز خاپا بولمىسىڭىز بولىدۇ.

ئۇلۇغ كالتەك توپ تەنھەرىكەتچىسى بارىي رۇس ھازىرغىچە ئىككى خىل رېكورتنى ساقلاپ كېلىۋاتىدۇ: بىرى، توپ ئۇرۇپ نومۇر ئېلىش رېكورتى. يەنە بىرى بولسا، ئۈچ قېتىم توپ ئۇرۇپ تەگكۈزەلمەسلىك رېكورتى. لېكىن، كەڭ توپ مەستانىلىرىنىڭ ئۇنى ئېسىدىن چىقارماسلىقى ھەرگىزمۇ ئۇنىڭ ئۈچ قېتىم توپ ئۇرۇپ تەگكۈزەلمىگەنلىكى سەۋەبىدىن ئەمەس.

ئىنسانلارنىڭ ئىلىم - پەن ئۈستىدە ئىزدىنىش تارىخىنى ۋاراقلاپ باقىدىغان بولساق، پەن - تېخنىكىنىڭ ھەربىر قەدەم ئىلگىرىلىشى ئانچە ئوڭۇشلۇق بولغان ئەمەس، ئىلگىرىلەش قەدىمىگە بىر قاتار خاتالىق ۋە مەغلۇبىيەتلەر ھەمراھ بولۇپ ماڭغان. لېكىن، ئاتالمىش «پەن» دېگىنىمىز، مەسىلىنى سىستېمىلىق ھەل

نىلىشنىڭ بىر يۈرۈش ئۇسۇلى ئەمەسمۇ؟ ھەر قېتىملىق «مەغلۇبەيەت» سىزنى توغرا جاۋابقا تېخىمۇ يېقىنلاشتۇرىدۇ!

مەن تېلېفون ئارقىلىق «خېرىدار قازىدىغان» بىر سۇغۇرتا ۋاكالەتچى سودىگەرنى تونۇيمەن. ئۇنىڭ ماڭا دەپ بېرىشىچە، ئۇ ھېسابلاپ باقسا، ئوتتۇرا ھېساب بىلەن ھەر ئون قېتىم «قارىسىغا ئۇرغان تېلېفون» (يوشۇرۇن خېرىدارلارغا ئۇرغان تېلېفون) نىڭ توققۇزىنىڭ نەتىجىسى «NO»، پەقەت بىرىنىڭ نەتىجىسىلا «YES» بولىدىكەن. شۇڭا، ھەر قېتىم كۆرۈلگەن «NO» ھەرگىزمۇ ئادەتتىكى رەت قىلىش ئەمەس، ئۇ شۇتىنى ياماشقاندا چوقۇم بېسىپ ئۆتۈشكە تېگىشلىك بىر بالداق. ئۇنىڭدا توققۇز «NO» چىقىپ بولغاندىن كېيىن، ئەڭ ئاخىرىدا ئۆزى كۈتكەن «YES» قا ئېرىشىشكە نىسبەتەن يېتەرلىك سەۋرچانلىق بولۇش كېرەك. چۈنكى، «YES» شوتىنىڭ ئەڭ ئۈستىگە ئورۇنلاشقان بولۇشى مۇمكىن!

مېنىڭ بىردىنبىر سوئالىم: دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ياردىمىدە، ئۇ يوشۇرۇن خېرىدارلارنىڭ پەيدا بولۇش نىسبىتىنى يۇقىرى كۆتۈرەلەمدۇ. مەسىلەن، ھەر بەش «NO» دا بىر «YES» نى پەيدا قىلالامدۇ؟

بىر نەچچە يىل ئىلگىرى، مەن ئۆي - زېمىن سودىگەرلىرىگە قارىتىلغان تىجارەتچىلەرنى تەربىيىلەش كۇرسىنى تەشكىللەشكە قاتناشتىم. ئۇنىڭدىن ئىلگىرى، ئەڭ مۇۋەپپەقىيەت قازانغان بەزى ئۆي - زېمىن سودىگەرلىرىنى زىيارەت قىلىش ئارقىلىق، نىشانلىق بازارنى قانداق بېكىتىش، يەر مۈلكى تۈرلىرىنى قانداق تونۇشتۇرۇش ۋە ئەڭ ئاخىرىدا ئۆي - زېمىننى قولدىن چىقىرىش دېگەندەك تەرەپلەردە مۇۋەپپەقىيەتلىك تەجرىبىلەرنى توپلىغانىدۇق.

بىز بۇ مۇۋەپپەقىيەت تەجرىبىلىرىنى تاللاپ ۋە پىششىقلاپ، ئاندىن ئۇلارنى كۇرسقا قاتناشقان تىجارەتچىلەرگە يەتكۈزدۇق. مانا

بۇ مۇۋەپپەقىيەت يولىغا ئېلىپ بارىدىغان ئاساسلىق ئەندىزە ئىدى. چۈنكى، بىزدە ئۇلارغا ۋەدە بەرگۇدەك ئىقتىدار بار ئىدى، ئەگەر ئۇلار تەربىيىلەش پىلانى بويىچە بىر قەدەم - بىر قەدەمدىن ئىلگىرىلىسە، تۆۋەندىكى نەتىجىگە ئېرىشەتتى:

ئۇلار ھەر بەش تېلېفون ئۇرغاندا، يوشۇرۇن خېرىدارلار بىلەن بىر كېلىشىم ھاسىل قىلالايتتى. بۇنداق ھەر ئۈچ كېلىشىمنىڭ بىرى داۋاملىق ئورۇندىلىدىغان كېلىشىم بولاتتى، قالغان ئىككىسى بولسا ئەمەلدىن قالدۇرۇلاتتى. كېلىشىمنى ئورۇندايدىغان ھەر ئۈچ يوشۇرۇن خېرىدارنىڭ بىرى ئۆي - زېمىننى كۆزدىن كەچۈرەتتى. شۇڭا، ھەربىر ئۆي - زېمىن سودىگىرى 135 قېتىم تېلېفون ئۇرسىلا، بىر قېتىمدىلا سېتىپ بولۇش پۇرسىتىگە ئېرىشىشى مۇمكىن. چۈنكى، ئوتتۇرا ھېساب بىلەن پۈتكەن بىر سودىنىڭ كېلىشتۈرۈش ھەققى 850 دوللار، بۇنداق بولغاندا، سىز ئېرىشكەن كونكرېت نەتىجە «YES» ياكى «NO» بولسۇن، ھەربىر ئۇرغان تېلېفونىڭىزنىڭ ھەققى 6.30 دوللار بولۇشى مۇمكىن! ئەگەر ھەربىر تىجارەتچى كۈنىگە 30 قېتىم تېلېفون ئۇرسا، ھەپتىسىگە بەش كۈن ئىشلىسە، يىلىغا ئىككى ھەپتە ئارام ئالسا، ئۇنداقتا، ئۇنىڭ يىللىق كىرىمى 47 مىڭ 250 دوللار بولۇشى كېرەك!

مۇۋەپپەقىيەت بىر خىل نەزەر دائىرىسى مەسىلىسى. نائۈمىدلەر بوتۇلكىنىڭ قۇرۇق تۇرغان يېرىمىنى كۆرىدۇ، ئۈمىدۋارلار بولسا، بوتۇلكىنىڭ يېرىمى بولسىمۇ تولۇپ تۇرغانلىقىنى كۆرىدۇ.

خوتۇنۇم مەن تونۇشىدىغان كىشىلەر ئىچىدىكى ئەڭ ئۈمىدۋار بىر ئادەم. مەن ئۇنىڭغا دائىم شۇنداق چېقىشىپ قويىمەن. ئەگەر ئۇ ئۆينىڭ ئوتتۇرىسىدا بىر كالالەك ئاتنىڭ تېزىكىنى كۆرسە، ئۇ چاۋاك چالغىنىچە ۋارقىرايدۇ: «بالىلىرىم، تېز كىرىپ قاراڭلار، بىرى بىزگە بىر ئات ئەكېلىپ بېرىپتۇ!»

ئۇ ھەر كۈنى سەھەردە ئورنىدىن سەكرەپ تۇرۇپ، يېڭى بىر كۈندە ئۆزىنى كۈتۈپ تۇرغان خۇشاللىقلارنى ئىزدەيدۇ.

ئۇ ئۆزىنى ھەممە ئادەمنىڭ ياخشى كۆرىدىغانلىقىنى بىلىدۇ. چۈنكى، باشقىلار ئۇنىڭ قىزغىنلىقى ۋە قىزىقىشىنىڭ تەسىرىگە دائىم ئۇچراپ تۇرىدۇ. ئەگەر ئايرىم ئەھۋالدا باشقىلار ئۇنىڭ مېھرىي كۆچىگە ئانچە ئېتىبار قىلىپ كەتمىسە، ئۇمۇ ناھايىتى قىسقا ۋاقىت بىئارام بولىدۇ. ئەگەر ئۇ ئىشنى يەنىلا كۆڭلىدىن چىقىرىۋېتەلمىسە، ئۆزىنى ئاقلىماقچى بولغاندەك: «ئۇلارنىڭ نېرىسى چاتاقمۇ قانداق!» دەپ ئويلايدۇ.

سىز بەلكىم مەندىن نېمە ئۈچۈن ساتقۇچىلار توغرۇلۇق يېزىۋېرىسىز، دەپ سورىشىڭىز مۇمكىن. سەۋەبى ناھايىتى ئاددىي، چۈنكى بىز ھەممىمىز ساتقۇچىغۇ! سىز تېخى قولىڭىزدىن ھېچ ئىش كەلمەيدىغان بوۋاق ۋاقتىڭىزدا، ئۆزىڭىزنىڭ سۈت ئىچمەكچى ئىكەنلىكىڭىزنى ھەرخىل ئاماللار بىلەن ئاپىڭىزغا ئۇقتۇرىسىز. بالىلىققا قەدەم قويغان ۋە ئۆسۈپ يېتىلىش جەريانىدا، ھەرخىل «سېتىش ماھارىتى»نى ئىشقا سېلىپ، ئۆزىڭىز ئېرىشمەكچى بولغان نەرسىنى ئاتا - ئانىڭىزدىن ئۈندۈرۈۋالىسىز. سىز ئۆزىڭىزنى سۆيگۈنىڭىزگە، خوجايىنىڭىزغا، ئىستېمالچىلارغا ۋە دوست - بۇرادەرلىرىڭىزگە «سېتىش»قا موھتاج. بۇ ئۆز ئىچىگە ئالغان ماھارەت بىر - بىرىدىن چوڭ پەرقلەنمەيدۇ. بۇ ماھارەت ئۇلار موھتاج بولغان نەرسىنىڭ ئۆزىڭىزدە بار ئىكەنلىكىنى ئۇلارغا نامايان قىلىشتۇر — مەيلى ئۇ نەرسە پەقەت «سىزنىڭ ئۇلارغا بولغان ھۆرمىتىڭىز ۋە ئىززىتىڭىز» بولسۇن، مەيلى ئۇ نەرسە پەقەت «ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ مەجبۇرىيىتىنى ئادا قىلىش ئارقىلىق ئېرىشكەن ئىززەت - ھۆرمەت» بولسۇن.

بىز ھەممىمىز ساتقۇچى — مەيلى نەتىجىمىز ياخشى ياكى يامان، ياخشى ئەمەس ياكى يامان ئەمەس بولسۇن. نەتىجىسى ياخشى سودىگەرلەر نېمە ئۈچۈن تېخىمۇ كۆپ پايدىغا ئېرىشەلەيدۇ؟ بۇنىڭ سەۋەبى، چۈنكى ئۇلارنىڭ بازار ۋە ئۆزىگە بولغان ئۈمىدى بىر قەدەر يۇقىرى.

«نېمە ئۈچۈن» دەپ سوراشتىن قورقماڭ

باللار دۇنياغا كۆز ئاچقاندىن كېيىنكى ئالتە يىل ۋاقىت ئىچىدە ئەڭ كۆپ نەرسە ئۆگىنىۋالالايدۇ، بۇنىڭ قىلچە ھەيران قالغۇچىلىكى يوق. بىز ئۇلارغا تەربىيىمىزنى باشلاپ، ئۇلارنى تېخىمۇ كۆپ نەرسىلەرنى ئېسىدە ساقلاشقا مەجبۇرلاشتىن ئىلگىرىلا، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ قىزىقىشىنى ئاڭلىق ھالدا يېتىلدۈرۈشكە باشلىغان، «نېمە ئۈچۈن» دېگەن سوئالنى توختىماي قويۇش ئارقىلىق، ئۆزىنىڭ قىزىقىشىنى قانائەتلەندۈرۈپ كەلگەن.

مەكتەپتە ئۆگىتىلىدىغان ئەڭ ياخشى ئىككى دەرس «مىدىرلىماي تۈز ئولتۇر» ۋە «جىم ئولتۇر» دېگەندىن ئىبارەت. بىر بالا بۇ ئىككى دەرسنىڭ سىنىقىدىن ئانچە كۆچىمەيلا «ئۆتۈپ» كېتىدۇ. باللار بىلەن روشەن سېلىشتۇرما بولۇپ تۇرغىنى، چوڭلار نېمە ئۈچۈن شۇنچە پاسسىپ؟ ئۇلارنىڭ زېھنى (بۇ يەردە ئاساسلىقى ئىنتىلىشچانلىقى كۆزدە تۇتۇلىدۇ) شۇنچىلىك ئاجىزمۇ؟ ئۇلار ھەرخىل تەرتىپ - تۈزۈملەرنى ئادەتتە نېمە ئۈچۈن سوراپمۇ قويماي قوبۇل قىلىدۇ؟

بۇنىڭدىكى سەۋەب، ئۇلار «جەمئىيەت ۋە باشقىلار بىلەن ئىناق ئۆتۈش ئۇسۇلى» دېگەن دەرسنى ئۆگەنگەن، يەنە كېلىپ، بۇ دەرسنى ھەممە ئادەم ناھايىتى ياخشى ئۆگەنگەن.

لېكىن، «ئىناق ئۆتۈش»تىلا توختاپ قالسا بولمايدۇ - دە! سىز داۋاملىق ئالغا ئىلگىرىلىشىڭىز، كىشىلىك ھاياتىڭىز نىشانلىرىغا ئۈزلۈكسىز ئۇرۇش ئېلان قىلىپ تۇرۇشىڭىز كېرەك! «نېمە ئۈچۈن» دەپ سوراشقا جۈرئەت قىلالايدىغان ئادەملەر بىرەر ئىشنى «قىلىپ»لا قالماي، يەنە ئۇنىڭ ئۈستىدە «پىكىر يۈرگۈزىدۇ.» پىكىر يۈرگۈزگەندىلا، ئاندىن مەسىلىنى ھەل قىلىشنىڭ تېخىمۇ ياخشى يوللىرىنى تاپقىلى بولىدۇ. سودا پائالىيىتى نۇرغۇن پىكىر يۈرگۈزگۈچىلەرگە موھتاج. سودىغا كىرىشكەن پىكىر يۈرگۈزگۈچىلەر چوقۇم مول جاۋابقا ئېرىشەلەيدۇ، چۈنكى سودا جېڭىدە

بۇنداق تالانت ئىگىلىرى ھەقىقەتەن كەمچىل. ئەمەلىيەتتە، سىزنىڭ پىكىر يۈرگۈزگۈچى بولمىقىڭىز ئانچە تەس ئەمەس، بىر خاسىيەتلىك سۆز — «نېمە ئۈچۈن»نى ئىشلىتىپ تۇرسىڭىزلا بولىدى.

ئاكتىپلىق بىلەن پۇرسەت تۇتۇشتىن قورقماڭ

تەسەۋۋۇر قىلىپ بېقىڭ، سىز تونۇشىدىغان كىشىلەر ئارىسىدا ئاچلىقتىن ئۆلگەنلەر بارمۇ؟ ئەگەر يوق بولسا سىز تېخىمۇ ئاچ قالماسلىقىڭىز كېرەك.

سىز قەيەرگە بارىدىغانلىقىڭىزنى بىلىۋالغىنىڭىزدا — سەكرەڭ!

ئەگەر سىز بىلەن قارشى قىرغاقنىڭ ئوتتۇرىسىدا ئىككى فۇت كەڭلىكتە بىر چوڭقۇر جىلغا بار دېسەك، ئەگەر پەسكە غۇلاپ چۈشۈشنى خالىمىسىڭىز، ئۇنداقتا قورقۇمسىراپ كىچىك قەدەم ئالماي، باتۇرلۇق بىلەن چوڭ قەدەم ئېلىپ سەكرەڭ.

80 ياشقا يېقىنلىشىپ قالغان قېيناتامنىڭ ماڭا قىلغان گەپلىرى پەقەت ئېسىمدىن چىقمايدۇ. ئەينى چاغدا، بىر يۈرۈش يېڭى ئۆي سېتىۋالماقچىدۇق، مەن سەل جىددىيلىشىپ بىر قارارغا كېلەلمەيۋاتاتتىم. بۇنىڭدىن كېيىنكى بىرنەچچە يىلدا ئۆي سېتىۋالغان پۇلنى قايتۇرۇپ بولۇشۇمغا كۆزۈم يېتەتتى. لېكىن، ئەگەر بىرەر ئۆزگىرىش بولۇپ قالسا ...

شۇ چاغدا قېيناتام ماڭا مۇنداق بىر گەپنى قىلدى:

«— ئەڭ يامان تەرىپىنى ئويلىغاندىمۇ، كەلگۈسىدە نېمە ئىشلار يۈز بېرىدىغانلىقىنى كىم پەرەز قىلالايدۇ؟ سىز بەلكىم ئۇ يېڭى ئۆيدە خېلى ئۇزۇن يىللار تۇرۇپ، ئاندىن ئۇنىڭدىن بىراقلا ئايرىلىپ قېلىشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، ئاشۇ بىر نەچچە يىلدا سىز ئەڭ بولمىغاندا بىر چىرايلىق ئۆينى ئىلكىڭىزدە تۇتۇپ تۇرغان بولىسىز، مەڭگۈ ئۆچمەيدىغان بىر گۈزەل ئەسلىمە خاتىرىڭىزدە ساقلىنىپ قالىدۇ. شۇنداق ئىكەن، نېمە ئۈچۈن قەيسەرلىك بىلەن قارار چىقىرالمايسىز؟ — ئۇ بىر ئاز توختىۋالدى، ئەمدى ئۇ

ئۆزىنىڭ ھايات كەچۈرمىشلىرىنى سۆزلەيدىغان بولدى دەپ ئويلىدىم، — بىلەمسىز، — ئۇ سالماقلىق بىلەن گېپىنى داۋاملاشتۇردى، — ئۆمرۈمدە بىردىنبىر پۇشايمان قىلىدىغان ئىشلار مەن قىلىپ باقمىغان ئىشلاردۇر.»

ھەر كۈنى ئېنىق بىر ۋاقىتنى چىقىرىپ، ئۆزىڭىزنىڭ يېڭى تۇرمۇشىنى قۇرۇڭ. بۇ ھەر كۈنى ئەتىگەن ئورنىڭىزدىن تۇرغاندا ۋە كەچتە ئۇخلاشتىن ئىلگىرى ئېلىپ بارىدىغان كۈندىلىك باياناتنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ھەر قېتىملىقىغا 20 مىنۇت ۋاقىت سەرپ قىلىڭ. ھەر كۈنى ئۆزىڭىزگە بېرىدىغان ياخشى تەكلىپلەرگە ئون مىنۇت ۋاقىت سەرپ قىلىڭ. ئاندىن يېرىم سائەت ياكى بىر سائەت ۋاقىت (بۇ سىزنىڭ قانچىلىك ۋاقىت چىقىرالايدىغانلىقىڭىزغا باغلىق) ئاجرىتىپ، نىشانلىرىڭىزنى رېئاللىققا ئايلاندۇرۇڭ. تۆۋەندىكى تۆت ھەرپىنى ئېسىڭىزدىن چىقارماڭ:

P, V, S, R — Raed (ئوقۇش)! Study (ئۆگىنىش)! Visualiza (تەسەۋۋۇر)! Perform (ئورۇنداش)!

بىر كۈن ئىچىدىكى سىز ئويغاق يۈرگەن 16 سائەت ۋاقىت ئىچىدە، ئوتتۇرا ھېساب بىلەن بىر يېرىم سائەت ۋاقىتتا، يەنى 16 سائەتنىڭ %9 ۋاقتىدا، سىز نېمە ئىشلارنى قىلىدىڭىز؟ ئادەتتە، سىز بۇ %9 ۋاقىتنى ئورۇنسىز ئەندىشە ياكى تېلېۋىزور كۆرۈش، ياكى باشقا ئەھمىيەتسىز ئىشلارنى قىلىش بىلەن ئۆتكۈزىسىز، ۋاقىت مانا مۇشۇ جەرياندا ئاستا - ئاستا ئۆتۈپ كېتىدۇ. لېكىن، ئۆمرىڭىزدىكى پۈتۈن ۋاقىتنىڭ %9ى يەتتە يىل بولىدىغۇ! ئۆمرىڭىزنىڭ يېرىمى ئۆتۈپ كەتكەن تەقدىردىمۇ، %9 يەنىلا ئۈچ يىلچە ۋاقىت بولىدۇ. ئويلاپ بېقىڭ، مۇشۇ ئۈچ يىلدا زېھنىڭىزنى مەركەزلەشتۈرۈپ ئىش قىلغان بولسىڭىز، ھەل قىلغىلى بولمايدىغان يەنە نېمە ئىش قالاتتى؟

شۇڭا، «ۋاقىت يوق» دەپ ماڭا زارلانماڭ. مەن تونۇشىدىغان ئەڭ ئەقىللىق بىر ئادەم ماڭا: «كۆپ سانلىق كىشىلەر تۇرمۇش

ھەلەكچىلىكىدە پۇل تېپىش بىلەنلا ئالدىراش يۈرىدۇ» دېگەنىدى. ئۇنىڭ بۇ گېپىنىڭ ناھايىتى يوللۇق ئىكەنلىكىنى مەن ناھايىتى تېزلا ھېس قىلدىم.

ھەربىر گېزىت - ژۇرنالدا ھەر خىل «تىجارەت پۇرسىتى» ئېشىپ - تېشىپ تۇرۇپتۇ — ئەلۋەتتە، بۇ نۇقتىلىق مەخسۇس ئىستوندىكى ئېلانلارنى ئۆز ئىچىگە ئالمايدۇ. بۈگۈنكى كۈندە گېزىت - ژۇرناللاردا ئېلان قىلىنىۋاتقىنى پۈتۈنلەي كىشىلەر قىزىقىدىغان، كۆڭۈل بۆلىدىغان مەسىلىلەر.

تۆۋەندىكىلەر مەلۇم بىر كۈندىكى گېزىت - ژۇرناللارنىڭ تېمىسى ۋە ئۇلار ھەدەپ تونۇشتۇرغان مەھسۇلاتلار — ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى كۆپىنچىسى بىۋاستە سېتىش ئۇسۇلىنى قوللانسا بولىدۇ، ياكى قوللانغان.

◆ «ئاخىرقى ئۆمرىنى بەختلىك ئۆتكۈزۈش»

— ياشانغانلار ئۆزىدە بار بولغان نۇرغۇن پۇلنى دەم ئېلىش، كۆڭۈل ئېچىش پائالىيەتلىرىگە ئىشلەتسىمۇ، نەۋرىلىرىگە سوۋغات ئېلىپ بېرىشكە ئىشلەتسىمۇ بولىدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىللە ئۇلار مال - مۈلۈك بېجى، داۋالىنىش ۋە سالامەتلىكىنى ئاسراش ئىشلىرىغىمۇ ناھايىتى كۆڭۈل بۆلىدۇ.

◆ «ئەرز سۇنغان شىركەت ئەرزىنى قايتۇرۇۋېلىشقا قوشۇلدى»

— ئىستېمالچىلارنىڭ ھوقۇق - مەنپەئىتىنى قوغدايدىغان بىر گېزىت سىز تۇرۇۋاتقان شەھەردىكى تىجارەت ئالدامچىلىقى قىلمىشىدىن سىزنى ئاگاھلاندۇرىدۇ.

◆ «سەككىز كۈن داۋاملىشىدىغان ئىنجىل مۇھاكىمە يىغىنى مۇشۇ يەردە ئېچىلىدۇ.»

— يىغىن قاتناشچىلىرى تۇرالغۇ ۋە ساياھەت ئورۇنلىرىغا موھتاج. ئەلۋەتتە، خاتىرە بۇيۇمىنى ئۇنتۇپ قالماڭ.

◆ «تەرەپ - تەرەپ بولۇپ سوقۇشۇشتا زىيانكەشلىككە ئۇچرىغانلارنىڭ ئائىلىسىدىكىلەر يۇقىرىغا ئەرز سۇندى.»

— جەمئىيەت ھەقىقەتەن زوراۋانلىق بىلەن توشۇپ كەتتى. ھەربىر ئادەم يېنىغا سىگنال بەرگۈچ ئورنىتىۋېلىش تەكلىپى كۆڭلىڭىزگە ياقامدۇ؟

◆ «بېنزىن كرېدىت كارتىسى بېجىرىش ھەققى يەنە تۆۋەنلىتىلدى.»

— باھا چۈشۈرۈلگەنلىكىنى بىلدۈرىدىغان ئۇچۇر قوللانمىسىنى كۆزگە ئاسان تاشلىنىپ تۇرىدىغان قىلىپ ئىشلەش پىلانى كۆڭلىڭىزگە ياقامدۇ؟

◆ «مۇھىت ئاسراش ئورگانلىرى ماشىنىنىڭ قۇيرۇق گاز قويۇپ بېرىشىنى چوقۇم ئۆلچەمگە يەتكۈزۈشنى تەلەپ قىلدى.»

— ئۇنداقتا، ئەپچىلىكىنە زەھەردىن ساقلىنىش نىقابى لايىھەلەش كۆڭلىڭىزگە ياقامدۇ؟ يەنىمۇ ئەستايىدىل جاۋاب: تەبىئىي گاز ئاساسەن بۇلغىنىشنى كەلتۈرۈپ چىقارمايدىغان بىر خىل ئېنېرگىيە بولۇپ قالدى. ئەگەر تەبىئىي گاز يېقىلغۇ قىلىنسا، ماتورنىڭ ئۆمرىنى ئۈچ ھەسسە ئۇزارتقىلى بولىدۇ، يەنە ئاپتول ۋە سىلىقلاش مېيىنى تېجەپ قالغىلى بولىدۇ. ئۇنىڭ بىردىنبىر يېتەرسىزلىكى: ماشىنىنىڭ سۈرئىتىنى ئاشۇرۇش 10% تۆۋەنلەپ كېتىدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە، ماشىنىغا تەبىئىي گازنى بىر قېتىم لىق قاچىلىسا، كۆپ بولغاندا ئاران 120 مىل مۇساپىنى باسقىلى بولىدۇ. لېكىن، ماشىنىنىڭ سۈرئىتىنى توققۇز سېكۇنت ئىچىدە نۆلدىن بىراقلا 60 مىلغا چىقىرىشقا كىم ئېھتىياجلىق؟ مەن ئون

سىكۇنت ئىچىدە شۇ سۈرئەتكە يەتسەملا بولدى. 500 دوللارلىق قوش يېقىلغۇلۇق سىستېما بازارغا سېلىندى، ئىككىلەنمەڭ، دەرھال ئورنىتىڭ! بۇنداق بولغاندا، سىز ئۇزۇن سەپەرلەرگە ئوخشاشلا خاتىرجەم ئاتلىنالايسىز. لېكىن، سىز يېقىن ئەتراپتىكى شەھەرنى ساياھەت قىلغاندا تەبىئىي گاز ئىشلەتسىڭىز بولىدۇ. مۇتەخەسسىسلەرنىڭ ھېسابلىشىچە، قوش يېقىلغۇلۇق سىستېما ئورنىتىلغاندىن كېيىن، تەبىئىي گاز يېقىلغۇسى ئىشلەتكەن مىل سانى ئومۇمىي مىل سانىنىڭ 90% گە يېتىدىكەن. ماشىنا باسىدىغان مۇساپىنىڭ ئومۇمىي ئۇزۇنلۇقىدا ئۆزگىرىش بولمايدىكەن. لېكىن، تەبىئىي گازنىڭ باھاسى بېنزىن باھاسىدىن نەچچە ئون سېنت تۆۋەن (مەن بۇ جەھەتتىكى تەتقىقاتقا تاسادىپىي ئارىلىشىپ قالغان، لېكىن مەن ئاچ كۆز ئەمەس!)

◆ «قار قېلىن يېغىپ كەتكەچكە، ئوتتۇرا شەرقىي رايوننىڭ قاتنىشى قالايمىقانلىشىپ كەتتى.»

— يولغا قېلىن قار چۈشۈپ كەتكەندە، يول ئاستىغا توك ئەدىيالغا ئوخشاش توك سىمى ئورنىتىلسا، ئۇنىڭ ئىسسىق ئۆتكۈزۈشى بىلەن يولدىكى قار تېز ئېرىپ كېتەمدۇ؟

◆ «تەكشۈرۈشتە 48 گۆش ئىسكىلاتى تازىلىقتا لاياقەتسىز بولۇپ چىقتى.»

— بۇنداق مەسىلىلەرنىڭ ئوڭۇشلۇق ھەل بولۇشى ئۈچۈن، سىز ئۇزۇن مەزگىللىك بىر مۇلازىمەت تورىنى يولغا قويالامسىز؟

خەۋەر توغرۇلۇق مۇشۇنچىلىك سۆزلىسەك بولار! مەن ئۇ ئېلانلارنى كۆرگەندىن كېيىن، ئۇلارنىڭ ئىچىدە بىۋاسىتە سېتىش شەكلىنى قوللىنىشقا بولمايدىغان بىرەر مەھسۇلاتنى ئۇچرىتالمىدىم. يەنە كېلىپ، ئۇلارنى تېز، ئەرزان ساتقىلى بولىدۇ. ھەتتا ماشىنىلارنىمۇ ئاشۇ ئۇسۇلدا ساتقىلى بولىدۇ. بىلىشىمچە، ئىستېمالچىلار

ماشىنىنى بىۋاسىتە ساتقۇچىلاردىن ئالسا، نەچچە يۈز دوللارنى ئىقتىساد قىلىپ قالالايدۇ.

مەن ھازىرغا قەدەر ئالاھىدە مەھسۇلات يارىتىش ۋە مۇلازىمەت قىلىش يوللىرىدىن سىزگە خېلى كۆپ سۆزلەپ بەردىم. سىز ئەتراپىڭىزدىكى پۇرسەتلەرگە ھەقىقىي كۆڭۈل قويۇپ دىققەت قىلغاندىن كېيىن، بەزى ئەڭ ياخشى يوللار ئالدىڭىزدا پەيدا بولۇپ قېلىشى مۇمكىن.

1. بىز ئوغرىدىن ساقلايدىغان كۆرۈنمەس پاراشوكنى تەتقىق قىلىپ ياساۋاتىمىز، لېكىن ياساش جەريانى بىز ئويلىغاندەك ئانچە ئوڭۇشلۇق بولمىدى. ئەمما، بىز كۆرۈنمەس پاراشوك ياساش ھۈنىرىدىن پايدىلىنىپ مىلاد بايرىمى زىننەت بۇيۇملىرىنى ياسىغىلى بولىدىغانلىقىنى تۇيۇقسىز بايقاپ قالدۇق. بۇ خىل ھۈنەردە ياسىغان زىننەت بۇيۇملىرى ئاسان بۇزۇلمايدىغان، كېچىسى پارقىراشتەك ئالاھىدىلىكلەرگە ئىگە ئىدى. يەنە كېلىپ، ھەربىر زىننەت بۇيۇمىنىڭ سېتىلىش باھاسى ئاران بەش سېنت بولاتتى. بىز قىسقىغىنا بىر نەچچە يىل ئىچىدىلا، بۇنداق زىننەت بۇيۇمىدىن نەچچە مىليوننى سېتىپ بولدۇق.

2. بىر كۈنى، بىر يېقىن ئاغىنەم بىلەن پاراڭلىشىۋېتىپ، ئۇنىڭ قولىدا بىر كىتاب ئورىگىنالى بارلىقىنى ئۇقتۇم. ئۇ «قانداق قىلغاندا 500 دوللاردىن ئارتۇق پۇل خەجلىمەي ئۆز ئائىلىسىگە سۇ ئۈزۈش كۆلچىكى ياسىغىلى بولىدۇ» دېگەن مەزمۇندىكى ئورىگىنال ئىكەن. مەن ئاغىنەم بىلەن كېلىشكەندىن كېيىن، ئۇ كىتابنى نەشر قىلدۇردۇم. ئۇ كىتابنىڭ ھەربىرىنىڭ تەننەرخى 50 سېنتقا توختىدى، كىتابقا ئون دوللاردىن باھا قويۇپ ساتتۇق. ئەلۋەتتە، بۇ كىتابنى سېتىۋالغان خېرىدارلار ئېرىشكەن پايدا ئون دوللاردىن كۆپ ئېشىپ كېتىدۇ.

3. گېزىت - ژۇرنال چىقىرىدىغان بىر ئىدارىنىڭ تىجارەت

بۆلۈمدە ئىشلەيدىغان بىر ئادەم ماڭا چاقچاق قىلىپ: «ماڭا ئازادەرەك بىر ياشاش يولى تېپىپ بېرەلەمسىز؟» دېگەنىدى. ئۇنىڭ بىرەر نەرسە سېتىپ، ھازىرقى مەنىسىز تۇرمۇشتىن قۇتۇلغۇسى بار ئىكەن. مەن ئۇنىڭدىن قانداق ئىشلارنى ياخشى كۆرىدىغانلىقىنى سورىدىم. ئۇ چىشلىرىنى پارقىرىتىپ كۈلگىنىچە: «ئات بەيگىسىگە دو تىكىشنى ياخشى كۆرىمەن» دېدى. مەن ئۇنىڭدىن ئات بەيگىسىگە دو تىكىشنى پىششىق بىلىدىغان ـ بىلمەيدىغانلىقىنى سورىدىم، ئۇ: «پىششىق بىلىمەن» دەپ جاۋاب بەردى. شۇنىڭ بىلەن، مەن ئۇنىڭغا مۇشۇ توغرۇلۇق بىر كىتاب يېزىش تەكلىپىنى بەردىم. مەن ئىككى يىلغىچە ئۇنىڭغا ئىلھام بېرىپ تۇردۇم، لېكىن، ئۇ ھەر قانچە قىلىپمۇ كىتابنى يېزىپ چىقالمىدى. شۇنداقتىمۇ، ئۇ كېيىن لارى ۋېرلېر دېگەن ئاجايىپ بىر ئادەم بىلەن تونۇشۇپ قاپتۇ. لارىنىڭ ئات بەيگىسىگە دو تىكىپ ئۇتقان پۇلىنى ئاڭلىسا ئادەمنىڭ ئاغزى ئېچىلىپ قالاتتى. ئۇ يازغان بىر كىتابمۇ بار ئىكەن. ئىسمى «دو تىكىشنىڭ مەخسۇس ئۇسۇلى» ئىكەن، مەن ئۇ كىتابنىڭ نەشر ھوقۇقىنى سېتىۋالدىم، بۇلتۇر ھەربىرىنى ئون دوللار باھادا 130 مىڭ پارچە سېتىپ بولدۇق. ئۇ ھازىرغىچە ياخشى سېتىلىپ كېلىۋاتىدۇ.

گېزىت ـ ژۇرنال تىجارەت بۆلۈمىدە ئىشلەيدىغان ھېلىقى ئاغىنەم خىزمىتىدىن ئىستېپا بېرىپ، ھازىر مەن بىلەن بىللە بىر مېيىپلار مەكتىپىدە ئىشلەۋاتىدۇ. ئۇ مېيىپلار مەكتىپىدە (دەرسلەرنىڭ كۆپىنچىسى ئۆزلۈكىدىن ئۆگىنىدىغان دەرسلەر) لارى ۋېرلېر (ئات بەيگىسىگە دو تىكىشنىڭ ماھىرى) ھەپتىسىگە ئۈچ قېتىم كەچتە كېلىپ دەرس ئۆتىدۇ، بىر ھەپتىدە 200 دوللار پۇل تاپىدۇ. بىزنى تونۇشتۇرۇپ قويغان مەمۇرىي باشقۇرۇش خادىمى ھەر كۈنى چۈشتىن بۇرۇن سائەت توققۇزدىن چۈشكىچە مەكتەپتە بولىدۇ، ھېچقانداق ئىش قىلمايدۇ، لېكىن ئالىدىغان مائاشى بىزنىڭكىدىن يۇقىرى، تېخى ھەر كۈنى چۈشتىن كېيىنكى ۋاقتىنى

ئات بەيگىسى مەيدانىغا بېرىپ دو تىكىش بىلەن ئۆتكۈزىدۇ.

4. خوتۇنۇم گېزىت كۆرۈۋېتىپ، بىر ماقالىگە دىققەت قىلىپ قاپتۇ. ماقالىدە دېيىلىشىچە، بىر دوختۇر يېڭى بىر خىل ئورۇقلاش ئۇسۇلىنى تېپىپ چىقىپتۇ. بىز بۇ خىل ئۇسۇل ئۈستىدە تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىپ، ئۇنىڭ بازار تاپالايدىغانلىقىغا كۆزىمىز يەتتى. ئۇ گېزىت 1 مىليوندىن ئوشۇق تارقىتىلغان بولسىمۇ، لېكىن بۇ ماقالىگە ئاساسەن ئەمەلىي ھەرىكەت قوللانغىنى پەقەت بىرلا ئوقۇرمەن ئىدى. ھازىر غەربىي شىمال ئورۇقلىتىش پىلانى ئورۇقلىتىشقا مۇناسىۋەتلىك پۈتۈن ئىگىلىك ئىچىدە ئەڭ ئالقىشقا ئېرىشكەن مەھسۇلات بولۇپ قالدى.

5. بىر قېتىم بىر خېرىدارىم ماڭا 200 دانە مۇشۇككۆزى (ئىشىككە بېكىتىلىدىغان بىر خىل مەھسۇلات، ئىشىك ئىچىدىكى ئادەم ئۇ ئارقىلىق سىرتتىكى ئادەملەرنى كۆرەلەيدۇ، لېكىن سىرتتىكى ئادەم ئىچىدىكى ئادەمنى كۆرەلمەيدۇ) بەردى. ئۇ گېرمانىيەدىن 500 دانە مۇشۇككۆزى كىرگۈزۈپتىكەن، ماڭا بەرگەن 200 دانىسى سېتىلماي قالغىنى ئىكەن. ئۇ مېنى بۇنىڭ بىر ئامالىنى قىلالايدۇ دەپ ئويلايدىكەن. مەيلى قانداق بولسۇن، مەن مالنى ئۇنىڭ ئىسكىلاتىدىن ئۆزۈمنىڭ ئىسكىلاتىغا يۆتكەپ ئەكېلىۋالدىم. ئۇنىڭ ئىسكىلاتتا توپا بېسىپ ياتقىنىغا ئىككى يىل بوپتىكەن.

بىر كۈنى (ماللارنىڭ توشۇلۇشىنى نازارەت قىلىدىغان ۋە خاتىرىلەشكە مەسئۇل) خادىم ماڭا ئۇ ماللارنىڭ ئىسكىلاتنىڭ مال چىقىرىش يولىنى توسۇۋالغانلىقىنى ئېيتىپ، ئۇلارنى تاشلىۋەتسەك بولىدىغان ـ بولمايدىغانلىقىنى سورىدى. شۇنىڭ بىلەن، مەن توپ تارقىتىش تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان بەش خىل مېتال شىركەتلىرىگە ۋە بەش خىل مېتال ماگىزىنلىرىغا يولۇقۇپ باقتىم، ئۇلارمۇ ئۇ مالنى تاشلىۋېتىش تەكلىپىنى بەردى. ئۇلار بۇ غەلىتە مالغا قىلچە قىزىقمىغانىدى. تېخى ئۇنداق ماللارنىڭ سېتىلىش دەۋرىنىڭ ئاستىلىقىچۇ تېخى. ئۇنىڭ ئۈستىگە، ئۇلارنى مال بىلەن

نەمىنلەيدىغان مۇقىم ئادەملەر بار ئىكەن. ئۇ ئىش كاللامنى ئىگىـ
لىۋالدى. ئاخىر بولماي ئاڭسىز كومپيۇتېردىن ياردەم سوراشـ
قا مەجبۇر بولدۇم. لېكىن، كومپيۇتېرمۇ مەن قانائەتلەنگۈدەك
جاۋاب بېرەلمىدى. بىر نەچچە كۈندىن كېيىن، مەن ماشىنا ھەيدەپ
ئۆيگە كېتىۋېتىپ، ئويلىمىغان يەردىن جاۋابقا ئېرىشىپ قالدىم.

مۈشۈككۈزى نېمە ئۈچۈن يالغۇز ئالدى ئىشىككىلا ئورنىتىلىـ
دۇ؟ باشقا ئىشىكلەرگىمۇ ئورنىتىلسا نېمىشقا بولمايدىكەن؟ ھويلا
تېمىغا ئورناتسىچۇ؟ ھەتتا ئۆينىڭ تېمىغىمۇ ئورناتسا بولىدۇ.

شۇنىڭ بىلەن، مەن يۇقىرى سۈرئەتلىك يولدىن چىقىپ، ماي
قاچىلاش پونكىتىغا كىردىم. مەن بايىقى خىياللىرىمنى ئېلان شەكـ
لىدە خاتىرىۋالدىم.

ئېلاننىڭ تېمىسى: «خاسىيەتلىك جاسۇس سىزگە ئۆينىڭ تېـ
مى، ھويلا تېمى ۋە قۇلۇپلانغان ئىشىككىمۇ توسۇيالمايدىغان كۆز
ئاتا قىلىدۇ». نەتىجىدە، بۇ ئېلان پۈتۈن مەملىكەتتىكى رادىئو
تورلىرى ۋە تېلېۋىزىيە ئورگانلىرىنى زىيارەت قىلىپ بېقىشقا جەلپ
قىلدى. لوس ئانگېلېس ۋاقىت گېزىتىنىڭ بىر مەخسۇس ئىستون
يازغۇچىسى (بۇ ئېلانغا تەنقىدىي پوزىتسىيىسىدە ئىدى) بۇ ئېلاننى
كۆچۈرۈپ ئىشلەتتى، «نيۇيورك مېھمانلار ژۇرنىلى» (ژۇرنال بۇ
ئېلاننى ناھايىتى قىزىقارلىق دەپ قارىغان) مۇ ئۇنى كۆچۈرۈپ باسـ
تى. ئەڭ مۇھىمى، مەن بۇ ئېلاننىڭ ياردىمىدە مۈشۈككۈزدىن 140
مىڭ دانە سېتىۋەتتىم.

سىز مېنىڭ ئىشلىرىمنى باشتىن - ئاياغ ئوڭۇشلۇق بولغان
دەپ ئويلىماڭ، بۇ ئارىلىقتا نۇرغۇن ئوڭۇشسىزلىقلارغا ئۇچرىدىم.
سىز ئالتىنچى سەزگۈ ۋە تۇيغۇنى سىنايدىغان بىر خىل ئويۇننى
ئاڭلىغانمۇ؟ سىز يەنە قاراڭغۇدا نۇر چاچىدىغان مىلاد كارتىسىنى
ئاڭلىغانمۇ؟

بىز ئىلگىرى بۇ ئىككى خىل مەھسۇلاتنىڭ سودىسىنى قىلىپ
باققان، نەتىجىسى تازا كۆڭۈلدىكىدەك بولدى. لېكىن، كېيىن بىر

كۈنلەردە بەلكىم ...

بۇ خىل تىجارەت (ياكى ھەر قانداق تىجارەت) تە مۇۋەپپەقىيەت
قازىنىشنىڭ سىرى — سىزگە نەتىجە ئېلىپ كېلىدىغان ھەربىر
مەھسۇلاتنى ئاكتىپلىق بىلەن چىڭ تۇتۇشتۇر — بىر دانە مەھسۇلاتـ
نى ئارتۇق ساتسىڭىز، زىيىنىڭىز ئازراق بولسىمۇ ئازلايدۇ. ئەگەر
سىز ئەڭ ئاكتىپ، مۇۋاپىق سېتىش تاكتىكىسى قوللانغان بولسىـ
ڭىزمۇ، ئۇنۇمى يەنىلا كۆڭۈلدىكىدەك بولمىسا، ئۇ چاغدا ئۇ نەرـ
سىدىن دەرھال ۋاز كېچىپ، يېڭى بىر نىشانغا تۇتۇش قىلىڭ.
چۈنكى، بىر ئادەمنىڭ يوشۇرۇن كۈچىنى سىناپ بېقىشقا ئانچە كۆپ
پۇل كەتمەيدۇ، شۇڭا بىرەر مەھسۇلاتنى نەتىجىلىك تېپىۋېلىشتىن
ئىلگىرى بەزى ئوڭۇشسىزلىقلارغا ئۇچرىشىڭىز تەبىئىي ئەھۋال.
بىرەر مەھسۇلاتنى بايقاپ ئۇنى سېتىشتا مۇۋەپپەقىيەت قازانسىڭىزـ
لا، ئۇ سىزنىڭ ئوڭۇشسىزلىقلاردا تارتقان زىيىنىڭىزنىڭ ئورنىنى
تولدۇرۇپلا قالماي، سىزگە ئۈزلۈكسىز بايلىق ئېلىپ كېلىدۇ.

تۆۋەندىكىسى يەنە بەزى مەھسۇلاتنى ئېچىش ياكى مۇلازىمەت
قىلىش يوللىرى: سىز بەزى مەھسۇلاتلارنى كۆرگەندە، تەسەۋۋۇر
قانىتىڭىزنى كەڭ يېيىشىڭىز كېرەك — «ئەگەر ئۇنداق قىلسام
ياكى مۇنداق قىلسام، نەتىجىسى قانداق بولىدۇ.»

ئەگەر... بولسا ...

چوڭراق قىلىپ ئۆزگەرتىلسىچۇ؟
كىچىكرەك قىلىپ ئۆزگەرتىلسىچۇ؟
باش تەرىپىنى پەسكە قىلسىچۇ؟
ئىچىدىكى نەرسىنى ئۆرىسىچۇ؟
باھاسىنى يۇقىرىراق كۆتۈرسىچۇ؟
باھاسىنى تۆۋەنرەك چۈشۈرسىچۇ؟
باشقىچە ئۇسۇل قوللىنىپ باقسىچۇ؟
ياخشىراق ماتېرىيال ئىشلەتسىچۇ؟

ئەرزانراق ماتېرىيال ئىشلەتسىچۇ؟

Sttetch your imagination! (تەسەۋۋۇر كۈچىڭىزنى ئەركىن قويۇۋېتىڭ!) تەسەۋۋۇر كۈچ مۇسكۇلغا ئوخشايدۇ، دائىم چېنىقىپ بەرگەندىلا، ئاندىن ئۇ تەرەققىي قىلالايدۇ.

مەن سىزگە مەھسۇلات سېتىش ۋە مۇلازىمەت قىلىشنىڭ ئوخشىمىغان نۇرغۇن تۈرلىرىنى سۆزلەپ بەردىم.

تۆۋەندە سىزگە بەزى ئاگاھلاندۇرۇشلارنى بەرمەكچىمەن.

1. سىز مەھسۇلاتنى ئىشلەپ چىقارغان سودىگەردىن ئۇنىڭ ماللىرىنى مەخسۇس سېتىپ بېرىش ئىجازەتنامىسى ئالغان بولسىڭىز باشقا گەپ، بولمىسا بەزى ئۇششاق - چۈششەك مەخسۇس ساتىدىغان ئىشنى قىلماڭ. ئىجازەت ئالغان تەقدىردىمۇ، تىجارەت جەريانىدا قاتتىق ئېھتىياتچان بولمىسىڭىز بولمايدۇ. ئالدىنقى كۈنى كەچتە، بىر ژۇرنالنىڭ سېتىش ۋەكىلى ماڭا ھەقىقىي بولغان بىر ئىشنى سۆزلەپ بەردى.

بىر ئۇششاق تىجارەتچى دېڭىزغا يېقىن سودا كېمىلىرىگە مال قاچىلايدىغان يەشىكنىڭ ھەر بىرىنى 7.95 دوللاردىن سېتىپ يامان ئەمەس پۇل تېپىۋاپتۇ. ئۇنىڭغا مەخسۇس سېتىش ھوقۇقى بەرگەن بىر چوڭ شىركەت ئۇنىڭ پايدىسىنىڭ ياخشىلىقىنى كۆرۈپ، بۇ تىجارەتكە قوشۇلماقچى بوپتۇ. ئۇ ئادەم باھا جېڭىگە ئالدىن تەييارلىق قىلىپ قويۇش ئۈچۈن، «ئەگەر ··· بولسا···» دەپ كاللا قاتۇرۇشقا باشلاپتۇ. كېيىن ئۇ باھاسى ئەرزان ھەم باھاسى تېز ئۆسىدىغان ياغاچنى ماتېرىيال قىلىپ يەشىك ئىشلەپ چىقىرىشقا باشلاپتۇ، باھاسىنىڭ ھەربىرىنى 4.95 دوللارغا چۈشۈرۈپتۇ. لېكىن، ھېلىقى شىركەتمۇ مۇشۇ تەرىپىگە كاللا قاتۇرغانىكەن، ئۇلار سۇلياۋدىن يەشىك ياساپ، ھەربىرىنى 2.95 دوللاردىن سېتىشقا

باشلاپتۇ. يېقىندا تېخىمۇ چوڭ بىر شىركەت پولىستىرىن پىرىسلانغان تاختىيىدىن يەشىك ياساپ، ھەربىرىنى 1.49 دوللاردىن ساتقىلى تۇرۇپتۇ!

ئۇششاق بىر نىمىلەرنىڭ مەخسۇس سېتىش ھوقۇقىنى قولغا كەلتۈرگەنلىكىڭىزگە ئالدىراپ خۇشال بولۇپ كەتمەڭ. بۇ جەمئىيەتتە سودا ئەخلاقى بىلەن كارى يوق نۇرغۇن ئادەم بار، ئۇلار سىزنىڭ تىجارىتىڭىزگە ھەر ۋاقىت پاراكەندىچىلىك سېلىپ تۇرىدۇ، چۈنكى ئۇلارغا شۇ نەرسە ئايان، ئۇششاق نەرسىلەرنىڭ مەخسۇس سېتىش ھوقۇقى ھېچنېمىگە ۋەكىللىك قىلالمايدۇ، خوجايىنى ئالمىشىپ كېتىش ئېھتىماللىقى ھەر ۋاقىت مەۋجۇت. پۈتۈن دېلو مىساللىرى ئىچىدە مەخسۇس سېتىش ھوقۇقى دەۋاسىغا ئەڭ كۆپ پۇل خەجلىنىدۇ، سوتنىڭ بىر تەرەپ قىلىش جەريانىمۇ ناھايىتى ئۇزۇن بولىدۇ.

2. «پوچتا ئارقىلىق مال زاكاز قىلىش شەكلى» ياكى «ئىمپورت كەسپىگە قوشۇلۇپ، زور مىقداردا مال كىرگۈزۈش»كە ئالدىراپ ئىشەنمەڭ. بۇنىڭ نۇرغۇن سەۋەبلىرى (چەتكە قېقىش، خاسلىق كەمچىل)نى مىسال ئارقىلىق كۆرسىتىپ ئۆتكەنىدىم. لېكىن، ئەڭ مۇھىمى، بۇنداق مال سېتىۋالغاندا تەننەرخى بەك يۇقىرى بولۇپ كېتىدۇ (مەن بۇ توغرۇلۇق كېيىنكى بابلاردا تەپسىلىي ئانالىز يۈرگۈزىمەن). پوچتىخانا، تاموژنا دېگەندەك ئورگانلارنىڭ ئەڭ ئالدى بىلەن كۆڭۈل بۆلىدىغىنى، ئىسمىڭىزنى مال يەشىكلىرىگە قوندۇرۇۋېلىش، شۇنىڭدىلا ئۇلار سىزدىن پۇل ئۇندۇرۇۋالالايدۇ. چۈنكى، مېلىڭىزدىن پايدا ياكى زىيان چىقسۇن، سىز ئالدى بىلەن خېلى كۆپ پوچتا ھەققى ياكى توشۇش ھەققىنى چوقۇم تاپشۇرۇشىڭىز كېرەك. سىز ئۆلەمسىز! تىرىلەمسىز، ئۇلارنىڭ قىلچە كارى يوق، ئۇلار مەڭگۈ يەڭگۈچى!

سىزنىڭ ئەتراپىڭىز سودا پۇرستى بىلەن تولغان!

ئەڭ ئالدى بىلەن، پۇل تېپىش ئېڭىنى يېتىلدۈرۈش كېرەك!

ئاندىن دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ياردىمىدە تىجارەت ئىدىيىسىنى ئۆزگەرتىش كېرەك!

ئەڭ ئاخىرىدا، نەزەر دائىرىڭىزنى كەڭ قويۇۋېتىپ، ئىلگىرى سىزگە سۇركىلىپ ئۆتۈپ كەتكەن سودا پۇرسەتلىرىنى قايتىدىن تۇتۇڭ!

ئون ئۈچىنچى باب

باھا ۋە سودا ئەمەلىيىتى

سودا ساھەسىگە يېڭى كىرگەنلەر سادىر قىلىدىغان ئەڭ ئومۇمىيۈزلۈك ھەم ئەڭ ئەجەللىك خاتالىق باھا قويۇش ھالقىسىدا كۆرۈلىدۇ.

بۇ يەردىكى گەپ، ئۇ پايدا ئېلىش ئۈچۈن قانچىلىك باھا قويۇشى كېرەكلىكىنى تونۇپ يېتەلمىگەن بولىدۇ.

باھا مۇنداق پرىنسىپتا بېكىتىلسە بولىدۇ: سىزنىڭ سېتىش باھايىڭىز ئەمەلىي تەننەرخنىڭ ئۈچ ھەسسىسىگە باراۋەر بولۇشى كېرەك.

«ئەمەلىي تەننەرخ»نى مۇنداق چۈشەندۈرۈشكە بولىدۇ:

1. مەھسۇلات تەننەرخى
2. ئوراش - قاچىلاش تەننەرخى (ئوراش - قاچىلاش ماتېرىياللىرى ۋە ئەمگەك كۈچى)
3. پوچتىدا يوللاش تەننەرخى

مەسىلەن، سىز بىر كىچىك مەھسۇلاتنى ساتماقچى بولدىڭىز، ئۇنىڭ ئەمەلىي تەننەرخى بىر دوللار، ئۇ چاغدا سىزنىڭ سېتىش باھايىڭىز ئاز دېگەندىمۇ ئۈچ دوللار بولۇشى كېرەك.

بۇ ئەڭ تۆۋەن باھانى چىقىش نۇقتىسى قىلمىغان ئەھۋال ئاستىدا، سىز قانچىلىك باھا قويسىڭىز خېرىدارلارنىڭ رەت قىلىشىغا ئۇچرىمايسىز؟ ئەلۋەتتە، بۇ سىز ساتماقچى بولغان مەھسۇلاتقا

باغلىق. ئوخشىشىپ كېتىدىغان ياكى رىقابەتلىشىدىغان مەھسۇلاتلار ئىچىدە سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ تەننەرخى قانچىلىك؟ سېتىۋالغۇچىغا نىسبەتەن، سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىز ئۇنىڭغا قانچىلىك قىممەت ئېلىپ كېلەلەيدۇ؟ سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىز قانچىلىك مۇھىم مەسىلىنى ھەل قىلالايدۇ؟

سىز قويغان باھا سىزنىڭ سالغان مەبلىغىڭىزگە ئەڭ ياخشى جاۋاب ئېلىپ كېلەلەيدىغان باھا بولۇشى كېرەك. ئەڭ ياخشى باھا قويۇشنىڭ ئەڭ ياخشى يولى سىناق ئېلىپ بېرىشتۇر.

ئەگەر سىز ئۆزىڭىزنىڭ مەھسۇلاتىغا ئۈچ دوللار، تۆت دوللار ياكى بەش دوللار باھا قويۇشنى بېكىتەلمىگەن بولسىڭىز، سىناق قىلىپ بېقىش ئۈچۈن، مەھسۇلاتىڭىزنىڭ باھاسىدىن باشقا، ھەر قايسى جەھەتلەردىكى ئەھۋالى تەپسىلىي تونۇشتۇرۇلغان بىر ئېلان تەييارلاڭ.

ئاندىن سىز مۇشۇ مەقسەتتە، چىقىمىڭىزنى ئۈچ قىسىمغا يىغىنچاقلاڭ. سىزنى ساتماقچى بولغان مەھسۇلاتىڭىزغا قىزىقىدىغان ئادەملەرگە 3000 پارچە خەت ئەۋەتىدۇ دەپ پەرەز قىلىپ تۇرايلى (مېنىڭ 3000 پارچە دېيىشىمدىكى سەۋەب، سىز مەھسۇلاتىڭىز تونۇشتۇرۇلغان قاراتمىلىقى بار خەتنى قانچە كۆپ ئەۋەتسىڭىز، ئالىدىغان جاۋابىڭىزنىڭ ئۈنۈمى شۇنچە ياخشى بولۇشى مۇمكىن). ئەمدى سىزنىڭ قىلىدىغان ئىشىڭىز، مەھسۇلاتىڭىزغا ئۈچ دوللاردىن باھا قويۇلغان خەتتىن 1000 پارچە، تۆت دوللاردىن باھا قويۇلغان خەتتىن 1000 پارچە، بەش دوللاردىن باھا قويۇلغان خەتتىن 1000 پارچە ئەۋەتىسىز.

بۇ خەتلەر ئوتتۇرىسىدىكى بىردىنبىر پەرق مەھسۇلاتقا قويغان باھادا بولىدۇ، ئاندىن بۇ 3000 پارچە خەت بىرلا ۋاقىتتا ئەۋەتىلىشى كېرەك. چۈنكى، بىر ئادەم خەتنى قاچان تاپشۇرۇۋالىدۇ، ئۇنىڭغا جاۋاب قايتۇرامدۇ، مانا بۇلار كۈچلۈك تەسىر كۆرسىتىدۇ. ئۇنىڭدىن سىرت، سىز سىناق ئېلىپ بېرىۋاتقاندا، ئەگەر خەت

ئەۋەتكەن رايونلاردا ئىقتىسادىي پەرق بولسا، ئۇنداقتا ئۈچ خىل باھا قويۇلغان خەتلەرنى ھەربىر يەرگە ئايرىم - ئايرىم ھالدا ئوخشاش ساندا ئەۋەتىڭ.

سىز زاكاز تالونىنى تاپشۇرۇۋالغاندىن كېيىن، نەتىجىسىنى جەدۋەللەشتۈرۈپ بېقىڭ.

بۇنىڭ ئىچىدە، سىزگە ئەڭ چوڭ مەنپەئەت ئېلىپ كېلىدىغان باھا سىز كېيىن مەھسۇلاتىڭىزغا قويىدىغان باھا بولۇپ قېلىشى مۇمكىن (مۆلچەرلەپ بېقىشتا تېگىشلىك يەنە بىر ئامىلمۇ بار، ئۇنى مۇشۇ بابنىڭ ئارقىسىدا سۆزلەيمەن). لېكىن، ئەگەر يۇقىرى باھا بىلەن تۆۋەن باھانىڭ مەنپەئىتى ئوتتۇرىسىدىكى پەرق 5% تىن تۆۋەن بولسا، ئۇ چاغدا ئادەتتە تۆۋەن باھانى قوللانسىڭىز بولىدۇ.

مەسىلەن، سىز ئۈچ دوللار باھا قويغان مەھسۇلاتقا 100 پارچە زاكاز تالونى كەلدى دەپ پەرەز قىلساق، سىزنىڭ ئېرىشىدىغان مەنپەئىتىڭىز 300 دوللار بولىدۇ؟ تۆت دوللار باھا قويغان ئوخشاش بىر مەھسۇلاتقا 90 پارچە زاكاز تالونى كەلگەن بولسا، سىزنىڭ ئېرىشىدىغان مەنپەئىتىڭىز 360 دوللار بولىدۇ؛ بەش دوللار باھا قويغان ئوخشاش مەھسۇلاتقا 74 پارچە زاكاز تالونى كەلگەن بولسا، سىزنىڭ ئېرىشىدىغان مەنپەئىتىڭىز 370 دوللار بولىدۇ. ئۇ چاغدا سىزنىڭ بۇ مەھسۇلاتقا قويغان باھايىڭىز تۆت دوللار بولۇشى كېرەك. بۇنىڭدىكى سەۋەب، تۆت دوللار باھا بىلەن بەش دوللار باھا ئېلىپ كېلىدىغان مەنپەئەت ئوتتۇرىسىدىكى پەرق چوڭ ئەمەس (ستاتىستىكىشۇناسلار 5% پەرققە يول قويۇش كېرەكلىكىنى ئېيتىدۇ). يەنە بىرى، مەھسۇلاتقا تۆت دوللار باھا قويۇلغاچقا، خېرىدارلارنىڭ سانى 22% ئاشقان بولىدۇ. ئۇ خېرىدارلار تىزىملىكى سىز ئۈچۈن مۆلچەرلىگۈسىز قىممەتكە ئىگە. سىز كەلگۈسىدە يەنە شۇ خىلدىكى مەھسۇلاتلارغا باھا قويۇپ ئۇلارغا ئەۋەتسىڭىز بولىدۇ. بىۋاسىتە سېتىش ئېلىپ بېرىۋاتقاندا، ئۇلارنى باشقا خېرىدارلارغا تونۇشتۇرسىڭىزمۇ بولىدۇ. ئەمەلىيەتتە، بىۋاسىتە سې-

تىش شەكلىدىكى تىجارەت ساھەسىدە نۇرغۇن شىركەتلەرنىڭ كۆپ قىسىم كىرىمى ئۆز خېرىدارلىرىنىڭ تىزىملىكىنى ئۆزلىرى بىلەن رىقابەت مۇناسىۋىتى يوق شىركەتلەرگە ئىجارىگە بېرىش يولى بىلەن كېلىدۇ.

مەن سىزگە خېرىدارلار تىزىملىكىنىڭ سىز ئۈچۈن مۆلچەرلىگۈسىز قىممەتكە ئىگە ئىكەنلىكىنى ئېيتقان، بۇنى سىزگە ئىسپاتلاپ بېرىمەن. بىزدە ئىنچىكە تۈرگە ئايرىلغان بىر خېرىدارلار تىزىملىكى بار، بۇ تىزىملىكتىكى خېرىدارلارنىڭ سانى 130 مىڭ. ئىلگىرى بىرەيلەن ماڭا بىر قولىدا پۇلنى تاپشۇرۇپ، بىر قولىدا مالنى ئېلىش شەكلى بىلەن، ھەربىر خېرىدارغا بىر دوللار چىقىرىپ، مېنىڭ خېرىدارلار تىزىملىكىمنى سېتىۋېلىشنى خالايدىغانلىقىنى ئېيتقان، مەن ئالدى ـ كەينىمنى ئويلاپ، ئۇنىڭ تەلىپىنى رەت قىلدىم. چۈنكى بۇ يىل مۇشۇ خېرىدارلار تىزىملىكىگە تايىنىپ تېخىمۇ كۆپ مەنپەئەتكە ئېرىشىش ئۈمىدىم بار ئىدى. مەن خېرىدارلار تىزىملىكىنى پەقەت «ئىجارىگە» لا بېرىمەن، شۇنداق قىلغاندا ئۇلاردىن ئايرىلىپ قالمايمەن.

ئەمدى بىز يەنە باھا توغرۇلۇق گېپىمىزگە كېلەيلى. ئەگەر سىز قويۇشقا تېگىشلىك باھا مەھسۇلات تەننەرخىنىڭ ئۈچ ھەسسىسىگىمۇ يەتمىسە، ئۇ چاغدا قانداق قىلىشىڭىز كېرەك؟ مېنىڭ سىزگە بېرىدىغان جاۋابىم پەقەت ئۈچ سۆز: ئۇنىڭدىن ۋاز كېچىڭ، سىز باشقا مەھسۇلاتلارنىڭ سودىسىنى قىلسىڭىزمۇ بولىدۇ.

بېكىتكەن باھايىڭىز ئاز دېگەندە تەننەرخىنىڭ ئۈچ ھەسسىسىگە تەڭ بولغاندىمۇ، بازاردا مۇۋەپپەقىيەت قازىنالىشىڭىزغا تولۇق كاپالەتلىك قىلغىلى بولمايدۇ، ئۇ پەقەت سىزگە تەڭلىشىش پۇرسىتىلا بېرىدۇ. سىزگە گەپنى ئۇدۇللا قىلىۋېرەي، ئەگەر سىز باھا قويۇشنىمۇ قاملاشتۇرالمىسىڭىز، ئۇ چاغدا مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش پۇرسىتىڭىز يوق دېيەرلىك بولىدۇ.

بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەھۋالمۇ بارمۇ؟ بار! پەقەت بىر خىل

ئەھۋال بۇنىڭدىن مۇستەسنا: سىزنىڭ ساتىدىغىنىڭىز باھاسى ناھايىتى يۇقىرى مەھسۇلات، سىز بىرەرىنى سېتىۋالالىسىڭىزلا، يېتەرلىك پايدىغا ئېرىشەلەيسىز. مەن بۇ يەردە دەۋاتقان «يېتەرلىك» نېمىنى بىلدۈرىدۇ؟ بىز پەرەز قىلىپ باقايلى، سىز ئاپىرىپ بېرىش شەكلى ئارقىلىق 200 دوللار باھا (بۇنى كېلىشكەن باھا دەپ تۇرايلى) دا توڭلاتقۇ ساتتىڭىز. بۇنىڭدىن سىرت، مەھسۇلاتنى ياسىغان سودىگەر مال تارقىتىش، قوراشتۇرۇش، مۇلازىمەت ۋە ھۆددە قىلىش چىقىملىرىنىڭ ھەممىسىنى ئۆز ئۈستىگە ئالدى دەپ تۇرايلى، بۇنداق ئەھۋالدا، سىزنىڭ بىردىنبىر مەھسۇلات تەننەرخىڭىز ئادەتتىكى چىقىملار (ئۆي ئىجارىسى، تېلېفون، ئەسلىھەلەر، سۇغۇرتا دېگەندەك كۈندىلىك چىقىملار) ۋە زاكازلارنى بىرتەرەپ قىلىدىغان ياللانما خادىملارنىڭ مائاشىلا بولۇپ قالىدۇ. بىز مۇشۇ چىقىملارنىڭ ھەممىسىگە ئايدا 500 دوللار كېتىدۇ دەپ پەرەز قىلىپ تۇرايلى.

ئەگەر سىز بىر توڭلاتقۇ ساتسىڭىز، ياسىغۇچى سودىگەر سىزگە 20 دوللارغا بەرسە، چوڭ پايدا ئېلىشنىڭ گېپىنى قىلماي تۇرايلى، سىز بىر ئايدا ئاز دېگەندىمۇ 75 دانە توڭلاتقۇ ساتسىڭىز، ئاندىن سىزنىڭ ئومۇمىي پايدىڭىز 1 مىڭ 500 دوللار بولىدۇ.

شۇڭا، ئۇ مۇستەسنا ئەھۋال تۈپتىن ئېيتقاندا، قىلچە مۇستەسنا ئەھۋالغا كىرمەيدۇ.

سىزنىڭ پايدىڭىز بىلەن تەننەرخىنىڭ نىسبىتى ئەڭ ئاز دېگەندىمۇ 3:1 بولۇشى كېرەك (500 دوللار ئەمەلىي تەننەرخ ئۈچۈن ئېيتقاندا، سىزنىڭ پايدىڭىز 1 مىڭ 500 دوللار بولۇشى كېرەك). ئەگەر بىر قىسىم توڭلاتقۇنى ۋاقىتلىق ساقلاپ قويۇشىڭىزغا توغرا كەلسە ياكى مەن بۇ مىسالدا كۆرسىتىپ ئۆتكەن مەھسۇلاتنى ياسىغۇچى ئۈستىگە ئېلىشقا ۋەدە قىلغان مۇلازىمەتلەرنى سىز ئۈستىڭىزگە ئېلىشقا توغرا كەلسە، ئۇ چاغدا قوشۇلغان ئۇ چىقىملار سىزنىڭ «مەھسۇلات» تەننەرخىڭىزنىڭ بىر قىسمى بولۇپ

قالىدۇ. تەننەرخ قوشۇلغان بۇنداق ئەھۋال ئاستىدا، سىزنىڭ پايدىڭىزمۇ مۇناسىپ ھالدا ئۆسۈشى كېرەك، شۇنىڭدىلا 3:1 نىسبەتنى ساقلىغىلى بولىدۇ.

ئەگەر پوچتا ئارقىلىق توڭلاتقۇ سېتىش ئۇقۇمى سىزگە بىر ئاز غەلىتە تۇيۇلسا، ئۇنداقتا بىر نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، بۇلتۇر بىر يىلدا پوچتا ئارقىلىق ساتقان ئاشخانا ئەسۋابلىرى 6 مىليون 100 مىڭغا يەتكەن، پوچتا ئارقىلىق ساتقان باشقا تۈردىكى مەھسۇلاتلارمۇ سان ـ ساناقسىز.

ئەگەر سىز «پايدا بىلەن تەننەرخنىڭ نىسبىتى ئاز دېگەندىمۇ 3:1 بولۇشى كېرەك» دېگەننى بىر ئاز ئېشىپ كەتتى دەپ قارىسىڭىز، ئۇنداقتا سىزگە بىر نەچچە ئەمەلىي پاكىتنى سۆزلەپ بېرەي.

ياسىغۇچى سودىگەرلەر ئادەتتە ئۆزى ياسىغان مەھسۇلاتقا پارچە سېتىش باھاسى قويغاندا، ئۇلار قويغان باھا ئاز دېگەندىمۇ ياساش تەننەرخىنىڭ بەش ھەسسىسىگە تەڭ بولىدۇ. ئەگەر ئۇ ئۇنداق قىلمىسا، ۋەيران بولۇش تەقدىرىگە دۇچ كېلىشى مۇمكىن.

ئىشلەپ چىقارغان زاۋۇت سىزگە تونۇشتۇرغان يېڭى ماركىلىق ۋىتامىن بىر بوتۇلكىغا 100 تالدىن قاچىلانغان، كۈنىگە بىر قېتىمدىن ئىچسىڭىز بولىدۇ، بىر بوتۇلكىسىنىڭ پارچە سېتىلىش باھاسى 2.95 دوللار. مەن سېتىۋالغان ئوخشاش مەھسۇلاتنىڭ بىر بوتۇلكىسىنىڭ باھاسى (ئەلۋەتتە، مەن بىر قېتىمدا نۇرغۇن سېتىۋالدىم) 29 سېنت. شۇنداق بولغاندىمۇ، ئۇ مەھسۇلاتنى ماڭا ساتقان ئادەم خېلى پايدا ئالىدۇ.

پۇلغا سېتىۋالغىلى بولىدىغان ئەڭ ياخشى لەۋسۇرۇخنى ئالساق، زاۋۇتنىڭ ئۇنى ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخى بىر دوللارغىمۇ يەتمەيدۇ. بەزى زاۋۇتلارنىڭ ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخىنىڭ تۆۋەنلىكىگە ئادەمنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمەيدۇ. لېكىن، لەۋسۇرۇخنى پارچە ساتىدىغان ماگىزىن ياكى سودا سارايلارنىڭ گىرىم بۇيۇملىرى ساتىدىغان مەخسۇس پۈكەيلىرىگە قارايدىغان بولساق، لەۋسۇرۇخنىڭ

باھاسى شۇنداق يۇقىرى.

ئەمەلىيەتتە، دورا ۋە گىرىم بۇيۇملىرى ئىشلەپ چىقىرىدىغان ھەربىر سودىگەرگە ئايان، مەھسۇلاتنىڭ باھاسى ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخىنىڭ ئون ھەسسىسىگە ھەتتا 20 ھەسسىسىگە باراۋەر بولۇشى كېرەك. بۇ مۇشۇ نىسبەت بويىچە باھا قويغان دورا ياكى گىرىم بۇيۇملىرى ئىشلەپ چىقىرىدىغان سودىگەرلەرنىڭ بېيىپ كېتىدىغانلىقىدىن دېرەك بېرەمدۇ؟ ئۇنداق ئەمەس، ئۇلارنىڭ ئارىسىدىكى پەقەت بىر قىسىم ئادەملا بېيىدى، قالغانلىرى يا بۇ ساھەدىن چېكىنىپ چىقتى، يا ۋەيران بولدى.

ئەگەر سىزدە پارچە سېتىلىش باھاسى بىر دوللارلىق بىر خىل مەھسۇلات بولسا، سىز ئۇنى ئاپتوماتىك مال ساتىدىغان ماگىزىن ياكى ئېتىبار باھادىكى دورىخانىلارغا سېتىپ بەرمەكچى بولسىڭىز، تۆۋەندىكىسى سىز چوقۇم يولۇقىدىغان ئەھۋال (ئۇلار سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى ئېلىشقا قوشۇلغان بولۇشى شەرت): ئەگەر سىز توشۇش ھەققى، ئېلان ھەققىنى كۆتۈرۈشكە ماقۇل بولسىڭىز، خېرىدارلار قايتۇرغان ھەر قانداق مەھسۇلاتنى قايتۇرۇۋېلىشقا، ئۇلارنىڭ مەھسۇلاتنى سېتىپ بولغاندىن كېيىن پۇلنى بېرىشىگە قوشۇلسىڭىز، ئۇلار شۇنىڭدىلا سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ ھەربىرىنى 30 سېنتتىن ئېلىشقا ماقۇل بولىدۇ. دېمەك، بۇنداق بولغاندا، ئۇلار سىزدىن ئالغان مالنى سېتىپ بولالمىسا، سىز پۇلنى ئالالمايسىز، ئۇلار ئەڭ ئاخىرىدا سېتىپ بولالمىغان مالنى سىزگە قايتۇرىدۇ دېگەن گەپ.

ئۆتكەندە بىر خەۋەر كۆرۈپ قالدىم، كوداك شىركىتى ئۆزلىرى ئىشلەپ چىقارغان لېنتىنىڭ باھاسىنى ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخىنىڭ ئالتە ھەسسىسى بويىچە بېكىتىپتۇ. سىز چىش پاستىسى، چىش چوتكىسى، تاماكا، پىششىقلاپ ئىشلەنگەن دانلىق زىرائەت يېمەكلىكلىرى (سۇلۇ يارمىسى، قوناق يارمىسى دېگەندەك ناشتىلىق يېمەكلىكلەر) ۋە يۇيۇنۇش بۇيۇملىرىنىڭ ئىشلەپچىقىرىش تەن-

نەرخىنى تەسەۋۋۇر قىلالامسىز؟ ئۇلارنىڭ تەننەرخى ئاران نەچچە ئون سېنتقا بارىدۇ.

ماگىزىنغا 3:1 نىسبەتتىن تۆۋەن باھا (يەنى بېكىتىلگەن باھا تەننەرخىنىڭ ئۈچ ھەسسىسىدىن تۆۋەن بولۇش) دا مال كىرگۈزۈشنىڭ بىردىنبىر پۇرسىتى: كىرگۈزۈلگەن مەھسۇلات ناھايىتى كەڭ دائىرىدە تەشۋىق قىلىنغان بولۇشى، ئۇنى ئالىدىغان خېرىدارلار ناھايىتى كۆپ بولۇشى، ھەممە ئادەم ئۇنى كۆپرەك ئېلىپ ساقلاپ قويۇشى كېرەك دېگەن تۇيغۇدا بولۇشى كېرەك. ئامېرىكىدا پۇل تاپقىلى بولىدىغانلىقى ئېنىق بولغان مۇشۇنداق ئىشلاردىمۇ مۇۋەپپەقىيەت قازانغان نۇرغۇن تىجارەتچىلەرنىڭ ئەڭ ئاخىرىدا ئېرىشىدىغان ساپ پايدىسى ئاران 5% تىن ئاشىدۇ.

ھازىر كەيپىياتىڭىز قانداقراق؟ 3:1 نىسبەتلىك باھانىڭ تۆۋەن چەك بولۇپلا قالماي، بەلكى زۆرۈر ئىكەنلىكىنى چۈشەندىڭىزمۇ؟

ئادەمنى ئەپسۇسلاندۇرىدىغىنى، باھانى مۇشۇ يول بىلەن بېكىتىش يەنىلا كۇپايە قىلمايدۇ. ئۇ ئەڭ تۆۋەن ئويلاش ۋە سىز مەھسۇلاتنى سېتىشنى قارار قىلىشتىن ئىلگىرى چىڭ ساقلاشقا تېگىشلىك ئەڭ تۆۋەن سىزىق.

مېنىڭ شەخسەن ھېس قىلىشىمچە، باھانى 5:1 نىسبەت بويىچە بېكىتكەن بىر قەدەر مۇۋاپىقراق. باھانى 10:1 نىسبەت بويىچە ئالدىراپ بېكىتىشكە بولمايدۇ، چوقۇم ئەستايىدىل ئويلىنىپ ئىش قىلىش كېرەك.

مەن (ئەلۋەتتە سىزمۇ بار) مۇۋاپىق شەكىلدە قىلغىلى بولىدىغان ئەھۋال ئاستىدا، نېمە ئۈچۈن باھانى ئىمكان بار يۇقىرىراق بېكىتىمەن؟

ئالدى بىلەن، بىز مۇشۇنداق قىلساق، ئۆزىمىز ئۆتكۈزگەن خاتالىققا بەرداشلىق بېرەلەيمىز. ئەگەر سىز ماڭا ئەزەلدىن خاتالىق ئۆتكۈزۈپ باقمىغان بىر ئادەمنى تېپىپ بېرەلىسىڭىز مەنمۇ سىزگە ئۆمرىدە ھېچقانداق ئىش قىلىپ باقمىغان بىر ئادەمنى تېپىپ بېرە-

لەيمەن. سىز تىجارەت سېپىدىمۇ خۇددى باشقا كەسىپتىكىلەرگە ئوخشاش، ئۈزلۈكسىز يېڭى مەھسۇلات، يېڭى يول، يېڭى ۋاسىتىلەرنى سىناق قىلىپ تۇرۇشىڭىز كېرەك. ئەگەر سىز خاتالىقلارغا بەرداشلىق بېرەلمىسىڭىز، ئۈزلۈكسىز سىناق قىلىپ تۇرۇش قولىڭىزدىن ھەرگىز كەلمەيدۇ. ئەڭ مول نەتىجە ھەربىر پۇرسەتنى بوش ئۆتكۈزۈۋەتمەيدىغان كىشىلەرگە مەنسۇپ. دېڭىز تاشپاقىسى جېنىدا بوينىنى سىرتقا سوزۇپ تۇرمىسا ئالغا ئىلگىرىلىيەلمەيدىغانلىقىنى بىلىدۇ.

يەنە بىرى، بىز باھانى نېمە ئۈچۈن يۇقىرىراق قويىمىز؟ مەسىلەن، بەزى مەھسۇلاتلارنىڭ باھاسىنى 10:1 نىسبەت بويىچە قويۇشقا توغرا كېلىدۇ. چۈنكى، بۇنداق قىلساق، ئېلان - تەشۋىقاتقا كۆپرەك مەبلەغ سالالايمىز. ئېلان - تەشۋىقاتنى ياخشى قىلالىساق، مەھسۇلاتىمىزنىڭ سېتىلىشى تېخىمۇ ياخشى بولىدۇ. ئەلۋەتتە، بىز تېخىمۇ كۆپ پۇل تاپالايمىز. ئەگەر مەھسۇلاتىڭىزغا ئىنتايىن تۆۋەن باھا قويسىڭىز، ئۇنى تېخىمۇ كۆپرەك ساتالارسىزمۇ؟ بۇ ناتايىن. بەزى چاغلاردا خېرىدارلار سۈپەت بىلەن باھانى بىر - بىرىگە باغلاپ قارايدۇ، مال باھاسىغا ئۇشلۇق بولىدۇ، دەپ بىلىدۇ. نۇرغۇن ئادەم ئەرزان مالنىڭ شورپىسى يوق، دەيدۇ. سىزنىڭ سىناپ باققۇڭىز بارمۇ؟ سىز بۇ بابنىڭ بېشىدا تونۇشتۇرغان ئۇسۇل بويىچە مەھسۇلاتىڭىزغا باھا قويۇپ بېقىڭ. باھاسى يۇقىرىنى تاللامدۇ ياكى تۆۋەننى تاللامدۇ؟ خېرىدارلار ئېنىق جاۋابنى بېرىدۇ. سىز ئۇلاردىن سوراپ باقسىڭىزلا بولدى. ئۇلار مەھسۇلاتىڭىزنىڭ قانچە پۇلغا يارايدىغانلىقىنى ئېيتقاندا، سىز بۇنىڭغا ھەرگىز ئېتىبارسىز قارىماڭ.

مەن ئېلان ھەققىنى قانچىلىك مۆلچەرلىشىم كېرەك؟ مەن تىجارەت قىلغاندا، 50% پۇلنى ئېلانغا ئىشلىتىمەن. دېمەكچى، بىر دوللار پۇل تاپسام، 50 سېنتى ئېلانغا كەتكەن بولىدۇ. مېنىڭ ئېلانغا كەتكەن چىقىمىم ئاز بولغاندا 3%، كۆپ بولغاندا 300%

كە يېتىدۇ. مۇنداقچە ئېيتسام، مەن تىجارەت قىلغاندا، ھەر بەش دوللارلىق زاكاز تالونى 15 سېنت ئېلان تەننەرخىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان بولىدۇ؛ يەنە بىر تىجارەتنى قىلغاندا بولسا، بەش دوللارلىق زاكاز تالونى ئۆز ئىچىگە ئالغان ئېلان تەننەرخى 15 دوللارغا يېتىدۇ. بۇ تىجارەتنىڭ پايدىسى ئۇ تىجارەتنىڭ زىيىنىنى تولۇقلاپ تۇرىدۇ (ئىلاھىم شۇنداق بولسۇن)، ئوتتۇرىچە ئېلان تەننەرخى 50% بولىدۇ. مىسال ئۈچۈن ئالساق، بەش دوللارلىق بىر پارچە زاكاز تالونىغا ئېرىشىش ئۈچۈن، ئېلانغا 2.5 دوللار خەجلەشكە توغرا كېلىدۇ.

ئۇ يالغۇز ئېلان تەننەرخىلا ئەمەس.

بىر نەچچە پىرسەنت پوئىنتنى قوشۇش ياكى ياكى ئېلىۋېتىش كېرەك. بۇ مەن بىلىدىغان مۇۋەپپەقىيەت قازانغان شىركەتلەر ئېلان ھەققىنى تۆلەشتە قوللىنىپ ئادەتلەنگەن ئۇسۇل. سىز ئەڭ ياخشىسى ئۇنىڭغا تايىنىڭ، ئەمما ئىشتىن ئاۋۋال ياخشى پىلان تۈزۈۋېلىڭ. ئەگەر سىز ئېلانغا ئازراق مەبلەغ سېلىپ، يۇقىرى تەشۋىقات ئۈنۈمىگە ئېرىشەلىسىڭىز، بۇ ئەلۋەتتە ياخشى ئىش. سىز ئېلان بەرگەندە، بۇ قېتىم ئېرىشكەن پايدىنى ۋاقىتلىق ھېسابقا ئالماي تۇرسىڭىز بولىدۇ، ئاندىن كېيىنكى قېتىملىق تىجارەتكە بۇ پايدىنى مەبلەغ قىلىپ سېلىڭ. بۇنداق قىلىش كۆپ ھالدا ياخشى ئۈنۈم بېرىدۇ، لېكىن 50% پۇلنى ئېلانغا ئىشلىتىشكە تەييارلىق قىلىپ قويۇڭ.

بىر ئادۋوكات ئاغىنەم ماڭا چوڭ شىركەتلەر نېمە ئۈچۈن كەسكىن رىقابەتكە پۇت تىرەپ تۇرالايدۇ، كىچىك شىركەتلەر بولسا نېمە ئۈچۈن پاجىئەلىك ھالدا بىر چەتكە چىقىپ قالىدۇ، دېگەن مەسىلىدىكى كۆز قارىشىنى سۆزلەپ بەردى. بۇ ھەرگىزمۇ كىچىك شىركەتنىڭ خوجايىنىغا قارىغاندا چوڭ شىركەتنىڭ خوجايىنى تېخىمۇ ئەقىللىق، تېخىمۇ ئىقتىدارلىق بولغانلىقىدىن ئەمەس (مەن ئىلگىرى بىر چوڭ شىركەتتە توققۇز ئاي ئىشلىگەن، ھەقىقەتەن

ئىشەنگۈم كەلمىدى، ئۇ شىركەتتە قولىدىن ھېچ ئىش كەلمەيدىغان شۇنداق چوڭ ئادەم بىكار لاغايلاپ يۈرەتتى). ئاغىنەمنىڭ ئېيتىشىچە، چوڭ شىركەتلەرنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىدىكى سىر — ئۇلار ئوڭۇشسىزلىقلارغا بەرداشلىق بېرەلەيدىكەن، يەنى ئۈنۈم دېگەندىن سۆز ئاچقىلى بولمايدىغان بەزى ئىشلار كۆرۈلۈپ تۇرسىمۇ، كىچىككىنە شامالغا بەرداشلىق بېرەلمەي، ئۆرۈلۈپ كېتىدىغان ئەھۋال يۈز بەرمەيدىكەن. ئۇلارنىڭ مالىيە كۈچى زور. شۇڭا، بەزى سەۋەنلىكلەردىن كېلىپ چىققان زور زىيانلارنى كۆتۈرۈپ كېتەلەيدىكەن.

مېنىڭ بىر نەرسىنى تولۇقلاپ ئۆتكۈم كېلىۋاتىدۇ: ئۇلار ھەرگىزمۇ مۇشۇ ئۇسۇل بىلەن تەرەققىي قىلىپ چوڭ شىركەتكە ئايلانغان ئەمەس، ئۇلار پەقەت مۇشۇ ئۇسۇلغا تايىنىپ مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدۇ. «كائىن نامىلىق پاراخوتتا يۈز بەرگەن توپىلاڭ» نامىلىق ئەسەرنىڭ ئاپتورى خېرمان ۋالكېر دېڭىز ئارمىيىسى ئۇرۇشى ئۈستىدە توختالغاندا مۇنداق يازىدۇ: «دېڭىز ئارمىيىسىنىڭ ئۇلۇغۋار پىلانىنى تالانت ئىگىلىرى تۈزىدۇ، ئەخمەقلەر ئەمەلگە ئاشۇرىدۇ.» دېڭىز ئارمىيىسى بۇ پىلانىنى ئەخمەقلەرنىڭ ئەمەلگە ئاشۇرۇشىنى ئەلۋەتتە خالىمايدۇ، لېكىن ئۇلار بۇ خىل ئېھتىماللىقنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشىغا ئامالسىز يول قويىدۇ.

ساقلانغىلى بولمايدىغان بىر پاكىت بار، ئۇ بولسىمۇ، سىز ياكى بىز ئۈچۈن ئىشلەپ بېرىۋاتقان مەلۇم بىر ئادەم بەزىدە تۇرۇپلا ئەخمىقانە ئىشلارنى قىلىپ قويۇشى مۇمكىن. بۇنداق ئەھۋالدا، سىز بۇ خىل پاكىتنى مالىيە جەھەتتىن قوبۇل قىلىشقا تەييارلىق كۆرۈپ قويۇشىڭىز كېرەك. ئەمەلىيەتتە ئۇيغۇن ۋە يارامىلىق پىلان سىزگە زور ياردەم قىلىدۇ، 50% پۇلنى ئېلانغا ئاتاپ قويسىڭىز ئارتۇق كەتمەيدۇ.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، بىز شۇنى كۆرۈشىمىز كېرەككى، بىۋاسىتە سېتىش شەكلىدىكى تىجارەت سېپىدە نۇرغۇن تالانتلىق ئېلان

ئىشلىگۈچىلەر مەيدانغا كەلدى، ئۇلار بىر پارچە زاكاز تالونى ئېلىش ئۈچۈن، ئۆز رازىلىقى بىلەن، ھەتتا ناھايىتى ئاكتىپلىق بىلەن 100% ئېلان ھەققى تۆلەيدۇ.

نېمە ئۈچۈن؟ چۈنكى ئۇلارغا مەلۇم، خېرىدارلار ۋە خېرىدارلار كەلگۈسىدە سېتىۋالىدىغان مەھسۇلات نۇرغۇن پۇلغا يارايدۇ. پلاستىنكا كۇلۇبى، كىتاب كۇلۇبى (شۇنىڭغا ئوخشاش باشقا تەشكىلاتلار) بىۋاسىتە سېتىش شەكلىدىكى تىجارەت سېپىدە ئېلانغا تايىنىپ مۇۋەپپەقىيەت قازانغانلارنىڭ ياخشى مىسالى. ئۇلار سېتىشنىڭ دەسلەپكى مەزگىلىدە كۆپ زىيان تارتقان، لېكىن كېيىن ئېلان ئارقىلىق ياخشى ئۈنۈم ھاسىل قىلىپ، زور پايدىغا ئېرىشكەن.

لېكىن، بۇ نۇقتىدا مەن سىزگە مەھسۇلات سېتىشنىڭ دەسلەپكى مەزگىلىدە ئېلانغا كۆپ پۇل خەجلەش تەكلىپىنى بەرمەيمەن، ئۇنداق قىلسىڭىز، ئۆزىڭىزگە ئۆزىڭىز ئورا كولىغان بولىسىز. مەن ئۇنداق قىلىشنى قوللىمايمەن، چۈنكى ئۇ نۇرغۇن مەبلەغنى ئۆزىگە ئارقا تىرەك قىلىدۇ.

ئەمدى مەن سىزگە بىر نەچچە ئىشنى سۆزلەپ بېرەي، ئىشىنىمەنكى، سىز چۈشىنىش ھاسىل قىلغاندىن كېيىن، ئېلان ئۈچۈن 50% پۇلنى خاتىرجەم خەجلىيەلەيدىغان بولىسىز.

ئالدى بىلەن، سىزنىڭ بارلىق «ئايرىم ـ ئايرىم يەتكۈزۈش» چىقىمىڭىز توغرۇلۇق سۆزلەي. سىز ھەدەپ ئېلان قىلىش ئارقىلىق خېرىدار تاپىسىز، ئاندىن ئارىغا ھېچقانداق ئادەمنى ئارىلاشتۇرمىغان ئەھۋال ئاستىدا، مەھسۇلاتىڭىزنى ھەر قايسى خېرىدارلارغا ئايرىم ـ ئايرىم يەتكۈزىسىز. سىز ئېلاننىڭ تەننەرخىنىمۇ مەھسۇلات باھاسىنىڭ ئىچىگە كىرگۈزۈۋەتسىڭىز بولىدۇ. لېكىن، خېرىدارلىرىڭىز يەنىلا سىزدىن بىۋاسىتە مال سېتىۋېلىشنى خالايدۇ. بۇنىڭدىكى سەۋەب، پارچە ساتىدىغان ماگىزىنلاردىكى ئوخشاش بىر مەھسۇلاتنىڭ باھاسىغا سېلىشتۇرغاندا، سىزنىڭ مەھسۇلاتى-

ڭىزنىڭ باھاسىنىڭ ئېلان تەننەرخى قوشۇلغان تەقدىردىمۇ، يەنىلا بىر قەدەر تۆۋەن بولىدۇ. پارچە ساتىدىغان ماگىزىنلاردىكى مەھسۇلاتلار ئىلگىرى ـ كېيىن بولۇپ نۇرغۇن ئادەمنىڭ قولىدىن ئۆتكەن بولىدۇ (ھەربىر ئادەمنىڭ قولىنى خېرىدارنىڭ يانچۇقىغا سۇنۇپ، مەھسۇلاتنىڭ تەننەرخى ۋە پايدىسىنى ئېلىپ قالىدۇ)، پارچە سېتىش جەريانىدا، ئوتتۇرىدىكى بارلىق ئادەم (توپ تارقىتىش سودىگىرى، مال يەتكۈزگۈچى، ۋاسىتىچى قاتارلىقلار) ئىشلەپچىقارغۇچى ۋە ئەڭ ئاخىرقى خېرىدار ئوتتۇرىسىدا ئۆزلىرىگە تېگىشلىك بىر پارچە گۆشنى كېسىۋالىدۇ. پارچە سېتىلىدىغان مەھسۇلات ئۇنىڭ قولىدىن بۇنىڭ قولىغا ئۆتۈپ قايتا ـ قايتا سېتىلىدۇ. سېتىلغانسېرى سانى ئازلاپ بارىدۇ، ئەڭ ئاخىرقى خېرىدار ئۆزىدىن ئىلگىرىكى بارلىق سېتىۋالغۇچىلارنىڭ چىقىمى ۋە پايدىسىنى تۆلەپ پارچە سېتىلىدىغان ئۇ مەھسۇلاتنى ئۆيىگە ئەكېلىپ ئۆزى ئىشلىتىدۇ. شۇنىڭ بىلەن، زەنجىرسىمان سېتىش ئاخىرلاشقان بولىدۇ. بۇ جەرياندا پارچە سېتىش سودىگىرى ئەڭ چوڭ بىر پارچە گۆشنى كېسىۋالغان بولىدۇ. بۇنداق قىلىشىدىكى سەۋەب، ئۇلار ئالدى بىلەن ئۆزىنىڭ تەننەرخىنى قايتۇرۇۋېلىشى كېرەك: ئېلان ھەققى، ئالىي دەرىجىلىك سورۇنلاردا كۆرگەزمە قىلىش ھەققى، ماشىنا توختىتىش ھەققى، ئۇپراش ھەققى، ئوغرى ئالغان مال، ياللاپ ئىشلەتكەنلەرنىڭ ھەققى دېگەندەك، بۇ چىقىملار چىقىرىۋېتىلگەندىن كېيىن، ئۆزىگە قانچىلىك پايدا قالىدىغانلىقىنى ھېسابلاپ باقىدىغان گەپ.

مانا بۇ بىۋاسىتە سېتىش ئۈنۈمىنىڭ ئەڭ ياخشى بولۇشىدىكى سەۋەب. ئۇنىڭدا ئەڭ كۆپ مىقداردىكى مەھسۇلاتنى ئەڭ تۆۋەن تەننەرختە، ئەڭ كۆپ ئادەمگە ساتقىلى بولىدۇ.

بىز ئەڭ ئاخىرىدا يەنە باھا بەلگىلەشنى كۆرۈپ باقايلى. ئەگەر بىر مەھسۇلاتنىڭ ئەمەلىي تەننەرخى بىر دوللار بولسا، تۆۋەندە كۆرسىتىلگىنى سىز قويۇش ئېھتىمالى بولغان ئوخشىمىغان باھالار:

سېتىش باھاسى	ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخى	ئېلان تەننەرخى	ئومۇمىي پايدا
3.00 دوللار	1.00 دوللار	1.50 دوللار	0.50 دوللار
4.00 دوللار	1.00 دوللار	2.00 دوللار	1.00 دوللار
5.00 دوللار	1.00 دوللار	2.50 دوللار	1.50 دوللار

بۇنىڭدىن كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇ، ئەگەر سىز «باھا تەننەرخىنىڭ ئۈچ ھەسسىسى» دېگەن پرىنسىپ بويىچە باھا قويسىڭىز، سىزنىڭ پايدىڭىز ئىنتايىن ئاز بولىدۇ. ئۇنداق بولۇشى، 50 سېنتلىق ئومۇمىي پايدىدىن ئۆزىڭىزنىڭ دائىملىق خىراجىتىڭىزنى چىقىرىشقا مەجبۇر بولىسىز، نۇرغۇن چىقىملارنى تېخى ئۆز يېنىڭىزدىن چىقىرىسىز. ئەگەر سىز ھازىر ئۇششاق مەھسۇلاتلارنى سېتىش بىلەن شۇغۇللىنىۋاتقان بولسىڭىز، ئەڭ ياخشىسى ماشىنا ـ ماشىنىلاپ ساتالايدىغان بولۇڭ.

لېكىن، سىز مەھسۇلاتنىڭ ھەربىرىنىڭ باھاسىنى تۆت دوللارغا شۇنداقلا كۆتۈرسىڭىز، ئېلاننىڭ تەننەرخى پەقەت ئۈچتىن بىرگە كۆتۈرۈلىدۇ. ئەمما، سىزنىڭ پايدىڭىز ئىككى ھەسسە ئۆرلەيدۇ. بۇ بولىدىغان گەپ!

ئەگەر مەھسۇلاتنىڭ ھەربىرىنىڭ باھاسىنى بەش دوللارغا كۆتۈرەلىسىڭىز، ئېلاننىڭ تەننەرخى پەقەت ئۈچتىن ئىككىگە كۆتۈرۈلىدۇ، پايدىڭىز بولسا ئۈچ ھەسسە ئۆرلەيدۇ! باھانى بەش دوللارغا كۆتۈرگەن ئەھۋالدا، سىزنىڭ مەھسۇلاتنى سېتىش مىقدارىڭىز ئۈچ دوللار باھا قويغاندىكى سېتىش مىقدارىنىڭ يېرىمىغا بارغان تەقدىردىمۇ، ئەمەلىيەتتە سىز تېخىمۇ كۆپ پۇل تاپالايسىز. ئۇنىڭ قانداق ھېسابلىنىدىغانلىقىنى كۆرۈپ باقايلى.

ھەربىرىگە ئۈچ دوللار باھا قويۇلغان مەھسۇلاتتىن 1000 دانە ساتسىڭىز، سىز ئېرىشىدىغان ئومۇمىي پايدا 500 دوللار بولىدۇ؛

ھەربىرىگە بەش دوللار باھا قويۇلغان مەھسۇلاتتىن 500 دانە ساتسىڭىز، سىز ئېرىشىدىغان ئومۇمىي پايدا 750 دوللار بولىدۇ.

شۇڭا، ئەسلىدىكى ئىشنىڭ يېرىمىنى قىلىپ، ئەسلىدىكى جاپانىڭ يېرىمىنى تارتسىڭىزمۇ، لېكىن ئېرىشىدىغان پايدىڭىز 50% كۆپ بولىدۇ! ئەمدى بۇ ئالاھىدە پايدىنىمۇ بېسىپ چۈشكىلى بولىدىغان بىر خىل ئۇسۇل بار: سىزنىڭ سېتىش مىقدارىڭىز ئۆزلۈكسىز ئاشىدۇ، ئوخشاش بىر خېرىدارغا تېخىمۇ كۆپ مەھسۇلات ساتالايسىز.

خېرىدارلار سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزدىن ئىنتايىن رازى بولسا، ئۆزلىرىنىڭ دوست ـ بۇرادەرلىرى ئۈچۈن تېخىمۇ كۆپ مال زاكاز قىلامدۇ؟ ئۇلار «تېجەشلىك» مەھسۇلات سېتىۋالغاندىن كېيىن، سىز تەشۋىقاتىڭىزدا ھەدەپ ماختىغان «دەرىجىدىن تاشقىرى» مەھسۇلاتقا باغلىنىپ، ئۇنى قولىدىن چۈشۈرگۈسى كەلمەي قالامدۇ؟ سىز ساتقان مەھسۇلات تېزلا ئىشلىتىلىپ بولامدۇ ياكى بۇ مەھسۇلاتنى كېيىنكى ئايدا، ھەتتا ھەر ئايدا سېتىۋېلىپ تۇرامدۇ؟ سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ ئىشلىتىلىش ئۈنۈمىنى ئاشۇرۇش ئۈچۈن، نۇرغۇن قوشۇمچە ئەسۋابلارنى سېتىۋېلىشقا توغرا كېلەمدۇ؟ بىۋاسىتە سېتىش بىلەن شۇغۇللىنىۋاتقان باشقا تىجارەتچىلەر سىزنىڭ خېرىدارلار تىزىملىكىڭىزنى ئىجارىگە ئېلىشنى ئويلامدۇ؟

ئەگەر يۇقىرىقى سوئاللارنىڭ بىرىگە ياكى بىر نەچچىسىگە «شۇنداق» دەپ جاۋاب بېرەلىسىڭىز، يەنە كېلىپ، كۆپەيگەن زاكاز تالونى خېلى كۆپ بولسا، ئۇنداقتا يىراقنى كۆزلىگەندە، ئاز پايدا بېرىدىغان 1000 خېرىدارغا ئېرىشكەندىن، كۆپ پايدا بېرىدىغان 500 خېرىدارغا ئېرىشكەن ئەلا. بۇنىڭدا سىز تېخىمۇ كۆپ پايدىغا ئېرىشىسىز.

ئۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب، سىز زاكاز تالونىغا قايتا ئېرىشكەن ۋاقىتتا، ئېلانغا خەجلىگەن پۇلىڭىز ناھايىتى ئاز بولىدۇ ياكى ئېلانغا پەقەتلا پۇل خەجلىمىگەن بولىسىز. سىز باھاسى ئۈچ دول-

لار، تەننەرخى بىر دوللارلىق مەھسۇلاتتىن بىرنى ساتسىڭىز، ئېرىشىدىغان پايدىڭىز ئىككى دوللار بولىدۇ؛ باھاسى بەش دوللار، تەننەرخى بىر دوللارلىق مەھسۇلاتتىن بىرنى ساتسىڭىز، ئېرىشىدىغان پايدىڭىز تۆت دوللار بولىدۇ.

ئەمدى بىز باھاسى ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتنى سېتىۋالغان خېرىدارلار ئىچىدىن 50% خېرىدار سىزگە يەنە زاكاز يوللىدى دەپ پەرەز قىلايلى. بۇ چاغدا سىز يەنە 500 پارچە زاكاز تالونىغا ئېرىشكەن بولىسىز، ھەربىر زاكاز تالونىدىن ئىككى دوللار پايدا قالسا، سىز ئېرىشىدىغان ئومۇمىي پايدا 1000 دوللار بولىدۇ.

ئەگەر باھاسى بەش دوللارلىق مەھسۇلاتنى سېتىۋالغان خېرىدارلار ئىچىدىن 50% خېرىدار سىزگە يەنە زاكاز يوللىسا، سىزنىڭ يەنە 250 پارچە زاكاز تالونىڭىز كۆپەيگەن بولىدۇ، ھەربىر زاكاز تالونىدىن تۆت دوللار پايدا قالسا، سىزنىڭ ئومۇمىي پايدىڭىز ئوخشاش 1000 دوللار بولىدۇ. لېكىن، ئەمەلىيەتتە ئەگەر باھاسى ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋالغان خېرىدارلار ئىچىدىن 50% خېرىدار سىزگە يەنە زاكاز يوللىسا، ئۇ چاغدا باھاسى بەش دوللارلىق مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋالىدىغان خېرىدارلار ئازلاپ كېتىشى مۇمكىن! ئەگەر بۇ خېرىدارلار توپىنىڭ سىزگە يېڭىدىن زاكاز يوللاش نىسبىتى 30% چۈشۈپ قالسا، پايدىدا چوڭ ئۆزگىرىش بولىدۇ. ئۇنداق بولغاندا، سىز يېڭىدىن ئېرىشكەن زاكاز تالونى 150 پارچىغا چۈشۈپ قالىدۇ، ھەربىرىدىن تۆت دوللار پايدا قالدى دېسەك، ئېرىشكەن ئومۇمىي پايدىڭىز 600 دوللار بولىدۇ.

دېمەك، باھاسى ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋالغان خېرىدارلاردىن (خېرىدارلارنىڭ كونا زاكاز تالونىغا يېڭى زاكاز تالونىنى قوشقاندا) ئېرىشىدىغان ئومۇمىي پايدىڭىز 1500 دوللار بولىدۇ؛ باھاسى بەش دوللارلىق مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋالغان خېرىدارلاردىن (خېرىدارلارنىڭ كونا زاكاز تالونىغا يېڭى زاكاز تالونىنى قوشقاندا) ئېرىشىدىغان ئومۇمىي پايدىڭىز 1350 دوللار بولىدۇ.

باھاسى بەش دوللارلىق مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋالغان خېرىدارلىرىڭىزدىن يېڭىدىن زاكاز ئېلىپ پىرسەنت پوئىنتى نېمە ئۈچۈن تۆۋەنرەك بولىدۇ؟ چۈنكى، ئادەتتىكى ئەھۋالدا باھا قانچە يۇقىرى بولسا، خېرىدارلارنى شۇنچە تۇتۇپ تۇرغىلى بولمايدۇ.

سىزگە چۈشەندۈرۈپ ئولتۇرۇشتىكى سەۋەب مۇشۇ يەردە. سىز باھاسى ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتىڭىزغا خېرىدار جەلپ قىلىۋاتقاندا، ھەربىر مەھسۇلاتنىڭ ئېلان تەننەرخى 1.5 دوللار بولىدۇ؛ ئەگەر باھاسى بەش دوللارلىق مەھسۇلاتىڭىزغا خېرىدار جەلپ قىلسىڭىز، ھەربىر مەھسۇلاتنىڭ ئېلان تەننەرخى 2.50 دوللار بولىدۇ.

خېرىدارلار سىزگە يېڭىدىن زاكاز يوللايدىغان ۋاقىتقا بارغاندا، يەنە ئوخشاش ئەھۋال كۆرۈلىدۇ. ئەڭ مۇھىمى، خېرىدارلىرىڭىزنىڭ قولىدىكى پۇل چەكلىك، شۇڭا ئىنچىكە ھېسابات قىلمىسىڭىز بولمايدۇ.

خېرىدارلار سىزنىڭ قولىڭىزدىن تۇنجى تۈركۈمدىكى زاكاز قىلغان مالنى ئالغاندىن كېيىن، شېرىن ئاي شۇنىڭغا ئەگىشىپ ئاخىرلاشقان بولىدۇ. بارلىق ۋەدە، سىرلىقلىق ۋە ئارزۇ رېئاللىققا ئايلىنىدۇ، ئۇ مەھسۇلاتنى قولىغا ئالغان بولىدۇ. ئۇنىڭ سىزگە قايتا مال زاكاز قىلىش ـ قىلماسلىقى ئىككى ئىشقا باغلىق.

ئالدى بىلەن، سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىز سىز ۋەدە قىلغان سۈپەتكە يەتتىمۇ، ئۇنىڭ تەلىپىنى قاندۇرالىدىمۇ؟ ئۇ سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى ئېلىشتىن ئىلگىرى، ئۇنىڭغا شۇنداق قىزغىن مۇئامىلە قىلاتتىڭىز، لېكىن ئۇ مەھسۇلاتىڭىزنى ئېلىپ بولغاندىن كېيىن قىزغىنلىقىڭىز سۇسلاپ قېلىشى مۇمكىن. ئۇ سىزنىڭ بۇ قىلىقىڭىزنى كەچۈرۈشى مۇمكىن (ئۇ ئىلگىرى سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى ھەدەپ ماختىغىنىڭىزغا تازا ئىشەنمىگەن بولۇشى مۇمكىن). لېكىن، ئەگەر سىز ئۆتۈپ كەتكەن يالغانچى بولسىڭىز ياكى تىجارەتتە ئۇنى قەستەن ئالدىغان بولسىڭىز، ئۇ سىزنى كەچۈرمەيدۇ. ئۇنىڭ

كەچۈرمىگىنى توغرا.

ئاڭلاشلارغا قارىغاندا، بەزى ئالدامچىلار مايقۇرتى يوقىتىشنىڭ بىر ئېلانىنى چىقىرىپ، ئۇ مەھسۇلاتنى «مايقۇرتىنى قىرغۇچى» دەپ ئاتىغان. بەزى خېرىدارلار بۇ ئېلاننى كۆرگەندىن كېيىن، ئۇ مەھسۇلاتنى ئەۋەتىپ بېرىشكە پۇل ئەۋەتكەن. ئۇلار ئاتالمىش مەھسۇلاتنى تاپشۇرۇۋالغاندىن كېيىنلا ئۆزلىرىنىڭ قاتتىق ئالدانغانلىقىنى بىلگەن. ئۇلارنىڭ تاپشۇرۇۋالغىنى ئىككى پارچە تاختاي ئىدى. مەھسۇلاتنىڭ چۈشەندۈرۈشىدە، مايقۇرتىنى ئاۋۋال بىر تاختاينىڭ ئۈستىگە قويۇپ، ئاندىن يەنە بىر تاختاي بىلەن ئۈستىدىن بېسىپ ئۆلتۈرىسىز، دەپ يېزىلغانىدى. يەنە بەزى ئالدامچىلار «ئايالλارنىڭ كۆكسىنى يوغىنىتىش ئەسۋابى»نىڭ ئېلانىنى چىقارغان. ئۇلارغا پۇل ئەۋەتكەن خېرىدارلار تاپشۇرۇۋالغان نەرسە بولسا بىر پارچە رەسىم بولغان. رەسىمدىكى ئەرنىڭ بىر قولى ئىدى. ساختا ئېلان بىلەن باي بولغان ئىشلار توغرۇلۇق نۇرغۇن ھېكايىلەر بار. ئۇلار بۇنى «باي بولۇشنىڭ ئەڭ ئاخىرقى پۇرسىتى» دەپ ئاتايدۇ. مەن بۇنداق نەرسىلەرگە ئىشەنمەيمەن.

مەن بىر ئادەمنى بىلىمەن، ئۇ ماڭا مۇنداق بىر ئىشنى سۆزلەپ بەرگەن. ئۇ ھەرخىل ئوت - چۆپلەرنىڭ نۇرغۇن ئۇرۇقىنى يىغىپ، ساختا ئېلان چىقىرىپ، بۇلارنىڭ ھەممىسى گۈل ئۇرۇقى، ئۇلارنى تېرىسىڭىز ئاجايىپ رەڭدار گۈللەر ئېچىلىدۇ، دەپ داۋراڭ سېپتۇ. ئۇ باشقىلارنىڭ ئىشەنمەي قېلىشىدىن ئەنسىرەپ، يەنە: «ئەگەر گۈل ئېچىلمىسا، ئۇرۇق ئالغان پۇلنىڭ ھەممىسىنى قايتۇرىمەن» دەپتۇ. ئۇ ئىستېمالچىلارنى مۇشۇنداق ئالداش يولى بىلەن نۇرغۇن ھارام پۇل تېپىپتۇ. ئۇنىڭ ئۆز ئالدىغا قارىشى بار ئىكەن: نۇرغۇن ئادەملەر گۈل ئۇرۇقىنى بىردەملىك قىزىقىش تۈپەيلىدىنلا سېتىۋالىدۇ، ئۇلارنىڭ ئۇرۇقنى ئەجىر قىلىپ يەرگە تېرىشى ناتايىن. سېتىۋالغان ئۇرۇقنى ئەجىر قىلىپ يەرگە تەرگەن ئىستېمالچىلار بولسا، ئاخىرقى ھېسابتا قۇرۇق ئاۋارە بولىدۇ، ئۇلارنىڭ

گۈل تەرگەن يېرىنى قالايمىقان ئوت - چۆپلەر بېسىپ كەتكەن بولىدۇ. ئۇلارنىڭ كۆپىنچىسى بۇنى ئۆزىدىن كۆرىدۇ، گۈل تېرىشنى بىلمەيدىكەنمەن، دەپ قارايدۇ ياكى بولمىسا بۇنى ھاۋانىڭ ناچارلىقىدىن كۆرىدۇ. ئاز بىر قىسىم ئادەملەرگە كەلسەك، ئۇلار بۇنى ئۆزلىرىدىنمۇ، ھاۋادىنمۇ كۆرمىگەن تەقدىردىمۇ، ئۆسۈپ چىققان ئۆسۈملۈكنىڭ گۈل ئەمەسلىكىنى بايقاپ، ئۆزلىرىنىڭ ئالدانغانلىقىنى سەزگەندە، ئارىدىن بىر نەچچە ئاي ۋاقىت ئۆتۈپ كەتكەن بولىدۇ، ئۇلار ئۇرۇق ساتقان ئادەم بەرگەن ئادرېسنى نەگە قويغانلىقىنىمۇ ئېسىگە ئالالماسلىقى مۇمكىن. ئۇلار ئادرېسنى تاپقان ھالەتتىمۇ، ئۇرۇق ساتقان ئادەم ئۇزۇن ئۆتمەي باشقا يەرگە كۆچۈپ كەتكەن بولۇشى مۇمكىن. شۈبھىسىزكى، ئۇ ئۆزىدىن ئۇرۇق سېتىۋالغان ئادەملەرگە يېڭى ئادرېسنى ھەرگىزمۇ ئېيتىپ بەرمەيدۇ.

مېنىڭ قارىشىمچە، بىر ئاز قىزىقارلىق يېرى، خېرىدارلارنى ئالداش يولى بىلەن ۋاقىتلىق ھارام پۇل تاپقان ئاتالمىش «كارخانىچىلار» ئاخىرىغا بارغاندا يۈز - ئابرۇيى تۆكۈلۈپ، ئېچىنىشلىق ئەھۋالدا قالىدۇ. ئىلگىرى ھەقىقەتەنمۇ ئالدامچىلىق بىلەن ئاز - تولا پۇل تاپقانلارنىڭ بۈگۈنكى ئېچىنىشلىق ھالىتى بىزگە شۇنى ئۇقتۇرىدۇكى، «يامان ئىشنى كۆپ قىلغان ئادەم ئۆزىنىڭ بېشىنى يەيدۇ». ئۇ ئادەم ماڭا ئۆز كەچۈرمىشلىرىنى سۆزلەپ بېرىۋاتقاندا، مەن بىر جۈملە قارغىش سۆزنى ئىختىيارسىز ئېسىمگە ئالدىم: «ھارام يول بىلەن كۆپ پۇل تاپقانلارنىڭ ئىلاھىم، تاپقانلىرى دوختۇرخانىغا كەتەر.»

ئىلگىرى دورا ساتىدىغان نۇرغۇن ئادەملەر بار ئىدى. ئۇلار نومۇس دېگەننى بىر ياققا قايرىپ قويۇپ، ئۆزلىرىنىڭ دورىلىرىنى قانداقتۇر خاسىيەتلىك دورا دەپ كۆككە كۆتۈرگەن. راك، ئۆپكە كېسىلى، رېماتىزم دېگەندەك مۇرەككەپ كېسەللىكلەرنى داۋالىيالايدۇ، دەپ داۋراڭ سالغان. لېكىن، ھازىرقى ئىستېمالچىلار ئانچە

دۆت ئەمەس. ئېلان سودىگەرلىرى نەچچە مىليون دوللار پۇل خەجلەپ، ئىستېمالچىلارنى ئالدىغان، زىيان تارتقۇزغاندىن كېيىن، ئىستېمالچىلارمۇ ئاسان ئالدام خالتىغا چۈشمەيدىغان بولدى. ئىستېمالچىلار يېشى ئانچە چوڭ بولماي تۇرۇپلا چۈشەندىكى، تېلېۋىزوردىكى ئېلانلاردا كۆككە كۆتۈرۈلۈپ ماختالغان ئويۇنچۇقلارنى ئۆيگە ئېلىپ كېلىپ قارىسا، ساختا مەھسۇلات بولۇپ چىققان، بۇ ئۇلارنى قاتتىق ئۈمىدسىزلەندۈرگەن. ئۇ ئويۇنچۇقلارنى مىلاد بايرىمىدىن كېيىن ئويناشقا مەجبۇر بولغان، چۈنكى ئاپىسى ئۇنى سېتىۋالغاندا، «باتارېيە قوشۇپ بەرمەيدىغانلىقى»نى ئۇنتۇپ قالغان. ئۇ بالا ئۈمىدسىزلەندى، ئۇ ئېلاندا دېيىلگىنى بويىچە «خاسىيەتلىك بولكا»دىن نۇرغۇن يېدى، لېكىن ئۇنىڭ بويىمۇ ئۆسمىدى، بەدىنىگىمۇ ئەت قونمىدى. يەنىلا شۇ ئۆزىنى كەچكىچە ئەخمەق قىلىدىغان ئاكا - ھەدىلىرىگە بوزەك بولۇپ يۈردى. ئۇ ئېلاندا كۆرسىتىلگىنى بويىچە، ھەر قېتىملىق تاماقتىن كېيىن «دەرىجەدىن تاشقىرى چىش پاستىسى» بىلەن چىشىنى يۇيۇپ كېلىۋاتقان بولسىمۇ، ئېلاندا دېيىلگەن «يات جىنسلارنى ئۆزىگە رام قىلىۋېلىش» ئۈنۈمىگە يېتەلمىدى.

ئەڭ ئاخىرىدا، ئۇ رافېر نادېر (ئامېرىكىلىق ئادۋوكات. ئامېرىكا ئىستېمالچىلار مەنپەئىتىنى قوغداش ھەرىكىتىنىڭ باشلامچىسى، ئىستېمالچىلارنىڭ مەنپەئىتىنى قوغداش توغرىسىدىكى ماقالىلەرنى ئېلان قىلغان، «ئاممىۋى مەنپەئەت تەتقىقات گۇرۇپپىسى» قاتارلىق تەتقىقات ئورگانلىرىنىڭ قۇرغۇچىسى) نىڭ ياردىمىدە، ئاسماندىن گۈل ياغدۇرىدىغاندەك كۆككە كۆتۈرۈلگەن ئېلانلاردىن گۇمانلىنىشقا باشلىدى. بۇ ياخشى ئەھۋال. بۇ ھەرگىزمۇ ئۇ بالا ۋاقتىدا دېگەن: «ئالدامچىلار مەڭگۈ باي بولالمايدۇ» دېگەندىن دېرەك بەرمەيدۇ، ئۇ ئالدامچىلارنىڭ ئالدامچىلىقتا تاپىنىپ پۇل تاپماق تەس بولۇپ قالغانلىقىنى بايقىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ. ئالدامچىلارنىڭ ناتوغرا يول بىلەن تاپقان پۇللىرىنىڭ دوختۇرخانىغا

كېتىشىنى مەنمۇ تىلەيمەن. بۇ سىزگە ئىستېمالچىلارنى ئۇلارغا ھەقىقىي مەنپەئەت بېرىدىغان ئالاھىدە مەھسۇلاتلار بىلەن تەمىنلىشىڭىز كېرەكلىكىنى ئۇقتۇرىدۇ. ئەلۋەتتە، بۇ كۆپ پايدا ئالماسلىق كېرەك، دېگەنلىك ئەمەس. سىز ئەلۋەتتە پايدا كۆرۈشىڭىز كېرەك. لېكىن، شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئادەم باشقىلارغا بايلىق ئاتا قىلغاندىلا، ئاندىن ئۆزىمۇ بېيىيالايدۇ. شۇنىڭدىلا باشقىلارغا تېخىمۇ راھەت، تېخىمۇ ئاددىي - ساددا، تېخىمۇ قانائەتلىنەرلىك تۇرمۇش ئاتا قىلغىلى بولىدۇ ھەم قىلالايدۇ.

«خېرىدارلارنىڭ يېڭى زاكاز تالونىغا ئېرىشىش بىر خىل خىرىس» بولۇشىدىكى ئىككىنچى سەۋەب، ئىنسانلارنىڭ پەقەت تۆت تۈرلۈكلا ئاساسىي مەقسىتى بار، بىز ئۇلارنى ئاددىيلاشتۇرۇپ 4R دەپ ئاتايمىز. ئۇلار مۇنۇلار: Reincarnation (قايتا تۆرىلىش)؛ Recognition (ئېتىراپ قىلىش)؛ Romance (رومانتىك)؛ Reward (نەپكە ئېرىشىش).

Reincarnation (قايتا تۆرىلىش): بىز ھەممىمىز ئۆزىمىز ئۆلگەندىن كېيىن، ھاياتىمىزنىڭ يەنىلا مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇشىنى ئارزۇ قىلىمىز. يەنە كېلىپ، ئارىمىزدىكى بەزى كىشىلەر بۇ نۇقتىغا ھەقىقەتەن ئىشىنىدۇ. ئارىمىزدىكى كۆپ سانلىق كىشىلەر بىزنىڭ جىسمىمىزنى قايتا تىرىلدۈرۈشكە ياكى ئەڭ بولمىغاندا، بىزنىڭ بەزى قىسمىلىرىنىڭ مەڭگۈ ئۆلمەي ئىجادىي خىزمەت قىلىدىغانلىقىغا، ئەۋلادلارغا ياكى خاتىرە تېشىغا دو تىكىدۇ.

Recognition (ئېتىراپ قىلىش): بىز باشقىلارنىڭ ھۆرمىتىگە ۋە ئىززىتىگە ئېرىشىشنى ئارزۇ قىلىمىز، باشقىلاردا مۇشۇنداق ھېسسىيات قوزغاشقا ئەندىشە ئىچىدە تىرىشىشقا مەجبۇر بولىمىز، بۇ يولدا ھېچنېمىمىزنى ئايىمايمىز.

Romance (رومانتىك): جىنس بىر خىل ھەرىكەتلەندۈرگۈچ كۈچ. ھەۋەس ئوتىنى بېسىۋالغان تەقدىردىمۇ، كۆپ سانلىق كىشىلەر يەنىلا راھەت - پاراغەتكە، بىرەر ھەمراھقا ۋە مۇلايىملىققا

ئۆزلۈكسىز ئىنتىلىپ تۇرىدۇ.

Reward (نەپكە ئېرىشىش) : بۇنى نۇرغۇن شەكىلدە ئىپادىلەشكە بولىدۇ. ئىشخانىنىڭ ئىشىكىدە سىزنىڭ ئىسمىڭىز چۈشۈرۈلگەن تاختا بار؛ تۆت تەرىپى تام ئەمەس، چىرايلىق ئەينەكتە توسۇلغان ئىشخانىدا ئىشلەيسىز؛ شەخسىي كاتىپىڭىز بار. لېكىن، كىشىلەر ئەڭ ئومۇميۈزلۈك، ئەڭ قىزغىن ئىنتىلىدىغان نەپ پۇل. ئەڭ بولمىغاندا، ئامېرىكا دېگەن بۇ دۆلەتتە شۇنداق. كىشىلەرنىڭ كۆپىنچىسىدە مۇنداق بىر قاراش پەيدا بولدى — «ئەگەر ئۆزىڭىزنى ئەقىللىق ۋە ئىقتىدارلىق دەپ قارىسىڭىز، ئۇنداقتا نېمە ئۈچۈن بېيىيالمايسىز؟»

مۇشۇ 4R لا ھەر كۈنى خىلمۇخىل ئېلان — تەشۋىقاتلاردا 1500 قېتىمدىن ئارتۇق تىلغا ئېلىنىدۇ. ئۇلار ئېلان تاختىسى، گېزىت، مۇراجىئەتنامە، خەت - چەك، رادىئو ئىستانسىسى قاتارلىقلاردا ئۈزلۈكسىز كۆرۈنۈپ تۇرىدۇ. تىجارەتچىلەر ئىنسانلارنىڭ مۇشۇ تۆت خىل ئاساسىي مەقسىتىنىڭ بىر ياكى بىر قانچە خىلىنى تىلغا ئېلىش ئارقىلىق كىشىلەردە ئۆزلىرى تەشۋىق قىلىۋاتقان مەھسۇلاتقا نىسبەتەن ھەۋەس قوزغاپ، پۇل تېپىش مەقسىتىگە يېتىدۇ. ئۇلار پۇلنى قانچە كۆپ تېپىشنى ئويلىغانسېرى، مەھسۇلاتنى كۆپرەك سېتىشقا شۇنچە تىرىشىدۇ، بۇنى ئەمەلگە ئاشۇرمىقى تېخىمۇ قىيىنلىشىپ بارىدۇ. تىجارەتنى ئاسانراق قىلاي دېسىڭىز، يىراقنى كۆزلەڭ، خېرىدارلارنىڭ ئىشەنچىسىنى قولغا كەلتۈرۈڭ. دېمەكچى، خېرىدارلارنىڭ بىردەملىك قىزغىنلىق تۈپەيلىدىن مال سېتىۋېلىشىدىن، ئالدى - كەينىنى ئويلىماي پۇل خەجلىشىدىن ئۈمىد كۈتمەڭ. ئەگەر سىز دائىم شۇنىڭ كويىدا بولسىڭىز، خېرىدارلار ئۆزلىرىنىڭ مەسىلىسىنى ھەل قىلىش لايىھىسىنى سىزدىن ئەمەس، سىزنىڭ رىقابەتچىلىرىڭىزدىن ئىزدەيدىغان بولۇپ قالىدۇ.

مانا بۇ خېرىدارلار دەسلەپكى ۋاقىتتا سىزگە زاكاز يوللىغاندا، ئۇلارنى باھاسى بەش دوللارلىق مەھسۇلاتقا زاكاز يوللىتىش باھاسى

ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتقا زاكاز يوللىتىشتىن تەس بولۇشىدىكى سەۋەب. بۇ سىز سېتىش باھاسىنى بېكىتىشتە ۋە يېڭى زاكازقا ئېرىشىشتە بۆسۈپ ئۆتۈشكە تېگىشلىك توسۇق.

سىز ئەڭ مۇۋاپىق باھانى قانداق بېكىتەلەيسىز؟ ئۆيىنىڭ ئىچىدە ئولتۇرۇپ ئۆزىڭىز بېكىتىپ چىقالىشىڭىز مۇمكىن ئەمەس. ئۇنى كەڭ ئامما بېكىتكىنى ياخشى. سىز مەن يۇقىرىدا سۆزلەپ ئۆتكەن ئۇسۇل بويىچە سىناق قىلىپ باقسىڭىز بولىدۇ. سىناق نەتىجىسىنى ئانالىز قىلىپ، ئاندىن مەھسۇلاتىڭىزنىڭ باھاسىنى بېكىتىڭ.

يەنە بىر گەپنىمۇ ئېيتقاچ ئۆتۈپ كېتەي، ئوخشىمىغان باھالارغا سىناق ئېلىپ بارغىلى بولىدىغان باشقا ئۇسۇللارمۇ بار. ھازىر نۇرغۇن گېزىتلەر ئوخشاش بىر مەھسۇلاتنىڭ ئېلانىنى بىرلا ۋاقىتتا ئوخشىمىغان ئېلان قىستۇرما بەتلىرىگە بېرىۋاتىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، سىز ئېلان A بىلەن ئېلان B نى بىرلا ۋاقىتتا بەرسىڭىز بولىدۇ. ئەلۋەتتە، بۇ ئىككى ئېلاندا تەشۋىق قىلىنغان مەھسۇلات ئوخشاش، پەرقى ئۇلارنىڭ باھاسى ئوخشىمايدۇ. بۇ گېزىتنىڭ يېرىم مۇشتەرىسى ئېلان A بېسىلغان قىستۇرما بەتنى تاپشۇرۇۋالىدۇ، قالغان يېرىم مۇشتەرىسى ئېلان B بېسىلغان قىستۇرما بەتنى تاپشۇرۇۋالىدۇ. نەزەرىيە جەھەتتىن ئېيتقاندا، ئەگەر بۇ مۇشتەرىلەر ئوخشاش بىر رايونغا ئولتۇراقلاشقان بولسا، ئۇ چاغدا ئۇلارنىڭ يېرىمى ئېلان A غا، يېرىمى ئېلان B غا ئىنكاس قايتۇرىدۇ. سىز ئۇنىڭ نەتىجىسىنى ئانالىز قىلىش ئارقىلىق، قايسى خىلىنىڭ ئەڭ ئۈنۈملۈك بولىدىغانلىقىنى بېكىتىسىز.

رايون خاراكتېرلىك ياكى تارقىلىش دائىرىسى مەلۇم رايون بىلەنلا چەكلىنىدىغان گېزىت - ژۇرناللار سىزنىڭ باھا بېكىتىش ئۈچۈن سىناق ئېلىپ بېرىشىڭىزدا چوڭ رول ئوينىيالىشى مۇمكىن ئەمەس. سىز ھەر قايسى رايونلارغا تارقىلىدىغان گېزىت - ژۇرناللارنىڭ ساندا پەرق بارلىقىنى نەزەردە تۇتۇپ، ھېسابلاپ چىققان

مانى تەڭشەپ باققان تەقدىردىمۇ، لېكىن جۇغراپىيىلىك ئورۇن، ىرق، مائارىپ، ئىقتىساد قاتارلىق جەھەتلەردىكى پەرقلەر سىزنىڭ ەڭ ئاخىرقى سىناق نەتىجىڭىزنىڭ توغرىلىقىغا تەسىر يەتكۈزىدۇ.

مەھسۇلات باھاسى ئۈستىدە گەپ بولۇۋاتقان مۇشۇ پەيتتە، ئۆزۈمنىڭ بېشىدىن ئۆتكەن ئىشلارنى سۆزلەپ بېرەي، سىزگە چوقۇم ياردىمى بولىدۇ.

مەن ئۆزۈم ئېيتقان «3 ـ 5 ـ 7» تاكتىكىسىنى ئىككى تىجارەتتە قوللاندىم. مەن ھەربىر مەھسۇلاتقا قويغان ئاساسىي سېتىش باھاسى ئۈچ دوللار ئىدى. لېكىن، مەن خېرىدارلارغا ئەگەر ئۇلار ھەربىرى بەش دوللارلىق مەھسۇلاتقا ئىككى ھەسسە زاكاز بەرسە ياكى ھەربىرى يەتتە دوللارلىق مەھسۇلاتقا ئۈچ ھەسسە زاكاز بەرسە، باھادا ئېتىبار بېرىشكە ۋەدە بەردىم. مېنىڭ بۇنداق قىلىشىمدىكى سەۋەب، بۇ ئوخشىمىغان باھادىكى مەھسۇلاتلارنىڭ زاكاز قوبۇل قىلىشتىكى ئەمگەك تەننەرخى ئوخشاش (زاكاز مەيلى قانچىلىك بولسۇن، ئۇلار ئوخشاش بىر ۋاقىتتا ئىچىلىدۇ، بېسىلىدۇ، تىزىملىنىدۇ.)

سانى بىر قەدەر كۆپ زاكازغا نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئوراش ـ قاچىلاش (ئىشلەتكەن ماتېرىيال ۋە ئەمگەك كۈچى) قا كېتىدىغان چىقىم بەك ئېشىپ كەتمەيدۇ. مەن بىر قېتىملىق تىجارەتتە ئۈچ خىل باھادىكى مەھسۇلاتلارنى ئوراپ قاچىلىدىم. ئۇلارنى ئوخشاش چوڭلۇقتا (پوچتىدىن ئەۋەتىلىدىغان كىتاب قاتارلىقلارغا ئوخشاش) ئوراپ قاچىلىدىم. باشقا تىجارەتلەردە بىز بىردىن ـ ئىككىگىچە مەھسۇلات سالغىلى بولىدىغان بىر خىل خالتا لايىھىلەپ چىقتۇق. بىز ئۈچ دانە مەھسۇلات ئالىدىغان زاكاز تاپشۇرۇۋالغاندا، بىر خالتىغا ئىككى دانىسىنى، يەنە بىر خالتىغا بىر دانىسىنى قاچىلايمىز (بۇ ئىككى تىجارەتتە بىز «ئۆلچەملەشكەن» ئوراش ـ قاچىلاش ئۇسۇلىنى قوللاندۇق، بۇ كۆپ مىقداردا مال سالغاندا، نۇرغۇن چىقىمنى تېجەپ قالالايدىغانلىقىمىزدىن دېرەك بېرىدۇ.)

پوچتا تەرەپتىكى چىقىم نىسبەت بويىچە كۆپەيمىدى، پەقەت ئەۋەتىدىغان مەھسۇلاتنىڭ ئېغىرلىقى ئاشتى. پوچتىدىن ئەۋەتىلىدىغان بولاقلارنىڭ ئوراش ـ قاچىلىنىشى ئوخشاش، سىز ئېلىپ ـ سېتىشنىڭ قىممىتىنى تونۇپ يېتىشىڭىز كېرەك (ئېلىپ ـ سېتىش ناھايىتى مۇھىم. ئۇلار بەلكىم ئۆزلىرىنىڭ نېمە ئۈچۈن مال زاكاز قىلغانلىقىنى، سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى نېمىگە ئىشلىتىدىغانلىقىنى ئۇنتۇپ قېلىشى مۇمكىن.)

بەزىدە پايدىسى ئاز تىجارەتلەرنى قىلساممۇ، لېكىن «ئوتتۇرىچە» زاكاز ئاشىدۇ — ئادەتتە، ئوتتۇرا ھېساب بىلەن 4.84 دوللارلىق سانغا توغرا كېلىدۇ. بەزى خېرىدارلار بەش دوللارلىق مەھسۇلاتلارغا زاكاز بېرىشنى خالىمايدۇ. ئۇلار پەقەت ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتلارغىلا زاكاز بېرىشنى خالايدۇ. مەن بۇ بىر قىسىم خېرىدارلارنى چەك تۇتتۇم. ئۇنىڭدىن باشقا، مەن يەتتە دوللارلىق مەھسۇلاتقا زاكاز بېرىشنى خالايدىغان خېرىدارلارنى قولغا كەلتۈردۈم.

پىرسەنت پوئىنتى كۆپ ھاللاردا مۇنداق ئۇسۇلدا تۆۋەنلىتىلىدۇ: 45% خېرىدار ئۈچ دوللارلىق مالغا زاكاز بېرىدۇ؛ 38% خېرىدار بەش دوللارلىق مالغا زاكاز بېرىدۇ؛ 17% خېرىدار يەتتە دوللارلىق مالغا زاكاز بېرىدۇ. ئادەتتىكى ئەھۋالدا، 1000 پارچە زاكازدىن 4 مىڭ 400 دوللارلىق ئومۇمىي كىرىم قىلغىلى بولىدۇ. بۇنداقچە ئېيتقاندا، ھەربىر زاكاز 4.44 دوللار كىرىم ئەكېلىدۇ. لېكىن، ئۇنىڭ ئەكېلىدىغىنى پەقەت 4.44 دوللار. مەن بايا ھەربىر زاكاز «ئوتتۇرىچە» ھېساب بىلەن 4.84 دوللار ئېلىپ كېلىدۇ دېگەن. ئۇنداقتا، قالغان 40 سېنت قەيەردىن كېلىپ قالدى؟ خېرىدارلار مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى سېتىۋالغاندا مەن «ھەر بىر مەھسۇلاتقا 50 سېنت پوچتا ھەققى» قوشقۇزدۇم. 80% خېرىدار شۇنداق قىلىدۇ. ئۇلار پوچتا ھەققىنى تۆلىمىگەن تەقدىردىمۇ، بىز ئوخشاشلا بىر ئامال قىلىپ مەھسۇلاتنى ئۇلارغا يەتكۈ-

ۋۇپ بېرىمىز.

بىز نېمە ئۈچۈن زاكاز تالوننى خېرىدارلارغا قايتۇرۇپ ئەۋەتمەپ بېرىپ، پۇلنىڭ كېمىيىپ قالغان قىسمىنى تولۇقلىۋېتىشنى ئەسكەرتمەيمىز؟ مالنى پوچتىدىن سالغاندا، نېمە ئۈچۈن كېمىيىپ قالغان پۇلنىڭ تالوننى قوشۇپ ئەۋەتمەيمىز؟ بىرىنچى خىل ئەھۋالدا، مېنىڭ ئويلايدىغىنىم، خېرىدارلاردىن بۇ ئىشنى ھەل قىلىش خىراجىتى بىلەن ئەڭ ئاخىرىدا ئۇلاردىن يىغىۋالغان قالدۇق پۇلنىڭ سانى ئاساسەن پەرقلەنمەيدۇ، ھەتتا ھەل قىلىش خىراجىتى يۇقىرى بولۇپ كېتىدۇ. ئۇنىڭدىن سىرت، مال يەتكۈزۈش ۋاقتىنى كەينىگە سۈرۈش خېرىدارلارنى رەنجىتىدۇ، ئۇلار ئىختىيارسىز ھالدا ئۆزىگە: «بولدىلا، بۇ ئىشنى ئۇنتۇپ كېتەي» دېيىشى مۇمكىن. مەن 50 سېنت پوچتا ھەققىنى بىر ئاماللار بىلەن يىغىۋېلىشقا تىرىشىۋاتقىنىمدا 4.44 دوللار پۇلدىن ئايرىلىپ قېلىش خەۋپىگە تەۋەككۈل قىلغان بولىمەن.

ئىككىنچى خىل ئەھۋالدا (خېرىدارلارغا كەم پۇلنىڭ تالوننى مال بىلەن قوشۇپ ئەۋەتىپ بېرىش) مەن خېرىدارلارغا: «مەن سېنى تۇتۇۋالالايمەن، سەن مېنى ھەرگىز ئالدىيالمايسەن» دېگەن بولىمەن. ئەڭ بولمىغاندا، مەن ئۇنىڭ ئەستايىدىل ئەمەسلىكىنى ياكى ساۋاتسىز ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلاپ بەرگەن بولىمەن. چۈنكى ئۇ مېنىڭ تەلىپىم بويىچە ئىش قىلمىدى ـ دە. مەيلى قايسى خىل ئەھۋالدا بولسۇن، مەن خېرىدارنى ئوسال ئەھۋالغا چۈشۈرۈپ قويىمەن، ھەتتا ئۇنى خاپا قىلىپ قويىمەن. ئەگەر ھەقىقەتەن شۇنداق بولىدىغان بولسا، خېرىدار كەم قالغان پۇلنى ئەۋەتىپ بىراقلا قۇتۇلۇش كېرەكمۇ، دېگەن مەسىلىدە بىر قارارغا كېلىدۇ، مەن بولسام ئاخىرقى ھېسابتا بىر دوست ۋە بىر خېرىداردىن ئايرىلىپ قېلىشىم تۇرغان گەپ.

«3 ـ 5 ـ 7» تاكتىكىسىدىن جايىدا پايدىلىنىش سىزنىڭ خېرىدارلارنىڭ كۆپىنچىسى قوبۇل قىلالمايدىغان ئەڭ تۆۋەن باھا

قويۇشىڭىزغا يول قويۇپلا قالماي (بۇ مىسالدا خېرىدارلار ھەربىر مەھسۇلاتقا ئۈچ دوللار خەجلەشنى خالايدۇ)، يەنە سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى تېخىمۇ يۇقىرى باھادا سېتىۋېلىشنى خالايدىغان خېرىدارلاردىن پۇل ئۇندۇرۇۋېلىشىڭىزغا يول قويىدۇ. ئۇنىڭدىن سىرت، بەلكىم تېخىمۇ مۇھىمى، ئۇ كىشىلەرگە سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى ئىشلىتىپ سىناپ بېقىش پۇرسىتى يارىتىپ بېرىدۇ. ئەگەر مەھسۇلاتىڭىز ئۇلارغا يارىسا، تېخىمۇ كۆپ سېتىۋالىدۇ. بۇ مىسالدا بىز ئوتتۇرىچە قويغان يېڭى باھا 6.20 دوللار بولىدۇ.

سىزنىڭ «3 ـ 5 ـ 7» تاكتىكىسىنى قوللىنىشىڭىزدىكى بىردىنبىر پۇرسەت خېرىدارلار سىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىڭىز ئوتتۇرىسىدا تاللاشقا دۇچ كەلگەن ۋاقىت ئەمەس، بەلكى سان ياكى چوڭ ـ كىچىكلىكى ئوتتۇرىسىدا تاللاشقا دۇچ كەلگەن ۋاقىت بولىدۇ. پەرەز قىلىنىشىچە، سىز خېرىدارلار يولۇققان مەسىلىگە ئەڭ ياخشى ھەل قىلىش لايىھىسىنى ئوتتۇرىغا قويغاندا، خېرىدارلار چىقىرىشقا تېگىشلىك بىردىنبىر قارار قايسى خىل مەھسۇلاتنى سېتىۋېلىش ئۈستىدە ئويلىنىش، قانچىلىك سېتىۋېلىش ئۈستىدە ئويلىنىش بولۇشى كېرەك. ئەگەر سىز يەشىك ساتىدىغان بولسىڭىز، خېرىدارلارغا چوڭ، ئوتتۇراھال، كىچىك ئۈچ خىل ئۆلچەمدە يەشىك تەييارلىسىڭىز ئەلۋەتتە ياخشى بولىدۇ ياكى خېرىدارلارغا «ئاددىي» يەشىك ۋە «كۆركەم» يەشىك تەييارلىسىڭىزمۇ بولىدۇ. لېكىن، سىز خېرىدارلارنىڭ تاللىۋېلىشى ئۈچۈن ئالدىغا خىزمەت سومكىسى، ئاران ئىككى قۇر كىيىم پاتىدىغان كىچىك چامادان ۋە قەغەز يەشىك قويۇپ قويسىڭىز بولمايدۇ، بۇنداق قىلسىڭىز خېرىدارلار تېڭىرقاپ قالىدۇ. ئەگەر سىز خېرىدارلارنى بىر قارارغا كەلتۈرەلمىسىڭىز، خېرىدارلار ئۆزى بىر قارارغا كېلىپ، ھېچنېمە ئالماي كېتىپ قالىدۇ.

خېرىدارلارغا مالنى تاپشۇرۇپ پۇل ئېلىش شەكلىنى قوللىنىش

ئەگەر ئەڭ بولمىغاندا تەننەرخىڭىزنى كۆتۈرگۈدەك پۇلىڭىز بولمىسا، ئۇنداق ئىشنى قىلماڭ. سىزنىڭ تەننەرخىڭىز نورمال پوچتا ھەققى، پوچتىخانا مەخسۇس ئالىدىغان مالنىڭ يېتىپ كەلگەنلىكىنى خەۋەر قىلىش ھەققى ۋە مالنىڭ ئىگىسى تېپىلمىغاندا ئۇنى قايتۇرۇپ كېلىش ھەققى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ (ھەتتا سىزنىڭ يېنىڭىزدا شۇنچىلىك پۇل بار بولغاندىن كېيىنمۇ، پوچتىكەش سىزنىڭ خېرىدارلىرىڭىزنى ئىزدەپ بارغاندا، تەخمىنەن 12% خېرىدار ئۆيىدە يوق بولۇپ چىقىدۇ ياكى ئەينى چاغدا يېنىدا پۇل بولمىغاچقا، مالنى ئېلىشقا پوچتىخانىغا بارمىغان بولىدۇ.) مالنى تاپشۇرۇپ پۇلنى ئېلىش پوچتا يوللانمىسىنى تەييارلىغاندا، نۇرغۇن مۇناسىۋەتلىك جەدۋەللەرنى تولدۇرۇشقا توغرا كېلىدۇ.

مانا بۇلارنىڭ ھەممىسى خېرىدارلار تۆلەشكە تېگىشلىك مەھسۇلاتنىڭ تەننەرخىدىن سىرت تەننەرخ. مەسىلەن، باھاسى ئۈچ دوللارلىق بىر مەھسۇلاتنىڭ زاكاز تالونى ئۈچۈن ئېيتقاندا، ئارتۇقچە چىقىم 1.5 دوللارغا يېتىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، خېرىدار سىزگە 1.5 دوللار ئەۋەتىپ بەرگەن تەقدىردىمۇ، پوچتىكەش سىز ئۈچۈن ئۈچ دوللار پۇل يىغىشقا مەجبۇر بولىدۇ (پۇل ئەۋەتىش ھەققىنى قوشقاندا ئۇنىڭدىنمۇ ئېشىپ كېتىشى مۇمكىن). بۇنىڭغا ئىستېمالچىلار چوقۇم نارازى بولىدۇ.

تىجارەتنى يېڭى باشلىغانلارغا شۇنداق تەكلىپ بېرىمەن. مەھسۇلات سېتىش ئېلانىغا: «كەچۈرۈڭ، مالنى تاپشۇرۇپ پۇل ئېلىش شەكلىنى قوبۇل قىلالمايمىز» دېگەن جۈملىنى قوشۇپ قويۇڭ.

پوچتا يوللانمىسىنى سۇغۇرتا قىلىشىڭىز كېرەكمۇ؟ مەن سىزگە بۇنداق قىلماسلىق تەكلىپىنى بېرىمەن. مەلۇمات جەدۋىلى ۋە سۇغۇرتىنىڭ چىقىمى ئەسلىدىنلا ناھايىتى يۇقىرى. ئەگەر مېنىڭ خېرىدارلىرىم ئىچىدىن بىرەرسى مەن ئەۋەتكەن مالنى تاپشۇرۇۋال-

-مىغانلىقىنى ئېيتسا (مالنى ئەۋەتكىلى خېلى ئۇزۇن بولغان)، مەن ئۇنىڭغا ئىشىنىمەن ھەمدە ئۇنىڭغا دەرھال قايتىدىن مال ئەۋەتىپ بېرىمەن. مېنىڭ خاتىرەمگە مالنى ئەۋەتكىنىمىز ئېنىق يېزىلغان، لېكىن بۇ خېرىدارنىڭ مالنى تاپشۇرۇۋالغانلىقىنى چۈشەندۈرۈپ بېرەلمەيدۇ. ئۆتكەندە پوچتىخانىنىڭ بىر ئەمەلدارى مېنىڭ ئالدىمدا يىلىغا 90 مىليارد پوچتا يوللانمىسىنىڭ يا كېچىكىپ تېگىدىغانلىقىنى، يا يىتىپ كېتىدىغانلىقىنى، يا ئوغرى ئالىدىغانلىقىنى ئېتىراپ قىلدى. ئۇ ئومۇمىي پوچتا يوللانمىسىنىڭ تەخمىنەن 10% نى ئىگىلەيدىكەن! بۇ نىسبەتتىن ھەيران قېلىپ كەتتىم. مېنىڭ ئۇستاممىنىڭ چوڭلۇقچىلىكمۇ كەلمەيدىغان يەردە شۇنداق نۇرغۇن ھۆججەتلەرنى بىر تەرەپ قىلىۋاتقانلارنى ئۆز كۆزۈم بىلەن كۆرگەن. ئەگەر بىرەر ھۆججەت يىتىپ كەتسە، بۇنىڭدىن قىلچە ئەجەبلەنمەيمەن. پوچتا ئارقىلىق يوللىنىدىغان نەرسىلەرنىڭ شۇنچىلىك كۆپ ئادەمنىڭ قولىدىن ئۆتىدىغانلىقى، قانچىلىك يىراقلارغا توشۇلىدىغانلىقى، ئەڭ ئاخىرىدا ئىگىسىنىڭ قولىغا ساق يېتىدىغانلىقىنى ئويلىسام ھەقىقەتەن ھەيران بولىمەن.

بىز ھەر كۈنى تاپشۇرۇۋالىدىغان مىڭلىغان مال يەتكۈزۈش ھۆججەتلىرىنى ياخشى باشقۇرۇش ئۈچۈن، مەلۇم تەرتىپ بېكىتتۇق. بۇ تەرتىپلەر ئۈچ تەرەپتىن رول ئوينىۋاتىدۇ: (1) بىزگە قايسى ئېلان قايسى پايدىنى ئېلىپ كەلگەنلىكىنى بىلدۈرۈپ تۇرىدۇ؛ (2) بىر خىل ستاتىستىكا ئۇسۇلىنى شەكىللەندۈرۈپ، شەيتاننىڭ كەينىگە كىرىپ، پوچتا يوللانمىلىرى ئىچىدىكى نەق پۇلغا سوغۇق قولىنى سۇنىدىغان ھەر قانداق قانۇنسىز ئۇنسۇرلارنى قولغا چۈشۈرۈشىمىزگە ئاسانلىق تۇغدۇرۇپ بېرىدۇ (شۇنداق، بەزىلەر ھازىرمۇ پوچتا يوللانمىسىنى ئېلىپ كېتىۋاتقاندا قول سالىدۇ)؛ (3) بىر پارچە زاكاز تالونى بېسىپ چىقىرىلغاندا، مال مېڭىپ بولۇشقا كاپالەتلىك قىلىنىدۇ.

تۆۋەندىكىلىرى بىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلار: پوچتا يوللانمىسىنى ئالغان ياكى ماڭدۇرغاندا، ئۇ «تۇر نومۇرى» بويىچە تۇرگە

ئايرىلىدۇ. ئادرېسنىڭ بىر قىسمى سۈپىتىدە ھۆججەت ئۈستىگە چۈشىدىغان ئۇ نومۇر بىزگە خېرىدارنىڭ قايسى ئېلانغا ئىنكاس قايتۇرغانلىقىنى ئېيتىپ بېرىدۇ (مەن بۇ كىتابنىڭ كېيىنكى بابلىرىدا ئېلانغا قانداق «كود قوشۇش» توغرىسىدا تەپسىلىيرەك توختىلىمەن). تۈر نومۇرى بولمىغان ھەر قانداق پوچتا يوللانمىسىنى ئېچىشقا بولىدۇ. ئەگەر ھۆججەت ئۈستىدە ھەقىقەتەن كود بولسا (لېكىن خېرىدار ئۇنى كونۋېرت ئۈستىگە چاپلاشنى ئۇنتۇپ قالغان)، ئۇ باشقا شەكىل بىلەن ئېنىقلىنىدۇ (مەسىلەن، ئەگەر ھۆججەت يېڭى بېسىلغان، ئۇنىڭ ئۈستىگە، كونۋېرت ياكى ھۆججەتكە سايىنت لوۋىس دېگەن ئادرېس ئېلىنغان پوچتا تامغىسى بېسىلغان بولسا، «سايىنت لوۋىس يەر شارى گېزىتى»گە ئىلگىرى ئېلان بەرگىنىڭىز ئېسىڭىزدە، شۇڭا سىز ئاشۇ ئېلانىنىڭ رول ئوينىغانلىقى ئۈستىدە يوللۇق ھۆكۈم چىقىرالايسىز). ئەگەر چەك ياكى نەق پۇل كونۋېرتنىڭ ئىچىگە سېلىنغان بولسا، سىز ئادرېسى ئېنىقلىنىپ بولغان كونۋېرتلارنى بىر يەرگە رەتلەپ قويىسىز؛ ئەگەر كونۋېرت ئىچىدە ھېچقانداق چەك ياكى نەق پۇل بولمىسا ياكى كونۋېرتتا سىزدىن كۆپرەك ئۇچۇر بىلەن تەمىنلەش تەلەپ قىلىنغان خەت بولسا، ياكى خېرىدارلارنىڭ ئەرزى بولسا، سىز ئۇلارنى تۈرلەرگە ئايرىپ ساقلىشىڭىز كېرەك.

ئۇلارنى تۈرگە ئايرىپ بولغاندىن كېيىن، شۇ كۈنى تاپشۇرۇۋالغان پوچتا يوللانمىلىرىنى تولۇق خاتىرىگە ئېلىڭ. تۈر نومۇرىنى سان تەرتىپى بويىچە تىزىڭ، ئاندىن ھەربىر تۈر بويىچە تاپشۇرۇۋالغان پوچتا يوللانمىسىنىڭ سانىنى قوشۇپ قويۇڭ، بارلىق تۈرلەر بويىچە تاپشۇرۇۋالغان پوچتا يوللانمىسىنىڭ ئومۇمىي سانىنىمۇ جەملەپ خاتىرىلەپ قويۇڭ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئۈستىگە تۈر نومۇرى قويۇلغان ھەر قانداق پوچتا يوللانمىسى تېخى ئېچىلمىغان بولىدۇ.

ئاندىن ھەربىر تۈر ئۈچۈن بىر ستاتىستىكا جەدۋىلى تەييارلاڭ. ئۇ تۈر نومۇرى ۋە زاكاز تالونىنىڭ ئومۇمىي سانىنى ئۆز

ئىچىگە ئالسۇن، ئوخشىمىغان باھادىكى مەھسۇلاتلارنىڭ زاكاز تالونىغا بوش ئورۇن قويۇپ قويۇڭ. مەسىلەن، ئەگەر سىز «3 ـ 5 ـ 7» تاكتىكىسىنى ئىشلەتكەن بولسىڭىز، يەتتە بوش ئورۇن قالدۇرۇڭ. بىرى، ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتقا، بىرى، 3.5 دوللارلىق مەھسۇلاتقا ئىشلىتىلىدۇ ... قاتارلىقلار. ئەڭ ئاخىرقى بىر بوش ئورۇننى تاسادىپىي كۆرۈلۈپ قالىدىغان باشقا ئەھۋاللارغا، ئوخشىمىغان باھادىكى مەھسۇلاتلارغا زاكاز ئەۋەتمىدىغان خېرىدارلارغا قويۇپ قويۇڭ. ئاندىن مەلۇم باھادىكى مەھسۇلاتقا ئەۋەتكەن زاكاز تالونىنىڭ ئومۇمىي پۇلىغا بىر بوش ئورۇن قالدۇرۇڭ. مەسىلەن، ئەگەر ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتتىن 40 دانىنى پوچتا ئارقىلىق سېلىۋەتكەن بولسىڭىز، ئۇنىڭ يېنىدىكى بوش ئورۇنغا 40 دانە دەپ يېزىپ قويۇڭ، كىرىمنى تولدۇرىدىغان يەرگە 120 دوللار دەپ تولدۇرسىڭىز بولىدۇ. ئەمدى يەنە بىر بوش ئورۇنغا كەلگەن زاكازنىڭ ئومۇمىي سانىنى، باشقا بىر بوش ئورۇنغا بۇ زاكازلاردىن كېلىدىغان كىرىمنىڭ ئومۇمىي سانىنى تولدۇرۇڭ. ئەڭ ئاخىرىدا يەنە مەخسۇس ئىككى بوش ئورۇن قويۇڭ. بىرىگە نەق پۇل تۆلىمىگەن پوچتا يوللانمىلىرىنىڭ سانىنى، يەنە بىرىگە پۇلنى تولۇق تۆلىمىگەن پوچتا يوللانمىلىرىنىڭ سانىنى تولدۇرۇڭ.

بۇ ستاتىستىكا جەدۋىلىنى بەزى ھۆججەتلەرگە قوشۇپ، پوچتا يوللانمىلىرىنى ئېچىشقا مەسئۇل ئادەمگە تاپشۇرۇڭ. ئۇ ئادەم پوچتا يوللانمىلىرىنىڭ سانىنى باشقىدىن ھېسابلاپ چىقىشى كېرەك. ئەگەر ئەسلىدىكى ھېسابات توغرا چىقسا، ئۇ بۇنى جەدۋەلگە يېزىپ قويۇشى كېرەك. بۇ ئۇنىڭ بۇ نەرسىلەرنى تاپشۇرۇۋالغانلىقىنى ھەمدە ئۇنىڭغا مەسئۇل بولۇشى كېرەكلىكىنى بىلدۈرىدۇ. ئەگەر ئەسلىدىكى ھېسابلاشتا ئېگىز ـ پەسلىك بولسا، ئۇ خاتالىقنى تۈزىتىپ، ئاندىن جەدۋەلگە تولدۇرۇشى كېرەك. ئەلۋەتتە، ئۇ تۈزىتىدىغان چاغدا باشتا ستاتىستىكا قىلغان باشقۇرغۇچىنىڭ ماقۇللۇقىنى ئېلىشى كېرەك. ئەگەر خېرىدارلارنىڭ مەلۇم ئېلانغا قايتۇرغان

جاۋابى ناھايىتى كۆپ بولسا، خاتالىق چىقىش ئېھتىماللىقىنى ئازايتىش ياكى كېيىنكى سېلىشتۇرۇپ تەكشۈرۈشكە ئاسانلىق تۇغدۇرۇپ بېرىش ئۈچۈن، ھەربىر تۈردىكى جاۋابلارنى 100 پارچىنى بىر باغلامدىن قىلىپ ئايرىۋەتسە بولىدۇ. ئاندىن پوچتا يوللانمىلىرىنى ئېچىشقا باشلىسا بولىدۇ.

ئالدى بىلەن، ھۆججەتتىكى ئىسىم بىلەن ئادرېسنى ئېنىقلىۋېلىش كېرەك. ئەگەر بۇ نەرسىلەر ئېنىق بولمىسا، كونۋېرت، چەك ياكى پېرېۋوت چېكىدىكى ئىسىم ۋە ئادرېسنى تەكشۈرۈپ، سېلىشتۇرۇپ، ئېنىق بولمىغان تەرەپلەرنى ئېنىقلىۋېلىش كېرەك. بەزى زاكاز تالونلىرىنى بىر تەرەپ قىلىشتا، ھەقىقەتەن ئامالسىز قالىمىز، چۈنكى ئۇنىڭغا يېزىلغان ئىسىم ۋە ئادرېسنى پەقەتلا تونۇغىلى بولمايدۇ. كېيىن قاتتىق تەلەپپۇزدا يېزىلغان خەتلەرنى تاپشۇرۇۋالىمىز. ئۇلار ئەگەر مالنى دەرھال ئەۋەتىپ بەرمىسەك، پوچتا ئىدارىسى، رايونلۇق سوت، ئالىي مۇلازىمەت قىلىشنى نازارەت قىلىش ئىدارىسى دېگەندەك ئورۇنلارغا ئەرز قىلىدىغانلىقى توغرۇلۇق تەھدىت سالىدۇ. ئۇنتۇپ قالماڭ، بىز يەنىلا ئۇنىڭ بىر ئەزاسى، كۆلكىلىك يېرى، بۇ قېتىم كەلگەن كونۋېرتتىكى ئىسىم بىلەن ئادرېسمۇ ئوخشاشلا تونۇغۇسىز، ھېچكىم ئوقۇيالمايدۇ.

ئەگەر خەتنى ئاچقۇچى زۆرۈر ۋاقىتتا ئىسىم بىلەن ئادرېسنىڭ سىرىنى ھەقىقەتەن ئاچالىغان بولسا، ئۇ چاغدا ئۇ توغرا ئىسىم ۋە ئادرېسنى ھۆججەت ئۈستىگە ئورۇپ قويۇشى كېرەك. ئەگەر مالنىڭ پۇلى چەك شەكلىدە ئەۋەتىلگەن بولسا (ئادرېسمۇ يېزىلمىغان)، يەنە كېلىپ، ھۆججەتتىكى ئادرېس پەرقلەنسە، ئۇ ھۆججەتتىكى ئادرېسنى چەك ئۈستىگە ئورۇپ قويۇشى كېرەك. (بۇنداق قىلغاندا، ئەگەر چەك بىلەن چەك كەسكۈچىنىڭ دەپتىرىدىكى پۇل سانى بىر يەردىن چىقماي، پۇلنى بانكىدىن ئالغىلى بولمىسا ياكى چەك كەسكۈچىنىڭ ھېساباتى پېچەتلىۋېتىلسە، بىز مالنىڭ پۇلىنى ئەۋەتمەيۋاتقان خېرىدارنى نەدىن تاپقىلى بولىدىغانلىقىنى بىلىۋالايمىز.)

نەرسە سانى —— تۈرى ——
سانى —— ۋاقتى ——

نەق پۇل ۋە چەك

زاكاز تالونى

—@3.00 دوللار ئومۇمىي — دوللار نەق پۇل:

—@3.50 دوللار — دوللار —— 10 دوللار — دوللار

—@5.00 دوللار — دوللار —— 5 دوللار — دوللار

—@5.50 دوللار — دوللار —— 1 دوللار — دوللار

—@7.00 دوللار — دوللار — 0.50 دوللار — دوللار

—@7.50 دوللار دوللار — 0.25 دوللار — دوللار

—باشقا — دوللار — 0.10 دوللار — دوللار

— —0.05 دوللار — دوللار

— ئومۇمىي زاكاز تالونى — دوللار — 0.01 دوللار — دوللار

ئومۇمىي مىقدار — دوللار

باشقا پوچتا يوللانمىلىرى چەك:

— نەق پۇل تۆلىمىگەن — 7.50 دوللار — دوللار

— نەق پۇل تولۇق — 7.00 دوللار — دوللار

تۆلىمىگەن — 5.50 دوللار — دوللار

—5.00 دوللار — دوللار

— پوچتا يوللانمىلىرى — 3.50 دوللار — دوللار

ئومۇمىي — 3.00 دوللار — دوللار

ئومۇمىي مىقدار — دوللار

ئومۇمىي يىغىندى — دوللار

بىز ئۇچۇق يېزىلمىغان ئىسىم ۋە ئادرېسنى تونۇشقا ئامالسىز قالغاندا، يەنە بىر خىل ئامالنى ئىشلەتسەك بولىدۇ: ئەگەر خېرىدار پۇلنى چەك ئارقىلىق ئەۋەتكەن بولسا، بىز بانكىغا بىۋاسىتە خەت يېزىپ، بانكىنىڭ ھېسابات نومۇرىنى ئېيتىپ بەرسەك، ئۆزىمىز يولۇققان قىيىن مەسىلىنى ئۇلارغا چۈشەندۈرسەك بولىدۇ.

ئاندىن پوچتا يوللانمىلىرىنى ئاچىدىغان ئادەم زاكاز قىلغان مەھسۇلات بىلەن ئەۋەتكەن پۇلنىڭ توغرا كېلىدىغان - كەلمەيدىغانلىقىنى تەكشۈرۈپ ئەمەلىيلەشتۈرىدۇ. ئەگەر پۇلنى كۆپ ئەۋەتىۋەتكەن، ھەتتا ھەربىر زاكازقا بىر - ئىككى سېنت پۇلنى ئارتۇق ئەۋەتىۋەتكەن بولسا، ئۇ ستاتىستىكا جەدۋىلىگە «خېرىدار پۇلنى ئارتۇق ئەۋەتكەن» دېگەن گەپنى ئەسكەرتىپ قويىدۇ. ئاندىن بىز ئارتۇق ئەۋەتكەن پۇلنى خېرىدارلارغا قايتۇرۇپ ئەۋەتىپ بېرىمىز. ئەگەر خېرىدار پۇلنى كەم ئەۋەتكەن بولسا، لېكىن كەم قىسمى سېتىش باھاسىنىڭ 10% تىن تۆۋەن بولسا، ئۇ ستاتىستىكا جەدۋىلىگە «خېرىدار پۇلنى كەم ئەۋەتكەن» دەپ ئەسكەرتىپ قويىدۇ. (بىز مالنى ئەۋەتىپ بېرىۋېرىمىز). بۇنىڭدىكى سەۋەبنى مەن ئالدىدا سۆزلەپ ئۆتكەن. لېكىن، ئەگەر كەم ئەۋەتكەن پۇلنىڭ سانى سېتىش باھاسىنىڭ 10% تىن يۇقىرى بولسا، ستاتىستىكا جەدۋىلىدىكى «نەق پۇلنى تولۇق تۆلىمىگەن» دېگەن سۆزنىڭ يېنىدىكى بوش ئورۇنغا ئەھۋالنى ئەسكەرتىپ قويىدۇ. (خېرىدار زاكاز قىلغان پۇل ئەۋەتىلمەيدۇ، بۇ ئىشنى نېمە ئۈچۈن مۇشۇنداق بىر تەرەپ قىلىدىغانلىقىمىزنى سەل تۇرۇپ چۈشەندۈرۈپ قويىمەن). ئەگەر پۇل تۆلىمىگەن ياكى خېرىدار ئازراقمۇ پۇل ئەۋەتمەي، مالنى تاپشۇرۇۋالغاندىن كېيىن پۇل تۆلەشنى تەلەپ قىلسا ياكى خېرىدار تېخىمۇ كۆپرەك ئۈچۈر بىلەن تەمىنلەشنى تەلەپ قىلسا، ياكى خېرىدارنىڭ رەنجىگەن يەرلىرى بولسا، خەتنى ئاچقۇچى خەت مەزمۇنىنى تولۇق ساقلاپ قويىدۇ ھەمدە خەت ئۈستىگە مۇناسىۋەتلىك رېزىنكە تامغا بېسىپ قويىدۇ. ئۇ مۇشۇ ئىشلارنى قىلىۋاتقاندا،

زاكاز تالونلىرىنى تۈرلەرگە ئايرىپ بولغان بولىدۇ. زاكاز تالونىنى تۈرلەر بويىچە ئايرىم قويىدۇ. ئۇ مۇشۇ ئىشلارنى تۈگەتكەندىن كېيىن، نومۇر ئۇرۇش ماشىنىسى (باھاسى 20~60 دوللار ئەتراپىدا) بىلەن ھۆججەت، چەك ياكى پېرېۋوت قەغىزىگە نومۇر ئۇرىدۇ. ئەگەر بىرەر زاكازقا چەك ئەۋەتكەن بولسا، ئىسىم، ئادرېس ۋە پۇلنىڭ سانى بىر پارچە قەغەزگە بىرمۇبىر يېزىلىدۇ، بۇ قەغەزگىمۇ چەك ۋە پېرېۋوت قەغىزىگە نومۇر ئۇرغان شەكىلدە نومۇر ئۇرۇلىدۇ (سىز بىر نومۇرنى ئىككى قېتىم ئۇرغىلى بولىدىغان نومۇر ئۇرۇش ماشىنىسى سېتىۋالسىڭىز بولىدۇ، يەنى بۇ خىل نومۇر ئۇرۇش ماشىنىسى «2» نى ئۇرۇۋشتىن ئىلگىرى «1» نى ئىككى قېتىم ئۇرالايدۇ). ئۇلار ھازىرغا قەدەر قولىدىكى زاكاز تالونلىرىنى تۈرلەرگە ئايرىپ، نومۇر ئۇرۇپ بولدى. ئەمدى تۈرگە ئايرىپ بولغان زاكاز تالونلىرىنى رېزىنكە بوغقۇچ بىلەن ئايرىم - ئايرىم باغلايدۇ. مەسىلەن، بىر رېزىنكە بوغقۇچ بىلەن ھۆججەتلەرنى، يەنە بىر رېزىنكە بوغقۇچ بىلەن چەك، پېرېۋوت قەغىزى ياكى نەق پۇلنى باغلايدۇ، ئاندىن يەنە بىر رېزىنكە بوغقۇچ تېپىپ، «پۇلى تۆلەنمىگەن» ياكى «پۇلى تولۇق تۆلەنمىگەن» پوچتا يوللانمىلىرىنى باغلايدۇ (بىز بۇ پوچتا يوللانمىلىرىنى «خىلمۇ خىل يوللانمىلار» دەپ ئاتايمىز). ھۆججەت، تالون، خىلمۇخىل يوللانمىلار ۋە ستاتىستىكا جەدۋىلى بىر يەرگە يىغىلىپ، مالىيە ۋە بوغالتىرىيە بۆلۈمىگە يوللاپ بېرىلىدۇ.

مالىيە ۋە بوغالتىرىيە بۆلۈمى بۇ نەرسىلەرنى تەكشۈرۈپ، يۇقىرىغا تاپشۇرغان ئەمەلىي پۇل سانى بىلەن تاپشۇرۇۋالغان بارلىق زاكازدىن كىرىشكە تېگىشلىك پۇل سانى ئوخشاش ياكى ئەمەسلىكىگە قارايدۇ. ئۇلار ئومۇمىي پۇلنى ھېسابلاپ چىقىدۇ. پوچتا يوللانمىلىرىنى ئاچقان ئادەم ئۇنى ھېسابلىمايدۇ، شۇڭا قەيەردە قانچىلىك پۇل بارلىقىنى بىلمەيدۇ.

ئەگەر نەق پۇل كەم ياكى ئارتۇق چىقسا، ھۆججەتلەر باشقىدىن

تەكشۈرۈلۈپ، بىرەر ـ ئىككى ھۆججەتنىڭ باشقا تۈرلەرگە ئايرىلى-
شىپ قالغان ـ قالمىغانلىقى ئېنىقلىنىدۇ. (بۇ ۋاقىتتا، كۆڭۈل
قويماسلىق سەۋەبىدىن كېلىپ چىققان خاتالىقلار ئادەتتە ئېنىقلىنى-
دۇ ھەم تۈزىتىلىدۇ.)

ئەگەر ھەممە ئىش ئوڭۇشلۇق بولسا، ھۆججەتلەر ماشىنىستقا
ئاچىقىپ بېرىلىدۇ. خەت ئۇرۇش خىزمىتى ئىنچىكىلىكنى، توغرى-
لىقنى تەلەپ قىلىدۇ، لېكىن ھەقىقەتەنمۇ زېرىكىشلىك خىزمەت.
شۇڭا، بىرەر پارچە ھۆججەتنىڭ ئۇرۇلماي قېلىشى ياكى ئۈستەل
ئۈستىگە قويۇپ قويغان ھۆججەتلەردىن بىرەر پارچىنى شامال ئۇچۇ-
رۇپ كېتىشتىن ساقلىنىش ئۈچۈن، داۋاملىق ھېسابلاش سىستېمى-
سى بۇ ئۆتكەلنى تۇتىدۇ. بۇنىڭدا ئۇ ھەربىر بەلگىگە نومۇر ئۇرۇ-
ۋاتقاندا، بىر بەلگىنىڭ كەملىكى بايقالسا دەرھال سەگەكلىشىدۇ.
ئۇ ئىككى ھۆججەتنىڭ بىر ـ بىرىگە چاپلىشىپ قالغانلىقىنى سېزە-
لەيدۇ ياكى بىر ھۆججەتنى شامال ئۇچۇرۇپ يەرگە چۈشۈرۈۋەتكەنلى-
كىنى ياكى ئۆزىنىڭ كۆڭۈل قويمىغانلىقى تۈپەيلىدىن ئۇرۇلماي
قالغانلىقىنى بىلىۋالالايدۇ. مەيلى قانداق ئەھۋالغا يولۇقسۇن، ئۇ
ۋاقتىدا تۈزىتىۋالالايدۇ، ئۇ يوقاپ كەتكەن ھۆججەتنى تاپالمىغان
تەقدىردىمۇ، چەك ۋە پىرېۋوت چەكلىرىنى ئاختۇرۇپ يۈرۈپ، چۈ-
شۈپ قالغان نومۇرنى تاپالايدۇ. تۆلىگەن پۇلنىڭ سانى ئۇنىڭ يىتۈپ
كەتكەن ھۆججەتنى تولۇقلىۋېلىشىدا ئۇچۇر بىلەن تەمىنلىيەلەيدۇ.
ئەگەر يىتۈپ كەتكەن تالون خېرىدار نەق پۇل تۆلىگەن تالون بولسا،
ئۇ چاغدا، ئۇ خېرىدارنىڭ بارلىق زاكاز تالونىنىڭ ئومۇمىي پۇلى-
دىن چەك ۋە پىرېۋوت چېكىدىكى ئومۇمىي پۇلنى ئېلىۋەتسە،
قالغان پۇل خېرىدارلار نەق پۇل شەكلىدە تۆلىگەن پۇل بولىدۇ.

بىز ئۇنى بىر نومۇرنىڭ چۈشۈپ قالغانلىقىغا دىققەت قىلمىدى
دەپ پەرەز قىلايلى. ئارقىدىن ئۇ تاپشۇرۇۋالغان ھۆججەتلەر بىلەن
ئوخشاش چىقىدىغان ـ چىقمايدىغانلىقىنى كۆرۈپ بېقىش ئۈچۈن،
ئۇرۇپ چىققان بەلگىنى ساناپ چىقىدۇ. ئەگەر قولىدىكى بەلگىنىڭ

سانى ھېسابلاش سىستېمىسىدا كۆرسىتىلگەن ساندىن ئاز بولسا،
ئۇنى ئىزدەشكە باشلىسا بولىدۇ.

ئەمدى يەنە ئەسلىي گېپىمىزگە كېلەيلى. ئەگەر پوچتا يوللان-
مىلىرنى ئاچقۇچىنىڭ ستاتىستىكا جەدۋىلىدە دائىم خاتالىق كۆ-
رۈلسە، بۇ قەيەردىكى چاتاق بولىدۇ؟ ئۇ چاغدا مۇنداق خۇلاسىگە
كېلىمىز: ئۇ ئادەم يا بۇ خىزمەتنى قىلىشقا مۇۋاپىق ئەمەس، يا
ئۇ باشقىلارنىڭ دىققەتسىزلىكىدىن پايدىلىنىپ ئوغرىلىق قىلغان.
مەيلى قايسى خىل ئەھۋالدا بولسۇن، ئۇ ئادەمگە بۇ خىزمەتنى
داۋاملىق ئىشلىتىشكە بولمايدۇ.

ئۇنداقتا بەزىلەرنىڭ پوچتا يوللانمىلىرى ئىچىگە سالغان پۇلنى
ئېلىۋېلىپ، ئۇنى «پۇل تاپشۇرمىغان» يوللانمىلار قاتارىغا قوشۇ-
ۋەتكەنلىكىنى قانداق بىلىۋالغىلى بولىدۇ؟ بىز خېرىدارلارغا پۇلنى
ئەۋەتىۋېتىشنى تەلەپ قىلىپ جەدۋەل ئەۋەتكەندە، قايتۇرۇپ خەت
سالىدىغان كونۋېرتنى قوشۇپ ئەۋەتىمىز، ئاندىن پوچتا يوللانمىلى-
رىنى ئاچقۇچىنىڭ كودىنى كونۋېرت ئۈستىگە ئۇرۇپ قويىمىز.
ئەگەر بىز تاپشۇرۇۋالغان بىر نەچچە پارچە خەتتە خېرىدارلار ئەۋە-
تىشكە تېگىشلىك پۇلنى پوچتا يوللانمىسىغا قوشۇپ بۇرۇنلا ئەۋەتى-
ۋەتكەنلىكىنى خاپا بولغان ھالدا يازسا، ئۇ چاغدا بىز خېرىدارلاردىن
كەلگەن خەتتىكى كود ئارقىلىق پوچتا يوللانمىسىنى ئاچقان ئادەمنى
تاپالايمىز. ئەگەر مۇشۇنداق خەتلەردىن بىر نەچچىسى پوچتا يوللان-
مىلىرنى ئاچىدىغان بىرلا ئادەمگە مەركەزلىشىپ قالسا، بىز ئۇ-
نىڭغا ئەمدى ئۇنىڭ بۇ يەردە ئىشلىشىنىڭ ھاجىتى قالمىغانلىقىنى
ئوچۇق ئېيتساق بولىدۇ. ئۇ گۇناھسىز بولۇشىمۇ مۇمكىن. لې-
كىن، بىزنىڭ ئۇنى داۋاملىق سىناپ بېقىشقا ئۈنچىلىك كۆپ ۋاقتى-
مىز ھەم زېھنىمىزمۇ يوق.

ئىشچى ـ خىزمەتچىلەر خېرىدارلارنىڭ پۇل ـ مېلىنى ئوغرى-
لىقچە ئېلىۋېلىشتەك بۇ خىل ئەھۋالنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن،
بىز مۇنداق بىر يولنىمۇ تۇتتۇق. مالىيە ۋە بوغالتىرىيە بۆلۈمىدىكى

ھەر قانداق ئادەمنىڭ خېرىدارلاردىن كەلگەن خەت - چەك ۋە نەق پۇللارنى ئۆز ئالدىغا بىر تەرەپ قىلىشىغا يول قويۇلمايدۇ. بۇنداق ئىشلارنى قىلغاندا، نەق مەيداندا ئاز دېگەندىمۇ ئىككى ئادەم بولۇشى، ئۇلار بىر - بىرىگە يۈزمۇيۈز ئولتۇرۇپ ئىشلىشى كېرەك. ئەگەر ھاجەتكە چىقىشقا، قەھۋە ئىچىش ياكى تاماققا چىقىشقا توغرا كەلسە، ئۇلار ئىشخانىدىن تەڭ چىقىپ كېتىشى كېرەك. ستاتىستىكا جەدۋىلىنى ئىشلەپ بولۇپ، بىخەتەر ساندۇققا سېلىۋەتكەندىن كېيىنلا، ئۇلار ئاندىن ئىشخانىدىن چىقىپ كەتسە بولىدۇ.

بۇ تەرتىپلەر ئورنىتىلغاندىن كېيىن، ھەر قانداق ئىشچى - خىزمەتچى قاقتى - سوقتى قىلالمايدۇ، دەپ قارىسام بولامدۇ؟ ئەلۋەتتە ئۇنداق بولمايدۇ. ھەر ھىيلىگەر ئوغرىلار بار، ئۇلار ئورناتقان تۈزۈمدىن يوچۇق تېپىپ، ئۆزلىرىنىڭ ئوغرىلىق مەقسىتىگە يېتەلەيدۇ. لېكىن، يۇقىرىقى ئۇسۇل يېڭىياچىلارنى بۇ ئىشتىن چوقۇم توسۇپ قالالايدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە، مېنىڭ قارىشىمچە، تېخىمۇ بىخەتەر سىستېما ئۈچۈن خەجلىگەن پۇل ئۇنىڭ بۇنداق يوچۇقلارنى توسۇشتىن ئىقتىساد بولۇپ قالىدىغان پۇلدىن كۆپ بولىدۇ.

ئەمدى بايىقى گېپىمىزنى داۋاملاشتۇرايلى. ماشىنىست تەييارلىغان ماتېرىياللارنى ئۇرۇپ بولغاندىن كېيىن، پاراخوتتا توشۇش بۆلۈمىگە يەتكۈزۈپ بېرىدۇ. ئۇ يەردىكى خىزمەتچى خادىملار بىرەر پارچە ھۆججەتنىڭ چۈشۈپ قالماسلىقى ئۈچۈن، ئەڭ ئاخىرقى قېتىم تەكشۈرۈپ، سېلىشتۇرۇپ چىقىدۇ، باشقىدىن ستاتىستىكا قىلىنغاندىن كېيىن، خادىملار ھېسابلاپ چىقىلغان ئومۇمىي سان بىلەن ھېسابلاش سىستېمىسىدىكى ئومۇمىي ساننى سېلىشتۇرۇپ چىقىدۇ. ئەگەر كەم چىقىپ قالسا، ئۇلار ماتېرىياللارنى ئېلىپ خەت ئۇرۇش ئۆيىگە كىرىدۇ. ئەگەر توغرا چىقسا، بەلگىلەر پاراخوت بىلەن توشۇلىدىغان پوچتا يوللانمىلىرىنىڭ ئۈستىگە چاپلىنىدۇ.

ئەگەر خاتالىق ياكى چۈشۈپ قالغانلار تۈزىتىلگەن ۋە ياكى تولۇقلانغان بولۇپ، يوللانمىلار پوچتىخانىغا تاپشۇرۇۋېتىلگەن، پوچتىخانىمۇ توشۇش، يەتكۈزۈش ئىشىنى ئەتراپلىق باشلىۋەتكەن بولسا، ئۇ چاغدا بىزنىڭ ئاساسلىق ئىشىمىز مالىيە ۋە بوغالتىرىيە بۆلۈمىگە قارىتىلىدۇ. ھەربىر ستاتىستىكا جەدۋىلىدىكى خېرىدارلار ئەۋەتكەن پۇلنى جەملەپ بىر يەرگە ئەكېلىمىز. بۇ بانكىغا ئامانەت قويىدىغان پۇل بولىدۇ. ئەگەر ستاتىستىكا جەدۋىلىدىن ھېسابلاپ چىققان پۇلنىڭ ئومۇمىي سانى بىلەن بانكىغا قويىدىغان پۇلنىڭ ئومۇمىي سانى ئوخشاش چىقسا، ئۇ چاغدا بىزنىڭ بىر كۈنلۈك خىزمىتىمىز ئاخىرلاشقان بولىدۇ. ئەگەر ئۇنىڭدا ئېگىز - پەسلىك كۆرۈلسە، ئۇ چاغدا مۇناسىۋەتلىك مەسئۇل خادىم كومپيۇتېرنى باشقىدىن قولىغا ئېلىپ، چەك، پېرېۋوت قەغىزى ۋە نەق پۇللارنى بىرمۇبىر ھېسابلاپ، خاتا كەتكەن يەرنى تېپىپ چىقىدۇ.

ئەگەر سىز بۇ جەھەتتە «چەكنى 30 كۈن تۇتۇپ تۇرۇش» كاپالىتىنى بېجىرگەن بولسىڭىز، بۇ چەكلەرگە رەت بويىچە نومۇر ئۇرۇپ (بۇ نومۇر ئۇرۇش ماشىنىسى سېتىۋېلىشىمىزدىكى سەۋەبلەرنىڭ بىرى)، بىخەتەر يەرگە قويۇپ قويىسىز، ئۇ يەردە ساق 30 كۈن ساقلىنىدۇ. 30 كۈندىن كېيىن بانكىغا ئامانەت قويۇۋېتىلىدۇ.

مالىيە ۋە بوغالتىرىيە بۆلۈمىنىڭ ئەڭ ئاخىرقى ئىشى نەتىجىسىنى ئېلان قىلىش بولىدۇ. ئۇلارنىڭ ئىشلەپ چىققىنى سىز ئۈچۈن ئەڭ مۇھىم خاتىرە بولىدۇ. سىز مۇشۇنى كۆزدە تۇتۇپ، قىستۇرۇپ قويغىلى بولىدىغان ئايرىم قەغەزدىن بىر پارچە تېپىڭ. ئۇنىڭغا ئاۋۋال تۆۋەندىكى ماۋزۇلارنى ئۇرغۇزۇڭ:

زاكازنىڭ مەنبەسى	نەشر بۇيۇمىنىڭ ئىسمى، رادىئو، تېلېۋىزىيە ئىستانسىسى قاتارلىق ئورگانلارنىڭ ۋاكالەت ھەرپى

ئورۇن	ئېلاننىڭ دائىرىسى ۋە تىجارەتنىڭ يورۇشۇش ۋاقتىنىڭ ئۇزۇن - قىسقىلىقى قاتارلىقلار
مۇھىم نۇقتا	سىز ئىشلەتكەن پەرقلەندۇرۇش كودى
ۋاقتى	سەۋەبى ناھايىتى چۈشىنىشلىك
تەننەرخ	ئېلان ۋاسىتىسىنىڭ ئومۇمىي تەننەرخى، ئىشلەش چىقىمى (ئېلاننى بېسىش، مەخسۇس ئېلان فىلىمى ئىشلەش ياكى تەشۋىقات بەلۋېغى ھاسىل قىلىش)
مەھسۇلات	ئەگەر سىزنىڭ شىركىتىڭىزدە كۆپ خىل مەھسۇلات سېتىلسا، ئۇنداقتا سىز ساتىدىغان قايسى مەھسۇلات سىز ئۈچۈن ئىنتايىن پايدىلىق ئىكەنلىكىنى ئەسكەرتىپ قويۇڭ.
مۇلاھىزە	سىز بۇ يەرگە نەتىجىگە تەسىر يەتكۈزىدىغان ھەر قانداق ئىشنى خاتىرىلەپ قويسىڭىز بولىدۇ. مەسىلەن، ھاۋا رايى، ئىش تاشلاش، دەم ئېلىش، ئېلان بېرىش ۋاقتىنىڭ ياخشى - يامانلىقى، ناچار تەقلىدىي بۇيۇملار دېگەندەك.

ئاندىن مۇناسىۋەتلىك ئۇچۇرلارنى قوشۇشقا ئەپلىك بولسۇن ئۈچۈن، قوشۇمچە ماۋزۇلارنى يېزىپ چىقىڭ: ۋاقتى، شۇ كۈندىكى زاكاز، ئومۇمىي زاكاز، شۇ كۈندىكى ھۆججەت، ئومۇمىي ھۆججەت.

بۇ ئېلانلارنىڭ ھەر كۈنى قانداق رول ئويناۋاتقانلىقىنى چۈشىنىپ تۇرۇشىڭىزغا ياردەم بېرىدۇ. سىز تاپشۇرۇۋېلىۋاتقان ئوتتۇرىچە زاكاز قانچە بولىۋاتقانلىقىنى كۆرسىتىپ تۇرىدۇ (يىغىلغان ھۆججەتتىكى پۇل سانىنى يىغىلغان زاكازنىڭ سانىغا بۆلىمىز)، ئۇ سىزگە يەنە نەتىجىگە ئېرىشىش شەكلىنى چۈشەندۇرۇپ بېرىدۇ. مەسىلەن، كۆپ سانلىق سەھەر گېزىتلىرى سىزنىڭ ئېلانلىرىڭىزنى باسقاندىن كېيىنكى دەسلەپكى ئۈچ كۈندە سىز تاپشۇرۇۋالغان زاكاز

بىر قاتلىنىدۇ. كۆپ سانلىق ژۇرناللار سىزنىڭ ئېلانىڭىزنى باسقاندىن كېيىنكى دەسلەپكى 25 كۈندە سىز تاپشۇرۇۋالىدىغان زاكاز بىر ھەسسە ئاشىدۇ. ئۇلارنىڭ ئېلان جەھەتتە ئېرىشىدىغان ئۈنۈمى ئوخشاش بولمايدۇ، ھەربىر كونكرېت ئاخبارات ۋاسىتىسى سىز ئۈچۈن ئېلان بەرسە، سىزگە قانچىلىك زاكاز ئاشۇرۇپ بېرەلەيدىغانلىقىنى ئېنىق بىلىشىڭىز كېرەك. بۇ نۇقتىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ بىردىنبىر يولى قالدۇرغان خاتىرىنى ساقلاش. سىز بۇ خاتىرىلەرنى ساقلاپ قويسىڭىز، «ئىلگىرى نېمە ئىشلارنى قىلغانلىقىڭىزنى ئېنىق بىلىپ تۇرىسىز، بىرەر تەشۋىقات ۋاسىتىسىگە ئېلان بەرگەندە، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىدىغان ياكى مەغلۇپ بولىدىغانلىقىڭىزنى پەرەز قىلالايسىز. سىزنىڭ ئۇ خىل پەرەزگە بولغان ئىنكاسىڭىز (مەيلى ئېلان بېتىنى كېڭەيتىش، يېڭىدىن ئېلان بېرىش، مەيلى مۇمكىن بولغان ئەھۋالدا بېرىشكە كېلىشىپ قويغان ئېلاننى ئەمەلدىن قالدۇرۇش بولسۇن). نىڭ تېز ياكى ئاستا بولۇشى سىزنىڭ كۆپ پۇل تاپالايدىغان ياكى كۆپ پۇل زىيان تارتىدىغانلىقىڭىزنى بىۋاستە بەلگىلەيدۇ.

سىز ھۆججەت سومكىسىغا قىستۇرۇپ قويماقچى بولغان بۇ بىر پارچە قەغەز ھازىر تىجارەتنىڭ قانداق بولۇۋاتقانلىقىنى سىزگە تېزلا ئۇقتۇرۇپ بېرەلەيدۇ. ئاندىن ئۇ سىزگە كەلگۈسىدە نېمە ئىشلارنى قىلىشىڭىز كېرەكلىكىنى ئېيتىپ بېرىدۇ. ئۇنى ساقلاپ قويۇش ۋە ئىشلىتىشنىڭ مۇھىملىقىنى قانچىلىك تەكىتلىسەممۇ ئارتۇقلۇق قىلمايدۇ.

ئەمەلىيەتتە، مەن بىرەر گېزىت مېنىڭ ئېلانىمنى بەرگەندىن كېيىنكى 30 كۈن ئىچىدە ياكى بىرەر ژۇرنال مېنىڭ ئېلانىمنى بەرگەندىن كېيىنكى ئالتە ئاي ئىچىدە، ھەرخىل مۇھىم مەزمۇنلار ستاتىستىكا قىلىنغان بۇ قەغەزدىن دائىم پايدىلىنىمەن. ئۇ ۋاقىت ئۆتۈپ كەتكەندىن كېيىن، مەن ئىلگىرى قىلغان ئېلانلار ماڭا يەنىلا مەنپەئەت ئېلىپ كېلىۋېرىدۇ (مەن بەش يىل ئىلگىرى بەرگەن بىر

پلان بار. ئۇ ھازىرمۇ ماڭا ھەپتىسىگە 1 مىڭ 500 دوللار قىممە-
ـدە زاكاز ئەكېلىپ بېرەلەيدۇ) . بۇ ۋاقىتقا كەلگەندە، ئېلاننىڭ
ـنەرخى بولمىغاچقا، باشقىلارغا سېلىشتۇرغاندا، بۇ زاكازلارنىڭ
ايدىسى كۆپرەك بولىدۇ.

مەن ئىلگىرى چوڭ بىر بىۋاستە سېتىش شىركىتىنىڭ يەنە
ـر چوڭ شىركەتكە نەچچە مىليون دوللارغا سېتىۋېتىلگەنلىكىنى
اڭلىغان. بۇ چوڭ شىركەتنىڭ بۇنداق قىلىشىدىكى سەۋەب، ئۇلار
ـۋاستە سېتىش شىركىتىنى سېتىۋېلىشتىن ئىلگىرى، ئۇ شىر-
ـەت ئېلىۋاتقان پايدىنىڭ ناھايىتى نۇرغۇن ئىكەنلىكىنى كۆرۈپ
ـەتكەن. كېيىن ئۇلار پايدىنىڭ بىردىنلا يۇقىرى كۆتۈرۈلۈشىدىكى
ـەۋەبنى خۇشاللىق ئىچىدە كۆرگەن. بىۋاستە سېتىش شىركىتى
پەقەت ئېلان بېرىشنى توختاتقان. لېكىن، ئۇلار ئىلگىرى بەرگەن
ئېلانلار ئۇزۇن مەزگىل مەنپەئەت ئېلىپ كېلەلەيتتى!

بۇ خىل تىجارەتتە، پىلاندىن سىرت كېلىپ قالغان بۇنداق
زاكازلار «ئالاھىدە ياخشىلىق» دەپ ئاتىلىدۇ. كۈنلەرنىڭ بىرىدە
مەن دەم ئېلىشقا چىقسام، ئىلاھىم، خوتۇنۇم ئىككىمىزمۇ مۇشۇن-
ـداق «ئالاھىدە ياخشىلىق» قا ئېرىشىپ، «ياشانغانلار كۇتۇنۇش پۇ-
لى» نى كۆپرەك تېپىپ تۇرارمىز!

شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، بىز ئارقىمىزغا يېنىپ، يەنە
مالىيە ۋە بوغالتىر بۆلۈمىنىڭ گېپىگە كېلەيلى. مالىيە ۋە بوغالتىر
بۆلۈمى ئۇچۇر تەلەپ قىلغانلارغا ياكى بىزدىن نارازى بولغانلارغا
قانداق پوزىتسىيە تۇتۇشى كېرەك؟ خېرىدارلارغا جاۋاب قايتۇرۇش،
يەنى ئەڭ ياخشىسى خەتنى تاپشۇرۇۋالغان كۈنىلا جاۋاب قايتۇرۇش
كېرەك. ئەلۋەتتە، ئىمكان بار تېزرەك قايتۇرۇش كېرەك. خېرى-
ـدارنىڭ نارازىلىقى ئورۇنسىز بولسىمۇ، خېرىدارنىڭ زاكازنى تېخى
يېڭىلا تاپشۇرۇۋالغان، خېرىدارغا مال ئەۋەتىشكە تېخى ۋاقىت چى-
ـقىرالمىغان تەقدىردىمۇ، نارازىلىق خېتىنى سېلىۋەتكەندىن كېيىن-
ـكى بىر نەچچە كۈن ئىچىدە خېرىدارنىڭ ئۆزىگە ئەۋەتكەن مالنى

تاپشۇرۇۋالمىغانلىقىنى «بىلگەن» تەقدىردىمۇ، يەنىلا ئۇنىڭغا جا-
ۋاب قايتۇرۇشىڭىز كېرەك.

خېرىدارلارغا تېز جاۋاب قايتۇرسىڭىز، خېرىدارلار ئۆزلىرى
ئەۋەتىشكەن زاكاز ۋە پۇللارنىڭ يېتىپ كەتمىگەنلىكىنى، بىۋاستە
سېتىش شىركەتلىرىنىڭ ۋەدىسىدە تۇرمايدىغانلىقى توغرىسىدا ئىل-
گىرى ئاڭلىغان ئەھۋاللارنىڭ سىلەرنىڭ شىركەتتە يۈز بەرمەيدىغان-
لىقىنى بالدۇرراق ئۇقىدۇ. سىز مۇشۇنداق قىلسىڭىز ياخشى جا-
ۋابقا ئېرىشەلەيسىز، كۈنلەرنىڭ بىرىدە مۇشۇنىڭ شاراپىتى بىلەن
بايلىققا ئېرىشىسىز.

مەن قاملاشمىغان ئىش قىلىدىغان بىر ئادەمنى ئۆز كۆزۈم
بىلەن كۆرگەن، ئىش قىلىشتا ھەرگىز ئۇنىڭدىن ئۆگەنمەڭ. ئۇ
ئادەم ئۆزى يالغۇز تىجارەت قىلىدىكەن، مەن ئۇنىڭ بىلەن كۆرۈش-
كىلى بارسام، ئۇ كونۋېرتلارنى ئېچىپ ئولتۇرۇپتىكەن. ئۇ ھەربىر
كونۋېرتنى ئېچىپ ئىچىگە قاراپ قويۋاتتى، بەزى كونۋېرتلارنى ئې-
چىپ كۆرگەندىن كېيىن ئۈستەل ئۈستىگە قويۋاتتى؛ بەزى كونۋېرت-
لارنى ئېچىپ كۆرگەندىن كېيىن ئەخلەت سېۋىتىگە تاشلايتتى. مەن
ئۇنىڭدىن نېمىشقا بۇنداق قىلىدىغانلىقىنى سورىدىم. ئۇ ئىچىگە
ئازراقمۇ پۇل سېلىنمىغان كونۋېرتلارنى تاشلىۋېتىۋاتىمەن، دېدى.
ئارقىدىن بۇنى «چۈشەندۈرۈپ» ، ئىچىگە چەك، پىرېۋوت قەغىزى
ياكى نەق پۇل سېلىنمىغان كونۋېرتتىكىلەرى بىر بولسا تېخىمۇ
كۆپ ئۇچۇر تەلەپ قىلىپ يازغان، بىر بولسا نارازىلىقلىرى يېزىل-
غان خەتلەر بولىدۇ، دېدى. ئۇنىڭ تەجرىبىلىرىدىن مەلۇم بولۇشى-
چە، كۆپرەك ئۇچۇر تەلەپ قىلغان خېرىدارلارغا بىر مۇنچە ۋاقىت
ۋە زېھنىڭىزنى سەرپ قىلىپ قانچە كۆپ ئۇچۇر ئەۋەتىپ بەرسىڭىز-
مۇ، ئاخىرقى ھېسابتا ئۇلارنىڭ كۆپ قىسمى يەنىلا مال زاكاز
قىلمايدىكەن؛ خەت يېزىپ نارازىلىقىنى بىلدۈرگەن خېرىدارلارنى
بولسا، ئۇ رازى قىلىشقا ئامالسىز ئىكەن. شۇڭا، ئۇنداق خەتلەرنى
تاشلىۋېتىپلا قۇتۇلىدىكەن.

بولدى، بەزى ئىشلارنى سىزگە ئېيتىپ بېرەي. مەن ئۇ ئەخلەت سېۋىتى ئىچىگە تاشلىۋەتكەن خەتلەردىن پۇل تاپالايمەن! چۈنكى، تېخىمۇ كۆپ ئۇچۇر تەلەپ قىلىش ئۆزىنى كەلگۈسىدىكى خېرىدار دەپ بىلىشنى تەلەپ قىلغانلىق بىلەن باراۋەر. ئەگەر سىز نارازىلىق خەتلىرىنى يازغان خېرىدارلارغا ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلسىڭىز، ئۇلار بىلەن دوست بولالايسىز. ئارقىدىن ئۇلارنى ئۆزىڭىزنىڭ خېرىدارلىرىغا ئايلاندۇرالايسىز.

مەن يەنە بىر ئادەمنى تونۇيمەن، بۇ بەلكىم مەن ئۇچراتقان ئەڭ ياخشى مال ساتقۇچى بولسا كېرەك. ئۇ بىر ئۆي - زېمىن شىركىتىگە خىزمەتكە ئورۇنلاشقاندا، شىركەتتىن ئۆزىنى «خېرىدارلارنىڭ ئەرز - تەلەپلىرىنى بىر تەرەپ قىلىش بۆلۈمى»گە ئورۇنلاشتۇرۇشنى تەلەپ قىلغان. ئۇ مۇنداق نەزەرىيىگە چوقۇنىدىكەن: ئۇ خېرىدارلارنىڭ مەسىلىسىنى ھەل قىلىپ بەرسىلا (خېرىدارلارنىڭ نۇرغۇن مەسىلىلىرىنى ھەل قىلغىلى بولىدۇ)، خېرىدارلار ئىنتايىن خۇشال بولىدۇ، مىننەتدار بولىدۇ ھەمدە تاۋار ئۆيىنى ئۆزلىرى ئىشەنگەن ئادەمدىن سېتىۋېلىشنى خالايدۇ. ئەمەلىيەتمۇ دەل مۇشۇنداق، ئۇ ساتقان تاۋار ئۆيلەر شىركەتتىكى ھەر قانداق ئادەمنىڭكىدىن كۆپ بولغان.

ئۇزۇن يىللار ئىلگىرى، مەن قەغەز يەشكىنى توپ تارقىتىش كەسپىدە ئىشلەۋاتقاندا (ئېسىڭىزدە بولسۇن، مەن قەغەز يەشىك تىجارىتىگە تايىنىپ ئىگىلىك تىكلىگەن)، قىممەتلىك بىر دەرس ئۆگەنگەن. دەسلەپكى ۋاقىتلاردا، بىرەر زاكازدىن چاتاق چىقسا، مەن كاتىپىمغا: «خېرىدارلار نارازىلىق تېلېفونلىرىنى بەرسە، مېنى يوق دەپ قويۇڭ» دەيتتىم. ئەڭ ئاخىرىدا ئۇنداق خېرىدارلار بىلەن كۆرۈشۈشكە توغرا كەلگەندە، ئۇلارنىڭ ئاچچىقتىن بوغۇلۇپ قالاي دېگەنلىكىنى كۆرەتتىم. بۇنداق قىلىشنىڭ ئاچچىق زىيىنىنى ئۇزۇن ئۆتمەيلا تېتىدىم. بىر مۇنچە زىيان تارتقاننىڭ ئۈستىگە، نۇرغۇن خېرىدارىمدىن ئايرىلىپ قالدىم.

شۇنىڭدىن كېيىن، مەن باشقا بىر خىل ئۇسۇلنى سىناپ باقماقچى بولدۇم. ئەگەر خېرىدارغا مۇناسىۋەتلىك ھەر قانداق ئىشتىن چاتاق چىقسا، خېرىدارغا ئۆزۈم تېلېفون بېرىدىغان بولدۇم. بەزىدە ھەتتا خېرىدار بىزنىڭ خاتالىقىمىزنى سېزىشتىن ئاۋۋال ئۇلارغا تېلېفون بەردىم. مەن خېرىدارلارغا چۈشەنچە بەردىم، ئۇلاردىن ئەپۇ سورىدىم، «بۇ سەۋەنلىكىمىز ئۈچۈن نېمە قىلىپ بەرسەم بولىدۇ» دەپ سورىدىم. بۇنداق كۆپ ساندىكى خېرىدارلار مېنىڭ سەممىيىتىمدىن تەسىرلىنىدۇ ھەمدە ماڭا: «كۆڭۈلسىز ئىشلارنى ئۇنتۇپ كېتەيلى» دەيدۇ ياكى بولمىسا، مەن پەرەز قىلغاندىن خېلىلا ئاز چىقىم كېتىدىغان بىر خىل ھەل قىلىش لايىھىسىنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ. قالغان ئاز قىسىم ئادەمگە كەلسەك، ئۇلارنىڭ ئىشىنىمۇ چىرايلىق بىر تەرەپ قىلىمەن ھەمدە بۇنىڭدىن كېيىنكى تىجارەتتە داۋاملىق ھەمكارلىشىشنى قولغا كەلتۈرىمەن.

سىزگە باشتا چۈشەندۈرۈپ ئۆتكەن، سىزنىڭ لوق پايدىڭىز خېرىدارلارنىڭ قايتا سېتىۋېلىشىدىن كېلىدۇ. خېرىدارلار ھەرقايسى جەھەتلەردىن رازى بولغاندىلا، ئاندىن سىزنىڭ مېلىڭىزنى داۋاملىق سېتىۋالىدۇ.

ماللىرىڭىزنىڭ تەننەرخىنى چۈشۈرۈش، ئالىدىغان پايدىڭىزنىڭ نىسبىتىنى كۆتۈرۈش ئۈچۈن، بۇ يەردە سىزگە بەزى مەسلىھەتلەرنى بەرمەكچىمەن. مەن نۇرغۇن پۇل خەجلەپ ھەربىر بالامنى ئالىي مەكتەپكە كىرگۈزگەندىن كېيىن ۋە تىجارەت ساھەسىدە نۇرغۇن يىل كۆرمىگەننى كۆرگەندىن كېيىن، بۇ ھەقىقەتنى بايقىدىم. شۇنىمۇ ئېيتىپ ئۆتەي، مېنىڭ بالىلىرىم كۆپ.

بىرىنچى مەسلىھەت: پوچتا يوللانمىسىنىڭ ئېغىرلىقىنى ياخشى كونترول قىلىڭ. پوچتا يوللانمىسى ئىچىگە سالغان ھەر قانداق ئېلان ماتېرىيالى يوللانمىنىڭ ئېغىرلىقىنى ئاشۇرۇۋېتىدۇ، شۇنىڭغا مۇناسىپ ھالدا پوچتا ھەققىمۇ ئاشىدۇ. ئالدى

بىلەن، ئېلان ئىشلەش (لايىھىلەش، بېسىشنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ)
كە كېتىدىغان چىقىملارنى ئويلىشىش كېرەك؛ ئاندىن ئۇ پوچتا
يوللانمىڭىزنىڭ تەننەرخىنى قانچىلىك ئاشۇرۇۋېتىدۇ؟ يوللانمىنىڭ
پوچتا ھەققىنى ئازايتىش ئۈچۈن، بەزىدە ئېلاننى يېنىكرەك قەغەزگە
باسسىڭىز بولىدۇ. مۇشۇنداق قىلغاندا، سىز خېرىدارلارغا يوللاـ
مىنى خاتىرجەم ئەۋەتەلەيسىز.

ئەگەر مۇمكىن بولسا، يوللانمىنىڭ ئېغىرلىقىنىڭ بىر قاداقـ
تىن تۆۋەن بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىڭ. بەزىدە ئېغىرراق نەرسىـ
لەرنى ئىككى ياكى ئۇنىڭدىن كۆپرەككە بۆلۈپ ئەۋەتسىڭىز بولىدۇ.
(ئەگەر شۇنداق قىلىش مۇمكىنچىلىكى بار نەرسىلەر بولسا.)
پوچتىخانىنىڭ بەزى قائىدىلىرىگە ئاساسلانغاندا، يوللانغان نەرسە
كۆپ بولسا، پوچتا ھەققىدە ئېتىبار بېرىلىدۇ (بۇنى كېيىن تەپسىـ
لىي سۆزلەيمەن). ئۇنداق ئەھۋالدا ئەگەر مۇشۇنداق قىلمىسىڭىز،
پوچتا ھەققىنى ھەرگىزمۇ تېجەپ قالالمايسىز.

ئەگەر يوللانمىنىڭ ئېغىرلىقى بىر قاداقتىن ئېشىپ كەتسە،
سىز ئاددىي يوللانما بويىچە يوللانغان تەقدىردىمۇ، پوچتا ھەققى
يەنىلا تۈز سىزىق بىلەن ئۆرلەيدۇ. مەسىلەن، ئەگەر پوچتا يوللاـ
مىسىنىڭ ئېغىرلىقى بىر قاداقتىن ئاز بولسا، ئۇنى مەيلى ئامېرىـ
كىنىڭ قەيېرىدىن يوللاڭ، پوچتا ھەققى ئانچە كۆپ كەتمەيدۇ.
لېكىن، يوللانمىنىڭ ئېغىرلىقى بىر قاداقتىن ئېشىپلا كەتسە،
پوچتا ھەققى ئەۋەتىلىدىغان رايونغا قاراپ بېكىتىلىدۇ. سىزگە
ئېيتىپ بېرەي (مەن بۇ كىتابنى يېزىۋاتقاندا، ئامېرىكىدا تۆۋەندىكى
پوچتا ئۆلچىمى يۈرگۈزۈلۈۋاتاتتى): ئەگەر يوللانمىنىڭ ئېغىرلىـ
قى 16 ئۇنسىيىدىن تۆۋەن بولسا، ئۇ چاغدا سىز 1.35 دوللار ياكى
ئۇنىڭدىنمۇ تۆۋەن پوچتا ھەققى تاپشۇرۇپ، يوللانمىنى ئامېرىكىـ
نىڭ ھەرقانداق يېرىگە ئەۋەتەلەيسىز. لېكىن، ئەگەر يوللانمىنىڭ
ئېغىرلىقى بىر قاداقتىن ئېشىپ كەتسە (ئىككى قاداقتىن ئارتۇق
بولمىسىمۇ)، يوللانمىنى ئۆز يېرىڭىزنىڭ ھەرقانداق يېرىگە ئەۋەتـ

سىڭىز، پوچتا ھەققى 1.52 دوللار بولىدۇ، ئەگەر يىراق رايونغا
ئەۋەتسىڭىز پوچتا ھەققى 2.48 دوللار بولىدۇ. سىزنىڭ قىلىدىـ
غان ئىشىڭىز ئۆزىڭىزنىڭ كونكرېت ئەھۋالىڭىزدىن قارىغاندا، قاندـ
داق قىلغاندا ئەڭ مۇۋاپىق بولىدىغانلىقىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىش.
يەنە بىر نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئوخشىمىغان نەرسىلەرنى ئەۋەتـ
كەندە، خىزمەتچى خادىملارنىڭ ھەققى ۋە باشقا ھەقلەر قوشۇلىدۇ.

ئەينەك قاچا ئىچىگە قاچىلانغان نەرسىلەرنى ئەۋەتىشتىن ساقـ
لىنىڭ. ئالاھىدە ئاسراشقا تېگىشلىك يوللانمىلار (ئەينەك قاچىنىڭ
ئېغىرلىقىنى ئاشۇرۇۋېتىدىغانلىقىنى سۆزلىمەيلا تۇرايلى) نىڭ پوچـ
تا ھەققى بەكلا يۇقىرى بولىدۇ، بۇنىڭ بىلەن سىزنىڭ مەھسۇلاتلىـ
رىڭىزنىڭ بازار رىقابىتىدە پۇت تىرەپ تۇرالىشى تەسكە توختايدۇ.
كۆرۈنۈشتە ئادەمنى تولىمۇ جەلپ قىلىدىغان سۇلياۋ خالتا يېنىك
ھەم ئەرزان توختايدۇ، ئانچە ئاسان يىرتىلىپمۇ كەتمەيدۇ. بىز
ۋىتامىن تىجارىتى بىلەن شۇغۇللانغاندا، ئاتالمىش «لېنتا» غا قاچىـ
لاش ئۇسۇلىنى قوللانغان ھەربىر تال ۋىتامىننى بىر كاپسۇل ئىچىـ
گە ئايرىم قاچىلايتتۇق، ھەربىر «لېنتا» ئىچىگە 30 دانە كاپسۇل
قاچىلىناتتى. بۇنداق قىلغاندا، ئۇنى يېڭى پېتى ساقلىغىلى بولاتـ
تى، خېرىدارلارنىڭ ئېلىپ يۈرۈشىگىمۇ ئەپلىك بولاتتى. سىز
ئۇنى يانچۇقىڭىزغا سېلىۋالسىڭىزمۇ، كىچىك سومكىڭىزغا سېلىـ
ۋالسىڭىزمۇ بولىدۇ، ھەر كۈنى ئىچمەكچى بولغاندا، ئېلىشقىمۇ
ئەپلىك. بىزنىڭ قارىشىمىزچە، پەيدەك يېنىك «لېنتا» نى بىر
«چوڭ قاپ» ئىچىگە قاچىلىساق بولىدۇ، باشقا نەرسىلەرنىڭ بېـ
سىپ ئېزىۋېتىمەسلىكى ئۈچۈن، يانلىرىغا يۇمشاق نەرسىلەرنى قىسـ
تۇرۇپ قويىمىز.

ئوراش ـ قاچىلاشتا مۇشۇنداق ئىقتىسادچىل ئۇسۇلنى قوللانـ
غاچقا، ئۆتكەن 15 يىلدا بىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىمىزنىڭ سېتىلىش
باھاسى مۇشۇ ساھەدە ئوخشاش سەۋىيىنى ساقلاپ كېلەلىدى. بولمىـ
سا ئېلاننىڭ چىقىمى بىر ھەسسە قاتلاندى، پوچتا ھەققىمۇ ئۆستى،

يەنە كېلىپ، ھازىرمۇ داۋاملىق ئۆسۈۋاتىدۇ. (بىر تال ئاتكىرىتكا ئون سېنت، بىرىنچى دەرىجىلىك ماركا تۆت سېنت ئىككەنلىكى ئېسىڭىزدىمۇ). بىز ئىزچىل ھالدا «ئەگەر ئىش مۇنداق ··· مۇنداق بولسا، بىز قانداق قىلىشىمىز كېرەك؟» دېگەن ئۇسۇل بويىچە، مەسىلىنى ھەل قىلىشنىڭ ئەڭ ياخشى لايىھىسىنى ئىزدەپ كەلدۇق. ئەلۋەتتە، خېرىدارلار بىزنىڭ ۋەتامىنلارنى زور مىقداردا سېتىۋېلىپ، بىزگە چوڭ ياردەم قىلدى.

ئىككىنچى مەسلىھەت: مۇمكىنچىلىكى بار ئەڭ تۆۋەن پوچتا ھەققىدىن پايدىلىنىڭ. ئەگەر سىزنىڭ «كۆپ مىقداردىكى پوچتا يوللانمىلىرىدىن ھەق ئېلىش نىسبىتى» بويىچە يوللىشىڭىزغا يېتەرلىك يوللانمىڭىز بولسا (200 دانە ياكى ئۇنىڭدىن كۆپ ئوخشاش يوللانما ياكى ئوخشاش يوللانمىلارنىڭ ئېغىرلىقىنى قوشقاندا 50 قاداققا يەتكەن)، ئۇ چاغدا يوللانمىلىرىڭىزنى «ئۈچىنچى دەرىجىلىك پوچتا يوللانمىلىرىدىن ھەق ئېلىش نىسبىتى» بويىچە يوللاڭ. بىز مەھسۇلاتلىرىمىزنى «كۆپ مىقداردىكى پوچتا يوللانمىلىرىدىن ھەق ئېلىش نىسبىتى» بويىچە يوللىساق، «ئۈچىنچى دەرىجىلىك پوچتا يوللانمىلىرىدىن ھەق ئېلىش نىسبىتى» بويىچە يوللىغانغا قارىغاندا، %65 پوچتا ھەققىنى تېجەپ قالالايمىز.

سىز «ئۈچىنچى دەرىجىلىك يوللانما»لارنىڭ ئادەمنىڭ ئىچى سىقىلغۇدەك دەرىجىدە ئاستا بولىدىغانلىقى توغرۇلۇق گەپلەرنى ئاڭلىغان بولۇشىڭىز مۇمكىن. بۇ گەپلەرنىڭ بەزىلىرى راست. لېكىن، «بىرىنچى دەرىجىلىك يوللانما»لارنىڭمۇ كېچىكىپ بارىدىغان ۋاقتى بولىدۇ، يەنە كېلىپ، شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، «بىرىنچى دەرىجىلىك پوچتا يوللانمىسىدىن ھەق ئېلىش نىسبىتى» سىزنىڭ تەننەرخىڭىزنى زور دەرىجىدە ئاشۇرۇۋېتىدۇ، ئاخىرىدا سىزنىڭ ئالىدىغان پايدىڭىز يوق بولىدۇ.

بىز ئىلگىرى پۈتۈن مەملىكەت دائىرىسىدە پوچتا ھەققى ئۈستىدە سىناق ئېلىپ بارغان. ئوخشاش بىر كۈندە، ئوخشاش بىر ئورۇنغا، ئوخشاش ئۈچ يوللانمىنى سېلىپ باققان. بىز بىر يوللانمىنى «بىرىنچى دەرىجىلىك يوللانما» بويىچە، يەنە بىر يوللانمىنى «ئۈچىنچى دەرىجىلىك يوللانما» بويىچە، ئاخىرقى بىر يوللانمىنى «كۆپ مىقداردىكى يوللانما» بويىچە يوللىدۇق. ھەر قېتىملىق سىناقتا پەرق چوڭ ئەمەس، بىر بولسا ئۇلار دېگەن يەرگە بىرلا ۋاقىتتا يېتىپ بارىدۇ، بىر بولسا بىر ـ ئىككى كۈن پەرق بىلەن بارىدۇ. «كۆپ مىقداردىكى يوللانما»لارنىڭ پوچتا ھەققىنىڭ ئەڭ تۆۋەن بولۇشىغا قارىماي، ئۇلارنىڭ يېتىپ بېرىش ۋاقتى كۆپ ھاللاردا ئادەمنى رازى قىلىدۇ. ئۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب، سىز يوللانمىلارنى تۇرگە ئايرىش ۋە ئوراش جەھەتلەردە پوچتا خىزمەتچى خادىملىرى قىلىشقا تېگىشلىك نۇرغۇن ئىشلارنى پۈتتۈرۈۋەتكەن بولىسىز.

راست، سىز «ئۈچىنچى دەرىجىلىك يوللانما» ياكى «كۆپ مىقداردىكى يوللانما» بويىچە نەرسە ئەۋەتكەندە، يوللانما يىتۈپ كېتىدىغان ياكى خاتا يەتكۈزۈپ قويۇلىدىغان ئەھۋاللارغىمۇ دۈچ كېلىسىز. بۇنداق ئەھۋالغا ئۇچرىغاندا، خېرىدارنىڭ مېلىنى دەرھال تولۇقلاپ ئەۋەتىپ بېرىشىڭىز كېرەك. شۇنداق قىلسىڭىزمۇ، يەنىلا ھەربىر يوللانمىنى «بىرىنچى دەرىجىلىك يوللانما» بويىچە ئەۋەتكەنگە قارىغاندا كۆپ ئەرزان توختايدۇ.

مېنىڭ بۇنىڭغا ئوخشىمايدىغىنىم، مەن تۆۋەندىكىدەك ئەھۋالغا يولۇققان:

1. مالنى تولۇقلاپ ئەۋەتىشتە، مەن «بىرىنچى دەرىجىلىك يوللانما» ھەتتا «ئاۋىئاتسىيە يوللانمىسى» بويىچە ئەۋەتىمەن. مەن بايا سۆزلەپ ئۆتكەن سىناق نەتىجىسىگە ئىشىنىمەن، پوچتىخانا ئۇنى ناھايىتى تېزلىكتە يەتكۈزۈپ بېرەلمەيدۇ. لېكىن، مېنىڭ قارد-

شىمچە، مەن بۇنىڭغا كۆپرەك پوچتا ھەققى خەجلىسەممۇ، لېكىن ئۇ خېرىداردا ئاكتىپ تەسىر پەيدا قىلىدۇ. شۇڭا، مەن مۇشۇنداق قىلىشقا ئەرزىيدۇ، دەپ قارايمەن. مەن ئارتۇقچە پوچتا ھەققى تۆلىدىم، بۇ ئارقىلىق مەن خېرىدارغا: «بۇ قېتىم يۈز بەرگەن ئىش ئۈچۈن سىزدىن ئەپۇ سورايمەن، مەن سىز بىلەن بولۇۋاتقان بۇ تىجارەتكە ناھايىتى ئەھمىيەت بېرىمەن» دېگەن بولىمەن.

2. بەزى چاغلاردا خېرىدارلار مەن ساتقان مەھسۇلاتنى بالدۇرراق قولىغا ئېلىشقا ئالدىراپ كېتىدۇ (مەسىلەن، لورېي، ۋوگېرلارنىڭ ئات كۆندۈرۈش ھەققىدىكى بازارلىق كىتابلىرى). مەن بۇ كىتابنى «ئاۋىئاتسىيە يوللانمىسى» بويىچە ئەۋەتىپ بېرىمەن. بۇنىڭدا مېنىڭ پوچتا چىقىمىم ئېشىپ كېتىدىغانلىقى ئېنىق، لېكىن يەنە بىر جەھەتتىن قارىغاندا، مەن خېرىدارنىڭ ئىشەنچىسىگە ئېرىشىمەن.

3. پوچتىخانا بەزى تۈردىكى مەھسۇلاتلارغا پوچتا ھەققىدە ئېتىبار بېرىش تۈزۈمىنى يولغا قويغان. مەسىلەن، كىتاب، پلاستىنكىغا ئوخشاش بۇيۇملارنىڭ پوچتا ھەققىگە ئېتىبار بېرىلىدۇ. كىتاب ئالاھىدە ھەق ئېلىش ئۆلچىمى بويىچە ئەۋەتىلسە بولىدۇ، ئۇنىڭ ھەق ئېلىش نىسبىتى «كۆپ مىقداردىكى يوللانما» لارنىڭ ھەق ئېلىش نىسبىتىدىن يۇقىرىراق بولۇشى مۇمكىن. لېكىن، تۈرگە ئايرىش، ئوراش - قاچىلاش قاتارلىق ھەقلەرنى تۆلىشىڭىز ھاجەتسىز، ئاندىن ھەر قېتىم ئەۋەتىش سانى چەكلەنمەيدۇ. سىز يوللانمىنىڭ ئۈستىگە «ئالاھىدە تۆتىنچى دەرىجىلىك كىتاب ھەققى ئېلىش نىسبىتى» دېگەن سۆزنى يېزىپ قويسىڭىز ياكى رېزىنكە تامغا بىلەن ئۇرۇپ قويسىڭىزلا بولىدۇ. ئەسكەرتىش: ئۇنىڭ ئارىسىغا ئېلان ماتېرىياللىرىنى قوشۇپ قويسىڭىز بولمايدۇ. ئاندىن يوللانمىنى كۆرگىلى بولمايدىغان دەرىجىدە ئورىۋەتسىڭىزمۇ بولمايدۇ، لېكىن باسما مىخ بىلەن مىخلاپ قويسىڭىز بولىدۇ.

فوتو سۈرەت لېنتىسى، ئۆلچەش ئەسۋابلىرى ۋە ئاۋاز تەسۋىرى مەھسۇلاتلىرىغا ئوخشاش نەرسىلەرمۇ «ئالاھىدە تۆتىنچى دەرىجىلىك ھەق ئېلىش نىسبىتى»دىن بەھرىمەن بولالايدۇ. سىز ئۇنىڭدىن پايدىلىنىشتا، يوللانما ئۈستىگە «ئالاھىدە تۆتىنچى دەرىجىلىك ھەق ئېلىش نىسبىتى» دېگەن سۆزنى يېزىپ قويسىڭىز ياكى رېزىنكە تامغا ئۇرۇپ قويسىڭىزلا بولىدۇ.

سىزگە ئوچۇق ئېيتىپ قوياي، پوچتىخانىدىكى ھەرقانداق بىر خىزمەتچى خادىم قانداق قىلغاندا پوچتا ھەققىنى تېجەپ قالغىلى بولىدىغانلىقى ھەققىدە ھەرگىز ئۆزلۈكىدىن ئېغىز ئاچمايدۇ ياكى سىز مال سېلىۋاتقاندا، «بۇنداق سالسىڭىز پوچتا ھەققى يۇقىرى بولۇپ كېتىدۇ» دېگەن گەپنى قىلمايدۇ. لېكىن، مېنىڭ كۆرسەتمىلىرىمنى ئەستايىدىل ئوقۇسىڭىز، پوچتا ھەققىگە مۇناسىۋەتلىك ئىشلارنى پوچتىخانا خادىملىرىدىن زېرىكمەي - تېرىكمەي سوراپ تۇرسىڭىز، ئۆزىڭىزگە كېرەكلىك ئۇچۇرلارغا چوقۇم ئېرىشەلەيسىز. سىز ئەڭ ياخشىسى پوچتىخانا مەسئۇلىنى ئىزدەڭ، ئۇ پوچتا ھەققى توغرىسىدا ئەتراپلىق چۈشەنچە بېرەلىشى مۇمكىن ياكى سىزگە چۈشەنچە بېرەلەيدىغان ئادەمنى كۆرسىتىپ قويىدۇ.

سىز مەھسۇلاتلىرىڭىزنى ئەڭ تۆۋەن ھەق ئېلىش نىسبىتى بويىچە يوللاۋاتقاندا، بىر ئىشنى چوقۇم قىلىشىڭىز كېرەك: خېرىدارلاردىن زاكاز تاپشۇرۇۋالغان كۈنىلا زاكاز بويىچە ئۇلارغا مال سېلىۋېتىڭ. ئەگەر ئۇ كۈنى ۋاقتىڭىز يەتمىسە، ئۇ ئىشنى ئەتىسى ئەتىگەن چوقۇم پۈتتۈرۈۋېتىشىڭىز كېرەك. ئەگەر ئىسكىلاتىڭىزدا مال كەم بولسا ياكى مالنى دەرھال ئەۋەتىۋېتىشىڭىزگە تەسىر يەتكۈزىدىغان باشقا ئىش يۈز بەرگەن بولسا، خېرىدارغا دەرھال بىر پارچە ئاتكىرىتكا ياكى بىر پارچە خەت يېزىپ سەۋەبىنى چۈشەندۈرۈپ قويۇڭ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، خېرىدار ئۆزى تېخى كۆرۈپ باقمىغان مەھسۇلاتنى سېتىۋېلىش ئۈچۈن، ئۆزى تونۇمايدىغان بىر ئادەمگە پۇلنى ئەۋەتىپ بولدى. شۇڭا، ئۇ كۆڭلىدە تازا خاتىرجەم

بولمايدۇ، ئۆزى زاكاز قىلغان مالغا تېزرەك ئېرىشىشنى ئارزۇ
قىلىدۇ. ئەگەر ئۇنى دائىم ئۈمىدسىزلەندۇرسىڭىز، كېيىن مال
زاكاز قىلغاندا، سىزنى ئالدىن ئويلاشمايدىغان بولىدۇ. ئۇنىڭ رايى-
نى قايتۇرماسلىق ئۈچۈن، بالدۇرراق خاتىرجەم قىلىۋېتىشىڭىز
كېرەك.

ئۈچىنچى مەسلىھەت: سېتىلغان مال بېجىنى ئېنىق
بىلىپ تۇرۇشىڭىز كېرەك. مەن ئامېرىكىنىڭ باشقا شتاتلىرىدا
بۇ جەھەتتىكى قانۇننىڭ قانداق ئىكەنلىكىنى بىلمەيمەن، لېكىن
سىزگە شۇنداق ئېيتالايمەن، كالىفورنىيە شتاتىنىڭ مۇناسىۋەتلىك
قانۇن - تۈزۈملىرىنى ناھايىتى تەپسىلىي چۈشىنىمەن (ئۆتكەن 16
يىلدا بىزنىڭ ھېساباتىمىز ئۈچ قېتىم تەكشۈرۈلدى، ئۈچىلا قېتىم
تەنقىدكە ئۇچرىدۇق. كالىفورنىيىدە ھەر قېتىم يېڭى تۈر يولغا
قويۇلغاندا، مەبلەغ يېتىشمىسە مەبلەغ يىغىش ئۈچۈن، شتات باشلى-
قى چىقىم قىلىش كومىتېتىنىڭ ئەزالىرىنى مېنىڭ يېنىمغا زاكا-
لەت يىغىشقا ئەۋەتىدۇ، بۇ مېنى تولىمۇ پاراكەندە قىلىدۇ.)
ئۇلارنىڭ ھەر قېتىم كەلگەندە، مېنى بىردىنبىر ئۈمىدلەندۇ-
رىدىغىنى، مېنىڭ ماللىرىمنىڭ بۇنىڭدىن كېيىنكى سېتىلىش مىق-
دارىنىڭ ئازراق بولىدىغانلىقىنى «پەرەز» قىلىدۇ. لېكىن، كې-
يىن مېنى ئۈمىدسىزلەندۈرىدىغىنى، ھەربىر يېڭى كەلگەن ھېسا-
بات تەكشۈرگۈچى ئەلگىرى بىزنىڭ بۇ يەرگە ھېسابات تەكشۈرگىلى
كەلگەنلەرنىڭ «پەرەز»ى خاتا بولۇپ چىققانلىقىنى ئېيتىدۇ. شۇ
سەۋەبتىن، بىز سېتىلغان مالنىڭ خاتىرىسىنى ساقلاپ قويۇشىمىز
كېرەك ئىكەن. لېكىن، مەن كېيىنكى قېتىمنى كۈتەلەيمەن،
بەلكىم ئۇلار بىز تاپشۇرغان باجنىڭ ئارتۇق بولۇپ كەتكەنلىكىنى
سېزىشى مۇمكىن.
بولدى، تىجارەتنى قانداق قىلىش توغرۇلۇق گېپىمىزگە قاي-
تىپ كېلەيلى. سىز ئېلىپ - سېتىش ئىجازەتنامىسى ئېلىشىڭىز
كېرەك. بۇنىڭغا ئازراق پۇل خەجلەيسىز. سىز ئۆزىڭىز قىلماقچى

بولغان ئىشنىڭ مىقدارىغا ئاساسەن، بىر قىسىم پۇلنى ئامانەت
قويۇشىڭىز (ياكى زايوم سېتىۋېلىشىڭىز) كېرەك، ئۇ سىز تاپشۇ-
رىدىغان باجغا توغرا كەلسۇن. يەنە بىر ئۇسۇلمۇ بار، سىز پۇلنى
ئامانەت قويىسىز، ئاندىن ئۇنى قەرزگە بېرىپ، ئۆسۈمىنى يەيسىز.
لېكىن ئېسىڭىزدە بولسۇن، بۇنداق قىلىش ئۈچۈن شتاتلىق كومى-
تېتىنىڭ رۇخسىتىنى ئېلىش كېرەك (تەپسىلىي ئەھۋالنى بوغالتى-
رىڭىزدىن سوراپ باقسىڭىز بولىدۇ.)
قولىڭىزدا ئېلىپ - سېتىش ئىجازەتنامىسى بولسا، باج تاپ-
شۇرمىغان ئەھۋال ئاستىدا ئېلىپ - ساتىدىغان ھەممە نەرسىنى
سېتىۋالالايسىز. مەسىلەن، ئۇششاق مەھسۇلاتلارنىڭ سېتىش بېجى-
نى تاپشۇرمايسىز، مەھسۇلاتقا ياندىشتۇرۇپ خېرىدارغا ساتىدىغان
قوللانمىلار ئۈچۈنمۇ باج تاپشۇرمايسىز. لېكىن، يوللانمىنىڭ ئى-
چىگە سالغان ئېلان ماتېرىياللىرىغا چوقۇم باج تاپشۇرۇشىڭىز كې-
رەك. بۇنداق قىزىقارلىق پەرقلەر بار يەرلەر يەنىلا ناھايىتى كۆپ.
بۇ يەردە شۇنى ئەسكەرتىپ ئۆتەي، بوغالتىر سىزنىڭ ئەڭ ياخشى
ھەربىي قوماندانىڭىز.
ئەمەلىي مىسالدىن بىرنى كۆرسىتىپ ئۆتەي، مېنىڭ خوتۇنۇم
بىزدىكى ئېلىپ - سېتىش ئىجازەتنامىسىدىن پايدىلىنىپ، توپ
سېتىش بازىرىدا ئۇششاق تىجارەتچىلەر بىلەن ئۇقەت قىلىدۇ. ئۇ-
نىڭ ماڭا سۆزلەپ بېرىشىچە، بەزى باجلارنى چوقۇم تاپشۇرۇشقا
توغرا كەلسىمۇ، لېكىن ئۇ ئۆزى سېتىۋاتقان مالنىڭ بېجى توغرى-
سىدا ئېنىق چۈشەنچىگە ئىگە بولغاچقا، ئاخىرقى ھېساباتتا يەنىلا
نۇرغۇن پۇلنى ئىقتىساد قىلىپ قاپتۇ.
ئۇنداقتا، قانداق ئەھۋالدا باج تاپشۇرۇشتىن ساقلىنىپ قالالاي-
سىز؟ سىز تىجارەت قىلغاندا، ئەگەر مەھسۇلاتنى ئۆزىڭىز تۇرۇش-
لۇق شتاتنىڭ ھەرقايسى شەھەرلىرىگە ساتسىڭىز، چوقۇم باج تاپ-
شۇرۇشىڭىز كېرەك (ئەگەر شەھەردە سېتىش بېجى بولسا). ئەگەر
باشقا شتاتتىكى خېرىدارلارغا ساتسىڭىز، بەزى باجلارنى تاپشۇرمى-

ڭىزمۇ بولىدۇ.

ھازىر سىز بىر چوڭ تىجارەت قىلىۋاتقان بولسىڭىز، يەنە كېلىپ، مەھسۇلاتىڭىزنىڭ كۆپ قىسمىنى باشقا شتاتلارغا ساتماقچى بولسىڭىز، ئۇنداقتا سىزدىن ئۈچ يىل ساقلاش تەلەپ قىلىنغان ھېساباتنى ئاختۇرۇپ ئاۋارە بولمىغان ئەھۋال ئاستىدا، قانچىلىك مالغا باج تاپشۇرۇشىڭىز كېرەكلىكىنى قانداق بىلىۋالالايسىز؟ ئەلۋەتتە، كومپيۇتېردىن ئاختۇرسىڭىز جاۋابقا ئېرىشەلەيسىز. ئەگەر سىز بۇنىڭغا تولۇق تەييارلىق قىلمىغان بولسىڭىز، سىز پايدىلىنىشقا يەنە بىر جانلىق ئۇسۇل بار. ئۇلار ئالدىنقى قېتىم بىزنىڭ بۇ يەرگە كېلىپ باج تەكشۈرگەندە، مەن قوللانغان ئۇسۇل كېيىنكى قېتىم ئاقماسلىقى مۇمكىن. ئالدىنقى قېتىم بۇنداق قىلغان: ھەر ھەپتىسى ۋەكىل خاراكتېرلىك بىر كۈننى تاللاپ، شۇ كۈنى تاپشۇرۇۋالغان بارلىق خەت - چەكلەرنى ئايرىم ساقلاپ قويدۇق. ئايدا بىر قېتىم ئۇ يوللانمىلار ئۈستىدىكى تامغىلارنى تەكشۈرۈپ، قايسى يوللانمىلارنىڭ مۇشۇ شەھەردىن كەلگەنلىكىنى، قايسى يوللانمىلارنىڭ مۇشۇ شتاتتىن كەلگەنلىكىنى ئېنىقلاپ چىقتۇق. ئاندىن ئومۇمىي سانىنى ھېسابلاپ چىقىپ، بۇ ئومۇمىي سانىنى خەت - چەكلەرنىڭ ئومۇمىي سانىدىن چىقىرىۋەتتۇق. بۇنىڭ بىلەن، باج تاپشۇرۇشقا تېگىشلىك سېتىش پىرسەنت پوئىنتى چىقتى.

ئۈچ ئايدىن كېيىن يەنى يۇقىرىغا «پەسىللىك كىرىم»نى يوللاشتىن ئىلگىرى، بىز بۇ پىرسەنت پوئىنتىنىڭ ئوتتۇرىچە ھېسابىنى چىقاردۇق. بۇ ئوتتۇرىچە پىرسەنت پوئىنتىنى بۇ پەسىلدىكى ئومۇمىي سېتىلىش مىقدارىنى ھېسابلىغاندا ئىشلەتتۇق، ئاندىن باج تارمىقىغا بىر پارچە چەك ئەۋەتىپ بەردۇق. باج تارمىقىنىڭ خادىملىرى بىزنىڭ ھېساباتىمىزنى تەكشۈرگىلى كەلگەندە، بىز ھېسابلاپ چىققان سانىنىڭ توغرا ئىكەنلىكىنى ساقلاپ قويغان خەت - چەكلەر ئارقىلىق ئىسپاتلاپ بەردۇق. (ئۇلار بىزنىڭ ئىسپاتلىرىمىزنى قوبۇل قىلىپ، خاتالىق باشقا يەردىن چىققان ئوخشايدۇ، دەپ ئويلىدى.)

بەزىدە باج تارماقلىرى سىزنىڭ سودا ئوبوروتىڭىزنى «مۆلچەرلىگەن»دە، سىز ئۇلار «مۆلچەرلىگەن» سانىنى قوبۇل قىلمىسىڭىز بولىدۇ. ئۇنداق چاغدا، مۇناسىۋەتلىك ئورگانلارنى بۇنى كېسىپ بېرىشكە تەكلىپ قىلسىڭىز ياكى يۇقىرىغا ئەرز سۇنسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر ئۆزىڭىزنىڭ توغرا ئىكەنلىكىگە ئىشەنچىڭىز بولسىلا، مەن سىزگە شۇنداق قىلىش تەكلىپىنى بېرىمەن. بىز ئىلگىرى باج تارماقلىرى «مۆلچەرلىگەن» سانىنىڭ ئۈچتىن ئىككى قىسمىنى يوق قىلغانىدۇق.

ئەڭ ئاخىرىدا كۆرسىتىپ ئۆتۈشكە تېگىشلىكى، سىز سېتىلىش بېجىنى ئايرىم ھالدا ۋاكالىتەن يىغىشىڭىز كېرەكمۇ ياكى ئۇنى سېتىلىدىغان مەھسۇلاتنىڭ باھاسى ئىچىگە كىرگۈزۈۋېتىشىڭىز كېرەكمۇ؟ كېيىنكىسىدە سىز ئاددىيلا قىلىپ ھېساباتقا خاتىرىلەپ قويسىڭىز بولىدۇ، بۇنىڭدا خېرىدارلارغا بانكا ئارقىلىق تاپشۇرىدىغان مالنىڭ پۇلىنى تولۇقلىۋېتىشنى سۆيلەپ ۋاقىت ئىسراپ قىلمايسىز. قالغىنىنى قانداق تاللاش ئۆزىڭىزگە باغلىق. ئەگەر سىز سېتىش بېجىنى ئايرىم ھالدا ۋاكالىتەن يىغماقچى بولسىڭىز، خېرىدارلارغا ئەۋەتىدىغان تالونغا: «كالىفورنىيە شتاتىنىڭ ئاھالىلىرى، 6% سېتىلىش بېجىنى قوشۇپ ئەۋەتىڭ» دېگەندەك سۆزلەرنى يېزىپ يۇرمەڭ. بۇنداق قىلسىڭىز، خېرىدارلارغا نۇرغۇن قولايسىزلىق تۇغدۇرۇپ بېرىسىز. خېرىدارلار سىزدىن مال ئالغۇچى، پىرسەنت پوئىنتىنى ھېسابلاشقا پىشقان ماتېماتىك ئەمەس. خېرىدارلار تاپشۇرۇشقا تېگىشلىك سېتىلىش بېجىنى ئاۋۋال ياخشى ھېسابلاپ چىقىشىڭىز ھەمدە خېرىدارغا مۇشۇ بويىچە پۇل تاپشۇرسىڭىز بولىدۇ، دەپ ئېنىق ئېيتىشىڭىز كېرەك.

تۆتىنچى مەسلىھەت: خېرىدارلار ئەۋەتكەن چەكنى بانكىنىڭ نەقلەشتۈرۈپ بېرىشىنى ساقلاپ، خېرىدارلارنىڭ مېلىنى ۋاقتىدا ئەۋەتمەيدىغان ئىشنى قىلماڭ. چەكنى نەقلەشتۈرۈپ بېرىشكە نەچچە كۈن، ھەتتا نەچچە ھەپتە كېتىدۇ.

ئۇنىڭ ئۇستىگە، بىر دۆۋە چەكنىڭ ئىچىدىن بانكىنىڭ قايسىلىرىنى نەقلەشتۈرۈپ، قايسىلىرىنى نەقلەشتۈرمىگەنلىكىنى قانداق ئۇقىسىز؟ تېخىمۇ مۇھىمى، ئاز ساندىكى خېرىدارلار چەك ئەۋەتىشتە قانۇنغا خىلاپ ھالدا ساختىلىق قىلسا، سىز ئۇلارنى جازالاش ئۈچۈن ھەممە مالنى ئەۋەتىشنى كېچىكتۈرسىڭىز، چەك ئەۋەتكەن كۆپ سانلىق خېرىدار ئاشۇ بىر قىسىم ئادەمنىڭ كاساپىتىگە كەتسە قانداق بولىدۇ؟ سىز ئۇلارغا ئىشىنىشىڭىز كېرەك. ئۇلار ئىچىدىكى كۆپ سانلىق كىشىلەر سىزنىڭ ئىشىنىشىڭىزگە ئەرزىيدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئۇلار سىزگە ئاۋۋال چەك ئەۋەتكەن، مۇشۇنىڭ ئۆزىلا ئۇلارنىڭ سىزگە ئىشەنگەنلىكىنى بىلدۈرىدۇ.

بىزنىڭ بانكىلىرىمىز ئېھتىيات يۈزىسىدىن مۇنداق بىر قائىدىنى تۇرغۇزغان: چەكنى نەقلەشتۈرۈشنى رەت قىلىش ھەم قايتۇرۇۋېتىشتىن ئىلگىرى، بۇ چەكنى كەسكەن ئادەمنىڭ ھېساباتىدىكى پۇلنى يەنە بىر قېتىم تەكشۈرۈپ بېقىش كېرەك. چەك بىزگە قايتۇرۇپ بېرىلگەندە، بىز خېرىدارلارغا خەت يېزىپ، ئىشلەتكىلى بولىدىغان چەك ئەۋەتىشنى ھەمدە ئالدىنقى قېتىم ئەۋەتكەن چەك چاتاق بولغانلىقتىن، بانكا بىزدىن ئىلگىرى ـ ئاخىر بولۇپ ئالغان ھەقلەرنى قوشۇپ ئەۋەتىشنى ئېيتىشىمىز كېرەك. كۆپ سانلىق خېرىدارلار بىزنىڭ تەلىپىمىز بويىچە ئىش قىلىدۇ. مەلۇم ۋاقىت ئۆتكەندىن كېيىن، بىز ھازىرغىچە نەقلەشتۈرۈلمەي كېلىۋاتقان نۇرغۇن چەكنى تاپشۇرۇۋالىمىز ھەمدە ئۇنى ئادۋوكاتىمىزنىڭ بىر تەرەپ قىلىشىغا تاپشۇرۇپ بېرىمىز. ئادۋوكات ئۇنىڭدىن پىرسەنت ئېلىش ئۈچۈن، بۇ مەسىلىلەرنى ھەل قىلىشقا بار كۈچى بىلەن تىرىشىدۇ. بىز ئاخىرقى ھېساباتا ئاز بولمىغان پۇلنى قايتۇرۇپ كېلەلەيمىز. ئەگەر سىزنىڭ ئەھۋالىڭىز مېنىڭكىگە ئوخشاپ كەتسە، ئۇنداقتا يىل ئاخىرىغا بارغاندا، ھازىرغىچە نەقلەشتۈرۈلمىگەن چەكلەرگە مۇناسىۋەتلىك پۇل ناھايىتى كۆپ يىغىلىپ كەتكەن بولىدۇ، لېكىن ئۇ سىزنىڭ سېتىلىش ئومۇمىي پۇلىڭىزنىڭ ناھايىتى

ئاز بىر قىسمىنىلا ئىگىلەيدۇ.

بەشىنچى مەسلىھەت: كۆڭۈلدىكىدەك بانكا تاللاڭ.

ئوخشىمىغان بانكىلاردا سىياسەت جەھەتتە ناھايىتى چوڭ پەرق بولىدۇ، ئەگەر سىز ئۇ پەرقلەردىن ياخشى پايدىلىنالىسىڭىز، ئۆزىڭىزنىڭ كىرىمىنى زور دەرىجىدە ئاشۇرالايسىز. مەن ئىلگىرى بىرقەدەر مۇستەقىل بىر بانكىنى تاپقانىدىم، ئۇ كىچىك دائىرىدىكى زەنجىرسىمان بانكىلارنىڭ بىر قىسمى ئىدى. بۇ بانكىنىڭ خېرىدارلارغا ئېتىبار بېرىدىغان نۇرغۇن سىياسەتلىرى بار ئىدى.

سىز ئالاھىدە بانكىنى تاللاشتا، ئۇلارنى تۆۋەندىكى جەھەتلەردىن سېلىشتۇرسىڭىز بولىدۇ: بانكىدىكى ھېساباتىڭىز ئەڭ تۆۋەن قالدۇقنى ساقلاپ تۇرۇۋاتقاندا، بانكا سىزدىن يەنىلا مۇلازىمەت ھەققى ئالامدۇ؟ ئەگەر مۇلازىمەت ھەققى ئالمىسا، بانكىنىڭ تەلىپىدىكى ئەڭ تۆۋەن قالدۇق قانچە؟ بانكا سىز بېجىرگەن ھەربىر چەككە مۇلازىمەت ھەققى ئالامدۇ؟ ئەگەر سىز بېجىرگەن چەكلەرنىڭ پۇلى ئاز، مىقدارى كۆپ بولسا، كۆپ ساندىكى چوڭ بانكىلار ھەربىر چەك ئۈچۈن ھەق ئالىدۇ. ھەرقايسى بانكىلارنىڭ ھەربىر چەك ئۈچۈن ئالىدىغان ھەققى ئوخشاش بولمايدۇ، ئادەتتە بىر ~ ئۈچ سېنت ئارىلىقىدا بولىدۇ. لېكىن، بەزى بانكىلارنىڭ ھەربىر چەكتىن ئالىدىغان ھەققى تېخىمۇ يۇقىرى بولىدۇ. قارىماققا ئەرزىمەس بىلىنىدىغان بۇ ئۇششاق پۇللارنى بىر يەرگە يىغىدىغان بولسىڭىز، خېلى چوڭ چىقىم ئىكەنلىكىنى كۆرىسىز. مەن بانكىنى ئالماشتۇرۇشتىن ئىلگىرى، ئەسلىدىكى بانكا پەقەت مۇشۇ «پائالىيەت» ئۈچۈنلا بىر يىلدا مەندىن 7000 دوللار پۇل ئالدى. بۇ تېخى ئەسلىدىكى بانكا مېنى ناھايىتى ئىناۋەتلىك دەپ قارىغان ئەھۋال ئاستىدا ئالغان پۇل. ئەگەر مەن يەنىلا ئاشۇ بانكا بىلەن مۇئامىلە قىلىۋەرگەن بولسام، ھازىرقى ئىگىلىكىمدىن قارىغاندا، ئۇ چىقىم نەچچە قاتلىنىپ كېتىشى تۇرغان گەپ ئىدى. ئۇلار سىز بانكا

ومۇرىنى كۆرسەتمىگەن، چەكنى تەپسىلىي تىزىملىمىغان ئەھۋال ئاستىدا، سىزنىڭ چەك ۋە پىرېۋوت چەكلىرىڭىزنى تاپشۇرۇۋالامدۇ؟ (بۇ ئىشنى قىلىشتا بىر تەرتىپ بار، چەكلەر رەتلىك قويۇپ قويۇلىدۇ. ھەممە ئىشتا خېرىدارلارنىڭ غېمىنى يەيدىغان بانكىلار سىزگە قانداق قىلىشنى ئۆگىتىپ قويىدۇ) بانكا نومۇرىنى يېزىشتەك ئالدىراش خىزمەتتىن قۇتۇلۇپ، پەقەت ھەربىر چەكنىلا كۆرسىتىپ ئىش بېجىرىش سىزنىڭ نۇرغۇن ئادەم كۈچىڭىزنى ئىقتىساد قىلىپ قالىدۇ. سىز پوچتا يوللانمىسى ئارقىلىق بانكا كەسپىنى بېجىرەلەمسىز؟ بانكا سىز ئۈچۈن پوچتا ھەققىنى تۆلەپ قويالامدۇ؟ ئەگەر سىزدىكى چەك كۆپ بولسا، ھەر كۈنلۈك پوچتا ھەققى ئىككى ~ ئۈچ دوللار ئەتراپىدا بولىدۇ، بىر يىللىقىنى ھېسابلىغاندا 1000 دوللاردىن سەل ئاشىدۇ، بۇ پۇلنى بانكا چىقارسا، ئەلۋەتتە سىز ئۈچۈن پايدىلىق.

قايسى بانكا بىلەن مۇئامىلە قىلىسىڭىز ئەڭ مۇۋاپىق بولىدىغانلىقىنى ئويلاپ بېقىڭ، ئاندىن باشقا ئويلىنىشقا تېگىشلىك تەرەپلەرنى دەڭسەپ بېقىڭ. مەسىلەن، بانكىنىڭ ئورنى قولايلىقمۇ، ئۇ سىزنىڭ تىجارىتىڭىز ئۈچۈن قانداق ئىشلارنى قىلىپ بېرەلەيدۇ، دېگەندەك. ئاندىن ئۆزىڭىزنىڭ كۆڭلىگە ئەڭ يارىغان بانكىدىن بىرنى تاللاڭ. سىز ئۆزىڭىزنىڭ ھازىرىنى، ھازىرقى ئېھتىياجىڭىزنىلا ئويلىماي، كەلگۈسى تەرەققىياتىڭىزنىمۇ ئويلىشىڭىز كېرەك. يەنە بىر گەپنىمۇ ئېيتىپ ئۆتەي، ئەگەر سىزنىڭ شىركىتىڭىز يالغان بىر شىركەتنىڭ نامىنى ئىسپات قىلىشقا موھتاج بولسا، سىز مۇئامىلە قىلىۋاتقان بانكا سىزگە ياردەم قىلالىشى مۇمكىن.

ئالتىنچى مەسلىھەت: خېرىدارلارغا پۇل قايتۇرۇشقا توغرا كەلگەندە، بۇ ئىشنى چوقۇم تېز بېجىرىڭ. بۇ نۇقتىدا مېنىڭ بىردىنبىر قوشۇمچە قىلىدىغىنىم، سىز خېرىدارلارغا پۇل

قايتۇرىدىغان ئىشلارنى رازىمەنلىك بىلەن تېز بېجىرىشىڭىز كېرەك.

بىز بۇ ئىشنى شۇنداق تېز بېجىرىمىزكى، بەزى ۋاقىتلاردا بىز قايتۇرۇشقا تېگىشلىك پۇلنى خېرىدارنىڭ ھېساباتىغا ئۇرۇپ بولغاندىن كېيىن، خېرىدارنىڭ بانكا چېكىنى تەكشۈرگەندە، بانكىنىڭ بىزدىن ئاۋۋال «ھېساباتتىكى پۇلغا توغرا كەلمەيدۇ» دەپ ئېلان چىقىرىپ بولغانلىقىنى بايقايمىز. خېرىدارلار بىزنىڭ بۇنداق قىلغىنىمىزدىن تولىمۇ رازى بولىدۇ. ئۇلار كۆپ ھاللاردا بىزگە قايتا زاكاز يوللايدۇ (مۇشۇنىڭغا ئوخشاش نۇرغۇن مىساللاردا بىز ئاخىرقى ھېساباتا، يەنىلا تېپىشقا تېگىشلىك پۇلنى تېپىۋالالايمىز.)

يەتتىنچى مەسلىھەت: «بىۋاستە سېتىش» ژۇرنىلىنى ئوقۇپ تۇرۇڭ. سىز ژۇرنالنى ئۆز ئورنىڭىزدىكى ئاممىۋى كىتابخانىلاردىن تاپالىشىڭىز مۇمكىن، ئۇنىڭغا مۇشتەرى بولسىڭىزمۇ بولىدۇ. ئەگەر ئۇنىڭغا مۇشتەرى بولماقچى بولسىڭىز، ئۇنىڭ 12 ئايلىق مۇشتەرى ھەققى 24 دوللار. 24 دوللارنى تۆۋەندىكى ئادرېسقا ئەۋەتىپ بەرسىڭىز بولىدۇ:

Direct Marketing
224 Seventh Street, Garden City, New York 11535

بىر گەپنى ئېيتىپ ئۆتەي، مەن بۇ ژۇرنالدىن ئەزەلدىن شېرىنكانە ئېلىپ باققان ئەمەس (لېكىن ئېتىراپ قىلماي تۇرالمايمەن، «ئۇلاردىن ئازراق شېرىنكانە ئېلىش» خىيالى مېنىڭ كاللامدا ھەقىقەتەن پەيدا بولغان.)

لېكىن مەن يەنىلا سىزگە ئۇنى ئوقۇپ تۇرۇشنى تەۋسىيە قىلىمەن. چۈنكى، مېنىڭچە سىز ئۇنىڭدا نۇرغۇن ئۈچۈر بارلىقىنى بايقايسىز، ئۇلارنىڭ نۇرغۇنلىرى سىز ئىگىلىمەكچى بولغان ۋە سىز

ئېھتىياجلىق ئۇچۇرلار. ئۇنىڭدا ھەر ئايدا نەچچە ئون خىل يېڭى مەھسۇلات تونۇشتۇرۇلىدۇ. بۇ مەھسۇلاتلارنىڭ بەزىلىرى سىز ئېرىشمەكچى بولغان مەھسۇلات بولۇپ چىقىدۇ، بەزىلىرى سىزنىڭ ئىلھامىڭىزنى قوزغىشى مۇمكىن. ئۇنىڭدىن باشقا، بۇ ژۇرنالغا تىجارەت ساھەسىدە ئەڭ كۆزگە كۆرۈنگەن شەخسلەر يازغان ماقالىلەر بېرىلىدۇ، ئۇلار بىۋاسىتە سېتىش تىجارىتى توغرىسىدا مېغىزلىق پىكىرلەرنى بايان قىلغان. ئۇنىڭدا يەنە ساتقۇچىلارنىڭ ئىسمى ۋە ئادرېسى بار، بۇ ساتقۇچىلار تەمىنلىگەن مۇلازىمەت ۋە مەھسۇلاتلار سىزگە كېرەك بولۇپ قېلىشى مۇمكىن. ئاندىن ئۇ سىزگە ئەقىل ئۆگىتىدۇ، تېخىمۇ ياخشى يوللارنى كۆرسىتىدۇ! ئۇلارنىڭ قىممىتىنى مۆلچەرلەش مۇمكىن ئەمەس! ئەگەر بىۋاسىتە سېتىش كەسپىدە ئۇزۇپ چىقاي دېسىڭىز، سىزنىڭ ژۇرنالغا مۇشتەرى بولۇشقا خەجلىگەن پۇلىڭىز ئەمەلىيەتتە تىجارەتتىكى ئازراق چىقىمىڭىز بولۇپ قالىدۇ، خالاس.

خوش، مەن ھازىرغىچە سىز چۈشىنىشكە تېگىشلىك باھا قويۇش ۋە سودا قىلىشنىڭ ھەرقايسى تەرەپلىرىنى ئاساسەن سۆزلەپ بولدۇم. مېنىڭ ئۈمىدىم، بۇ بىلىملەرنى ئىگىلىگەندىن كېيىن، سىزدە ياخشى بىر باشلىنىش بولسۇن، ئۈزلۈكسىز ئالغا ئىلگىرىلەپ، ئەڭ ئاخىرىدا تىجارىتىڭىزنى كېڭەيتىپ ھەممىدە كەسكىن رىقابەتتە يېڭىلمەس ئورۇنغا ئىگە بولۇڭ.

سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىزغا كاپالەت بېرەلەيدىغان ھېچقانداق نەزەرىيە مەۋجۇت ئەمەس. مۇۋەپپەقىيەت ئۆزىڭىزگە ۋە ئۆز ئوبرازىڭىزنى ئۆزگەرتىش يولىدا كۆرسەتكەن تىرىشچانلىقىڭىزغا باغلىق! مەن ئىگىلىك تىكلەش يولىدا نۇرغۇن ئەخمىقانە خاتالىقلارنى ئۆتكۈزگەن. مەن ئالدىدا سۆزلەپ ئۆتكەن مەزمۇنلار سىزنىڭ شۇ خىلدىكى خاتالىقلارنى سادىر قىلىپ قويۇشتىن ساقلىنىشىڭىزغا ياردەم بېرىدۇ.

سوئال - جاۋابلار

سوئال: مال توشۇش بەلگىسىنى تولۇقلاشنىڭ ئاددىي ئۇسۇلى بارمۇ؟

جاۋاب: بار، ئەگەر سىز تىجارەتكە يېڭى كىرىشكەن بولسىڭىز، ئۇنداقتا سىزگە ئارقىسىدا يېلىمى بار قوش قەۋەتلىك بەلگە ئىشلىتىش تەكلىپىنى بېرىمەن. 11×8 چوڭلۇقتىكى قەغەزدە تۆشۈكى بار 33 بەلگە بولىدۇ. ئۇنىڭغا قوشۇپ كۆپەيتىپ يازغىلى بولىدىغان قارا قەغەز سېتىۋېلىڭ. شۇنداق قىلسىڭىز، بىرنى يازغاندا زاپاس ئىككى ~ ئۈچى بار بولىدۇ. سىز قوش قەۋەتلىك بەلگىنىڭ بىر قەۋىتىنى سويۇۋېلىپ پوچتا يوللانمىسىغا، يەنە بىر قەۋىتىنى سويۇۋېلىپ ئارخىپتا ساقلىنىدىغان كارتىسىغا چاپلىسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر كېيىنكى قەدەمنىڭ تەييارلىقىنى قىلىپ بولغان بولسىڭىز، كۆپەيتىش ماشىنىسىدىن بىرنى تېپىپ 33 پارچە بەلگە بار قەغەزنى كۆپەيتىۋېلىڭ. ئۇلارنى كېيىن ئۆزىڭىز ئىشلىتىدىغانغا ياكى باشقىلارغا ئىجارىگە بېرىدىغانغا قويۇپ قويسىڭىز بولىدۇ.

سوئال: مەن ئۆزۈمدىكى خېرىدارلار تىزىملىكىنىڭ ۋاقتى ئۆتۈپ كەتمەسلىكىگە قانداق كاپالەتلىك قىلىمەن؟

جاۋاب: ئۈزلۈكسىز ھالدا «كونىنىڭ ئورنىغا يېڭىنى تۇرغۇزۇش» يولى بىلەن ئۇلارنىڭ ۋاقتى ئۆتۈپ كەتمەسلىكىگە كاپالەتلىك قىلغىلى بولىدۇ. پوچتا يوللانمىلىرىنى يوللىۋەتكەندىن كېيىن، پوچتىخانا يەتكۈزۈشكە ئامالسىز قالغان ياكى ئادرېسى ئۆزگىرىپ كەتكەن يوللانمىلارنى قايتۇرۇپ كېلىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا سىز قايتۇرۇۋېتىلگەن يوللانمىدىكى ئىسىم ۋە ئادرېسىنى خېرىدارلار تىزىملىكىدىن چىقىرىۋەتسىڭىز بولىدۇ. ئاندىن خېرىدارلار تىزىملىكىڭىزنى «ئىجارىگە» بەرگەن ئادەمدىن قايتۇرۇۋېتىلگەن يوللانمىلارنى خەۋەر قىلىپ تۆرۈشنى تەلەپ قىلسىڭىزمۇ بولىدۇ.

سوئال: خېرىدارلارنىڭ مەن بېرىۋاتقان ئېلانلارغا بولغان ئىنكاسىنى بىلىپ تۇرۇشۇمغا قۇلايلىق بولسۇن ئۈچۈن، ئىندېكسنى ئېلانغا قوشۇۋېتىش جەھەتتە ياخشىراق بىر ئۇسۇل بارمۇ؟

جاۋاب: بىز گېزىت - ژۇرناللارغا بەرگەن ھەربىر ئېلاننىڭ ئارقىسىغا ئىندېكس قوشۇپ بېرىلگەن. بىز بەرگەن بىرىنچى ئېلاننىڭ ئارقىسىدا «ئورۇن»غا ۋەكىللىك قىلىدىغان نومۇر بار، نومۇرنىڭ ئارقىسىغا «A» ھەرپى چۈشۈرۈلىدۇ. ئۇنىڭ ئارقىسىغا «B» ھەرپى چۈشۈرۈلىدۇ، مۇشۇ تەرتىپ بويىچە ماڭىدۇ. ئارىلاشتۇرۇپ قويماسلىق، پەرق ئېتىشكە ئاسانراق بولسۇن ئۈچۈن، قارىماققا ئوخشىشىپ كېتىدىغان ھەرپلەرنى ئاتلاپ ئۆتۈپ كېتىمىز. مەن سىزگە بىز دائىم ئىشلىتىۋاتقان ھەرپلەرنى كۆرسىتىپ ئۆتەي:

A,B,C,D,F,G,H,J,K,L,M,O,P,Q,R,S,T,V,X,Y,Z

رادىئو ئىستانسىسى ياكى تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىدا ئېلان بەرگەندە، بىز دائىم بىر ئورۇنغا ۋەكىللىك قىلىدىغان كود ئىشلىتىمىز. ئەگەر بىز بىر پوچتا ساندۇقىنى ئادرېس ئورنىدا ئىشلەتسەك، ئەڭ ئاخىرىغا بىر ھەرپنى قوشۇپ قويىمىز. مەسىلەن، «345 پوچتا ساندۇقى — A.»

ئون تۆتىنچى باب

قانداق قىلغاندا ئېلاننى ياخشى يازغىلى بولىدۇ

ئېلاننى ياخشى يېزىشنىڭ مۇھىم ھالقىسىنى پەقەت بىرلا سۆزگە يىغىنچاقلاپ بېرەلەيمەن: قىلماڭ.

ئېلان يازىدىغان ئادەملەر بىر بولسا دەبدەبىلىك، ياسالما سۆزلەرنى دۆۋىلەپ قويىدۇ، بىر بولسا ئادەمنىڭ غىدىقى كەلگۈدەك سۆزلەرنى ئىشلىتىدۇ ياكى بولمىسا، ئادەم ئاڭلاپ باقمىغان سۆزلەرنى ئىشلىتىدۇ. بۇنىڭ بىلەن، ھازىر ئالاھىدە شەكىللىك بىر خىل تىل پەيدا بولدى. بىز ئۇنى ئېلان تىلى دەپ ئاتىۋالدۇق. ئۇ سۆزلەر ئەمەلىيەتتىن ئايرىلغان، ئادەتتە ئىشلىتىشكە بولمايدىغان، يۈزەكى بولۇپلا قالماي، يەنە ئۇنىڭ ھېچقانداق ئەمەلىي ئەھمىيىتى يوق.

ئەگەر سىزنىڭ ساتىدىغان ماللىرىڭىز بولسا، سىزگە بەزى ياخشى ئۇسۇللارنى تونۇشتۇرۇپ ئۆتەي، بۇ ئۇسۇللار ئېلاننى ياخشى قىلىپ يېزىپ چىقىشتا كەم بولسا بولمايدۇ.

بىرىنچى قەدەم، مەھسۇلاتىم خېرىدارلارغا نېمىلەرنى قىلىپ بېرەلەيدۇ، دېگەنلەرنى ئويلاڭ، ئاندىن بۇنىڭ ئىچىدىن ئەڭ مۇھىم بىرىنى تاللاپ ئالاھىدە گەۋدىلەندۈرۈڭ. مەسىلەن، ئەڭ ياخشىسى، بىۋاستە قىلىپ: «مېنىڭ مەھسۇلاتىم ئۆمرىڭىزنى ئۇزارتىدۇ» دېمەستىن، «مېنىڭ مەھسۇلاتىم سىزنىڭ يۈز ياشقا كىرىشىڭىزگە كاپالەتلىك قىلىدۇ» دەڭ. يەنە بىر مىسال، «مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتسىڭىز، مۇھىم بىر

شەخسكە ئايلىنىسىز» دەپلا قويماي، «مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتسىڭىز ئەمىلىڭىزنى ئۆستۈرۈپ، يۆتكىلىش بەختىگە بەش مىنۇت ئىچىدىلا ئېرىشىسىز» دېيىشىڭىز كېرەك. «مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتسىڭىز تېخىمۇ گۈزەللىشىپ كېتىسىز» دېگەندىن كۆرە، «مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتسىڭىز، يىگىتىڭىز يەتتە كۈن ئىچىدە سىز بىلەن كۆرۈشكىلى كېلىدۇ» دېگىنىڭىز ياخشى. «مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتسىڭىز، تېزلا پۇل تاپالايسىز» دېگەندەك گەپلەرنىمۇ قىلماي، «ئېنىق ئېيتالايمەنكى، مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتكەن ھۇرۇنلارمۇ تېزلا بېيىپ كېتەلەيدۇ» دېگىنىڭىز ياخشى.

يۇقىرىقى ماۋزۇ خاراكتېرلىك ئېلانلاردا ئىشلىتىلگەن سۆزلەردە تۆۋەندىكى تۆت پرىنسىپنىڭ بىرى ياكى بىر نەچچىسى ئوخشىمىغان دەرىجىدە ئىشلىتىلگەن: ئەستە قالدۇرۇش ياكى ئەسلەشكە ئاسان بولۇش، خېرىدارلارغا ماس كېلىدىغان بولۇش، ئۆزىگە خاس خاراكتېرگە ئىگە بولۇش، ئەمەلىي نەپ ئېلىپ كېلىدىغان بولۇش. بۇ تۆت پرىنسىپ ئىنسانلارنىڭ تۆت ئاساسىي مۇددىئاسىنى گەۋدىلەندۈرگەن، ئۇ ئېلانىڭىزنىڭ ئوقۇرمەن، ئاڭلىغۇچى ۋە كۆرگۈچىلەرنىڭ دىققىتىنى تارتالايدىغان - تارتالمايدىغانلىقىنى بەلگىلەيدۇ.

ئېلان يېزىش ئەمەلىيەتتە ھېچقانداق قالتىس ئىش ئەمەس (ئېلان ۋاكالەتچى سودىگەرلىرىنىڭ ھەر يىلى 50 مىڭ دوللار ھەق ئېلىپ بۇ ئىشنى قىلىدىغانلىقىغا قارىسا، ئادەمگە ھەقىقەتەن تەس تۇيۇلىدۇ). تۆۋەندە مەن ئۇلارنىڭ قانداق قىلىدىغانلىقىنى سىزگە ئاستا - ئاستا سۆزلەپ بېرىمەن. شۇنىڭ بىلەن، سىزمۇ بۇ ئىشنى قىلالايدىغان بولىسىز.

ئېلان يېزىشتىن ئىلگىرى، ئاۋۋال تونۇشتۇرماقچى بولغان مەھسۇلاتنىڭ قانداق قىممىتى بارلىقى ئۈستىدە ئويلىنىڭ، ئاندىن ئۇنىڭ سىز ئۈچۈن قانداق مەسىلىنى ھەل قىلىپ بېرىشىنى خالايدىغانلىقىڭىزنى ئويلاڭ (چۈنكى سىز ئادەتتىكى ئادەملەرنىڭ بىرى، شۇڭا سىزنىڭ ئويلىغانلىرىڭىزمۇ مەلۇم دەرىجىدە ۋەكىللىك خاراكتېرگە ئىگە.)

ئاندىن بايا ئويلىغانلىرىڭىزنى يېزىپ چىقىڭ. بەزى ئويلىغانلىرىڭىز كۈلكىلىك، بىمەنە تۇيۇلۇشى مۇمكىن. لېكىن، ئۇلاردىن ئالدىراپ ۋاز كەچمەڭ، چۈنكى ھازىر تېخى ئۇلارغا باھا بېرىشنىڭ ۋاقتى ئەمەس، يېنىڭىزدا ھەر ۋاقىت قەغەز - قەلەم ئېلىپ يۈرۈڭ، شۇنچىكىم ئىلھاملارنىمۇ بىكار ئۆتكۈزۈۋەتمەڭ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئىلھام دېگەن ئازراق ئېرەن قىلمىسىڭىزلا يوقاپ كېتىدۇ.

مېنىڭ بارلىق ئىجادكارلىقىمنىڭ مەنبەسى تاسادىپىيلىق بولغان. مەسىلەن، ماشىنا ھەيدەپ كېتىۋاتقاندا، ۋېلىسىپىت مىنىپ كېتىۋاتقاندا، كىتاب ئوقۇۋاتقاندا، ئۇخلاشتىن ئىلگىرى ياكى ئويغانغاندا.

سىز بۇ پائالىيەتلەردە بىر ئورتاقلىق بارلىقىنى سەزدىڭىزمۇ؟ بەلكىم سىز، قانداق ئورتاقلىق بولىدۇ، دېيىشىڭىز مۇمكىن. ئەمەلىيەتتە، بۇنداق قارىشىڭىز پۈتۈنلەي توغرا، بۇ پائالىيەتلەرنىڭ مەھسۇلات سېتىش بىلەن ھېچقانداق ئالاقىسى يوق. لېكىن، مېنىڭ ئىلھامىم مۇشۇنداق ۋاقىتلاردا ئۇچقۇنداپ قالىدۇ. ئەمەلىيەتتە بۇ يوشۇرۇن ئېڭىمىزنىڭ ھەر ۋاقىت رول ئويناپ تۇرىدىغانلىقىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدۇ.

مەن شۇغۇللانغان ئاشۇ پائالىيەتلەر مېنىڭ يوشۇرۇن ئېڭىمنى قوزغىغان. ئەمەلىيەتتە، مېنىڭ قانداق ئىشلارنى قىلىشىم قىلچە مۇھىم ئەمەس، لېكىن مەن مەھسۇلاتلارنى ھەر ۋاقىت كاللامدا ئويلاپ ماڭىمەن، ئۇنىڭ قانداق نەرسە ئىكەنلىكىنى ئەمەس، قانداق ئىقتىدارلىرى بارلىقىنى ئويلاپ ماڭىمەن. خوتۇنۇم بىر توزان سۈمۈرگۈچ سېتىۋالدى، يەنە ئۇنى ئىشلىتىشكە بىر خىزمەتكار ياللىۋالدى. ماڭا ئايان: ئۇ پەقەت ئۆي تازىلاشنىڭ تېخىمۇ ئاددىي بىر

خىل ئۇسۇلىنى تاپماقچى. ئەمەلىيەتتە، نەرسە سېتىۋېلىش ياكى خىزمەتكار ياللاش بولسۇن، ھەممىسىنىڭ مەقسىتى بىر، يەنى ئۆزىنىڭ ئەمگىكىنى يېنىكلىتىش. ئەگەر خوتۇنۇم ئالاھىدە ئىقتىدارغا ئىگە بولۇپ، بىر كۇنۇپكىنى بېسىش بىلەنلا توك ۋە ئۇلترا ئاۋاز دولقۇنى پەيدا قىلىپ ئۆينى تازىلىيالىغان بولسا، چىقىمنى ئويلاپ بولسىمۇ توزان سۈمۈرگۈچنى يىغىشتۇرۇپ قويغان، خىزمەتكارنى ئىشتىن بوشىتىۋەتكەن بولاتتى (ئەگەر بولمىغاندا، خوتۇنۇم بۇ ئىش توغرۇلۇق سورىغاندا، مەن شۇنداق جاۋاب بېرەتتىم.)

مۇشۇ مەنتىق بويىچە مەھسۇلاتىمىز ئۈستىدە قايتا ئويلىنىپ باقايلى، ئۇنىڭ قانداق ئارتۇقچىلىقلىرى بار؟ باشقا مەھسۇلاتلارغا سېلىشتۇرغاندا تېخىمۇ ياخشى، تېخىمۇ ئەرزان، تېخىمۇ تېزمۇ؟ ئۇنى ئالماقچى بولغانلىقىڭىزدىكى بارلىق سەۋەبلەرنى ئويلاپ چىقىڭ، ئاندىن ئۇنى ئالماسلىقىڭىزدىكى سەۋەبلەرنى ئويلاڭ، بۇنىڭ ئىچىدە قانچىلىكىنى يېڭىپ كەتكىلى بولىدۇ، بۇلارنى خاتىرىلەپ قويۇڭ، ھازىرقى بەزى گېزىت - ژۇرناللارنى كۆرۈپ، قايسى ماقالىلەر بۇ مەسىلىگە قارىتىلغان ھەم ئۆزگىچە قاراشقا ئىگە ئىكەنلىكىگە قاراپ بېقىڭ. ئەگەر مۇمكىن بولسا، ئۆزىڭىزگە ئوخشاش قىزغىن ئادەمدىن بىر نەچچىنى تېپىپ، ئۇلار بىلەن مەھسۇلاتىڭىز توغرۇلۇق پاراڭلىشىپ بېقىڭ. لېكىن، روھىڭىزنى چۈشۈرۈپ قايتىپ كېلىشتىن ساقلىنىڭ، چۈنكى بۇ سىزدە بار بولغان ئىشەنچكە زەربە بولىدۇ.

مەيلى قانداق ئىش قىلىڭ، يوشۇرۇن ئېڭىڭىزنى ئاڭلىق ھالدا تولۇقلاپ تۇرۇشىڭىز كېرەك. يوشۇرۇن ئاڭنى ئۈزلۈكسىز بېيىتىپ تۇرسىڭىز، ئۇ سىزنىڭ ئىلھامىڭىز ۋە ئىجادكارلىقىڭىزنى قوزغىيالايدۇ.

مېڭىڭىز ئاستا - ئاستا چېڭقىلىشقا باشلىغاندا، سىز ئاۋۋال بۇ ئىشلارنى ئويلىماي، باشقا ئىشلارنى قىلىڭ. مۇشۇنداق قىلسىڭىز، ئىش ئاددىيلىشىپلا قالماي، نەتىجىسى ئاسانلا چىقىپ قالىدۇ.

بەلكىم بىر سائەت، بىر كۈن ياكى بىر ھەپتە ئىچىدە ئەڭ ئاخىرقى جاۋابقا ئېرىشىپ قالىسىز. جاۋاب مەھسۇلاتىڭىزنىڭ ئالاھىدىلىكىنى توغرا ئەكس ئەتتۈرۈپ بەرگەن بولىدۇ. قالتىسمەكەن! سىز ئويلىمىغان يەردىن جاۋابقا ئېرىشىپ قالدىڭىز.

مېنىڭ تۇتقان يولۇم توختىماي خاتىرە قالدۇرۇش. چۈنكى، ئەڭ مۇھىم خەۋەر ياكى ئادەمنى ئۆزىگە جەلپ قىلىدىغان قاراشلار بىر قاپقاقتا ئوخشايدۇ، ئۇ پىكىر توپلىنىشنىڭ تەسىرى ئاستىدا ئېچىلىدۇ. شۇڭا، سىز پىكرىڭىز بۇلاقتەك قايناپ تاشقۇچە توختىماي خاتىرىلىشىڭىز كېرەك. ئەگەر يېرىم يولدا تاشلاپ قويسىڭىز، ياخشى جاۋابقا ئېرىشىشىڭىز مۇمكىن ئەمەس. لېكىن، سىز بۇ ئىشنى قىلىش جەريانىدا بەك ئالدىراڭغۇلۇق قىلماڭ، ۋاقتى كەلگەندە ئۆزىڭىزنى ئەركىن قويۇۋېتىڭ، يوشۇرۇن ئېڭىڭىز ئۈزلۈكسىز ھەرىكەتكە كېلىدۇ.

ئىلگىرى خاتىرىلىۋالغان كۆز قاراشلارنى قانداق بىر تەرەپ قىلىش كېرەك؟ مېنىڭ تەكلىپىم: سىز ئېلاننى ئەڭ ئاخىرىدا يېزىپ پۈتتۈرۈشتىن ئىلگىرى ئۇلارغا قارىماڭ، ئۇلارنى ئويلىماڭ. چۈنكى، سىزنىڭ بۇ يەردە قىلىدىغىنىڭىز يوشۇرۇن ئېڭىڭىز ئارقىلىق بۇ قاراشلارنى پىششىقلاش، رەتلەش، مېغىزىنى ئېلىپ، شاكىلىنى چىقىرىۋېتىش.

ئېلاننى يېزىپ پۈتتۈرگەندىن كېيىن ئاندىن خاتىرىڭىزگە قاراڭ، چوقۇم بىر - ئىككى يېڭى قاراش كاللىڭىزغا كېلىدۇ. لېكىن، ئۇلارنىڭ مۇۋاپىق كېلىشى ناتايىن. سىز يوشۇرۇن ئېڭىڭىزنىڭ قانداق قىلىپ مېغىزىنى ئېلىپ قېلىپ، شاكىلىنى چىقىرىۋېتىدىغانلىقىنى ھەيرانلىق ئىچىدە بايقايسىز.

سىز ئىلگىرىكى خاتىرىلىرىڭىزنى يەنە بىر قېتىم كۆرۈشتىن ئىلگىرى ئۇلارنى بىر مەزگىل كۆزدىن يىراق يەرگە قويۇپ قويۇڭ. ئۇنى قايتىدىن ئېلىپ، بىرنەچچە يېرىگە كىچىك ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈڭ. ئەڭ ئاخىرىدا يازغان ئېلانىڭىزنى ئۈنلۈك ئوقۇپ، ئۇنۇـ

سىنى ئاڭلاپ بېقىڭ. بۇ ناھايىتى مۇھىم. ئېلان چوقۇم ئېغىز تىلىغا ماس كېلىشى، چوقۇم كۈندىلىك تۇرمۇشقا يېقىن بولۇشى كېرەك. ئەگەر ئېلانىڭىزدا ياسالما، شوئار خاراكتېرلىك مەزمۇنلار بولسا، ئەڭ ياخشىسى ئۇلارنى چىقىرىۋېتىڭ. بولمىسا ئاققۇزغان شۇنچە كۆپ قان - تەرلىرىڭىز بىكار بولىدۇ. چۈنكى، بۇنداق يۇزەكى ئېلان كىشىلەرنى بىزار قىلىدۇ. ئۇلارغا كۈلكىلىك، قىزىقارلىق تۇيۇلۇشى مۇمكىن، لېكىن مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋېلىشقا يېتەكلىيەلمەيدۇ.

ئىككىنچى قەدەم، بۇ ئەڭ قىيىن قەدەم، ئېلانىڭىزنى باشقىلارغا كۆرسىتىپ بېقىڭ، لېكىن ھەممە ئادەمنىڭ تەكلىپىنى قارىغۇلارچە قوبۇل قىلىۋەرمەڭ. سىزدە ئۆزىڭىزگە خاس ھۆكۈم قىلىش ئىقتىدارى بولۇشى، تەكلىپلەرنىڭ قايسىلىرىنى قوبۇل قىلىپ، قايسىلىرىنى شاللىۋېتىشنى بىلىشىڭىز كېرەك. بۇنداق قىلىشنىڭ مەقسىتى پەقەت بىرلا، ئېلانىڭىزنى بىر قاراپلا چۈشىنەلەيدىغان قىلىش. تەكلىپ بەرگەن كىشىلەر سىزنىڭ ئېلانىڭىزنى ياقتۇرامدۇ، ياقتۇرمامدۇ، بۇ مۇھىم ئەمەس، مۇھىمى، ئۇلار ئېلانىڭىزنىڭ مەزمۇنىنى ناھايىتى ئاسانلا چۈشىنەلىگەن بولسىلا بولىدى. ئەگەر ئۇلار كۆرگەندىن كېيىن ھېچنېمىنى ئۇقالمىغان بولسا، ئېلاننىڭ سۆزلىرىنى يەنىمۇ چۈشىنىشلىك قىلىشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلار دەماللىققا چۈشىنەلمىگەن بولسىمۇ، سىز يەنىلا ئاز - تولا ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈشىڭىز كېرەك. لېكىن، ئېلانىڭىزنىڭ مەزمۇنىنى ئۆزگەرتمەڭ ياكى ئۇلارنىڭ تەكلىپى بويىچە بىرنەچچە سۆزنى مۇنداقلا ئۆزگەرتىۋېتىدىغان ئىشنى قىلماڭ. بىزنىڭ ئەڭ ئاخىرقى نىشانىمىز — خېرىدارلار ئېلانىڭىزنى كۆرگەندىن كېيىن، مەھسۇلاتىڭىزنىڭ ئۇلارغا قانداق پايدىلىق تەرەپلىرى ياكى زىيانلىق تەرەپلىرى بار، سېتىلىش باھاسى قانچە، قەيەردىن سېتىۋالغىلى بولىدۇ، دېگەنلەرنى تېزلا ئاڭقىرالايدىغان بولۇش. سىز بەلكىم، مەھسۇلاتلارنىڭ زىيانلىق تەرەپلىرىنى خېرى-

-دارلارغا نېمىشقا ئۇقتۇرىمىز، دەپ سورىشىڭىز مۇمكىن. مېنىڭ جاۋابىم: بۇنداق قىلسىڭىز، ئۇلارنىڭ ئىشەنچىسىگە تېخىمۇ ئېرىشەلەيسىز، ئۇلار سىزنى سەممىي، ئىشەنچلىك دەپ بىلىدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئەمەلىيەت مەڭگۈ ئەڭ قايىل قىلىش كۈچىگە ئىگە.

مۇشۇنچىلىك سۆزلەپ تۇراي، ھازىر سىزگە ياخشى بىر ئېلاننى يېزىپ چىقىش تەس تۇيۇلۇۋاتامدۇ؟ سىزگە بىر مىسالنى كۆرسىتىپ ئۆتەي:

سۆيۈملۈك بېتي.

سىزنى ئىنتايىن سۆيىمەن.

مەن پۈتۈن ئۆمرۈمنى سىزنىڭ ۋە بالىلىرىمىزنىڭ ھالىدىن خەۋەر ئېلىش بىلەن ئۆتكۈزمەكچى. مەيلى قانداقلا بولسۇن، مەن ئۆزۈمدە بار بولغان بارلىق نەرسىنى قەدىرلەيمەن. بەزىدە سىزنى رەنجىتىپ قويۇشۇم مۇمكىن، لېكىن كاپالەت بېرىمەنكى، سىزنى مەڭگۈ بىزار قىلمايمەن.

مەن ئىلگىرى بىر ماقالە كۆرگەن، ئۇنىڭدا نىكاھ قەرەلى يوق توختامغا ئوخشىتىلىپ، خالىغان ۋاقىتتا توختىتىشقا ياكى باشلاشقا بولىدىغانلىقى ئېيتىلىپتۇ. لېكىن، توي قىلغاندا بېرىلىدىغان قەسەمدە بىزنى پەقەت ئۆلۈملا ئايرىۋېتەلەيدۇ، دېيىلىدۇ. مېنىڭ سىزگە دېمەكچى بولغىنىم، مەن بۇنداق ئورۇنلاشتۇرۇشتىن رازى، لېكىن گەپنىڭ راستىنى ئېيتسام، بەزى ۋاقىتلاردا، توي قىلمىغانمۇ ياخشىكەن، دەپ ئويلاپ قالىمەن. ئەگەر شۇنداق بولسا، بەزى ئىشلارنى خالىمىساقمۇ قىلىشقا مەجبۇر بولماي، تۇرمۇشۇمنى غەم - ئەندىشىسىز ئۆتكۈزەتتۇق.

سىزنى سۆيۈپ: جوئې

سىز بەلكىم، بۇ ئوپئوچۇقلا بىر مۇھەببەت خېتىغۇ، ئىلان
بىلەن نېمە مۇناسىۋىتى بار، دېيىشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، مېنىڭ
سىزگە دېمەكچى بولغىنىم، ھەربىر ئىلان خۇددى مۇھەببەت خېتىگە
ئوخشاش، شەخسلەر ئوتتۇرىسىدىكى ئالاقىگە ئايلىنىشى كېرەك.
تۆۋەندە بىز ئۇ خەت ئۆز ئىچىگە ئالغان ئاساسىي ئىلان تەركىبىنى
تەھلىل قىلىپ باقايلى.

بۇ خەتنىڭ «سۆيۈملۈك بېتي» دەپ باشلىنىشى سىزگە يارىمـ-
غان بولۇشى مۇمكىن. لېكىن، ئەمەلىيەتتە مېنىڭ خوتۇنۇم بۇ
خىل ئاتاشنى بەك ياخشى كۆرىدۇ، چۈنكى ئۇنىڭ ئىسمى بېتي.
مانا بۇ ئىلاننىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىدىكى سىـــر، ئۇنـى ئو-
قۇغـــان ھەرقانـــداق ئادەم تەسىرلىنـــــدۇ: «قارا، ئۇ ماڭا گەپ
قىلىۋاتىدۇ!»

بۇ خەتتىكى قوشۇمچە ماۋزۇ «مەن سىزنى ئىنتايىن سۆيىمەن»
مۇ دەل جايىدا ئىشلىتىلگەن. چۈنكى بۇ گەپ ئارقىلىق مەن بېتىغا،
ئۇنىڭ مەن ئۈچۈن ناھايىتى مۇھىم، ناھايىتى قالتىس ئىكەنلىكىنى
بىلدۈرەلەيمەن، يەنە ئۇنىڭغا كۆڭۈل بۆلىدىغانلىقىمنى چۈشەندۈرە-
لەيمەن.

يەنە تۆۋەنگە قاراپ باقايلى، ئاۋۋال «مەن پۈتۈن ئۆمرۈمنى
سىزنىڭ ۋە بالىلىرىمىزنىڭ ھالىدىن خەۋەر ئېلىش بىلەن ئۆتكۈز-
مەكچى» دەپ كاپالەت بەردىم، ئاندىن بۇنداق ئورۇنلاشتۇرۇشنىڭ
ئارتۇقچىلىق ۋە يېتەرسىز تەرەپلىرىنى تەپسىلىي بايان قىلدىم (ئە-
گەر خوتۇنۇم بۇلارنى تولۇق چۈشىنىپ يېتەلمىگەن بولسا، مەن
تېخىمۇ تەپسىلىي قىلىپ چۈشەندۈرىمەن. لېكىن، قانداقلا بول-
سۇن، مېنىڭ بۇ سودىدا كېلىشىپ قالغىنىمغا ئۇزۇن يىللار بول-
دى. مەن ھازىر بىر پۈتۈكچى تېپىشنىڭ غېمىدە.)

بۇ خەتنىڭ قالغان قىسمى خوتۇنـۇمـنـى گۇماندىن پۈتۈنلەي
خالاس قىلىدۇ: ئۇنىڭغا يەنە بىر قېتىم ۋەدە بېرىمەن ھەم مال
ساتقۇچىنىڭ كىم ئىكەنلىكىنى ئېنىق ئۇقتۇرىمەن. ئېنىق گەپ

قىلىپ تېلېفون ئۇرمىغان بولسامۇ، ئۇمۇ بىر بېشارەت. ئۇ مې-
نىڭ نېمىگە ئېرىشمەكچى ئىكەنلىكىمنى بىلىدۇ. مانا بۇ مېنىڭ
ئۇنى ئەمرىمگە ئېلىشىمدىكى تۈپ سەۋەب. مەن ئۇنىڭ نېمىگە
موھتاج ئىكەنلىكىنى بىلىمەن.

ئەمدى كۆرگەنسىز، بىر پارچە ئىلاننى ياخشى يېزىپ چىقىشقا
ئانچە كۆپ ئەدەبىي ئىقتىدار كەتمەيدۇ. بەلكىم بۇنداق قىلسا يۈزدە
يۈز ياخشى ئىلان يېزىپ چىققىلى بولماسلىقى مۇمكىن. لېكىن،
بۇ جەھەتتىكى خىزمەت يەنىلا ئېشىپ - تېشىپ تۇرىدۇ.

تۆۋەندە مەن يەنە بىر مىسال كۆرسىتىپ ئۆتىمەن. سىزنى بىر
ئاغىنىسىدىن كەلگەن خەتنى تاپشۇرۇۋالدى دەپ پەرەز قىلايلى.
خەتنىڭ مەزمۇنى مۇنداق:

مەن كادىلاك ماركىلىق ماشىنامنى سېتىۋەتمەكچى، چۈن-
كى كېيىنكى ھەپتە ھەربىي مەجبۇرىيەت ئۆتەشكە ماڭماقچى
بولۇۋاتىمەن. مەن بۇ ماشىنىنى 14 مىڭ دوللارغا ئالغان،
732 مىڭ مۇساپىنىلا باستى. مەن ئىلان چىقىرىشقا ھۇرۇن-
لۇق قىلدىم، ۋاستىچى سودىگەرلەرگە ساتقۇممۇ يوق. سەن
7000 دوللار چىقارساڭلا ئۇنىڭغا ئېرىشەلەيسەن.

ئەگەر قولۇڭدا ئۇنچىلىك كۆپ پۇل بولمىسا غەم قىلمى-
غىن، ماڭا 7000 دوللار قەرز بولغان ھېساباتتا ماشىنىنى
ئېلىپ كەتسەڭ بولىدۇ ياكى بولمىسا ماڭا ئايدا 275 دوللار
تۆلەپ تۇرساڭمۇ بولىدۇ.

بىلىسەن، مەن ماشىنىنى ناھايىتى ئېھتىيات بىلەن ھەي-
دەيمەن. شۇنداقتىمۇ ماشىنىنى سېتىۋېلىشتىن ئىلگىرى ھەي-
دەپ سىناپ بېقىشىڭنى ئۈمىد قىلىمەن، سېتىۋالغاندىن كې-
يىن بىرەر چاتاقنى بايقاپ قالساڭ ياخشى بولمايدۇ. ئەگەر
ۋاقتىڭ بولسا بىر نەچچە كۈن ھەيدەپ سىناپ باققىن (ھە
راست، ساڭا خۇشاللىق بىلەن ئېيتالايمەنكى، باكتا لىق ماي

بار) . ئەگەر سىناپ ھەيدەپ باققاندىن كېيىن ماشىنا كۆڭلۈڭ-گە يارىمىسا، ئۆزۈمگە قايتۇرۇپ بەرسەڭ بولىدۇ، ھەرگىز خىجالەت بولما.

ماشىنامنىڭ رەڭگىنى ياقتۇرماسلىقىڭ مۇمكىن، كۆ-رۈمسىز يېشىل رەڭدە. ئەگەر بۇ رەڭنى ياخشى كۆرمىسەڭ، ئۆزۈڭ ياخشى كۆرىدىغان رەڭدە سىرلىتىۋالساڭ بولىدۇ.

ئەگەر ماشىنىنى ئالغۇڭ بولسا بۈگۈن كەچ سائەت 7.00~10.00 ئارىلىقىدا مەن بىلەن ئالاقىلەشكىن. تېلېفون نومۇرۇم (714)1313—826

ئاغىنەڭ: روگېر ئاتتېبال

شۇنداق ئېيتالايمەنكى، بۇ قالتىس ياخشى يېزىلغان ئېلان. بەلكىم سىز ئاغىنىڭىزنى ماشىنىسىنى ماختاشنى ئازراقمۇ بىلمەيدى-كەن، ئىشلەتكەن سۆزلىرىمۇ نەپىس ئەمەس دېيىشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، ئۇ ئەڭ بولمىغاندا، تۆۋەندىكى ئالتە مەزمۇننى ئېنىق چۈشەندۈرۈپ بەرگەن: ئۇ ماشىنىنى ساتماقچى، ماشىنىنى نېمىشقا ساتماقچى، پۇل تۆلەش شەكلى جانلىق، كەمچىلىكى: ماشىنىنىڭ رەڭگى ياخشى ئەمەس، ماشىنىنى سىناپ بېقىش پۇرسىتى بار، ئۇنىڭ بىلەن قانداق ئالاقىلىشىدىغانلىقىڭىزنى ئېيتىپ بەرگەن.

ئەلۋەتتە، نۇرغۇن سەۋەبلەر تۇپەيلىدىن (مەسىلەن، كادىللاك ماركىلىق ماشىنىنى ياخشى كۆرمەيسىز ياكى ئايدا 275 دوللار پۇل تۆلىگۈدەك قۇدرىتىڭىز يوق)، سىز بەلكىم ئەڭ ئاخىرىدا ئۇ ماشى-نىنى ئالمىغان بولۇشىڭىز مۇمكىن، لېكىن ئېتىراپ قىلماي تۇ-رالمايسىز: بۇ ئېلاننىڭ تارتىش كۈچى ھەقىقەتەن زور، بىر ئۇرۇ-نۇپ بېقىشقا ئەرزىيدۇ.

بەلكىم سىزمۇ دىققەت قىلدىڭىز: بۇ ئېلاندا ماشىنىنىڭ چوڭ - كىچىكلىكى ۋە ئۇزۇن - قىسقىلىقى تىلغا ئېلىنمىغان. چۈنكى، ماشىنىنىڭ ئۇزۇنلۇقى ۋە چوڭ - كىچىكلىكى بېكىتىۋې-

تىلگەن، ئۇنى تەپسىلىي سۈرەتلەپ ۋاقىت ئىسراپ قىلىشنىڭ ھا-جىتى يوق. سىز قىلىدىغان ئىش باھادا كېلىشىش ۋە ۋاقىتنى بېكىتىش.

مېنىڭ ئېلانلىرىمنىڭ ئۇزۇن - قىسقىلىقى ئوخشىمايدۇ. مەن پەقەت ئېلاننى ئەڭ تارتىملىق، ئەڭ ئاددىي قىلىپ يېزىشقا تىرىشى-مەن، مەھسۇلاتنىڭ ھەر بىر ئالاھىدىلىكى ۋە ئۆزۈمنىڭ پەرىزىنى ئىمكانقەدەر ياخشى تەسۋىرلەيمەن، پايدىسىز ئامىللارنى چىقىرىۋېتىمەن.

ئېلاننى ئىشلەپ بولغاندىن كېيىن، مېنىڭ كېيىنكى نىشانىم مۇۋاپىق ۋاستە تېپىش بولىدۇ. سەھىپىسى ئۇزۇن ئېلانلارغا كوز-ۋېرت بىلەن ئەۋەتىش، گېزىت ياكى ژۇرناللارغا بېرىش شەكلىنى قوللانسا بولىدۇ (لېكىن كېيىنكى ئىككىسىنىڭ ئالىدىغان ھەققى يۇقىرىراق)، قىسقا ئېلانلارنى رادىئو ۋە تېلېۋىزورلاردا بەرسە مۇۋاپىق. چۈنكى، قىسقا ئېلانلارنى گېزىت ۋە ژۇرناللارغا بەرسە كۆزگە ئاسان چېلىقىپ كەتمەيدۇ، رادىئو ۋە تېلېۋىزورلاردا بولسا ئۇنداق ئەمەس. رادىئو ۋە تېلېۋىزورلاردا بەرگەن ئېلان ناھايىتى مۇھىم، ئۇنۇمى ناھايىتى ياخشى بولىدۇ، كاتتا ئېلانلار بىلەن بەسلىشەلەيدۇ.

لېكىن، ئېلاننىڭ ھەجىمىنى ئالاھىدە قىسقارتىشنىڭ ھاجى-تى يوق (قانداقلا بولسۇن، بىزنىڭ قوغلىشىدىغىنىمىز ئەڭ ئاخىر-قى ئۈنۈم). شۇڭا، مېنىڭ قىلىدىغان بىرىنچى ئىشىم، ئېلاننىڭ ئۈنۈمىنى دەڭسەپ بېقىش. ئەگەر ئۈنۈمى يامان ئەمەس بولسا، مەن ئۇنىڭ سەھىپىسىنى قىسقارتىپ يەنە سىناپ باقىمەن. ئەگەر قىس-قارتقاندىن كېيىنكى ئېلاننىڭ ئۈنۈمى تېخىمۇ ياخشى بولسا، يەنە بىر قېتىم قىسقارتىپ داۋاملىق سىناپ باقماقچىمەن. سىز كۆرۈپ قالىسىز، مېنىڭ قارارىمنىڭ ئەمەلىيەت ئاساسى بار. ئېلان يېزىش بىر خىل سەنئەت بولۇپلا قالماستىن، يەنە بىر خىل ئىلىم.

قايسى قىسمىنى قىسقارتىۋېتىش، قايسى قىسمى يېتەرلىك

تاۋلاندى، ھەممىسىنىڭ ئۆز ئالدىغا قاتتىق تەلىپى بار. مەن ئىلاند-
نىڭ سۈپىتى ۋە ئەمەلىي قىممىتىنى تۆۋەنلىتىۋەتمىگەن ئاساستا
تەننەرخنى ئىقتىساد قىلىشىم كېرەك. ئىلاننىڭ مەزمۇنىنى قىس-
قارتىشتا، مەن ئاتالمىش RCA پرىنسىپىنى قوللاندىم. يەنى،
ئاۋۋال ئىلاننى ئۆزۈم رازى بولغۇدەك يېزىپ چىقتىم، ئاندىن
سۈپىتىگە كاپالەتلىك قىلغان ئاساستا ئەڭ ياخشى قىلىپ پىشۇرۇپ
چىقتىم.

ئەگەر بەك كۆپ قىسقارتىۋېتىلسە، ئىلان مەززىسىز بولۇپ
قالىدۇ. شۇڭا، مەن ئەسلىدىكى ھالىتىدىگە قايتىشقا مەجبۇر
بولىمەن.

بەلكىم سىز ئۇزۇن ئىلاننى كىممۇ كۆرۈشنى خالايدۇ، دېيەلەيـ-
شىڭىز مۇمكىن. راست دەيسىز، ئۇزۇن ئىلاننى كۆرۈشنى ھەقىقە-
تەنمۇ ھېچكىم خالىمايدۇ. ئەگەر ئۇ قىزىقىپ قالسا ياكى ئىلاندا
ئۆزىنىڭ ئىسمى بولسا باشقا گەپ.

سىز بەلكىم ئىلاننى سەنئەتكارلارغا ئاپىرىپ، كەسپىي جەھەت-
تىن لايىھىلىتىپ بېقىش كېرەكمۇ، دەپ سورىشىڭىز مۇمكىن.
مەن «ياق» دەپ جاۋاب بېرىمەن. مەن ئەڭ ئاخىرقى قېتىم قىلىشقا
تېگىشلىك ئىش، ئىلانىمنى قارىماققا تېخىمۇ ئىلانغا ئوخشايدىغان
قىلىش. كىشىلەر گېزىت ۋە ژۇرناللارنى خەۋەر كۆرۈش مەقسىتىد-
ە سېتىۋالىدۇ. ئىلان بولسا چاقىرىلمىغان مېھمانغا بەكرەك ئوخ-
شايدۇ، كۆپ ھاللاردا ئوقۇرمەنلەرگە مۇبالىغە قىلىنىۋېتىلگەندەك
تۇيغۇ بېرىدۇ. مۇشۇ ئەھۋالنى كۆزدە تۇتقاندا، مەن ئىلانلىرىمنىڭ
قارىماققا خەۋەرگە بەكرەك ئوخشىشىنى خالايمەن، يەنى ھەجىمى
خەۋەرنىڭكىدەك بولسۇن، شەكلىمۇ خەۋەردەك بولسۇن.

شۇڭا، مەن پۇل ئىقتىساد قىلىش ئۈچۈن، ئىلانلىرىمنى گې-
زىت ۋە ژۇرناللارغا بەرسەم، ئۇلارغا ئۆزۈمنىڭ قاراشلىرىمنى
ئېيتسام بولىدۇ. ئۇلاز مېنىڭ ئىلانىمنى قوبۇل قىلىدۇ، مەنمۇ
ئۆزۈم بېرىپ ئىلاننىڭ تىزىش، بەت ياساش، بېسىشلىرىغا قاتنىد-

شىپ، ئۇنىڭ قارىماققا ئىلانغا ئەمەس، خەۋەرگە بەكرەك ئوخشىد-
شىنى قولغا كەلتۈرىمەن. ئەڭ ياخشى ئەھۋالدا، ئوقۇرمەنلەر ئۇس-
تى تەرەپتىكى ئىلان سىزىقى ئارقىلىق ئىلان بىلەن خەۋەرلەرنى
پەرقلەندۈرۈۋالىدۇ. مەن بەت ياسىغۇچىلارنى مۇشۇنداق قىلىشقا
كۆندۈرىمەن.

يەنە بىر تەكلىپىم، ئىلانغا بەك كىچىك ھەرپ ئىشلەتمەڭ.
چۈنكى، كىچىك ھەرپنى تونۇماق تەس. ھەرقانداق بىر مۇھىم
مەزمۇننى چوقۇم تەكىتلەش كېرەك. كىچىك ھەرپ باشقىلاردا سىز
بىر نېمىنى يوشۇرماقچى بولۇۋاتقاندەك تۇيغۇ پەيدا قىلىپ قويىدۇ.

ئىلانىڭىزغا گېزىتنىڭ پۈتۈن بىر بېتىنى ئالىمەن دېسىڭىز
ھەققىگە چىدىمايسىز. شۇڭا، ئەڭ ياخشى ئۇسۇل، تەخمىنەن
5.5 دىيۈيم، سەككىز دىيۈيم ياكى سەككىز دىيۈيمدىن چوڭراق
كەڭلىكتە تۆۋرۈكسىمان شەكىلدىكى ئۈچ ئورۇننى تاللاڭ. بۇ ئۆل-
چەمدىكى تۆۋرۈكسىمان شەكىل باشقا ئىلانلارنىڭ ئالدىدا ھەيۋىتىنى
يوقىتىپ قويمايدۇ، تېخى ئىلان بېتىنىڭ باش تەرىپىدىن ئورۇن
ئېلىشى مۇمكىن. ئۇ بەتنىڭ ئاياغ تەرىپىدىن ئورۇن ئالغان تەقدىر-
دىمۇ، ئۈستى تەرىپىگە ناھايىتى بىر ـ ئىككى كىچىك ئىلان چۈشىد-
دۇ. ئەمدى قىلىدىغان ئىشىمىز، ئىلان بېرىلىدىغان كونكرېت
ئورۇننى بېكىتىش. بىز بۇنىڭدا مەلۇم دەرىجىدە كۈچ ۋە پۇل سەرىپ
قىلىپ، ئىلان بېتىنى لايىھىلىگۈچىنى كەلتۈرۈشىمىز كېرەك. بۇ
نۇقتا ناھايىتى مۇھىم. چۈنكى ئۇ سىزگە قايسى شەكىلنى بىر
تەرەپ قىلىش تېخىمۇ ئاسان بولىدىغانلىقىنى ئېيتىپ بېرىدۇ،
ئىلانىڭىزنى ئەڭ مۇۋاپىق ئورۇنغا ئورۇنلاشتۇرۇپ بېرەلەيدۇ.

مەن يۇقىرىدا ئېيتقان، ئىلاننى چوقۇم خەۋەر شەكلىدە لايىھە-
لەش كېرەك. بۇنداق قىلغاندا، ئۇنىڭ ھەققى تۆۋەن بولۇپلا قال-
ماي، يەنە ئىلاننىڭ مەزمۇنى ۋە مۇھىملىقى گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ.
سىز دوست ـ بۇرادەرلىرىڭىزنىڭ ماختىشىنى ۋە بەدىئىي گۈزەللى-
كىنى قوغلىشىپ كەتمىسىڭىزمۇ بولىدۇ. ئەڭ مۇھىمى، پۇل تې-

پىش. پۇلىڭىز بولسا مۇكاپاتقا ئېرىشىپلا قالماي، ئۇ ىڭىزدە ئالماشتۇرۇۋالالايسىز.

تۆۋەندە ئېلان يېزىشتىكى بىرنەچچە «قىلماسلىق» پرىنسىپىنى كۆرسىتىپ ئۆتىمەن:

1. ئېلاننى تېگى قارا ئاق قەغەزگە باسماڭ. بۇ قارىماققا ناھايىتى يارقىن كۆرۈنۈشى مۇمكىن. لېكىن، جەلپ قىلىش ئۈنۈمى ناھايىتى تۆۋەن بولىدۇ.

2. كۆل رەڭدىن تەڭلىك ئالماڭ (بۇ سەنئەتكارلار بەك ياقتۇرىدىغان بىر خىل ئۇسلۇب)، بۇنىڭ ئۈنۈمى تېگى قارا ئاق قەغەز ئىشلەتكەن بىلەن ئوخشاش بولىدۇ.

3. ئىمكان بار قىستۇرما سۈرەت ئىشلەتمەڭ، ئەگەر ئۇ مەھسۇلاتنىڭ بەدىئىي ئۈنۈمىنى ئاشۇرىدىغان بولسا، ئىشلەتسىڭىز بولىدۇ. ئادەتتە قىستۇرما سۈرەت ئېلانىڭىزنىڭ مەزمۇنىنى ئاجىزلاشتۇرۇۋېتىدۇ (مەسىلەن، ئەگەر مەن سىزگە بىر ئۆينىڭ گېپىنى قىلسام، سىز نېمىلەرنى ئويلايسىز؟ لېكىن ئەگەر سىزگە ئۆينىڭ رەسىمىنى كۆرسەتسەم، سىز بىر قاراپلا ياراتمىسىڭىز، مېنىڭ پۈتۈن ئىشلىگەن خىزمىتىم بىكار بولىدۇ). ئۇنىڭ ئۈستىگە، گېزىتتە رەسىم تازا ئوچۇق چىقمايدۇ.

4. چىرايلىق چىقىشنى قوغلىشىپ ئاق تەڭلىك ئىشلەتمەڭ. چۈنكى، نەشرىيات سىزدىن قەغەز ھەققى ئېلىپلا قالماي، يەنە باسما مېيىنىڭ ھەققىنىمۇ ئالىدۇ. ئۇلارغا مەلۇم دەرىجىدە رەڭلىك بوياق ئىشلەتكۈزۈڭ (بولۇپمۇ مۇھىم مەزمۇنلارنى گەۋدىلەندۈرمەكچى بولغاندا)، بۇ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ سېتىلىش مىقدارىنى ئاشۇرىدۇ.

تۆۋەندە ئەستە ساقلاشقا تېگىشلىك باشقا مەزمۇنلارنى كۆرسىتىپ ئۆتىمەن:

ئېتىبار بېرىش چېكىدە مەھسۇلاتىڭىزنىڭ باھاسىنى باشقىدىن

كۆرسىتىپ ئۆتۈڭ. مۇشۇنداق قىلسىڭىز، خېرىدارلار سىز بىلەن تېزلا توختام تۈزىدۇ. سىز بۇ بوشلۇقتىن پايدىلىنىپ سودا ئەھۋالىنى خۇلاسىلەپ چىقسىڭىز ھەممە خېرىدارلار بىلەن قايتىدىن سېتىۋېلىش توختىمى تۈزسىڭىزمۇ بولىدۇ. ئاندىن ئېلاننىڭ مەزمۇنىنى قارىماققا توختامغا ئوخشىتىپ قويماڭ، ئۇ ئېغىز تىلىغا يېقىن بولۇشى كېرەك. چۈنكى ئۇ بىزگە ئېلان قىلىنىۋاتقان مەھسۇلاتتىن نېمىگە ئېرىشەلەيدىغانلىقىمىزنى، قانداق كاپالەتكە ئىگە بولىدىغانلىقىمىزنى ئېيتىپ بېرىدۇ. يەنە بىرى، ئېلاننىڭ ئېنىق، چۈشىنىشلىك بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىڭ ھەممە خېرىدارلار پوچتا ئارقىلىق سېتىۋېلىش ئۇچۇرلىرىنى يېزىپ قويغۇدەك ئورۇن قالدۇرۇپ قويۇڭ.

خېرىدارلار زاكاز ئەۋەتىدىغان ئادرېسقا ئەڭ ياخشىسى پوچتا ساندۇقىنى تاللىماڭ. بۇنداق قىلسىڭىز، خېرىدارلاردا بىر نەرسىنى يوشۇرۇۋاتقاندەك تۇيغۇ پەيدا قىلىپ قويىسىز. ئەڭ ياخشى ئۇسۇل، كوچىلارنىڭ ئادرېسىنى قوللىنىش، بۇ تەسىرنى تېخىمۇ چوڭقۇرلاشتۇرالايدۇ.

بەلكىم سىز گېزىت ۋە ژۇرناللاردا كەڭ ھەجىملىك پوچتا ئارقىلىق سېتىش ئېلانلىرىنى كۆرگەن بولۇشىڭىز مۇمكىن. بۇنداق ئېلانلار ئەڭ ئاسان مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايدۇ، چۈنكى ئۇ ئېلان قائىدىسىگە ئىنتايىن مۇۋاپىق كېلىدۇ. بەزى يەرلەردە بۇ جەھەتتە يېڭىلىق ياراتقۇچىلار بولسىمۇ، ئۇلارنىمۇ ئەيىبلەپ كېتىشكە بولمايدۇ. چۈنكى، بىۋاسىتە ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدىغان ئېلانلار ئۇزۇن مەزگىللىك ھاياتىي كۈچكە ئىگە بولىدۇ. ھەربىر ئېلاندا نەق گەپ دېيىلىشى كېرەك. بۇنداق ئېلانلاردىن نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگەنگىلى بولىدۇ.

پۈتۈن مەملىكەت خاراكتېرلىك ئېلان ۋە پارچە - پۇرات ئېلانلار ئەڭ مەززىسىز ئىككى خىل ئېلاندۇر. چۈنكى، ئۇلارنىڭ ئاساسەن ھېچقانداق قىممىتى يوق، نامىنى كۆز - كۆز قىلىشتىن باشقا

نەرسە ئەمەس. ئۇلار كىشىلەرنى مەھسۇلاتنى سېتىۋېلىشقا ئىلھاملاندۇرمايدۇ، بەلكى كىشىلەر مەھسۇلات سېتىۋالغاندا، ئۇلارنىڭ مەھسۇلاتنىڭ ماركىسىنى ئېسىدە ساقلىشىنى ئارزۇ قىلىدۇ.

كۆپ سانلىق ئېلان ۋاكالەتچى سودىگەرلىرى ئېلانغا ئېتىبار بېرىش چېكى قوشۇشنى خالىمايدۇ. بۇنىڭدىكى سەۋەب، ئۇلار ئېيتقاندەك: «ئېتىبار بېرىش چېكى مەھسۇلاتنىڭ قىممىتىنى چۈشۈرۈۋېتىدۇ» غانلىقىدىن ئەمەس، بەلكى ئېتىبار بېرىش چېكىدىن ئىنكاس قايتىش ئەھۋالى ئارقىلىق ئېلاننىڭ كۆرسەتكەن رولىنى ئېنىق ھېسابلاپ چىققىلى بولىدىغانلىقىدىن.

بەزى ئەھۋاللاردا ئېتىبار بېرىش چېكىنى قوشۇشتىن ساقلىنىش پۈتۈنلەي ۋاكالەتچى سودىگەرلەرنىڭ خاتالىقى ئەمەس. چۈنكى، بىرەر شىركەت ئېلان قىلغان مەھسۇلاتنى سېتىۋالغان ھامان ئېلاننىڭ رولى ئاجىزلاپ كېتىدۇ. ئۇنداق بولۇشى، خېرىدارنىڭ پۈتۈن ئائىلىسىدىكىلەر ئېتىبار بېرىش چېكىنى ئىشلەتتى ھەمدە ئۇنىڭ رولىنى چۈشەندى، لېكىن قولىدا ئېتىبار بېرىش چېكى يوق خېرىدارلار بولسا ئېتىبار بېرىشتىن بەھرىمەن بولالمىدى، ئەمەلىيەتتە ئۇلار ئەڭ ئاساسلىق خېرىدارلار ئىدى.

تاماكا شىركىتى بۇنىڭغا ياخشى مىسال بولالايدۇ. تاماكىنىڭ تەسىرى ياخشى بولمىغاچقا، رادىئو، تېلېۋىزورلاردا تاماكا ئېلانى بېرىش مۇمكىن ئەمەس. بۇ تاماكا شىركىتى ئۈچۈن نۇرغۇن ئېلان چىقىمىنى تېجەپ قالىدۇ. لېكىن، ئۇنىڭ سېتىلىش مىقدارى ناھايىتى يۇقىرى. بۇ شۇنى چۈشەندۈرىدۇكى، ئەگەر كىشىلەر ھەقىقىي ئېھتىياجلىق بولسا، ئېلانغا قاراپ ئولتۇرماي سېتىۋېلىۋېرىدۇ. ئەڭ ئاساسلىق خېرىدار ئېلاننىڭ ئۈنۈمىدىن كەلگەن ئەمەس.

يۇقىرىدا بىز گېزىتكە ئېلان بېرىشنىڭ رولى، ئارتۇقچىلىقى ۋە يېتەرسىزلىكى ئۈستىدە تەپسىلىي توختىلىپ ئۆتتۇق. تۆۋەندە ئەمدى باشقا ۋاستىلەردىن پايدىلىنىپ ئېلان بېرىش ماھارەتلىرىنى تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن.

كونۋېرت ئېلانى

بىرىنچى ماھارەت ئېلان - تەشۋىقات ۋارىقى ئەمەس، دوستلۇق بىلەن تولغان شەخسىي خەت ئەۋەتىڭ. چۈنكى، كىشىلەر ئېلانغا قارىغاندا، ئۆزىگە خاس خەت تاپشۇرۇۋېلىشنى تېخىمۇ ياخشى كۆرىدۇ.

ئىككىنچى ماھارەت تۆۋەندىكىدەك ئاتاشتىن ساقلىنىڭ، يەنى ھۆرمەتلىك ئەپەندى، مۆتىۋەر، قەدىرلىك دوستۇم، دېگەندەك بۇ خىل ئاتاش خەت - ئالاقىدە دائىم قوللىنىلىدىغان بولسىمۇ، لېكىن بۇ ئوقۇرمەننى بىزار قىلىپ قويىدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئۈستىگىمۇ خەت تاپشۇرۇۋالغۇچىنىڭ ئىسمى ۋە ئادرېسىنى بەرمەڭ. بىرىنچىدىن، بۇنداق قىلسىڭىز تەننەرخى ئېشىپ كېتىدۇ؛ ئىككىنچىدىن، ئېلاننىڭ مەزمۇنى بىلەن ئاتاشنىڭ يېقىن كەلمەسلىكى خەت تاپشۇرۇۋالغۇچىنىڭ بىزارلىقىنى ئاشۇرىدۇ. شۇڭا، كومپيۇتېرلىق خەت - ئالاقىنىڭ چىقىمىدىن قورقمىسىڭىز قانداقكىن، بولمىسا ئۇنداق ئالاھىدە ئاتالغۇلارنى ئىشلىتىشىڭىزنىڭ زۆرۈرىيىتى يوق. سىز خەتنىڭ بېشىدىلا ئاساسىي مەقسەتكە چۈشۈپ، مەھسۇلاتىڭىزنىڭ قانداق مەسىلىنى ھەل قىلالايدىغانلىقىنى خېرىدارغا بىۋاسىتە ئېيتسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر خەتنى تاپشۇرۇۋالغان ئادەم ھەقىقەتەنمۇ مۇشۇنداق مەسىلىگە يولۇققان بولسا، ئۇنداقتا سىزنىڭ ھەل قىلىش لايىھىڭىزنىڭ قوبۇل قىلىنىشى ئاسانغا توختايدۇ. ئۇ، بۇ خەتنى تازا ۋاقتىدا كەلدى، دەپ قارايدۇ.

ئۈچىنچى ماھارەت جۈملىڭىز ئاددىي، چۈشىنىشلىك بولسۇن. بىر جۈملىدە ئىشلەتكەن سۆز 10 ~ 12 گىچە بولسۇن. ھەربىر ئابزاسىمۇ قىسقا بولسۇن، ياخشىسى بەش جۈملە سۆزدىن ئېشىپ كەتمىسۇن. ئەگەر تۆت بەت كېلىدىغان ئۇزۇن خەت ئەۋەتىشكە توغرا كەلسە، بۇ خەت ئاددىي، ئوقۇشلۇق بولۇشى، بىرىنچى ۋە ئىككىنچى ماھارەتنىڭ تەلىپىگە ئۇيغۇن كېلىشى كېرەك.

تۆتىنچى ماھارەت خەتنىڭ ئىچىگە ئادەمنىڭ دىققىتىنى تار-

تىندىغان نەرسىلەرنى قوشسىڭىز بولىدۇ. مەسىلەن، (1) بەزى ھالقىلىق ئابزاسلارنى ئالاھىدە شەكىلدە ئېلىش؛ (2) بەزى بەلگىلەرنى قولدا قويۇش؛ (3) مۇھىم سۆزلەرنىڭ ئاستىغا سىزىپ قويۇش ۋە ھەرپنى چوڭايتىش. لېكىن، بۇنداق يەر كۆپ بولۇپ كەتمىسۇن. چۈنكى، ئەگەر پۈتۈن بىر جۈملىنى چوڭ ھەرپ بىلەن ئېلىۋەتسە ئۈنۈمى ياخشى بولمايدۇ ۋە باشقىلار: «تىجارىتى شۇنچىلىك ياخشى بولسا، بۇنچە كۆپ بەلگىلەرنى قويۇپ نېمىگە ئاۋارە بولىدۇ» دەپ ئويلىشى مۇمكىن؛ (4) ئەگەر خەت ئىككى - ئۈچ بەت ئۇزۇنلۇقتا بولسا، ئەڭ ياخشىسى گەپنى بەتنىڭ ئاياغ تەرىپىدە ئاياغلاشتۇرماڭ. مۇمكىن بولسا، بەتنىڭ ئايىغىغا ئادەمنى ئويلاندۇرىدىغان گەپلەرنى ئورۇنلاشتۇرۇڭ. ئالايلى: بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزنى ئىشلىتىپ، 50 مىڭ ئادەم ئېسىنى يىغدى، دېگەندەك. بۇ جۈملىنى كېيىنكى بەتتە يارقىن سۆزلەر بىلەن ئاخىرلاشتۇرسىڭىز بولىدۇ.

بەشىنچى ماھارەت بۇ خەتنى رېزىنكە باسما بىلەن بېسىڭ. دىققەت: ئەڭ ياخشىسى بەت ياسىماڭ ياكى باسما مېيى بىلەن باسماڭ. بەت ياسىسىڭىز بۇ خەت ئادەتتىكى خەتكە ئەمەس، ئېلانغا بەكرەك ئوخشاپ قالىدۇ. ئەگەر سىز كەسىپ ئىگىسى بولمىسىڭىز، ئەڭ ياخشىسى باسما مېيى بىلەن باسماڭ، كۆرۈش سېزىمىنىڭ ئۈنۈمى بەك ناچار بولىدۇ.

ئالتىنچى ماھارەت ئەڭ ياخشىسى ئىككى خىل رەڭدە بېسىڭ. تەجرىبىسىز ئېلانچىلار قارا رەڭ ئىشلىتىشكە ئامراق. ئەمەلىيەتتە بۇنىڭ ئۈنۈمى ناھايىتى ناچار بولىدۇ. خەتنىڭ بېشى سېلىشتۇرما رەڭدە بولۇشى كېرەك. ئەگەر سىزدە قوش رەڭلىك بېسىش ماشىنىسى بولسا، ئۇنى باسما ئىشچىسىغا بېرىڭ، ئۇنىڭ ئۆزىگە تەييارلاتسىڭىزمۇ بولىدۇ. قوش رەڭدە بېسىشنىڭ تەننەرخى يۇقىرىراق بولىدۇ، لېكىن خەت قىممىتىگە لايىق چىقىدۇ.

يەتتىنچى ماھارەت ئەگەر مۇمكىن بولسا، خەتنىڭ ئارقى-

سىغا ئۆز قولىڭىز بىلەن ئىمزا قويۇپ قويۇڭ ياكى كۆك سىياھتا ئىمزايىڭىزنى بېسىڭ (ئەڭ ياخشىسى مەخسۇس قەلەمدە ئىمزا قويۇڭ، شۇنىڭدىلا خېتىڭىز كۆركەم چىقىدۇ). ئالتىنچى ماھارەت بىلەن يەتتىنچى ماھارەتنى بىرلەشتۈرۈپ ئىشلىتىشكە دىققەت قىلىڭ. كونكرېت قىلىپ ئېيتساق، خەتنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىغا قاراپ خەت بېشى بىلەن ئىمزاغا كۆك خەت ئىشلىتىڭ.

سەككىزىنچى ماھارەت ئالاھىدە رەڭ ئىشلەتسىڭىز، دىققەت - ئېتىبارنى تارتىدۇ، پۇرسەتنى ئاشۇرىدۇ. سىزنىڭ خېتىڭىز ئادەتتە ئاق قەغەزگە بېسىلىدۇ. لېكىن، ئەگەر سىزنىڭ باسماقچى بولغىنىڭىز تەشۋىقات ماتېرىيالى ياكى قوشۇمچە ماتېرىيال بولسا، ئەڭ ياخشىسى رەڭلىك قەغەزگە بېسىڭ. ھەربىر بۆلەك ماتېرىيالغا ئوخشىمىغان رەڭ ئىشلىتىڭ. مۇشۇنداق قىلسىڭىز، ئېلاننى كۆرگەن ئادەملەر مەلۇم مەزمۇندىكى رەڭنى تاللىۋالىدۇ. بۇنىڭدا سىزنىڭ ئېلانىڭىز ئۇنىڭ دىققىتىنى تارتالمىغان تەقدىردىمۇ، بەلكىم باشقا بىر نەرسە ئۇنى ئېلانىڭىزغا قىزىقتۇرۇپ قويۇشى مۇمكىن.

توققۇزىنچى ماھارەت كونۋېرت ئىچىگە ئەڭ ياخشىسى بىر پارچە زاكاز تالونى بىلەن بىر تال قۇرۇق كونۋېرت سېلىپ قويۇڭ (بۇ ئىككى خىل نەرسىنى رەڭلىك قىلسىڭىز بولىدۇ). پوچتا ھەققى تۆلىنىپ بولغان كونۋېرتقا سېلىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق. سىز بەلكىم مۇشۇنداق قىلىشنىڭ ئۈنۈمىنى تېخىمۇ ياخشى بولىدۇ دەپ ئويلايسىز، لېكىن ئەمەلىي ئەھۋال ھەرگىز ئۇنداق ئەمەس. يېقىندا پوچتا ئارقىلىق مال ساتىدىغان تەجرىبىلىك ئېلان سودىگىرى بىر سىناق ئېلىپ بېرىپ، پوچتا ئارقىلىق مال سېتىۋېلىشتا كىشىلەرنىڭ ئۆزى ماركا چاپلاشنى بەكرەك خالايدىغانلىقىنى بايقىغان، بۇ بايقاش ئۇنى قاتتىق ھەيران قالدۇرغان. بۇنىڭغا مەنمۇ ھەيران.

ئونىنچى ماھارەت كونۋېرتقا خەتنى ئەڭ ياخشىسى ئۆزىڭىز

سېلىڭ. بۇنىڭدا خەتنىڭ بىرەر بۇرجىكى سىرتقا چىقىپ قالىدىغان ئىش بولمايدۇ.

ئون بىرىنچى ماھارەت خەتنى ئەۋەتىدىغان ۋاقىتنى ياخشى تاللاڭ، ئېلانىڭىز دەم ئېلىشتىن كېيىن تۇنجى ئىشقا چىققان كۈنى خېرىدارلارنىڭ قولىغا تېگىشىدىن ساقلىنىڭ. چۈنكى، بۇنداق ۋاقىتتا خېرىدارلار بىر تەرەپ قىلىشقا تېگىشلىك خەت - چەكلەر تاغدەك دۆۋىلىنىپ كەتكەن بولىدۇ، بىرمۇبىر تەپسىلىي كۆرۈپ چىقالمايدۇ.

ئون ئىككىنچى ماھارەت ئېلاننى ئىمكان بار ياز كۈنى ئەۋەتمەڭ. چۈنكى، بۇ پەسىلدە نۇرغۇن ئائىلىلەر سىرتقا دەم ئېلىشقا چىقىپ كېتىدۇ. سىزنىڭ خېتىڭىز ئۇلار قايتىپ كەلگۈچە تۇرۇپ قالىدۇ.

ئون ئۈچىنچى ماھارەت ئىمكان بار ئەڭ ياخشى كونۋېرت ۋە ئەڭ ياخشى قەغەز ئىشلىتىڭ. ئاندىن كونۋېرتقا تامغا بېسىپ قويۇڭ. بۇ ئىشلەتكىنىڭىزنىڭ ئەڭ ياخشى كونۋېرت ئىكەنلىكىنى ئىپادىلەپ تۇرسۇن. مەن بىرلا قېتىم ئەڭ ياخشى كونۋېرت ئىشلەتمىگەن. چۈنكى، ئۇ قېتىمدىلا ئېلاننىڭ مەزمۇنى بەك كۆپ ئىدى، ئەگەر ئادەتتىكى چاغدىكىدەك ئەڭ ياخشى كونۋېرت ئىشلەتسەم، ئېلاننىڭ چىقىمى بەك ئېشىپ كېتەتتى.

ئون تۆتىنچى ماھارەت پوچتا يوللانمىلىرىڭىزنىڭ ئۈنۈمىنى سىناپ بېقىڭ. مەسىلەن، ئېلان سودىگەرلىرى ئۆزلىرىگە ئەڭ ياقىدىغان ئېلان مەزمۇنىدىن بىرنى تاللاپ، ئۇنىڭدىن 50 مىڭ نۇسخا تارقىتىدۇ. نەتىجىدە، 2000 پارچىدىن ھېچقانداق سادا بولماسلىقى مۇمكىن. دېمەك 4% ئېلان ئۈنۈم كۆرسىتەلمىدى دېگەن گەپ. بۇنىڭدىن سىز ئېلانىڭىزنىڭ قانچىلىك ئەھمىيەتكە ئىگە ئىكەنلىكىنى كۆرۈۋالالايسىز. سىز ئېلاننىڭ قىممىتىدىن گۇمانلىنىپ، ئۇ تەننەرخنى قايتۇرۇپ كېلەلەرمۇ، دەپ ئەنسىرىشىڭىز مۇمكىن. تۆۋەندە سىزگە ئىككى مىسالنى كۆرسىتىمەن، بۇنىڭ

ھەممىسى مېنىڭ بېشىمدىن ئۆتكەن ئىشلار: بىر ئېلاندا مەن سىناق قىلغاندىن كېيىن، 25 مىڭ پارچە خەت تارقاتتىم، ئومۇمىي تەننەرخى 3800 دوللار بولدى. نەتىجىدە بۇ خەتلەر 40 مىڭ دوللار قىممىتىدە زاكاز ئېلىپ كەلدى. يەنە بىر مىسال، بىز ئىلگىرى 1000 پارچە خەت ئەۋەتكەن، ئومۇمىي تەننەرخى 200 دوللار ئىدى، نەتىجىدە 2400 دوللار قىممىتىدە تىجارەت ئېلىپ كەلدى. بۇنداق ياخشى نەتىجە ھەقىقەتەن كۆپ كۆرۈلمەيدۇ. سىز ھازىرغىچە مەن نۇرغۇن يىللار جەريانىدا ئاران ئېرىشكەن ئېلاننى بىۋاسىتە يوللاشقا دائىر بەزى يوللارنى چۈشىنىپ ئۆتتىڭىز.

قىزىقارلىق يېرى، گېزىتخانىلار ئاتالمىش «ئەخلەت» يوللانمىلىرىدىن قاقشاپ تۇرىدۇ، ئەمما ئۇلاردىن پايدىنى ئېلىشىپمۇ تۇرىدۇ.

رادىئو ئېلانى

رادىئودا ئېلان بېرىشتە ئۈچ خىل ئۇسۇل بار: (1) نەق مەيدان ئاڭلىتىش؛ (2) پروگراممىنى ئۈنگە ئېلىش؛ (3) ماگنىتلىق لېنتا.

ئەگەر دىكتور رادىئو ئارقىلىق سېتىش بىلىمىدىن ئازراق خەۋەردار بولسا، ئۆزىنىڭ كۆپ قىسىم خىزمىتىنىڭ ھەمكارلىشىدىغان تىجارەتچىلەرنىڭ قوللىشىدىن ئايرىلالمايدىغانلىقىنى چۈشىنىدۇ. ئەمەلىيەتتە، بىۋاسىتە ئاڭلىتىش رادىئودا ئېلان بېرىشتىكى ئەڭ ياخشى شەكىل. ئەگەر ئۇلار ئېلاننى ئۆز مەيلىچە كېڭەيتىۋەتسە، كۆپتۈرۈۋەتسە ياكى ئېلانغا ئۆز خاھىشىنى قوشۇۋەتسە، ئېلاننىڭ ئىچكى مەزمۇنىنى بۇزغان بولىدۇ. كۆپ قىسىم دىكتورلار بۇ نۇقتىنى چۈشەنمەيدۇ، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ ۋەزىپىسىنى ئاڭلىغۇچىلارنىڭ كۆڭلىنى ئېچىش دەپ چۈشىنىدۇ، ئېلان ئاڭلىتىشتا بولسا ئاڭلىغۇچىلارغا نىسبەتەن مەسئۇلىيەتچان بولمايدۇ. تېخىمۇ ئەجەللىك يېرى، نۇرغۇن دىكتورلار ئاڭلىتىش بېرىۋاتقاندا، ئۆزلى-

رىنىڭ ئاجايىپ گەپدانلىقىنى نامايان قىلغۇسى كېلىپ كېتىدۇ.
نەتىجىدە، دىكتور بىر تاغار چىرايلىق گەپنى ياغدۇرۇۋەتكىنى بە-
لەن، دېگەنلىرى يەنە شۇ كونا گەپلەر بولۇپ چىقىدۇ. بۇ ئېلاننىڭ
سودا قىممىتىنى يوقىتىپلا قالماي، ئېلان سودىگىرىنىڭ پۇلىغىمۇ
زىيان سالىدۇ.

لوس ئانگېلېستىكى نەچچە ئون رادىئو شىركىتىنىڭ نەچچە يۈز
دىكتورلىرى ئىچىدە، سېتىش تالانتىغا ئىگە پەقەت ئىككىلا دىكتور-
نى بايقىدىم. قالغىنى بىر بولسا شۇنداق سوغۇق نەپەس، بىر بولسا
ئىشنى قاملاشتۇرۇپ قىلالمايدۇ.

ئېلاننى رادىئودا بېرىشنىڭ كەمچىلىكى: چەكلىك سودا ۋاقتى
ئېلاننىڭ ھەجىمىنى چەكلەپ تۇرىدۇ. قىسقىغىنا 60 سېكۇنتتا
ئۆزىڭىزنىڭ مەقسىتىنى تولۇق چۈشەندۈرۈپ بولۇشىڭىز مۇمكىن
ئەمەس (ئەگەر 60 سېكۇنتتىنمۇ ئاز بولسا، بىر ئېلاننى چۈشەندۈ-
رۈپ بولۇش مۇمكىن ئەمەس). ئېينشتېيىننىڭ نىسپىيلىك نەزە-
رىيىسى بويىچە ئېيتقاندا، 60 سېكۇنت بىر ئاڭلىغۇچى ئۈچۈن
ئېيتقاندا، ناھايىتى ئۇزۇن بىلىنىشى مۇمكىن، لېكىن پۇل تۆلە-
گەن ئادەم ئۈچۈن بەكلا قىسقا بىلىنىدۇ.

تۆۋەندە سىزگە بەزى رادىئو سودا ئېلانلىرىنىڭ ماھارىتىنى
تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن.

بىرىنچى ماھارەت پېنىڭىزدا ئادەم يوقتەك ھېس قىلىڭ.
چوڭ بىر زالدا 100 مىڭ ئادەمگە نۇتۇق سۆزلەۋاتقاندەك ھېسسىياتتا
بولماڭ. ئۆزىڭىزنى بىر ئاغىنىڭىز بىلەن پاراڭلىشىۋاتقاندەك ھالەت-
تە تەسەۋۋۇر قىلىڭ. ئۇنىڭغا: «ماڭا قارا، ساڭا دېمەكچى بولغى-
نىم، مەن بايىلا ياخشى بىر نەرسىگە ئېرىشتىم» دەڭ، ئاندىن
كونكرېت مەزمۇننى ئاددىي، چۈشىنىشلىك قىلىپ سۆزلەپ
بېرىڭ.

ئىككىنى ماھارەت مەھسۇلاتىڭىزنى تونۇشتۇرغاندا، مۇزىكا

ياكى باشقا ھەرقانداق ئارقا كۆرۈنۈشنى ئىشلەتمەڭ، پلاستىنكا
ساتماقچى بولسىڭىز بۇ باشقا گەپ (لېكىن مېنىڭ بىلىشىمچە،
پلاستىنكا سېتىشتا ئەڭ ياخشىسى رادىئو ئارقىلىق ئەمەس، پوچتا
ئارقىلىق سېتىش شەكلىنى قوللىنىڭ). مۇزىكىنى باشلىنىشتا
بەرسىڭىز بولىدۇ، لېكىن باشتىن ـ ئاخىر بەرسىڭىز ئاڭلىغۇچى-
لارنىڭ دىققىتىنى چېچىۋېتىدۇ.

ئۈچىنچى ماھارەت زاكاز قىلىش ئۇچۇرىنى ئاز دېگەندىمۇ
20 سېكۇنت بېرىش كېرەك. مەسىلەن، مەھسۇلاتنىڭ سانى ۋە
سېتىۋالىدىغان ئورۇن، يۇقىرىقى ئۇچۇرنى بىر قېتىم ياكى ئىككى
قېتىم قايتا ئاڭلىتىش كېرەك. تەكرار ئاڭلىتىش مال سېتىۋېلىش
خىيالى يوقلارنى بىزار قىلغىنى بىلەن، قىزىقىپ قالغانلار ئۈچۈن
ناھايىتى مۇھىم.

تۆتىنچى ماھارەت «3 ـ 5 ـ 7» تاكتىكىسىنى ئىشلىتىش-
تىن ئىمكان بار ساقلىنىڭ. سان كۆپ بولۇپ كەتسە ئاڭلىغۇچىلار
گاڭگىراپ قالىدۇ.

بەشىنچى ماھارەت ئالاقىلىشىش ئادرېسىڭىز ئاددىي بول-
سۇن. ئەگەر مۇمكىن بولسا، رادىئو پونكىتىغا خەت سالغاندىكى
ئادرېسنى ئىشلىتىڭ. چۈنكى، دىكتور بۇ ئادرېسنى قايتا ـ قايتا
ئاڭلىتىپ تۇرىدۇ، ئاڭلىغۇچىلار بىرىنچى قېتىم ئېنىق ئاڭلىيال-
مىغان تەقدىردىمۇ، ئىككىنچى قېتىم ئاڭلىيالايدۇ. ئاڭلىغۇچىلارغا
لوس ئانگېلېستىكى KDRM نىڭ Widgets شىركىتىگە ئۈچ دوللار
ئەۋەتسىڭىز بولىدۇ، ئادرېسىڭىزنى رادىئو پونكىتى چوقۇم بىلىدى-
غان بولسۇن، ئۇلار شۇنىڭدىلا يوشۇرۇن خېرىدارلارنى سىزگە
ئېيتىپ بېرەلەيدۇ. خېرىدارلار سىزگە قارىغاندا رادىئو پونكىتىغا
بەكرەك ئىشىنىشى مۇمكىن.

ئەگەر رادىئو شىركىتى بۇ ئادرېسنى قوبۇل قىلماي، سىزگە
قايتۇرۇپ بەرسە (ئادەتتە بۇنداق ئەھۋال يۈز بەرمەيدۇ)، مېنىڭ
تەكلىپىم، سىز ئەڭ ياخشىسى مۇرەككەپ كوچا ئادرېسى ئەمەس،

وچتا ساندۇقىنىڭ ئادرېسىنى ئىشلىتىڭ. يەنە بىرى، ئەڭ ياخشىسى ئالاھىدىلىكى بار پوچتا ساندۇقىنىڭ ئادرېسىنى تاللاڭ، نومۇرىنىڭ سانى ئاز بولسۇن، ئىمكان بار ئۈچ خانىدىن ئېشىپ كەتمىسۇن.

ئالتىنچى ماھارەت سىز قويغان باھا پۈتۈن سان بولسۇن، بۇ ئاڭلىتىشتا قولايلىق. بۇ مەھسۇلاتنىڭ باھاسى 2 دوللار 79 سېنت دەپ يۈرمەي، ئەڭ ياخشىسى، بۇ مەھسۇلاتنىڭ باھاسى ئۈچ دوللار دېسىڭىز بولىدۇ.

يەتتىنچى ماھارەت ئۆزىڭىزنى تىجارەتچىدەك ھېس قىلىڭ. باشقىلار ئاۋازىڭىزنى ئاڭلىغاندا دېكتور ئەمەس، تىجارەتچىدەك ھېس قىلسۇن. بۇ نۇقتا ناھايىتى مۇھىم. ئېلاننى ئاڭلىتىۋاتقاندا ئازراق كېكەچلەپ قويسىڭىز تېخىمۇ ياخشى، بۇ ئېلاننىڭ ئىشەنچلىك دەرىجىسىنى ئاشۇرىدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، كىشىلەر ئۆزلىرى ئىشەنگەن ئادەمگىلا يانچۇقىدىكى پۇلنى چىقىرىدۇ. بۇ نۇقتىغا يەتمەك ئاسان ئەمەس، قايتا - قايتا ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشكە توغرا كېلىدۇ. سىز ئەڭ ياخشىسى، ئېلان يېزىلغان بولسا شۇنى ئوقۇپ بەرمەڭ، ئەمەلىيەتنى ئاساس قىلىپ كېڭەيتىڭ. سىز ئورگىنال ئوقۇشقا ئانچە ئادەتلىنەلمەسلىكىڭىز مۇمكىن، شۇڭا ئاڭلىتىۋاتقان ماتېرىيال بىر ئاز يېقىمسىز ئاڭلىنىشى مۇمكىن. باشقىلارغا چوقۇم تەبىئىي، يېقىملىق ئاڭلىنىدىغان بولۇشى كېرەك.

تېلېۋىزور ئېلانى

سىزنىڭ ئېلاننى نەق مەيداندا بىۋاسىتە ئاڭلىتىشىڭىزغا يول قويىدىغان رادىئو پونكىتلىرى ناھايىتى ئاز، لېكىن ئۈنۈمىدىن ئېيتقاندا، نەق مەيدان ئاڭلىتىش تېخىمۇ بىۋاسىتە، تېخىمۇ ئۆزگىچە بولىدۇ. بۇنداق ئېلان مەھسۇلاتلار كۆرگەزمىسىگە بەك ماس كېلىدۇ. بۇ خېرىدارلارنىڭ مەھسۇلاتنىڭ ئىقتىدارىنى تېخىمۇ ئىچكىرىلەپ چۈشىنىشىگە پايدىلىق. بولۇپمۇ، مەھسۇلاتنىڭ بەزى

ئۆزگىچە ئالاھىدىلىكلىرى تونۇشتۇرۇلغاندا، تاماشىبىنلاردا چوڭقۇر تەسىر قالدۇرىدۇ.

تۆۋەندە تېلېۋىزور ئارقىلىق سېتىشنىڭ بىرنەچچە ماھارىتىنى تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن.

بىرىنچى ماھارەت رادىئو ئارقىلىق سېتىش ماھارەتلىرىنىڭ ھەممىسىنى باشقىدىن كۆرۈپ چىقىڭ، بۇ ماھارەتلەر تېلېۋىزور ئارقىلىق سېتىشتا ئاساسەن ماس كېلىدۇ.

ئىككىنچى ماھارەت يالغۇز ئالاھىدە ماھارەتنىلا قوغلىشىپ، ئېلانىڭىزنىڭ كۆرۈنۈشىنى بۇزۇپ قويماڭ. گۈزەل سەنئەت تەھرىرلىرى ئادەتتە مۇشۇنداق پۇرسەتلەردە ئۆز تالانتىنى نامايان قىلىۋېلىشنى ياخشى كۆرىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، خېرىدارلار ئېلاننىڭ بەدىئىي ئۈنۈمىگە بېرىلىپ كېتىپ، مەھسۇلاتقا سەل قاراپ قالىدۇ. كۆڭۈلدىكىدەك ئۈنۈم يارىتىلسا، خېرىدارلار سىزنى ئۆز يېنىدا تۇرغاندەك، سىز بىلەن يۈز تۇرانە تۇرۇپ پاراڭلىشىۋاتقاندەك ھېس قىلىدۇ.

ئۈچىنچى ماھارەت ئېلاننىڭ تېكىستىنى قاراپ ئوقۇماڭ، مۇمكىن بولسا ئۇنى يادلىۋېلىڭ. ئۆز ئالدىڭىزغا كېڭەيتىپ سۆزلىسىڭىزمۇ بولىدۇ. ئېلان تېكىستىنى تېلېكامېرانىڭ ئۈستى تەرىپىگە ئورۇنلاشتۇرۇپ قويۇپ، خەۋەر ئوقۇغاندەك ئوقۇپ بەرسىڭىز بولمايدۇ. بۇنداق قىلىشنىڭ زىيىنى: بىرىنچىدىن، كىشىلەر سىزنىڭ ئېلان ئوقۇۋاتقانلىقىڭىزنى سېزىۋالىدۇ؛ ئىككىنچىدىن، سىزنىڭ كۆزلىرىڭىز تاماشىبىنلار بىلەن ئۇچراشمايدۇ، شۇڭا ئۇلارغا يېقىنچىلىق تۇيغۇسى بەرمەيسىز.

تۆتىنچى ماھارەت پەقەت ئامالسىز قالغان ئەھۋال بولمىسا، رەسىم ئۈستىگە ئالدىراپ خەت ئۇرماڭ، بۇ رەسىمنى كۆرۈش ئۈنۈمىنى ئاجىزلىتىۋېتىدۇ. بەرمىسە بولمايدىغان ئەھۋالدا، چۈشەندۈرۈش سۆزى بىلەن خەتنىڭ بىرلىككە كېلىشىگە دىققەت قى-

لىڭ. بولمىسا خېرىدارلارغا ئەمەتنىڭ دوپپىسىنى سەمەتكە كىيگۈ-
زۈپ قويغاندەك تۇيغۇ بېرىپ قويىسىز. بۇ ئېلانىڭىزنىڭ ئۈنۈمىگە
چوڭ تەسىر كۆرسىتىدۇ.

بەشىنچى ماھارەت فوتوگراف ياكى فىلىم نازارەتچىسىگە
مەھسۇلاتىڭىزنىڭ رەسىمىنى تارتقۇزۇڭ. مەھسۇلاتىڭىز بىرەر نەر-
سىنىڭ ئالدىغا قويۇلۇشى كېرەك، بۇنىڭدا ئۇ كىشىلەرنىڭ كۆزىگە
ئاسان چېلىقىدۇ. ئالاھىدە كۆرۈنۈش مەھسۇلاتنى تېخىمۇ يارقىن-
لاشتۇرىدۇ. ئەگەر مەھسۇلاتنى يىراقتىن تارتسا، قارىماققا غۇۋا
كۆرۈنۈپ قالىدۇ، بۇ تاماشىبىنلاردا قەستەن بىر نەرسىنى ياپماقچى
بولغاندەك تۇيغۇ پەيدا قىلىپ قويىدۇ. سىز پاراڭلىشىۋاتقاندەك
تەلەپپۇزدا سۆزلەڭ، لېكىن تاماشىبىنلار سەممىيىتىڭىزنى ھېس
قىلسۇن.

ئالتىنچى ماھارەت ئېلان مەزمۇنى ئاددىي، چۈشىنىشلىك
بولسۇن.

ژۇرنال ئېلانى

ژۇرناللار كۆپۈنچە بەتلىك باسما ۋە رېزىنكە باسما
بارلىق ژۇرناللار كۆپۈنچە بەتلىك باسما ۋە رېزىنكە باسما
شەكلىدە بېسىلىدۇ. مەيلى قايسى خىلدىكى باسما شەكلى ئىشلىتىل-
سۇن، سىز ئىشلەيدىغان تەييارلىقلار ئوخشاش بولىدۇ. كۆپ قى-
سىم ژۇرناللار ئېلانىڭىزنىڭ بېتىنى ئۆزلىرى ياسىماقچى بولىدۇ.
لېكىن، مەن سىزگە ئۆزىڭىز ياساش توغرىسىدا تەكلىپ بېرىمەن،
ئۇلارغا تەييار بەتنى بېرىڭ. بۇنىڭدا ھەم ۋاقىتتا ئۇتقىلى، ھەم
خاتالىقتىن ساقلانغىلى بولىدۇ. ئۇلار رېزىنكە باسمىدا بېسىشنى
ئىشلەتسە، ھەر-
بەكرەك خالايدۇ. ئەگەر كۆپۈنچە بەتلىك باسمىنى ئىشلەتسە، ھەر-
بىر كۆپۈنچە بەتنى تاللاپ بېرىپ، ئۇلارغا ھەقىنى تۆلەيمەن، بۇ ھەم
ئاسان بولىدۇ، ھەم پۇلنى ئىقتىساد قىلغىلى بولىدۇ.

ئېسىڭىزدە چىڭ تۇتۇڭ، ئەڭ دەسلەپكى لايىھىڭىزنى ژۇرنال
تەھرىر بۆلۈمىگە ھەرگىز بەرمەڭ، بېسىش ئىشچىلىرى بەتنى ياخ-

شى ئىشلەپ بېرىدۇ، بۇ تەس ئىش ئەمەس.

ژۇرنالغا بېرىلگەن ئېلانغا قۇر ساناپ ھەق ئالىدۇ. بىر دىيۇيم
14 قۇر ئەتراپىدا بولىدۇ (بىر دىيۇيم ئەڭ كىچىك بىرلىك.)

سىزنىڭ ئېلانىڭىز قانچىلىك ئورۇننى ئىگىلەيدۇ؟ مېنىڭ
تەكلىپىم، قانچىلىك چوڭ ئورۇننى ئىگىلىسە شۇنچە ياخشى. سىز
ژۇرنالدا كىچىك خەت ئىشلەتسىڭىز بولىدۇ. ئىشلىتىدىغان قەغەز-
نىڭ سۈپىتى ئوخشاش بولمىغاچقا، ژۇرنالدىكى خەت گېزىتىڭىزگە
قارىغاندا ئوچۇق چىقىدۇ. لېكىن، خەت بەك كىچىك بولۇپ كەتمى-
سۇن، بولمىسا ئوقۇرمەنلەر ئېلاننى ئوقۇيالمايدۇ. مەن ئىلگىرى
بىر ئېلاننى كۆرگەن، خېتى چاچقا چېكىلگەن «ئىنجىل» نىڭكىدەك
ئۇششاق، ھەرگىز ئوقۇغىلى بولمايدۇ.

مەن ژۇرنالغا ئۇزۇن ئېلان بېرىشنى ياخشى كۆرىمەن. يوق
دېگەندە بەتنىڭ ئۈچتىن ئىككى قىسمىنى ياكى پۈتۈن بىر بەتنى
ئىگىلىشى كېرەك. بۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب: بىرىنچىدىن، مې-
نىڭ دەيدىغان گەپلىرىم نۇرغۇن؛ ئىككىنچىدىن، پسىخىكا نۇقتى-
سىدىن ئېيتقاندا، مېنىڭچە بۇنداق قىلىش مەھسۇلاتنىڭ مۇھىمل-
قىنى تېخىمۇ گەۋدىلەندۇرىدۇ، بۇ مەھسۇلاتنى ساتىدىغان شىركەت-
نىڭ دائىرىسىنىڭ كەڭلىكىنىمۇ بىلدۈرىدۇ.

مېنىڭ تەكلىپىم، ئەگەر ژۇرنالدا ئېلان بېرىش خىيالىڭىز
بولسا، مەبلەغ سېلىشقا چىدىشىڭىز كېرەك، ھەجىمى چوڭ ئېلان
ھەققىنى تۆلەشكە يېتەرلىك مەبلەغ ھازىرلىشىڭىز كېرەك. نۇرغۇن
ئېلان سودىگەرلىرى كۆپ پۇل خەجلەشكە كۆزى قىيمىغاچقا، ئېلانى
ھېچقانداق ئۈنۈم كۆرسىتەلمەيدۇ. مەن شۇنداق ئويلايمەن، چۈمۈ-
لىنىڭ تالاپ ئۆلتۈرگىنىدىن، شىرنىڭ بىرلا چىشلەپ ئۆلتۈرگىنى
ئەلا.

يەنە بىرى، ئېلاننىڭ ئىگىلىگەن ئورنى چوڭ بولسا، باشقىلار-
دىن پەرقلىق تۇرىدۇ. بۇ ئېلاننىڭ ئۈنۈمىنىڭ ياخشى بولۇش -
بولماسلىقىنى بەلگىلەيدۇ (مەن بۇنى كېيىنكى بابتا تەپسىلىي سۆز-

لەيمەن.)

تۆۋەندىكى بىرنەچچە ماھارەت سىزگە نۇرغۇن پۇل تېجەپ بېرەلەيدۇ.

ژۇرنالغا ئېلان بېرىشنىڭ ئالتۇن ۋاقتى ھەر يىلىدىكى 1 ـ ئاي، 2 ـ ئاي، 3 ـ ئاي، 4 ـ ئاي، 5 ـ ئايدۇر. 6 ـ ئايدا ئۈنۈمى تازا ياخشى بولمايدۇ، 7 ـ ئاي ۋە 8 ـ ئايلاردا ئۈنۈمى ئەڭ ناچار بولىدۇ؛ 9 ـ ئاي، 10 ـ ئاي ۋە 11 ـ ئايلاردا تىجارەتنىڭ ئەسلىگە كېلىش ۋاقتى. 12 ـ ئايدا ژۇرنالغا ئېلان بېرىشنىڭ ئۈنۈمى مۇقىم بولمايدۇ.

مەھسۇلاتىڭىز پەسىل خاراكتېرلىك مەھسۇلات بولمىسا، ئەڭ ياخشىسى، ژۇرنالغا يۇقىرىقى ۋاقىت بويىچە ئېلان بېرىڭ. مىلاد بايرىمى يېتىپ كېلىش ھارپىسى، يەنى 10 ـ ئايمۇ ژۇرنالدا ئېلان بېرىشنىڭ ئەڭ ياخشى پەيتى ھېسابلىنىدۇ، بۇنىڭدا مەھسۇلات كېيىنكى ئاينىڭ 15 ـ كۈنىدىن ئىلگىرى بازارغا سېلىنىپ بولۇشى كېرەك.

مىلاد بايرىمىنىڭ گېپىگە كەلسەك، ئەگەر مىلاد بايرىمىغا مۇناسىۋەتلىك بۇيۇملارنى سېتىش ئېلانىنى گېزىتكە بەرمەكچى بولسىڭىز، ئەڭ ياخشىسى پەرىشتىلەر بايرىمىدىن كېيىن، 11 ـ ئاينىڭ 15 ـ كۈنىدىن ئىلگىرىگە ئورۇنلاشتۇرۇڭ.

لېكىن، دىققەت قىلىشقا تېگىشلىكى، سىز كەڭ دائىرىلىك تىجارەت قىلىۋاتقاندا، ژۇرنال بازارغا سېلىنىدىغان ئايغا چوقۇم ئۈلگۈرۈشىڭىز كېرەك. چۈنكى، ژۇرنالنىڭ مۇقاۋىسىغا بېسىلغان ۋاقىت بىلەن ئېلان بازارغا چىقىشقا تېگىشلىك ۋاقىت بىر يەرگە كېلىشى ناتايىن.

ئەگەر ژۇرنال 1 ـ ئايدا تارقىتىلىدىغان بولسا، لېكىن ئېلاننىڭ ۋاقتى 12 ـ ئاينىڭ 15 ـ كۈنىگىچە بېكىتىلگەن بولسا، سىز چوڭ ئاۋارىچىلىككە ئۇچرىغان بولىسىز.

شۇڭا، مەن ئادەتتە 2 ـ ئاينىڭ ژۇرنىلىنى سېتىۋې-

لىپ، 1 ـ ئايدىن كېيىنكى مەھسۇلاتلارغا قارايمەن. بەزى ئۇششاق ژۇرناللارنىڭ چىقىش ۋاقتى نەچچە ئاي كېيىنگە سۈرۈلۈپ كېتىشى مۇمكىن. مەسىلەن، 7 ـ ئايدا تارقىتىلغان ژۇرنالغا 4 ـ ئاينىڭ ئېلانلىرى بېسىلغان بولۇشى مۇمكىن. ھازىر سىز ھەر خىل ئېلانلارنى قانداق يېزىش ئۇسۇلى ۋە ماھارىتىنى چۈشىنىپ ئۆتتىڭىز!

لېكىن، تەشۋىقات ۋاستىلىرى بىلەن مۇئامىلە قىلغاندا، قانداق قىلىپ ھەم پۇلنى تېجەپ قالغىلى، ھەم خاتالىقتىن ساقلانغىلى بولىدۇ؟ كېيىنكى بابقا قاراڭ.

ئون بەشىنچى باب

ئەڭ ياخشى ۋاقىت ۋە ئېلان ئورنىنى قانداق سېتىۋالغىلى بولىدۇ

بىۋاستە سېتىش تىجارىتىنىڭ يوللىرىنى سىزگە بىرنى قالدۇرماي سۆزلەپ بېرىشتىن ئىلگىرى، بەزى گەپلەرنى دەۋالماقچى. ئەلۋەتتە، مەن قىلغان ۋەدەمدە چوقۇم تۇرىمەن. لېكىن، دېمەكچى بولغىنىم، سىزگە ھەممە ئىشنى سۆزلەپ بېرەلمەيمەن. پۈتۈن پاكىتنى سۆزلىۋەتسەم، ماڭغۇ ھېچقانداق زىيىنى يوق، لېكىن مەن بىلەن تىجارەت قىلىۋاتقان ئادەملەرگە ۋە مېنىڭ خۇلاسەمگە تايىنىپ تىجارەت قىلىۋاتقان ئادەملەرگە تەسىر يېتىپ قالىدۇ.

مەن ساقلىماقچى بولغان مەخپىيەتلىك بولسا: سىز ئۈچۈن ئېلان بېرىش ھوقۇقىنى ئالغان گېزىت، ژۇرنال، رادىئو ئىستانسىسى ۋە تېلېۋىزىيە ئىستانسىسلىرىنىڭ ئىسمى. ئۇلار سىزدىن ئېلان ھەققى ئالىدۇ ھەم سىزگە زاكاز توپلاپ بېرىدۇ، ئەلۋەتتە. سىز بۇ ئورۇنلاشتۇرۇشنى قولدىن بېرىپ قويسىڭىز بولمايدۇ، لېكىن، قارىماققا ناھايىتى كىچىك كۆرۈنگەن ھەربىر توختام چوقۇم پايدا ئېلىپ كېلىدۇ.

سىز بەلكىم داڭلىق تەشۋىقات ۋاستىلىرىنىڭ تىجارەتتە سىز بىلەن ھەمكارلىشىشنى خالايدىغان - خالىمايدىغانلىقىغا گۇمان بىلەن قارىشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، سىز ئۇلارغا سەممىيىتىڭىزنى بىلدۈرسىڭىز، ئىشەنچلىك تەسىر بەرسىڭىزلا، ئۇلارنىڭ ئېلانىڭىزنى قوبۇل قىلىشىنى چوقۇم قولغا كەلتۈرەلەيسىز.

بۇ تۈردىكى سودا P.I. دەپ ئاتىلىدۇ. بۇ ئىككى ھەرپنىڭ

مەنىسى «ھەر قېتىمدا تەشۋىقات ۋاستىلىرىگە قانچىلىك پايدا ئايرىپ بېرىسىز» دېگەن بولىدۇ.

بەلكىم نۇرغۇن زاۋۇت خوجايىنلىرىنىڭ تەشۋىقات ۋاستىلىرىگە ئاجرىتىپ بېرىدىغان پايدا نىسبىتى بىر قەدەر تۆۋەن بولۇشى مۇمكىن، لېكىن مەن ئادەتتە ھەربىر زاكازنىڭ 50% پايدىسىنى تەشۋىقات ۋاستىسىگە ئايرىپ بېرىمەن. ئالدى بىلەن، بۇ چىقىم خام چوتۇم دائىرىسى ئىچىدە بولىدۇ؛ يەنە بىرى، مەن ئۇلارنىمۇ مەنپەئەتكە ئېرىشتۈرىمەن. چۈنكى، ئۇلارغا پايدىنىڭ تەمىنى تېتىتقاندىلا، ئۇلار ئاندىن سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ سېتىلىشىغا كۈچ چىقىرىدۇ. شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، گەرچە دەسلەپكى ۋاقىتلاردا پايدا چەكلىك بولسىمۇ، لېكىن قايتىدىن ئېرىشكەن زاكاز ناھايىتى قىممەتلىك بولىدۇ.

P.I. سودىسىدا ۋاكاز بىۋاستە تەشۋىقات ۋاستىلىرىگە ئەۋەتىپ بېرىلىشى مۇمكىن، تەشۋىقات ۋاستىلىرى زاكازلارنى بىر قۇر تەكشۈرۈپ چىققاندىن كېيىن سىزگە يوللاپ بېرىدۇ.

P.I. سودىسىدىن باشقا، ئۆزىڭىز خالىغان ئېلان ۋاقتىنى ۋە ئورنىنى سېتىۋالغىلى بولىدىغان يەنە ئىككى خىل ئۇسۇل بار، ئۇلاردىمۇ ئوخشاش ئۈنۈمگە ئېرىشكىلى بولىدۇ.

بىرىنچى ئۇسۇل ژۇرنال بىلەن مۇناسىۋەتلىك بولۇپ، H. I. N. دەپ ئاتىلىدۇ، ئۇ «زۆرۈر ۋاقىتتىكى ياردەم» دېگەن مەنىدە. يەنى سىز ئېلانغا ھەق تۆلەيسىز، لېكىن سىز ئەڭ ئاخىرىدا ھېچقانداق مەنپەئەتكە ئېرىشەلمىسىڭىز، نەشرىيات سودىگىرى تا سىز مەنپەئەتكە ئېرىشكەنگە قەدەر، داۋاملىق ھەقسىز ئېلان بېرىدۇ.

زاكاز سىزنىڭ قولىڭىزغا بىۋاستە كېلىدىغان بولغاچقا، ئۇلار سىزنىڭ قانچىلىك زاكاز تاپشۇرۇۋالغانلىقىڭىزنى، يەنە بىر قېتىم مۇلازىمەت قىلىشقا موھتاج ياكى ئەمەسلىكىڭىزنى بىلەلمەيدۇ. ئەمەلىيەتتە، ئۇلار ھېچنېمىنى بىلمەيدۇ، لېكىن سىزگە ئىشىنىشى

كېرەك. مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، بۇ پايدىغا ئېرىشىدىغان بىر تەرەپ. ئېنىقكى، سىز ئۈنۈمگە ئېرىشىش ئۈچۈن، ژۇرنالدىن ئېلان ئورنىنى داۋاملىق سېتىۋالىسىز. لېكىن، ئەگەر سىز بۇ ئېلان ئورنىغا ئېرىشكەن بولۇپ، ئارىدىن بىر نەچچە ئاي ئۆتۈپ، ئۆزىڭىز كۆزلىگەن ئۈنۈمگە ئېرىشەلمىگەن ئەھۋالدا، بۇ ژۇرنالغا داۋاملىق ئېلان بېرىۋەرسىڭىز، ئۇ چاغدا سەل زىيان تارتقان بولىسىز. ھېچقانداق پايدىغا ئېرىشەلمىگەن ئەھۋال ئاستىدا، بۇ ژۇرنالغا نېمە ئۈچۈن داۋاملىق مەبلەغ سېلىۋېرىسىز؟ بۇنىڭ ئەڭ ياخشى جاۋابى، ئۆزۈڭنى كۆزلىگەندە، مۇشۇنداق قىلىش ھەقىقەتەن ئەرزىيدۇ.

ئەگەر رادىئو، تېلېۋىزورلاردا ئېلان بەرسىڭىز، خەتەردىن ساقلىنىش ئۈچۈن، ئەڭ ياخشىسى كاپالەتلىك سودا ئۇسۇلىنى قوللانسىڭىز بولىدۇ. P. I. شەكلىدە ئېلان بېرىشنى خالىمايدىغان بەزى رادىئو ئىستانسىلىرى كۆپ ھاللاردا مۇشۇ خىل ئۇسۇلنى قوللىنىدۇ. بۇ خىل ئۇسۇلدا ئېلان ۋاقتىنى سېتىۋالسىڭىز، ئۇلار سىز ئۈچۈن نەق مەيدان ئاڭلىتىشى بېرىدۇ. لېكىن، ئېلان بېرىلگەندىن كېيىن سىز كۆزلىگەن زاكازغا ئېرىشەلمىسىڭىز، ئۇ چاغدا رادىئو ئىستانسىسىدا سىز كۆزلىگەن نىشانغا يەتكۈچە ئېلاننى توختاتماي بېرىدۇ. لېكىن، سىزنىڭ كۆزلىگەن نىشانىڭىزمۇ بەك يۇقىرى بولۇپ كەتمىسۇن، بولمىسا رادىئو ئىستانسىسى سىز بىلەن قايتا ھەمكارلىشىشنى خالىمايدىغان بولۇپ قالىدۇ.

تەشۋىقات ۋاستىلىرى نېمە ئۈچۈن ھاۋالىلىك سېتىشنى خالايدۇ؟ چۈنكى ئۇلار بەلگىلەنگەن ۋاقىتتا كۆزلىگەن نىشانغا يەتكۈزۈشكە ۋەدە قىلغان. كونكرېت ئېلىپ بېرىلىشى تۆۋەندىكىدەك بولىدۇ:

مەسىلەن، نەشرىيات سودىگىرى ژۇرنالنى قانچە بەتلىك قىلىپ بېسىشنى خېلى بۇرۇنلا بېكىتىپ بولغان بولۇشى مۇمكىن، ئۇنىڭ بىر قىسمىغا ماقالە بېسىلىدۇ، يەنە بىر قىسمىغا ئېلان بېرىلىدۇ.

ئەگەر نەشر قىلىش ۋاقتى يېقىنلىشىپ قالغان، لېكىن ئېلان بېرىدىغان يەرگە ئېلان بولمىسا، ئۇنداقتا ئۇ تۆۋەندىكىدەك ئۈچ خىل ئۇسۇلنى قوللىنىشى مۇمكىن: (1) ئېلان ئورنىنى ماقالىلەر بىلەن تولدۇرۇۋېتىش. بۇنىڭدا پايدىغا ئېرىشىش ئۇياقتا تۇرسۇن، تېخى باشقىلارغا ھەق بېرىپ ماقالە يازدۇرۇشى كېرەك؛ (2) بۇ ئورۇنغا جامائەت پاراۋانلىقى ئېلانلىرىنى بېرىۋەتسىمۇ بولىدۇ، لېكىن بۇنداق قىلسا، ئوخشاشلا ھېچقانداق مەنپەئەتكە ئېرىشەلمەيدۇ؛ (3) ئۇ بىۋاستە سېتىش تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان ئېلان خېرىدارلىرى بىلەن «P. I.» ياكى «H. I. N» كېلىشىمى ئىمزالىسا بولىدۇ.

گەپ بۇ يەرگە كەلگەندە، بەلكىم سىز نېمە ئۈچۈن بىۋاستە سېتىش تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان ئېلان خېرىدارلىرى بىلەن كېلىشىم ئىمزالاش كېرەك، دەپ سورىشىڭىز مۇمكىن. بۇنىڭدا ئىككى سەۋەب بار: (1) پەقەت مۇشۇ خىلدىكى ئېلان خېرىدارلىرىلا ئېلان بېرىش - بەرمەسلىكنى دەرھال قارار قىلالايدۇ، ئۇلارغا خام چوت قىلىپ بېقىش ياكى يۇقىرىغا ئىلتىماس سۇنۇپ تەستىقلىتىش كەتمەيدۇ؛ (2) پەقەت مۇشۇ خىلدىكى ئېلان خېرىدارلىرىلا تەپسىلىي كىرىم - چىقىم خاتىرىسى قالدۇرىدۇ ھەم مۇناسىپ ئېلان ھەققى تاپشۇرىدۇ.

شۇڭا، نەشرىيات سودىگەرلىرى بىر ئۇرۇنۇپ بېقىشنى خالايدۇ، چۈنكى قانداقلا بولسۇن، ئازراق بولسىمۇ پايدىغا ئېرىشىدۇ. ئەگەر ئېلان قىلىنغان مەھسۇلاتنىڭ بازىرى چىقىپ كەتسە، ئۇ تېخىمۇ كۆپ پايدىغا ئېرىشىدۇ، بۇ ئېلان ئورنىنى سىرتقا ساتقانغا قارىغاندا، كۆپ پايدا يەتكۈزىدۇ.

يەنە بىر تەرەپتىن ئېيتقاندا، رادىئو ۋە تېلېۋىزىيە پروگراممىلىرىنى پىلانلىغۇچى تېخىمۇ چوڭ بېسىمنى ئۆز ئۈستىگە ئالغان بولىدۇ. چۈنكى، ئۇلارنىڭ ۋاقتى گېزىتلەرنىڭكىدەك كۈن بويىچە ھېسابلانمايدۇ، ژۇرناللارنىڭكىدەك ئاي بويىچىمۇ ھېسابلانمايدۇ،

بەلكى مىنۇت ـ سېكۇنت بويىچە ھېسابلىنىدۇ. 60 سېكۇنت ۋاقىت كۆزنى يۇمۇپ ـ ئاچقۇچە ئۆتۈپ كېتىدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، نەشرىيات سودىگەرلىرىگە ئوخشىمايدىغان يېرى، ئۇلارنىڭ تەننەرخىنى بېسىلىدىغان قەغەزنىڭ ئاز ـ كۆپلۈكى ئارقىلىق كونترول قىلالىشى مۇمكىن ئەمەس. دىكتورلارنىڭ ھەر كۈنى رادىئو ئىستانسىيىسىدا قانچە سائەت تۇرۇشى بېكىتىۋېتىلگەن، ئۇلار پروگراممىنىڭ ئۈزۈلۈپ قالماسلىقىغا كاپالەتلىك قىلىشى كېرەك. مۇشۇ نۇقتىدىن ئېيتقاندا، كۆپ سانلىق دىكتورلار «P. I.» دىن بىر نەچچىنى قوبۇل قىلىشنى ياكى چوقۇم پايدا بېرىلىدىغان ئېلانلارنى قوبۇل قىلىشنى خالايدۇ، ئۇلارنىڭ كۆپ قىسىم كىرىمى مۇشۇنىڭدىن كېلىدۇ. ئەمەلىيەتتە، تېكساس شتاتىدىكى بەزى چوڭ تېلېۋىزىيە ئىستانسىلىرى پەقەت «P. I.» نىلا قوبۇل قىلىدۇ. چۈنكى، ئۇلار بىۋاسىتە سېتىش ئېلانلىرىدىن كىرىدىغان كىرىمنىڭ پارچە سېتىش ئېلانلىرىدىن كىرىدىغان كىرىمدىن كۆپ بولىدىغانلىقىنى بايقىغان. ئۇلارنىڭ ئويلايدىغىنى سودا ۋاقتىدىن بىر مىنۇت، بىر سېكۇنتنىمۇ ئىسراپ قىلماسلىق.

ئەگەر مەبلەغ يېتىشمىسە ياكى جىددىيرەك بولسا، ھاۋالىلىك سېتىش ئۇسۇلىنى قوللانسىڭىز بولىدۇ، لېكىن، راست گەپنى قىلسام، مەن بۇ خىل ئۇسۇلدىن پايدىلىنىپ يېڭى مەھسۇلاتلارنى كېڭەيتىدىغان ئىشنى قىلمايمەن ياكى كونا مەھسۇلاتلارغا يېڭى ئېلان بەرمەيمەن. ئەكسىچە، نۇرغۇن يىللىق ھەمكارلىق تەجرىبىسىگە ئىگە، مۇۋەپپەقىيەت قازانغان تەشۋىقات ۋاستىلىرىنى تاللاپ يۇقىرىقى ئېلانلارنى بېرىمەن. بۇنىڭدا مەن ئوبيېكتىپ ئېلان ئۈنۈمىگە ئېرىشەلەيمەن. مەيلى «P. I.»، «H. I. N» بولسۇن ياكى پايدا ئېلىپ كېلىشكە كاپالەتلىك قىلالايدىغان ئېلاننى ئادەملەر مەلۇم دەرىجىدە كونترول قىلىپ تۇرىدىغان ئامىللار مەۋجۇت بولسۇن، ھەرقانداق بىۋاسىتە، توغرا نەتىجىگە ئېرىشىش مۇمكىن ئەمەس.

مەن سىناق قىلىش ئارقىلىق مەلۇم مەھسۇلاتنىڭ ياخشى سېتىلىۋاتقانلىقىنى بىلىمەن، ئاندىن نەشرىيات سودىگىرى ياكى دىكتور بىلەن ئالاقىلىشىپ، ئۇلارغا ئېلان بېرىمەن، ئەگەر ئېلاننىڭ ئۈنۈمى ياخشى بولمىسا، مېنىڭ ھەمكارلاشقۇچىم بۇنىڭ ئۆزلىرىنىڭ تەشۋىق قىلىشقا ياخشى كۈچ چىقارمىغانلىقىدىن بولغانلىقىنى چۈشىنىدۇ، بۇنىڭ ئۈچۈن خىجىل بولىدۇ، ئەگەر ئېلاننىڭ ئۈنۈمى ياخشى بولسا، ئىككىلا تەرەپ خۇشال بولىدۇ. يۇقىرىقى ئىككى خىل ئەھۋالدا، نەشرىيات سودىگىرى ياكى دىكتور بولسۇن، مەن بىلەن چوقۇم قايتا ئالاقىلىشىدۇ.

يەنە بىر خىل ئەھۋالدا بىز ئېلاننى بىخەتەر بېرەلەيمىز. بۇ ئەھۋال مۇنداق: باشقىلار ماڭا ئۆزلىرىنىڭ تەشۋىقات ۋاستىسىدە ئېلان بېرىشنى ئېيتقاندا، مەن ئۆزۈمگە مەلۇم ئورۇن قويۇپ قويىمەن. مەن بەلكىم: «چەكلىك ئوقۇرمەن، ئاڭلىغۇچى ۋە كۆرۈرمەنلەرگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئېلاننىڭ تەننەرخى بەك يۇقىرى بولۇپ كەتتى» دېيىشىم مۇمكىن. مەن يەنە ئاڭلىغۇچىلارنىڭ شەكىللىنىشىنىڭ ماس كېلىدىغان ياكى كەلمەيدىغانلىقىغا بولغان گۇمانىمنى ئوتتۇرىغا قويۇشۇم مۇمكىن (مەسىلەن، بۇ ئېلاننى كۆرگەن ۋە ئاڭلايدىغان ئادەملەرنىڭ جىنسى، يېشى، قىزىقىشى دېگەندەك). ئەگەر نەشرىيات سودىگىرى ياكى دىكتور مۇئەييەنلەشتۈرۈپ جاۋاب بەرسە، بۇنى ئىسپاتلاپ بېرىشكە تاشلاپ قويىمەن (بۇنى ئەڭ ئاخىرىدىكى پايدا ئىسپاتلايدۇ). بۇ بەك ياخشى ئۇسۇل ئىكەن. ئەگەر ئۇلار مەن بىلەن ئۆتۈشۈپ قالسا، بۇ تېخىمۇ ياخشى بولغىنى، ئۆتۈشمىگەن تەقدىردىمۇ ماڭا ھېچقانداق زىيىنى يوق. بۇنىڭدا تەشۋىقات ۋاستىسى بىر بولسا مېنىڭ يېنىمدىن نۇرغۇن پۇل ئۇندۇرۇۋالىدۇ، بىر بولسا ئازراقلا پۇل ئۇندۇرۇۋالالايدۇ. مەنپەئەت ئېلىپ كېلىشتىن ئىلگىرى، ئېلان ھەققى مەڭگۈ ئەرزان بولمايدۇ؛ ئەگەر مەنپەئەت ياخشى بولسا، ئېلان ھەققى ھېچقانچە پۇل ھېسابلانمايدۇ. قىسقىسى، ھەممىسى قارىمۇقارشىلىق نۇقتىسىدىن

ئېيتىلغان.

خوش، يېتەرلىك بىلىم ۋە تەييارلىقتا ئىگە بولغاندىن كېيىن، تەشۋىقات ۋاستىلىرىگە بېرىلىدىغان ئېلاننى قانداق سېتىۋېلىش كېرەك؟ ئالدى بىلەن، بار بولغان بارلىق ئېتىبار تەدبىرلىرىدىن پايدىلىنىڭ. تۆۋەندە بىرنەچچە ماھارەتنى كۆرسىتىپ ئۆتىمەن:

بىرىنچى ماھارەت توپ مىقداردا سېتىۋېلىڭ

دېمەكچى بولغىنىم، ئېلان ئېلاننىڭ باھا جەدۋىلىدىكى باھاسىدىن تۆۋەن بولسا، ئېلاننى سېتىۋالسىڭىز بولىدۇ (بۇ خىل باھانى كۆپ ھاللاردا تەجرىبىسى كەمچىل ئېلان سودىگەرلىرى چىقارغان بولىدۇ.)

تارقىتىلىش مىقدارى كۆپ ئەمەس ژۇرناللار ئادەتتە باھانى تۆۋەنرەك چىقىرىدۇ. سىز ئۆزىڭىز قىلماقچى بولغان ئىشنى تولۇق چۈشەنسىڭىزلا، ھەر خىل ماھارەتلەرنى ئىشقا سېلىپ يۈرۈپ، نۇرغۇن پۇلنى ئىقتىساد قىلىپ قالالايسىز. كۆپ ۋاقىتلاردا مەن دېگەن باھادىن 20%～50% كىچە ئاز تۆلەيمەن، تېخى بەزىدە ئۇنىڭدىنمۇ يۇقىرى بولىدۇ.

مەن باشقىلارغا سودا قىلىدىغانلىقىمدىن بىشارەت بەرمەيمەن. مەن تۆلىگەن باھا تەشۋىقات ۋاستىسىنى چوقۇم مەنپەئەتكە ئىگە قىلىدۇ، مېنىڭ ئېلانىمنىمۇ مۇناسىپ پايدىغا ئېرىشتۈرىدۇ. ئەگەر باھانى بەك ئۆرلىتىۋالسا، مەن ھاۋا يەپ، شامال كېكىرسەم بولىدۇ.

يېقىندا مەن بىر ژۇرنالنىڭ ئېلان بېرىشكە مەسئۇل ۋەكىلىدىن سىلەرنىڭ خېرىدارلار ئىچىدە جەدۋەلدىكى باھا بويىچە پۇل تۆلىگەنلەر بارمۇ، دەپ سورىسام، ھەممىسى شۇ بويىچە تۆلىگەن، دەپ جاۋاب بەردى.

شۇنىڭ بىلەن مەن ئۇنىڭغا يەنە : «جەدۋەلدىكى باھا بويىچە پۇل تۆلىسە، ناھايىتى ئاز سانلىق ئادەملەرنىڭلا پايدا ئالالايدىغانلى-

قىنى بىلمىدىغانسىز» دېدىم.

«بىلىمەن، — دېدى ئۇ، — لېكىن ئۇ مەن بىلەن ئۆزلۈكىدىن باھا تالاشمىسا، مەن قوپۇپ باھا تالىشىشقا ئۇنىدىمەنمۇ. يەنە كېلىپ، ئۇقەتكە يېڭى كىرىشكەن نۇرغۇن كىشىلەر باھانى قانچىلىك چۈشۈرسە مۇۋاپىق بولىدىغانلىقىنىمۇ بىلمەيدۇ. مەن ئۈچۈن ئېيتقاندا، ئۇلار ئۆزلىرىنى كۆپ پايدا ئالدىم دەپ ھېس قىلسىلا بولدى.»

ئۇ يەنە شۇنداق دېدى: «بىر قېتىم تەجرىبىسىز بىر ئادەم ماڭا ناھايىتى يۇقىرى باھادا پۇل تۆلىدى، ئۇنىڭ پايدىسى شۇنىڭ بىلەن ئاساسەن تۈگىگەنىدى. بۇنداق ئەھۋالدا مەن ئۇنى زىيانغا ئىتتىرىپ قاراپ تۇرمايمەن. لېكىن، مەن باھانى چۈشۈرەلمەيمەن، باشتا قويغان باھادا چىڭ تۇرۇشۇم كېرەك. مەن ئۇنى ئۇزۇن ۋاقىت ھەمكارلىشىدىغان مۇقىم خېرىدارىم قىلىۋالماقچى بولدۇم. شۇنىڭ بىلەن، بىر قىسىم ھەقسىز ئېلان ئورنىنى ئۇنىڭغا بەردىم. ئۇ مېنى ناھايىتى مەرد ئادەم ئىكەن دەپ قاراپ، شۇ يەردىلا پۇلنى نەق تۆلىدى.»

بىر گەپنى قىستۇرۇپ ئۆتەي، يۇقىرىدا گېپىنى قىلغان ئېلان بېرىشكە مەسئۇل ئادەم خىزمەتتە ناھايىتى قابىل، مەن ئۇنىڭ بىرەر كەتكۈزۈپ قويغان يېرىنى ئەزەلدىن تۇتۇۋالمىغان، بەزىدە سەل نېرى - بېرى بولۇپ قالىدىغان ئىش يوق ئەمەس، لېكىن ئۇ چوڭراق يەردە كەتكۈزۈپ قويغان ئادەم ئەمەس. ئۇ مەن قول قويىدىغان ئاز ساندىكى سېتىش ۋەكىللىرىنىڭ بىرى.

ئەمدى مۇقىم ئېلان خېرىدارى دەپ نېمىنى ئېيتىدىغانلىقىمىز ئۈستىدە توختىلىپ ئۆتەيلى. ئۇلار چوڭ ئېلان ئورنى سېتىۋېلىشنى خالايدىغان خېرىدارلاردۇر، مەسىلەن، پۈتۈن بەت ۋە ئۇنىڭدىنمۇ ئارتۇق سېتىۋېلىشنى خالايدىغانلار. ئۇلار مەبلەغ سېلىشقا چىدايدۇ، شۇڭا پايدىسىمۇ ئاز بولمايدۇ.

ئىككىنچى ماھارەت ئەگەر باھانى چۈشۈرۈپ بەرمىسە، باش-

قا شەكىلدە ئېتىبار بېرىش تەرەپلىرى بار - يوقلۇقىغا قاراپ باقسىڭىز بولىدۇ.

نۇرغۇن چوڭ ژۇرناللار ۋە ئېلان قوشۇمچە سانلىرى رايون خاراكتېرلىك نۇسخىلارنى تەسىس قىلىدۇ. مۇشۇنداق نۇسخىدا ئېلان بېرىش بىۋاستە سېتىش سودىگەرلىرىگە ناھايىتى ماس كېلىدۇ. دۆلەت ئىچىدە خېلى كەڭ دائىرىدە تىجارەت قىلىۋاتقان بىۋاستە سېتىش سودىگەرلىرى مۇشۇ نۇسخىدىن بىر ياكى بىر نەچچە ئېلان ئورنى سېتىۋالسا بولىدۇ. چۈنكى، ئۇلار مەھسۇلاتلىرىنى بەزى رايونلاردا ساتىدۇ. ئۇلار ئارتۇقچە ھەق تۆلىمەيدۇ، چۈنكى ئۇلار پەقەت كۆرسىتىلگەن ئورۇنلارنىلا سېتىۋالالايدۇ. مۇشۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، سىز مۇۋاپىق شارائىتنى تاللىسىڭىز بولىدۇ، لېكىن ئېلانىڭىزنى تېخى سېتىلمىغان ئورۇنغا بېرىڭ، چۈنكى بۇنىڭدا ئېتىبار باھادىن بەھرىمەن بولالايسىز. لېكىن، سېتىلماي قالغانلىرى يېرىم بەت ياكى بىر بەتنىڭ بەشتىن ئۈچ قىسمى بولۇشى مۇمكىن. ئەگەر «كۆرگەزمە گېزىتى» ياكى «ئائىلە ھەپتىلىك ژۇرنىلى» غا ئېلان بەرسىڭىز، ئۇنىڭدىن چوڭراق ئورۇنغا ئېرىشەشىڭىز مۇمكىن. تارقىتىلىش مىقدارى چوڭراق ژۇرناللاردا بىر بەتنىڭ ئۈچتىن ئىككى قىسمىلا قېلىشى مۇمكىن.

ئۈچىنچى ماھارەت ئېلان ئورنىنى كۆپ مىقداردا سېتىۋالغان سودىگەرلەرنىڭ قولىدىن سېتىۋېلىڭ

ئاز سانلىق تىجارەتچىلەر ژۇرنال تەھرىراتى بىلەن توختام تۈزۈپ، پۈتۈن يىللىق ئېلان ئورنىنى كېلىشىپ قويىدۇ. يەنە بەزى سودىگەرلەر ژۇرنال تەھرىراتىنى ئېلانغا كېرەكلىك بولغان بۇيۇملار بىلەن تەمىنلەيدۇ. ئۇلار ئاستىرتتىن سودىلىشىپ، ئەرزان ئېلان ئورۇنلىرىغا ئېرىشىدۇ، ژۇرنالنىڭ ھەر سانىدا مۇۋاپىق مىقداردا ئېلان بېرىپ تۇرۇشقا ۋەدە بېرىدۇ. چۈنكى بۇنىڭغا يارىشا، ژۇرنال تەھرىراتى ئۇلارغا باھادا تېخىمۇ ئېتىبار بېرىدۇ.

ئېلان ئورنىنى كۆپ مىقداردا سېتىۋالىدىغان بۇنداق سودىگەر-

لەر بىر قىسىم ئورۇندا ئۆزىنىڭ مەھسۇلاتلىرىنى ئېلان قىلىدۇ، قالغان بىر قىسىم ئورۇننى سېتىۋېتىدۇ، بۇنىڭدىن 10%~40% كىچە پايدىغا ئېرىشىدۇ. لېكىن، بىر يېرى، بۇ ئادەملەر ئېلان ئورنىنى ئىلگىرى بۇ ژۇرنالدا ئېلان بەرگەن سودىگەرلەرگە سېتىپ بەرمەيدۇ.

تۆتىنچى ماھارەت ئەگەر ئېلان كەسپى بىلەن ئۆزىڭىز شۇغۇللانماقچى بولسىڭىز، ئەڭ ياخشىسى، ئېلان ۋاكالەت ئورنىدىن بىرنى تەسىس قىلىڭ.

بۇ جەريان ناھايىتى مۇرەككەپ، تىجارەت كىنىشكىسى ۋە ئىشخانا لازىمەتلىكلىرى ئېلىشىڭىزغا توغرا كېلىشى مۇمكىن. يەنىمۇ بىر قەدەم ئىلگىرىلەپ ئويلىغاندا، تىجارەت كىنىشكىسىغا موھتاج بولماسلىقىڭىزمۇ مۇمكىن. بۇ ئىشقا شۇنچىلىك كۆپ پۇلنى سېلىۋەتكىنىڭىز بىلەن، ئاران 15% ئېتىبارغىلا ئېرىشەلىشىڭىز مۇمكىن (يەرلىك گېزىتلەر تېخىمۇ كۆپ ئېتىبار بەرسە بۇ باشقا گەپ، لېكىن ئۇمۇ شۇ يەر بىلەنلا چەكلىنىدۇ.)

يەرلىك رادىئو ئىستانسىسى سىزنى پارچە سېتىلىش باھاسى ۋە ئېلان ۋاكالەت ئېتىبارى بىلەن تەمىنلەيدۇ. گەپنىڭ راستىنى ئېيتقاندا، بەزى مۇتەئەسسىپ، قاتمال تەشۋىقات ۋاسىتىلىرى سىزنى ئالدامچى ئېلان ۋاكالەتچى سودىگىرى دەپ قارىشى مۇمكىن. چۈنكى، ۋاكالەتچى سودىگەرلەر مالىيىنى مۇقىم قىلىپلا قالماي، يەنە ئۇلاردىن مەلۇم مۇلازىمەت مىقدارى بولۇش تەلەپ قىلىنىدۇ. كۆپ ساندىكى كىچىك ۋە ئوتتۇراھال ۋاكالەت ئورۇنلىرى بۇ تەرەپلەرنى ئورۇنداپ كېتەلەيدۇ.

بەشىنچى ماھارەت ئېلان سېتىۋالغاندا، پۇلنى تېجىگىلى بولىدىغان يەنە باشقا ئۇسۇللارمۇ بار.

سىز كۆپلەپ ئېلان كېلىشىمى تۈزۈۋالغان خېرىدارلاردىن سېتىۋالسىڭىزمۇ بولىدۇ. مەسىلەن، 20% ئېتىبار باھادا 12 بەت ئېلان ئورنى سېتىۋالغان ئادەم بولسا، ئۇلار سېتىۋالغان ئېلان

ئورنى بەك كۆپ بولغاچقا، ئىشلىتىپ بولالماسلىقى مۇمكىن، شۇڭا ئۇلار بەلگىلىك ئېتىبار باھادا سېتىپ بېرىدۇ.

بۇنداق ئەھۋالدا، دىكتور ياكى نەشرىيات سودىگەرلىرىنى ئىزدەپ « P. I. » سودىسى قىلىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق، ئېلان ۋاستىچىسىنى ئىزدىسىڭىزلا بولىدى. ئەگەر سىزدە ھەقىقەتەن ئېسىل مەھسۇلاتلار بولسا، ئۇلارنىمۇ مۇشۇ ئۇسۇلدىن پايدىلىنىپ ئېلان قىلسىڭىز بولىدۇ.

لېكىن، ۋاستىچى سىزدىن سېتىۋېلىش زاكازلىرىنىڭ ئۆزلىرىگە ئەۋەتىلىشىنى تەلەپ قىلىشى مۇمكىن. ئۇلارنىڭ مەقسىتى چىقىمىنى بىۋاستە تولدۇرۇۋېلىش، ھەتتا ئاشۇرۇپ تولدۇرۇۋېلىش. بۇ ئۇلار كۆزلىگەن چىقىمنى تولدۇرماي تۇرۇپ، سىزنىڭ بىر تىيىنىغىمۇ ئېرىشەلمەيدىغانلىقىڭىزدىن دېرەك بېرىدۇ. ئۇلار كۆزلىگەن كىرىمگە ئېرىشكەندىن كېيىن، سىزنىڭ ئېرىشكىنىڭىز پەقەت كېلىشىمدە بەلگىلەنگەن كىرىمنىڭ بىر قىسمى بولىدۇ.

سىز مالىيە جەھەتتىكى مەسىلىلەرنى ئويلىمىغان تەقدىردىمۇ، بۇ خىل سودىدا يەنىلا بەزى كەمتۈكلۈكلەر بار بولىدۇ. زاكاز ئاۋۋال ئۇلارنىڭ ئالدىغا بېرىپ، ئاندىن سىزنىڭ قولىڭىزغا ئۆتسە، مال تاپشۇرۇش ۋاقتىنىڭ ئۇزۇنغا سوزۇلۇپ كېتىشى تۇرغان گەپ. سەل ئاشۇرۇپراق ئېيتساق، ۋاستىنىڭ زاكازلارنى بىر تەرەپ قىلىش ۋاقتى بىر ھەپتە ياكى بىر ئايغا سوزۇلۇشى مۇمكىن. بۇنىڭدىن كۆرۈنۈپ تۇرۇپتىكى، سودا ۋاقتى قانچە ئۇزۇنغا سوزۇلغانسېرى، خېرىدارلارنىڭ پىكرى شۇنچە چوڭ بولىدۇ. لېكىن، ۋاستىچىنىڭ بۇنىڭ بىلەن كارى يوق، شۇڭا ئاخىرقى ھېسابتا زىيانغا ئۇچرايدىغىنى يەنىلا سىزنىڭ مەنپەئەتىڭىز بولىدۇ.

ئەگەر سىز ۋاستىچى ئارقىلىق ئېلان سېتىۋالماقچى بولسىڭىز، بۇ خۇددى «يېنىڭىزغا قورال ئالماي، يېرىم كېچىدە مەركىزي باغچىغا سەيلىگە چىققان» دەك ئىش بولىدۇ. سىز راستىتىنلا ئاشۇ ۋاقىتتا سەيلىگە چىقسىڭىز، يېنىڭىزغا ئەڭ بولمىغاندا، سۇ

تاپانچىسى بولسىمۇ ئېلىۋېلىڭ. مەن ئىلگىرى نەچچە قېتىم زەربىگە ئۇچرىغان.

مەن سۆزلەپ ئۆتكەن بۇ ماھارەتلەر بۇ كەسىپ بىلەن شۇغۇللىنىۋاتقان ئادەملەر ئۇچۇن ھازىرچە يېتەرلىك. لېكىن، سىز ئۇلۇغۋار تەسەۋۋۇرىڭىزنى كەڭ يېيىشتىن ئىلگىرى بۇ ماھارەتلەرنى ئەڭ ياخشىسى ئۆزىڭىزنىڭ يۇرتىدىكى ئېلان ساھەسىدە تاۋلاپ چىقىڭ.

سىز تاۋلاشنى ئاخىرلاشتۇرغاندىن كېيىن، سەل تۇرۇپ، سىزگە ئەسقاتىدىغان بەزى ئادەملەرنىڭ ئىسمىلىكىنى تونۇشتۇرىمەن.

لېكىن، ئەگەر ھازىر تولۇق تەييارلىق بىلەن تۇرغان بولسىڭىز، تۆۋەندە سىز بىلىۋېلىشقا تېگىشلىك يەنە بىر نەچچە نۇقتا بار.

گېزىتكە ئېلان بېرىش ماھارىتى

مەن گېزىتتە سىناق ئېلىپ بېرىشنى خالايمەن. ئاۋۋال مەلۇم مەھسۇلاتنىڭ باھاسى ۋە بازار ئەھۋالىنى تەتقىق قىلىمەن، ئاندىن ئاپىرىپ ئېلان قىلىمەن. ئېلاننىڭ ئۈنۈمىنى ئىككى - ئۈچ كۈن ئىچىدە مۆلچەرلەپ چىقالايمەن. تۆۋەندىكىسى بۇ خىزمەتنى ئىشلەشنىڭ بەزى ماھارەتلىرى.

بىرىنچى ماھارەت گېزىتتە پوچتا ئارقىلىق سېتىۋېلىش ئىستونى بولسىمۇ، ئېلاننى ئۇ يەرگە بەرمەڭ.

چۈنكى، سىز ئېلان بېرىشنى تېخى ئەمدىلا باشلىدىڭىز، ئوقۇرمىنىڭىز ئانچە كۆپ بولمايدۇ، شۇڭا ئېلاننى بەك كەڭ ھەجىملىك بېرىۋەتمەڭ، لايىھىلىنىشىمۇ بەك مۇرەككەپ بولۇپ كەتمىسۇن. مېنىڭ تەجرىبەمدىن قارىغاندا، ئادەتتە پوچتا ئارقىلىق سېتىۋېلىش ئىستونىغا ئېلان بەرگەن ئادەملەر مەلۇم نەرسىنى سېتىۋېلىش كويىدا يۈرگەن ئادەملەردۇر. يەنە بىر خىل ئېھتىماللىق، ئۇ سودا ساھەسىدىكى ئادەم، مۇشۇ ئۇسۇل ئارقىلىق رىقابەتچىسى-

نىڭ نېمە قىلىۋاتقانلىقىنى بىلمەكچى. ئەگەر سىز بۇ خىل ئېلانلارنىڭ كۆپلۈكىگە قاراپ، بازار تېپىشى كېرەك دەپ قارىسىڭىز، بىر مەزگىل كۆزىتىپ بېقىڭ، بۇ خىل ئېلانلارنىڭ ئادەتتە بىر قېتىملىقلا بولىدىغانلىقىنى بايقايسىز. ئەلۋەتتە، ئالاھىدىرەكلىرىمۇ بار، يەنى بەزىلەر سىزنى ئۇچۇرنى ئەركىن تارقىتىشقا قايتا - قايتا تەكلىپ قىلىپ، ئاندىن سىزگە باھاسى نەچچە يۈز دوللارلىق مۇناسىۋەتلىك دەرسلەرنى ساتماقچى بولىدۇ. تۆۋەندىكى ماھارەت مۇۋەپپەقىيەتلىك ئېلان سودىگىرى بولىمەن دەيدىغان ئادەم ئۈچۈن تېخىمۇ كەم بولسا بولمايدىغان ماھارەت.

ئىككىنچى ماھارەت ئېلانىڭىزنى ئاساسلىق خەۋەرلەر بېتىگە ئورۇنلاشتۇرۇڭ.

بۇ مەن ھازىرغىچە ئېلان بېرىشتە ئەڭ ياخشى دەپ كېلىۋاتقان ئورۇن. ئەگەر مەبلىغىڭىز يېتەرلىك بولسا، ئەڭ ياخشىسى پۈتۈن بىر بەتنى سېتىۋېلىڭ، يەنە كېلىپ، ئېلان بەرگەن بېتىڭىز قانچە ئالدىدا بولسا شۇنچە ياخشى. ئەگەر سىز بۇنداق ئورۇننى قولغا كەلتۈرەلمىسىڭىز، بۇ ئورۇننىڭ ئارقا تەرىپىگە بېرىشنى سىناپ باقسىڭىز بولىدۇ. كۆزىتىپ باقسىڭىز بايقايسىزكى، ئاساسلىق بەتنىڭ ئارقىسىغا بەرگەن ئېلاننىڭ ئۈنۈمى بەزىدە ياخشى بولىدۇ، بەزىدە ياخشى بولمايدۇ.

ئەگەر سىناق قىلىپ بېقىش نىيىتىڭىز بولسا، پۈتۈن بىر بەتنى سېتىۋېلىش سىز ئۈچۈن ھەقىقەتەن قىممەت توختاپ كېتىدۇ. مەن سىزگە ئىشنى كىچىك ئېلانلارنى بېرىشتىن باشلاش تەكلىپىنى بېرىمەن. بولسا تۆۋەندىكى قەدەم باسقۇچنى سىناپ بېقىڭ.

ئەگەر ئاساسلىق خەۋەرلەر ئىستونىدا ئىككىدىن ئارتۇق ئىستون بولسا، ئىمكان بار بىرىنچى ئورۇننى تاللاڭ. سىز ئاياللارغا مۇناسىۋەتلىك ئېلانلار ئاياللار ياكى جەمئىيەت ئىستونىغا؛ ئەرلەرگە مۇناسىۋەتلىك ئېلانلار تەنھەرىكەت ياكى مالىيە ئىستونىغا بېرىلىشى كېرەك دەپ قارىشىڭىز مۇمكىن. بۇ خىل قاراش پۈتۈنلەي خاتا!

ئاساسلىق ئىستونغا بېرىلگەن ئېلاننى ئەر ئوقۇرمەنلەر، ئايال ئوقۇرمەنلەرمۇ ئوخشاشلا كۆرەلەيدۇ. 16 يىللىق كەسپىي ھاياتىمدا بۇ قائىدىگە چۈشمەيدىغان بىردىنبىر مىسالنى كەسپىي توسالغۇغا دائىر بىر كىتابتا كۆردۈم. ئۇنىڭدىكى ئېلان مۇھىم ئورۇنغا بېرىلمىگەن، بەلكى مەلۇم كونكرېت بابنىڭ ئىچىگە بېرىلگەن.

كۆپ ساندىكى گېزىتلەر ئېلان ئورنىنى سىزگە تاللاتقۇزمايدۇ. بىز ئۈچۈن ئەڭ چاتاق مۇشۇ. چۈنكى، ئېلاننىڭ ئورنى ئېلاننىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش - قازىنالماسلىقىنى بەلگىلەيدۇ.

ئېلاننى باش بەتنىڭ ئوڭ تەرىپىگە بەرگەن ياخشى. ئەڭ ياخشىسى، ئوتتۇرا قىسمىنىڭ يۇقىرى تەرىپىدىن ئورۇن ئالسۇن. ئەگەر مۇمكىن بولسا، ئېلاننى بەتنىڭ قىرىغىراق ئورۇنلاشتۇرۇڭ.

مەلۇم دەرىجىدىن ئېيتقاندا، ئېلاننىڭ ئورنى بەلگىلىك قانۇنىيەتكە ئەمەل قىلىشى كېرەك. بۇ ئېلاننىڭ ئۈنۈمىنى بەلگىلەيدۇ.

گېزىتنىڭ ئېلانغا مەسئۇل خادىمى سىزگە ھەرخىل تەكشۈرۈشلەرنى كۆرسىتىپ، ئېلاننىڭ قايسى ئورۇنغا قويۇشنىڭ مۇھىم ئەمەسلىكىنى ئىسپاتلىماقچى بولۇشى مۇمكىن. لېكىن، مەن ئۇنىڭ چۈشەندۈرۈشلىرىگە ئىشەنمەيمەن. مەن ئىلگىرى نەچچە مىليون دوللار خەجلەپ ئۆزۈم تەكشۈرۈش ئېلىپ بارغان، نەتىجىدە ئېلاننىڭ ئورنى ئېلاننىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك ئۇچۇرى بىلەن مۇناسىۋەتلىك ئىكەنلىكى ئىسپاتلانغان.

ئويلاپ بېقىڭ، ئەگەر ئۇنداق بولمىسا، ئۇلار ئەڭ مۇھىم خەۋەرنى نېمە ئۈچۈن باش بەتنىڭ يۇقىرىغىراق توغرا كېلىدىغان بېكىتىلگەن ئورۇنغا بېرىدۇ. ماڭا ئىشىنىڭ، سىزنىڭ ئېلانىڭىز قانچە ئالدىغا بېرىلسە، ئوقۇيدىغان ئادەملەر شۇنچە كۆپ بولىدۇ.

ئەمدى مۇزاكىرىلىشىپ باقايلى، ئېلانىڭىزغا قانداق قىلغاندا ئەڭ ياخشى ئورۇننى تاپقىلى بولىدۇ؟ سىز گېزىتكە دىققەت قىلىپ باقسىڭىز بولىدۇ، بىر ھەپتە ئىچىدە قايسى كۈندىكى گېزىتنىڭ

سالمىقى ئەڭ يېنىك بولسا، ئېلانىڭىزنى شۇ كۈندىكى گېزىتكە بېرىڭ. چۈنكى، شۇ كۈندىكى گېزىت مەزمۇنغا تويۇنمىغان، شۇڭا سىزنىڭ ئېلان بېرىشىڭىزنى قارشى ئالىدۇ. گېزىتنىڭ سالمىقى قانچە يېنىك بولسا، ئۇنىڭدا ئېلان شۇنچە ئاز بولىدۇ. شۇڭا، بەتچىكلەر سىزگە ئەڭ ياخشى ئورۇننى بېرىشى مۇمكىن. بۇنداق ئەھۋالدا، سىزنىڭ رىقابەتچىلىرىڭىزمۇ شۇنچە ئاز بولىدۇ.

مەن مەزمۇنى مول ھەپتە ئاخىرى گېزىتلىرىگە ئېلان بېرىشنى ياخشى كۆرىمەن. ئەگەر ئېلانىمنى دراما ئىستونى ۋە تېلېۋىزىيە پروگراممىلىرىنى ئالدىن ئۇقتۇرۇش ئىستونىغا بەرسە، بۇ باشقا گەپ (ئەگەر مەن ئېلانىمنى تېلېۋىزىيە پروگراممىلىرىنى ئالدىن ئۇقتۇرۇش ئىستونىغا بەرسەم، كىشىلەر پروگراممىدا ئورۇنلاشتۇرۇشنى كۆرۈپ بولغاندىن كېيىن، تەبىئىي ھالدا مېنىڭ ئېلانىمنى كۆرىدۇ). مەن مۇشۇ ئۇسۇل بىلەن نۇرغۇن مۇۋەپپەقىيەت يوللىرىنى ئاچتىم.

ئۈچىنچى ماھارەت ئېلان توختامى ئىمزالىغاندا، سىزگە مەسئۇلىيەتچانلىق ئارتىلىدىغان ماددىلار قانچە ئاز بولسا شۇنچە ياخشى. بۇنىڭدىكى سەۋەب، گېزىت ئېلانىنىڭ بىر باھاسى بار، ئۇ ئەڭ يۇقىرى باھا. سىز ئىمزالىغان توختام قانچە كۆپ بولسا، گېزىتخانا ئېلان ھەققىنى شۇنچە چۈشۈرۈپ بېرىدۇ.

ئەگەر سىز ئېلان ئورنىنى ئەڭ دەسلەپ ئېغىزدىن چىققان باھادا سېتىۋالسىڭىز، ئۇ چاغدا ھەر قېتىم ئېلان بەرگەندە ئوخشاش شۇ باھادا ھەق تۆلەيسىز (بەزى نەشرىيات سودىگەرلىرى دەسلەپكى باھادا بىر قېتىم ئېلان بېرىۋېلىشىڭىزغا يول قويىدۇ، لېكىن ئىككىنچى قېتىم توختام ئىمزالىتىدۇ.)

سىزنىڭ توختام ئىمزالىشىڭىزدىكى سەۋەب: ئەگەر توختامدىكى ماددىلارنى ئاشۇرۇپ ئورۇنلىسىڭىز، سىز توختام بويىچە يىل ئاخىرىدا ئېتىبار باھا تەلەپ قىلالىسىڭىز بولىدۇ. يەنە بىرى، ئەگەر سىز ئىگىلىگەن ئېلان ئورنى يېتىشمىسە، قانچىلىك بوش ئورۇن بارلى-

قىنى بىلىسىز، كېلىدىغان يىلى قانچىلىك ئورۇن سېتىۋېلىشىڭىز كېرەكلىكى، قانچىلىك توختام تۈزۈشىڭىز لازىملىقى ئېنىق بولىدۇ.

ئەڭ ياخشىسى، توختامدا ھەر ھەپتىسى ئېلان بار دەپ ۋەدە بەرمەڭ، توختامنى بىر يىللىق ھەم ئازادە قىلىپ تۈزسىڭىز بولىدۇ.

تۆتىنچى ماھارەت دەم ئېلىش ھارپىسى ياكى دەم ئېلىش كۈنلىرى ئىچىدە ئېلان بەرمەڭ.

بەشىنچى ماھارەت ئېلان ۋەراقلىرى ياكى ھەقسىز تارقىتىلىدىغان گېزىتلەرگە ئېلان بەرمەڭ. بۇنداق گېزىتلەرنىڭ ئوقۇرمەنلىرى ناھايىتى ئاز بولىدۇ.

ئالتىنچى ماھارەت 100 مىڭ پارچىدىن تۆۋەن تارقىتىلىدىغان گېزىتلەرگە ئېلان بېرىشتە ناھايىتى ئېھتىياتچان بولۇش كېرەك. چۈنكى، بۇنداق گېزىتلەرنىڭ ئېلان تەننەرخى ناھايىتى يۇقىرى بولىدۇ.

يەتتىنچى ماھارەت «قايتا ئېلان بېرىپ باقساڭ چوقۇم ئۈنۈمى بولىدۇ» دېگەندەك گەپلەرگە ھەرگىز ئىشەنمەڭ. چۈنكى، بىۋاستە سېتىش تىجارىتى شەكلىدە، ھەر قېتىملىق ئېلان بېرىلىشتە پۇختا قەدەم بېسىلىشى كېرەك. ئەگەر بىرىنچى قېتىم ئېلان بېرىپ مەغلۇپ بولسىڭىز، ئىككىنچى قېتىم تېخىمۇ ئېغىر ئەھۋالدا قالىسىز.

ئەمەلىيەتتە، بىرىنچى قېتىملىق ئېلانىڭىزنىڭ ئۈنۈمى ياخشى بولسىمۇ، ئىككىنچى قېتىملىق ئېلانىڭىزنىڭ ئۈنۈمى ياخشى بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلماق تەس. ئەگەر ئېلان بېرىشتە بىرنەچچە قېتىم مۇۋەپپەقىيەت قازانغاندىن كېيىن، بىرەر - ئىككى قېتىم ئېلاندىن ھېچقانداق پايدىغا ئېرىشەلمىسىڭىز، مېنىڭ تەكلىپىم، ئەڭ ياخشىسى، بىر مەزگىل چېكىنىپ تۇرۇپ، بىر - ئىككى ئاي توختىۋالغاندىن كېيىن، باشقىدىن ئىش باشلاڭ. مۇشۇنداق قىلىس-

گىز باشقىلارغا يېڭىلىق تۇيغۇسى بېرىسىز.
سىز تۇرۇۋاتقان ئورۇندا گېزىت، رادىئو ۋە تېلېۋىزور ئارقىـ
لىق ئېلان بېرىش ئىنتايىن ئەۋزەللىككە ئىگە ئىش. ئەڭ بولمىغانـ
دا، ئېلانلارنى سىرتتىن كېلىدىغان خېرىدارلارنىڭ باھاسىدا سېتىـ
ۋالغاندىن كۆپ ياخشى. مەيلى قانچىلىك پۇل خەجلەڭ، تۆۋەن
تەننەرخ ئەۋزەللىكىگە ئېرىشىسىز. چۈنكى، ئالدىدا ئېيتىپ ئۆتكىـ
نىمىزدەك، تەشۋىقات ۋاسىتىلىرى يەرلىك خېرىدارلار بىلەن
سىرتنىڭ خېرىدارلىرىغا ئوخشاش مۇئامىلىدە بولمايدۇ. بۇنداق
ئەھۋالدا، سىز يەرلىك خېرىدار بولۇش سۈپىتىڭىز بىلەن، مەيلى
قانداق بولسۇن، تۆۋەن تەننەرخ ئەۋزەللىكىگە ئېرىشىسىز.
شۇڭا، ئەگەر تەييارلىقىڭىز پۈتكەن بولسا، گېزىتنىڭ ئېلان
بۆلۈمى بىلەن ئالاقىلىشىڭ! ئەگەر سىز باشقا يەرنىڭ گېزىتىدە
ئېلان بېرىشتە چىڭ تۇرسىڭىز، ئۇنداقتا ئېلان بۆلۈمىنىڭ خادىمـ
لىرى كونكرېت قانداق قىلىش كېرەكلىكىنى ئېيتىپ بېرىدۇ.

رادىئوغا ئېلان بېرىش ماھارىتى

بىرىنچى ماھارەت خەۋەر، سەھرا مۇزىكىسى ۋە غەرب مۇزىـ
كىلىرىنى بېرىشنى ئاساس قىلغان رادىئو ئىستانسىسى ئېلان بېـ
رىشكە ئەڭ مۇۋاپىق كېلىدۇ؛ ھازىرقى زامان مۇزىكىلىرى، ئوتتۇـ
را تېپتىكى مۇزىكا ۋە كلاسسىك مۇزىكىلارنى بېرىشنى ئاساس
قىلىدىغان رادىئو ئىستانسىسى ئېلان بېرىشكە ئانچە مۇۋاپىق كەلـ
مەيدۇ. سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىز ئالاھىدە ئاڭلىغۇچىلارغا قارىتىلغان
بولسا باشقا گەپ.
چۈنكى، كىشىلەر قۇلاققا ياقىدىغان خەۋەرلەرنى ئاڭلاشنى بەكـ
رەك خالايدۇ، بىرەر سۆزنىمۇ ئۆتكۈزۈۋەتمەي ئاڭلايدۇ، سىزنىڭ
سودا ئېلانىڭىزنىمۇ شۇنداق. بۇ پروگراممىلار كىشىلەرنىڭ نەزىرىـ
دە ناھايىتى مۇھىم ئورۇن ئىگىلەيدۇ. مەن سەھرا مۇزىكىلىرى
ۋە غەرب مۇزىكىلىرىنىڭ كىشىلەرگە نېمە ئۈچۈن شۇنچە ياقىدىغاـ

لىقىنى بىلمەيمەن، بەلكىم مۇزىكا مەستانىلىرىنىڭ پروگراممىغا
بولغان سادىقلىقىدىن بولسا كېرەك.
ھازىرقى زامان مۇزىكىلىرى، ئوتتۇرا تېپتىكى مۇزىكا ۋە
كلاسسىك مۇزىكا ئاڭلىتىدىغان رادىئو ئىستانسىلىرىنىڭ ئۇنداق
سېھرىي كۈچى يوق، چۈنكى بۇ مۇزىكىلار كۆپ ھاللاردا باشقا
نەرسىلەرگە يانداش قىلىپ بېرىلىدۇ. ئەلۋەتتە بەزىلىرى بۇنىڭ
سىرتىدا.
ئەگەر سىز رادىئو ۋاقتىنى سېتىۋالماقچى بولسىڭىز، ئالدى
بىلەن، رادىئو پروگراممىلىرىنى ئاڭلاپ بېقىڭ. سىز نۇرغۇن
ئېلانلارنىڭ تېلېفون ئۇرۇپ ئالاقىلىشىشنى تەۋسىيە قىلىۋاتقانلىـ
قىنى ئاڭلايسىز، بۇنداق ئېلانلارنىمۇ سىناپ باقسىڭىز بولىدۇ.
ئەگەر بۇ ئېلان خېرىدارلىرى قايتا ـ قايتا ئېلان بەرسە، ئۇلاردىن
چوقۇم مەنپەئەتكە ئېرىشكىلى بولىدۇ. چۈنكى، تېلېفون ئۇرۇش
سېتىش خادىملىرى ئۈچۈن سودا پۇرسىتى يارىتىپ بېرىشى مۇمـ
كىن، زاكاز بىۋاسىتە سانتىۋچىلارغا بېرىشى مۇمكىن، بولمىسا
ئۇلارنىڭ قايتا ئېلان بېرىشىنىڭ زۆرۈرىيىتى بولمايدۇ.
قىسقىسى، سىزنىڭ مەلۇم رادىئو ئىستانسىسىنى ياخشى كۆـ
رۈش ـ كۆرمەسلىكىڭىز مۇھىم ئەمەس، مۇھىمى، ئۇنىڭ سىزگە
قانچىلىك مەنپەئەت ئېلىپ كېلەلەيدىغانلىقى.
ئىككىنچى ماھارەت ئېلانىڭىزنى كۆپ قېتىم بېرىڭ. رادىـ
ئو ئېلانىنىڭ گېزىت ئېلانى ۋە ژۇرنالنىڭ ئېلانىغا ئوخشىمايدىغاـ
لىقىنى، بۇنىڭدا قايتا ـ قايتا بېرىش ناھايىتى زۆرۈر. چۈنكى،
ئاڭلىغۇچىلار بەزىدە ئېلاننى ئوتتۇرىسىدىن ئاڭلاپ قېلىشى، مۇمـ
كىن ياكى ئاڭلاۋاتقاندا ئادرېسىنى ئۇنتۇپ قېلىشى مۇمكىن. بۇلارـ
نىڭ ھەممىسى سىزنىڭ ئېلانىڭىزنىڭ ئاخىرقى ئۈنۈمىگە تەسىر
يەتكۈزىدۇ. شۇڭا، ئېلانىمىزنى قايتا ـ قايتا بېرىشىمىز كېرەك.
ئېسىڭىزدە بولسۇن، دىكتور ئالاھىدە ۋاقىتنى تاللاپ ئاڭلىتالايدۇ،
لېكىن ئاڭلىغۇچىلارغا تاللاش ئىمكانىيىتى يوق، پەقەت بەلگىلەنـ

گەن ۋاقىتتىلا ئاڭلىيالايدۇ.

مۇشۇنداق قىلىشتىن ئىلگىرى سىز بىر ھەپتە ۋاقىت سەرپ قىلىپ، بۇ خىل ئۇسۇلنىڭ ئۈنۈم كۆرستەلەيدىغان - كۆرستەلمەيدىغانلىقىنى سىناپ بېقىڭ. ئەگەر ھەپتە ئاخىرىسىدا يېتەرلىك زاكازغا ئېرىشسىڭىز، پايدىڭىز ئەڭ بولمىغاندا، ئېلان ھەققىنى قامدىيالايدىغان بولسا، ئۇ چاغدا داۋاملىق توختاملاشسىڭىز بولىدۇ. بولمىسا ئەڭ ياخشىسى مۇناسىۋەتلىك توختاملارنى بىكار قىلىڭ. لېكىن، شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئەگەر سىز داۋاملىق توختاملاشماقچى بولسىڭىز، بىر ھەپتىلىك نەتىجىڭىز چوقۇم ناھايىتى يۇقىرى بولۇشى كېرەك.

ئۈچىنچى ماھارەت ئەگەر رادىئو ئىستانسىسى دەم ئېلىش ۋاقتىدا نۇرغۇن ئېلان بەرسە، سىز ئېلانىڭىزنىڭ ئەڭ ئالدىغا ئورۇنلاشتۇرۇلۇشىغا كاپالەتلىك قىلىڭ، شۇنىڭدىلا خېرىدارلىرىڭىزغا كېيىنكى پروگرامما ياكى ئېلان بېرىلىشتىن ئىلگىرى سىزنىڭ ئالاقىلىشىش ئادرېسىڭىزنى يېزىۋېلىشىغا پۇرسەت بولىدۇ.

تۆتىنچى ماھارەت ئەگەر بالدۇر ئۇخلايدىغان ئادىتىڭىز بولسا، كۆپ قىسىم كىشىلەرنىڭ كەچ ئۇخلايدىغانلىقىغا سەل قارىماڭ. ئەگەر سىز شەھەرنىڭ چوڭ بىر رايونىدا ئولتۇرسىڭىز، نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ يېرىم كېچىگىچە دېگۈدەك ئىشلەپ، ئاندىن ئۆيگە قايتىدىغانلىقىنى كۆرسىز؛ يەنە نۇرغۇن ئۇيقۇسى كەم ئادەملەر بار، ئۇلارمۇ ناھايىتى كەچ ئۇخلايدۇ. شۇڭا، ئەڭ ياخشىسى سودا ئېلان ۋاقتىنى يېرىم كېچىدىن كېيىنگە ئورۇنلاشتۇرۇڭ، ئەلۋەتتە، بۇ ۋاقىتتىكى ئېلان تەننەرخىمۇ ئادەمنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمىگۈدەك دەرىجىدە تۆۋەن. بۇ ۋاقىتتىكى ئېلانمۇ ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدۇ. بەلكىم بۇنىڭغا ئەقلىڭىزنى يەتكۈزەلمەسلىكىڭىز مۇمكىن، لېكىن ئويلاپ بېقىڭ، بۇنداق كەچ ئۇخلايدىغانلار ئەمەلىيەتتە ناھايىتى غېرىبلىق ھېس قىلىدۇ، ئۇلار سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋېلىشنى خالايدۇ.

بەشىنچى ماھارەت ئەگەر رادىئو ئىستانسىسىدا تىجارەتكە ناھايىتى پىششىق دىكتورلار بولسا، سىز ئۇلارغا ئېلانىڭ مەزمۇنىنى ئېيتىپ بەرسىڭىزلا بولىدۇ، قاش - كۆزىنى ئوڭشايمەن دەپ ئاۋارە بولماڭ. ئۇلار نەق مەيداننىڭ ئۆزىدە ماھارەت كۆرسىتىشكە ماھىر، قىسقا ۋاقىت سىزنىڭ بارلىق سېتىش نۇقتىلىرىڭىزنى تونۇشتۇرۇپ بولالايدۇ، ئىشلەتكەن سۆزلىرى ئادەمنى قىزىقتۇرالايدۇ. بۇنىڭ ئۈنۈمى كۆپ ھاللاردا تېخىمۇ ياخشى بولىدۇ.

ئەگەر سىز تاللىغان رادىئو ئىستانسىسىدا مۇشۇنداق تالانت ئىگىلىرىدىن بىرنەچچىسى بولسا، بىر ئامال قىلىپ ئۇلارنى رىقابەتكە سېلىپ قويۇڭ. سىز ئەۋەتكەن خېتىڭىزدە ئېلانىڭىزنى ئوقۇشنى خالايدىغان ئادەمنىڭ ئىسمىنى تىلغا ئېلىپ قويسىڭىز بولىدۇ. ئۇ چاغدا ئۇ ئادەم سىز ئۈچۈن خۇشاللىق بىلەن خىزمەت قىلىدۇ.

ئالتىنچى ماھارەت ئېلانىڭىزنى ئاڭلىتىشنى بېسىق ۋاقتىدا بەرمەڭ. چۈنكى، بىرلا ۋاقىتتا بېرىلىدىغان مەزمۇنلار بەكلا كۆپ بولۇپ كەتسە، ئاڭلىغۇچىلار سىزنىڭ ئالاقىلىشىش ئادرېسىڭىزنى خاتىرىلىۋېلىشقا ۋاقىت چىقىرالمايدۇ.

يەتتىنچى ماھارەت سىزمۇ ۋاكالىتەن ئېلان بېجىرگۈچى بولسىڭىز بولىدۇ، بۇنىڭدا 15% چىقىمىنى تېجەپ قالالايسىز. ئەگەر مۇشۇ خىل ئۇسۇلنى تاللىسىڭىز، ئەڭ ياخشىسى، ئالدى بىلەن رادىئو ئىستانسىسىنىڭ سېتىش بۆلۈمى بىلەن ئالاقىلىشىپ بېقىڭ.

تېلېۋىزوردا ئېلان بېرىش ماھارىتى

مەن تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىدا 12 يىل ئىشلىدىم، ئېلاننى ۋاكالىتەن بېجىردىم، دىكتورلۇقمۇ قىلدىم. مەن بۇنىڭدىن نۇرغۇن پۇل تاپتىم، لېكىن تېزلا خەجلەپ بولدۇم؛ شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، مەن 50 دوللار خەجلەپ، ئۆزۈمنىڭ تېلېۋىزىيە پروگرام-

مىسنى يولغا قويۇپ باقتىم.

بۇ ئىشلار بىلەن ئۇستۇمگە ئارتىۋالغان قەرزلەر مەن ئۈچۈن ئەڭ ياخشى نەرسە بولدى. چۈنكى، بۇ جاننى ئالىقانغا ئېلىپ قويۇپ، ئۆزۈم خالىغان ئىشنى قىلىشتىن بېشارەت بەرگەندى، مەن دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ لايىھىسى بويىچە ئىشلەشكە باشلىدىم.

مەن ئاخىر ھەپتىدە يەتتە كۈن، كۈنىگە 18 سائەت ئىشلەيدىغان تۇرمۇش ھالىتىدىن قۇتۇلۇپ چىقتىم. مەن بۇنىڭدىن ئىلگىرى بۇ خىل تۇرمۇش ھالىتىدىن قۇتۇلۇپ چىقىشنى ئۈچ قېتىم ئويلىغان (چۈنكى، كۈنلىرىم ھېرىپ ـ چارچاش بىلەن بىللە، روھىي جىددىيلىك ئىچىدە ئۆتتى) . ئەڭ ئاخىرىدا دوختۇرخانىدا يېتىپ قالدىم. دوختۇر مېنى تولىمۇ ئەتراپلىق تەكشۈردى، ھەتتا ئۇزۇقدان خالتىسى يېنىدىكى ئارتېرىيە تومۇرىدىن يۈرەككە نەيچە تىقىپمۇ تەكشۈردى. ئون كۈن مۇشۇنداق تەكشۈرۈشلەرنى ئېلىپ بارغاندىن كېيىن، دوختۇر ماڭا كۈلۈپ تۇرۇپ: «سىزدە چوڭ مەسىلە يوق ئىكەن» دېدى. 2000 دوللار تەكشۈرتۈش ھەققىنىڭ تالونىنى قولۇمغا ئالغاندىلا، دوختۇرنىڭ نېمە ئۈچۈن شۇنچە گۈلدەك ئېچىلىپ كۈلۈپ كەتكەنلىكىنى ئاندىن چۈشەندىم.

دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ياردىمى بىلەن خىزمەت مىقدارىمنى تۆۋەنلىتىپلا قالماي، يەنە نۇرغۇن پۇل تاپتىم (بىر كۈنى بىر ئاغىنەم ماڭا سەن ئاۋۋال پېنسىيىگە چىقىپ، ئاندىن بېيىغان بىرىنچى ئادەم، دېدى.)

بۇ مۆجىزىگە نىسبەتەن مەن بېرەلەيدىغان بىردىنبىر چۈشەندۈرۈش، بىر تەرەپتىن ئالغاندا، بىز ئۆزىمىزنى مەلۇم دەرىجىدە ئەركىن قويۇۋېتىشىمىز كېرەك ئىكەن، لېكىن ئاساسلىقى، مەن تېلېۋىزىيە ساھەسىدە نۇرغۇن تەجرىبىگە ئېرىشتىم ھەمدە ئۆزۈمنىڭ مۇناسىپ ئورنۇمنى تىكلىدىم.

تۆۋەندىكىلەر مېنىڭ چۈشەنچەم بويىچە تېلېۋىزىيە ۋاقتىنى

سېتىۋېلىشتىكى ماھارەتلەر.

بىرىنچى ماھارەت ئالاقىدار ۋاقىتنى سېتىۋېلىڭ. مەسىلەن، چۈشتىن كېيىن سائەت ئالتە ئەتراپى ياكى كەچ سائەت 11 دىن كېيىنكى ۋاقىت. چۈنكى، ئالتۇن ۋاقىتتا ئېلاننىڭ قىستۇرۇلۇپ ئاڭلىتىش ئۈنۈمى يۇقىرى بولمايدۇ. لېكىن، ئالاقىدار ۋاقىت ئوخشىمايدۇ، نۇرغۇن تېلېۋىزىيە ئىستانسىلىرى سىزنىڭ 90 سېكۇنت، ھەتتا ئىككى مىنۇت ئېلان بېرىشىڭىزگە يول قويۇشى مۇمكىن. بۇ ۋاقىت مەھسۇلاتىڭىزنى تونۇشتۇرۇشقا كەڭتاشا يېتىدۇ.

ئىككىنچى ماھارەت ئېلاننى پروگرامما ئارىسىغا قىستۇرۇپ ئاڭلىتىڭ، پروگرامما ئوتتۇرىدا توختىغان ۋاقىتتا ياكى فىلىمنىڭ باشلىنىش خېتى چىققاندىن كېيىن، ياكى فىلىمنىڭ ئاخىرلىشىش خېتى چىقىشتىن ئىلگىرىگە ئورۇنلاشتۇرماڭ.

ئۈچىنچى ماھارەت ئەگەر پروگرامما ئارىسىغا ئىككىدىن ئارتۇق ئېلان قىستۇرۇلغان بولسا، ئېلانىڭىزنى بىرىنچىسىگە ئورۇنلاشتۇرۇشنى قولغا كەلتۈرۈڭ.

تۆتىنچى ماھارەت تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىغا ئېلان ۋاقتى سېتىۋېلىشقا بېرىشتىن ئىلگىرى، ئاۋۋال پروگرامما جەدۋىلىنى كۆرۈپ بېقىڭ.

بەشىنچى ماھارەت پەقەت يېرىم سائەتلىكلا پروگراممىلار ئارىسىغا ئېلانىڭىزنى ئىمكان بار قىستۇرماڭ، ئىككىنچى ۋە ئۈچىنچى ماھارەتتىكى مەزمۇنلارنى ناھايىتى پىششىق ئىگىلىۋالغان بولسىڭىز، بۇ باشقا گەپ. ئېلاننى كونا كىنولار ئارىسىغا قىستۇرۇپ بېرىش ھەقىقەتەن بولىدىغان چارە. مەن ئۆزۈم كونا كىنولارنى بەك ياخشى كۆرىمەن. لېكىن، ئەڭ ياخشىسى، سىرتتىن كىرگەن تەرجىمە فىلىملەرنى قىستۇرۇپ بەرمەڭ. ئېكسپېدىتسىيە فىلىملىرى، غەربىي قىسىم فىلىملىرى، ئىشىق ـ مۇھەببەتكە دائىر فىلىملەر ئېلان قىستۇرۇپ بېرىشكە ئىنتايىن ماس كېلىدۇ. ماھا-

رەت فىلىملىرىنىڭ ئارىسىغا ئېلان قىستۇرۇپ بېرىشنىڭ ئۈنۈمىگە گەپ كەتمەيدۇ. مۇنازىرە خاراكتېرلىك فىلىملەرنىڭ ئارىسىغا قىستۇرۇپ بېرىشنىڭ ئۈنۈمىمۇ ياخشى بولىدۇ.

ئالتىنچى ماھارەت مەن ئالدىدا قىلغان گەپ ئېسىڭىزدىمۇ؟ ئەگەر رادىئو بولسا، ئېلاننى ئەڭ ياخشىسى خەۋەرلەر ئارىسىغا قىستۇرۇپ بېرىڭ، دېگەنىدىم. لېكىن، بۇ ئۇسۇلنى ھەرگىزمۇ شۇ پېتى تېلېۋىزورغا كۆتۈرۈپ كەلمەڭ. ئاساسلىق سەۋەب ئۇنىڭ ئېلان ھەققى ناھايىتى يۇقىرى.

يەتتىنچى ماھارەت مەن رادىئو ئېلانىدا ئېلاننى قايتا ـ قايتا بەرگەن ناھايىتى ياخشى، دېگەنىدىم. لېكىن، تېلېۋىزوردىكى ئېلاندا ئەڭ ياخشىسى ئۇنداق قىلماڭ. چۈنكى، خېرىدارنىڭ كۆزى بىلەن قۇلىقى بىرلا ۋاقىتتا سىزنىڭ ئۇچۇرىڭىزغا مەركەزلەشكەن بولىدۇ. ئەگەر بىر ھەپتىدە بەش ئاخشام كېچىلىك كىنو بولسا، سىز ھەر ئۈچ ئاخشامدىن كېيىن بىر قېتىم ئېلان بېرىشنى سىناپ باقسىڭىز بولىدۇ. بەشىنچى ماھارەتتىكىسى بويىچە، تاماشىبىنلار ياخشى كۆرىدىغان فىلىملەرنى تاللاپ ئېلان بېرىڭ. ئەگەر چەت ئەل كىنولىرى بايرىمىغا توغرا كېلىپ قالسا، ئۇلارنى ئالدىرىماي كۆرۈۋالسىڭىز بولىدۇ، لېكىن ئارىسىغا ھەرگىز ئېلان قىستۇرماڭ. سىناق ئېلىپ بارماي تۇرۇپ، ئالدىراپ تۆت ھەپتىلىك ياكى 13 ھەپتىلىك ئېلان توختاملىرىنى تۈزۈپ سالماڭ.

سەككىزىنچى ماھارەت بىر تۇرلۇك ئېلان ۋاقتىدىن چوقۇم ئۆزىڭىزنى چەتكە ئېلىڭ. بۇ ۋاقىتتىكى بارلىق ئېلان خېرىدارلىرى يەرلىك سودىگەرلەر بولىدۇ. بۇ ئادەتتە تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىنىڭ نۇرغۇن ۋاقتىنى تىجارەتلەرگە سېتىپ بېرىۋەتكەنلىكىدىن بولغان.

تىجارەتچىلەر ئېغىر بېسىمغا بەرداشلىق بېرەلمىگەنلىكتىن، ئېلاننى ئالدىغا ئۇچرىغانلىكى ئادەمگە ساتقان، مەيلى ساتىراش ياكى يېمەكلىكلەر ماگىزىنى بولسۇن، ئۇلار پۇل چىقارسىلا تېلېۋىزوردا ئېلان بېرەلىگەن. ئەلۋەتتە، ئېلان ھەققىمۇ ناھايىتى تۆۋەن.

توققۇزىنچى ماھارەت ئېسىڭىزدە بولسۇن، ۋاكالىتەن ئېلان بېجىرگەندە 15% پايدىغا ئېرىشىسىز، بۇ بولىدىغان چارە. ئەگەر ۋاكالىتەن ئېلان بېجىرىش نىيىتىڭىز بولسا، تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىنىڭ سېتىش ۋەكىلى بىلەن بىۋاستە ئالاقىلىشىڭ.

ژۇرنالغا ئېلان بېرىش ماھارىتى

مەن سىزگە بۇرۇنلا ئەسكەرتكەن، بۇ خىل ئېلاندا نۇرغۇن ئىچكى سودا بار، باھا جەدۋىلى بويىچە ھەق ئالىدىغان ژۇرناللار ناھايىتى ئاز. تەكىتلەپ ئۆتىدىغىنىم، مېنىڭ بۇنداق دېيىشىم، ژۇرناللار خېرىدارلارنى ئالداۋاتىدۇ، دېگىنىم ئەمەس (بۇنداق يەڭ ئىچىدە پۈتتۈرىدىغان ئىشلارغۇ بارغانسېرى كۆپىيىپ كېتىۋاتىدۇ.) لېكىن، ژرۇنال تەھرىراتى ئادەتتە پوچتا ئارقىلىق سېتىۋالىدىغان خېرىدارلارغا 10%، بەزى خېرىدارلارغا ئۇنىڭدىنمۇ كۆپ ئېتىبار بېرىدۇ.

ھېسابلاش ئۇسۇلى: پۈتۈن بەتلىك ئېلاننى ئېلىپ ئېيتساق، ھەر 1000 نۇسخىسىنى تارقاتسا، تەننەرخى تۆت دوللار بولىدۇ. ئەگەر سىز قويغان باھا مۇشۇ باھاغا يېقىن كەلسە، سىز ھەرگىزمۇ زىيان تارتمايسىز. ئەگەر ژۇرنالنىڭ ئوقۇرمەنلىرى بىر قەدەر كەسپىي بولسا، ئۇ چاغدا ئادەتتە يۇقىرىراق ھەق تۆلەيمەن. ئەلۋەتتە، ئادەتتىكى ئەھۋالدا، مەن تۆلىگەن ھەق چوقۇم مۇۋاپىق، يۇقىرىدا تىلغا ئالغان تۆت دوللار بويىچە ھېسابلاپ باقايلى، 1 مىليون نۇسخا تارقىتىلىدىغان ژۇرنالغا تەخمىنەن 4000 دوللار ئېلان ھەققى كېتىدۇ، بۇنىڭ ئىچىدە 15% تىن كەمرەكى ۋاكالىتەن بېجىرىش ھەققىگە كېتىدۇ. ئۇ چاغدا ئېلان ۋاكالەتچى سودىگىرى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئۇنىڭ ساپ پايدىسى 3400 دوللار بولۇشى كېرەك. ئەلۋەتتە، تۆلەيدىغىنى قانچە ئاز بولسا، پايدىغا ئېرىشىش مۇمكىنچىلىكى شۇنچە چوڭ بولىدۇ. ئۇنتۇپ قالماڭ، پايدا بىز قوغلىشىدىغان ئاخىرقى نىشان.

ئۇنداقتا، قانچىلىك نىسبەتتىكى ئوقۇرمەنلەر ئېلانغا ئىنكاس قايتۇرىدۇ؟ بۇنى مەن بىلمەيمەن، بىلگۈممۇ يوق. مېنىڭ كۆڭۈل بۆلىدىغىنىم چىقىم (يەنى بۇ ئېلاننىڭ تەننەرخى) ۋە پايدا (يەنى ئېلانلار قانچىلىك پايدا ئېلىپ كەلدى). مەسىلەن، مەن 4000 دوللارلىق ئېلان بەرگەن بولسام (ئەگەر مەن ئېلان بېرىشكە تاللىغان بۇ ژۇرنال 1 مىليون نۇسخا تارقىتىلسا)، مەن ئاز دېگەندىمۇ 8000 دوللار قىممىتىدە زاكازغا ئېرىشىشىم كېرەك. بۇنداقچە ئېيتقاندا، مېنىڭ كىرىمىم تەننەرخىنىڭ ئىككى ھەسسىسىگە باراۋەر بولۇشى كېرەك. ئەگەر سىز ئېلاننىڭ ئۈنۈمىنى مۆلچەرلەپ باقماقچى بولسىڭىز، مانا بۇ ئاساس بولالايدۇ.

ئەگەر مېنىڭ خام چوتۇم مۇۋاپىق بولسا، مېنىڭ كىرىمىم بەلگىلىك پايدىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان بولىدۇ. مەن كىرىمنى سەل تۆۋەنلەتسەم بولىدۇ، لېكىن ئىقتىسادىي زىيان تارتسام بولمايدۇ. كىرىم ئۆز ئىچىگە ئالغان 8000 دوللار ئەمەلىيەتتە 50% لىك بولىدۇ، چۈنكى بۇنىڭ 4000 دوللىرى ئېلان ھەققىگە كېتىدۇ. شۇڭا، مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، مەن ئېلان ھەققىنى تۆلەپ بولغاندىن كېيىنكى كىرىم پايدا ھېسابلىنىدۇ.

لېكىن، ئەگەر سىز ئېلان ھەققىنى يەنىمۇ تۆۋەنلىتىمەن دېسىڭىز، خېرىدارلارنىڭ سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋېلىشىدىن چوڭ ئۈمىد كۈتمەڭ.

شۇڭا، بىز كىرىمنى 50% نىسبىتىدە توختىتايلى. ئەگەر سىزنىڭ ھەربىر زاكازىڭىز بەش دوللار قىممىتىدە بولسا، 8000 دوللار كىرىم قىلىشنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن، 1600 پارچە زاكازنى قولغا كەلتۈرۈشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ھەربىر زاكازنىڭ قىممىتى ئون دوللار بولسا، كىرىم قىلىش ئۈچۈن 800 پارچە زاكازغا ئېرىشىشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ھەربىر زاكازنىڭ قىممىتى ئۈچ دوللار بولسا، ئۇ چاغدا 2666 پارچە زاكاز قولغا كەلتۈرۈشىڭىز كېرەك.

ئەگەر مۇۋەپپەقىيەتلىك بولسا، بۇ سانلار سىز كۆزلىگەن نىشان بولۇپلا قالماي، بەلكى سىز ئېرىشىش ئۈمىدى بار سانلار بولۇپ قالىدۇ.

نېمە ئۈچۈن سىز ساتقان نەرسىنى ھەممە ئادەم ئېلىشنى خالايدۇ، لېكىن كىرىمىڭىز شۇنچە تۆۋەن بولىدۇ؟ بۇنىڭدا ئالتە سەۋەب بار. بىرىنچى، ژۇرنال سېتىۋالغانلارنىڭ بەزىلىرى سىزنىڭ ئېلانىڭىزنى كۆرمىگەن؛ ئىككىنچى، بىر قىسىم ئوقۇرمەنلەر ئېلاننى تولۇق كۆرۈپ بولالمىغان، چۈنكى سىزنىڭ ئېلانلىرىڭىز بىر بەتكە مەركەزلەشمىگەن بولۇشى مۇمكىن؛ ئۈچىنچى، ئوقۇرمەنلەر ئېلانىڭىزنى كۆرۈشنى خالىمىغان؛ تۆتىنچى، نۇرغۇن كىشىلەر ئەسلىدىنلا ئېلانغا كۆز قىرىنى سالمايدۇ؛ بەشىنچى، ئوقۇرمەنلەر ئېلانغا ئىشەنمەيدۇ؛ ئالتىنچى، ئوقۇرمەنلەر سىزنىڭ ئېلانىڭىزغا ئىشەنگەن ھەم مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋالماقچى بولغان بولۇشى مۇمكىن، لېكىن نېمە سەۋەبتىندۇر ئاخىرقى ھېسابتا ئۇنداق قىلمىغان.

سىز بۇلارنى ئاڭلاپ ئۈمىدسىزلەندىڭىزمۇ؟ ئەگەر تەلىيىڭىز ئوڭ بولسا، مېنىڭچە، بۇ سان كۆپەيسە كۆپىيىدۇكى، ئازايمايدۇ.

باشقا تەشۋىقات ۋاستىلىرىگە سېلىشتۇرغاندا، ژۇرنال ئېلانىنىڭ خەتىرى چوڭراق بولىدۇ. چۈنكى، ژۇرنال تەھرىراتى سىزگە ئىشەنچلىك دەرىجىسىنى ئېيتىپ بېرەلمەيدۇ. ئاندىن ئالدىن پۇل تۆلىمەي ئامالىڭىز يوق. دېمەكچى، ئەگەر ئايلىق ژۇرنال بولسا، 60~90 كۈن ئاۋۋال پۇل تۆلىشىڭىز كېرەك. سىز ئۇلارنىڭ ئىشەنچىسىگە ئېرىشكەن تەقدىردىمۇ، ژۇرنال چىقىشتىن ئىلگىرىكى ئون كۈن ئىچىدە پۇلنى چوقۇم تاپشۇرۇۋېتىش كېرەك.

ئادەتتىكى ئەھۋالدا، ئايلىق ژۇرنال ئالتە ئاي ئىچىدە قولغا كەلتۈرگەن زاكاز تۇنجى ئاينىڭ ئىككى ھەسسىسىگە باراۋەر بولىدۇ، دېگەن گېپىم ئېسىڭىزدىمۇ؟ بۇ ئارىلىقتا بۇ ژۇرنالغا ئېلان بېرىش زۆرۈرىيىتى بارمۇ - يوق، دېگەن مەسىلە ئۈستىدە ئويلىنىۋالسىڭىز بولىدۇ. لېكىن، بۇمۇ سالغان مەبلىغىڭىزنىڭ قايتىپ

كېلىشىنى سەۋرچانلىق بىلەن كۈتۈشىڭىزدىن دېرەك بېرىدۇ.

ژۇرنالدا ئېلان بېرىشنىڭ بىر پايدىسى بولسا، سىز ئۇنىڭدىن پايدىلىنىپ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ بازار دائىرىسىنى ئېنىقلىيالايسىز. مەيلى ئەر، ئوغۇل بالا، ئايال، قىز بالا بولسۇن، مەيلى پىسخىك كېسىلى بارلار، غەيرىي جىنسلىقلار، ماشىنىنى قارامىلىق بىلەن ھەيدەيدىغانلار بولسۇن، ھەممىسىنىڭ ئۆز ئالدىغا ياخشى كۆرىدىغان ژۇرنىلى بولىدۇ. يەنە بەزى ژۇرناللار كۆپ خىل ئادەملەرگە ماس كېلىدۇ. تۆۋەندە ژۇرنالدا ئېلان بېرىشكە مۇناسىۋەتلىك بىر نەچچە ماھارەتنى تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن، مۇۋاپىق كۆرسىڭىز پايدىلىنارسىز.

بىرىنچى ماھارەت ئىمكان بار ئوڭ تەرەپ بەتنى تاللاڭ، سول تەرەپتىكى بەت ئېلانىڭىزنىڭ ئۈنۈمىنى زور دەرىجىدە چۈشۈرۈۋېتىدۇ.

ئىككىنچى ماھارەت تولۇق ئېلان بوشلۇقى سېتىۋېلىڭ. ئەڭ ياخشىسى، ئېلانىڭىز پۈتۈن بىر بەتنى ئىگىلىسۇن. سىز يەنە ماقالىلەرنى سول تەرەپكە ئورۇنلاشتۇرۇشنى تەلەپ قىلىشىڭىز كېرەك. ئۆلچەملىك ژۇرناللاردا ئەگەر بىر بەت ئىچىدىكى باشقا ئىستونلارنىڭ ھەممىسى ماقالە بولسا، سىز ئەڭ ياخشىسى بەتنىڭ ئۈچتىن ئىككى قىسمىنى سېتىۋېلىڭ؛ چوڭ فورماتلىق ژۇرناللاردىن تېك يۆنىلىشلىك يېرىم بەت ئورۇن سېتىۋالسىڭىز بولىدۇ. بۇ تەجرىبە مېنىڭ بىر قېتىملىق خاتالىقىمدىن كەلگەن. ئۇ چاغدا مەن توغرا يۆنىلىشلىك يېرىم بەت سېتىۋاپتىكەنمەن، نەتىجىدە ھېچقانداق ئۈنۈمى بولمىدى. ئېسىڭىزدە بولسۇن، كىشىلەر ھەرقاچان بەتنىڭ ئۈستى تەرىپىگە قاراشنى ياخشى كۆرىدۇ.

ئۈچىنچى ماھارەت ئەگەر يېتەرلىك چوڭ ئېلان ئورنى سېتىۋالغان بولسىڭىز، ئۇنىڭغا ئېتىبار بېرىش چېكىنى قوشۇمچە قىلىپ بەرمەڭ. چۈنكى، سىزنىڭ ئېتىبار بېرىش چېكىڭىزنىڭ

ئارقىسىدا تېخىمۇ جەلپ قىلارلىق ئېتىبار بېرىش چېكى بولۇپ قالسا، سىزنىڭ ئېتىبار بېرىش چېكىڭىز رەھىمسىزلەرچە كېسىۋېتىلىدۇ.

تۆتىنچى ماھارەت ژۇرنال تەھرىراتىدىن ھەقسىز تەھرىرلىك قىلىپ بېرەلەيدىغان - بېرەلمەيدىغانلىقىنى سوراپ بېقىڭ. ئەگەر ئېلان ئورنى سېتىۋالغان بولسىڭىز، نۇرغۇن ژۇرناللار سىز ئۈچۈن خىزمەت قىلىشنى خالايدۇ (نۇرغۇن ژۇرناللاردا مال سېتىۋېلىش قىبلىنامىسى ئىستونى بار، ئەگەر سىز تەھرىر تەلەپ قىلسىڭىز، ئۇلار سىزنىڭ ئېلانىڭىزنى ئۈستىدىن ئىشلەپ، مۇشۇ ئىستونغا ئورۇنلاشتۇرۇپ بېرىدۇ) . بۇنداق ئۈستىدىن تەھرىرلەپ بېرىش سىزگە چوڭ مەنپەئەت ئېلىپ كېلەلمەيدۇ، لېكىن ئازدۇر - كۆپتۇر ياردىمى بولىدۇ. بەزى ژۇرناللار، بولۇپمۇ مەخسۇس سېتىش خادىملىرى ئۈچۈن خىزمەت قىلىدىغان ژۇرناللار سىزنى ياخشى تەھرىرلەنگەن ماقالىلەر بىلەن تەمىنلەيدۇ.

بەزى ۋاقىتلاردا، بولۇپمۇ سىزنىڭ مەبلىغىڭىز قىس بولۇۋاتقان ئەھۋالدا، مۇنداق تەھرىرلىك خىزمىتى سىزنىڭ كەسپىڭىزنى راۋاجلاندۇرۇشقا پايدىلىق. مەھسۇلاتىڭىزنى 8×10 چوڭلۇقتا سۈرەتكە تارتقۇزۇڭ، ئاندىن بىرنەچچە جۈملە ئېلان سۆزى يېزىپ ژۇرنال تەھرىراتىغا ئەۋەتىپ بېرىڭ. ئەگەر مەھسۇلاتىڭىز ھەقىقەتەن يېڭى، قىزىقارلىق بولسا، ئېلانىڭىز بىرنەچچە كۈنگە قالمايلا بېسىلىپ چىقىدۇ. نۇرغۇن ژۇرناللار مۇشۇ مۇلازىمەت بىلەن تەمىنلەيدۇ. ئەگەر كونكرېت ئەھۋالنى چۈشىنىپ باقماقچى بولسىڭىز، گېزىت - ژۇرنال بوتكىلىرىنى ئايلىنىپ بېقىڭ. ئۆزىڭىز ياقتۇرغان ژۇرنالدىن بىرنەچچىنى ئېلىپ، مال سېتىۋېلىش قىبلىنامىسىنىڭ قايسى ئورۇنغا بېرىلگەنلىكىگە قاراپ بېقىڭ. ئۇلار ژۇرنالنىڭ باش تەرىپىدىكى بىرنەچچە بەتكە بېرىلگەن بولۇشى مۇمكىن.

بەشىنچى ماھارەت ئېلان ئورنى سېتىۋېلىشتا، ئاۋۋال كۆ-

ئۇل بولۇشقا تېگىشلىكى، ژۇرنالنىڭ ئوقۇرمەنلىرى ئەمەس، بەلكى ژۇرنالنىڭ تارقىتىلىش مىقدارى. ئوقۇرمەنلىرى ژۇرنال تىراژىدىن ئۈچ - تۆت ھەسسە ئارتۇق بولۇشى مۇمكىن. تىراژى ئاز بەزى ژۇرناللار تىراژىنى ئەمەس، ئوقۇرمەنلەر سانىنى ئېلان قىلىشقا ئامراق. لېكىن، ئېسىڭىزدە بولسۇن، سىز تىراژنى ئاساس قىلىپ ھەق تۆلەيسىز.

ئالتىنچى ماھارەت يەنە بىر دىققەت قىلىشقا تېگىشلىك ئىش، ژۇرنالنىڭ مۇشتەرى بولۇش ئەھۋالى ئەمەس، گېزىت - ژۇرنال بوتكىلىرىدا سېتىلىش ئەھۋالى (بۇ ئۇچۇرنى ئەڭ دەسلەپتە باھا قويغاندا سىزگە ئېيتىپ بېرىدۇ). بىۋاستە سېتىش سودىگەرلىرىگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، گېزىت - ژۇرنال بوتكىسىدىكى ژۇرناللارنىڭ سېتىلىش ئەھۋالى تەتقىق قىلىپ بېقىشقا ئەرزىيدۇ، ئۇ ژۇرنال سېتىۋالىدىغان ئادەم سانىنى بىۋاستە ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدۇ.

يەتتىنچى ماھارەت سىزنىڭ ژۇرنال ئېلانىنى ۋاكالىتەن بېجىرگۈچىڭىز بارمۇ؟ ئەگەر شۇنداق قىلغۇچىڭىز بولسا، شۇ يەردىكى كۇتۇپخانىغا بېرىپ ئەڭ يېڭى SRDS (يەنى ئۆلچەملىك باھا ۋە سانلىق مەلۇمات مۇلازىمىتى) نىڭ ماقالىلىرىنى كۆرۈپ بېقىڭ. ئۇنىڭدا سىز ئاڭلىغان ھەممە ژۇرنالنىڭ خاتىرىسى بار. ئۇنىڭدىن باشقا، ئۇنىڭغا ھەربىر ژۇرنالنىڭ ئاساسىي مەزمۇنى، ئېلان باھاسى، تىراژى، ئېتىبار بېرىش نىسبىتى، ئالاقىلەشكۈچىنىڭ ئادرېسى ۋە ژۇرنال تەھرىراتىنىڭ تارماق ئورگانلىرى قاتارلىق ئۇچۇرلىرى بېرىلىدۇ. قىسقىسى، ئۇنىڭدا سىز چۈشەنمەكچى بولغان بارلىق مەزمۇنلار دېگۈدەك بار. سىز يەنە تۆۋەندىكى نام - ئىسىملار خاتىرىسى بويىچە ئايرىم ئادەملەر بىلەن ئالاقىلەشسىڭىزمۇ بولىدۇ. بۇ ئادەملەر ھەرقايسى ژۇرناللارنى تارقىتىشنىڭ سېتىش ۋەكىلى. ئەگەر ئۇلارغا ئۆز قارىشىڭىزنى ئېيتسىڭىز، سىزگە ياخشى تەكلىپلەرنى بېرىدۇ.

نام - ئىسىملار خاتىرىسى ئېلىپبە تەرتىپى بويىچە تىزىلغان، ئىلگىرى - كېيىنلىك پەرقى يوق. ئۇنىڭ ئىچىدە بەزىلىرى مېنىڭ ئاغىنەم، بەزىلىرى بولسا مەن كەسپىي ئالاقىدە بولۇپ كېلىۋاتقانلار. ئۇلار:

Dilo, Icn.	Mega Media Associates, Inc.
114 East 32nd Street	9800 Mariposa Avenue
New York, Ny 10016	Fountain Valley, CA 92708
(Magazine Rep)	(714)963—8007
kalish Quigley, Rosen	Sanford Schwarz and &Co.
667 Madison Avenue	355 Lexington Avenue
Nwe York, Ny 10021	New York, Ny 10017
(Magazine Rep)	(Magazine Rep)

بىۋاستە پوچتا ئارقىلىق يوللىنىدىغان ئېلان

بۇ خىل شەكىلدىكى ئېلان ئاددىي، ئېنىق بولغاچقا، بۇ يەردە ئاددىيلا سۆزلەپ ئۆتۈپ كېتىمەن. سىز دىققەت قىلىشقا تېگىشلىك بىرلا نۇقتا بار. ئۇ بولسىمۇ بېسىش ھەققى. ئوخشىمىغان باسما زاۋۇتلىرىنىڭ ھەق ئېلىش ئۆلچىمىدە ئىنتايىن چوڭ پەرق بار. ئەلۋەتتە، ئەگەر سىز كۆپ باستۇرسىڭىز، باھادا بەلگىلىك ئېتىبارغا ئېرىشىسىز. پوچتا ئارقىلىق يوللىنىدىغان ئېلاننىڭ ئۈنۈمىنى كۆرمەي تۇرۇپ، زور مىقداردا يوللىماڭ.

ئۇنداقتا، سىز نىشانلىغان خېرىدارلار قانداق ئادەملەر؟ ئەرلەرمۇ، ئاياللارمۇ، چاچقا تېيىلىش ھەۋەسكارلىرىمۇ ياكى ئېغىرلىقى ئارتىپ كەتكەنلەرمۇ ۋە ياكى يىلىغا 10 مىڭ دوللار مائاش ئالىدىغانلارمۇ؟

پوچتا ئارقىلىق ساتىدىغان ۋاستىچى سودىگەرلەردە بۇ جەھەتتە

نۇرغۇن ئۇچۇر بار، يۈزلىگەن تىزىملىك، نەچچە مىڭلىغان ئالاقىدە-لەشكۈچى ۋە مۇناسىۋەتلىك ئۇچۇرلار دېگەندەك. سىز ئۇلار بىلەن ئالاقىلەشسىڭىز، ئۆزىڭىزگە كېرەكلىك خېرىدارلار تىزىملىكىنى «ئىجارە» گە ئالسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر ئۆز ئالدىڭىزغا تىزىملىك تۇرغۇزماقچى بولسىڭىز، سىزگە بەزى ياردەملەرنى قىلىدۇ.

بىۋاسىتە سېتىش ژۇرنىلىغا پوچتا ئارقىلىق سېتىش بىلەن شۇغۇللىنىدىغان نۇرغۇن ۋاستىچى سودىگەرلەرنىڭ ئىسمىلىكى بې-رىلدى. ئەلۋەتتە، يەنە باشقا ياخشى نامزاتلارمۇ بار. تۆۋەندە تۆتىنى كۆرسىتىپ ئۆتەي:

Dependable List, Inc. 257 Park Avenue South New York, Ny 10016	Alvim B. Zeller, Inc 475 Park Ave. Souch New York, Ny 10010
MegaMedia Associates, Inc 9800 Mariposa Avenue Fountain Valley. CA 92708 (714) 963 — 8007	Ed Burnett Consultants, Inc 2park Ave. New York, Ny 10016

سىز شىركەتنىڭ سېرىق بېتىنى تەكشۈرۈپ باقسىڭىز بولىدۇ ياكى بىۋاسىتە سېتىش ژۇرنىلىدىن شىركەتنىڭ نام - ئىسىملار تىزىملىكىنى ئىزدەپ بېقىڭ. ئۇ تىزىملىكتە كۆرسىتىلگەن ئادرېس-لار مەخسۇس بەلگىلەنگەن ئادەملەر ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ. سىز ئۆز تەلىپىڭىز بويىچە بىر قىسىم پوچتا يوللانمىلىرى ئادرېسلىرىنى سېتىۋالسىڭىز بولىدۇ.

ئۇنىڭدىن باشقا، سىز تاپقان ۋاستىچىمۇ سىز ئۈچۈن مۇشۇ تەرەپتە تىجارەت قىلىدىغان ئادەملەر بىلەن ئالاقىلىشىپ بېرىدۇ. ھەربىر پوچتا يوللانمىسىغا 3.5 سېنت خەجلەيسىز. بۇ ئوراش - قاچىلاش ھەققى ۋە مۇناسىپ يەتكۈزۈش ھەققىنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ئاڭلىشىمچە، بىر چوڭ بىۋاسىتە سېتىش يۈك - تاق

شىركىتى مۇشۇ خىل شەكىلدىكى ئېلاندىن پايدىلىنىپ، نۇرغۇن پۇل ئىقتىساد قىلىپ قاپتىكەن ھەم ۋەيران بولۇشتىن ساقلىنىپ قاپتىكەن.

ئەگەر سىز بىلەن ھەمكارلىشىۋاتقان شىركەتتە دەل سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزغا قىزىقىدىغان خېرىدار بولۇپ قالسا، ئىشىنىڭ ئوڭ كەلگىنى شۇ، سىز بۇ خېرىدارلار بىلەن بىۋاسىتە ئالاقىلەشسىڭىز بولىدۇ.

ھازىر سىز بىرخىل مەھسۇلاتنى قانداق لايىھىلەشنى ئۆگىنى-ۋالدىڭىز (دىققەت: بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان مەھسۇلات مەلۇم نەرسە بولۇشى مۇمكىن، مەلۇم مۇلازىمەت بولۇشىمۇ مۇمكىن)، سېتىش باھاسىنى بېكىتىش ۋە تەننەرخىنى كونترول قىلىشنىمۇ ئۆگىنىۋال-دىڭىز. يەنە مۇناسىۋەتلىك سودىنى يۈرۈشتۈرۈش، ئېلاننى قانداق يېزىش ۋە تەشۋىقات ۋاستىلىرى بىلەن قانداق مۇئامىلە قىلىشلار-نىمۇ ئۆگىنىۋالدىڭىز.

شۇنچە كۆپ ماھارەتلەرنى ئىگىلىگەن تۇرۇقلۇق، يەنە بېشى-ڭىزنى چۆكۈرۈپ ئىشلەۋېرىپ، شۇنچە كۆپ ياخشى پۇرسەتلەرنى بىكار ئۆتكۈزۈۋېتىشنى خالامسىز؟

ئون ئالتىنچى باب

ياخشى چارىگە كۆپ پۇل كەتمەيدۇ

بىر مۆتىۋەر ماڭا شۇنداق دېگەن: «كۆپ سانلىق ئادەملەر تۇرمۇش كەچۈرۈش ئۈچۈن پۈتۈن كۈچى بىلەن پۇل تېپىۋالدى-دۇ.» بۇ گەپ ماڭا قاتتىق تەسىر قىلدى. مېنىڭ قارىشىمچە، ياخشى چارە سىزگە نۇرغۇن پۇل ئىقتىساد قىلىپ بېرەلەيدۇ.

ھەقىقەتەن شۇنداق، مەن بۇنى سىزگە ئىسپاتلاپ بېرەلەيمەن. ئەگەر سىز بۇ كىتابتىكى مەزمۇنلارنى ئىنچىكە تەتقىق قىلغان بولسىڭىز، بۇ قاراشقا قوشۇلىسىز. ئەگەر سىز بۇ قاراشلارنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزسىڭىز، سىزنىڭ كىرىمىڭىز ئاز دېگەندە بىر ياكى ئىككى قاتلىنىدۇ. سىز ھازىرقى خىزمىتىڭىزگە مۇناسىۋەت-لىك ئىشلار ئۈستىدە قايتا ئويلىنىپ چىقسىڭىزمۇ، بۇنىڭمۇ مەلۇم پايدىسى بولىدۇ. تېخى ھازىرقى خىزمىتىڭىزدىن ئىستېپا بېرىپ، ئۆزىڭىز ياقتۇرىدىغان بىر خىزمەتنى تاللىسىڭىز، بۇنىڭغىمۇ بىر نېمە دەپ بولمايدۇ.

لېكىن، سىزدە ئۆزىڭىز ياقتۇرىدىغان ئىشنى قىلىش خىيالى تۇغۇلغاندىن كېيىن، سىز نېمە ئىشلارنى قىلىشىڭىز كېرەك؟ بۇ خىيالنى رېئاللىققا ئايلاندۇرۇش ئۈچۈن نۇرغۇن پۇل خەجلەشكە توغرا كېلەمدۇ؟

سىز يۈزدە يۈز خاتىرجەم بولۇڭ، بۇ پۇل مەسىلىسىگە قىلچە تاقالمايدۇ. سىزگە كېرىكى كەسىپكە پىششىق بولۇش، يەنى ئۆزى-ڭىز ياقتۇرىدىغان خىزمەتكە نىسبەتەن چوڭقۇر تەتقىقات ۋە چۈشەنچە بولۇش. سىز چارىڭىزنىڭ كارغا كېلىدىغان - كەلمەيدىغانلىقىنى

سىناپ بېقىش ئۈچۈن، ئۇنى بازارغا سېلىپ باقسىڭىز بولىدۇ. لېكىن، سىزنىڭ بۇ چارىڭىز چوقۇم تۇرمۇشىڭىز بىلەن ھەمنەپەس بولۇشى كېرەك.

مەسىلەن، ئەگەر سىز بىر كەسىپنى بىلىقچى بولسىڭىز، لې-كىن ۋاكالىتەن ماشىنا سودىسى بىلەن شۇغۇللانماقچى بولسىڭىز، بۇ ئىش بىلەن شۇغۇللانغىلى شۇنچە يىللار بولغان كەسىپ ئىلگىرى ئىچىدە سىز بۇ كەسىپكە يات ئادەم بولۇپ قالىسىز، بۇنىڭ ئاقىۋى-تىنى سۆزلەپ ئولتۇرمىساممۇ بولىدۇ. ئوخشاشلا، سىزنىڭ قاراش-لىرىڭىز رېئاللىقتىن بەكلا چەتنەپ كەتسە، يەنىلا ئاقمايدۇ.

مېنىڭ بۇ يەردە تەكىتلەيدىغىنىم، ئۈچۈر ئەڭ ھالقىلىق مە-سىلە. قاراشلىرىڭىزنى سىناقتىن ئۆتكۈزگىلى بولىدىغان نۇرغۇن يوللار بار، ئۆزىڭىز موھتاج بولغان ياردەمگىمۇ نۇرغۇن يوللار ئارقىلىق ئېرىشەلەيسىز. ئەلۋەتتە، سىزنىڭ قاراشلىرىڭىزنى باش-قىلارنىڭ كۆچۈرۈۋېلىشىدىن ساقلايدىغان زۆرۈر قوغداش تەد-بىرلىرىمۇ بار.

لېكىن، مېنىڭ قايتا - قايتا چۈشەندۈرمەكچى بولغىنىم، ياخشى چارىنى ھەقىقىي جايىغا ئىشلىتىشكە ھەقىقەتەن كۆپ پۇل كەتمەيدۇ، كېتىدىغىنى پەقەت سىزنىڭ كۆپ يىللىق تەجرىبىڭىز ۋە جۇغلانمىڭىز، يەنى سىزنىڭ بۇ كەسىپكە بولغان بىلىمىڭىز ۋە ئىشەنچىڭىز. «ياخشى چارىگە قانداق ئېرىشكىلى بولىدۇ» ۋە «ياخ-شى چارىنى قانداق قوغدىغىلى بولىدۇ» دېگەن ئىككى كىتابىمدا سىزگە خىلمۇخىل نەپ ۋە چارىلەرنى سۆزلەپ بەردىم.

بۇ ئىككى كىتاب دەسلەپتە تارقىتىلىپ مۇۋەپپەقىيەت قازانغان-دىن كېيىن، مەن ئوقۇرمەنلەرگە مەسلىھەتچى بولۇش يولى بىلەن ياردەم قىلىپ كەلدىم. ھەر ھەپتىدە بىر كۈن ۋاقىت ئاجرىتىپ، ياردەمگە موھتاج كىشىلەر بىلەن ھال - مۇڭ بولدۇم. مەن دۇنيا-نىڭ ھەرقايسى جايلىرىدىن كەلگەن خەت ۋە تېلېفونلارغا ئىمكان بار جاۋاب قايتۇردۇم.

مەن پۈتۈن زېھنىي ۋە جىسمانىي كۈچۈمنى سەرپ قىلىپ، ئوخشاش بىر مەسىلىگە قايتا - قايتا جاۋاب بەردىم. لېكىن، بۇ ئىككى كىتابنىڭ سانسىز ئوقۇرمەنلىرى ئىچىدە مەن بىلەن پىكىر ئالماشتۇرالىغانلىرى پەقەت ساناقلىقلا.

بۇ ئەھۋالغا نىسبەتەن، مەندە تۇيۇقسىز بىر ئىلھام پەيدا بولۇپ قالدى — مەن ئىشنىڭ يولىنى مەندىن سوراش پۇرسىتىگە ئېرىشەلمىگەن ئادەملەرنىڭ پۇل تېپىشىغا نېمىشقا ياردەملەشمەيمەن؟ نېمە ئۈچۈن مۇتەخەسسىسلەرنىڭ پىكرىنى يىغىپ باقمايمەن؟ بەلكىم نۇرغۇن ئادەملەر ئوخشاپ كېتىدىغان مەسىلىلەرنى سورىماقچىدۇ، لېكىن مەسلىھەت سوراش ھەققىنىڭ يۇقىرىلىقىدىن سوراشقا ئامالسىز قېلىۋاتقان گەپ. مۇتەخەسسىسلەرنىڭ پىكرىنى توپلاپ بولغاندىن كېيىن، ئۇنى قانداق قىلىپ ئۇنىڭغا موھتاج كىشىلەرگە مۇۋاپىق باھادا سېتىپ بېرەلەيمەن؟

مەن بۇ ئىشنى ھەقىقەتەن قىلدىم، بۇ ئىككى كىتاب ئاشۇ مەزمۇنلارنىڭ ھەممىسىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان، ئۇلار سىزگە بېيىش يولىنى چوڭقۇر مەزمۇنلۇق ۋە چۈشىنىشلىك قىلىپ يېشىپ بەردى.

ئەمەلىيەتتە بۇنىڭ يوللىرى ناھايىتى ئاددىي، ئاساسلىقى «ياخشى چارىگە قانداق ئېرىشكىلى بولىدۇ»، «ياخشى چارىنى قانداق قوغدىغىلى بولىدۇ» دېگەن مەسىلىگە تاقىلىدۇ. ئەگەر ھەقىقەتەن باي بولۇش خىيالىڭىز بولسا، بۇ مەزمۇنلارنى چوقۇم كۆرۈپ چىقىشىڭىز زۆرۈر. چۈنكى، بۇ قاراشلار مېنىڭ تۇرمۇشۇمدا ھەقىقەتەن ئىسپاتلانغان، سىزگىمۇ چوڭ ياردىمى تېگىدىغانلىقىغا ئىشىنىمەن. راست گەپ، ياخشى چارىدىنمۇ مۇھىم نەرسە بولمايدۇ.

بۇ ئىككى كىتابنىڭ ھەربىرىنىڭ باھاسى 6.95 دوللار، ئۇنىڭغا 2.5 دوللار يەتكۈزۈش ھەققى قوشۇلىدۇ. ئەگەر بىرلا ۋاقىتتا ھەر ئىككىسىنى سېتىۋالماقچى بولسىڭىز، سىزگە باھادا ئېتىبار بېرىمەن، ھەممىسى بولۇپ 12.95 دوللارلا ئەۋەتسىڭىز، پوچتا ھەققى كۆتۈرۈۋېتىلىدۇ.

ئەگەر زاكاز قىلماقچى بولسىڭىز، كونۋېرت تېشىغا «ياخشى چارىگە قانداق ئېرىشكىلى بولىدۇ» ياكى «ياخشى چارىنى قانداق قوغدىغىلى بولىدۇ» دەپ ئەسكەرتىپ قويسىڭىز بولىدۇ. ئەلۋەتتە، ئىسمىڭىز ۋە ئادرېسىڭىزنى ئېنىق يېزىشىڭىز كېرەك. سىز ئاددىي خەت ئارقىلىق پۇلنى تۆۋەندىكى ئادرېسقا سالسىڭىز بولىدۇ.

Joe Karbo
C/OFP Publishing Co
11231 North US Highway 1#141
North Palm Beach, Florida
33408—3216
USA

سىز بۇ كىتابتىكى ماھارەتلەرنىڭ ياردىمىدە تېزلا بېيىپ كېتىسىز.

ياخشى چارىنىڭ ھەقىقەتەن پۇلنى تېجەپ قالالايدىغانلىقىنى ئەنە شۇ چاغدا چۈشىنىسىز. سىز نۇرغۇن پۇل خەجلەپ بىر ياخشى چارە سېتىۋالغان بولۇشىڭىز، لېكىن ئۇ چارىنىڭ ئۈنۈمى تازا ياخشى بولمىغان بولۇشى مۇمكىن. ئۇنداقتا، مەن شۇنداق دېيەلەيمەنكى، ئۇ ھەرگىزمۇ ياخشى چارە ئەمەس.

ياخشى چارىنىڭ ئالاھىدىلىكى، ئۇ سىزنى پايدىغا ئېرىشتۈرىدۇ، سىز ئازراقلا دەسمايە سېلىپ، نۇرغۇن پايدىغا ئېرىشەلەيسىز. بۇ دەسمايىنى سېلىش زۆرۈر، ئۇنى ھەم سىز كۆتۈرۈپ كېتەلەيسىز. سەۋەبى ھەرگىزمۇ قىمارۋازلار ئېيتقاندەك: «بالىدىن كەچمىسەڭ، بۆرىنى قاپقانغا چۈشۈرەلمەيسەن» ئەمەس. راست، ھەممە دەسمايىنى سالساڭ بەزىدە بېيىپمۇ قالىسەن، لېكىن ئازراقمۇ ئىشەنچلىك ئەمەس.

ئىلگىرى بېشىمنى ئاغرىتقان نۇرغۇن تىجارەتنى ئويلاپ قالد-

مەن. مەن ئۇلارنى يېڭىش ئۈچۈن، بىر مەزگىل دەسلەپكى قاراشلىرىمنى ئۆزگەرتتىم، يېڭى ئۇسۇللارنى ئۈزلۈكسىز سىناق قىلدىم، ئاخىرىدا ئېرىشكىنىم سانسىز قېتىملىق مەغلۇبىيەت بولدى.

مەن ئىلگىرى بىر ياخشى چارىدىن پايدىلىنىپ نۇرغۇن پۇل تاپقانىدىم. بىر ئاغىنەم (بۇ ئاغىنەم تىجارەت سېپىدە سەككىز يىل تىرىشىپ، 11 مىليون دوللار تاپتى) ماڭا چاقچاق قىلىپ، ئۆزى بىلەن شېرىكلىشىپ ئوقەت قىلىشنى خالايدىغان - خالىمايدىغانلىقىمنى سورىدى. مەن ئۇنىڭغا سەمىمىيلىك بىلەن: «مېنىڭ مەسىلەمنى پۇل بىلەن ھەل قىلغىلى بولمايدۇ، سەن ھەرگىزمۇ ھەمكارلىشىدىغان شېرىككە موھتاج ئەمەس» دېگەنىدىم.

مەن ئىلگىرى ئېيتقان، ھازىر يەنە تەكىتلەيمەن: سىز ئېرىشمەكچى بولسىڭىزلا، قولغا كەلتۈرگىلى بولمايدىغان نەرسە يوق.

مەن ئۈچۈن سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىكىڭىزنى كۆرۈشتىن ئارتۇق خۇشاللىق يوق. ئەگەر سىز كىتابتىكى مۇھىم نۇقتىلار بويىچە ئىش قىلسىڭىزلا، چوقۇم مۇۋەپپەقىيەت قازىنىسىز.

مەيلى قانداقلا بولسۇن، سىز كىتابتىكى مەزمۇنلارنى كۆرۈپ چىقتىڭىز، بىر سىناپ باققىنىڭىز ياخشى. كىتابتىكى مەزمۇنلار چوقۇم ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدۇ. ھەربىر مۇۋەپپەقىيەت قازانغان ئادەم بۇنىڭ ئىچىدىكى بىر قىسىم ئۇسۇللاردىن پايدىلانغان. قانچە كۆپ پايدىلانغان ئادەم شۇنچە چوڭ مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىدۇ.

دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى ئىجادكارلىقنى جارى قىلدۇرىغان بىر خىل ئۇسۇل. سىز پەقەت ئۇنىڭدا دېيىلگىنى بويىچە ئىش تۇتسىڭىزلا بولىدۇ.

مېنىڭچە، بۇ خىرىسنى قوبۇل قىلىشنى خالايدىغان ئىككى خىل ئادەم بار. بىر خىلى، كۆڭۈل - كۆكسى كەڭ، ئىلگىرى بۇ پرىنسىپنىڭ ياخشى ئۈنۈمىنى كۆرگەنلىكىنى ئېتىراپ قىلىدىغان ئادەملەر؛ يەنە بىر خىلى، بىر ئاز رايى قايتقان، لېكىن ئۈمىدى ئۈزۈلمىگەن كىشىلەر. مېنىڭچە، بۇ كىتاب تۇرمۇش ھەلەكچىلى-

كىدە كۈن بويى قاتراپ يۈرگەن ئادەملەرگە ئەڭ چوڭ مەنپەئەت بېرىدۇ.

لېكىن، مېنىڭ ئەڭ ئەنسىرەيدىغىنىم، ئاشۇ ئىككى خىل ئادەملەر ئوتتۇرىسىدا قىسىلىپ يۈرگەن ئادەملەر. ئۇلار بەلكىم: «ھەي، بۇ يەنە شۇ ئاكتىپ تەپەككۇر شەكلى توغرىسىدىكى كىتابكەنغۇ، مەن بۇنداق كىتابلارنى كۆپ كۆرگەن!» دېيىشى مۇمكىن. راست، ئۇلار بۇنداق كىتابلارنى كۆپ كۆرگەندۇ، لېكىن ئەزەلدىن ھەرىكەتكە ئايلاندۇرۇپ باقمىغان. ئۇلار قورساق بېقىشقىلا يېتىدىغان ئاشۇ ئازغىنە كىرىمگە شۈكۈر قىلىپ ئۆتىدۇ.

ئەمەلىيەتتە، سىز ھەقىقىي موھتاج نەرسە يالغۇز ئاكتىپ تەپەككۇر شەكلىلا ئەمەس. مەنمۇ بۇ جەھەتتىكى كىتابلارنى كۆپ ئوقۇغان، ئۇلاردىن نۇرغۇن پايدىلىق ئىلھاملارغا ئېرىشكەن. لېكىن، دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسى يالغۇز بىر خىل ئاكتىپ تەپەككۇر شەكلى ئەمەس، ئۇ مەيلى ئىلمىي جەھەتتىن، مەيلى پسىخىك جەھەتتىن بولسۇن، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشقا مۇناسىۋەتلىك بارلىق كۆزقاراشلارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان. بۇ ئۇسۇلنى ئىشلىتىپ بېقىڭ! ئۇ چوقۇم ئۈنۈم كۆرسىتىدۇ.

بەلكىم سىز بىۋاستە سېتىش تىجارىتىگە ئانچە قىزىقماسلىقىڭىز مۇمكىن. ئەمما، مەن ئۇنى ياخشى كۆرىمەن. چۈنكى ئۇ نامراتلارنى قەد كۆتۈرگۈزەلەيدىغان بىردىنبىر تىجارەت شەكلى. ئۇ ئۇلارنى ئۆزلىرى ياقتۇرىدىغان تۇرمۇشقا ئىگە قىلىدۇ، ئۆزلىرى ئارزۇ قىلغان ھەممە نەرسىگە ئېرىشتۈرىدۇ.

لېكىن، سىز بىۋاستە سېتىش تىجارىتىگە ۋە باشقا ھەرقانداق چارىگە قىزىقىڭ ياكى قىزىقماڭ، سىزگە شۇنداق كاپالەت بېرەلەيمەن: دىنامىكىلىق پسىخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ سىزگە چوقۇم ياردىمى تېگىدۇ. سىز ئۆزىڭىز ئويلىغان ھەرقانداق ئىشنى خالىغانچە قىلالايسىز. قانداق قىلىشىمنى بىلمەيمەن، دېگەن گەپنى ماڭا قىلماڭ، سىز ئىگىلىگەن بىلىم ئاز ئەمەس، مېنىڭ ئەينى چاغدىكى

ئاشۇ ئازغىنە بىلىمىمگە سېلىشتۇرغاندا، كۆپ ئېشىپ كەتتى.
سىز بۇ كىتابتىكى مەزمۇنلارنى ئاستا - ئاستا ھەزىم قىلىسىڭىز، ئۇنىڭدا كۆرسىتىلگەن ئۇسۇللارنى ئاز - ئازدىن ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزسىڭىز بولىدۇ. ئۇنىڭ سىزنى ئىقتىسادىي جەھەتتىنلا مۇستەقىللىققا ئېرىشتۈرۈپ قالماي، روھىي جەھەتتىنمۇ ئازادىلىككە ئېرىشتۈرىدىغانلىقىغا ئىشىنىڭ!

1 - قېتىملىق نىشان

....
....
....
....
....
....
....

1 - قېتىملىق نىشانىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان كونكرېت پىلانىڭىزنى يېزىڭ

....
....
....
....
....

تەجرىبە - ساۋاقلىرىڭىزنى خۇلاسىلەپ يېزىڭ

....
....
....
....

2 ـ قېتىملىق نىشان

2 ـ قېتىملىق نىشانىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان كونكرېت پىلانىڭىزنى يېزىڭ

تەجرىبە ـ ساۋاقلىرىڭىزنى خۇلاسىلەپ يېزىڭ

3 ـ قېتىملىق نىشان

3 ـ قېتىملىق نىشانىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان كونكرېت پىلانىڭىزنى يېزىڭ

تەجرىبە ـ ساۋاقلىرىڭىزنى خۇلاسىلەپ يېزىڭ

4 - قېتىملىق نىشان

....

....

....

....

....

....

....

4 - قېتىملىق نىشانىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان كونكرېت پىلانىڭىزنى يېزىڭ

....

....

....

....

....

تەجرىبە - ساۋاقلىرىڭىزنى خۇلاسىلەپ يېزىڭ

....

....

....

....

بۇ كىتاب ئېلېكترون سانائەت نەشرىياتىنىڭ 2003 - يىلى 8 - ئاي 1 - نەشرى، 2003 - يىلى 8 - ئاي 1 - باسمىسىغا ئاساسەن تەرجىمە ۋە نەشر قىلىندى.

本书根据电子工业出版社 2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷本翻译出版。

هۆرۈنلارنىڭ بېيىش يولى

ئاپتورى: ج. كاربو (ئامېرىكا)
تەرجىمە قىلغۇچى: مۇنارجان توختاخۇن
مۇھەررىرى: ئازاتگۈل ئاتاۋۇللا
مەسئۇل مۇھەررىرى: ئازات ئالماس
مەسئۇل كوررېكتورى: رەناگۈل ئابلىمىت، ئايگۈل ھاشىم
نەشر قىلىپ تارقاتقۇچى: شىنجاڭ خەلق نەشرىياتى
ئادرېسى: ئۈرۈمچى شەھىرى جەنۇبىي ئازادلىق يولى 348 - نومۇر
پوچتا نومۇرى: 830001
باسقۇچى: شىنجاڭ مورتوم (MORTOM) مەتبەئەچىلىك چەكلىك شىركىتى
فورماتى: 850×1168 مىللىمېتىر 1/32
باسما تاۋىقى: 10.375
نەشرى: 2004 - يىلى 4 - ئاي 1 - نەشرى
باسمىسى: 2007 - يىلى 4 - ئاي 2 - بېسىلىشى
تىراژى: 3001—13060
كىتاب نومۇرى: ISBN 978—7—228—08691—7
باھاسى: 16.00 يۈەن