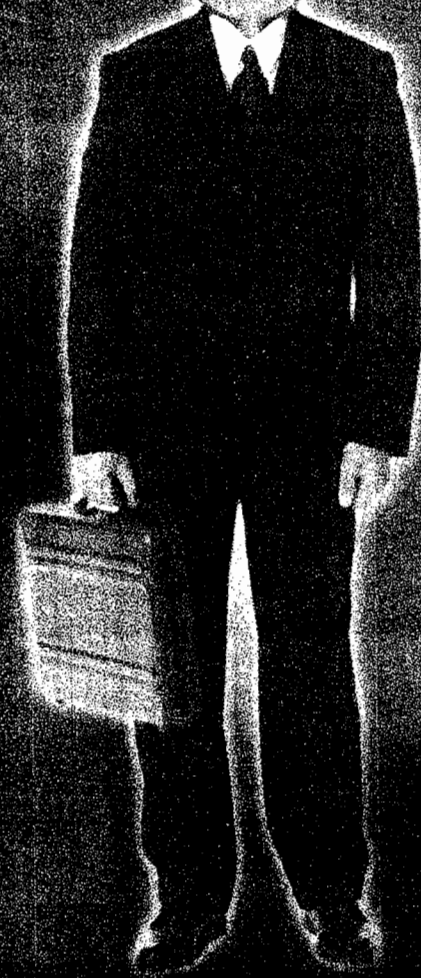


جوئى كارىنو (ئامېرىكا)

ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولى

تەرجىمە قىلغۇچى: مۇلازىمەت توغرىدا

شىنجاڭ خەلق نەشرىياتى



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 بىرەرىنىمۇ مەكتەپتە ئوقۇتالمىغان، كالىمغا ھەرخىل خىياللار كېچىپ باشقا جايلارغا كەتمەكچى بولغان بىر ئىنسان ئىدىم. كەچىككەنە روزغارىمغا يوپۇرۇلۇپ كەلگەن ۋاقىتتىن بېرىم - قاينۇ، يەلگەننى كېچە - كۈندۈز بېسىپ تۇرغان قەرزنى قايتۇرۇش ھەلەكچىلىكىدە بالىلىرىم بىلەن جاپا - مۇشەققەتكە چىداپ، تالاي تىرىشچانلىقلارنى كۆرسەتكەن بولساممۇ، ئاخىر قىلغان ئىشلىرىم مەغلۇبىيەت بىلەن ئاخىرلاشقاندى. بۇنىڭ بىلەن، ئىقتىسادىي ۋە مەنىۋى تۇرمۇش ئەھۋالىم بارغانسېرى يامانلاشقان، ئۆزۈم تېخىمۇ چۈشكۈنلىشىپ، كۆڭلۈم ھېچنەمگە تارتمايدىغان، ھېچ ئىش خۇشياقمايدىغان، ھەدەپسىلا ھاراق ئىچىپ دەردىمنى چىقىرىدىغان كۈنگە قالغانىدىم. بۇ مەزگىلدە كالىمدا بىرەر ئىشنىڭ پېشىنى تۇتۇپ پۇل تېپىش ئارقىلىق مېنى كېچە - كۈندۈز ئارامىدا قويىمىغان قەرزىمنى قايتۇرۇپ، ئۆزۈمنى ئوڭشاشنىڭ ھېچقانداق يېڭى پىلانى يوق ئىدى. ئىشقىلىپ، نېمە قىلارمىنى بىلمەي گاڭگە - راپلا يۈرگەندىم... ئاخىر تەلىمىگە ماڭا ئامەت قۇچىقىنى ئاچتىم. مۇ، 2004 - يىلى 5 - ئاينىڭ مەلۇم بىر كۈنى قىزىمنىڭ «ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولى» دېگەن كىتابىنى ئوقۇۋاتقانلىقىنى بىلدۈردى. ۋە كىتابىنى قولۇمغا ئېلىپ بىر قۇر ۋاراقلاپ كۆزۈم توساتتىن «دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى (سىزنى ئۆزىڭىز دۇنيادا ئېرىشتىنى خالىغان ھەممە نەرسىگە ئېرىشتۈرىدۇ» دېگەن قۇرلارغا چۈشۈپ قالدى - دە، كۆڭلۈم پاللىدە يۈرۈپ كەتكەندەك بولدى! زېھنىمنى يىغىپ كىتابىنى قايتا - قايتا ئوقۇدۇم، ئوقۇغانسېرى مېڭەم سەگەكلىشىپ، گويا يېپيېڭى تۇرمۇش يولىغا ئېرىشكەندەك

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

بولدۇم. «دېنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى سىز كونكرېت نشان 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 تۈرگۈزۈپ، كونكرېتنى قارار، پىلان ۋە نىشانىمنى ئىنچىكىلىك بىلەن تۈزۈپ، بۇلارنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ كونكرېت ئۇسۇللىرىنى بېكىتتىم.

«ھەقىقىي ئېنىق پىلان تۈزۈپ چىققان كىشىلەر ئۆزىنىڭ ھايات يولىدا كۆڭلىگە پۈتكەنلىرىنى 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 پىلانىمىز، نىشانىمىز 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 مىڭ يۈەندە 30 مىڭ تۈپتىن ئارتۇق دەل - دەرەخىم بار، دېھقانچىلىق، ئورمانچىلىق، چارۋىچىلىق ۋە ئائىلە سايھىتى كەسپى بىر گەۋدىلەشكەن كىچىك بىر ئۇنىۋېرسال مەيدانىم بارلىققا كەلدى. راستىننى ئېيتسام، ئىش - ئوقتىم جايدا، كەيپىم چاغ، ئائىلە تۇرمۇشىمۇ شۇنداق كۆڭۈللۈك ... ماڭا ھەقىقەتەن «تەلەي» قوشلاپ كەلدى. دەرھەقىقەت، بىز دەۋاتقان تەلەي ئەمەلىيەتتە، كىشىلەرنىڭ تەبىئەت مۇئەللىمى تەرىپىدىن توغرا ياكى خاتا پايدىلانغانلىقىنىڭ نەتىجىسى ئىكەن. بىز بېيىغاندا، باشقىلارنى ئويلاش مەرىپەتپەرۋەر تىجارەت.

رەتچىلەرنىڭ ئېسىل خىسلىتى، يەنى «بىز ماددىي بايلىقتىن باشقا، يەنە شەخسىي ساپا ۋە پەزىلەتكىمۇ موھتاج.» دېمەكچى، مەن ھالال كەسپ بىلەن شۇغۇللىنىپ روناق تېپىۋاتقان چېغىمدا، نۇرغۇن قېرىنداشلىرىم، دوست - ئاغىنىلىرىم يەنىلا قاتمال ئىدىيە، ناچار پىسخىكا ۋە پوزىتسىيە تەسىرىدە بېكىنىلمىلىق، ھۇرۇنلىق، ئەقىل - ئىداراكنى 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 كۆڭۈلدەك كىدەك نەتىجە يارىتىمەن دەيدىكەن، بۇ ئەڭگۈشتەر كىتابتىكى كۆرسەتمىلەر بويىچە ئىش كۆرگەندىلا چوقۇم كۆزلىگەن نشان - مەقسەتتىكىگە يېتەلەيدۇ. بۇ خۇسۇسىدا ياخشى كۆڭلۈمنى دوستلارغا تەقدىم ئېتەي دېسەم، ھازىر بۈگۈن كىتابخانلاردا يوق ئىكەن. شۇڭا، مەن شىنجاڭ خەلق نەشرىياتىغا قايتا بېسىپ بېرىشنى ھاۋالە قىلدىم. سۆزۈمنىڭ ئاخىرىدا سەمىمىيلىك بىلەن شۇنداق دېمەكچىمەن: كىيىن بۇ كىتابنى بىر نەچچە 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 ئۆزگەرەلمەي كېلىۋاتقان ناچار ئادەت بىلەن پاسسىپ پوزىتسىيىڭىزنى تۈپتىن ئۆزگەرتىپ، سىزنى 21 - ئەسىرگە لايىق يېڭى ئىختىساس ئىگىلىرىدىن قىلىپ يېتىشتۈرىدۇ.

ھۆرمەتلىك ئوقۇرمەن، كىتاب تارقىتىلغاندىن كېيىن چۈشەندۈرۈلگەن جايلارنىڭ بولسا، مەن بىلەن ئالاقىلىشىڭ. تېنىڭىزنىڭ سالامەتلىك، تۇرمۇشىڭىزنىڭ بەختلىك، ئۆزىڭىزنىڭ مەڭگۈ باي بولۇشىڭىزنى تىلەيمەن.

غۇلجا ناھىيە بايتۇقاي يېزىسى

ھۆرمەت بىلەن: نۇرغۇلى تۆمۈر

تېلېفون: 4360065 - 0999

ئائىلە تۇرمۇش ئەھۋالىڭىزنىڭ خاتىرىسى
- يىلى - ئاينىڭ - كۈنى

ئىسىم فامىلىسى	تۇغۇلغان ۋاقتى	
جان سانى	تۇغۇلغان جايى	
مۇقىم كەسپى	ھازىرقى ئادرېسى	
قوشۇمچە كەسپى	دادىسىنىڭ يۇرتى	
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		
يەتەكچى بولغان نىشانىڭىز		
ئۆمرىڭىزدە تاپماقچى بولغان پۇلىڭىز		

ھۆرمەتلىك ئوقۇرمەن

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

* * *
دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزنى ئۆزىڭىز دۇنيادا ئېرىشىشنى خالىغان ھەممە نەرسىگە ئېرىشتۈرىدۇ. 11 يىل ئىلگىرى، مېنىڭ ئەھۋالىم ۋەيران بولغانلار-نىڭكىدىنمۇ پاجىئەلىك ئىدى — 50 مىڭ دوللاردىن ئوشۇق قەرزگە بوغۇلۇپ كەتكەنىدىم، ئىلگىرىمە قالغان بىردىنبىر دۇنيايىم خوتۇنۇم بىلەن سەككىز بالام بولدى. بىز بىر كونا ئۆيىنى ئىجارىگە ئالدۇق، ئۆيىنىڭ ئەتراپى خارابىلىك ئىدى. قولىمىزدا بارى بەش يىل ئىشلەتكەن، شالاقلاپ قالغان ئەب-جەق ماشىنا ئىدى. بانكىدا بار - يوقى يۈز - ئىككى يۈز

دوللار پۇلىمىز بار ئىدى. لېكىن، مەن بۇ كىتابتا سۆزلەد-
گەن 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 سۈي-
لەپ ئۆيۈمگە كەلمەيدىغان بولدى!

♣ مەن تۈندۈر بىر دىئالوگ يېزىشقا باشلىدىم.
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 باشلى-
نىش!

ھازىر مەن 250 مىڭ دوللارغا يارايدىغان ئۆيدە ئولتۇ-
رىمەن. مېنىڭ بۇ ئۆيىنى مۇنچىلىك پۇلغا يارايدۇ دېيىشىمىد-
كى سەۋەب، ئىلگىرى بىرەيلەن بۇ ئۆيىنى شۇ باھادا سورى-
غان، لېكىن ساتمىدىم. مېنىڭ ئۆيىنى رەنىگە قويۇپ قەرز
ئالغان پۇلۇم بۇ ساننىڭ يېرىمىغىمۇ يەتمەيدۇ. مېنىڭ بۇ
پۇلىنى قايتۇرۇۋەتمەسلىكىمدىكى بىردىنبىر سەۋەب، مېنىڭ
پاج بوغالتىرىم پەقەت ئەخمەقلەرلا شۇنداق قىلىدۇ، دەپ
تۇرۇۋالدى. مېنىڭ ئىشخانىم دېڭىز ساھنىلىدا، ئۆيۈم بىلەن
ئارىلىقى بىر يېرىم مېلچە كېلىدۇ. مەن بىلەن ئارىلىشىد-
غان نۇرغۇن كىشىلەر مېنىڭ كۈن بويى ئىشخانىدا ئالدىراش

يۈرمەيدىغانلىقىمنى، لېكىن قىلىدىغان ئىشمنىڭ كۆپلۈك-
نى 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 ئۆتكۈزد-
مەن. مەن بۇ ئۆيىنى 30 مىڭ دوللارغا سېتىۋالدىم، پۇلىنى
نەق ساناپ ئالدىم.

ھازىر ئىلگىرىدىكى كىچىك كېمە ۋە كادىلاك ماركىلىق
بىر ماشىنام بار، ھەممىسىنىڭ پۇلىنى تۆلەپ بولدۇم.
بىزدە پاي چىقى، زاپوم، سالغان مەبلەغ بولغاندىن
باشقا، بانكىدا يەنە خېلى كۆپ پۇلىمىز بار. ئەڭ مۇھىمى،
مەن بىباھا بىر گۆھەرگە — ئائىلەمدىكىلەر بىلەن خۇ-
شال - خۇرام جەم بولالايدىغان ۋاقىتقا ئېرىشتىم.
مەن ئۆزۈمنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش سىرىمنى —
ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولىنى سىزگە ئېيتىپ بەردىم. بۇ
سىرنى ھازىرغىچە پەقەت بىر نەچچە يېقىن دوستۇمغىلا ئېي-
تىپ بەرگەن.

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

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

مۇندەرىجە

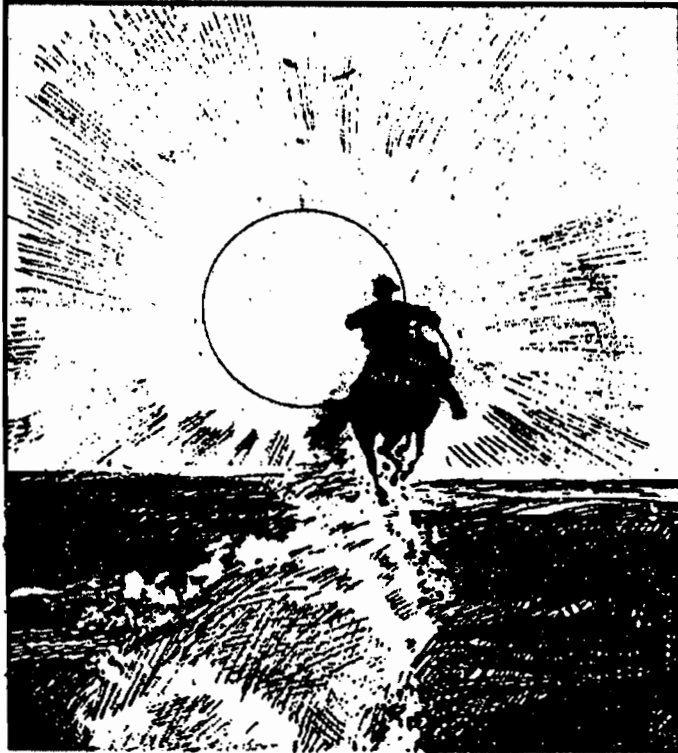
بىرىنچى قىسىم

بىرىنچى باب	سىز يولغا چىقىپ بولىدىڭىز 3
ئىككىنچى باب	سىزدە ھازىرمۇ كەمتۈكلۈك بار... 22
ئۈچىنچى باب	قورقۇنچ بىر خىل پاسسىپ ئامىل 38
تۆتىنچى باب	پىلانمىزنى ھەرىكەتكە ئايلاندۇر- رايلى 44
بەشىنچى باب	تىزىملىكتىكى ئىشلارنى ئىنتىلىش نشانىڭىزغا ئايلاندۇرۇڭ 50
ئالتىنچى باب	قانچىلىك ۋاقىت كېتىدۇ 75
يەتتىنچى باب	سىزدىكى يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇ- تېرىڭىز 93
سەككىزىنچى باب	سىز ھازىر قەيەردە 113

ئىككىنچى قىسىم

توققۇزىنچى باب	پاسسىپ ئامىللارنى يوقىتىڭ... 125
ئونىنچى باب	ئاكتىپ ئامىلنى تەكىتلەش ... 132
ئون بىرىنچى باب	دۇنيادىكى ئادەمنى ھاياجانغا سال- دىغان تىجارەت شەكلى 137

بىرىنچى قىسىم



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

بىرىنچى باب

سىز يولغا چىقىپ بولىدىڭىز

سىز ھازىر كۆڭلىڭىزگە پۈككەن ئىشنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش يولىغا قەدەم بېسىپ بولىدىڭىز، 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 قالدىغىنى 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 پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئەمەلىيەتكە باغلاشنىڭ مۇھىم بىر تەركىبىي قىسمى، ھەممە نەرسىنى ئېنىق كۆزىتىش ۋە ھەرقانداق چەكلىمىدىن قۇتۇلۇشتىن ئىبارەت. سىز يۇقىرىدىكى بىرىنچى جۈملىنى ئوقۇغاندا، بۇكىتابنىڭ سىزگە نېمىلەرنى ئېيتىپ بېرەلەيدىغانلىقىغا مەلۇم بىر چەك قويغان بولۇپ شىڭىز مۇمكىن. لېكىن، مۇھىمى سىز بۇنداق چەك قويۇشتىن

ساقلىنىڭ.

بۇ بايىتنى بىرىنچى جۈملە سۆزى يەنە بىر قېتىم كۆزىڭىزدىن ئۆتكۈزۈۋېتىلى!

«سىز ھازىر كۆڭلىڭىزگە پۈككەن ئىشنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش يولىغا قەدەم بېسىپ بولىدىغىز، 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 تەپەككۈرىڭىز بويىچە ئىخ-تىيارسىز ھالدا: «ئۇنىڭدا دېيىلىدىغانلىقىنى 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 ئەخمەق-لەرلا ئاسان ئىشىنىپ قالىدۇ. ئۆزىنى قاتتىق چەكلەشتىن قۇتۇلغان ئاقىللار بولسا: «قانداق قىلسام بولىدۇ؟» دېگەن سوئالنى قويدۇ.

ئۆزىڭىزنى چەكلەپ تۇرغىنىڭىزدىن خىجىل بولماڭ. بايلىققا ئېرىشەلمەسلىكىڭىزنى «بىلىدىغانلىقىڭىز» ياكى ئۇنىڭدىن «قورقۇنىدىغانلىقىڭىز» 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 چىقىشىڭىز، بۇ سىر ئېچىلىدۇ. ئەمدى سىز ئۆزىڭىزنى چەكلەشنى بىر چەتكە قايرىپ قويالايسىز؟ ئادەمنى مەغلۇبىيەتكە ئېلىپ بارىدىغان گۇمانلارنى بىر ياققا چۆرۈۋېتىپ، قانداق قىلسا بولىدىغانلىقىنى ئۆگىنىپ باقامسىز؟

مانا بۇ سىز بېسىشقا تېگىشلىك بىرىنچى قەدەم. سىز ھەرقا-داق ئىشتىن گۇمانلانسىڭىز بولىدۇ، لېكىن دىنامىكىلىق پىسخو-لوگىيە نەزەرىيىسىگە ئىشەنمىسىڭىز بولمايدۇ — ھۇرۇنلارنىڭ بې-يىش يولى — سىزگە ئەسقىتىپ قېلىشى مۇمكىن.

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

دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى: ئاسان چۈشەن-گىلى بولمايدىغان، لېكىن مۇھىم تەبىئەت قانۇنىيىتىنى پىلانلىق ئىشلىتىپ، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش يولىدا قەدەممۇقەدەم تەكشۈ-رۈش، مۇھاكىمە ئېلىپ بېرىش ۋە ئۇنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش. سىز دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئۆگىنىش جە-ريانىدا، ئىلگىرى ئاڭلىغان بەزى ئاساسلىق پاكىتلارنى بايقىشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، ھازىر سىز بىر خىل يېڭى ئىدىيىنىڭ يېتەكچى-لىكىدە، شۇنىڭغا ئوخشاپ كېتىدىغان بەزى ھەقىقەتلەرنى تونۇپ يېتىسىز، ئۆزىڭىزنىڭ مەسلىسىنى ئۇلاردىن پايدىلىنىپ قانداق

ھەل قىلىشنى ئۆگىنىۋالسىز. 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 بىر ئاز غەلىتە تۇيۇلۇشىمۇ مۇمكىن. سىزنىڭ كۆڭلىڭىزدىكى تۇمانلارنى تارقىتىۋېتىش ئۈچۈن، دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ماڭا نېمىلەرنى قىلىپ بەرگەنلىكىنى سۆزلەپ بېرەي. ئۇنى تېخىمۇ توغرا چۈشىنىدۇ. ئېلىشىڭىز ئۈچۈن، ئاۋۋال مېنىڭ 11 يىل ئىلگىرىكى ئەھۋالىمنى چۈشىنىپ بېقىڭ.

ئۇ چاغدا مەن ئىشسىز ئىدىم. ئەر - خوتۇن ئىككىمىز سەككىز بالا بىلەن ئۆرۈلۈپ كېتەي دېگەن بىر ئەسكى ئۆيدە ئولتۇراتتۇق، ئۆيىنىڭ ئەتراپىمۇ خارابىلىك ئىدى. پۈتۈن ئۆيدىكىلەر كوندىراپ ئەبجىقى چىقىپ كەتكەن تۈندىرىدە ماركىلىق بىر ماشىنىنى ئىشلىتەتتۇق، ئۇ ماشىنىنىمۇ مېنىڭ تەستە پۇل يىغىپ ئالغاندۇق. 50 مىڭ دوللار قەرزىمىزمۇ بار ئىدى. ئاشۇنداق تەس كۈنگە قالغان كۈنلەرنىڭ بىرىدە، دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ياردىمىدە «ھەقىقىي ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسە» گە ئېرىشەلەيدىغانلىقىمنى ئاڭلاپ قالدىم. مېنىڭ ئەينى چاغدىكى ھېسسىياتىمنى 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. بىر ئاز ئەخمىقانە، كۆرۈنۈشتە بەكلا ئاددىي بولسىمۇ، مەندەك ئۈمىدسىزلىك پاتىقىغا پېتىپ قالغان ئادەم ھەرقانداق نەرسىنى سىناپ بېقىشقا ئۇرۇنۇپ باقىدىكەن. شۇڭا، ئۇلار «ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسە» گە ئېرىشەلەيدىغانلىقىمنى ئېيتقاندا، مەن بىر سىناپ بېقىش نىيىتىگە كەلدىم. مەن ئىلگىرى ئۇخلىساممۇ 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 خەجەلەپ، مارىنا رايونىدىن بىر كورپۇس ئۆي سېتىدۇ. ئالدىم. كېيىن ئۇنى بىر قۇر زىننەتلەپ چىقتۇق، ھازىر ئۇنىڭ قىممىتى 500 مىڭ دوللاردىن ئاشىدۇ. مېنىڭ بۇنداق دېيىشىمدىكى سەۋەب، ئىلگىرى ئۇنى بىرەيلەن مۇشۇ باھادا سېتىدۇ. ئالماقچى بولغان، مەن ساتمىدىم.

نىشان: «مەن تۈندىرىدە ماركىلىق، قارا رەڭلىك يېپىيىشنى ماشىنىغا ئېرىشىمەن.»

ئەمەلىيەت: مەن 30 كۈن ئىچىدە مۇشۇ خىل ماشىنىنى ماڭا ئېلان قىلدۇرماقچى بولغان بىر ماشىنا سېتىش شىركىتى بىلەن كۆرۈشۈپ قالدىم. بۇ شىركەتنىڭ دىرېكتورى مېنىڭ كۈن بويى ئەبجىقى چىقىپ كەتكەن «تۈندىرىدە» ھەيدەپ يۈرگىنىمنى كۆرۈپ، يۇمۇرلۇق قىلىپ ماڭا: بۇ بىزنىڭ ماشىنا سېتىش شىركىتىمىز ئۈچۈن نومۇس، دېدى. ماڭا تۈندىرىدە ماركىلىق قارا رەڭلىك يېپىيىشنى ماشىنىدىن بىرنى بەردى. بىرنەچچە ئاي دىن كېيىن ئۇنى ئۆزۈم پۇل چىقىرىپ سېتىۋالدىم.

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

ئەمەلىيەت: بۇلتۇر تاپقان پۇلۇم بۇ ساننى ئىككى قاتلىدى.

نىشان: «مەن ئىشلىرى ئوبدان يۈرۈشۈپ تۇرغان بىرنەچچە

چە كىچىك شىركەتكە ئېرىشىمەن. مەن كۈنك-
رېت باشقۇرۇش خىزمەتلىرىنى ئىقتىدارى بار
ئادەملەرگە تاپشۇرىمەن.»

ئەمەلىيەت: مەن بۇ نۇقتىنى ھەقىقىي ئەمەلگە ئاشۇرالىدىم.
نشان: «مەن بىر كېمىگە ئېرىشىمەن. بۇ كېمەم سىتېۋ
مارتىنىڭ كېمىسىگە ئوپمۇئوخشاش بولىدۇ.»
ئەمەلىيەت: مېنىڭ مۇشۇنداق كېمىگە ھەۋەس قىلىپ يۈرگەن
نىمىگە ئىككى يىل بولغانىدى، بىر ئاغىنەمدە دەل
مۇشۇنداق كېمە بار ئىدى. مەن بۇ نشاننى بى-
كىتكەن 30 كۈن ئىچىدە، ئۇ ئاغىنەم ماڭا تېلپ-
غون بېرىپ، كېمىسىنى تۆۋەن باھادا ساتماقچى
ئىكەنلىكىنى، ئەگەر خالىسام، ھەرقانداق شە-
كىلدە پۇل تۆلەش يولى بىلەن ئېلىۋالسام بولىدۇ.
غانلىقىنى ئېيتتى. ئاغىنەمنىڭ تەكلىپىنى شەي-
تاننىڭ كەينىگە كىرگەندەكلا قوبۇل قىلىدىم. ھا-
زىر بىزدە ئىككى كېمە بار، ئىككىلىسىنى نەق
پۇلغا ئالغان.

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

پۈتۈن كۈچۈم بىلەن پۇل يىغىپ قەرز قايتۇرۇشقا
ئامالسىز قالدىغانلىقىمنى تاپىلىدىم. مەن بۇ
قەرزلەرنىڭ ھۆددىسىدىن چىقىپ كېتەلەيدىغانلىقىم-
قىمىغا 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 بولىدۇم.

ئەمدى سىلەر ئەگەر دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى
بىر ماڭلا ماس كېلىدۇ دەپ ئەنسىرىسەڭلار، ئۇنداقتا ئېرىنىمەي
تۆۋەندىكى پاكىتنى ئەستايىدىل كۆرۈپ چىقىڭلار.
بىرنەچچە يىل ئىلگىرى، بىر يىگىت ئۆزىنىڭ پرىستانىنى ماڭا
سېتىپ بەردى. ئىككىمىز بىللە بولغان چاغلاردا، مەن ئۇنىڭغا
دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى سۆزلەپ بېرىتتىم. مې-
نىڭ بۇنداق قىلىشىمدىكى سەۋەب، ئۇ ئىككىمىز دېيىشمەيدىغان
گېپى يوق يېقىن دوستلاردىن بولۇپ قالغانىدۇق. ئۇ ماڭا ئۆزى
ئىشلەۋاتقان شىركەتنىڭ ۋەيران بولۇش گىردابىغا بېرىپ قالغانلىقى-
قىنى، ئۆزىنىڭ ئىشسىز قېلىش خەۋىپىگە دۇچ كەلگەنلىكىنى سۆز-
لەپ بەردى. ئۇنىڭ پۈتۈن مال - مۈلكى 300 دوللارغا يارايدىغان
بىر مۆتىدىللىك ئىدى. ئۇ يەنە بانكىغا 102 دوللار قەرز ئىدى.
ئىلگىرىمۇ ئۇنىڭ يىللىق كىرىمى 10 مىڭ دوللاردىن ئېشىپ
باقماپتىكەن.

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

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

دەسلەپكى نىشان: يىللىق كىرىمىنى 18 مىڭ دوللارغا يەتكۈزۈش.

ئەمەلىيەت: ئۇ بىر يىلدا 40 مىڭ دوللار تاپتى. ئۇنىڭ شىركىتىنىڭ پاي چېكى نىيۇيورك 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.
ئەمەلىيەت: ئۇنىڭ كۆزىگە كۆرۈنۈپ تۇرغان بېيىش يۈزىنى 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 مېنىڭكىدەك.

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

دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى سىناپ باققان ھەر بىر ئادەم ئۇنىڭ ھەقىقەتەن ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدىغانلىقىنى بايقايدۇ. ئەمەلىيەتتە، مەن ھازىرغىچە دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ 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 ئەجەبلىنىرىسىز.

20 - ئەسىرنىڭ 50 - يىللىرىدىلا، خېلى چوڭ شىركەتلەرنى ئوبدان يۈرۈشتۈرۈپ كېتىۋاتقان ئاساسلىق باشقۇرغۇچى خادىملار سىز قوبۇل قىلىش ئالدىدا تۇرغان بۇ ھەقىقەتلەرنى تونۇشقا باشلىدى. ئاتالمىش «مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئىلمىي ئاساسى» ئۈستىدە بىر رىئەتچى 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 يىغىنلىرى 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 ئىگىلىۋاتىدۇ.

لىدۇ. بۇ بىلىملەردىن پايدىلىنىپ، ئىشلىرىدا مۇۋەپپەقىيەت قازىد. نىدۇ. مۇۋەپپەقىيەت قازانغاندىن كېيىن ئېرىشكەن زور پايدىغا سېلىشتۇرغاندا، دەسلەپتە خەجلىگەن بىرنەچچە مىڭ دوللار ھېچنە. مىڭ ئەرزمەس 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 ئاچقۇچىغا تولۇمۇ قىزىقىدۇ. مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئاچقۇچى توغرىسىدا ئېچىد. 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 يە. غىنىلىرى ئاچىدۇ. بۇنداق يىغىنلارغا قاتنىشىدىغانلارنىڭ چىقىمى شۇنداق يۇقىرى، قاتنىشىدىغانلارمۇ يۇقىرى دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىلار بىلەنلا چەكلىنىدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، بۇنداق پۇرسەتكە ئېرىشىدىغانلار ناھايىتى ئاز سانلىقنى ئىگىلەيدۇ.

مۇۋەپپەقىيەت ئاچقۇچى ئۈستىدە تەتقىقات ئېلىپ بېرىش خېلى بۇرۇنلا باشلانغان، يەنە كېلىپ توختاپ قالماي داۋاملىشىپ كېلىۋاتىدۇ. كىشىلەر ئىنسانىيەت تەرەققىياتىنىڭ ھەر بىر باسقۇچىدىكى مۇنازىرە تەلەپ قىلمايدىغان پاكىتلارنى يىغىپ ھەقىقەتنى شەكىللەندۈردى، بارغانسېرى نۇرغۇن كىشىلەر ئۇنى تونۇپ يەتتى. كىشىلەرنىڭ بۇ تەتقىقاتتىكى يېڭى بايقاشلىرىنىڭ ئۈزلۈكسىز خۇلاسەلىرىنى ئىشلىگەن ئىككىنچى، كىشىلەرنى مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشقا يېتەكلەيدىغان ئەندىزىمۇ بارغانسېرى ئېنىق نامايان بولۇشقا باشلىدى. ئۇ ئەندىزىلەر نېمە ئۈچۈن «بەزىلەر چوقۇم غەلبە قىلىدۇ،

بەزىلەر بولسا مۇقەررەر مەغلۇپ بولىدۇ» دېگەن مەسىلىنى يېشىپ بېرىدۇ. تېخىمۇ مۇھىمى، ئۇ ئەندىزىلەردىن تۇغۇندى بولغان قائىدە - پرىنسىپلار ئۇنىڭغا ئەمەل قىلغان ئادەملەرنى مەغلۇپىيەتتىن يىراق قىلىدۇ.

سىز دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى تۇرمۇشىڭىزغا قانداق تەتبىقلاشنى ئۆگىنىۋالامسىز؟ سىز چوقۇم ئۆگىنىۋالايسىز.

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 نېمە ئۈچۈن بەزى ئىشلارنى قىلىپ بولۇپ، ئارقىدىنلا پۇشايمان قىلىدىغانلىقىڭىزنىمۇ چۈشىنىسىز. ئوخشاشلا مۇھىمى، سىز قانداق قىلىپ باشقىلارنى ئۆزىڭىز ئۈچۈن جان تىكىپ ئىشلەيدىغان قىلىشنى، كۆڭلىڭىزدە ئويلىغانلىرىڭىزنى قانداق ئەمەلگە ئاشۇرۇشنى ئۆگىنىۋالايسىز.

سىز مۇۋەپپەقىيەت قازانغان يەنە بىر ئادەمنى كۆرگەندە: «ئۇ نېمىدېگەن تەلەپلىك!» دەپ ئۈمىدلىنىدىغان بولىسىز. چۈنكى، سىز «تەلەپلىك» ياكى «تەقدىر» دېگەنلەرنىڭ بىر ئادەمنىڭ مۇۋەپپەقىيەت ياكى مەغلۇپىيىتى بىلەن قىلچە مۇناسىۋىتى يوقلۇقىنى تونۇپ يېتىسىز. بىز دەۋاتقان «تەلەپلىك» ئەمەلىيەتتە كىشىلەرنىڭ تەبىئەت قانۇنىيەتلىرىدىن توغرا ياكى خاتا پايدىلانغانلىقلىرىنىڭ نەتىجىسى. تەبىئەت قانۇنىيىتىدىن قانداق توغرا پايدىلىنىشنى بىلىدۇ ۋالسىلا، ھەرقانداق ئادەم ئۇنىڭدىن ئۈنۈملۈك پايدىلىنالايدۇ.

ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئىشنى سىزنىڭ ئارزۇيىڭىزدىكى نىشانغا ئېلىپ ماڭىدىغان كۈچ ھەر ۋاقىت مەۋجۇت. يېڭى كۈچ بۇلىقىنى ئېچىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق، ئۆزىڭىزنىڭ يوشۇرۇن كۈچىڭىزنى قېزىپ چىقىشىڭىزلا بولىدۇ.

دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ كۈچى 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 كۈنۈپكىسىنى بىرلا بېسىپ، ئۇ مۆجىزىنى كۆز ئالدىڭىزدا نامايان قىلالايدۇ. چۈنكى، ئۇ توك ئۇلانغان ھامان چىراغ ياندىغانلىقىنى بىلىدۇ. سىز يەنە بىر خىل تەبىئەت ئېنېرگىيىسىدىن پايدىلىنىپ شۇنىڭغا ئوخشاش ئىشلارنى قىلىشنى ئۆگىنىۋالسىز.

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

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

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

ئېلىشى كېرەك. بەزىلەر ئۈچۈن، ئۇ يەنە خاتىرجەملىكىنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئېلىشى مۇمكىن، يەنە بەزىلەر ئۈچۈن ئۇ ھاياجانلىق ئىشلارنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئېلىشى مۇمكىن. سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قارشىڭىز بىلەن باشقىلارنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قارشى 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 دەيدىمىز؟ 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 كۆڭلىگە پۈككەنلىرىنى ئەمەلگە ئاشۇرالىغان (بۇ بىر مۇھىم ئامىل، ئۇ سىز ئۆگىنىدىغان مەزمۇنلارنىڭ بىرى، شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، سىز يەنە قانداق قىلغاندا ئۈنۈملۈك پىلان تۈزگىلى بولىدىغانلىقىنىمۇ ئۆگىنىشىڭىز كېرەك).

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

1. ھايات يولىدىكى تەلىمى

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 كالا قاتۇرۇپ بېقىڭ.

سىزنىڭ تاللىغانلىرىڭىز چوقۇم خاتا.

ئالدىڭىزدا تۇرغان تەبىئەت قانۇنلىرىدىن قايسىسى ئەڭ مۇھىم؟ سىزنىڭ بۇ پاكىتىنى تونۇۋېلىشىڭىز ئۈچۈن، مەن سىزگە شۇنى ئېنىق ئېيتماقچى، سىز ئالدىنىپ قالىدىغىز.

ئۇنىڭ توغرا جاۋابى، يەنى بارلىق ھەقىقىي مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچىلاردا ئورتاق بار بولغان سۈپەت يۇقىرىقى قاتارغا كىرگۈ. زۈلمىگەن. ئوبدانراق ئويلاپ بېقىڭ، ئەجەب، بۇ تىزىملىك ھەقىقەتەن بىز مۇۋەپپەقىيەت ئۈستىدە ئويلىغاندا دائىم ئېسىمىزگە كېلىدۇ. دىغان ھەربىر ئامىلىنى 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 ئادەم. نىڭ تەلىپى كاج، ئائىلە شارائىتى ناچار، تۈزۈك مۇنتىزىم تەربىيە كۆرمىگەن، تېنى ئاجىزراق، مۇناسىۋەتكە ئۇستا ئەمەس، لېكىن

ئۇلار قۇرۇق قول ئىگىلىك تىكلەپ، ئەڭ ئاخىرىدا زور مۇۋەپپەقىيەت يەتكە 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، دېگەنكەن:

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 كېلىمىگە ئوخشايدۇ، لېكىن رولى يوق. ئۇلار قارىماققا پۈتۈن كۈچى بىلەن

ئالغا ئىلگىرىلەۋاتقاندا 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 سالدىغان بىر خىل تىپ. مەيلى سىز ئىلگىرى قايسى تىپقا تەۋە بولۇڭ، سىزنى ئارزۇيدىغىزغا، مۇۋەپپەقىيەتكە يات ھالدا يەتكۈزمەيۋاتقان نەرسە مەيلى نېمە بولسۇن، سىز ئىزدەۋاتقان جاۋاب دەل مۇشۇ بىر نەچچە بەتتە. ئەمدى تەسەۋۋۇر قىلىپ بېقىڭ، ئۆزىڭىزنى كاتتا سەيلە كېمەسىنىڭ 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 سىزگە تەھدىت ئېلىپ كېلىدىغان ھەرقانداق خەتەردىن يىراق بولۇشى، سىزنى كۆزلىگەن يەرگە تېز يەتكۈزىدىغان بولۇشى كېرەك.

سىز سەيلە كېمىڭىز بىلەن تېزىرەك يولغا چىقىپ كېتىشنى خالايسىز، شۇڭا 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 پسخولوگىيە 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 قازانغۇ. چىلار 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 ئىش-لارنىڭ ئەمەلىيەتتە ئانچە كۆپ ئەمەسلىكىنى بايقايسىز. شۇڭا، مەن ئۇنى «ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولى» دەپ ئاتىدىم.

سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلار كۆپ بولمىسىمۇ، لېكىن بۇ سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلارنى قىلىۋاتقاندا ھۇرۇنلۇق قىلىشىڭىز بولىدىغانلىقىدىن ياكى كۆڭۈل قويماي، قوللىنىشنىڭ ئۈچىدىلا قىلىنىپ قويسىڭىز بولىدىغانلىقىدىن دېرەك بەرمەيدۇ. ئەمەلىيەت دەل ئۇنىڭ ئەكسىچە. دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ سىزگە ئېلىپ كېلەلەيدىغان بارلىق پايدىسىغا ئېرىشىشتە، سىزنىڭ ھەرىكىتىڭىز ناھايىتى مۇھىم.

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

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

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

ئوقۇش تېخىمۇ ئازادە ياشاش، ئۆزۈم تىرىشىۋاتقان ھەرىس تۈردە مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئاچقۇچىغا ئېرىشىش ئۈچۈن، مەن چوقۇم كىتاب ئوقۇشۇم كېرەك. ئەگەر بۇ كىتابنى ئەستايىدىل ئوقۇمىد-سام، دىنامىكىلىق پسخولوگىيە 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 شارلىتىپ ئوقۇپ چىقسام ھېچنەمنى ئۆگىنەلمەيمەن.

شۇڭا، مەن چوقۇم تەتقىق قىلىشىم كېرەك.

تەتقىق قىلىش مەن كىتابنى بىر قۇر ۋارقلاپلا قويماي، ئۇنىڭدىكى مەزمۇننى تەتقىق قىلىشىم كېرەك. مەن پۈتۈن زېھنىمنى يىغىپ ئوقۇشۇم، تەپەككۈزۈم، كۆز قارىشىم ۋە ئويلىغانلىرىمنى ئوقۇغان مەزمۇنلار بىلەن بىرلەشتۈرۈشۈم كېرەك. مۇشۇنداق قىلسام، دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ كۈچىنى ئۆز-لۈكىسىز 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 كېنو لېنتىسىدەك ئۆتكۈزۈشۈم كېرەك. ئاشۇ قاراش، پىلان، نىشانلارنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ كونكرېت ئۇسۇللىرىنى كاللامدا ھەقىقىي پىشۇرۇپ چىقىشىم كېرەك. ئاندىن دىنامىكىلىق پسخولوگىيە 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 قاتئەت ھاسىل قىلالمايدۇ، تەسەۋۋۇر بولسا ئادەمنىڭ ئېڭىدىكى خىيالى رېئاللىققا سىڭدۈرىدۇ.

ئالىملاردا دەسلەپكى ۋاقىتتا ئاددىيلا بىر خىيال — خام خىيال پەيدا بولىدۇ، لېكىن ئۇ ئۆزىنىڭ خىيالى ئۈستىدە رەسمىي كالا قاتۇرۇشقا باشلىغاندا، ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان، توغرا ھەم تەپسىلىي تەسەۋۋۇرغا ئۆتىدۇ. ئۇ ئۆزىنىڭ كەشپىياتىنى «كۆ-رۈش» كە باشلايدۇ، بۇ كەشپىياتنىڭ ماددىي شەكلى ئۇنىڭ كۆز ئالدىدا جانلىق زاھىر بولغاندەك بولىدۇ. مەنمۇ مۇشۇ يولنى تۇتۇ-شۇم كېرەك. بۇنداق قىلىش دەسلەپكى ۋاقىتتا تەسكە توختىشى مۇمكىن، لېكىن مەن بۇنىڭدىن ئەنسىرىمەيمەن، چۈنكى بۇكىتابتا كۆرسىتىلگەن لايىھىلەر مېنىڭ تەسەۋۋۇر قىلىشىمغا نۇرغۇن تەرەپ-لەردىن 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 تۈتىمەن. مۇۋەپپەقىيەت ئامىلى ھەربىر تەرتىپ ئىچىگە سىڭىپ كەتكەن.

مەن ئوقۇش، تەتقىق قىلىش، تەسەۋۋۇر ۋە ئورۇنداشتىن ئىبارەت بۇ ئاددىي تۆت تەرتىپ بويىچە ئىش تۈتۈشۈم كېرەك. مەن بۇ بىرنەچچە تەرتىپنى تولۇق ئورۇنداپ بولغاندىن كېيىن، مۇۋەپپەقىيەت ماڭا قۇچاق ئاچىدۇ!

ئىككىنچى باب

سىزدە ھازىرمۇ كەمتۈكلۈك بار

بىر ئاقىل ئىلگىرى شۇنداق دەيتكەن، بىر خىل سوۋغات بار، ئۇنى ھەقىقىي دوستلىرىمىزنىڭ ھەممىسى بىزگە سوۋغاتلىشىنى خالايدۇ. بۇ سوۋغات بىز ئەڭ موھتاج بولغان نەرسە بولىدۇ. لېكىن ئەڭ چوڭقۇر دوستلۇقىمۇ بىزاقلا بۇرۇۋېتىشى مۇمكىن، ئۇ بولسىمۇ تەقىد، تەقىد 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 كەمتۈكلۈكلەر بارلىقىنىڭ بارلىقىنى سېزىۋالدىم. لېكىن، سىز مېنىڭ ئېلانىمغا ئىنكاس قايتۇردىڭىز، بۇمۇ سىزنىڭ تۇرمۇشىڭىزدا بەزى چوڭ ئۆزگىرىشلەرنىڭ بولىشىنى خالايدىغانلىقىڭىزنى چۈشەندۈرىدۇ. دەپمەك، سىز ئەڭ مۇھىم بىر قەدەمنى باستىڭىز!

مەن بۇ يەردە «كەمتۈكلۈك» توغرىسىدا گەپ ئاچقىنىمدا، سىزنىڭ بوي ئېگىزلىكىڭىز، بەدەن ئېغىرلىقىڭىز، تاشقى قىياپەتتىڭىز، كۈچ - قۇدرىتىڭىز، ئەرلەرگە خاس سالاپىتىڭىز ياكى ئاياللارغا خاس سۈلھىتىڭىزنى كۆزدە تۇتىمىدىم. 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 ئېگىلىمەس ھەقىقەت، چۈنكى ئۇ تەقدىرىڭىزنىڭ ئاساسىي يېتەكچى ئامىلى. ئەگەر مېنىڭ بۇ گەپلىرىمگە ئىشەنگۈڭىز كەلمەيۋاتقان بولسا، ئۇنداقتا سىزدىن سوراپ باقاي: ئەگەر سىزنىڭ ئىگىلىگەن 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 بالىلار دەك 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 كېتەلەشىڭىز 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، دېگەنلىك. رېمىنىڭ ھەممىسىنىڭ ئىلمىي ئاساسى بار.

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

غا ئەگىشىپ ئۇنىڭدا ئۆزگىرىش بولغانمۇ؟ مېنىڭ جاۋابىم: «يول- 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 - ھەرىكىتىدە - گە ئازدۇر - كۆپتۇر يېتەكچىلىك قىلىدۇ ياكى تەسىر كۆرسىتىدۇ! ئۇ بۇ نۇقتىنى مۇۋەپپەقىيەتكە تۇزاق 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 دىنلا پايدىلىنالايدۇ! بۇ قىلچە گۇمان كەتمەيدىغان پاكىت. بەش - ئالتە ياش چاغلاردا پەۋقۇلئادە 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 ۋاقىتىمىزدىكى «نېمىنى قىلسام بولىدۇ، نېمىنى قىلسام بولمايدۇ» دېگەندەكلەر - دىن ئىبارەت، بالىلىقىمىزدىن شەكىللىنىپ قالغان بەزى ئادەتلەر - دىن بۇ نۇقتىنى كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇ. ئىلمىي نۇقتىدىن ئېيتقاندا، بۇ «شەرتلىك رېفلىكس» 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 رېفلىكس بۈگۈنكى كۈنلۈكتە بىزنىڭ نۇرغۇن كۈندىلىك ئىشلارنى ئىختىيارسىز ھالدا ياخشى قىلىشىمىزغا تۈرتكە بولىدۇ. ئالاىلى، بىز ئايلىنى كىيىپ بولغاندىن كېيىن، ئويلىنىپ ئولتۇرمايلا بوغۇقچىنى ياغلايمىز؛ تاماققا ئولتۇرغاندا، ئىختىيار - سىز ھالدا ۋىلىكا، قوشۇقلارنى قوللىمىزغا ئالىمىز، يەنە بىزنىڭ يول مېخىستىكى ھالىتىمىز، باشقىلار بىلەن پاراڭلاشقاندىكى ئەدەپ - ئەخلاق، يۈرۈش - تۇرۇشىمىز دېگەندەكلەر بار. بۇنداق مىساللار ناھايىتى كۆپ.

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

جون تېخى بالا ۋاقتىدا، دائىم بىر ياغاچچىخانغا كىرىۋالاتتى، ئۇنىڭ دادىسى ئۇ يەردە ھەرقاچان ئالدىراشلا يۈرەتتى. جون دادىسى - نىڭ نېمىنىدۇر ياساۋاتقانلىقىنى كۆرۈپ، ناھايىتى قىزىقىش ئىچىدە قاراپ تۇردى. لېكىن، بىردەمدىن كېيىن بىر چەتتە قاراپ تۇرۇش بىلەن قانائەتلىنىدى، دادىسىغا «ياردەملەشكۈسى» كەلدى. بۇ ۋاقىتتا، ئىككى خىل ئەھۋال يۈز بېرىشى مۇمكىن: بىر خىل ئەھۋال، بالىنىڭ كېيىنكى كۈنلەردە ئالغا ئىنتىلىشىگە تۈرتكە بولىدىغان شەرتلىك رېفلىكسنى شەكىللەندۈرىدۇ؛ يەنە بىر خىل ئەھۋال، بالىنىڭ ئۆز ئوبرازىنى تىكلەشكە 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 قىلغان، 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 مۇۋەپپەقىيەتلىرىنىڭ تۈرتكىسىدە، ئۆزىدە ئاستا - ئاستا ئىشەنچ تۇرغۇزىدۇ. بۇ ئۇنىڭ كەلگۈسىدە ئۆز ئوبرازىنى تېخىمۇ ياخشى تىكلەشكە 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 ئىسپاتلايدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، جون كېيىنكى كۈنلەردە ئۆزىنىڭ ئالغا بېسىشىغا تۈرتكە بولىدىغان ئۆز ئوبرازىنى تىكلەش ھەرىكىتى مۇمكىن ئەمەس. جون بىرەر ئىش قىلىپ بېقىش توغرىلىق دادىسىغا قايتا - قايتا يالۋۇرۇشى مۇمكىن (چۈنكى بالىلار بىر ئىشنى ئالدىراپ بولدى قىلمايدۇ). دادىسى بولسا ھەر قېتىمدا ئۇنىڭ كۆڭلىنى قايتۇرۇشى مۇمكىن، ئاخىرىدا بالىنىڭ ياغاچچىخانغا كىرىشىنى چەكلەش، ھەتتا جوننىڭ بۇ يەرگە كىرىۋېلىشىنى ئىشقا قەستەن پۈتلىكاشاڭ بولغانلىق دەپ قاراپ، ئۇنى جازالىشى مۇمكىن.

جوننى ياغاچچىخانغا كىرگۈزمىسۇن ياكى جازالىسۇن، ئەمەلىيەتتە دادىسى ئۇنىڭغا بىر دەرس ئۆتكەن بولىدۇ. مۇشۇ دەرسىدىن كېيىن، جون ئىنسانلارنىڭ مەلۇم ئىشلىرىدا ئۆزىنى «كېرەكسىز» ئىكەنلىكىنى، 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 ئامىلى (بۇنى كېيىن تەپسىلىي سۆزلەيمىز) مۇشۇ سەۋەبلىك كۈچىنىدۇ!

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

بىزنىڭ ئارىمىزدا پۈتۈن ئۆسۈپ يېتىلىش جەريانىدا تەلەپپى ئوڭدىن كەلگەنلەر ناھايىتى ئاز، ھەرقاچان ئۆزىنىڭ ئىشەنچىنى ئاشۇرۇپ، ئۆزىگە پايدىلىق ئوبرازىنى تىكلەشكە ئىشەنچى يىتى ئاز. ھازىرقى بىر ئىلمىي مۆلچەردە: ئادەتتىكى ئادەملەر ئىش قىلغاندا، يوشۇرۇن ئىقتىدارىنىڭ ئاران 10% نىلا 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 بولىدىڭىز. 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 ئېرىشىمىدىڭىز، 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 يوقلۇققا ۋەكىللىك قىلىدۇ، 100% بولسا، ئۆزىڭىز يەتەكچى بولغان ئەڭ ياخشى دەرىجىگە ۋەكىللىك قىلىدۇ. ئۆزىڭىز تۇرۇۋاتقان ئورۇننى تەكشۈرۈپ بېقىڭ، ئازراق ۋاقىت چىقىرىپ، ھەر بىر مۆلچەر ئۈستىدە ئەستايىدىل ئويلىنىڭ، ھەر بىر 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 ئۇلارنىڭ سىزگە ياردىمىنىڭ تېگىش - تەگمەسلىكى، پەقەت ئۇلارنىڭ توغرىلىق دەرىجىسىگە باغلىق.

بىرىنچى رايون پۇل تېپىش ئىقتىدارى

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

نەتىجىڭىز

ئىككىنچى رايون ئىجتىمائىي ئالاقە ئىقتىدارى

100%	سىز ئارىلاشقان كىشىلەر سىزنى
90%	ئاساسەن ياخشى كۆرىدۇ، ئىززەت.
80%	لىيدۇ ۋە ھۆرمەتلەيدۇ.
70%	
60%	
50%	سىز ئارىلاشقان ئادەملەر سىزنى ھەر

نەتىجىڭىز

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

رەھبەرلىك ئىقتىدارى ئۈچىنچى رايون

100%	مەيلى قەيەرگە بېرىڭ، نېمە ئىش
90%	قىلىڭ، باشقىلار دائىم سىزنى
80%	ئۆزلىرىگە باشچى دەپ قارايدۇ.
70%	ئەگەر سىز تۇرۇۋاتقان ئىدارە،
60%	كۈلۈپ ياكى ئۆمەكتە باشلىق ساي.
	لاشقا توغرا كەلسە، سىز كۆپچە.
	لىك بىرىنچى بولۇپ كۆرسىتىدە.
	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، ھەممىسى قوشۇلىدۇ.
0%	سىز بىرەر قېتىمىمۇ كۆپچىلىكنىڭ
	سىزنىڭ تەكلىپىڭىز بويىچە بىرەر

نەتىجىڭىز
-%

ئىش قىلغانلىقىنى ئەسلىيەلمەيە-
سىز. سىز ئاممىۋى ھەرىكەتلەردە
مەڭگۈ رەھبەرلىكنىڭ ئورنىدىن
دەسسىيەلىمەيسىز.

تۆتىنچى رايون تەنھەرىكەت ۋە ئارام ئېلىش ئىقتىدارى

100% سىز ئۆزىڭىز ئەڭ ياخشى كۆرىدە-
90% خان 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 پائالىيەتلىرىدە ئارتۇقچىلىقىڭىز يوق،
سىزنىڭ ئىشتىن سىرتقى قىزىقىدە-
شىڭىز ۋە ئارام ئېلىش پائالىيەتلىرىدە-
ڭىز بىر پارچە ئاق قەغەز.

نەتىجىڭىز
— %

• بۇ جىسمانىي كۈچنى خورىتىدىغان تەنتەربىيە پائالىيەتلىرىنىمۇ (مەسىلەن، گۈلۈك توپ، قول توپى دېگەندەك)، جىسمانىي كۈچنى خوراتمايدىغان مۇسابىقىە پائالىيەتلىرىنىمۇ (مەسىلەن، شاھمات، بىردىز ئويناش دېگەندەك)، ياكى بەزى ئىشتىن سىرتقى ھەۋەس (مەسىلەن، گىمناستىكا، رەسىم سىزىش، سۈرەت تارتىش، كىيىم كىيىش دېگەندەك) لەرنىمۇ كۆرسىتىدۇ.

بەشىنچى رايون

100% سىزنىڭ ئائىلىڭىزدىكىلەر بىلەن
90% بولغان مۇناسىۋىتىڭىز ناھايىتى
80% ئىناق، بەزى مەھەللە ئورگانلىرىدە-
70% نىڭ «يىللىق ئەڭ ياخشى مۇكاپات»
60% تى «غا ئېرىشىشكە مۇناسىپ كېلىدە-
سىز. سىز تونۇشىدىغان كۆپ
ساندىكى ئادەملەرگە سېلىشتۇرغاندا-
دا، سىز ئائىلىڭىزدىكىلەر بىلەن
تېخىمۇ ئىناق ئۆتىسىز، جەدەل -
ماجرىا ئاز.
50% ئەتراپىدىكى ئادەملەر بىلەن
40% سېلىشتۇرغاندا، سىزنىڭ ئائىلە
30% مۇناسىۋىتىڭىزنى ئەڭ ياخشى دەپ-
20% گىلى بولمايدۇ، لېكىن ئەڭ نا-
10% چارغا چىقىرىۋەتكۈدەكمۇ ئەمەس.
0% سىز ئائىلىڭىزدىكىلەر بىلەن پە-
قەتلا ئىناق ئۆتەلەيسىز.

نەتىجىڭىز
— %

ئالتىنچى رايون خىزمەت ئىقتىدارى

100% خىزمەتتە سىز ئۆزىڭىز تونۇشىدە-
90% خان ياكى ئاڭلىغان ھەرقانداق ئا-
80% دەمدىن ئۈستۈن تۇرىسىز، سىز نا-
70% ھايىتى مۇنەۋۋەر ئادەم!
60%

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

نەتىجىڭىز
— %

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-
لىشىقىمۇ سالاھىيىتىڭىز توشمايدۇ.

قايىل قىلىش ئىقتىدارى

يەتتىنچى رايون

100% سىز بىر شامال دۇرغۇچى ئېسىد-
90% موسلارغا ساتالايسىز. بىر بېخىلا-
80% نىڭ ئۆمۈر بويى يىغقان پۇلىنى
70% ئۆزىڭىزگە بېرىشكە قايىل قىلالايدۇ.
سىز. بىر سىياسەتۋازنى ئۆزىڭىز
قارشى نامزاتقا بىلەت تاشلىدۇ.
غۇزالايسىز.

نەتىجىڭىز
— %

60% باشقىلارنى قايىل قىلىش جەھەتتە
50% سىزنىڭ ئالاھىدە ئارتۇقچىلىقىڭىز
40% يوق، لېكىن ئۆزىڭىز تونۇشىدىغان
30% كۆپ سانلىق ئادەمنىڭ ئالدىدا بۇ
20% جەھەتتە ئۈنچە يەرگە قاراپمۇ قال-
مايسىز. 10%

تەلەپلىك دەرىجىسى

سەككىزىنچى رايون

0% سىز بىرەر ئادەمگە قىلىشنى خالىمايدۇ.
100% خان ئىشىنى ئەزەلدىن قىلدۇرغان ئۇ-
90% مەس، مەيلى مۇكاپاتلىق سېتىش پائالىيىتىگە

نەتىجىڭىز
— %

80% قاتنىشىڭىز، مەيلى رىقابەتچانلىقى
70% كۈچلۈكرەك باشقا ئىش قىلىڭ،
60% ئاخىرىدا كۈلۈپ چىقىدىغىنى سىز
بولسىز، بەزى كىچىك ئىشلاردا
ئۆتتۈرۈپ 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 بولسىز، تەلەي
سىزگە مەڭگۈ ئوڭ كۆزىدە قار-
مايدۇ.

توققۇزىنچى رايون

100% «زېرەكلىك» دەرىجىسى*
90% مەيلى قانداق ئىش يۈز بەرسۇن،
سىز ھامان تەمكىنلىك بىلەن تاقا-
80% بىل تۇرالايسىز، سىزنى ھېچكىم
70% كولدۇرلىتالمايدۇ.

نەتىجىڭىز
— %

60% ئەتراپىڭىزدىكى نۇرغۇن ئادەم بىلەن
50%

40%	سېلىشتۇرغاندا، سىز ئۇلاردىن ئە.
30%	قىللىقمۇ ئەمەس، ئۇلاردىن دۆتمۇ
20%	ئەمەس.
10%	
0%	ئەقىل دېگەن نەرسە سىزگە

يۇقىمىغان، سىزنىڭ ھەتتا بۇ كىتابنى ئۆگىنىپ ئىشلىتىلىشىڭىز. مۇ مۇمكىن ئەمەس.

* بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان «زېرەكلىك» تەربىيىلىنىشكە ياكى سىزنىڭ مەكتەپتە ئىگىلىگەن ۋە ئىگىلىگەن يەللىگەن بىلىملىرىڭىزگە قارىتىلغان ئەمەس، سىزنىڭ كۆڭۈلدىكىدەك خىزمەتكە ئېرىشىشىڭىز بىلەن مۇ مۇناسىۋەتسىز. بۇ يەردىكى «زېرەكلىك» سىزدىكى «ئىنكاس تېز» لىك ئىقتىدارى، ئۆزىڭىز ئۈچۈن بىرەر ئىش پىلانلاش، ۋەزىيەتنى مۆلچەرلەش، ئىشلارنى توغرا يەرق ئېتىدەش ئىقتىسادىڭىزنى كۆرسىتىدۇ.

ئونىنچى رايون باشقىلارنىڭ باھاسى

100%	ناھايىتى روشەنكى، سىز تونۇش.
90%	دىغان ھەربىر ئادەم سىزنى ئۆزلى.
80%	رىدىن كۆپ مۇنەۋۋەر دەپ قارايد.
70%	دۇ. ئۇلار ھەرقايسى تەرەپلەردە
60%	ئىختىيارسىز ھالدا سىزنى ئۈلگە

قىلىدۇ.

50%	باشقىلار بىلەن سېلىشتۇرغاندا،
40%	سىزنىڭ باشقىلارنىڭ نەزىرىدىكى
30%	ئوبرازىڭىز ياخشىمۇ ئەمەس، يا.

20%	مانمۇ ئەمەس.
10%	
0%	سىز ھەممە ئادەمنىڭ سىزنى كۆزىگە

نەتىجىڭىز
— %

ئىلمايدىغانلىقىنى، ئۆزلىرىدىن تۆۋەن كۆرىدىغانلىقىنى چوڭقۇر ھېس قىلىسىز.

ئەمدى كەينىڭىزگە قايتىپ، يۇقىرىقى ئون رايوندىكى نومۇردىن ئىزنىڭ ھەممىسىنى قوشۇپ ئومۇمىي نەتىجە چىقىرىڭ، ئاندىن ئومۇمىي نەتىجىنى ئونغا بۆلۈڭ.

10%	✓ بىرىنچى رايون
90%	✓ ئىككىنچى رايون
70%	ئۈچىنچى رايون
30%	تۆتىنچى رايون
100%	بەشىنچى رايون
70%	ئالتىنچى رايون
60%	يەتتىنچى رايون
60%	✓ سەككىزىنچى رايون
90%	توققۇزىنچى رايون
90%	ئونىنچى رايون
730	ئومۇمىي نەتىجە
73	$10 \div$

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 تۆۋەندىكى جەدۋەلنىڭ سول تەرىپىدىكى بوش ئورۇنغا ئايرىم - ئايرىم ھالدا تولدۇرۇڭ، ئاندىن ئۇلارنى ئۆزئارا قوشۇپ ئۈچكە بۆلۈۋې.

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

بىرىنچى رايون	10%
ئىككىنچى رايون	90%
سەككىزىنچى رايون	60%
ئومۇمىي نومۇر	220
	73.3 = 3 ÷

بىز يۇقىرىدىكى سول تەرەپكە تولدۇرۇلغان ئومۇمىي نومۇرنى «ئەھۋال قانداق» دېگەنگە بېرىلگەن باھا دەپ تۇرايلى. ئۇلار سىزنىڭ تۇرمۇشىڭىزدا نېمە ئەھۋاللار يۈز بەردى، نېمە ئەھۋاللار يۈز بەرمىدى، دېگەنلەرگە چېتىلىدۇ. ئۇلار سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايدىغان - قازىنالمايدىغانلىقىڭىزنى مۆلچەرلەيدىغان ۋاسىتە. 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 چىقتىمۇ؟ 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 نەتىجىسىدىن تۆۋەنرەك!

ئومۇمىي بايان

1. ئالاھىدە مۇۋەپپەقىيەت قازانغۇچىلارنى ھېسابقا ئالمىغاندا،

ھەممە ئادەمدە دېگۈدەك ئۆز ئوبرازىدا كەمتۈكلۈك مەۋجۇت بولىدۇ.

2. ئۆز ئوبرازىڭىزنىڭ كەمتۈكلۈكىدىن ئۆزىڭىزنى ئازاد قىلىڭ، بۇ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىزغا تولىمۇ پايدىلىق.

3. سىز ھازىر ئېرىشكەن مۇۋەپپەقىيەتتە كەمتۈكلۈك مەۋجۇت، ئۆز ئوبرازىڭىزنىڭ يېتەكچىلىكىدە ئېرىشكەن مۇۋەپپەقىيەتكە يەتمەيدۇ.

4. دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزنىڭ ئۆز ئوبرازىڭىزنى ئۆزگەرتىدۇ، ئۆز ئوبرازىڭىزنىڭ ئۆزگىرىشى مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئېھتىماللىقىڭىزنى ئاشۇرىدۇ. بۇ ئىككىسى مۇشۇ مىنۇتنىڭ ئۆزىدە ئۆزگىرىشكە باشلىدى.

تەخمىنەن نەتىجىڭىزنى ساقلاپ قويۇڭ. بۈگۈندىن باشلاپ ھېسابلىغاندا 90 كۈندىن كېيىن، ئۆزىڭىز ئۈستىدە يەنە بىر قېتىم سىناق ئېلىپ بېرىڭ، دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ تەبىئىي ئېنېرگىيىسىدىن پايدىلانغاندىن كېيىن، زادى قانچىلىك چوڭ ئۆزگىرىش بولغانلىقىنى كۆرۈپ بېقىڭ. كاپالەت بېرەلەيمەنكى، بولغان ئۆزگىرىشلەر سىزنى قاتتىق خۇشال قىلىدۇ!

ئۈچىنچى باب

قورقۇنچ بىر خىل پاسسىپ ئامىل

قورقۇنچ بالىلارنىڭ شەرتلىك رېفلىكسىدا بەكلا مۇھىم رول ئوينايدۇ. لېكىن، بۇ نۇقتىنى تونۇپ يېتىدىغانلار ناھايىتى ئاز. بۇنىڭدىن سىرت، بىز دەسلەپكى مەزگىلدىكى شەرتلىك رېفلىكسى بىلەن كېيىنكى مەزگىلدىكى ئۆز ئوبرازىدىكى كەمتۈكلۈكنىڭ زىچ مۇناسىۋەتلىك ئىكەنلىكىنى بىلگەنكەنمىز، ئۇنداقتا بىز قورقۇنچ-قىمۇ بىر خىل ئويلىنىش ئامىلى سۈپىتىدە قارىشىمىز كېرەك. شۇڭا، قورقۇنچنىڭ تۆۋەندىكى ئىككى ئالاھىدىلىكىنى چۈشىنىۋېلىش تولىمۇ مۇھىم.

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

تۆۋەندە مەن قورقۇنچ شەرتلىك رېفلىكسى بىلەن مۇناسىۋەتلىك كونكرېت ئىككى مىسالنى كۆرسىتىپ ئۆتىمەن. بۇنىڭدىن يۇقىرىدىكى ئىككى ئالاھىدىلىكىنى چۈشىنىۋالالايمىز.

مەن ئالدىنقى بابتا، جون دېگەن بىر بالا دادىسىدىن ئىككىنچى مەزگىلگە كەچكەچە ياغاچچىخاندا ئالدىراش يۈرىدىغانلىقىنى كۆرۈپ، ئۆزىنىڭمۇ شۇنداق ئىشلارنى قىلىپ باقماقچى بولغانلىقىنى سۆزلەپ ئۆتكەن. ئەگەر ئۇنىڭ دادىسىنىڭ كالىسى ئىشلىگەن بولسا، جونغا ئۇنىڭ چامى يەتكۈدەك ئىشلارنى قىلغۇزغان، جون ئۇ ئىشلارنى ياخشى ئورۇنداپ بولغاندىن كېيىن ئۇنى ماختاپ قويدى.

خان بولىدۇ. خىزمەتنى ياخشى ئورۇندىغان ئادەمنى ماختاپ قويۇش بىر خىل «ياردەم» كۈچى بولۇپ ھېسابلىنىدۇ. ئۇ ماھىيەت جەھەتتىن ئىككىنچى، كىشىلەر بەخت ئىچىدە ئەسلەيدىغان كەچۈرمىش بولۇپ قالىدۇ. ماختىلىشىنى 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» كالىسىدىن ئىمكان بار تېزىرەك چىقىرىدۇ. ئۆتۈشنى ئىزدەيدۇ. دېققەت! مېنىڭ بۇ يەردە دەۋاتقىنىم «ئاڭلىق» كالىلا. چۈنكى، ئەگەر قورقۇنچ كەلتۈرۈپ چىقارغان تەسىر ناھايىتى كۈچلۈك بولسا، ئۇنى كالىدىن پۈتۈنلەي يوقىتىۋېتىش مۇمكىن ئەمەس. ئۇ كىشىلەرنىڭ يوشۇرۇن ئېڭىغا ئورۇنلىشىۋالىدۇ، كىشىلەر ئازابلىق ئەسلىمىلەرنى ئاستا - ئاستا ئۇنتۇپ كەتكەندىن كېيىنمۇ، يەنىلا بىر خىل شەرتلىك رېفلىكسى رولىنى ئويناپ تۇرىدۇ. شۇڭا بۇ خىل قورقۇنچ بىزنىڭ ئاڭلىق تەپەككۈرىمىزدىن يىراقلاپ كەتكەن بولسىمۇ، بىز يەنىلا بىر خىل قورقۇنچ ئىچىدە تۇرىمىز. ئۇ كېيىنكى بىر نەچچە يىلدا بىزگە يەنىلا توسالغۇ بولىدۇ.

ئىش - ھەرىكىتىمىزدە ئۇنى كۆزىتىلەيدىغان بولۇشىمىز ئۇ. چۈن، بىز جوننى دادىسى رەسمىي ۋە قاتتىق ئەدەپلىدى، دەپ پەرەز قىلالى. ئۇنداقتا، بىز نەچچە يىلدىن كېيىن يېڭى بىر ئەھۋال مەيدانغا كېلىدۇ.

دادىسى جوننى يېنىغا چاقىرىپ تەنتەنە بىلەن: «سايماڭنى قانداق ئىشلىتىشنى ئۆگىنىش» ۋاقتىڭ بولدى، دەپ جاكارلايدۇ. دادىسى ئوغلغا بۇ قارارنى ئېلان قىلغاندىن كېيىن، ئوغلنىڭ خۇشال بولۇپ كېتىشىنى ئارزۇ قىلىدۇ، ئاتا - بالا ئىككىسى ياغاچچىخانىدا بىللە ئىشلىسە، چەكسىز خۇشاللىققا ئېرىشىشنى تەلەپ قىلىدۇ. 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 رېفلىكسىنىڭ تەسىرى بىلەن ئۇ ئىشنى يۈرەكلىك قىلالمايدۇ. دادىسى ئوغلنىڭ بۇ تەكلىپكە قىلچە قىزىقمايۋاتقانلىقىنى قاتتىق ھەيرانلىق ئىچىدە بايقايدۇ. بالا بولسا دادىسى بۇيرۇغان ئىشنى قىلغاندا تازا ئەپلەشتۈرەلمەيدۇ. ئۇ دادىسىنىڭ كۆرسەتمىسى بويىچە ئىشلەپ بېقىشقا ئۇرۇنىپ، 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 رېفلىكس ھاسىل بولىدۇ. بۇ خىل گەپلەر ئاساسەن مۇنۇلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ:

- سەن بەك دۆت ئىكەنسەن!
- قولۇڭدىن ھېچ ئىش كەلمەيدۇ!
- سەن دائىم مۇشۇنداق كالامپايلىق قىلىسەن!
- سەن ھېچنەمنى ئۆگىنەلمەيسەن!
- سەن ئەقىل جەھەتتە ئاكا - ھەدىلىرىڭگە مەڭگۈ يېتىشەلەيمەن (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 تۈگۈرۈش، ئاچچىقى كەلگەندە بالىنىڭ ئالدىدىلا نەرسىلەرنى ئېتىش، بالىنىڭ ئىززەت - نەپسىگە تېگىدىغان گەپلەرنى قىلىش، يەنە باشقا ھەر خىل ناتوغرا ئىشلار) كەلتۈرۈپ چىقارغان ئاڭسىز خاراكتېردىكى شەرتلىك رېفلىكس بولسىمۇ، لېكىن ئۇ قورقۇنچنى ئىچكى دۇنيامىزغا چوڭقۇر يىلتىز تارتقۇزۇپ، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئەندىشىسى ئۈچۈن يوشۇرۇن ئېڭىمىزدا مەڭگۈلۈك ئورۇن ھازىرلاپ بېرىدۇ. مۇشۇ بارلىق قورقۇنچ ۋە ئەندىشىلەر بىزنىڭ ئۆزىمىزگە بولغان قارشىمىزنى بەلگىلەيدۇ. شۇڭا، قورقۇنچ بىزنىڭ ئۆز ئوبرازىمىزنىڭ كەمتۈك بولۇپ قېلىشىدا ئېغىر مەسئۇلىيەتنى ئۈستىگە ئالىدۇ، دەپ تامامەن ئېيتالايمىز.

بالىلىق ۋاقىتتىكى شەرتلىك رېفلىكس بىزنىڭ بۈگۈنكى ئۆز ئوبرازىمىزغا، ھەتتا قۇرامىغا يەتكەنلەر قاتارىغا قوشۇلغاندىكى بىزنىڭ ئىش - ھەرىكىتىمىزگە يەنە نېمە ئۈچۈن شۇنچىلىك چوڭ تەسىر كۆرسىتەلەيدۇ؟ بۇنىڭ سەۋەبى، تەپەككۇرنىڭ يوشۇرۇن ئالڭ 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 رېفلىكسنى ئۆزگەرتىش ئۈچۈن، يېڭى بىر خىل شەرتلىك رېفلىكسنى كىرگۈزۈش 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 رېڭلېكىنى ئۆزگەرتەلمەيمىز. ئاڭ مەنتىقىتىن 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 زەخمىلەنمىدى»... بىز چۈش كۆرۈۋاتقاندا، بۇ ئىشلارنىڭ يۈز بېرىشى تولىمۇ نورمال. دەك بىلىنىدۇ. لېكىن، بىز ئويغانغاندىن كېيىن، بۇنداق ئىشلارنىڭ مۇمكىن ئەمەسلىكىنى دەرھال تونۇپ يېتىمىز.

ئۇ ئىشلارنىڭ چۈشىمىزدە نورمال بىلىنىشىدىكى سەۋەب، يوشۇرۇن ئاڭنىڭ ھۆكۈم قىلىشى قاتتىق بولمىغان، مەنتىقلىقنى 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 رېڭلېكىس سىزنى مۇۋەپپەقىيەتكە ئېلىپ بارىدىغان يولغا توسۇق قۇرۇۋالدى. لېكىن، مەن سىزگە دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى ئارقىلىق يېڭى، ئاكتىپ شەرتلىك رېڭلېكىسنى پاسسىپ رېڭلېكىسنىڭ ئورنىغا دەپسىتىپ، توسالغۇلارنى سۈپۈرۈپ تاشلاش يولىنى تونۇشتۇرىمەن.

بۇ خىل يېڭى، ئاكتىپ شەرتلىك رېڭلېكىس سىزنى ھەم تېخىمۇ مۇنەۋۋەر قىلىپ يېتىشتۈرۈپ چىقىدۇ، ھەم سىزگە تېخىمۇ مۇنەۋۋەر ۋە رەڭلىكلىرىڭىزنى 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 يەتكەندە، ھايات يولىڭىزدا زور ئۆزگىرىش بولىدۇ، دۇنيايىڭىز بۇ رۇتقىغا ئەسلا ئوخشىمايدۇ. بۈگۈندىن باشلاپ ھېسابلىغاندا، 90 كۈندىن كېيىن، مەن يۇقىرىدا تونۇشتۇرغان ئۇسۇل بويىچە ئۆزدە ئىزدىنىدىغان 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 ئىگىلىۋېلىشىمىز 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 توغرىلىق بەزى ھەقىقىي ئەھۋاللارنى بايقىۋېلىدۇ. شىڭىزغا ياردەم بېرىدۇ. ئۇ ھەقىقىي ئەھۋاللارنى مانا ئەمدى ھەقىقىي 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 ھەقىقىي باشلانغان بولىدۇ. ھازىر سىز ئۆزىڭىزگە كېرەكلىك نەرسىلەرنىڭ مۇكەممەل تىزىملىكىنى تۇرغۇزۇپ چىقىشىڭىز كېرەك. نېمە ئۈچۈن بۇنداق تەپسىلىي تۇرغۇزىمىز؟ چۈنكى بۇ سىزنىڭ ئۇلارغا ئېرىشىشىڭىزدىكى بىرىنچى قەدەم. بۇ تىزىملىك سىزنىڭ ئىنتىلىش نىشانىڭىزنى كۆرسىتىپ بېرىدۇ!

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

ئايرودرومغا بېرىپ ئايروپىلانغا چىقماقچى بولغان چېغىدىكى مەنزىرىنى تەسەۋۋۇر قىلالامسىز؟ ئەگەر سىز ئاۋىئاتسىيە شىركىتىنىڭ بېلەت ساتقۇچىسى بولۇپ قالسىڭىز، ئۇنىڭغا قانداق يول بىلەن ياردەم قىلاتتىڭىز؟ 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 بىلمەيمىدەم.

ئەپەندى: ماڭا قاراڭ، مۇھىمى، مەن «مەلۇم يەرگە» بارماقچى.

جى. مەن ۋاقىت ئىسراپ قىلىشنى خالىمايمەن. مەن راستتىنلا 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.

خان بىر يەرگە بارماقچى. سىز باشقىسىنى سۈرۈشتۈرمەي بىر

بېلەت بەرسىڭىزلا بولىدۇ، پۇلىڭىزنى كەم قىلماي بېرىمەن.

سىز: لېكىن، ئەپەندى، سىز ئۆزىڭىز بارىدىغان كوناكرېت

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 ھېچنەمىنى كۆرسىتىپ بېرەلمەيدۇ! كىشىلەر ئۆزىگە بىرەر نىشان تىكلەشنى كۈنلەرنىڭ بىرىدە «قالتىس بىر ئادەم بولۇپ كېتىش» ئۈچۈن دەپ قارايدۇ. لېكىن، ئۇ كۈنكۈپت، ئېنىق بىر كۈرەش 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، ئۇنداقتا 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 ئا. سانراق 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 كۆڭلىڭىزىدىكى 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:

ماڭا كېرەكلىك	تەكلىپ
	يېڭى ئۆي سايمانلىرى
	ماشىنا رېمونتى
	چىقىم تالونى
	داۋالاش سۇغۇرتىسى
	يېڭى كىيىم - كېچەك
	داۋالاش ئوپېراتسىيىسى
	چىش ئاسراش
	ئىجارە ھەققى تاپشۇرۇش ياكى رەنىگە
	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 ئويلىنماي، 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

روللىس - رويس ماركىلىق ماشىنا
250 مىڭ دوللار قېمىتىدىكى ئۆي
50 فۇت ئۇزۇنلۇقتىكى سەيلە كېمىسى
رېنوئىنىڭ داڭلىق رەسىمى
دۇنيانىڭ ھەرقايسى يەرلىرىنى بىر يىل
ئىچىدە ئايلىنىپ چىقىش
بانكىدا 500 مىڭ دوللار ئامانەت پۇل
بولۇش

ئەمدى تولدۇرغان نەرسىلىرىڭىز ئۈستىدە بىر ئاز 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 شەكىلىسىز 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 مېھرى - مۇھەببىتىگە ئېرىشىش ئۈچۈن، ھەممىمىز ئالىي ساپا ۋە پەزىلەتكە

موھتاج. شۇڭا، بىز كۈرەش نىشانىمىزنى بېكىتىشتىن ئىلگىرى، يۈ-قىرىقى ئىككى جەدۋەلدىن باشقا، تۆۋەندىكى جەدۋەلنىمۇ تولدۇرۇپ چىقىشىمىز كېرەك: سىز ئارزۇ قىلغان شەخسىي ساپا.

ئېھتىياجىم ياكى ئارزۇيۇم

تەكلىپ

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 مېجەز - خاراكتېر بولۇش
ۋاقىت ئىسراپچىلىقىنى توختىتىش
باشقىلارغا تېخىمۇ دوستانە بولۇش
رەھبەرلىك قىلغۇچى بولۇش
تەن ساغلاملىقىنى ساقلاش
تولۇپ تاشقان قىزغىنلىق

بەشىنچى باب

تۈزۈلمىلىكتىكى ئىشلارنى ئىنتىلىش نىشانىڭىزغا ئايلاندۇرۇڭ

ھازىر سىز كەلگۈسى پىلانى تۇرغۇزۇشنىڭ بىرىنچى قەدىمىنى بېسىپ بولىدىڭىز. بۇ دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن پايدىلىنىپ بايلىققا ئېرىشىشنىڭ ئالدىنقى شەرتى. سىز ئۆزىڭىز ئېرىشىشنى ئارزۇ قىلغان ئاشۇ شەكىللىك ۋە شەكىلسىز نەرسىلەرنىڭ ھەممىسىنى بىر - بىرلەپ تۈزۈمىغا تۇرغۇزۇپ چىقىڭىز. 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 ئۆز ئارا بىر يەرگە كەلتۈرۈش ئۈچۈن، شۇنداق قىلىشىڭىز بولمايدۇ.

تۆۋەندىكى توققۇز سىناش سوئالى سىزنىڭ قەدەممۇقەدەم نىشان تىكلىۋېلىشىڭىزغا ياردىمى بولسۇن ئۈچۈن چىقىرىلغان. ئۆزىڭىز تۈزۈپ چىققان تۈزۈلمىلىكتىكى ھەربىر ئېھتىياجلىق نەرسە ۋە ئارزۇيىڭىزنى ئەستايىدىللىق بىلەن تەكشۈرۈپ چىقىڭ. تۆۋەندىكى سىناش سوئالىنىڭ تەلىپىگە يېتىش ئۈچۈن، سىزنىڭ ئارزۇيىڭىزغا ئازراق ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈشكە توغرا كېلىشى مۇمكىن، ھازىرچە 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 بايلاردا سۆزلىنىدىغان ئۇسۇل بويىچە ئۇلاردىن ئۈنۈملۈك پايدىلىنىشقا ئامالسىز قالىسىز. ئەگەر ئۇلار تۆۋەندىكى سىناش سوئالىنىڭ تەلىپىگە پەقەتلا يەتمىگەن بولسا، كۆرۈپ قالىسىزكى، سىز ئۇلاردىن مۇۋاپىق پايدىلىنالماسىز، سىزنىڭ ھەرقانداق بىر ئىشنى ئۈنۈملۈك قىلىشىڭىزغا ئۇلارنىڭمۇ ياردىمى تەگمەيدۇ.

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

1. سىز بۇ تۈزۈلمىلىكنى باشقىلارغا كۆرسىتىپ، ئۆزىڭىزنىڭ ناھايىتى سەۋىيىلىك ئىكەنلىكىڭىزنى بىلدۈرۈپ قويۇش ئۈچۈن تۇرغۇزىدىغانلىرىڭىزنىڭ ياكى ئۇنى كىچىككىنە بىر نىشان سۈپىتىدە قاراپ، بۇ نىشانلارنى قولۇمنىڭ ئۈچىدا ئىشلەيمۇ ئورۇندىيالايمەنغۇ دەپ ئويلايمىسىز؟ لېكىن ئۇ سىز ھەقىقىي ئارزۇ قىلىدىغان، ئۆزۈڭىزدىن بېرى تەشنا بولۇپ كېلىۋاتقان نەرسە بولۇشى كېرەك!

2. بۇ نىشان بىلەن مەن تۇرغۇزغان باشقا نىشانلارنىڭ ئارىسىدا نىسبەتەن ئىككىنچى.

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

ھەل قىلىش ئۇسۇلى: مائاش ياكى كىرىم نىشانىڭىزنى يۇقىرى

رى كۆتۈرۈش. 3. ئائىلىدىكىلىرىڭىز بۇ نىشاننى ئەمەلگە ئاشۇرۇشقا سىز بىلەن بىر ئىشەنچلىك ھەمكارلىشىدىمۇ؟

ئائىلىدىكىلىرىڭىز سىزنىڭ مۇشۇنداق بىر نىشان ئۈچۈن تەربىيەلىنىشىڭىزغا قارشىمۇ؟ سىز ئائىلىڭىزدىكىلەر بىلەن بۇ توغرىلۇق ئەستايىدىل مەسلىھەتلىشىشىڭىز، بېكىتكەن نىشاننى تەڭ شىشىڭىز كېرەك.

4. بۇ نىشاننى ئاڭلىتىپ، لېكىن پائالىيەت ئېلىپ بېرىشەلمەيمۇ؟

بىز ئالدىدا ئېيتىپ ئۆتكىنىمىزدەك، ئۆزىڭىز سېتىپ چىقىرىۋەتمەكچى بولغان نەرسە ئەمەس، بەلكى چىرىن يۈرىكىڭىزدىن ئېرىدىشىنى ئويلىغان نەرسە.

5. بۇ نىشان تەپسىلىي بايان قىلىنىدىمۇ؟

مەن چوڭ يېڭى ماشىنا ئالمايمەن، قىممىتى 35 مىڭ دوللار. لىق چوڭ يېڭى ماشىنىمۇ ئالمايمەن، مېرسېدېس ماركىلىق چىراي. لىق 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، ھەر بىر ئىنچىكە تەپسىلاتىنى يېزىپ چىقىسىز! ئۆزىڭىز ئېرىشمەكچى بولغان باشقا نەرسىلەرنىڭ تىزىملىكىنىمۇ مۇشۇنداق تەپسىلىي تۇرغۇزۇپ چىقىشىڭىز بولىدۇ. ئەگەر سىز چىرايلىق سېلىنغان بىر يۈرۈش تاۋار ئۆيگە ئېرىشمەكچى بولىشىڭىز، ئۇنىڭغىمۇ ئوخشاشلا مۇشۇنداق تەپسىلىي تىزىملىك تۇرغۇزۇپ 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 ئويىپىكىتىپ ئەمەلىيىتى نۇقتىسىدىن ئېيتىلىۋاتىدۇ. تۆۋەندىكى ئىككى خىل قاراشنى كۆر-سىڭىزلا، مەن دەۋاتقان ئەمەلىيەتنىڭ نېمە ئىكەنلىكىنى چۈشىنىۋالالايسىز.

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

ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن قاراش: مەن 1 مىليون 250 مىڭ دوللارغا سېتىۋالغان شەخسىي ئايروپىلاننىمۇ 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 كەتمەيدىمۇ؟

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

يەتتىنچى مەسىلە سىز تۇرغۇزۇپ چىققان ماددىلارنى نىشانغا ئايلاندۇرۇشتىكى ئاساسىي نۇقتا. چۈنكى ئۇ سىزگە ئۆزىڭىزنى چۈشەپ قويۇشنى توختىتىڭ، دەپ نەسىھەت قىلىۋېلىشىمىدىكى 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 ھېسابلايمىسىز!

بۇنىڭدىنمۇ ئېغىرى، سىز بۇنداق قىلىشىڭىز مەڭگۈ مۇۋەپپە.

قىيىنەت 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 «ئەمەلىيەت-كە يېقىن كەلمەيدىغان» ئېگىزلىكنى تاللىماڭ.

نىشانىڭىزنىڭ يېتەرلىك يۇقىرى بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىڭ! نىشانىڭ 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 ھېساب-لانمايدۇ (ئالتىنچى مەسىلىنى يەنە بىر قېتىم كۆرۈپ بېقىڭ). بۇ ۋاقىتقا كەلگەندە، نىشاننى بېكىتىش ئىشىدا، بۇ نىشانلارنى قانداق ئەمەلگە ئاشۇرارمەن، دېگەن خىيالىنى كالىڭىڭىزغا 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 تۈزۈۋېتىپ بېقىڭ. ئۇنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش — ئاشۇرالماسلىق ئۈستىدە ھەرگىز كالىڭىڭىزنى ئاۋازە قىلماڭ.

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

بېرىمەن.

8. مەن نىشاننى ئەمەلگە ئاشۇرۇشتا كەم بولغا بولمايدىغان شەخسىي ساپائىمۇ تىزىملىككە كىرگۈزدىمۇ؟

ئەگەر ھازىرقى ئەھۋالىڭىزنى ئۆزگەرتىش خىيالىڭىز بولسا، سىز قايتماس ئىرادىلىك، ئۈمىدۋار، ئىشەنچكە تولغان بولۇشىڭىز كېرەك ... بىلىشىڭىز، بۇلارنىڭ ھەممىسى زۆرۈر ئالدىنقى شەرت-لەر. بۇ ۋاقىتقا كەلگەندە، مەن بايا بېكىتكەن نىشانلىرىڭىزنى قانداق ئەمەلگە ئاشۇرۇشتىن ئەندىشە قىلماڭ دېگەندەك، ئۆزىڭىز-نىڭ شەخسىي ساپايىڭىزنى قانداق يۇقىرى كۆتۈرۈشتىنمۇ ئەندىشە قىلىشىڭىز بولىدۇ. ئۇلارنى پەقەت بېكىتكەن نىشانلىرىڭىزنىڭ قاتارىغا قوشۇپ قويسىڭىزلا كۇپايە.

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

دېمەكچى بولغىنىم، نىشان توغرىلىق گەپ قىلىۋاتقاندا، باش-قىلاردا ئۇنى ئەمەلگە ئاشۇرۇپ بولغاندەك تۇيغۇ پەيدا قىلالىدىڭىز-مۇ؟ سىز باشقىلارغا شۇنداق تەسىرات بېرىشىڭىز كېرەك! «مېنىڭ ئويلايدىغىنىم ... مېنىڭ ئۈمىدىم ... مېنىڭ قىلماق-چى بولغىنىم ...» دېگەندەك گەپلەرنى يازماڭ. «مەن قىلغان ... مەن ئىشلىگەن ... مەن ئېرىشكەن ...» دېگەندەك گەپلەرنى يېزماڭ.

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

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

دېققەت: بۇ سىناش سوئاللىرى ئادەمنىڭ پىسخىكىسى ۋە روھىي ھالىتىگە نىسبەتەن تۆۋەن مۆلچەرلىگىلى بولمايدىغان دەرد-

جىدە مۇھىم رول ئوينايدۇ. ئۆزىڭىزنىڭ نىشانلىرىنى يېزىۋاتقاندا، بولمىغان شىئىلارنىڭ ئورنىنى چوقۇم پايدىلىنىڭ.

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

ئەمدى مۇۋەپپەقىيەت يولىڭىزدا تۇرۇۋالغان ئۇ دۈشمەنگە نۇقتىلىق زەربە بېرىشتە، باشقا تاللاش يولىڭىز يوق، پەقەت بىر ئىشنى قىلىشىڭىزلا بولىدۇ: كۆرەش. نىشانىڭىزنى چېرىشىنى ھازىرلا باشلاڭ!

مۇھىمنىڭ مۇھىمى

ئۆزىڭىزنىڭ ئېھتىياجى، ئارزۇسى بويىچە تۇرغۇزۇپ چىققان ئاشۇ ئىشلاردىن سىرت، مەن تىزىملىكىڭىزدە 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 تەلپىڭىزنىڭ قاندۇرۇلۇشىغا كاپالەتلىك قىلىشتا مۆلچەرلىگۈسىز رول ئوينايدۇ.

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

مەن ئۇلارنى «نىشان تىزىملىكىدىكى مۇھىمنىڭ مۇھىمى» دەپ ئاتىدىم. چۈنكى، ئۇلار سىز تەقلىد قىلىپ ئىشلەيدىغان جەدۋەلنىڭ 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 كۈرەش 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 قىزغىنلىققا ئىگە، باشقىلارغا دوستانە مۇئامىلە قىلىدىغان، باشقىلارنىڭ كۆڭلىگە ياقىدىغان ئادەم. مەن باشقىلارنىڭ ياردىمىسىز مۇ چوقۇم مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشەلەيمەن. مەن مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىمەن، بۇ مەندە باشقىلارغا ياردەم قىلىش مەجبۇرىيىتىنى تۇرغۇزدۇ.

3. ھازىر مەن ئۆزۈمگە كەلگۈسىدە مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايدىغان نەزەردە قارايمەن. مەن ھازىر بالىلىق ۋاقتىمىدىكى 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 تەلپۈزدە بايان قىلىشقا دىققەت قىلىڭ.

دىققەت: نۇرغۇن كىشىلەرگە مەلۇم، ئۆزلىرى ئويلىغان ماددە

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

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

غۇزۇر 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.

قەيەسەرلىك بولسا ئىشەنچ مەيلى قانداق ئىش قىلاي، مەن جىرايلىق باشلاپ، ياخشى ئاخىرلاشتۇرالايمەن، قەتئىي بوشاشمايمەن. مەن كەينىمگە يانمايمەن.

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

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

ئورۇنلاشتۇرۇش مېنىڭ كىشىلىك ھايات يولۇمنىڭ ھەر قايسى 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 ھەر بىر خىزمەتنى

دېققەتنى يىغىش مەن ھەرقانداق ۋاقىتتا، ھەرقانداق ئىش قىلغاندا، پۈتۈن ئوي - پىكىرىمنى بىر يەرگە يىغالايمەن. مۇنداقچە ئېيتقاندا، زېھنىي كۈچۈمنى ھەرقانداق بىر ۋەزىپە ئۈستىگە بىر قەدەر ئاسان قارىتالايمەن، سىرتقى دۇنيانىڭ پاراكەندىچىلىكىگە ئۇچرىمايمەن. يەنە بىر خىل قىلىپ ئېيتقاندا، مەن ھەرقاچان قىلىشقا ئەرزىيدىغان ئىشلارنى قىلىمەن. قولىمدا 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 قىلالايدۇ.

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

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

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

غۇزۇر 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.

قەيەسەرلىك بولسا ئىشەنچ مەيلى قانداق ئىش قىلاي، مەن جىرايلىق باشلاپ، ياخشى ئاخىرلاشتۇرالايمەن، قەتئىي بوشاشمايمەن. مەن كەينىمگە يانمايمەن.

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

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

ئورۇنلاشتۇرۇش مېنىڭ كىشىلىك ھايات يولۇمنىڭ ھەر قايسى 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 ھەر بىر خىزمەتنى

باشلاشتىن ئىلگىرى، قانداق قىلغاندا ئۇنى ئىلگىرىكىدىن تېخىمۇ ياخشى قىلغىلى بولىدۇ، دېگەن مەسىلە ئۈستىدە كالا قاتۇرىمەن. مەن ئىچىمدە ھەرقاچان ياخشى يوللارنى ئويلاپ تۇرىمەن، شۇڭا بىر ئىشلارغا كەلگەندە، ماڭا ئادەتتە 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 ھا. مان، مېنىڭ ئىجادچانلىقىم ئېتىقادىمنى زور كۈچ بىلەن قوللايدۇ، مېڭەمدە بىردىنبىر ياخشى چارىلەر ئارقا - ئارقىدىن پەيدا بولۇشقا باشلايدۇ.

ئېنېرگىيە مەن مول ئېنېرگىيە توپلاۋاتىمەن، ئۇنى خالىدەنچە ئىشلىتەلەيمەن. ماڭا مەلۇم، مەن ھەرقانداق ئىشنى قىلىشتا قانچە كۆپ ئېنېرگىيە سەرپ قىلسام، كېيىنكى ئىشنى قىلغاندا تېخىمۇ كۆپ ئېنېرگىيە سەرپ قىلىمەن. مەن ھەر بىر ئىشنى تولۇپ تاشقان قىزغىنلىق بىلەن قىلىدىغان بولىدۇم، بۇ خىل قىزغىنلىق مەندىكى ئېنېرگىيەمنى زور دەرىجىدە ئاشۇرىدۇ. مەن خىزمەتنى تولۇم ئاكتىپلىق بىلەن ئىشلەيمەن، ئۆزۈمنىڭ ئېنېرگىيە مەنبەسىمنى 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، ئېرىشەلەيدىغىنىمۇ شۇنچە كۆپ بولىدۇ.

ئۆزۈمنى ياخشىلاش مەن ھايات يولۇمنىڭ ھەر بىر باسقۇچىدا رىدا ئۆزۈمنى ياخشىلاش ئۈستىدە قىزغىن ئىزدەنىپ 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 - سۆز مەن گەپكە ناھايىتى ئۇستا، مەنتىقىلىق گەپ قىلىمەن، ھەرقانداق سۆزۈمدە باشقىلارنىڭ ئالدىدا گەپ قىلغاندا تەبىئىيەتتىن دېمەكچى، مېنىڭ گەپكە بۇنداق ئۇستا بولۇشىمدىكى سەۋەب، مېنىڭ بىلىشىم چوڭقۇر، يەنە كېلىپ، بۇ بىلىملەرنى باشقىلارغا يەتكۈزۈشنى خۇشاللىق دەپ بىلىمەن.

ئوقۇش مېنىڭ ئوقۇش جەھەتتىكى قىزىقىش دائىرىم ناھايىتى كەڭ. مەيلى قايسى جەھەتتىكى مەزمۇننى ئوقۇي، قىيىنلىماي مەن، 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 سىرتىدا ئىپادىلەيمەن؛ ئەگەر كۆڭلۈم يېرىم بولسا، ئىچىمدىكى قايغۇنى چىقىرىۋېتىش ئۈچۈن، پۇخادىن چىققۇچە يىغلايمەن. مۇۋاپىق پەيتتە خۇشاللىق، غەزەپ، قايغۇ قاتارلىقلارنى ئىپادىلەپ تۇرۇش ناھايىتى مۇھىم، ئۇ بىر ئادەمنىڭ پىشىپ يېتىلىشىگە قاراپ ماڭغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ.

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

قەتئىي، كەسكىن بولۇش مەن ئىش قىلىشتا چاقماقتەك چاققان، قەتئىي، كەسكىن، ئىشنى باشلاشتىن ئىلگىرى، ئەتراپلىق، توغرا ئۇچۇرغا ئېرىشىشكە كاپالەتلىك قىلىمەن. مەن ھەرگىزمۇ لىگناسىملىق 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 - پاراسىتىمىمۇ ئۆز كۈچىنى شۇنچە كۆرسىتەلەيدۇ. ئۆزىگە ھەۋەس قىلىش مەن ئەزلەيدىن ئۆزۈمگە ھەۋەس قىلىمەن. بۇ خىل قاراش مېنىڭ ئىش - ھەرىكەتلىرىمگە سىڭىپ كەتكەنكىن، ئۆزۈمنىڭ ئىپادەسىدىن ھەر ۋاقىت رازى بولۇپ تۇرىمەن.

نشان مېنىڭ نىشانىم ناھايىتى يۈكسەك. 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.

پىششىق يېتىلىش مەن پىششىق يېتىلگەن ئادەم، شۇڭا مەن ئۆز ساپايىمنى ئۈزلۈكسىز يۇقىرى كۆتۈرۈشنى ئىستەيمەن. پىششىق يېتىلىشىمدىن ئەتراپىمدىكى ھەربىر ئادەم مەننى ئاللاھ دىغانلىقى ماڭا ئايان.

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

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

ھالماقلىق بىلەن قويۇل 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 كەلگۈشى ئۈچۈن، مەن بۈگۈنكى بارلىق ئىشنى ياخشى پىلانلىۋالسىمەن. خىزمەت ئۈستىدە كۆزلىگەن نىشانىمنى ھەرگىز ئېسىمدىن چىقارمايمەن، پۈتۈن تالانتىمنى ئىشقا سېلىشنى ئويلايمەن.

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

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

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

لىق بىلەن قىلىنەن. ھەر كۈنى يېڭى خىزمەتكە تولۇپ تاشقان زېھنى 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 ئو-رۇنلاشتۇرغان ئىشنى باشقىلارغا ياخشى قىلدۇرۇش ماھارىتىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك يېتىلدۈردۈم. ئۇنىڭ ئىپادىسى ياخشى بولۇپ، ئوبدان كۈچ چىقارسىلا، ئۇلار رازى بولغۇدەك ھەق بېرىمەن. باشقىلارنىڭ ئۆزى ئاللاپ قوللىشى مېنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىمدىكى ھالقى.

ئۆزىنى چۈشەپ قويۇش ماڭا مەلۇم، مەن ئۆزۈمگە قاراشلىق ئىشنى قىلىمەن، مەن يەنە قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلارنىمۇ قىلىشىم كېرەك. مەن ئۆزۈمنى قاتتىق تۇتۇشۇم زۆرۈر. نىشانىڭ يېتەكلىشى مەن ئۆزۈمنىڭ ئۇلۇغۋار نىشانىمغا ھەر كۈنى يېقىنلاپ تۇرىمەن، چۈنكى مەن نىشانغا ئېلىپ بارىدىغان يولدىن چەتنەپ كەتمەيمەن. ئۆزىنى ئۇنتۇش روھى مېنىڭ ئالغا ئىلگىرىلىشىمگە ئۈزلۈكسىز تۈرتكە بولۇپ تۇرىدۇ. مەن كۆزلىگەن نىشانغا يېتىش ئۈچۈن پۈتۈن كۈچۈمنى ئايىماي ئالغا ئىلگىرىلەيمەن.

تىرىشچانلىق «تاكاملۇق 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 خوشاللىق مەن خاتىرجەم تۇرمۇش كە-

چۈرىمەن. تۇرمۇشۇمدا خوشاللىق كۈلكىلىرى ياڭراپ تۇرىدۇ. مەن ئۆزۈمدىكى خاتىرجەملىك ۋە بەختىمنى باشقىلار بىلەن ئورتاقلىشىمەن.

تىرىشش نىشانىڭىزنىڭ بەزى زۆرۈر ساپالىرىنى بېكىتىۋېلىش ناھايىتى مۇھىم ۋەزىپە. بۇ ۋەزىپىنى ئورۇندىشىڭىزغا ياردەمچى 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 ماڭارپ بېجى تاپشۇرۇش كېرەك-مۇ؟

شۇنداق ☒ ياق ☐
2. مەن ئىپادە بىلدۈرۈشتىن ئىلگىرى باشقىلارنىڭ پىكىرىنى بىلىپ بېقىشىم كېرەكمۇ؟

شۇنداق ☐ ياق ☒
3. مەن باشقىلارنىڭ مېنى ياخشى كۆرىمەسلىكىگە 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 چىقىمىسا، ئۇ ھالدا سىزنىڭ رەھبەر-
لىك 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 ئوقۇمىسىز؟
شۇنداق ☒ ياق ☐
6. مەسىلىگە يولۇققاندا، ئۆزىڭىزنىڭ بىردەملىك ھاياجىڭىغا
بېرىلىپ مەسىلە ھەل قىلماقچى بولىدىغانلىقىڭىزنى بايقامىسىز؟
شۇنداق ☐ ياق ☒
7. سىز ئىلىم - پەننى سۆيەمسىز؟

شۇنداق ☒ ياق ☐
8. سىز ئوقۇتقۇچىنى ئوقۇغۇچىلارغا دائىم يۇقىرى تەلەپ
قويدۇ دەپ قارامىسىز؟

شۇنداق ☐ ياق ☒

تەھلىل: تۆۋەندە مەن يۇقىرىقى تۆت سوئالنىڭ جاۋابىنى بەر-
دىم. 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 كۈتكىنىدە-
دىن 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 ئىكەنلىكىڭىزنى
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 بول-
سا، 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 چىملى-
قىنى قىرغىپ تۇرۇشى كېرەكمۇ؟

15. سىزنىڭچە، سىز 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 ☐

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، ئۇلۇغۇزار 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 قالدىغانلىقىڭىزدىن گۇمانلىنامسىز؟ سىز ئۆزىڭىزنىڭ بۇ دۇنياغا ھەقىقىي تۆھپە قوشالايدىغانلىقىڭىزدىن گۇمانلىنامسىز؟

شۇنداق ☒ ياق ☐
 20. سىز باشقىلار بىلەن رىقابەتلىشىدىغان ئورۇنغا كېلىپ

قالغاندا، جىددىيلىشمىسىز، خاتىرجەم سىزلىنىمىسىز؟
 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 بوۋاققا كېسەللىك ئاسان يۇققان. دەك، سىزنىڭ نۇقتىلىق ئورۇندىكى تەپەككۈر ئەندىزىڭىز ئاسانلا گۇماندىن يۇقۇملىنىپ قالىدۇ.

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

نىشانىڭىزنىڭ مۇۋاپىق بولمىغانلىقىنى يا ئىنكار قىلىڭ، يا ئېيتىدۇ.
راپ قىلىڭ.

كېيىنكى قەدەم — كۈندىلىك بايانات

بۇ كىتابنىڭ بېشىدا ئېيتىپ ئۆتكىنىدەك، 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:

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

ئۇنىڭدىكى ھەر بىر ماددىنى قالدۇرماي ئوقۇڭ. ئەگەر مۇمكىن بولسا يۇقىرى ئاۋازدا ئوقۇڭ. ئەگەر تۈرۈۋاتقان مۇھىتىڭىز يۇقىرى ئاۋازدا ئوقۇشقا يار بەرمىسە، ئۇنىڭدىكى ھەر بىر ماددىنى لەۋ-لىرىڭىزنى مىدىرلىتىپ ئۇنىڭ ئوقۇپ چىقىڭ.

سىز ھەر بىر ماددىنى ئوقۇپ بولغاندىن كېيىن، سەل توختىۋېلىپ، ئاندىن تەپەككۇر قاننىتىنى ئەركىن كېرىڭ، ئۇلارنى كالىڭ-ئىڭىزدا رېئاللىققا ئايلاندۇرۇڭ. سىز كالىڭىزدا 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، ھەر بىر 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 ئۇزۇل - 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 تەسكىلەش نۇقتىسىدىن باشلايلى.

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

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

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

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

ئۆز ساپاسى ئۈستىدىكى باياناتقا كەلسەك، ئاۋۋال ئۇنى ئۇنلۇك ئوقۇپ، ھەر بىر 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 تىرىشش 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 بولغانلىقىدىن تەسەۋۋۇر قىلىڭ. شۇ چاغدىلا سىز رېئال ئەھۋالغا يۈزلەنگەندە، ئىلگىرى مەۋجۇت بولۇپ تۇرغان «مەغلۇبىيەت» تىن ئەمەس، يوشۇرۇن ئېڭىڭىزدىكى بۇ خىل ئاكتىپ ماتېرىيالدىن پايدىلىنالايسىز. تىزىملىكتىكى ھەر بىر نىشاندا مۇشۇ ئەمەلىيەتنى باشتىن ئۆتە كۆزۈڭىز كېرەك.

كۈندىلىك بايانات ئېلان قىلىشتىن ئىبارەت بۇ جەريان دىنامىك كىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ھالدا ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشىڭىزدە ناھايىتى مۇھىم. ئۇنىڭ نېمە ئۈچۈن رول ئوينايدىغانلىقىنى چوڭقۇر چۈشىنىد.

شىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق. مۇھىمى، سىزنىڭ ئۇنى ئۇزۇن ۋاقىت ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈپ، ئەڭ ئاخىرىدا (سانسىزلىغان باشقا كەشلىرىگە ئوخشاش) ھەقىقەتەن رول ئويناۋاتقانلىقىنى تونۇپ يېتىش! سىز خۇددى ئانتىبىيوتىكلار (باكتېرىيىگە قارشى دورىلار) نىڭ پايدا قىلىشىدىكى ئىلمىي ئاساسىنى تولۇق چۈشەنمەي تۇرۇپ، مۇ، دوختۇر بۇيرۇغان ئانتىبىيوتىكلار بىلەن كېسىلىڭىزنى داۋالەنمىسىڭىزدەك ئۇ پاكىتنى قوبۇل قىلىشىڭىزلا بولىدۇ.

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

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

ئۇنىڭغا مۇشۇنداق ئۇسۇلدا قاراڭ. بۇ ئىشقا مۇنداقمۇ قارايمى، دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزگە قىلچە ئۈنۈم كۆرسىتەلمىگەن تەقدىردىمۇ، سىزنىڭ ئازراق ۋاقتىڭىز زايە بولمى.

دۇ، سىزگە باشقا زىيان يەتمەيدۇ. سىز يەنىلا بايلىق ۋە بەختكە ئېرىشەلەيسىز. «ھېچنەمىڭىزدىن ئايرىلىپ قالمايسىز» دېگەن سۆز بىلەن «ھەممىگە ئېرىشىشىڭىز مۇمكىن» دېگەن ئىككى سۆزنى «بىلىشتۈرغاندا، سىناپ بېقىشقا چوقۇم ئەر زىددىغانلىقىنى چۈشىدىغانىمىز».

بۇ جەھەتتە سىناپ بېقىشنى خالىمىغانلىقىڭىز، مۇۋەپپەقىيەت پۇرسىتىدىن ئۆزۈل - 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 تۈنۈگۈن بىلەن خوشلىشىپ، كۈندىلىك باياناتنىڭ ياردىمى بىلەن بۈگۈننى چىڭ تۇتۇشقا تەييارلىنىپ بولىدىمۇ؟ 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 تېزلىتەلمەيسىز؟
تېزلىتەلمەيمەن! قىلچە چاتاق يوق. كۈندىلىك بايانات ئارقىلىق
ئالغا ئىلگىرىلەش بىلەن سېلىشتۇرغاندا، ھەقىقەتەن يەنە بىر خىل
يول بار، ئۇ سىزنىڭ ھاياتىڭىزدا ئۆزىڭىز ئارزۇ قىلغان ئۆزگىرىش-
نى تېخىمۇ تېز سۈرئەتتە پەيدا قىلالايدۇ.

لېكىن، ماھىيەت جەھەتتىن ئېيتقاندا، بۇ يولدىن پايدىلىنىش
بىلەن كۈندىلىك باياناتتىن پايدىلىنىش بىرقەدەر ئوخشاپ كېتىدۇ.
ئۇ ئىككىسىنىڭ روشەن پەرقى ئۇلار پەيدا قىلغان ئېنېرگىيە دەرى-
جىسىدە ئىپادىلىنىدۇ.

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

پەۋقۇلئادە تەكلىپ تېخىمۇ زور ئېنېرگىيەگە ئىگە دەل
شۇنداق بولغاچقا، ئۇ ئوقۇل كۈندىلىك باياناتقا قارىغاندا، سىزنى
تېخىمۇ تېز ئالغا ئىلگىرىلىتىدۇ. كۈندىلىك بايانات بىلەن پەۋقۇل-
ئادە تەكلىپ ئىككى خىل تىپتىكى قوزغاتقۇچ ئېنېرگىيەگە، ئە-
گەر ئۇ ئىككىسىنى بىرلەشتۈرۈپ ئىشلەتسە، يولۋاسقا قانات بەر-
گەندەك بولىدۇ، كۆڭۈلدىكىدەك نەتىجىگە ئەڭ تېز ئېرىشەلەيسىز.
پەۋقۇلئادە تەكلىپتىن قانداق پايدىلىنىش ۋە ئۇنىڭ قانداق
رول ئوينايدىغانلىقىنى چۈشىنىۋېلىشتىن ئىلگىرى، ئەڭ ياخشىسى
ئالدى بىلەن ئۇنىڭ چەكلىمىلىكىنى ئويلىنىۋېلىش كېرەك.

پەۋقۇلئادە تەكلىپنى پەقەت ئۆزىڭىز ئىزدەۋاتقان شەكىللىرى
نىشانغىلا ئىشلەتكىلى بولىدۇ. سىز ئۇ ئارقىلىق ئۆزىڭىزنى يارىتا-
لايسىز، ئۆزىڭىز ئۈچۈن مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشتا زۆرۈر بولغان

ساپانى يېتىلدۈرەلەيسىز. لېكىن، ئۇ ئارقىلىق ھەرقانداق ماددىي
بايلىققا ئېرىشىشكە ئۇرۇنماڭ. پەۋقۇلئادە تەكلىپ سىزنىڭ يوشۇ-
رۇن ئېڭىڭىزدا ياراتقان شەكىللىرى دائىرە ئىچىدىلا چەكلىنىشى
زۆرۈر. ئۇنداق بولمىغاندا، بەلگىلىگەن نىشاننى ئەمەلگە ئاشۇرۇش
ئىقتىدارىڭىزغا زىيان يەتكۈزۈۋالىسىز.

بۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب، ھەتتا بەلگىلىگەن نىشان ئەمەلگە
ئاشماي تۇرۇپ، پەۋقۇلئادە تەكلىپ كىشىلەردە تەۋرەنمەس ئىشەنچ
تۇرغۇزۇپ بولغان بولىدۇ. بۇ سىزنىڭ تەپەككۈر، ھېسسىيات ۋە
ھەرىكەت ئەندىزىڭىز ئۈچۈن ئېيتقاندا، ناھايىتى ياخشى ئەھۋال.
سىز ھەرىكەتنى باشلىغان ھامان، بۇ شەكىللىرى ئۆزگىرىشلەر مەي-
دانغا كېلىپ بولغاندەك بىلىنىدۇ، ئۇلار سىزنىڭ ھەرىكەتلىڭىزگە
يېتەكچىلىك قىلالايدۇ، سىزنى چەكسىز مەنپەئەتكە ئېرىشتۈرىدۇ.
لېكىن، ئەگەر سىزنىڭ يوشۇرۇن ئېڭىڭىز (پەۋقۇلئادە تەك-
لىپ ئارقىلىق) ئېرىشمەكچى بولغان پۇل، ئۆي ۋە ماشىنىغا ئېرىد-
شىپ بولغانلىقىڭىزغا ئىشىنىپ قالسا، ئۇ چاغدا سىزنىڭ پۈتۈن
يوشۇرۇن ئاڭ قاتلىمىڭىز سىزنىڭ ئۇ نەرسىلەرنى ئەمەلگە ئاشۇرۇ-
شىڭىزغا قايتا ياردەم قىلمايدۇ.

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

كۈندىلىك بايانات بىلەن پەۋقۇلئادە 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 قىلىشىڭىز بولىدۇ. ئەڭ مۇھىم باياناتنى يېنىڭىزدا ئېلىپ يۈرىدىغان خاتىرىگە يېزىۋېلىڭ ھەمدە ئۈزلۈك ئوقۇپ بېرىڭ (ئەگەر سىز تۇرۇۋاتقان مۇھىت ئۈزلۈك ئوقۇشقا يار بەرمىسە، ئەڭ بولمىغاندا، لەۋلىرىڭىزنى مىدىرلىتىپ ئوقۇڭ)، شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا سىز ئىمكانقەدەر ئۇنى كالىڭىزدا دائىم تەسەۋۋۇر قىلىپ تۇرۇڭ.

ئۇنىڭ ئىككى پايدىلىق تەرىپى بار: بىرى، ئۆزىڭىزنىڭ شەكىلىسىز 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 قوغلىشىدۇ. بۇ قوغلىشىش جەريانىدا، سىز كۈندىلىك باياناتتىن پايدىلىنىپ، نىشانلىرىڭىزنىڭ بالدۇرراق ئەمەلگە ئېشىشىغا كاپالەتلىك قىلىشىڭىز تامامەن بولىدۇ.

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

ئۇ پەقەت سىزنىڭ شەكىلىسىز نىشانلىرىڭىزنىڭ ئەمەلگە ئېشىشىغا ياردەم قىلالايدۇ، شەكىللىك ماددىي بايلىققا ئېرىشىشىڭىزگە ياردەم قىلىشقا ئامالسىز.

ئۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب، ئۇنىڭ ئېنېرگىيىسى ئېغىمىزنىڭ بىر قەدەر تۆۋەن قاتلىمىغا بىۋاسىتە تەسىر كۆرسىتىدۇ. پەۋ-

قۇلئاددە تەكلىپنىڭ ياردىمى بىلەن شەكىللىك ماددىي بايلىققا ئېرىشكە ئۇرۇنۇش، توك ئوچاققا ئىشلىتىلىدىغان يۇقىرى بېسىملىق توكنى تۆۋەن بېسىملىق توك ئىشلىتىلىدىغان ئۇنئالغۇغا ئۇلاپ قويغانغا ئوخشايدۇ. نەتىجىسى كۆزگە كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى، ئۇنداق ئالغۇ 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 ئوينايدىغانلىقىنى سىناقتىن ئۆتۈپ كۆرۈشىشىڭىزگە توغرا كېلىدۇ. سىزنىڭ بۇنى ئورۇندىشىڭىزغا ياردەم بولسۇن ئۈچۈن، مەن مەخسۇس بىر سخېما تۈزۈپ چىقتىم (79 - بەتكە قاراڭ). ئۇ بىز ھەربىر ئادەم بېشىمىزدىن ئۆتكۈزۈپ شىمىز 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 بېھوش ھالەت. بۇ چاغدا ئادەم پۈتۈنلەي ئاڭسىز ھالەتتە تۇرغان بولىدۇ، بەزىدە ھەتتا داۋالاش يولى بىلەنمۇ بېھوش بولغۇچىنى قۇتۇلدۇرغىلى بولىدۇ.

سىز ئوخشىمىغان ئاڭ دەرىجىسىنى سىناق قىلىۋاتقاندا، 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، قىز-غىن تاماشىبىنلارنىڭ تەكلىپلىرىگە قۇلاق سالمايدۇ.

100% لىك ئاڭ

پۈتۈنلەي سەگەك — سەزگۈر، بەزى مۇسكۇللىرى جىددىي ھالەتتە (يۇقىرى سەۋىيىلىك تەنھەرىكەتچى 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

بېھوش — ئېسىگە كەلمەيدۇ

0% لىك ئاڭ

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

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

دىققەت، بۇ ئىككى مىسالدا ئوخشاش بىر كالا سىرتتىن بېرىلگەن تەكلىپنىڭ ئوبىيېكتى بولغان. بىردىنبىر پەرق تەكلىپ بېرىلگەن ۋاقىتتىكى ئاڭ ھالىتى ۋە تەكلىپنىڭ ئېنىرگىيەسىدە. تەكلىپ رەت قىلىنغان مىسالدا، بىزدە ئۆزىمىز ئىگە بولالايدىغان تولۇق ئاڭ بار، بىز ئۆزىمىزنىڭ ئىشنى 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 شارائىتىنى ھازىرلاپ چىقالايمىز. بۇ خىل شارائىتتا ئاڭ قاتلىمى «سىرتقا ئېچىۋېتىلگەن» بولىدۇ. ئۇ چاغدا بىز «ئاڭ كۈچلۈك» شەكىلدە

تەكلىپ بېرىشىمىز كېرەك.

شۇڭا، سىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنى دەسلەپتە ئۆگەنگەندە، ئەڭ ياخشى 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 ئورۇندىڭىزنىڭ تۇتقۇچىغا قويۇڭ، مۇسكۇللىرىڭىزنىڭ جىددىيلىكىنى پەسەيتىڭ، كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇڭ، باشقا نەرسىلەرنىڭ تەسىرىگە ئۇچرىمايدىغان ھالەتكە كېلىڭ. سىز تىنچ ئۆيىدە ئەتراپتىكى ۋارال - چۈرۈڭنىڭ تەسىرىدىن قۇتۇلالايسىز.

دېققەت! تەييارلىق قىلىۋاتقان ياكى ئۆزىڭىزگە پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىش شارائىتى ھازىرلاۋاتقان ۋاقىتتا، ھەرگىز يېتىۋالماڭ، ئۇنداق بولۇشى بىز ئىشلىگەن سىخېما كۆرسىتىپ تۇرۇپتۇكى، ئەگەر سىز ئۇزۇنراق ياتىسىڭىز، ئاستا - ئاستا بىرقەدەر تۆۋەن قاتلامدىكى ئاغىغا كىرىپ قالىسىڭىز، بۇنىڭ بىلەن ئاسانلا ئۇخلاپ قالسىز. ماڭا مەلۇم، نۇرغۇن ئادەملەر ئۇيقۇسى قېچىپ كەتكەندە كارىۋاتتا يېتىۋېلىپ، ئۇيقۇنىڭ پەۋقۇلئاددە تەكلىپىدىن پايدىلىنىدۇ.

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

سىز ئورۇندۇقتا ئولتۇرغان ۋاقىتتا، بەدىنىڭىزنىڭ ھەرقايسى

قىسىملىرىنى تەسەۋۋۇر قىلىڭ. تەسەۋۋۇرنى پۇتلىرىڭىزنىڭ بارماقلىرىدىن باشلاڭ، ئۇلارنى بوشىتىۋاتىدۇ، ئاستا - ئاستا بوشىتىۋاتىدۇ دەپ ئويلاڭ. پۇتلىرىڭىزدىن ئاستا - ئاستا يۇقىرىغا ئۆرلەپ، بەدىنىڭىزنىڭ ھەرقايسى قىسىملىرىنى بوشىتىۋاتىدۇ دەپ تەسەۋۋۇر قىلىڭ. مەلۇم ۋاقىت دىققىتىڭىزنى بىر يەرگىلا مەركەزلەشتۈرۈپ، ئۇنى بوشىتىۋاتىدۇ دەپ ئويلاڭ. ئۇنى ئاستا - ئاستا بوشاش - تۇرۇشنى ئۆگىنىۋېلىڭ. سىز بېشىڭىزنى ئەركىن ھالەتكە ئەكەپ - لىپ 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، مېڭىڭىز مۇخپلى دەرىجىدە بوشىشىپ بولغان بولىدۇ.

ئەمدى ساناق ساناڭ. جىم ئولتۇرۇپ، ئاستا ساناڭ، ئۆزىڭىزنى بىر خىل مۇكەممەل ئاڭ قاتلىمىغا ئاستا - ئاستا كىرىۋاتقاندا 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

كۈندىلىك بايانات ئېلىپ بېرىۋاتقاندا، نشان تىزىملىكىڭىزنى سېلىشتۇرۇپ تۇرۇشىڭىزغا توغرا كېلىدۇ، بىر ماددا - بىر ماددا - دىن سېلىشتۇرۇڭ. كۈندىلىك باياناتقا ئوخشىمايدىغان يېرى - پەۋقۇلئاددە تەكلىپ بىر قېتىمدا پەقەت بىر خىللا شەكىللىنىش ساپانىڭ ھۆددىسىدىن چىقالايدۇ.

ئالدى بىلەن، شەكىلسىز نىشان تىزىملىكىدىكى ساپا ياكى پەزىلەتتىن بىر خىلنى 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 پەۋقۇلئادە تەكلىپ قويۇڭ. مۇشۇ خىل ساپا ئۆز ۋۇجۇدىڭىزدا يېتىلىپ بولغۇچە شۇنداق قىلىڭ. سىزگە كاپالەت بېرەلەيمەن، بۇ خىل ساپانى يېتىلدۈرۈشكە كەتكەن ۋاقىت سىز تەسەۋۋۇر قىلغان ۋاقىتتىن كۆپ قىسقا بولىدۇ. پەۋقۇلئادە تەكلىپ مۆجىزە يارىتالايدۇ!

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

سىز ئۆزىڭىزنى بىرقەدەر تۆۋەن ئاڭ قاتلىمىغا ئېلىپ كىرىدەنغان «شەرتلىك رېفلىكس» جەريانىنى باشلاشتىن ئىلگىرى، ھەر قېتىمدا پۈتۈن باياناتنى ئوقۇپ چىقىشىڭىز كېرەك. پۈتۈن باياناتنىڭ «كود» نى بەلگىلەپ بولغاندىن كېيىن، ھەر قېتىمدا مۇشۇ ناھايىتى ئاددىي «كود» لارنىلا ئوقۇشىڭىز بولىدۇ. «شەرتلىك رېفلىكس» ھالىتىنى ئىزدەۋاتقان ۋاقىتىڭىزدا «كود» نى ئوقۇش سىزگە پەۋقۇلئادە كۈچلۈك ئېنېرگىيە ئاتا قىلىدۇ، بۇنىڭ بىلەن پۈتۈن بايانات مېڭىڭىزگە چوڭقۇر يىلتىز تارتىدۇ.

پۈتۈن جەريانىنى خاتىرىلەپ چىقىڭ

ئېنىق بولۇشنى نەزەردە تۇتۇپ، مەن ھازىر پەۋقۇلئادە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنىڭ پۈتۈن جەريانىنى رەتلىك، تەرتىپلىك خاتىرىلەپ چىقىمەن.

رىلەپ چىقاي:

1. سىز شەكىلسىز نىشاندىن بىرنى تاللاپ بولىدىڭىز (پەزىلەت، 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 ھالەتتە ئولتۇرۇپ، مۇسكۇللىرىڭىزنى ئىرىتىپ قويۇپ بېرىڭ.

4. پۈتۈن باياناتنى ئالدىرىماي، ئەستايىدىل ئوقۇپ چىقىڭ. ئۆزىڭىز بىرقەدەر تۆۋەن ئاڭ قاتلىمىغا كىرىشكە باشلىغاندا، «نۇقتىلىق سۆز» لىرىڭىزنى ئېسىڭىزدە چىڭ تۇتۇڭ.

5. ئالدىدا تەسۋىرلەپ ئۆتكەن بىرقەدەر تۆۋەن ئاڭ قاتلىمىغا كىرىڭ.

6. باياناتلىرىڭىزنى مېڭىڭىزگە يىلتىز تارتقۇزۇش ئۈچۈن، «نۇقتىلىق سۆز» لەرنى ئايرىم - ئايرىم ئېسىڭىزدە ئوقۇڭ.

7. ئۆزىڭىزنىڭ ئەڭ يۇقىرى ئاڭ قاتلىمىغا قايتىپ كېلىڭ، ئاشۇنداق قىلىۋاتقاندا، ئۆزىڭىزنىڭ ئىلگىرىكىگە قارىغاندا تېخىمۇ سەگەك، تېخىمۇ ئىرىتىپ بولغانلىقىڭىزنى، زېھنىي قۇۋۋىتىڭىزنىڭ تېخىمۇ ئۇرغۇپ تاشقانلىقىنى تەسەۋۋۇر قىلىڭ.

مانا بۇ پەۋقۇلئادە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنىڭ پۈتۈن جەريانى! مانا بۇ سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلار. سىز مۇشۇ بويىچە ئىش قىلىشىڭىزلا، پەۋقۇلئادە 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، كۈندىلىك بايانات ۋە پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشىڭىزنىڭ ئۈنۈمى ۋە سۈپىتىگە باغلىق.

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

بۇ تەرىپىنى ناھايىتى ئېنىق ئايرىش تەس. چۈنكى بۇ جەھەتتە ئادەم بىلەن ئادەم ئوتتۇرىسىدا ناھايىتى چوڭ پەرق مەۋجۇت، ھەر بىر ئادەمنىڭ سۈبىيىكتىپ «تۇيغۇ» سىمۇ ئوخشىشىپ كەتمەيدۇ. ئەگەر سىز ياخشى ئۈنۈمگە ئېرىشكەنلىكىڭىزنى ھېس قىلىشىڭىز، بۇ سىزنىڭ مۇۋاپىق ئالڭ 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 تۇيغۇڭىز مۇ شۇنچە كۈچىيىپ بارىدۇ. سىز قانچە ئىچكىرىلەپ كىرگەنسېرى، ئاخىرقى قاتلام بىلەن بولغان ئارىلىقىڭىز شۇنچە قىسقىرايدۇ. سىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن مەيلى قەيەردە پايدىلىنىشىڭىز، ئۇ ئوخشاشلا رول ئويناۋېرىدۇ. بۇ يەردىكى گەپ، سىز شەرتلىك رېفلىكس دەرىجىسىگە قانچىلىك يەتسىڭىز، پەۋقۇلئاددە تەكلىپ شۇنچىلىك رول ئوينايدۇ.

قىسقىسى، سىز بىرقەدەر تۆۋەن ئالڭ قاتلىمىغا تېز سۈرئەتتە توغرا كىرىش ئىقتىدارىنى تېخى يېتىلدۈرەلمىگەنلىكىڭىزدىن ۋە تەكلىپلىرىڭىزنىڭ قىلچە ئۈنۈم كۆرسىتمەسلىكىدىن ئەنسىرىدۇ.

مەڭ، ئۇ سىزنىڭ شەرتلىك رېفلىكس 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 رېفلىكسىنى قوبۇل قىلىشنى يېتىلدۈرۈشتىكى مەخپىي ئورۇن. بەزىلەر ئۆزىنى بۇنداق ئىشلارنى قىلىشتا باشقىلارغا قارىغاندا تېخىمۇ ئەپلىكتەك ھېس قىلىدۇ (خۇددى بەزىلەر سۇ ئۇزۇش ياكى گولفى توپ ئوينايدۇ - نى ئۆگەنگەندە، ئۆگىنىش ئاسانداك، تېزلا ئۆگىنىۋالالايدىغاندەك ھېس قىلىنغانغا ئوخشاش). سىز قايتا - قايتا مەشىق قىلىپ بەرسىڭىز، تۆۋەن ئالڭ قاتلىمىغا بىرقەدەر تېز سۈرئەتتە ئۈنۈملۈك كىرىش ئىقتىدارىنى يېتىلدۈرەلەيسىز.

ئۇ ئادەمگە قانداق تۇيغۇ بېغىشلىيالايدۇ؟ بۇ جەھەتتە قانچىلىك ئادەم سىناق ئېلىپ بارغان بولسا، بۇ مەسىلىنىڭ جاۋابىمۇ شۇنچە. لىك يولىدۇ. لېكىن، ئۇلارنىڭ جاۋابلىرى چوقۇم بەزى ئامىللارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان بولۇشى كېرەك: ئازادلىككە ئېرىشىش، بەدىن - دە ئاساسەن ئۆزگىرىش بولماسلىق، بىر ئاز تىنچلىق، بوشاڭلىق كۆرۈلۈش، سىرتتىكى ۋارالڭ - چۇرۇڭلار يوقىلىش. سىز ھەقىقەتەن قىيىن ئۆزىڭىزگە كەلگەنلىكىڭىزنى ھېس قىلىسىز؛ خارامۇشلۇقتىن قۇتۇلىسىز. لېكىن، نورمال ھېس - تۇيغۇ ۋە ئىدىيىدىن يىراقلىشىسىز.

ئەڭ مۇھىمى، شۇنى بىلىشىڭىز كېرەككى، سىز ئاكتىپلىق بىلەن ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشىڭىزلا، ئۇ خىل ئەركىن ھالەتكە بارغانسېرى تېز سۈرئەتتە يېتەلەيسىز. بۇ بىزنىڭ بىر يولنى بويلاپ ماڭغىنىمىزغا بەك ئوخشىشىپ كېتىدۇ. بىز بۇ يولدا دەسلەپتە ماڭغان ۋاقىتىمىزدا، 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 قويماي: بەك قېتىق قىلىپ كىرىشكەن كەتمەك، بۇ سىزنىڭ تىرىشچانلىقىڭىزنى توشۇپ قويىدۇ. ئۇ بىر خىل ئۆزىنىڭ تىرىشچانلىقى، تونۇش تىرىشچانلىقى، ئوي - پىكرىنى بىر يەرگە يىغىش تىرىشچانلىقى ئەمەس. بۇنى ئۆزىڭىز كۆڭۈل ئازادلىكى ئىچىدە سىناپ بېقىڭ.

بۇ نۇقتىدا سىزگە ئەسكەرتىدىغىنىم، تۆۋەن قاتلامغا قارىتىلغان شەرتلىك رېفلىكس ۋە پايدىلانغان پەۋقۇلئادە تەكلىپ پەقەت شەكىلسىز نىشانلار، يەنى پەزىلەتنى ياخشىلاش، خاراكتېر ۋە ھەردە - كەت 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 پەۋقۇلئادە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش ئارقىلىق مەجەز - خاراكتېرىڭىزنى ئۆزگەرتەلەيسىز.

پەۋقۇلئادە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش ئار - قىلىق مەجەز - خاراكتېرىڭىزنى ئۆزۈل - كېسىل ئۆزگەرتىشتىن سىرت، يەنە بۇ خىل شەرتلىك رېفلىكس ئۇسۇلىدىن پايدىلىنىپ، قىسقا ۋاقىت ئىچىدە نۇرغۇن پايدىغا ئېرىشەلەيسىز.

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

ئىشلار	ئۈنۈمى
چىش دوختۇرغا كۆرۈنۈشتىن ئىلگىرى پەۋقۇلئادە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەت - تىن ئۆتكۈزۈش، يۈرىڭىزدىكى قور - قۇتتىن ئەسەرمۇ قالمايدۇ!	چىش دوختۇرغا كۆرۈنۈشتىن ئىلگىرى پەۋقۇلئادە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەت - تىن ئۆتكۈزۈش، يۈرىڭىزدىكى قور - قۇتتىن ئەسەرمۇ قالمايدۇ!
ئۇزۇن يولغا ماشىنا ھەيدەپ كېتىۋاتقاندا ئۇيقۇ بېسىش	ماشىنىنى يول بويىغا توختىتىپ، پەۋ - قۇلئادە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئىككى - ئۈچ مىنۇت ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈڭ، ئۆز - ئىڭىزگە ماشىنا ھەيدىگەندە سەگەك ئولتۇ - رۇش تەكلىپىنى بېرىڭ. شۇنىڭدىن كې - يىنلا، سىز ناھايىتى سەگەك ھالدا ماشى - نا ھەيدىيەلەيسىز.
خىزمەت ئىزدەپ بېرىپ، يۈز تۇرانە سىناشقا قاتناشقاندا جەددىلىشىش	پەۋقۇلئادە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەت - تىن ئۆتكۈزۈپ، ئۆزىڭىزگە تەمكىن بو - لۇش، سىناشقا بىمالال يۈزلىنىش تەكلى - پىنى بېرىڭ. شۇنىڭدىن كېيىنلا، يۈز تۇرانە سىناشتىن مۇۋەپپەقىيەتلىك ئۆتە - لەيسىز.
كېچىسى ئۇزۇنغىچە ئۇخلىيالماسلىق	كارىۋاتتا يېتىپ، پەۋقۇلئادە تەكلىپ ئۇ - سۇلىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈڭ. ئۆز - ئىڭىز ئۇخلاش، تېزىرەك ئۇخلاش، ياخشى ئارام ئېلىش تەكلىپىنى بېرىڭ. مۇۋەپپە - قىيەت قازىنىشىڭىزدا گەپ يوق!

ئاغرىش (چىشى)
داۋالغاندا، بالا
تۇغقاندا ياكى باشقا
ۋاقىتتا)

پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئەمەلىيەت-
تىن ئۆتكۈزۈڭ، ئۆزىڭىزگە بەدىنىڭىزنى
ئەركىن قويۇپ بېرىش، تولۇق تەييارلىقتا
تۇرۇش تەكلىپىنى بېرىڭ. شۇ چاغدىلا
ئانچە ئاغرىق ھېس قىلمايسىز.

يېڭى تۇيغۇ

ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش جەريانىدا، سىز ئۆزىڭىزنىڭ شەرت-
لىك رېفلىكسىڭىزغا باشقا بىر زۆرۈر ئامىلىنى، يەنى كېيىنكى
ئاڭنىڭ 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 سې-
لىشتۇرغاندا، سىز ئۆزىڭىزدە تېخىمۇ زور بەخت، تېخىمۇ زور
ئىشەنچ ھېس قىلىسىز.

بۇ مۇھىم ئامىلىنى كىرگۈزۈش ئۈنچە 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
سانىشىڭىز، ساناپ بەشكە كەلگەندە ئۆزىڭىزگە، ساناپ نۆلگە كەل-
گەندە ئۆزۈمنىڭ تەكلىپىمنى كىرگۈزۈمەن، دەپ ئەسكەرتىسىز.
يەنە بىر خىل قىلىپ ئېيتساق، سىز تۆۋەن قاتلامىدىن
ئاستا - ئاستا ئۆرلەۋاتقاندا، ئىككى تەرەپتىن پايدىلاندىڭىز. سىز
پەۋقۇلئاددە تەكلىپنى مېڭىڭىزگە يىلتىز تارتقۇزۇپلا قالماي، يەنە
ئۆزىڭىزگە، تولۇق ئاڭ ھالىتىگە قايتقان ھامان، ئۆزۈمنىڭ ھايا-

تى كۈچكە تولغانلىقىمنى، بەدىنىمنىڭ ساغلاملاشقانلىقىنى ھېس
قىلىمەن، دەپ تەكىتلەپ تۇرىدىڭىز.

ئەڭ ئاخىرقى بىر نۇقتا: «شەخسىي ساپا» نىشانىنى تۈپتىن
ئەمەلگە ئاشۇرۇشقا تەييارلانغاندا، سىز پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ئۇسۇ-
لىنى قايسى ۋاقىتتا ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈسىز؟ قانچىلىك ۋاقىتتا
بىر قېتىم ئۆتكۈزۈسىز؟ بىرقەدەر تۆۋەن ئاڭ قاتلىمىڭىزدىكى ئۆز
شەرتلىك رېفلىكسىڭىزنى ئەڭ يۇقىرى ئۈنۈمدە جارى قىلدۇرۇشىد-
ىڭىز ئۈچۈن، ھەر كۈندىكى پەۋقۇلئاددە تەكلىپنى ئەمەلىيەتتىن
ئۆتكۈزۈش سانىنى چەكلىمەڭ. لېكىن، ھەربىر پەۋقۇلئاددە تەك-
لىپتىن ئەڭ ئۈنۈملۈك پايدىلىنىش نۇقتىسىدىن قارىغاندا، سىز
ھەر كۈنى بىر ماددىنى بىر قېتىم ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈسىڭىز،
بۇنىڭدا ئەڭ يۇقىرى ئۈنۈمگە ئېرىشىسىز. مەيلى قانداق بولسۇن،
شۇنى تونۇپ يېتىشىڭىز كېرەككى، جىددىي ئىش (چىش دوختۇرغا
كۆرۈنۈش، خىزمەت ئۈچۈن يۈزتۇرانە سىناشقا قاتنىشىش دېگەن-
دەك) قا دۇچ كەلگەندە، پەۋقۇلئاددە تەكلىپ ماھارىتىدىن پايدىلان-
سىڭىز بولىدۇ. بەلكى پايدىلىنىشىڭىز كېرەك.

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

يىغىنچاقلاش دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە 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 يوشۇ-رۇن ئاڭ قاتلىمىغا تەسىر كۆرسىتەلەيدىغانلىقىنى تونۇپ يېتىپ بولىدىڭىز.

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

يەتتىنچى باب

سىزنىڭ يوشۇرۇن كومپيۇتېرىڭىز

قارارىڭىز سىزنىڭ ئىلگىرى ئىشلىگەن ئەڭ مۇھىم خىزمىتىڭىز. ئۇنداق دېيىشىمىزدىكى سەۋەب، ئەگەر ئىنسانلار ئۈزلۈكسىز قارار چىقىرىپ تۇرىمىغان بولسا، بۈگۈنگىچە مەۋجۇت بولۇپ تۇرال-مىغان 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 بۇرۇندىنى تاتىلاشتىن ئىبارەت بۇ ئاددىي مىسالنىلا تەھلىل قىلىپ باقايلى. بۇرۇننى تاتىلاش ئۈچۈن نۇرغۇن قارارلارنى چىقىرىشىمىزغا توغرا كېلىدۇ. ھەر بىر قارار ئانچە ئەھمىيەتلىك ئەمەستەك كۆرۈندۈسىمۇ، لېكىن ئۇ بۇرۇن تاتىلاش جەريانىدا كەم بولسا بولمايدۇ. ئالدى بىلەن، سىز بۇرۇننىڭ 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؟ تاللىغان 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 ئادەمى 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 ئايروپىلاننى 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، پەۋقۇلئادە قىسقا ۋاقىت ئىچىدە قوبۇل قىلغان زور مىقداردىكى ئۇچۇرغا تايىنىپ ئېلىپ بېرىلىدۇ. بۇنى ھازىرقى دۇنيادىكى ھەر قانداق كومپيۇتېر ئورۇنداپ كېتىشكە ئامالسىز.

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

قاتناش قاتتىقچىلىقى 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 ۋاقىتتا ھۆكۈم چىقىرىپ ماڭىسىز.

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

دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ ئەڭ ئاخىرقى بىر قەدىمى، شۇنداقلا سىزنىڭ ھايات يولىڭىزنى ئۆزگەرتىدىغان ئەڭ ئاخىرقى بىر قەدەم سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ تەپەككۈرىڭىزغا كىرگەن كومپيۇتېرنىڭ ئاڭ يولىنى بەرپا قىلىش. ناھايىتى ئېنىقكى، ئادەتتىكى ئادەملەر ئۇلۇغ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرنى ئىشلىتىشنى ئەزەلدىن ئۆگىنەلمەيدۇ. ئۇلار ئۇنى ئۆگىنەلگەن 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 تاپالغان بارلىق ماتېرىياللارنى ئۆگىنىش ئارقىلىق چوڭقۇر تەسىراتقا ئىگە بولدۇم. ئېدىسون، ئېينشتەين، موزارت، ئېمېرسون، چايكوۋسكىي، ستېينبېيتز، ۋات ۋە شۇلارغا ئوخشاش سانسىز كەشپىياتچى، ئالىم، يازغۇچى، مۇزىكانتلار ئۆزلىرىنىڭ ئۇلۇغ يوشۇرۇن

ئاڭ كومپيۇتېرىدىن قانداق پايدىلانغانلىقىنى بىزگە نامايان قىلىپ بەردى. ئەمەلىيەتتە، بۇخىل يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرى پەقەت ئۇلارغىلا مەنسۇپ ئەمەس، ئۇ ھەربىر ئادەمنىڭ مېڭىسىدە مەۋجۇت، لېكىن ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى ھەربىر ئادەمنىڭ ئاشۇ ئۇلۇغ ئىجادىيەت مەنبەسىنى ئاچالغان - 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 يۈكلىنىڭ ئېغىر ياكى يېنىك بولۇشى مەسىلىنىڭ مۇرەككەپ دەرىجىسى بىلەن ئوڭ تاناسىپ بولىدۇ. مەسىلە قانچە مۇرەككەپ بولسا، قارارنىڭ يۈكلى تەبىئىي ھالدا شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ. ئەگەر پەقەت «بولدۇ» ياكى «بولمايدۇ»، «توختات» ياكى «قالدۇرۇپ قوي»، «قارا» ياكى «ئاق» دېگەندەك ئاددىيلا قارارلارنى چىقىرىشىڭىزغا توغرا كەلسە، ئۇنداقلا 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 مەسىلەنىڭ بىرقەدەر مۇرەككەپ ئىكەنلىكىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدۇ. بىز مۇھىملىق دەرىجىسى ئوخشىمايدىغان نۇرغۇن ئۇچۇرلارغا، قىممىتىنىڭ يۇقىرى - تۆۋەنلىكى ئوخشىمايدىغان نۇرغۇن جاۋابلارغا، يا ئۇنداق، يا مۇنداق قارار چىقىرىشقا توغرا كېلىدىغان ھېسسىيات جەھەتتىكى ھېسىملارغا ھەر ۋاقىت دۇچ كېلىپ تۇرىمىز. قىسقىسى، بىز پەقەت كومپيۇتېرلا ھەل قىلالايدىغان مۇرەككەپ مەسىلىلەرگە دۇچ كېلىمىز.

بىز ئۆزىمىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ ئېنېرگىيىمىزدىن پايدىلانساقتا، لا، جاۋابىنى ھېسابلاپ چىقىپ، ئۆزىمىزگە يوللاپ بېرەلەيمىز! 2. ئۇ مېڭىڭىزنى ياخشى خىزمەت ھالىتىدە ساقلاپلا قالماي، يەنە ئۇنىڭ خىزمەت ئۈنۈمدارلىقىنى زور دەرىجىدە ئاشۇرىدۇ. بىز يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىدىن 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.

ئۇيغۇ توغۇرلۇق يېقىندا ئېلىپ بېرىلغان تەتقىقات نەتىجىسى ئىلگىرىكى بىرنەچچە يىلدا كەڭ مۇھاكىمە قىلىنغان ئاساسلىق ئوقۇمنى ئېچىپ بەردى. ئەمەلىيەتتە، ھەربىر ئادەمنىڭ ئۇخلاش ۋاقتىنىڭ ئۇزۇن - قىسقىلىقىدا، ئوخشىمىغان ياشتىكى ئادەملەر - نىڭ ئۇخلاش ۋاقتىنىڭ ئۇزۇن - قىسقىلىقىدىمۇ ئاز - تولا پەرق بولسىمۇ، لېكىن «ئادەم ئەمەلىيەتتە تۆت - بەش سائەت ئۇخلىسا كۇپايە» دەيدىغان بۇ قاراش توغرا ئەمەس. يېڭى تەتقىقاتتىن بايقىلىدۇ. شىچە، 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 سائەتتە ۋاقىت بەدىنىڭىزنىڭ ئەسلىگە كېلىشىگە ياكى كۈندۈزى ھاردۇق يەتكەن مۇسكۇللارنىڭ ھاياتىي كۈچىنى ئەسلىگە كەلتۈرۈشىگە 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. ئۇ-
نىڭدىن كېيىنكى ئىككى، ئۈچ، تۆت سائەت ئىچىدە ئادەمنىڭ
ئۇيقۇسى بىر قەدەر يېنىك بولىدىكەن، سەرپ قىلىنىدىغان ئېنېرگىيە-
يىمۇ بىر قەدەر ئاز بولىدىكەن. شۇنىڭ بىلەن بىللە، بەدەننىڭ
تېخىمۇ مۇرەككەپ ئەسلىگە كەلتۈرۈش ئىشلىرى ئورۇندىلىپ بولى-
دىكەن. ھۈجەيرىلەرنىڭ ئەسلىگە كېلىشى ۋە قايتا تۈزۈلۈشى بىلەن-
لەن، 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 موھ-
تاج ئىكەنلىكىمىزنى بىلىۋالايلىمىز.

سىز ئۇخلاۋاتقان مەزگىلىدە چوڭ مېڭىڭىزنى ياخشى ئارام
ئالدۇرۇشىڭىز كېرەك، شۇنىڭدىلا ئۇ ئەتىسى ئۈنۈملۈك ئىشلىيە-
لەيدۇ. سىز يەنە تەپەككۈر سىستېمىڭىز ھەر كۈنى ئۇچراپ تۇرىدۇ-
غان ئاشۇ قىيىن مەسىلىلەرنى يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىدىن پايدى-
لىنىپ ھەل قىلىسىز.

3. ئۇ «كۈندىلىك باياناتىڭىزنى رېئاللىققا ئايلاندۇرۇشىڭىز»
ئۈچۈن ئېنېرگىيە توپلاپ بېرىدۇ.
كۈندىلىك باياناتى يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېر ئارقىلىق ئەمەل-
گە ئاشۇرغىلى بولىدۇ.

ئۇ مۇنداق رول ئوينايدۇ: سىز كۈندىلىك باياناتى ئېلان
قىلىۋاتقاندا، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرى سىزدىن ئۇچۇرنى قوبۇل
قىلىدۇ. سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز سىزگە بەزى ئۇ-
سۇللارنى لايىھىلەپ بېرىدۇ، سىز مۇشۇ ئۇسۇللاردىن پايدىلىنىپ،
بەلگىلەنگەن نىشانلارنى ئەمەلگە ئاشۇرىسىز.

سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز سىزگە قىيىن مەسىلە-
لىلەرنى ھەل قىلىشنىڭ يولىنى ۋە جاۋابىنى تېپىپ بەردى. ئەمدى
مەن سىزگە ھەل قىلىش يوللىرى ۋە جاۋابقا قانداق ئېرىشىش
توغرۇقلۇق 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 ئۈچىدىلا تۇرىدۇ» لېكىن، دەماللىققا ئېسىد-
ىڭىزگە 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 ئېنېر-
گىيىدىن پايدىلانغانىڭىز بىر مىسالى.

بەزىلەر ھالقىلىق قارارلارنى چىقىرىشتىن ئىلگىرى، كۆپ
ھاللاردا «ئويلىغانلىرىنى ئۆزى بىلەن بىللە ئوخلىتىۋېتىدۇ». ئە-
تىسى ئويىغانغاندا، قارار كۆڭلىدە شەكىللىنىپ بولغان بولىدۇ.
بۇنىڭدا ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىدىن 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 قال-
ماسلىقىڭىزنى ئۈمىد قىلىمەن.

يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنى ھەرىكەتكە كەلتۈرۈڭ.
 يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنى ھەرىكەتكە كەلتۈرۈشنىڭ
 ئالدىنقى سۈر، ئۈچ سۈر يەنى يېزىش، سىناپ، بېقىش، ئۆتۈنۈش،
 يېزىش ئۇچرىغان مەسىلىنى قەغەزگە يېزىپ قويۇڭ. بۇ ئۆز-
 سۇل بىر ئاز قانداقلاشمىغاندەك تۈيۈلۈشى مۇمكىن. لېكىن، ئۆز
 بېشىڭىزىدىن ئۆتكەن تەجرىبىدىن قارىغاندا، نۇرغۇن مەسىلىلەرنىڭ
 ئۆزۈڭىزچە 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
 بولسىز. 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 ئاساس-
 لارنى تولۇق يېزىڭ.

بۇ مەسىلىلەرنى ئۆزىڭىزنىڭ ئېڭىگە تايىنىپ ھەل قىلىپ
 كېتەلمەيدىغانلىقىڭىزغا كۆزىڭىز يەتكەندە، كۆپرەك ۋاقىت سەرپ
 قىلىپ، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇشنى
 سىناپ باقسىڭىز بولىدۇ.

سىز ئامالسىز قىلىپ، «ئۆزىڭىزنىڭ ئېڭىگە تايىنىپ مەسىلە-
 نى ھەل قىلالمايدىغان»لىقىڭىزدىن ئىبارەت بۇ خۇلاسىنى چىقار-

غان ۋاقىتىڭىزدا، ئۈچىنچى يولنى تۇتسىڭىز بولىدۇ.
 ئۆتۈنۈش يوشۇرۇن ئاڭ 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 مە-
 سىلە ۋاقتى كەلگەندە ئاسانلا ھەل بولۇپ كېتىدۇ.

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

ئايلىنىدىغان يەرگە كەلگەندە، ئۇلار چۈشتىن ئويغانغاندەك
 بولۇپ، ماشىنىنىڭ ئايلىنىش بەلگە چىرىغىنى ياندۇرۇش كېرەك-
 لىكىنى تۇيۇقسىز تونۇپ يېتىدۇ. ئۇلار كۆزلىگەن يېرىگە يېتىپ
 بېرىپ بولغاندىن كېيىن، قاتتىق قىستاشچىلىقى بولۇۋاتقان يەرلەر-
 دىن ئۆتكەندە يۈز بەرگەن كونكرېت تەپسىلاتلارنى ئېنىق
 ئەسلىيەلمەيدۇ.

ئۇنى قوبۇل قىلىڭ. يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنى باشقا
 بىر ئادەم، ئۆزىڭىز ياللىۋالغان ئادەم ياكى ياردەمچى دەپ بىلىڭ.
 ئۇنىڭغا: «بۈگۈن چۈشتىن كېيىن سائەت تۆتتە ياكى ئەتە ئەتىگە-
 نىڭچە بۇ مەسىلىنىڭ جاۋابىغا ئېرىشىشنى ئويلايمەن» دەپسىڭىز
 بولىدۇ. ئەگەر سىز يولۇققان مەسىلىنى ھەل قىلىش ناھايىتى
 قىيىن بولسا، يوشۇرۇن ئاڭ مەسىلىنى ھەل قىلىش ناھايىتى
 قىيىن بولسا، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنىڭ مەسىلىنى ھەل
 قىلىش يولىنى ئىزدەشكە كۆپرەك ۋاقىت بەرسىڭىز بولىدۇ. سىز

ئۇنىڭغا كېلەر ھەپتىنىڭ شەنبە كۈنى مەسىلىنىڭ جاۋابىغا ئېرىش-
سەم بولىدۇ، دەپ قويسىڭىزمۇ بولىدۇ.

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

شۇڭا، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزدىن بىرەر مەسىلىنى
ھەل قىلىپ بېرىشنى ئۆتۈنگەندە، ئۇ مەسىلىنى كالىڭىڭىزدىن چىقىد-
رىۋېتىشىڭىز 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 پايدى-
سى بولۇپ قالار.

سوئال: يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنىڭ رولىنى جارى قىل-
دۇرۇش ئۈچۈن، ئادەمدە پەۋقۇلئاددە زېرەك كالا بولۇشى
كېرەكمۇ؟

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

سوئال: يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىنى 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 كې-
رەك. سىز چوقۇم ئۆزىڭىز ئويلاپ يېتەلەيدىغان، ئىجابىي ۋە
سەلبىي ئىككى تەرەپتىن ئېلىپ بارغان تەھلىلىڭىزنى قەغەز يۈزىگە
يېزىشىڭىز كېرەك.

سوئال: سىز يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرى سىزگە قايسى ۋاقىت-
تا جاۋاب بېرىش كېرەكلىكىنى قانداق بەلگىلەيسىز؟

جاۋاب: سىز قارار چىقىرىشقا توغرا كەلگەندە، ھەرگىزمۇ
كەينىگە سۆزىمەسلىكىڭىز كېرەك. لېكىن، يوشۇرۇن ئاڭ كومپ-
يۇتېرىڭىزنى ئەخمەق قىلىشىڭىزمۇ بولمايدۇ. ئەگەر سىز مەلۇم
ۋاقىتتا، چوقۇم قارار چىقىرىشقا موھتاج بولسىڭىز، ئۇنداقتا يو-
شۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىغا يالغان ئاخىرقى چەك بېكىتىپ بەرمەڭ.
بۇخىل كۈچ تېز سۈرئەتتە رول ئويناپ جەرياندا، «موھتاج»لىق
بىر مۇھىم ئامىل. ئەگەر سىز يۇقىرىدا سۆزلەنگەن ئىككى قەدەم
باسقۇچنى ناھايىتى سەمىمىيلىك بىلەن ئېگىلىمەي - سۇنماي ئورۇن-
دىغان بولسىڭىز، ئۇنداقتا ۋاقىت مەسىلىسى ئادەتتە ئانچە قىيىن
مەسىلە ھېسابلانمايدۇ. يولۇققان مەسىلىنىڭ قىيىنچىلىق دەرىجى-
سى، قارارنىڭ شەكىللىنىشىگە ياكى ئىجرا قىلىنىشىغا توسالغۇ
بولدىغان ماددىلارنىڭ سانى سىزنىڭ ۋاقىت جەدۋىلىڭىزگە ۋە بەل-
گىلىك ۋاقىت ئىچىدە جاۋابقا ئېرىشىشىڭىزگە تەسىر يەتكۈزىدۇ.

سوئال: يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېر قانداق رول ئوينايدۇ، ئۇ
نېمىشقا رول ئوينايدۇ؟

جاۋاب: پىسخولوگ، نېرۋا بۆلۈم دوختۇرلىرى، ھەتتا تېئو-
لوگ ۋە دىنىي داھىيلار بۇ توغرىلۇق نۇرغۇن نەزەرىيىلەرنى ئوتتۇ-
رىغا قويغان. مەن بۇنى ھەقىقىي چۈشىنىپ كەتمەيمەن. مەن پەقەت
ئۇنىڭ ھەقىقەتەن رول ئوينايدىغانلىقىنىلا بىلىمەن.
بۇخىل ئۇسۇل ماڭا زور مۇۋەپپەقىيەت ئېلىپ كەلدى. مېنىڭ

سىلەرنى سىناپ بېقىشقا ئۈندىشىمدىكى سەۋەبمۇ مۇشۇ يەردە. ئۇ راستتىنلا ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدۇ! مېنىڭ چۈشىنىۋېلىشىمغا تېگىشلىك نەرسە مۇشۇ.

سوئال: ئۇ نېمە ئۈچۈن شۇنچە مۇھىم؟

جاۋاب: چۈنكى، ئىش قىلغاندا ھەقىقىي ئۈنۈم قوغلىشىدىغان ئادەم كالىنىغا ھەل قىلىنمىغان نەچچە ئون خىل مەسىلىنى سېلىپ يۈرسە، ھەرگىزمۇ يېنىك ئالغا باسالايدۇ. ئۇلار قوللىدىكى ئىشلىرىنى بىر تەرەپ قىلىش ئۈچۈن، ئۆزلىرىنىڭ ئېڭىنى ئىزگىلىتىشكە موھتاج. لېكىن، ئۇلار يەنە بىرقەدەر چوڭ مەسىلەلەرگە ئۇچرايدۇ، ھەتتا بۇ مەسىلىلەر چۈشەنچە بېرىلگەندىن كېيىنمۇ، 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 كالىدىن كۆتۈرۈلۈپ كەتمەي تۇرۇۋالسا، ئۇ چاغدا ئۇ ئەندىشە بولىدۇ! بۇخىل ئەندىشە ئىشنى بۇزۇش رولىنى ئوينايدۇ.

سوئال: ئەڭ ئۇلۇغ قىممەت دېگەن نېمە؟

جاۋاب: ئەڭ ئۇلۇغ قىممەت دېگەننىمىز، سىز كالىڭىزدىكى ئەڭ ئۇلۇغ قىممىتىڭىز خالىغانچە پايدىلىنالايدىغان بولۇش دېمەك. تۇر. ئۇ مەخپىي، كۆپ سانلىق كىشىلەر ئۇچرىشالمايدىغان قىممەت. شەك - شۈبھىسىزكى، سىزنىڭ مېڭىڭىزدىكى يوشۇرۇن ئاڭ قىسمى (ھەر خىل سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن، مەن ئۇنى تولۇق چۈشەنمىپ يېتىشكە تېخى مۇيەسسەر بولالمىدىم.) تەپەككۈر ئورگانلىرىنىڭ باشقا قىسىملىرى بىلەن سېلىشتۇرغاندا، تېخىمۇ كۈچلۈك

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

سوئال: مەلۇم بىر مەزگىل جاۋابىنى تېپىش مۇمكىن بولمىدى.

خان مەسىلىلەرگىمۇ مۇشۇ ئۇسۇلنى قوللانسا بولامدۇ؟

جاۋاب: بولمايدۇ، ئاسانلا پايدىلانغىلى بولىدىغان بىر ئەپچىل چارە بار. ئۇ بولسىمۇ سىز قىلىشقا تېگىشلىك ئىش، خۇددى پەۋقۇلئاددە تەكلىپتىن پايدىلىنىشنىڭ تەييارلىقىنى قىلىپ بولغاندەك، ئۆزىڭىزنى مۇۋاپىق ھالەتتە تۇتۇپ تۇرۇش. سىز ئاشۇ قاتلامدا تۇرۇپ، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزدىن ئۆزىڭىز يولۇققان مەسىلىنى ھەل قىلىپ بېرىشنى ئۆتۈنسىز. ئەگەر بۇ قەدەمنى بېسىشتىن ئىلگىرى مەسىلىنى ئىجابىي ۋە سەلبىي ئىككى تەرەپتىن تەھلىل قىلىپ پايدا - 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: جاۋابىنى قانداق چۈشىنىمىز؟

جاۋاب: ئاۋۋال سىزگە ئېيتىپ قويدىغىنىم، سىز ئەمدى سىرلىق ئاۋازلارنى ئاڭلىمايسىز. سىز پەقەت مەسىلىنىڭ ھەل قىلىنىش لايىھىسىنىلا دەرھال پايدىلانغىلى بولىدىغان بىرخىل شەكىلدە 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

ئىلىش لايىھىسىنى بالدۇرراق تونۇپ يېتىشىڭىزنى توسىدىغان بەزى نەپەككۈر توسالغۇلىرى مەۋجۇت بولسا، مەسىلىنىڭ جاۋابى سىزنىڭ كالىڭىڭىزدا بىرخىل ئىنقىلابىي ئىشلىرىدە پەيدا بولۇشى مۇمكىن. دېمەكچى، مەسىلىگە مۇناسىۋەتلىك بەزى نەرسىلەر سىزنىڭ بېگىڭىزگە ئۈزلۈكسىز كىرىپ تۇرىدۇ. ئۇ سىزنىڭ ئىلگىرى ئاڭلىغان مىر ناخشا ياكى بالا ۋاقتىڭىزدا دائىم ئوينىدىغان بىرخىل ئويۇن ولۇشى مۇمكىن. شۇنىڭدىن كېيىن، ئۇ تۇيۇقسىزلا يوشۇرۇن ئاڭدا بىرخىل تەكلىپ بولۇپ شەكىللىنىپ، سىزگە مەسىلىنى پەيدا قىلغان يىلتىزنى يوقىتىش تەكلىپى بېرىشى مۇمكىن. ئادەتتە، «توغرىلىق» تۇيغۇسى ۋە لايىھىنى يولغا قويۇشقا ولغان «تەخىرىسىزلىك» تۇيغۇسى سىزنى يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزدىن كەلگەن توغرا جاۋابىنى پەرق ئېتىۋېلىشقا يېتەكلىەيدۇ.

سوئال: مەن ئۇنىڭ رولىنى دەرھال جارى قىلدۇرالايمەنمۇ؟
 ئاڭى ئۇنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇش ئۈچۈن باشقا سىناقلارنى ئېلىپ بېرىشىم زۆرۈرمۇ؟

جاۋاب: سىز مۇۋاپىق تەييارلىق كۆرۈپ، ئۇنىڭدىن رولىنى جارى قىلدۇرۇشنى ئۆتۈنسەڭىز، ئۇ شۇ زامان رولىنى جارى قىلدۇرىدۇ. «ئادەم پىشقانسىمۇ تەدبىرلىك بولىدۇ» دېگەن گەپ بار. سىز پەقەت قىلچە بوشاشماي ئۇنىڭدىن پايدىلانساڭىزلا، ئۇنىڭ ئۈنۈمى بارغانسېرى روشەن كۆرۈلىدۇ.

لېكىن، ئەگەر سىز ئۇنىڭ رول ئوينىشىغا توسقۇنلۇق قىلسەڭىز، ئۇ ئازراقمۇ رول ئوينىيالايدۇ. ئەگەر ئۇنى دائىم رول ئوينىيالايدۇ دەپ ئويلىساڭىز، ئۇ چاغدا ئۇ رول ئوينىيالايدۇ. سىزگە كاپالەت بېرەلەيمەن، مېنىڭ بۇ گەپلىرىم يۈزدە يۈز مەقۇت.

ئەسكەرتىش: يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرى سىزگە مەسىلىنى

ھەل قىلىش لايىھىسىنى چىقىرىپ بەرگەندىن كېيىن، ئۇنى ئىشلىتىشكە تەييار تاشلاپ قويماڭ.

يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنىڭ ئىككىنچى تەرىپى بىز يۇقىرىدا ئېيتىپ ئۆتكەندەك، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنى ئۈچ تەرەپتىن ئىشلەتكىلى بولىدۇ، ئۇ سىزگە زور مەنپەئەت ئېلىپ كېلىدۇ.

بىز يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنىڭ بىر تەرىپىنى — مەسىلىلەرنى ھەل قىلىش ئىقتىدارىنى ئاشۇرىدىغان تەرىپىنى سىناقتىن ئۆتكۈزۈپ بولىدۇ. ئەمدى ئۇنىڭ يەنە ئىككى پائىدىسى 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 بولساڭىز، ئۇ چاغدا ئەتىسى چوڭ مېڭىڭىز تولۇق ئەسلىگە كەلمەسلىكى مۇمكىن.

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

ئەتىسى كەيپىياتىڭىز ئەڭ تۆۋەن ھالەتتە تۇرغاندا (بىز ئويغاق ۋاقىتتا ئاساسەن دېگۈدەك زېھنىمىز ئۇرغۇپ تۇرغان ۋە زېھنىمىز ئاجىزلاپ كەتكەن «ئالمىشىش» جەريانىنى باشتىن ئۆتكۈزۈمىز)، ئېنېرگىيە زاپىسىڭىز تەبىئىي ھالدا كەمچىلرەك بولىدۇ، قىيىن-چىلىقلارغا ئارقا - 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 ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز كۈندۈز-دىكى ناھايىتى قىسقا ۋاقىت ئىچىدە ئۆزى ئاخشام ئورۇندىيالىمىغان ئۇششاق - چۈششەك ئىشلارنى بىر تەرەپ قىلىۋېتەلەيدۇ.

ئۇ سىزنىڭ كۈندۈزدىكى بىرنەچچە مىنۇت ۋاقىتىڭىزنىلا ئالدىدۇ. 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 ئۈچۈن زور پايدا ئېلىپ كېلىدىغان بۇخىل «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» نى تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن:

1. داۋالاش ئېلىپ بارىدىغان ۋاقىتنى ئىختىيارسىز بېكىتىڭ. بۇ خىل داۋالاشنى «ئاسادىيىي توغرا كېلىپ قالغاندا» ئېلىپ بار-سىڭىز بولمايدۇ. قولىڭىزدىكى ئىشلارنى يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىغا ۋاقىتلىق ئۆتكۈزۈپ بېرىدىغانلىقىڭىزنى ئۆزىڭىزگە ئېيتىڭ.

2. ئۈنىڭىدىن كېيىن ئەگەر مۇمكىن بولسا بىر يەردە يېتىپ، كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇڭ، تەپەككۈرىڭىزنى بەدىنىڭىزدىن سىرتقا قانات-

لاندۇرۇڭ. كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇپ يېتىپ، ئۆزىڭىزنى خۇددى سىزگە قاراپ تۇرغان باشقا بىرسىدەك تەسەۋۋۇر قىلىڭ. ھەرقانداق ئىشنى ئويلاشقىمۇ، ئويلىماسلىقىمۇ زورۇقماڭ. ئۆزىڭىزنى ئەركىن قويۇۋېتىڭ. كۆزلىرىڭىزنى يۇمۇپ، ئۆزىڭىزنىڭ مۇشۇ دۇنيا-دا 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 ئۈ-نۈم كۆرەلەيسىز: زېھنىڭىز تېخىمۇ ئۇرغۇپ تاشىدۇ، ئاكتىپچانلىق قىڭىز ئاشىدۇ، ئۆزىڭىزنى روشەن ھالدا كالىڭىز ساغلام، ھاياتىي كۈچىڭىز ئۇرغۇپ تۇرغاندەك ھېس قىلىسىز، ھارغىنلىقىڭىزمۇ شۇنىڭ بىلەن چىقىپ كېتىدۇ.

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

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

حق ئارقىلىق داۋالاش» نى تۈگىتىپ، ئۇنىڭغا ئۇلاپلا ئىككىنچى قېتىملىقنى ئېلىپ بارسىڭىز، ئۇ چاغدا ئىككىنچى قېتىملىق داۋالاشىڭىز بىرىنچى قېتىملىق داۋالاشىڭىزنىڭ ئۈنۈمىنى زور دەرىجىدە چۈشۈرۈۋېتىپلا قالماي، يەنە سىزنىڭ كەيپىياتىڭىزنى ئاتتىق بۇزۇپ، باشلىرىڭىزغا ئاغرىق كىرگۈزۈۋېتىشى مۇمكىن. بۇڭا، «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» نى بىرلا قېتىم ئېلىپ بېرىش كېرەك، بۇ قائىدە.

ئېسىڭىزە بولسۇن، «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئۇيغۇرلار بىلەن مۇناسىۋەتسىز. ئۇ پەقەت كالىڭىزدىكى ئاڭنى تىنچلاندۇرۇپ، يوشۇرۇن ئاڭنى قىسقا ۋاقىتلىق ئالدىراشلىققا سېلىپ قويدۇ. سىز «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» نى ھەر كۈنى بىر قېتىم ئېلىپ بېرىپ سىناپ باقىشىڭىز بولىدۇ. ئۇنىڭ سىزگە ئېلىپ بەلگەن پايدىسى سىزگە تۇغدۇرغان قۇلايسىزلىقىدىن كۆپ ئۈستۈن بولىدۇ.

ئەگەر سىز خىزمەت ئورنىڭىزدىن «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئېلىپ بارغىلى بولىدىغان بىر يەر تاپسىڭىز، بۇ تولىمۇ ياخشى. ئەگەر ئۇنداق يەر تاپالمىسىڭىز، ماشىنىڭىزغا چىقىپ بىر سائەت «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئېلىپ بارسىڭىز بولىدۇ. يەنى قەيەردە ئېلىپ بېرىڭىز، ئىمكان بار ئۆزىڭىز راھەت ھېس قىلىدىغان يەر بولسۇن.

«جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» نىڭ يەنە بىر پايدىسىمۇ بار. يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزدىن تېخىمۇ ئىزىپ چىقىشقا پايدىلىنىشىڭىزغا ياردەم قىلىدۇ. بۇ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنىڭ مەسىلىلەرنى چەكلىش ئىقتىدارىنى زور دەرىجىدە يۇقىرى كۆتۈرىدۇ.

يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزنىڭ ئۈچىنچى تەرىپى ئۆزىڭىزدىكى يوشۇرۇن ئاڭنىڭ ئۇلۇغ كۈچىدىن پايدىلىنىش سىزدىن ھەرگىزمۇ پۈتۈن زېھنىڭىزنى سەرپ قىلىش، ھەسسەلەپ

تىرىشچانلىق كۆرسىتىشنى تەلەپ قىلمايدۇ، پەقەت كۈندىلىك بايا-ناتى توختىماي داۋاملاشتۇرۇشنىلا تەلەپ قىلىدۇ. سۈرئەتنى ئاشۇرۇشقا پايدىلىق بولغان پەۋقۇلئادە تەكلىپ سىزنى ئۆزىڭىز نىشان قىلىپ بەلگىلىگەن يۇقىرى ساپا ياكى پەزدە-لەتكە ئېرىشتۈرگىنىگە ئوخشاش، يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز 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 - ئارقىدىن ئۆتۈپ، سىز كۈندىلىك بايانات ۋە پەۋقۇلئادە تەكلىپ ئۇسۇلىنى ئۈزلۈكسىز ئەمەلىيەتتە ئۆتكۈزۈپ بەرسىڭىز، ئۇلۇغۋار نىشان بىلەن بولغان ئارىلىقىڭىز بارغان-سېرى قىسقىرايدۇ. سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز دەل مۇشۇلارغا تايىنىپ، سىزنىڭ ھەربىر قارارىنى چىقىرىشىڭىزغا ھەم-دەمدە بولىدۇ، سىز ئۇنىڭغا يوللاپ بەرگەن ھەربىر ئىشنى ئورۇندىدايدۇ، بۇ ئارقىلىق سىزنىڭ ئالغا بېسىش سۈرئىتىڭىزنى تېزلىتىپ، بالدۇرراق مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىزغا كاپالەتلىك قىلىدۇ.

سىزنىڭ يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز سىزنى ھەرىكەت، كۆز قاراش، ئىستراتېگىيە جەھەتلەردىكى تەكلىپلەر بىلەن تەمىنلەيدۇ، بۇ سىزنىڭ كۈندىلىك باياناتىڭىزنى رېئاللىققا ئايلاندۇرۇشىڭىزغا پايدىلىق. ئەگەر سىز دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيەسىنىڭ ئېنېرگىيە ئۈستىدە خۇلاسەلەپ چىققان تەبىئەت قانۇنىنى ئىگىلىيەلىشىڭىز ھەمدە ئالغا ئىلگىرىلەش يولىدا بۇ تەبىئەت قانۇنىلىرىدىن ياخشى پايدىلىنالىشىڭىز، ئۇ چاغدا يېڭى، كۈچلۈك ئىجادچانلىققا ئىگە قاراشلار تەبىئىي ھالدا پەيدا بولىدۇ.

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

بويىچە باھا بەرسىڭىز، ئۇلارنى «ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن ئەمەس»، «ئوخشىماي چۈش كۆرگەنلىك» دەپ قارىشىڭىز مۇمكىن. ئىلگىرىدىكى ۋاقتى ئۆتكەن ئۆلچەملەرنى كالىڭىزدىن چىقىرىۋېتىپ، كالىڭىزدا پەيدا بولغان يېڭى قاراشلارغا ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلىڭ. يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىز سىز ئۈچۈن يارىتىپ بېرىشى مۇمكىن بولغان ماددىي بايلىقنى سەگەك كالا ۋە تولۇق ئىشەنچ بىلەن كۈتۈڭ. ئەگەر ئۇنىڭغا ئېتىبارسىز قارىسىڭىز، ئۆزلۈكىدىن قوزغالغان ھەرىكەتلەر توختاپ قالىدۇ. ئەڭ توغرا يول ئۇنى قوبۇل ئىلىش، سىناقتىن، ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈپ بېقىش. مۇشۇنداق ئىلىشىڭىزلا، 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 ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولىنىڭ %25 مۇساپىسىنى بېسىپ بولغان ھېسابلىنىسىز. چۈنكى، مېنىڭ يۇقىرىدا كۆرسىتىپ ئۆتكەنلىرىم دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ئاساسىي قانۇنىيىتى.

سىز بۇ كىتابنىڭ باش تەرىپىدە كۆرسىتىلگەن مۇندۇ مەزمۇنلارنى تېز سۈرئەتتە ئەسلەپ چىقىڭ: «بۇ دۇنيادا ئېرىشىشنى ئويلىغان ھەممە نەرسە» گە ئېرىشىش ئۈچۈن، S ، R ، V ، P دىن ئىبارەت بۇ تۆت نۇقتىنى چوقۇم ئورۇندىشىڭىز كېرەك، $Read-R$ قا ۋەكىللىك قىلىدۇ، سىز چوقۇم ئوقۇشىڭىز كېرەك، دېگەن مەنىدە؛ $Study-S$ قا ۋەكىللىك قىلىدۇ، تەتقىق قىلىشىڭىز كېرەك، دېگەن مەنىدە؛ $V-Visualize$ قا ۋەكىللىك قىلىدۇ، مەن كۆرسىتىپ ئۆتكەن قەدەم باسقۇچلارنى تەسۋىۋۇر قىلىشىڭىز كېرەك، دېگەن مەنىدە؛ $Perform-P$ قا ۋەكىللىك قىلىدۇ، ھەردەكەتكە 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. پەۋقۇلئادە تەكلىپ ئۈچۈن ئەڭ مۇھىم نىشانلارنى تاللاش. سىز شەرتلىك رېڭلىك ھالىتىدە ئۇلاردىن پايدىلىنىۋاتقاندا، ئۇلار ئۈچۈن «كود» تەييارلاپ بولغان بولىسىز. سىز شەرتلىك رېڭلىك ھالىتىدە تۇرغاندا، يوشۇرۇن ئاڭ قاتلىمىڭىزغا تەكلىپ قويىشىڭىز بولىدۇ.

3. يوشۇرۇن ئاڭ كومپيۇتېرىڭىزدىن ئۈچ تەرەپتىن پايدىلىنىشقا تەييارلىق قىلىڭ:

- (1) مەسلە ھەل قىلىش؛
 - (2) «جىمجىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئېلىپ بېرىش؛
 - (3) كۈندىلىك باياناتىڭىزغا كۈچ ئاشۇرۇش.
- ئەمدى تەييارلىقىڭىزنى باشلىشىڭىز بولىدۇ.

4. دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن ئەڭ يۇقىرى چەكتە مەنپەئەت ئېلىش ئۈچۈن، ھەر بىر كۈننى 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 يېتىلدۈرۈش.

ئىزىڭىزگە ياردەم بېرىدۇ. سىز ھەر كۈنلۈك ئىشلىرىڭىزنى ئورۇنلاشتۇرۇۋالغان ئەھۋال ئاستىدا، ئۆزىڭىزنىڭ نىشانلىرىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشقا قارىغۇلارچە ئورۇنلاڭ.

ھەرىكەتنى باشلاش مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشنىڭ ئەڭ ئاخىرقى بىر مۇھىم ئامىلى. مەن سىزگە كېسىپ شۇنداق ئېيتالايمەنكى، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئۈچۈن ئېلىپ بارغان ئورۇنلاشتۇرۇشلار. سىز ھەر قانچە ياخشى بولۇپ كەتكەن تەقدىردىمۇ، ئەگەر ھەرىكەت قوللانمىشىڭىز بىر بىر 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 ئاتىغىنىغا چوقۇم قوشۇلسىز. كېيىنكى بەتتىكى جەدۋەلنى تەپسىلىي كۆرۈپ چىقىڭ.

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

سوئال: ئادەمنىڭ يېشى دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيەسىنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشتە توسالغۇمۇ؟

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

ئۈچىنچى ئاي		ئىككىنچى ئاي		بىرىنچى ئاي		جىسلا
يوشۇرۇن ئاقدا مەسلە	ھەل قىلىش	يوشۇرۇن ئاقدا مەسلە	ھەل قىلىش	يوشۇرۇن ئاقدا مەسلە	ھەل قىلىش	
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		1
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		2
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		3
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		4
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		5
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		6
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		7
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		8
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		9
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		10
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		11
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		12
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		13
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		14
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		15
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		16
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		17
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		18
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		19
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		20
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		21
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		22
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		23
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		24
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		25
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		26
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		27
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		28
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		29
چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		چۈشتىن بۇرۇن		30
چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		چۈشتىن كېيىن		31

سوئال: مەن سىز ئوتتۇرىغا قويغان ئۇسۇل توغرىلىق دوست-لىرىم بىلەن پازاڭلاشقاندا، ئۇلار ئەگەر سەن ئۇنىڭ دېگىنى بويىچە ئىش قىلساڭ، چوقۇم قاتتىق جىددىيلەشىپ كېتەسەن، دېيىشتى. بۇ گەپچە ھەرقانداق ئادەم جىددىيلەشمەيدۇ؟

جاۋاب: ئازدۇر - كۆپتۇر جىددىيلەشىدۇ. بەزى تۇيغۇلارنى ھەربىر ئادەم ھېس قىلىپ تۇرىدۇ. خۇشاللىق تۇيغۇسى ئادەمنى تولىمۇ راھەتلەندۈرىدۇ، خاپىلىق تۇيغۇسى ئادەمنى بىئارام قىلدۇرۇپ، ھېس تۇيغۇسى بولسا ئادەمنى جىددىيلەشتۈرىدۇ. دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى ئادەمنىڭ جىددىيلەشكەن پەسەيتىدۇ. جىددىي كەيپىياتنى پەسەيتىشنىڭ ئاددىي بىر ئۇسۇلى «جىم-جىتلىق ئارقىلىق داۋالاش» ئېلىپ بېرىش. پەۋقۇلئادە تەكلىپتىن پايدىلانسىڭىزمۇ ئازادلىككە ئېرىشەلەيسىز، ئېنىرگىيىڭىز ئەسلەنگە كېلىدۇ، ئاكتىپچانلىقىڭىز يۇقىرى كۆتۈرۈلىدۇ.

سوئال: مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئەڭ چوڭ دۈشمىنى نېمە؟

جاۋاب: قورقۇنچ! شەرتلىك رېڭلىقنىڭ ئىسكەنجىسىگە بالا. دۇرلا چۈشۈپ قېلىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان قورقۇنچ بىزدە بىر خىل كەمتۈك ئوبرازنى شەكىللەندۈرۈپ قويدى. قورقۇنچ يەنە بار. لىق جىددىي كەيپىياتنىڭ ئەڭ يامان قىسمى، ئۇ ئەندىشنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ، ئەندىشە بولسا تېخىمۇ كۆپ جىددىي كەيپىياتنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. قەيسەرلىك، ئىشەنچ، ئازادلىك ۋە ئۈمۈم توغرىلىق بايانات ئېلان قىلىشىڭىز، ئۇ قورقۇنچنىڭ مۇۋەپپەقىيەتكە بولغان تەھدىتىنى يوقىتىشىڭىزغا ياردەم بېرىدۇ.

سوئال: بەزىلەر خىزمەتتىكى جىددىي كەيپىيات بىلەن ئۆيگە قايتىپ كېلىپ، ئۆيىدە جىددىيلىك ۋە كۆڭۈلسىزلىك پەيدا قىلدۇ. 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 قويدىغان گاراژغا بىرقۇم خالىتىسى 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 يۈنۈسىڭىزمۇ بولىدۇ، ھەتتا جىددىي كەيپىياتنى ھاۋادا مۇشت ئويىنىتىش ئارقىلىقمۇ پەسەيتكىلى بولىدۇ.

سوئال: چوڭلارنىڭ يىغلىشى نومۇسلىق ئىش ئەمەسمۇ؟

جاۋاب: ئۇنداق ئەمەس. بىرەيلەن ماڭا مۇنداق بىر گەپنى قىلىپ بەرگەن: نۇرغۇن روھىي كېسەللىكلەر مۇتەخەسسسلەرنىڭ 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. بىرەرەيلەن ئىلگىرى شۇنداق دېگەن (مەنمۇ بۇنىڭغا ئىشىنىمەن)، ئىچىدىكى قايغۇ - ھەسرەتلىرىنى يىغلاش ئۇسۇلى بىلەن ئىپادىلەپ يەلمىگەن ئادەم يۈرىكىدىكى خۇشاللىق ۋە ھاياجانلىرىنىمۇ تەبىئىي ئىپادىلەپلەيدۇ.

كىچىك بالىلاردا كىيىن قىيىن قىلىپ يىغلاش ئەلۋەتتە مۇۋاپىق ئەمەس. لېكىن، ئىچكى ھېسسىياتىنى بەدەن ئارقىلىق ئىپادىلەپلەپ مەسلىكىنىڭ ئۆزى ئەمەلىيەتتە بىر خىل توسالغۇ.

سوئال: بىر ئادەم يەنە بىر ئادەمدىن بىزار ئىكەنلىكىنى ئېيتىپ قاندا، بۇ شۇ ئادەمنىڭ ۋۇجۇدىدا ھەقىقەتەن بىئاراملىق پەيدا بولغانلىقىنى كۆرسىتىمىدۇ؟

جاۋاب: ھەقىقەتەن شۇنداق بولىدۇ. بىز بەدەننىڭ ھەرقايسى قىسىملىرىغا باغلىنىدىغان ئىبارىلەرنى دائىم ئاڭلاپ تۇرىمىز، بۇ بىزنىڭ كەيپىياتىمىزنىڭ بەدەنگە چوڭ تەسىر كۆرسىتىدىغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ. «ئۇ كۆڭلۈمنى ئىلەشتۈرۈۋەتتى»، «قەرزنى قايتۇرۇۋېتىپ، كۆڭلۈم خېلىلا يورۇپ قالدى»، «ئىچىم سىقىلىپ كېتىدۇ ئاتىدۇ»، «بۇ ئىش مېڭەمنى بەك ئىلەشتۈرۈۋەتتى»، «ئۇ بېشىمنى بەك ئاغرىتىپ كېتىۋاتىدۇ» دېگەندەك بەدەننىڭ ھەرقايسى قىسىملىرىغا باغلىنىدىغان ئىبارىلەر بىزنىڭ خىلمۇخىل كەيپىياتىمىزنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدىغان بەدەننىڭ ئىپادىسىنى سۈرەتلەپ بېرىدۇ. ئۆزىڭىزنى پاسسىپ كەيپىياتنىڭ ئىلكىگە تاشلاپ بەرمەڭ، دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن پايدىلىنىپ، بۇزغۇنچىلىق رولىغا ئىگە جىددىي كەيپىياتتىن ئۆزىڭىزنى ئۈزۈل - كېسىل قۇتۇلدۇرۇڭ.

سوئال: دىنامىكىلىق پسخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن پايدىلىنىپ، باشقىلارنىڭ قوللىشىغا قانداق ئېرىشكىلى بولىدۇ؟
جاۋاب: ئەگەر سىز «ھەرقانداق ۋاقىتتا، ھەرقانداق ئەھۋال ئاستىدا، باشقىلارغا ئەڭ گۈزەل تىلەكلەرنى تىلەيمەن» دېگەن كۈندىلىك باياناتنى ئەستايىدىل ئېلىپ بارسىڭىز، ئۇ چاغدا باشقىلارنىڭ قوللىشىغا تەبىئىي ھالدا ئېرىشىسىز. سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىڭىز باشقىلارنىڭ ياردىمى ۋە ماسلىشىشىغا موھتاج، باشقىلارغا تىلەگەن گۈزەل تىلەكلىرىڭىز تەبىئىي ھالدا ئۇلارغا يېتىدۇ، ئۇلار بۇنى ھېس قىلغاندىن كېيىن چوقۇم جاۋاب قايتۇرىدۇ. بەزىدە سىزنىڭ قىلغانلىرىڭىزغا پىسەنت قىلمايدىغان ئادەملەرگە ئۇچراپ قېلىشىڭىز مۇمكىن، بۇنىڭلىق بىلەن ئىشنى يېرىم يولدا توختىدۇ.

تىپ قويماڭ. داۋاملىق تىرىشىشىڭىزلا، قارشى تەرەپنىڭ قوللىشىدىن ئاخىر قولغا كەلتۈرەلەيسىز! شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن: باشقىلارغا ياردەم قىلىش ئىلگىرى قىلغان خاتا ئىشلىرىڭىز تۈپەيلىدىن يۈرىكىڭىزدە پەيدا بولغان ئازابلاردىن قۇتۇلۇشىڭىزغا پايدىلىق. ئىچكى ئازاب مۇۋەپپەقىيەتكە يېتىش يولىدىكى بىر توسالغۇ. تەمەسىز تەقدىم قىلىش سىزنى ئازابلاردىن خالاس قىلىدۇ، نۇرغۇن جەھەتلەردىن مەنپەئەتكە ئېرىشتۈرىدۇ.

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

جاۋاب: خاتالىشىۋاتىنىڭىز يوق. ئۈزلۈكسىز ئالغا بېسىشىڭىزغا ئەگىشىپ، سىز نىشانلىرىڭىزدىمۇ ئۆزگىرىش بولۇۋاتقانلىقىنى بايقايسىز. بۇنداق ۋاقىتتا، نىشانلىرىڭىزغا ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈپ، يېڭى ئارزۇلىرىڭىز بىلەن بىر يەرگە ئەكەپلىك، ئاندىن يېڭى نىشانلىرىڭىزنى بىر - بىرلەپ رەتلەپ چىقىپ، كۈندىلىك باياناتنى داۋاملاشتۇرۇڭ.

سوئال: مەن ئۆزۈم تىكلەنگەن نىشاننى ئېرىمگە ئېيتىپ قويۇپ شۇم كېرەكمۇ؟ ئائىلەمنىڭ تېخىمۇ بەختلىك ۋە ئىناقلىقى ئۈچۈن، مەن خاراكتېر ۋە پەزىلىتىمنى ياخشىلاشقا تىرىشىۋاتىمەن. بۇ ئىشلارنى ئېرىمگە ئېيتىشىم كېرەكمۇ؟

جاۋاب: ئېيتىشىڭىز ياخشى. شەكىلىنىش ئىشلىرى بىر مەخسەس پىيەتلىك سۈپىتىدە يۈرىكىڭىزنىڭ چوڭقۇر قاتلىمىدا ساقلانغان. يېڭى خاراكتېر ۋە پەزىلىتىڭىز سىزنىڭ ئىش - ھەرىكەتلىرىڭىزدە ئىپادىلىنىدۇ، ھەربىر ئادەم ئۇنى ھېس قىلالايدۇ. ئەگەر سىز ھېچ ئىشتىن ھېچ ئىش يوق نىشانلىرىڭىز توغرىلىق داۋراڭ سېلىپ

يۈرسىڭىز، ئۇلارنى ئىلگىرىكىدەك پۈتۈن ۋۇجۇدىڭىز بىلەن يېتىلا-
دۈرەلمەيسىز، تېخى بولسا مېنىڭچە، سىز يېڭى ئۆزگىرىش ئۈستىدە
ئىزدەنىۋاتقان چاغلىرىڭىزدا ئەسلىدىكى ھالىتىڭىزنى ساقلاپ
بېرىڭ.

ئېسىڭىزدە بولسۇن، مەن سىزگە ئەسكەرتىپ قويغان، ئۆزىڭىز
تىكلەنگەن نىشانلار ۋە بۇ يولدا كۆرسىتىۋاتقان تىرىشچانلىقىڭىز
رىڭىز توغرىلىق باشقىلارغا ھەرگىز سۆزلەپ يۈرمەڭ. بۇنىڭدىكى
سەۋەب، ئەگەر سىز كۆزلىگەن ئۆزگىرىش ياكى نەتىجىنى باشقىلار-
غا ئېيتىپ قويسىڭىز، ئۇ چاغدا ئۆزىڭىزدىكى قىممەتلىك ئېنىرگىيە-
يىنى خورىتىۋالىسىز. يەنە بىرى، ئەگەر ئۇنى باشقىلارغا سۆزلەپ
بەرسىڭىز، بەزىدە باشقىلارغا تەسىرلىك «ۋەقە»لەرنى سۆزلەپ بې-
رىش بىلەن ئالدىراش بولۇپ كېتىپ، پۈتۈن كۈچىڭىز بىلەن
ئۇلارنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشقا تەسىر يەتكۈزۈپ قويۇشىڭىز مۇمكىن.
كۆڭلىڭىزدىكى پىلانلىرىڭىزنى مەخپىي ساقلاڭ، پىلانلىرىدە-
ڭىزنى يۈرگۈزۈپ تۇرۇڭ، تەپەككۈر ۋە ئېنىيىرگىيىڭىزنى زايە
قىلماڭ!

ئىككىنچى قىسىم



توققۇزىنچى باب

پاسسىپ ئامىللارنى يوقىتىش

بىرىنچى قىسىمدا كۆرسىتىلگەن ماتېرىياللاردىن پايدىلانساڭىز، 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 ئۆزگەرتىڭىز، ياكى سىزنىڭ ئىدىيىڭىزىڭىزنى باشقىلار ئۆزگەرتكەن ئېھتىماللىق تېخىمۇ چوڭ. ئۇلار سىزنىڭ ئاتا - ئانىڭىز، دوستلىرىڭىز، مۇئەللىمىڭىز ياكى خوجا - يېنىڭىز بولۇشى مۇمكىن. ئۇلارنىڭ ئەسلىي مەقسەت ۋە مۇددىئاسى ياخشى، ئۇلار سىزنى «خۇشاللىق» قا ئېرىشتۈرۈشنى ئويلايدۇ، سىزنى ئۆزلىرىگە ئوخشاش تۇرمۇشتىكى نۇرغۇن ئىشلاردىن رازى - مەنلىك ھېس قىلسا دەيدۇ. مانا بۇ ئۇلارنىڭ خۇشاللىققا بولغان چۈشەنچىسى.

شۇنىڭ بىلەن، سىز ئۇلارنى خاپا قىلىشنى خالىمىدىڭىز،

ئۇلارنىڭ «خۇشاللىق» قا بولغان چۈشەنچىسىنى قوبۇل قىلىدىغىز. لېكىن، مەن يۇقىرىدا ئېيتىپ ئۆتۈلگەن ئادەملەرنىڭ ھېچقايسىسىغا ئوخشىمايمەن. مەن سىزنىڭ خۇشاللىقىڭىزنى خالىمايمەن ياكى ئېنىقراق قىلىپ ئېيتسام، مەن كۆرۈشنى خالايدىغان ناخۇش-لىق يېڭى مەنىگە ئىگە ناخۇشلۇق. مەن سىزنىڭ ئادەت بولۇپ قالغان ئاشۇ نەرسىلەرنى بىر خىلدىلا قوبۇل قىلىۋېرىشىڭىزنى خالىمايمەن. سىز تۇرمۇشنىڭ ئەسلىي قىياپىتىنى ئۆزىڭىز ئاچىشىڭىز، تۇرمۇشنىڭ رەڭدارلىقىنى ھېس قىلىشىڭىز، مانا مۇشۇ مېنىڭ كۆرۈشنى ئەڭ ئارزۇ قىلىدىغىنىم.

ئۇنداق بولسا، سىز زادى قانداق قىلىشىڭىز كېرەك؟ دىنامىك كىلىق پىسخولوگىيە 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، قولىدىن كېتىپ قالغان پۇرسەت ئۈچۈن ھۆڭرەپ يىغىلاش، مانا بۇلارنىڭ ھەممىسى ئورۇنسىز ئىشلار.

ئېلېئانور روزۋېلت (ئامېرىكىنىڭ سابىق زۇڭتۇڭى فرانىكلىن روزۋېلتنىڭ رەپىقىسى) تىن باشقىلار: سىزدىكى شۇنچىۋالا كۆپ قول تۇتىدىغان ئىشلارنى بىر تەرەپ قىلىدىغان زېھنىي كۈچ قەيەر-دىن كەلگەن دەپ سورىغاندا، ئۇ سالماقلىق بىلەن: «مەن ئەزەلدىن ۋاقىتىمنى 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 ماڭىشىڭىز 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 - بۇ يەرگە قاتناش چەكلەنگەنلىك توغرىلىق ئېلان تاختىلىرى تىكەلەنگەن، يول بويىدىكى ئەخلەت دۆۋىلىرىدىن دىماغىنى ئېچىشتۇرىدۇ. خان 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 توسۇۋالىمىز، تۈنۈگۈن ئەخلەت دۆۋىسىدىن تارقالغان سېسىق پۇراق بۈگۈنكى تۇرمۇشىمىزغا سېڭىپ 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 نىشانىڭىز مۇ 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 ماركېتنىڭ خادىملىرىنىڭ مائاش جەدۋىلىنى تولدۇرۇۋېتىپ، بىر ئىشنى تىلغا ئېلىپ قالدى. مەن دەسلەپتە بۇنى مۇمكىن ئەمەس، دەپ قارىدىم. ئۇ ھەربىر ماركېتنىڭ خادىمىنىڭ ھەر ئايلىق مائاشىنىڭ ئالدىنقى ئايدىكىگە ئاساسەن ئوخشاپ كېتەدىغانلىقىغا دىققەت قىلغان. ئۇ بۇنى بىر قۇر ھېسابلاپ چىقىپ، بەزى ئايلارنىڭ مائاشىدا تۇراقسىزلىق مەۋجۇت بولسىمۇ، لېكىن بىرنەچچە پىرسەنت پونىنتىنىڭ ئۆزگىرىش نىسبىتى ئىچىدە، ئۇلارنىڭ يىللىق مائاشىنىڭ ئالدىنقى يىلدىكىگە 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 ماركېتنىڭ خادىملىرى ھەر كۈنى جان تىكىپ ئىشلەپ، ئەڭ ئاخىرىدا دەل ئۆزلىرى ئالدىن مۆلچەرلىگەن ھەققە ئېرىشىدۇ. قالغان تۆتتىن بىر قىسىم ماركېتنىڭ 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 ئىشلەۋاتقانداك قىياپەتتە يۈرىدۇ، لېكىن كېيىنكى 20 كۈندىكى سېتىش مىقدارىدا قىلچە ئېشىش بولمايدۇ. ئەگەر ئۇلار دىن بۇ 20 كۈندە نېمە ئىش قىلغانلىقىنى سورىسىڭىز، ئۇلار بۇ كۈنلەردە پەقەت تەلىمىمىز كەلمىدى ياكى بۇ تىجارەتتە باشقىلار ئالدىمىزغا ئۆتۈۋاپتۇ، دەپ جاۋاب بېرىدۇ. قالغان تۆتتىن بىرىنى سىم ماركېتنىڭ خادىملىرى شۇ ئاي ئاخىرلىشىشقا ئون كۈن قالغان. دىمۇ ھېچقانداق سېتىش نەتىجىسىنى ئاساسەن قولغا كەلتۈرەلمەي.

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

ئەگەر سېتىش قۇرۇلمىسى ئۈستىدە ۋاقىتنىچە ئويلىنماي تۇر. ساق، تەكشۈرۈشتىن ئېرىشكەن پاكىت — ھەربىر ماركېتنىڭ خادىمى بەلگىلەنگەن نىشاننى ئورۇندىغان. لېكىن، ئۇلار نىشاننى خالاپ ئورۇندىغان ياكى ئۆز رازىلىقى بىلەن ئورۇندىغانمۇ ئەمەس (ئەمەل-يەتتە، 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، بىرىمۇ 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 ماركېتنىڭ خادىملىرىنى قوبۇل قىلىشقا جىددىي ئېھتىياجلىق ئىدى. شۇنىڭ بىلەن، شىركەت خىزمەتچى قوبۇل قىلىش ئېلان چىقاردى. ئېلاننى سەمىيلىك بىلەن شۇنداق يازغانىدى: بۇ شىركەتكە كىرىشنى خالايدىغان مۇنەۋۋەر تالانت ئىگىلىرى يىلىغا 50 مىڭ دوللار مائاشقا ئېرىشىدۇ. لېكىن، بۇ خىزمەتچى قوبۇل قىلىش ئېلانى مەغلۇپ. يەتتە 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 ئېيتىپ، ساق، ئۇ رەقەم — «50» مىڭ دوللار دېگەن رەقەم ئىدى، ئۇلار ئۇنى «20» مىڭ دوللار قىلىپ ئۆزگەرتتى.

ئەمدى «ئۆز» دېگەن سۆز سىزگە نىسبەتەن ئانچە ناتونۇش

تۈيۈلمايۋاتقاندۇ. خىزمەتچى قوبۇل قىلىش ئېلاننىڭ بىرىنچىسى نېمە ئۈچۈن مەغلۇپ بولغانلىقىنى، ئىككىنچىسىنىڭ نېمە ئۈچۈن 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 «مۈمكىن بولمىغان» خىزمەتچى قوبۇل قىلىش ئېلانغا جاۋاب قايتۇرۇپ، ئۆزىنى ئاۋارە قىلمايدۇ ياكى ئۇ توغرىلۇق تەپسىلىي ئويلىنمايدۇ.

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

ئەمدى 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 تەرىپىيلىك تۈرى بار، ئۇ يېڭى ئىشچى - خىزمەتچىلەرنىڭ «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 پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى سىزنىڭ ئاساسلىق قورالىڭىز بولۇپ قالىدۇ، ئۇ سىزنى نىشانىڭىزغا تېز ھەم قىيىنچىلىق يەتكۈزۈپ قويىدۇ. ئۇنىڭدىن پايدىلىنىش تەس ئەمەس، سىز قەتئىي داۋاملاشتۇرۇپ بەرسىڭىز، «ئۆز» لۈك سەۋەبىدىن ئۇنىڭ رولىغا تەسىر يەتكۈزۈپ قويىمىسىڭىزلا بولىشى.

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

ئونىنچى باب

ئاكتىپ ئامىلى تەكىتلەش

مەن پۇل توغرىلىق جىق سۆزلەپ كەتتىم. چۈنكى، پۇل مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ياكى قازىنالماسلىقىنى ئۆلچەيدىغان بىر خىل ئاددىي ئۇسۇل. خۇددى پېل بېرىل ئېيتقاندەك: «مەن بايلىقىمنى، نامراتلىقىمنى بېشىمدىن ئۆتكۈزۈپ باقتىم، يەنىلا بايلىق ياخشىراق ئىكەن.»

پۇل ھەممىگە قادىر ئەمەس، ئۇ ھەممە مەسىلىنى ھەل قىلالايدۇ. مەن ئېغىر ئازاب ئىچىدە ئۆتۈۋاتقان بەزى ئادەملەرنى تونۇيمەن. ئۇلارنىڭ ھەممىسى مىليونېرلار. ئۇلارنىڭ ئازابقا قېلىشىدەكى سەۋەب، ئۇلار بىر تەرەپلىملىك 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 پسخولوگىيە نەزەرىيىسىنى قوبۇل قىلسا، تۇرمۇشنى ئۈزۈل - كېسىل ئۆزگەرتكىلى بولىدىغانلىقىدىكى مۇھىم سەۋەب، ئۇ سىزنى ئۆزىڭىز خالىغاندەك ئادەم ھەم شۇنداق ئىقتىدارغا ئىگە ئادەم قىلىپ يېتىلدۈرۈپ چىقىدۇ.

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

سىز؛ سىز باشقىلارغا سىرداش دوست بولالايسىز؛ سىز ئىشەنچلىك، خىزمەتتە تىرىشچان، سادىق ياللانا خادىم بولالايسىز (ئەگەر يۇقىرىقى بىرنەچچە تەرەپ قولىڭىزدىن كەلمىسە، بۇ ئىشتىن ۋاقتىدا قول ئۈزۈپ، ئۆزىڭىزگە ماس كېلىدىغان باشقا خىزمەت تېپىۋېلىڭ. شۇنداق قىلىشىڭىز، 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 ئەگەشپ، ئەتراپىڭىزدىكى كىشىلەرمۇ ئۆزگىرىپ بارىدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئەگەر سىز باشقىلارغا مېھىر - مۇھەببەتنى قانداق ئاتا قىلىشنى ئۆگەتمەكچى بولىشىڭىز، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىز ئۇلارغا مېھىر - مۇھەببەت نۇرلىرىنى چېچىشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلاردا ئىشەنچ تۇرغۇزماقچى بولىشىڭىز، ئالدى بىلەن ئۇلارغا ئىلھام بېرىشىڭىز كېرەك؛ سىز ئۇلاردا سەمىمىيەتنى يېتىلدۈرمەكچى بولىشىڭىز، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىز ئۇلارغا راست گەپ قىلىشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلارغا كەڭ قورساقلىق ۋە شەخسىيەتسىزلىكنى ئۆگەتمەكچى بولىشىڭىز، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىزدە بار نەرسىنى ئۇلار بىلەن تەڭ كۆرۈشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلارنى سەۋرچان بولۇشقا ئۈندەتمەكچى بولىشىڭىز، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىز دەريادەك كەڭ قورساق بولۇشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلارنى خۇشال، بەختلىك بولسۇن دەپسىڭىز، ئالدى بىلەن ئۇلارغا بەخت توغرىلىق چۈشەنچىنى يەتكۈزۈشىڭىز كېرەك.

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

كە ئامال قىلالماسلىقىڭىز مۇمكىن، لېكىن ئۆزىڭىزنىڭ ئىنكاسىنى ئۆزگەرتەلەيسىز.

دوكتور ئېرىك بۇرنېلنىڭ «ئىنسانلارنىڭ ئويۇنى» دېگەن ئەسىرىدىكى گەپلەرنى ھازىرمۇ ئېسىڭىزگە ئالامسىز؟ 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 قىلىشىڭىزلا، 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 قىلىشىڭىزمۇ؟

بۇنى تېخىمۇ ئوبدانراق چۈشەندۈرۈش ئۈچۈن، سىزگە بىر ئاغىنەمنىڭ ھېكايىسىنى سۆزلەپ بېرىمەن. ئۇ لوس ئانگېلىستاتۇراتتى. بىر كۈنى كېچىدە ئۇ ئوغلىنىڭ سان فرانسىسكودىكى روھىي كېسەللىكلەرنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش مەركىزىگە مەجبۇرىي ئېلىپ كېتىلگەنلىكى توغرىلىق بىر تېلېفون ئالدى. روھىي كېسەللىكلەر دوختۇرى تېلېفوندا بۇ ئاتىغا بالىسىنىڭ خەتەرلىك ئەھۋالىدىن ئۆتۈپ كەتكەنلىكىنى ئۇقتۇردى ھەمدە بالىنىڭ دادىسى بىلەن يۈزتۇرانە بىر پاراخلاشقۇسى بارلىقىنى ئېيتتى. دوختۇرنىڭ قارشىچە، بۇنىڭ بالىنىڭ ئەسلىگە كېلىشىگە پايدىسى چوڭ بولىدىكەن. ئەڭ ئاخىرىدا -

دا، 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 پاراخلىشىشنى رەت قىلدى.

روھىي كېسەللىكلەر دوختۇرى ئاتا - بالا ئىككىسىنى ئىشخا-نىسىغا 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 ئىشنىڭ 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 كېچىكىشىڭىمۇ يول قويمايسەن، مانا بۇ سېنىڭ پرىنسىپىڭ.

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

بىر پەستىن كېيىن ئاغىنەم گېپىنى داۋاملاشتۇردى:

— سان فرانسىسكودىن لوس ئانگېلىسقا ئايروپىلان بىلەن قايتىپ كېلىۋاتقاندا، يۈرىكىمنى ئۆزۈمنى ئەيىبلەش ۋە غەزەپ قاپلىۋالدى. مەن نېمە ئۈچۈن بىر ئاتىدا بولۇشقا تېگىشلىك ئەقەللىمى مەسئۇلىيەتلىرىم ئادا قىلالىدىم؟ ئۇ نېمىشقا ماڭا بۇنداق مۇئامىلە قىلىدۇ؟ لېكىن ھېلىقى روھىي كېسەللىكلەر دوختۇرىدا -

نىڭ سوئالى مېنى ئويلىاندۇرۇپ قويدى. بەلكى مەن ئاران 10% نە لايىق ئاتىدۇرمەن. لېكىن، بالامۇ 10% كە لايىق بالا. ئۇنداق-نا، مەن ھازىردىن باشلاپ ئۆزۈمنى ئۆزگەرتىپ، تېخىمۇ ياخشى ئادەم بولۇشقا تىرىشىشىم كېرەك. مەن بۇ 10% لىك بالامنى قوبۇل قىلىشىم، بىراقلا ئىنكار قىلىۋەتمەسلىكىم كېرەك. چۈنكى، ئۇ مەن كۆرسىتىپ بەرگەن يولنىڭ قائىدە - يوسۇنلىرىغا تولۇق ئەمەل قىلىدى.

مانا بۇ ئاتا - بالا ئوتتۇرىسىدىكى چۈشىنىشنىڭ باشلىنىشى. كىشىلەر ئۆزىنى ياخشى كۆرگەن ئادەمنى ياخشى كۆرىدۇ. ئانداقلا بولسۇن، جەمئىيەتتە ئورنى بار ھەرقانداق ئادەمنىڭ چوقۇم اخلاشقا تېگىشلىك قىممىتى بولىدۇ. يەنە كېلىپ، كىشىلەر ئۆز-ئىرى ياخشى كۆرگەن ئادەملەرگىمۇ تېگىشلىك جاۋاب قايتۇرىدۇ: «مەسىز ياردەم قىلىدۇ، قىزغىن سۆيىدۇ، قولىدىن قانچىلىك ئەلسە، شۇنچىلىك ياردەم قىلىدۇ، مۇمكىنچىلىكى بار ھەرقانداق ئەكىلىدىن پايدىلىنىدۇ. لېكىن، مۇھىمى سىز ئۆزىڭىزنىمۇ، ئۇلا-نىمۇ ياخشى كۆرۈشىڭىز كېرەك، بولمىسا ئۇلار سىزنى ياخشى ئۆرمەيدۇ. بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان ياخشى كۆرۈش سىزنىڭ بىر ئادەمگە چىن يۈرىكىڭىزدىن قوزغالغان ئېھتىرام ۋە كۆيۈنۈشنى ئۆرسىتىدۇ.

سىز دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىدىن پايدىلىنىپ ئۆزۈڭىزنى قايتىدىن رەتكە سالغاندىن كېيىن، ئۆزىڭىز كۆ-ۈشنى ئارزۇ قىلغان نەتىجىلەرنىڭ بىر - بىرلەپ كۆز ئالدىڭىزدا ماپان بولۇۋاتقانلىقىنى ھەيرانلىق ئىچىدە بايقايسىز. سىز يۈز-يۈزى مۇمكىن ئەمەس دەپ كېسىۋەتكەن ئىشلار سىز ئويلىمىغان-ئىدىن يېقىن كەلگۈسىدە يۈز بېرىپ قالىدۇ. ئەلۋەتتە، بۇ جەريان سىزنىڭ توختىماي تىرىشچانلىق كۆرسىتىشىڭىزگە موھتاج. ئەمەلىيەتتە، بارلىق تىرىشىپ كۈرەش قىلىش ھەرىكەتلىرى-نىڭ خوجايىنى دەل ئۆزىڭىز.

ئون بىرىنچى باب

دۇنيادىكى ئادەمنى ئەڭ ھاياجانغا سالدىغان تىجارەت شەكلى

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

بۇ خىل تىجارەت شەكلىگە ئانچە كۆپ قوزغىتىش مەبلىغى كەتمەيدۇ. ئەگەر ئىشنى ئەپلەشتۈرەلىسىڭىز، مەبلەغىنى ئۆزىدىنلا چىقىرالايسىز. سىز مىڭلاپ ماركېتنىڭ خادىملىرىنى ياللاپ ئۆزىڭىزنىڭ تىجارىتىگە سالالايسىز. ئۇلارنىڭ ماۋاشىنى ئادەتتە شېرىك-كەنە ئۇسۇلى بىلەن توغرىلايسىز. مۇنداقچە ئېيتقاندا، ئۇلار ماللى-رىڭىزنى سېتىپ بولغاندا، ئاندىن ئۇلارغا ماۋاش بېرىسىز، شۇڭا سىزنىڭ مەنپەئىتىڭىز ئەڭ ياخشى كاپالەتكە ئىگە بولىدۇ.

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

ئادەم بىلىدىغان بىر قاتار ئىسىملارنى چوقۇم ئاڭلىغان. يەنە ساندۇ سىزلىغان يېڭى شەخسلەرنىڭ ئىسىملىرى نۇرغۇن پۇل مۇئامىلە ئورنالىرىدا رەت - تەرتىپى بويىچە تىزىلغان. ئۇلار «پۈتۈن ئامېرىكا بويىچە تەرەققىياتى ئەڭ تېز بولغان شىركەتلەرنىڭ باش دىرىكلىرى» دەپ ئاتالغان.

ئەگەر سىز يولنى توغرا تاللىيالىسىڭىز، سودا ساھەسىدىكى نىقابەتتە ئاشۇ كاتتا تىجارەتچىلەر بىلەن ئوخشاش ئورۇندا تۇرالايسىز. ئۇلار قۇدرەتلىك سېتىۋېلىش كۈچى ئارقىلىق قولغا كەلتۈرەن باھا جەھەتتىكى ئارتۇقچىلىق ئانچە مۇھىم بولماي قالىدۇ. ۇ چاغدا ئۇلارنىڭ ئارتۇقچىلىقلىرىنى ھەر خىل يوللار بىلەن استا - ئاستا ئاجىزلىتىشىڭىزنىڭ ھاجىتىمۇ قالمايدۇ. ئەكسىچە، سىزدە ئۇلارغا ئوخشاش تاپقان پايدىنى قاتلامۇقاتلام ھەرقايسى ارماقلاردىكى ئىشچى - خىزمەتچىلەرگە بۆلۈپ بېرىدىغان ئىش ۈلمىغاندىن كېيىن، ئېغىر كۈندىلىك چىقىمىنى كارخانىلاردەك ۈستىڭىزگە ئېلىشىمۇ كەتمەيدۇ. شۇڭا، سىزنىڭ شىركىتىڭىز زار ئۆزگىرىشىگە دۇچ كەلگەندە، تېخىمۇ ۋاقتىدا ئۈنۈملۈك ئىش ئاس قايىتۇرالايدۇ.

تۆۋەندىكىسى بىۋاسىتە سېتىشنىڭ نېمە ئۈچۈن تېز ۋە ئۇزاق مچە ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدىغانلىقىدىكى بىر قانچە سەۋەب. ئالدى بىلەن، ئۇ خېرىدارلىرىڭىزغا ئەڭ چوڭ قۇلايلىق ئېلىپ كېلىدۇ. شىقا تىجارەت شەكىللىرىگە سېلىشتۇرغاندا، ئۇ باھانى چۈشۈرۈش ۋە ئۆستۈرۈش، ھېسابات دەپتىرى تۈزۈش قاتارلىق نۇرغۇن جەھەتتە ەردە تېخىمۇ كەڭ جانلىقلىققا ئىگە. يەنە كېلىپ، بۇ خىل تىجارەت ەكلىدە پوچتا ساندۇقىغا كۆز - قۇلاق بولۇپ تۇرسىڭىزلا ھەممە شىڭىز پۈتۈدۇ. سىزنىڭ ئالدىدا ماشىنا توختىتىش مەيدانى بار اتتا سودا ساراي ئېچىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق، مال ساقىچىلار تىتىپاقىنى ئۆزىگە جەلپ قىلىشقا تىرىشىشتەك ئۇششاق - چۈشەك باش ئاغرىقلىرىغا دۇچ كەلمەيسىز.

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

ئەڭ ئاخىرىدا، ئىستېمالچىلارمۇ بۇنىڭدىن مەنپەئەت ئالالايدۇ. مالنىڭ ئۆتۈشۈش چىقىمى تۆۋەن بولسا، تاۋارنىڭ باھاسىمۇ شۇنىڭغا مۇناسىپ ھالدا تۆۋەن بولىدۇ. ئادەتتىكى تەرتىپ بويىچە ئېيتقاندا، سېتىلىدىغان تاۋار كۆپ ھاللاردا چوڭ - كىچىك ئۈچ - تۆت تىجارەتچىنىڭ قولىدىن ئۆتۈپ، ئاندىن خېرىدارنىڭ قولىغا يېتىدۇ. ئوتتۇرىدىكى ھەربىر ھالقا بىر قىسىم پايدىنى ئايرىپ قالىدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، چىقىمىمۇ 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 جەريانىدىكى ئۇپراش دېگەنلەر بار. بىۋاسىتە سېتىش ئۇسۇلىدا يۇقىرىدا تىلغا ئالغان چىقىملارنىڭ كۆپىنچىسىنى ئەڭ تۆۋەن دەرىجىگە چۈشۈرگىلى بولىدۇ.

مانا بۇ ئوبدان ماڭىدىغان نۇرغۇن ماللارنى سېتىشتا بىۋاسىتە سېتىش ئۇسۇلىنى قوللىنىشتىكى سەۋەب. بۇنىڭدا تاۋارنىڭ تۈرىمۇ ھەر كۈنى قوشۇلۇپ تۇرىدۇ. تۆۋەندىكىسى تۈرى ئوخشاش بولمىغان تاۋارلارنىڭ سېتىلىش مىقدارىغا بولغان پەرەز. بۇ سانلىق مەلۇماتلار سودا ژۇرنىلى «ئېلان دەۋرى» دىن ئېلىنغان. ئاشخانا سايمانلىرى — 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 ئاكتىكىسى دەپ قارايدۇ. باشقا بەزى چوڭ شىركەتلەر، مەسىلەن، ھەممىباب يېمەكلىكلەر، ھەممىباب مېئارس، 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 چىقىملىرىنىڭ 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 باشقۇرۇشقا نۇرغۇن زېھنىي كۈچنى سەرپ قىلىۋېتىدۇ. يەنە كېلىپ، مۇتەخەسسىسلەرنىڭمۇ خاتالىق شىدىغان ۋاقىتلىرى بولىدۇ، چۈنكى ئۇلارنىڭ خەجلەۋاتقىنى ئۆز يېنىدىن چىقارغان پۇل ئەمەس. ئۇلارنىڭ قىلغان — ئەتكىنى شىر-كەتكە زور چىقىم كەلتۈرۈپ بېرىدۇ. مەن تۆۋەندە چوڭ چىقىملىرىنى قانداق ئازايتىش توغرىلىق 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. «كاتىتلار» ئادەتتە ئۆز شىركىتىنىڭ دائىرىسىنى كۆز — كۆز قىلىش ئۈچۈن نۇرغۇن پۇلنى ئارتۇق خەجلىۋېتىدۇ. ئوخشاشلا، پوچتا ھەققىدىمۇ نۇرغۇن پەرق بار. ئەگەر سىز پوچتىغا 200 پارچە خەت سالىسىڭىز، پوچتىخانا سىزگە 40% ئېتىبار قىلىدۇ. تۆۋەندىكى بىرنەچچە بەتتە مەن بايقىغان «سودا مەخپىيەتلىكى» دىن ئىككىمىز تەڭ بەھرىلىنىمىز. مەن ئۇلارغا ئېرىشىش ئۈچۈن نەچچە 10 مىڭ دوللار خەجلىپ بولدۇم! بۇ ئۇچۇرلارنى ئەزەلدىن ھېچكىمگە تىنىمىغان.

سودىغا دائىر نۇرغۇن كىتابلارنى ئوقۇغاندىن كېيىن، مەن مۇنداق خۇلاسەگە كەلدىم: ئۇ كىتابلارنىڭ ئاپتورلىرى ئۆزلىرىنىڭ نېمە دەۋاتقانلىقىنىمۇ ئوقمايدىكەن ياكى ئۆزلىرىنىڭ نېمە دېيىشى كېرەكلىكىنى تازا ئېنىق بىلمەيدىكەن، ياكى ئۆزلىرىنىڭ بىلىمىنى ئوقۇرمەنلەر بىلەن ئورتاقلىشىش سەمىمىيىتى 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 ئىلگىرىلىشىڭىز، ئۆزىڭىز ئويلىغان ھەرقانداق مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىشىڭىزدە گەپ يوق. مەسىلەن، سىز ھېچقانچە قىيىنچىلىقلارغا «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 ئىززەتلىنىدۇ. 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 ئېرىشمەن. سىز ھازىر بىرىنچى دەرسنى ئاڭلىدىڭىز، بۇ ئەڭ مۇھىم دەرس — بىۋاسىتە سېتىش شەكلىدىكى تىجارەت.

سىز نۇرغۇن خۇشاللىققا ئېرىشەلەيسىز...

يەنە نۇرغۇن پۇل تاپالايسىز...

كىشىلەرنى كېرەكلىك نەرسىلەر بىلەن تەمىنلەلەيسىز...

دېققەت، باھاسى چوقۇم مۇۋاپىق بولسۇن...

ئون ئىككىنچى باب

ئۆزىگە خاس ئىدىيە يېتىلدۈرۈش ماھارىتى

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

يۇقىرىدا سۆزلەپ ئۆتكەن بىرنەچچە خىل ۋاسىتىنىڭ 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. ماركېتىڭىزنىڭ ئەڭ مۇھىم تاكتىكىسى ئىشلەپچىقىرىش بىلەن سېتىشنى زىچ بىرلەشتۈرۈش. مەھسۇلات ئاقىلا لىنىيە ئۈستىدە تۇرۇ-ۋاتقاندا، خېرىدار تېپىۋېلىش كېرەك. ئەمەلىيەتتە، خېرىدار تېپىش ئۈنچە تەس ئىش ئەمەس، چۈنكى نۇرغۇن سىملىق ۋە سىمسىز تېلېفونىيە تورلىرى ئېلان ھەققىگە ئېرىشىش ئۈچۈن سىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىڭىزنى تالىشىپ ئېلان قىلىدۇ. بۇنىڭ بىلەن، سىز ئانچە كۆپ بولمىسىمۇ، لېكىن خەتىرى يوق دېيەرلىك پايدىغا ئېرىشە-

سىز.

لېكىن، سىز تىجارەت ئۈستىدە ئويلىغاندا 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 ئۈچلىسىنى ئۆزىدە ھازىرلىغان بولۇشى كېرەك. ئۇنىڭدىن كېيىنكى ھەل قىلىشقا تېگىشلىكى، ئەڭ ھالقىلىق مەسىلە — خېرىدارلارنى قانداق قىلىپ باشقىلارنىڭكىگە ئەمەس، ئۆزىڭىزنىڭ مەھسۇلاتىغا جەلپ قىلىش.

شۇڭا، ئالدى بىلەن ئۆزىڭىز قىلىشنى ياقتۇرىدىغان ھەم باشقىلاردىن ياخشى قىلالايدىغان ئىشلارنى جەدۋەللەشتۈرۈپ چىقىڭ. مەسىلەن، سىز ئۇستا ئاشپەزمۇ؟ ئۆي سەرەمجانلىرىنى ئورۇنلاشتۇرۇشتا ئالاھىدە تالانتىڭىز بارمۇ؟ قارتا ئويناشقا بەك ئۈستىمۇ؟ سىزنىڭ ئۆيلەرنى بېزەش ماھارىتىڭىزگە ھەممە ئادەم ھەۋەس قىلالامدۇ؟ يات جىنىسلارنى ئۆزىگە جەلپ قىلىشنىڭ ئالاھىدە ئۇسۇلىرىدىن خەۋىرىڭىز بارمۇ؟ باشقىلار بىلەن بىللە بېلىق تۇتقىلى چىققاندا سىز دائىم ئەڭ چوڭ بېلىق تۇتالامسىز؟ كەچلىك يىغىلىش-لاردا باشقىلارنىڭ دىققىتىنى ئالاھىدە تارتىپ تۇرالامسىز؟ يىغىندا سىزنىڭ قارار قىلىش ھوقۇقىڭىز بارمۇ؟ قوشنا - قولۇملىرىڭىزنىڭ ھەممىسى دەردى بولسا سىزگە ئېيتىپ بېرىدىغان ياخشى قوشنىمۇ؟ باشقىلار ماشىنىسىدىن چاتاق چىقىپ ياردەمگە موھتاج بولغاندا، بىرىنچى بولۇپ ئېسىگە ئالىدىغان ئادەم سىزمۇ؟ ماتېماتىكىدا ئالاھىدە تالانتىڭىز بارمۇ؟ قىزىقچىلىق قىلىپ باشقىلارنى كۈلدۈرەلمەيسىز؟ بىرەر كالىنى سويۇش قوللىڭىزدىن كېلەمدۇ؟ ھويلىڭىزدىكى گۈلزارلىققا باشقىلار ھەۋەس قىلالامدۇ؟ خاتىرىڭىز ئالاھىدە كۈچلۈكمۇ؟...

قىممىتى مىليون دوللاردىن ئاشىدىغان بىۋاسىتە سېتىش تىجارىتى يۇقىرىقى مەسىلىلەر ئۈستىگە قۇرۇلغان بولىدۇ، ئەگەر سىزنىڭ يۇقىرىدا كۆرسىتىلگەن تەرەپلەرنىڭ كۆپ قىسمىدا ئارتۇقچىلىق قىلغىنىز بولسا، ئۇنداقتا رىقابەتتە كەڭ سورۇنغا ئىگە بولىسىز! جەدۋەل تۈرغۈزۈشنى ھازىرلا باشلىۋېتىڭ. ئۆزىڭىزنىڭ ئەمەلىي ئەھۋالىغا ئاساسەن، يۇقىرىقىلار ئىچىدىن ئۆزىڭىزگە ماس كېلىدىغانلىرىدىن بىرنەچچىنى تاللاڭ، ئاندىن يۇقىرىدا تىلغا ئېلىنىمىغان ئالاھىدىلىكلىرىڭىزنى قوشۇڭ. قىسقىسى، جەدۋەلگە سىزنىڭ باشقىلاردىن ياخشىراق قىلالايدىغان ئىشلىرىڭىز كىرگۈزۈلسۇن. دىققەت قىلىڭ، مەن «ھەرقانداق ئادەمدىن ياخشى» دېگەن گەپنى قىلىمىدىم، سىز ئوتتۇراھال سەۋىيىدىن سەل ئۈستۈن تۇرىشىڭىزلا بولدى. چۈنكى، بازار بۇنچە كەڭ، نوپۇسى بۇنچە كۆپ بىر دۆلەتتە، ئەگەر سىزنىڭ تېخنىكىڭىز، مەھسۇلاتلىرىڭىز ۋە مۇلازىمىتىڭىز رىقابەتچىلىرىڭىزنىڭ يېرىمىدىن كۆپرەككىنىڭكىدەك بىلەن ياخشى بولسا، ئۇ چاغدا قىلچە زورۇقمايلا ئۇلارنى بېسىپ چۈشىسىز. ئىشلىرىڭىز ئۇلارنىڭكىدىن ياخشى بولىدۇ، مىليونلاپ خېرىدارى بار چوڭ بازارنىڭ خېرىدارى بولۇپ قالسىز! ئېنىقكى، بۇلارنىڭ ھەممىسى سىزنىڭ بىرەر ئىش تەۋرىتىشىڭىزدىكى پارلاق يول.

سىز جەدۋەلنى پۈتتۈرۈپ بولغاندىن كېيىن (ئەگەر جەدۋەل بەك ئۇزۇن بولۇپ كەتمىگەن بولسا، «ئۆز» ئىگىزگە كۆپرەك كۆچۈرۈڭ)، ھەر بىرىنى 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 تاللىشىڭىز بولىدۇ؛ ياكى بەزى كۆڭۈل ئېچىش خاراكتېرلىك ژۇرناللارغا ماقالە يېزىشنى كەسىپ قىلىۋالسىڭىزمۇ بولىدۇ؛ ياكى ساياھەت ئورۇنلىرىدىكى بېلىق تۇتۇش ئورۇنلىرىغا بېلىق تۇتۇش قوللانمىسى يېزىپ

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

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

مەيلى قانداق بولسۇن، ھازىر مېنىڭ ئوي - خىياللىرىمنى ئاز - تولا چۈشىنىپ قالغان بولسىڭىز كېرەك. تىجارەتتە ئەمەل - يەتتە ئۈنچە ئەستايىدىللىق قىلىپ كېتىشىمۇ كەتمەيدۇ، ئەكسىچە، سىز ئۇنىڭدىن نۇرغۇن خۇشاللىق تاپالايسىز. سىز مۇنۇ نۇقتىنى ئېسىڭىزدە چىڭ تۇتۇڭ. سىناقىنى بولىدىغىنى يالغۇز تاۋارلا ئەمەس، بىرەر ئەقىل ياكى بىلان، ئىشنى تېخىمۇ ياخشى تېخىمۇ تېز قىلىشقا ياردىمى بولىدىغان، تەننەرخىنى تۆۋەنلىتىلەيدىغان 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 ئەقىلىنى — ئۆزلىرىگە سالامەتلىك، خۇشاللىق، كۈچ - قۇدرەت، ئىلھام ۋە بايلىق ئاتا قىلىدىغان ياخشى ئەقىلىنى سېتىۋېلىشنى بەكرەك خالايدۇ. شۈبھىسىزكى، كۆرگەن - بىلگەننىڭ 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 يولۇقۇ.

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

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

ئازابلارنى بايلىققا ئايلاندۇرۇڭ! ئەگەر سىز ناھايىتى ئېغىر بىر مەسىلىگە دۇچ كەلسىڭىز، ئۇنى ھەل قىلىش ۋە يېڭىشىغا تىرىشىشىڭىز كېرەك. ئۇنى ھەرگىزمۇ ئۆزىڭىزگە يۈك قىلىۋالماڭ، بولمىسا ئۇ ئەتىدىن - كەچكىچە كاللىڭىزغا كىرىۋېلىپ، سىزنى ئازابلايدۇ، ئۇيغۇڭىزنى ئۇيغۇ 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 قوللىڭىزدا چىڭ تۇتقان بولىسىز.

تۆۋەندە بىر مىسال كۆرسىتىپ ئۆتەي.

مەن قەرز پاتىقىغا 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

پۇلىنى قايتۇرمىسام، ئۇ ئىشەنچكە ئاسىيلىق قىلغان بولىمەن. بولمىسا ۋەيران بۇلغانلىقىنى 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 قوغلاشمىغان. دىمۇ، ئۇلارنىڭ يېمەك - ئىچمەك، كىيىم - 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 بولىدۇم). قەرزنى قايتۇرۇش نىيىتىگە كەلگەندىن كېيىن، مەن قەرز كىرىزىسىدىن قۇتۇلۇشقا ھەر ئاماللار بىلەن تىرىشىشقا باشلىدىم. ئۆزۈمنىڭ قانۇنلۇق ھوقۇقىمنى — ھەقدار زادى نېمىلەرنى قىلالايدۇ، نېمىلەرنى قىلسا بولمايدۇ، دېگەنلەرنى ئېنىقلىۋېلىش ئۈچۈن، مەن تۆت ئادۋوكات ۋە بىر سوتچىدىن مەسلىھەت سورىدىم. خوتۇنۇم ئىككىمىز بارلىق مال - 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. ئالاھىدى، دېڭىز ساھىلى، باغچە، ئورمانلىق، مۇزېي، كىتاب ئوقۇش، دالا تامىقى ۋە ئادەمگە خۇشاللىق بېغىشلايدىغان مۇڭدېشىش. بىز قىلىشنى ياقىتۇرىدىغان 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: ئېتىد-بار باھادىكى كىنوخانىلاردا 50 سېنت خەجلەپ، ياخشى كىنودىن ئىككىنى كۆرەلەيسىز، دېڭىز بويىدىكى ئاشپۇزۇلدا ئىككى دوللارغا يېقىن پۇل خەجلەپ بىر ۋاخ ياخشى تاماقلانالايسىز (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 - كېچەك، داۋالاش) نى ئۆز ئىچىگە ئالغان تىزىملىكنى تۇرغۇزۇپ بولغاندىن كېيىن، تېخىمۇ ئىقتىساد قىلىش ئۈچۈن، ئەڭ زور دەرىجىدە چىقىمنى ئازايتىش ئۈستىدە كالا قاتۇرۇشقا باشلىدۇق. شۇنىمۇ ئېيتىپ ئۆتەي، مىلاد بايرىمى «تويۇقسىز 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 سالىدۇ. بەزى مەنىسىز ئىشلارغىمۇ پۇل خەجلەپ قويىمىز.

ئاندىن ھەربىر چىقىم ئۈچۈن بىر كونۇبىرت تەييارلىدۇق. ھەربىر ھەپتىسى خام چوت بويىچە بىر قىسىم نەق پۇلنى كونۇبىرت 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 - 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 قىلىشىڭىز، ئاي ئاخىرىدا چىقىم قىلىشقا تېگىشلىك پۇلدىن خېلىلا ئارتۇق پۇل خەجلىۋەتكەنلىكىڭىزنى بايقايسىز.

بىز بۇنداق قائىدە بېكىتتۇق: ئەگەر بىرەر كونۇبىرتتىكى پۇل يەتمىسە، يەنە بىر كونۇبىرتتىكى پۇلنى يۆتكەپ ئىشلىتىشكە بولمايدۇ؛ ئەگەر ھەپتىلىك كونۇبىرتتا 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 كالىڭىڭىزنى تازا ياخشى ئىشلىتەلمەيسىز، يەنە كېلىپ، نېسىگە ئالغان نەرسىنىڭ پۇلىنى 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 كونۇبىرتلىرى بار. كونۇبىرتلارنىڭ ئۈستىگە چىقىم قىلىنىدىغان تۈر ئەسكەرتىلگەن. مەسىلەن، «ئو-قۇش قوراللىرى چىقىمى»، «ئۇششاق يېمەكلىك» (شۇنىڭدىن

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

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

بىزنىڭ ئۇ ياكى بۇ نەرسىدىن ئېلىش ئىقتىسادىمىز زادى بارمۇ - يوق؟ پەقەت كونۇبىرت ئىچىدە يېتەرلىك پۇل بولسا، باشقا بەزى نەرسىلەرنى ئالماسلىق قارارىغا كېلەلسەك، ئۇ چاغدا ھەقىقىي كېرەكلىك نەرسىلەرنى ئېلىش ئىقتىدارىمىز ئىكەنلىكىمىز ئاددىي قىلىپ ئېيتقاندا، مەن بىر ھەپتىنىڭ ئىچىدىكى بىر كۈنى كالا گۆشى يەيمەن. دېمەكچى، قالغان ئالتە كۈندە ئاددىي تاقاقلاساناممۇ بولىۋېرىدۇ، بەزىدە شۇنداق قىلىشقىمۇ ئەرزىيدۇ.

ئائىلە خام چوتى تۇرغۇزۇلغاندىن 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» ئەمەس، بەلكى تىجارەتچىلەرنىڭ مال سېتىدىغان ياردەم قىلىش بولۇپ ھېسابلىنىدۇ. يەنە كېلىپ، نەرسە سېتىۋېلىشتىمۇ نۇرغۇن خۇشاللىق بار — پۈتۈن دۇنيادا ئېلان ئارقىلىق بىزنى ئۆزلىرىگە ئەسەر قىلىشقا ئۇرۇنۇۋاتقان تىجارەتچىلەر بىلەن دەلىمۇدەل 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 كىرىت 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 بولۇۋاتىدۇ ياكى كەلگۈسىدىكى تەرەققىيات ئەھۋالى قانداق بولۇۋاتىدۇ. مېنىڭچە، مۇشۇ ئوخشاش بىر سەۋەب بەزى ئائىلىلەر. نىڭ ئىقتىسادىي ئەھۋالىنى ئوسال ئورۇنغا چۈشۈرۈپ قويغان. تۆۋەندىكىسى قەرز پانچىقىدىن قۇتۇلۇپ چىقىش ياكى قەرزنىڭ پاراكەندىچىلىكىدىن يىراق تۇرۇش، كەڭتاشا ئىشلەتكۈدەك مەبلەغ. كەڭ 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 تېگەل. مەيدىغان پۇلغا كاپالەتلىك قىلغىلى بولىدۇ. قانداق قىلغاندا كۆپ سانلىق كىشىلەر بىلمەيدىغان «قەرزىدىن خالاس قىلىش قانۇنى» دىن پايدىلىنىپ، ئۆزىڭىزدە بار بولغان نەرسىلەر (ئۆي، ماشىنا، ماشىنا ۋە مال - مۈلۈك) نى ھەقدارلارنىڭ مەجبۇرىي ئېلىۋېلىشىدىن ساقلىنىشقا بولىدۇ. قانداق قىلىپ ئۆز ئۆسۈلىڭىز بىلەن قەرز قايتۇرالايسىز. قانداق قىلىپ زۆرۈر 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 بولماسلىققا قارىغاندا تېخىمۇ يامان. كۆپ پايدا ئېلىشقا ئۇرۇنغان مەككەر سودىگەرگە قانداق تاقابىل تۇرغىلى بولىدۇ ھەمدە زىياننى قانداق قىلىپ ئەڭ تۆۋەن دەرىجىدە ئازايتقىلى بولىدۇ. ھەقسىز قانۇن مۇلازىمىتىنى نەدىن تاپقىلى بولىدۇ. دەۋادا قانداق ئۆتۈپ چىققىلى بولىدۇ. قايسى ھەقدارنىڭ پۇلىنى ئاۋۋال بېرىۋېتىش كېرەك (دائىم قەرز سۈپىلەپ كېلىدىغانلارنىڭ پۇلىنى ئەڭ ئاخىرىدا بېرىش كېرەك). قانداق قىلغاندا ۋەيران بولغانلىقىنى جاكارلاش ئارقىلىق شىركەتنىڭ ئىناۋىتىنى ھەققىي كۆتۈرگىلى بولىدۇ. سىز قانۇنلۇق كىرىمىڭىزنى قەيەرگە ئامانەت قويغاندا، ھەقدى قىيىن بىخەتەر ۋە ۋەيران بولغانلىقىڭىزنى جاكارلىغاندىن كېيىنمۇ، ئامانەت پۇللىرىڭىز قىلچە تەسىرگە ئۇچرىمايدىغان بولىدۇ. تۆۋەن ئۆسۈملۈك قەرزىگە قانداق قىلىپ، نەدىن ئېرىشكىلى

بولىدۇ.

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

يۇقىرىقى بارلىق مۇھىم نۇقتىلار (كۆرسىتىلمىگەن يەنە نۇر-غۇنلىرى بار) نىڭ ھەممىسى قانۇنلۇق، يەنە كېلىپ ئىشەنچلىك. ئۇلار قانۇن ۋە پاكىتنى ئاساس قىلغان. مانا بۇلار كېڭەيتىلگەن تارقاقچىلار، 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 ئېلىنىپ ئۆتكەن گەپكە قايتىپ كېلەيلى — ئازابىنى بايلىققا ئايلاندۇرايلى! مەن بىر پىلان تۈزۈپ، قەرز پاتىقىدىن قۇتۇلۇپ چىققاندىن كېيىن، نۇرغۇن ئادەملەرنىڭ مەن بىلەن بىر يولدا ئىكەنلىكىنى، ماڭا ئوخشاش كۈنلەرنى بېشىدىن ئۆتكۈزۈۋاتقانلىقىنى تونۇپ يەتتىم. شۇڭا، مەن «مالىيە باش-قۇرۇشنىڭ كۈچى» دېگەن بىر كىتاب يازدىم. ئاندىن مەن بىر ئېلان ئىشلىدىم، تېمىسى: «90 مىنۇت ئىچىدە قەرزىدىن قۇتۇلد-سىز — 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، كېڭەيتىلگەن تارقاقچىلار، مالىيە شىركەتلىرى ئۇلارنىڭ ئاساسلىق ئېلان مەنبەسى ئىدى). ئادۋوكاتلار جەمئىيىتى ئۇ ئېلان بىلەن كىتابنى تەكشۈرۈپ، ئەڭ ئاخىرىدا بىر ئاز زورۇقۇپ بولسى-

مۇ، ئۇلارنىڭ قانۇنغا خىلاپ ئەمەلىيىتىنى ئېلان قىلدى (قانداقلا بولسۇن، ئادۋوكاتلارغىمۇ تۇرمۇش كېرەك - تە). تولۇقسىز مەلۇماتقا ئاساسلانغاندا، مەن بۇ كىتابتىن 100 مىڭنى سېتىپ بولدۇم.

ئۆزۈمنىڭ مەسلىھىتىنى ھەل قىلىش ھەم ھەل قىلىش لايىھىسىنى 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 تۇتقۇزمەن: 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 مەسلىھىتى ھەل قىلالايدىغان يوللارنى يېزىڭ. ئارقىدىن مەسلىھىتى ھەل قىلىنىش لايىھىسىگە مۇناسىۋەتلىك بارلىق ئۇچۇرلارنى يىغىڭ. ئادەتتە مۇشۇ ئىشلار ئورۇندىلىپ بولغاندا، مەسلىھىتى جاۋابى ئاستا - ئاستا سۈزۈلۈپ چىقىدۇ. ئەگەر ئۇ سىزگە كېرەكلىك ياكى سىز ياقىتۇردىغان جاۋاب بولمىسا، ئۇ چاغدا ئاڭسىز كومپيۇتېردىن ياردەم سورىشىڭىزغا توغرا كېلىدۇ (كومپيۇتېردىن پايدىلىنىپ سانلىق مەلۇماتلارنى ئانالىز قىلىسىز).

مەسلىھىتى ھەل قىلىش لايىھىسىگە ئېرىشىشىڭىزلا، 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 تەكلىپى ۋە ھەل قىلىش لايىھىسىڭىزنى 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 بىرتانىيە 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 چىقىرىش، دالىدا تۈنەش، ئوقۇش سۈرئىتىنى يۇقىرى كۆتۈرۈش؛

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

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

ئاممىۋى پاراۋانلىق، جىنايەت مەسىلىسى، ھۆكۈمەتنىڭ ما-ئاش ۋە باھانى كىنترول قىلىشى، پۇقرالىق ھوقۇق، مائارىپ خىراجىتى، ئاممىۋى قاتناش، بالىلار پائالىيەت مەركىزى، «ئو-

چۇق دەرس» ئۇقۇمى، كومپيۇتېرنىڭ ئوقۇتۇشقا بولغان ياردىمى، ئوقۇش يېشىغا يەتمىگەن بالىلار مائارىپى، ئەقلىي جەھەتتىكى يېتىلمىشى ئاستا بولۇش؛

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

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

مەسىلە ئۈستىدە ئىزدەنىۋاتقاندا، 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 قولىدىن كېتىدىغانلىقىنى بىلمەيسىز؟ باشقىلارمۇ بۇ جاۋابقا ئېرىشكەن، لېكىن يۇقىرىقى سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن تاللاشتىن ۋاز كەچكەن. مانا بۇ پۇرسەت بار. ماقلار ئارىسىدىن قېچىپ كەتكەن ۋاقىتتىن ھېسابلىنىدۇ. بۇنداق خاتالىققا ھەرگىز يول قويماڭ.

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

1945 - يىلى، مەن 20 ياشقا كىرگەندە ئەسكەرلىكتىن چېكىنىپ توي قىلىدىم، بىر بالىلىقمۇ بولدۇم. مەن كالىفورنىيە شتاتى ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ لوس ئانگېلىس تارماق مەكتىپىگە تەزىمغا ئالدۇرغىلى باردىم، قارىسام تىزىمغا ئالدۇرىدىغان ئۆيىنىڭ سىرتىدا ئۆزۈندىن - ئۆزۈن 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، باشقىدەراق بىرەر ئىش تېپىپ قىلماقچى بولدۇم.

بىرنەچچە يىلدىن كېيىن، بىر ئاغىنەم ماڭا ئۆزىنىڭ بىر ئىشىنى سۆزلەپ بەردى. ئۇ ئېشىنىدى ماددىي ئەشیا تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىۋېتىپتۇ، بۇلىنىمۇ خېلى ئوبدان تېپىپتۇ. ئۇ ئۇرۇش ئېشىنىدى ماددىي ئەشیا لىرى ئەمەس، بەلكى ياساش كەسپى بىلەن شۇغۇللانغۇچىلار ۋە سودا سارايلىرى ئېھتىياجلىق ئېشىنىدى ماددىي ئەشیا لار 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 ئانگېلىسنىڭ 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 ئېشىنىدى ماددىي ئەشیا لار 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 يەشەك بار ئىكەن. ئۇ 2 - دۇنيا ئۇرۇشى مەزگىلىدە ئىشلەتكەن قەغەز يەشەكلەردىن ئىكەن. چۈنكى، ئەينى چاغدا ھۆكۈمەت چەت ئەلگە چىقىرىدىغان ماددىي ئەشیا لارنى مۇشۇ خىل يەشەككە قاچىلاپ چىقىرىشنى تەلەپ قىلغانىكەن. ھازىر ئۇرۇشنىڭ ئاخىرلىشىشىغا ئەگەشپ، بۇخىل يەشەكنىڭ سورىقىنى قىلىدىغان ئادەممۇ بولماپتۇ. بۇ تىجارەتكە بىر تەۋەككۈل قىلىپ بېقىشىم كېرەكمۇ؟ مەن تۈكۈرۈكۈمنى كۈچەپ يۇتتۇم. ئاندىن ئۇ ئايالغا «شېرىك» ئىكەن تېلېفون ئۇرۇپ باقاي، ئۇ بىزنىڭ شىركەتنىڭ مال قاچىلايدىغان يەشەك تىجارىتىگە مەسئۇل ئىدى، دېدىم. ئايالنىڭ ئىشخانىسىدىن خىيال ئىلكىدە چىقىپ، بىر تېلېفونخانىغا كىردىم. تېلېفون دەپتىرىنى قولۇمغا ئالدىم. ئىشلىتىشتىن قالغان 20 مىڭ دانە قەغەز يەشەكنى كىم ئالار؟ ناھايىتى ئېنىق جاۋاب قەغەزدىن ياسالغان مەسئۇلاتلارنى توپ سېتىش سودىگەرلىرى ئىدى، ئۇلار بۇ يەشەكلەرنى مال چىقىرىپ تۇرىدىغان كىچىك زاۋۇتلارغا سېتىۋېتەلەيتتى. لېكىن، كېسىپ 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 يەشەكلەرنى ئالماستىلىقمۇ مۇمكىن.

مەن قاتتىق ئۈمىدسىزلىك ئىچىدە قولۇمدىكى تېلېفون دەپتىرىنى ئاڭتۇرۇۋېتىپ، ناھايىتى چوڭ ئورۇننى ئالغان بىر ئېلاننى ھەيرانلىق ئىچىدە كۆرۈپ قالدىم (ئۇنىڭ كىچىكلا بىر شىركەت ئىكەنلىكىنى كېيىن ئۇقتۇم). قاتتىس گەپ، ئېلاندى.

كى بىر جۈملە سۆز ماڭا مۇنۇنى ئوقتۇردى: ئۇلار قەغەز يەشەك تىجارىتى قىلىۋېتىپتۇ. شۇنىڭ بىلەن، مەن ئۇلارغا تېلېفون بېرىپ، ئۇ قەغەز يەشەكلەرنىڭ ئالاھىدىلىكلىرىنى قايىلىيتىم. نىڭ يېتىشىچە سۈرەتلەپ بەردىم، ئاندىن 20 مىڭ قەغەز يەشەك نى قانچە پۇلغا ئالدىغانلىقىنى سورىدىم. ئۇ ئەر ماڭا بىر يەشەكنى 1.5 سېنتىن ئالدىغانلىقىنى ئېيتتى. دېمەك، 20 مىڭ دانە قەغەز يەشەك 300 دوللار بولىدۇ دېگەن گەپ. مەن ئۇنىڭغا رەھمەت ئېيتىپ، سەل تۇرۇپ ئالاقىلىشىدىغانلىقىمنى ئېيتتىم.

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

تېخىمۇ مۇھىمى، مەن كىشىلىك ھاياتتىكى ئەڭ ھالقىلىق بىر دەرسنى ئۆگىنىۋالدىم: قارىماققا ناھايىتى ئېنىق كۆرۈنگەن پاكىتلارغا ھەرگىز سەل قارىماسلىق كېرەك ئىكەن. ئېنىقكى، سېتىش مەركىزىدىكى ئايال مۇ 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 ئەپلەشتۈرەلمىسەم، ئۇ پايدا مېنىڭ يانچۇقىغا چۈشىدۇ. ئۇ قەغەز يەشەكلەرنى توپ باھادا بەش سېنتىن ئۆتكۈزگىلى بولىدىغانلىقىنى كېيىن ئۇقتۇم، ئۇ چاغدا ھەممىسى 1000 دوللار بولاتتى. ئەگەر پارچە ساتسا 2000 دوللارغا ساتقىلى بولىدەكەن. يەشەكلەرنىڭ 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 سېتىۋالدىق، 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 قولىمدا كۆپ مەبلەغ بولمىغاچقا، بىر تۈركۈم مال ئالسام دەرھال قولىدىن 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 چاقىلىق 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 نۆۋەتپە قىيەت ئىشلىرىنىڭ ئاچقۇچى. ئۇ بىزنى كېيىنكى مۇھىم نۇقتىغا باشلاپ كىرىدۇ. ئۇ «روشن پاكىتلارغا سەل قارىماڭ» دېگەن ئۇقۇم بىلەن قارىمۇ قارشى بولۇپ، بۇ دەرسنىڭ ماۋزۇسى: «روشن پاكىتلارغا ئاسان ئىشىنىپ قالماڭ».

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

IX

جاۋابىنى كۆرۈشتىن ئىلگىرى ئۆزىڭىز كالا قاتۇرۇپ بېقىڭ.
جاۋابى مۇنداق:

SIX

بەكلا ئاددىيىمىكەن؟ لېكىن 500 ئادەم ئىچىدە پەقەت بىرلا ئادەم توغرا جاۋابنى چىقىرالايدۇ. بۇ يەردە ئوينىلىۋاتقان 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 سىزنىق ئەمەس، تۈز سىزنىق قوشۇش بىلەنلا كىرىشىپ قالىدۇ. ئېقىنكى، 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 تەجىربىلىك بولغاچقىلا، ئۇلارنىڭ چوقۇم توغرا، دەيدىغان ئىشىنى ھەرگىز قىلماڭ. «خەت ئويۇنى» ئوينىۋاتقاندا، 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 تۇتىشىمىز فورد شىر-كىتى رەقېلىرىنىڭ 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 ۋاسىتىلىرىنى قوللىنىدۇ. ئەگەر ماشىنا ئېلىشقا پۇلىڭىز يەتمىسە، ھەتتا سىزگە پۇل قەرز بېرىپ تۇرىدۇ. ئۇلار تېلېۋىزىيە قاناللىرىنىڭ بەزى كونا كىنولارنى بېرىشىگە ھەم-كارلىشىدۇ، چۈنكى بۇنىڭدا ئارىلىققا 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 قالمايدى، يا ئوخشاش تاكتىكا قوللىنىپ، رەقېبلەر 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 ئۇسلۇبىنى 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 بولمىغاندا، كارخانىنىڭ نورمال مېڭىپ تۇرۇشىغا كاپالەتلىك قىلىش، بۇ ئارقىلىق خېرىدارلارغا ئۈزلۈكسىز ھەم مۇكەممەل مۇلازىمەت قىلىش. بىز ئىستېمالچىلارغا ھەر قانداق نىمكەش ماشىنىنى كۆر-سەتمىدۇق، باھانى پەۋقۇلئاددە چۈشۈرۈپ بېرىدىغانلىقىمىزنىمۇ ئېلان قىلىمىدۇق. بىز ئىستېمالچىلار بىلەن ھېسسىيات جەھەتتە ئورتاقلىشالىدۇق. ئەگەر بىز ساتقان ھەر بىر ماشىنىنىڭ باھاسى بازار باھاسىدىن تۆۋەن بولسا، بۇنىڭ سەۋەبى، يا ھەر بىر 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 قىلىدىغانلىقىنى سۈرۈشتۈرۈپ باقتۇق. بىز ئىستېمالچىلارغا مۇۋاپىق دائىرىدە ھەر قانداق مۇلازىمەتنىڭ ھۆددەسىدىن چىقالايدىغانلىقىمىز ھەققىدە ۋەدە بەردۇق. بۇ ئىستېمالچىلارنى ناھايىتى خۇشال

قىلدى.

مەن كىنۇنىڭ ئارىسىغا ناھايىتى ئۇزۇن ئېلانلارنى قىستۇرمدىم، بەلكى ئوخشاش بولمىغان نۇرغۇن پروگراممىلار ئارىسىغا قىسقا - قىسقا قىلىپ ئېلان بەردىم.

مۇنداقچە ئېيتسام، بىزنىڭ رىقابەتچىمىز ئايلىنىۋاتقاندا، بىز جىددىي ئايلىنىشنى تاللىدۇق. بارلىق ئېلاننىڭ مەقسىتى ئۆزىمىز بىلەن ئىستېمالچىلار ئوتتۇرىسىدا ئىشەنچ تىكلەش. چۈنكى، بىزنىڭ بىلىشىمىزچە، كۆپ سانلىق ئىستېمالچىلار ماشىنا سودىگەرلىرىگە بولغان ئىشەنچىسىنى يوقاتقان. سىز باشقىلارغا مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىشتىن ئىلگىرى ئۇلارنىڭ ئىشەنچىسىنى چوقۇم قولغا كەلتۈرۈشىڭىز كېرەك. سىز ئۇلارنىڭ ئىشەنچىسىگە ئېرىشەلىسىز. ئىزلا، ئۇلار سىزنىڭ دائىملىق خېرىدارىڭىزغا ئايلىنىدۇ.

ئېلاننىڭ ئۈنۈمى: *فورد سېتىش ئورنى تىجارەت باشلىغان دەسلەپكى ئۈچ يىلدا 1 مىليون دوللاردىن ئارتۇق پايدىغا ئېرىشتى. شەكىلىمىز ئۇتۇق: روشەن پاكىتلارغا ئاساسەن ئىشەنچ قالمىك.

تۆۋەندىكىسى سىزنىڭ مەسىلىلەرنى قارشى ئېلىشىڭىز كېرەك. لىكىندىكى ئىككى چوڭ سەۋەب:

1. مەسىلىنىڭ ھەل قىلىنىشىغا ئەگىشىپ، سىزنىڭ ئۆز ئوبرازىڭىز مۇقايتىدىن تىكلەندۇ. بۇ ئۆزىڭىزنى ئۆزگەرتىشكە پايدىلىق. شۇنىڭ بىلەن بىللە، سىز ھەر بىر مەسىلىنى ھەل قىلىش جەريانىدا بىلىشىڭىز، تېخنىكىڭىز ۋە تەجرىبىڭىز بارغانسېرى مول-لىشىپ بارىدۇ، كېيىنكى مەسىلىلەرمۇ ئۆزلۈكىدىن ھەل بولۇپ كېتىدۇ.

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

لىغان بولىسىز. مەسىلىنى ھەل قىلىش جەريانى بىر خىل خەتەر-لىك 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 بولمىغاندا، 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 ئازا 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 پۇر-سەت ياكى ئادەملەرنى ئۆزىگە جەلپ قىلالامدۇ؟ ئەمەلىيەتتە بۇلار مۇھىم ئەمەس، پەقەت «ئاڭلاش» ئۆز رولىنى ھەقىقىي جارى قىلدۇرالمىسا بولىدۇ.

سىز جاۋاب ئىزدەش جەريانىدا، چوقۇم پۈتۈن زېھنىي كۈچ ۋە قىزغىنلىقىڭىزنى ئىشقا سېلىڭ. سوئال سوراشتىن قورقماڭ، بۇنىڭ بىلەن باشقىلار سىزنى كالىسى ئىشلىمەيدىكەن، دەپ قالماي-دۇ، پەيلاسوپ ۋېير روبېرسنىڭ بىر گېپى ئېسىڭىزدىمىكەن:

«سانسىز قېتىم ئۆزگىرىپ تۇرىدىغان مەسىلە ئالدىدا ھەممىڭىز بىلىمىز». بىز نۇرغۇن كەسپىي نەرسىلەرنى بىلىمىسەكمۇ، لېكىن مۇتەخەسسسلەر ئۆزلىرىنىڭ ساھەسىگە قىزىققانلىقىمىزدىن خۇشال بولىدۇ.

خاتالىق ئۆتكۈزۈپ قويۇشتىن قورقماڭ

سىز كىچىك خاتالىق ئۆتكۈزسىڭىز، ئۇنى ئۆتكۈنچى يامغۇر دەپ بىلىڭ، كۈلۈپلا ئۆتكۈزۈۋېتىڭ! ھەر قانداق ئادەم بىخەستەلىككى ياكى ئەتراپلىق ئويلىنىغانلىقى سەۋەبلىك خاتالىق ئۆتكۈزۈپ قويىدۇ. بۇنداق خاتالىقلارنىڭ سادىر بولۇشى يا سىزنىڭ ئۇنىڭغا كۆڭۈل قويىدىغانلىقىڭىز، يا بەك قىزىقىدىغانلىقىڭىزدىن بولىدۇ. لېكىن، ئەگەر سىز ئۇنىڭغا نۇرغۇن كالا 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 باربې رۇس ھازىرغىچە ئىككى خىل رېكورتى ساقلاپ كېلىۋاتىدۇ: بىرى، توپ ئۇرۇپ نومۇر ئېلىش رېكورتى. يەنە بىرى بولسا، ئۈچ قېتىم توپ ئۇرۇپ تەڭكۈزەلمەسلىك رېكورتى. لېكىن، كەڭ توپ مەستانىلىرىنىڭ ئۇنى ئېسىدىن چىقارماسلىقى ھەرگىزمۇ ئۇنىڭ ئۈچ قېتىم توپ ئۇرۇپ تەڭكۈزەلمەسلىكى سەۋەبىدىن ئەمەس.

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

ئىلىشىنىڭ بىر يۈرۈش ئۇسۇلى ئەمەسمۇ؟ ھەر قېتىملىق «مەغلۇپىيەت» سىزنى توغرا جاۋابقا تېخىمۇ يېقىنلاشتۇرىدۇ!

مەن تېلېفون ئارقىلىق «خېرىدار قازىدىغان» بىر سۇغۇرتا ئاكالەتچى سودىگەرنى تونۇيمەن. ئۇنىڭ ماڭا دەپ بېرىشىچە، ئۇ ھېسابلاپ باقسا، ئوتتۇرا ھېساب بىلەن ھەر ئون قېتىم «قارىسىغا ئۇرغان تېلېفون» (يوشۇرۇن خېرىدارلارغا ئۇرغان تېلېفون) نىڭ نوقتۇزىنىڭ نەتىجىسى «NO»، پەقەت بىردىنبىر نەتىجە. سىلا «YES» بولىدىكەن. شۇڭا، ھەر قېتىم كۆرۈلگەن «NO» ھەرگىزمۇ ئادەتتىكى رەت قىلىش ئەمەس، ئۇ شۇنىڭغا ياماشقاندا چوقۇم بېسىپ ئۆتۈشكە تېگىشلىك بىر بالىداق. ئۇنىڭدا توققۇز «NO» چىقىپ بولغاندىن كېيىن، ئەڭ ئاخىرىدا ئۆزى كۈتە. كەن «YES» قا ئېرىشىشكە نىسبەتەن يېتەرلىك سەۋرچانلىق بولۇش كېرەك. چۈنكى، «YES» شوتىنىڭ ئەڭ ئۈستىگە ئورۇنلاش. قان بولۇشى مۇمكىن!

مېنىڭ بىردىنبىر سوئالىم: دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيەسىنىڭ 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 تەربىيەلەش 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 يەتكۈزدۈك. مانا

بۇ مۇۋەپپەقىيەت يولىغا ئېلىپ بارىدىغان ئاساسلىق ئەندىزە ئىدى. چۈنكى، بىزدە ئۇلارغا ۋەدە بەرگۈدەك ئىقتىدار بار ئىدى، ئەگەر ئۇلار تەربىيەلەش پىلانى بويىچە بىر قەدەم - بىر قەدەمدىن ئىلگىرىدە، ئىسە، 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، ھەر بىر ئۆي - زېمىن سودىگىرى 135 قېتىم تېلېفون ئۇرسىلا، بىر قېتىمىدىلا 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، ھەر بىر ئۇرغان تېلېفونىڭىزنىڭ ھەققى 6.30 دوللار بولۇشى مۇمكىن! ئەگەر ھەر بىر 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. ناۋۇمىد-لەر بوتۇلكىنىڭ قۇرۇق تۇرغان يېرىمىنى كۆرىدۇ، ئۇمىدۋارلار بولسا، بوتۇلكىنىڭ يېرىمى بولسىمۇ تولۇپ تۇرغانلىقىنى كۆرىدۇ. خوتۇنۇم مەن تونۇشىدىغان كىشىلەر ئىچىدىكى ئەڭ ئۇمىدۋار بىر ئادەم. مەن ئۇنىڭغا دائىم شۇنداق چېقىشىپ قويمەن. ئەگەر ئۇ ئۆيىنىڭ ئوتتۇرىسىدا بىر كالىكە ئاتنىڭ تېزىكىنى كۆرسە، ئۇ چاۋاك چالغىنىچە ۋارقىرايدۇ: «بالىلىرىم، تېز كىرىپ قاراڭلار، بىرى بىزگە بىر ئات ئەكىلىپ بېرىپتۇ!»

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

ئۇ ئۆزىنى ھەممە ئادەمنىڭ ياخشى كۆرىدىغانلىقىنى بىلىدۇ. بۇنىكى، باشقىلار ئۇنىڭ قىزغىنلىقى ۋە قىزىقىشىنىڭ تەسىرىگە ئىسمى ئۇچراپ تۇرىدۇ. ئەگەر ئايرىم ئەھۋالدا باشقىلار ئۇنىڭ بېھرى كۈچىگە ئانچە ئېتىبار قىلىپ كەتمىسە، ئۇمۇ ناھايىتى مىسقا ۋاقىت بىئارام بولىدۇ. ئەگەر ئۇ ئىشنى يەنىلا كۆڭلىدىن بېقىرىۋېتەلمىسە، ئۆزىنى ئاقىلماقچى بولغاندەك: «ئۇلارنىڭ نېرى-سى چاتاقمۇ قانداق!» دەپ ئويلايدۇ.

سىز بەلكىم مەندىن نېمە ئۈچۈن ساتقۇچىلار توغرىلىق يېزىۋېرىسىز، دەپ سورىشىڭىز مۇمكىن. سەۋەبى ناھايىتى ئاددىي، چۈنكى بىز ھەممىمىز ساتقۇچىمۇ! سىز تېخى قوللىنىۋاتقان ھېچ ئىش ئەلمەيدىغان بوۋاق ۋاقتىڭىزدا، ئۆزىڭىزنىڭ سۈت ئىچمەكچى ئىكەنلىكىڭىزنى ھەرخىل ئاماللار بىلەن ئاپىڭىزغا ئۇقتۇرىسىز. با-ئىلىققا قەدەم قويغان ۋە ئۆسۈپ يېتىلىش جەريانىدا، ھەرخىل «سېتىش ماھارىتى» نى ئىشقا سېلىپ، ئۆزىڭىز ئېرىشمەكچى بولغان نەرسىنى ئاتا - ئانىڭىزدىن ئۇندۇرۇۋالىسىز. سىز ئۆزىڭىزنى مۆيگۈنىڭىزگە، خوجايىنىڭىزغا، ئىستېمالچىلارغا ۋە دوست - بۇ-ئادەللىرىڭىزگە «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 ئىز-ھەت - 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 بۇقسىرى.

«نېمە ئۈچۈن» دەپ سوراشتىن قورقماڭ! بالىلار 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 ئىلگىرىدە، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ قىزىقىشىنى ئاڭلىق ھالدا يېتىلدۈرۈشكە باشلىغان، «نېمە ئۈچۈن» دېگەن سوئالنى توختىماي قويۇش ئارقىلىق، ئۆزىنىڭ قىزىقىشىنى قانائەتلىندۈرۈپ كەلگەن.

مەكتەپتە ئۆگىتىلىدىغان ئەڭ ياخشى ئىككى دەرس «مىدىرلە-ماي تۈز ئولتۇر» ۋە «جىم ئولتۇر» دېگەندىن ئىبارەت. بىر بالا بۇ ئىككى دەرسنىڭ سىنىقىدىن ئانچە كۈچىمەيلا «ئۆتۈپ» كېتىدۇ. بالىلار بىلەن روشەن سېلىشتۇرما بولۇپ تۇرغىنى، چوڭلار نېمە ئۈچۈن شۇنچە پاسسىپ؟ ئۇلارنىڭ زېھنى (بۇ يەردە ئاساسلىقى ئىنتىلىشچانلىقى كۆزدە تۇتۇلىدۇ) شۇنچىلىك ئاجىز؟ ئۇلار ھەر-خىل 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 ھاياتنىڭ 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 مەسلىنى 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 خاسدە يەتلىك سۆز — «نېمە ئۈچۈن» نى ئىشلىتىپ تۇرسىڭىزلا بولىدۇ.

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 فوت 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 كەلمەيۋاتاتتىم. 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 ئۆيىنى ئىلىڭىزدە 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 گەپنى داۋاملاشتۇردى، — ئۆمرۈمدە بىردىنبىر پۇشايمان قىلىدىغان ئىشلار مەن قىلىپ باقمىغان ئىشلاردۇر.»

ھەر كۈنى ئېنىق بىر ۋاقىتنى چىقىرىپ، ئۆزىڭىزنىڭ يېڭى تۇرمۇشىنى قۇرۇڭ. بۇ ھەر كۈنى ئەتكەن ئورنىڭىزدىن تۇرغاندا ۋە كەچتە ئۇخلاشتىن ئىلگىرى ئېلىپ بارىدىغان كۈندىلىك باياناتىدە مۇ 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 چىقىراالايدىغانلىقىڭىزغا باغلىق) ئاجرىتىپ، نىشانلىرىڭىزنى رېئاللىققا ئايلاندۇرۇڭ. تۆۋەندىكى تۆت ھەرپنى ئېسىڭىزدىن چىقارماڭ:

Raed—P, V, S, R (توقۇش)، 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 ۋاقىتىدا، سىز نېمە ئىشلارنى قىلىدىڭىز؟ ئادەتتە، سىز بۇ %9 ۋاقىتنى ئورۇنسىز ئەندىشە ياكى تېلېۋىزور كۆرۈش، ياكى باشقا ئەھمىيەتسىز ئىشلارنى قىلىش بىلەن ئۆتكۈزۈسىز، ۋاقىت مانا مۇشۇ جەرياندا ئاستا — ئاستا ئۆتۈپ كېتىدۇ. لېكىن، ئۆمرىڭىزدىكى پۈتۈن ۋاقىتنىڭ %9 ى 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 زارلاتماڭ. مەن تونۇشىدىغان ئەڭ ئەقىللىق بىر ئادەم ماڭا: «كۆپ سانلىق كىشىلەر تۇرمۇش

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

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

تۆۋەندىكىلەر مەلۇم بىر كۈندىكى گېزىت - ژۇرناللارنىڭ تېمىسى ۋە ئۇلار ھەدەپ تونۇشتۇرغان مەھسۇلاتلار — ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى كۆپىنچىسى بىۋاسىتە 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. شۇندىلا بىلەن بىللە ئۇلار مال - مۈلۈك بېجى، داۋالىنىش ۋە سالامەتلىكىنى ئاسراش ئىشلىرىغىمۇ ناھايىتى كۆڭۈل بۆلىدۇ.

◆ «ئەرز سۇنغان شىركەت ئەرزىنى قايتۇرۇۋېلىشقا قوشۇل»

دى»

— ئىستېمالچىلارنىڭ ھوقۇق - مەنپەئىتىنى قوغدايدىغان بىر گېزىت سىز تۇرۇۋاتقان شەھەردىكى تىجارەت ئالدامچىلىقى قىلىمىدىن 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 ئۇچرىدىغانلارنىڭ ئائىلىسىدىكىلەر يۇقىرىغا ئەرز سۇندى.»

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

◆ «بېنىزىن كىرپەت كارتىسى بېجىرىش ھەققى يەنە تۆۋەنلىدى.»

— باھا چۈشۈرۈلگەنلىكىنى بىلدۈرىدىغان ئۇچۇر قوللانمىسىدىن كۆزىگە ئاسان تاشلىنىپ تۇرىدىغان قىلىپ ئىشلەش پىلانى كۆڭلىڭىزگە ياقامدۇ؟

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

— ئۇنداقتا، ئەپچىلىكىمىز 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، ماتورىنىڭ 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 قېتىملىق قاچىلىسا، كۆپ بولغاندا ئاران 120 مىل مۇساپىنى باسقىلى بولىدۇ. لېكىن، ماشىنىنىڭ سۈرئىتىنى توققۇز سېكۇنت ئىچىدە نۆلدىن بىراقلا 60 مىلغا چىقىرىشقا كىم ئېھتىياجلىق؟ مەن ئون

سېكۇنت ئىچىدە شۇ سۈرئەتكە يەتسەملا بولدى. 500 دوللارلىق قوش يېقىلغۇلۇق سىستېما بازارغا سېلىندى، ئىككىلەنمەك، دەر- ھال ئورنىتىك! بۇنداق بولغاندا، سىز ئۇزۇن سەپەرلەرگە ئوخشاش- لا خاتىرجەم ئاتلىنالايسىز. لېكىن، سىز يېقىن ئەتراپتىكى شەھەر- ەرنى ساياھەت قىلغاندا تەبىئىي گاز ئىشلەتسىڭىز بولىدۇ. مۇتە- خەسسىلەرنىڭ ھېسابلىشىچە، قوش يېقىلغۇلۇق سىستېما ئورنى- تىلغاندىن كېيىن، تەبىئىي گاز يېقىلغۇسى ئىشلەتكەن مىل سانى ئومۇمىي مىل سانىنىڭ %90 گە يېتىدىكەن. ماشىنا باسىدىغان مۇساپىنىڭ ئومۇمىي ئۇزۇنلۇقىدا ئۆزگىرىش بولمايدىكەن. لې- كىن، 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 ئۆتكۈ- زۈشى بىلەن يولدىكى قار تېز ئېرىپ كېتەمدۇ؟

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

— بۇنداق مەسىلىلەرنىڭ ئوڭۇشلۇق ھەل بولۇشى ئۈچۈن، سىز ئۇزۇن مەزگىللىك بىر مۇلازىمەت تۈرىنى يولغا قويالامسىز؟ خەۋەر توغرىلۇق مۇشۇنچىلىك سۆزلىمەك بولار! مەن ئۇ ئېلانلارنى كۆرگەندىن كېيىن، ئۇلارنىڭ ئىچىدە بىۋاسىتە سېتىش شەكلىنى قوللىنىشقا بولمايدىغان بىرەر مەھسۇلاتنى ئۇچراتمىدىم. يەنە كېلىپ، ئۇلارنى تېز، ئەرزان ساتقىلى بولىدۇ. ھەتتا ماشىنى- لارنىمۇ ئاشۇ ئۇسۇلدا ساتقىلى بولىدۇ. بىلىشىمچە، ئىستېمالچىلار

ماشىنىنى بىۋاسىتە ساتقۇچىلاردىن ئالسا، نەچچە يۈز دوللارنى ئىق- تىساد قىلىپ قالالايدۇ.

مەن ھازىرغا قەدەر ئالاھىدە مەھسۇلات يارىتىش ۋە مۇلازىمەت قىلىش يوللىرىدىن سىزگە خېلى كۆپ سۆزلەپ بەردىم. سىز ئەترا- پىڭىزدىكى 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 ھۈند- رىدىن پايدىلىنىپ مىلاد بايرىمى زىننەت بۇيۇملىرىنى ياسىغىلى بولىدىغانلىقىنى تۇيۇقسىز بايقاپ قالدۇق. بۇ خىل ھۈندەردە ياسىغان زىننەت بۇيۇملىرى ئاسان بۇزۇلمايدىغان، كېچىسى پارقىراشتەك ئالاھىدىلىكلەرگە ئىگە ئىدى. يەنە كېلىپ، ھەر بىر زىننەت بۇيۇمى- نىڭ سېتىلىش باھاسى ئاران بەش سېنت بولاتتى. بىز قىسقىغىنا بىر نەچچە يىل ئىچىدىلا، بۇنداق زىننەت بۇيۇمىدىن نەچچە مىليوندى- نى سېتىپ بولدۇق.

2. بىر كۈنى، بېر يېقىن ئاغىنەم بىلەن پاراڭلىشىۋېتىپ، ئۇنىڭ قولىدا بىر كىتاب ئورگىنالى بارلىقىنى ئۇقتۇم. ئۇ «قانداق قىلغاندا 500 دوللاردىن ئارتۇق پۇل خەجلىمەي ئۆز ئائىلىسىگە سۇ ئۇزۇش كۆلچىكى ياسىغىلى بولىدۇ» دېگەن مەزمۇندىكى ئورگىنال ئىكەن. مەن ئاغىنەم بىلەن كېلىشكەندىن كېيىن، ئۇ كىتابنى نەشر قىلدۇردۇم. ئۇ كىتابنىڭ ھەر بىرىنىڭ 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

بۆلۈمىدە ئىشلەيدىغان بىر ئادەم ماڭا چاقچاق قىلىپ: «ماڭا ئازادە-رەك بىر ياشاش يولى تېپىپ بېرەلەمسىز؟» دېگەندى. ئۇنىڭ بىرەرە 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 - بىلىمىدىغانلىقىنى سورىدىم، ئۇ: «پىششىق بىلىمەن» دەپ جاۋاب بەردى. شۇنىڭ بىلەن، مەن ئۇنىڭغا مۇشۇ توغرىدا نۇرغۇن سوئال-جاۋاب بېرىش 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 - ژۇرنال تىجارەت بۆلۈمىدە ئىشلەيدىغان ھېلىقى ئاغىنەم خىزمىتىدىن ئىستېپا بېرىپ، ھازىر مەن بىلەن بىللە بىر مېيىپلار مەكتىپىدە ئىشلەۋاتىدۇ. ئۇ مېيىپلار مەكتىپىدە (دەرس-لەرنىڭ كۆپىنچىسى ئۆزلۈكىدىن ئۆگىنىدىغان دەرىسلەر) 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 چۈشكەچە مەكتەپتە بولىدۇ، ھېچقانداق ئىش قىلمايدۇ، لېكىن ئالىدىغان مائاشى بىز-نىڭكىدىن 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 ئو-رۇقلاش 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 ئالاقىغا ئېرىشكەن مەھسۇلات بولۇپ قالدى.

5. بىر قېتىم بىر خېرىدارمىز 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 كىرگۈزۈپتەكەن، ماڭا بەرگەن 200 دانىسى سېتىلماي قالغىنى ئىكەن. ئۇ مېنى بۇنىڭ بىر ئامالنى قىلالايدۇ دەپ ئويلايدىكەن. مەيلى قانداق بولسۇن، مەن مالنى ئۇنىڭ ئىسكىلاتىدىن ئۆزۈمنىڭ ئىسكىلاتىغا يۆتكەپ ئەكىلىۋالدىم. ئۇنىڭ ئىسكىلاتىدا توپا بېسىپ ياتقىنىغا ئىككى يىل بوپتەكەن.

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

نەمىنلەيدىغان مۇقىم ئادەملەر بار ئىكەن. ئۇ ئىش كالىماننى ئىگى-لىلەپلىۋالدى. ئاخىر بولماي ئاڭسىز كومپيۇتېردىن ياردەم سوراڭ. قا مەجبۇر بولدۇم. لېكىن، كومپيۇتېرمۇ مەن قانائەتلىككۈدەك جاۋاب بېرەلمىدى. بىر نەچچە كۈندىن كېيىن، مەن ماشىنا ھەيدەپ ئۆيگە كېتىۋېتىپ، ئويلىمىغان يەردىن جاۋابقا ئېرىشىپ قالدىم. مۇشۇككۈزى نېمە ئۈچۈن يالغۇز ئالدى ئىشكىكلا ئورنىتىلدى. دۇ؟ باشقا ئىشكىلەرگىمۇ ئورنىتىلسا نېمىشقا بولمايدىكەن؟ ھويلا تېمىغا ئورناتىسچۇ؟ ھەتتا ئۆيىنىڭ تېمىغىمۇ ئورناتسا بولىدۇ. شۇنىڭ بىلەن، مەن يۇقىرى سۈرئەتلىك يولدىن چىقىپ، ماي قاچىلاش پونكىتىغا كىردىم. مەن بايىقى خىياللىرىمنى ئېلان شەك-لىمىدە خاتىرىۋالدىم.

ئېلاننىڭ تېمىسى: «خاسىيەتلىك جاسۇس سىزگە ئۆيىنىڭ تېمى، ھويلا تېمى ۋە قۇلۇپلانغان ئىشكىكىمۇ توسۇپالمايدىغان كۆز ئاتا قىلىدۇ». نەتىجىدە، بۇ ئېلان پۈتۈن مەملىكەتتىكى رادىئو تورلىرى ۋە تېلېۋىزىيە ئورگانلىرىنى زىيارەت قىلىپ بېقىشقا جەلپ قىلدى. لوس ئانگېلىس 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 باشتى. ئەڭ مۇھىمى، مەن بۇ ئېلاننىڭ ياردىمىدە مۇشۇككۈزدىن 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 چاپىدىغان 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 مەھسۇلاتنى ئارتۇق ساتىشىڭىز، زىيىنىڭىز ئازراق بولسىمۇ ئازلايدۇ. ئەگەر سىز ئەڭ ئاكتىپ، مۇۋاپىق سېتىش تاكتىكىسى قوللانغان بولسىدەك ئىزىمۇ، ئۇنىمۇ يەنىلا كۆڭۈلدىكىدەك بولمىسا، ئۇ چاغدا ئۇ نەرسىدىن 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 قازانىشىڭىزلا، 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 قاننىڭىزنى كەڭ يېيىشىڭىز كېرەك — «ئەگەر ئۇنداق قىلسام ياكى مۇنداق قىلسام، نەتىجىسى قانداق بولىدۇ.»

ئەگەر... بولسا...

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

ئەرزائىراق ماتېرىيال ئىشلەتسىچۇ؟

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

مەن سىزگە مەھسۇلات سېتىش ۋە مۇلازىمەت قىلىشنىڭ ئوخ- شىمىغان نۇرغۇن تۈرلىرىنى سۆزلەپ بەردىم. تۆۋەندە سىزگە بەزى ئاگاھلاندۇرۇشلارنى بەرمەكچىمەن.

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

بىر ئۇششاق تىجارەتچى دېڭىزغا يېقىن سودا كېمىلىرىگە مال قاچىلايدىغان يەشكىنىڭ 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 تەييار- لىق قىلىپ قويۇش ئۈچۈن، «ئەگەر ... بولسا...» دەپ كالا قاتۇرۇشقا باشلاپتۇ. كېيىن ئۇ باھاسى ئەرزان ھەم باھاسى تېز ئۆسىدىغان ياغاچنى ماتېرىيال قىلىپ يەشك ئىشلەپ چىقىرىشقا باشلاپتۇ، باھاسىنىڭ ھەر بىرىنى 4.95 دوللارغا چۈشۈرۈپتۇ. لې- كىن، ھېلىقى شىركەتمۇ مۇشۇ تەرىپىگە كالا قاتۇرغانىكەن، ئۇلار سۇلياۋدىن يەشك ياساپ، ھەر بىرىنى 2.95 دوللاردىن سېتىشقا

باشلاپتۇ. يېقىندا تېخىمۇ چوڭ بىر شىركەت پولىتسىيەدىن پىرىسلان- خان تاختىيىدىن يەشك ياساپ، ھەر بىرىنى 1.49 دوللاردىن سات- قىلى تۇرۇپتۇ!

ئۇششاق بىر نېمىلەرنىڭ مەخسۇس سېتىش ھوقۇقىنى قولغا كەلتۈرگەنلىكىڭىزگە ئالدىراپ خۇشال بولۇپ كەتمەڭ. بۇ جەمئى- يەتتە سودا ئەخلاقى بىلەن كارى يوق نۇرغۇن ئادەم بار، ئۇلار سىزنىڭ تىجارىتىڭىزگە ھەر ۋاقىت پارا كەنجىلىك سېلىپ تۇرىدۇ، چۈنكى ئۇلارغا شۇ نەرسە ئايان، ئۇششاق نەرسىلەرنىڭ مەخسۇس سېتىش ھوقۇقى ھېچنېمىگە ۋەكىللىك قىلالايدۇ، خوجايىنى ئال- مىشىپ 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 «ئىم- پورت كەسپىگە قوشۇلۇپ، زور مىقداردا مال كىرگۈزۈش» كە ئالدىراپ ئىشەنمەڭ. بۇنىڭ نۇرغۇن سەۋەبلىرى (چەتكە قېقىش، خاسلىق كەمچىل) نى مىسال ئارقىلىق كۆرسىتىپ ئۆتكەندىم. لېكىن، ئەڭ مۇھىمى، بۇنداق مال سېتىۋالغاندا تەننەرخى بەك يۇقىرى بولۇپ كېتىدۇ (مەن بۇ توغرىلۇق كېيىنكى بابلاردا تەپسى- لىي ئانالىز يۈرگۈزىمەن). پوچتىخانا، تاموژنا دېگەندەك ئورگان- لارنىڭ ئەڭ ئالدى بىلەن كۆڭۈل بۆلىدىغىنى، ئىسمىڭىزنى مال يەشكىلىرىگە قوندۇرۇۋېلىش، شۇنىڭدىلا ئۇلار سىزدىن پۇل ئۇندۇ- رۇۋالالايدۇ. 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 پۇرسىتى بىلەن تولغان! ئەڭ ئالدى بىلەن، پۇل تېپىش ئېڭىنى يېتىلدۈرۈش كېرەك!

ئاندىن دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ ياردىمىدە
تەجارەت ئىدىيىسىنى ئۆزگەرتىش كېرەك!
ئەڭ ئاخىرىدا، نەزەر دائىرىڭىزنى كەڭ قويۇۋېتىپ، ئىلگىرى
سىزگە سۈركىلىپ ئۆتۈپ كەتكەن سودا پۇرسەتلىرىنى قايتىدىن
تۇتۇڭ!

ئون ئۈچىنچى باب باھا ۋە سودا ئەمەلىيىتى

سودا ساھەسىگە يېڭى كىرگەنلەر سادىر قىلىدىغان ئەڭ ئومۇمىي
يۈزلىك ھەم ئەڭ ئەجەللىك خاتالىق باھا قويۇش ھالىقىدا
كۆرۈلىدۇ.
بۇ يەردىكى گەپ، ئۇ پايدا ئېلىش ئۈچۈن قانچىلىك باھا
قويۇشى كېرەكلىكىنى تونۇپ يېتەلمىگەن بولىدۇ.
باھا مۇنداق پرىنسىپتا بېكىتىلسە بولىدۇ: سىزنىڭ سېتىش
باھاڭىز ئەمەلىي تەننەرخنىڭ ئۈچ ھەسسىسىگە باراۋەر بولۇشى
كېرەك.
«ئەمەلىي تەننەرخ» نى مۇنداق چۈشەندۈرۈشكە بولىدۇ:

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

مەسىلەن، سىز بىر كىچىك مەھسۇلاتنى ساتماقچى بولىدىڭىز،
ئۇنىڭ ئەمەلىي تەننەرخى بىر دوللار، ئۇ چاغدا سىزنىڭ سېتىش
باھاڭىز ئاز دېگەندىمۇ ئۈچ دوللار بولۇشى كېرەك.
بۇ ئەڭ تۆۋەن باھانى چىقىش نۇقتىسى قىلىنغان ئەھۋال
ئاستىدا، سىز قانچىلىك باھا قويىسىڭىز خېرىدارلارنىڭ رەت قىلىد-
شىغا ئۇچرىمايسىز؟ ئەلۋەتتە، بۇ سىز ساتماقچى بولغان مەھسۇلاتقا

باغلىق. ئوخشىشىپ كېتىدىغان ياكى رىقابەتلىشىدىغان مەھسۇلاتلار ئىچىدە سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ تەننەرخى قانچىلىك؟ سېتىۋال-غۇچىغا 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 بېكىتمەيلىكەن 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 دېيىشىمىدىكى سەۋەب، سىز مەھسۇلاتىڭىز تونۇشتۇرۇلغان قارائىملىقى بار خەتنى قانچە كۆپ ئەۋەتسىڭىز، ئالدىدىغان جاۋابىدىكى 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 ئەۋەتسىز.

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 ھەر بىر 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 بېقىشقا تېگىشلىك يەنە بىر ئامىلىمۇ 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 مۆلچەرلەنگۈسىز 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، ھەر بىر خېرىدارغا بىر دوللار چىقىرىپ، مېنىڭ خېرىدارلار تىزىملىكىمنى سېتىۋېلىشنى خالايدىغانلىقىنى ئېيتقان، مەن ئالدى - 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 توغرىلىق گېپىمىزگە كېلەيلى. ئەگەر سىز قويۇشقا تېگىشلىك باھا مەھسۇلات تەننەرخىنىڭ ئۈچ ھەسسىسىدىكىمۇ يەتمىسە، ئۇ چاغدا قانداق قىلىشىڭىز كېرەك؟ مېنىڭ سىزگە بېرىدىغان جاۋابىم پەقەت ئۈچ سۆز: ئۇنىڭدىن ۋاز كېچىڭ، سىز باشقا مەھسۇلاتلارنىڭ سودىسىنى قىلىشىڭىزمۇ 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 قىلىۋېرى، ئەگەر سىز باھا قويۇش ئىشىنىمۇ قاملاشتۇرالمىسىڭىز، ئۇ چاغدا مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش پۇرسىتىڭىز يوق دېيەرلىك بولىدۇ.

بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەھۋالۇمۇ بارمۇ؟ بار! پەقەت بىر خىل

ئەھۋال بۇنىڭدىن مۇستەسنا: سىزنىڭ ساتىدىغىنىڭىز باھاسى ناھايتى يۇقىرى مەھسۇلات، سىز بىرەر يىل سېتىۋالالىشىڭىزلا، يەتتە تەرلىك پايدىغا ئېرىشەلەيسىز. مەن بۇ يەردە دەۋاتقان «يېتتە تەرلىك» نېمىنى بىلدۈرىدۇ؟ بىز پەرەز قىلىپ باقايلى، سىز ئايرىپ بېرىش شەكلى ئارقىلىق 200 دوللار باھا (بۇنى كېلىشكەن باھا دەپ تۇرايلى) دا توڭلاتقۇ ساتىشىڭىز. بۇنىڭدىن سىرت، مەھسۇلاتنى ياشىغان سودىگەر مال تارقىتىش، قۇراشتۇرۇش، مۇلازىمەت ۋە ھۆددە قىلىش چىقىملىرىنىڭ ھەممىسىنى ئۆز ئۈستىگە ئالدى دەپ تۇرايلى، بۇنداق ئەھۋالدا، سىزنىڭ بىر دىنېر مەھسۇلات تەننەرخىڭىز ئادەتتىكى چىقىملار (ئۆي ئىجارىسى، تېلېفون، ئەسلىھەلەر، سۇغۇرتا دېگەندەك كۈندىلىك چىقىملار) ۋە زاكازلارنى بىر تەرەپ قىلىدىغان پالانما خادىملارنىڭ مائاشىلا بولۇپ قالىدۇ. بىز مۇشۇ چىقىملارنىڭ ھەممىسىگە ئايدا 500 دوللار كېتىدۇ دەپ پەرەز قىلىپ تۇرايلى.

ئەگەر سىز بىر توڭلاتقۇ ساتىشىڭىز، ياسىغۇچى سودىگەر سىزگە 20 دوللارغا بەرسە، چوڭ پايدا ئېلىشىڭىز كېيىنكى قىلماي تۇرايلى، سىز بىر ئايدا ئاز دېگەندىمۇ 75 دانە توڭلاتقۇ ساتىشىڭىز، 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 دېگەندە 1:3 بولۇشى كېرەك (500 دوللار ئەمەلىي تەننەرخ ئۈچۈن ئېيتقاندا، سىزنىڭ پايدىڭىز 1 مىڭ 500 دوللار بولۇشى كېرەك). ئەگەر بىر قىسىم توڭلاتقۇنى ۋاقىتلىق ساقلاپ قويۇش ئىزىغا 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 پايدى-
خىزمىتىمۇ 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 مەھسۇ-
لاتلارمۇ سان - ساناقسىز.

ئەگەر سىز «پايدا بىلەن تەننەرخنىڭ نىسبىتى ئاز دېگەندىمۇ
3:1 بولۇشى كېرەك» دېگەننى بىر ئاز ئېشىپ كەتتى دەپ قارىسى-
ڭىز، ئۇنداقتا سىزگە بىر نەچچە ئەمەلىي پاكىتنى سۆزلەپ بېرىي.
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 قېتىم-
دىن ئىچسىڭىز بولىدۇ، بىر بوتۇلكىسىنىڭ پارچە سېتىلىش باھا-
سى 2.95 دوللار. مەن سېتىۋالغان ئوخشاش مەھسۇلاتنىڭ بىر
بوتۇلكىسىنىڭ باھاسى (ئەلۋەتتە، مەن بىر قېتىمدا نۇرغۇن سېتىد-
ۋالدىم) 29 سېنت. شۇنداق بولغاندىمۇ، ئۇ مەھسۇلاتنى ماڭا
ساتقان ئادەم خېلى پايدا ئالىدۇ.

پۇلغا سېتىۋالغىلى بولىدىغان ئەڭ ياخشى لەۋسۈرۈخنى ئال-
ساق، زاۋۇتنىڭ ئۇنى ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخى بىر دوللارغىمۇ
يەتمەيدۇ. بەزى زاۋۇتلارنىڭ ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخىنىڭ تۆۋەنلى-
كىگە ئادەمنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمەيدۇ. لېكىن، لەۋسۈرۈخنى پارچە
ساتىدىغان ماڭىزىن ياكى سودا سارايلارنىڭ گىرىم بۇيۇملىرى ساتى-
دىغان مەخسۇس پۈكەيلىرىگە قارايدىغان بولساق، لەۋسۈرۈخنىڭ

باھاسى شۇنداق يۇقىرى.

ئەمەلىيەتتە، دورا ۋە گىرىم بۇيۇملىرى ئىشلەپ چىقىرىدىغان
ھەربىر سودىگەرگە ئايان، مەھسۇلاتنىڭ باھاسى ئىشلەپچىقىرىش
تەننەرخىنىڭ ئون ھەسسىسىگە ھەتتا 20 ھەسسىسىگە باراۋەر بولۇ-
شى كېرەك. بۇ مۇشۇ نىسبەت بويىچە باھا قويغان دورا ياكى گىرىم
بۇيۇملىرى ئىشلەپ چىقىرىدىغان سودىگەرلەرنىڭ بېيىپ كېتىدىغان-
لىقىدىن دېرەك بېرىمەدۇ؟ ئۇنداق ئەمەس، ئۇلارنىڭ ئارىسىدىكى
پەقەت بىر قىسىم ئادەملە 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 ماڭىزىن
ياكى ئېتىبار باھادىكى دورىخانلارغا 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 ھەربىر-
رىنى 30 سېنتتىن ئېلىشقا ماقۇل بولىدۇ. دېمەك، بۇنداق بولغان-
دا، ئۇلار سىزدىن ئالغان مالنى سېتىپ بولالمىسا، سىز پۇلنى
ئالالمىسىز، ئۇلار ئەڭ ئاخىرىدا سېتىپ بولالمىغان مالنى سىزگە
قايتۇرىدۇ دېگەن گەپ.

ئۆتكەندە بىر خەۋەر كۆرۈپ قالدىم، كوداك شىركىتى ئۆزلى-
رى ئىشلەپ چىقارغان لېنتىنىڭ باھاسىنى ئىشلەپچىقىرىش تەننەرخى-
خىنىڭ ئالتە ھەسسىسى بويىچە بېكىتىپتۇ. سىز چىش پاستىسى،
چىش چوتكىسى، تاماكا، پىششىقلاپ ئىشلەنگەن دانلىق زىرائەت
يېمەكلىكلىرى (سۇلۇ يارمىسى، قوناق يارمىسى دېگەندەك ناشتە-
لىق 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 كىرگۈزۈش. نىڭ بىردىنبىر پۇرسىتى: كىرگۈزۈلگەن مەھسۇلات ناھايىتى كەڭ دائىرىدە تەشۋىق قىلىنغان بولۇشى، ئۇنى ئالدىغان خېرىدارلار ناھايىتى كۆپ بولۇشى، ھەممە ئادەم ئۇنى كۆپرەك ئېلىپ ساقلاپ قويۇشى كېرەك دېگەن تۇيغۇدا بولۇشى كېرەك. ئامېرىكىدا پۇل تاپقىلى بولىدىغانلىقى ئېنىق بولغان مۇشۇنداق ئىشلارنىمۇ مۇۋەپپەقىيەت قازانغان نۇرغۇن تىجارەتچىلەرنىڭ ئەڭ ئاخىرىدا ئېرىشىدۇ. خان ساپ پايدىسى ئاران 5% تىن ئاشىدۇ.

ھازىر كەيپىياتىڭىز قانداقراق؟ 3:1 نىسبەتلىك باھانىڭ تۆۋەن چەك بولۇپلا قالماي، بەلكى زۆرۈر ئىكەنلىكىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىمەن. 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 بولىدۇ. خان 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 بېرەلسىڭىز مەنمۇ سىزگە ئۆمرىدە ھېچقانداق ئىش قىلىپ باقمىغان بىر ئادەمنى تېپىپ بېرە.

لەيمەن. سىز تىجارەت سېپىدىمۇ خۇددى باشقا كەسپتىكىلەرگە ئوخشاش، ئۈزلۈكسىز يېڭى مەھسۇلات، يېڭى يول، يېڭى ۋاسىتىلەر ئىشلىتىش سىناق قىلىپ تۇرۇشىڭىز كېرەك. ئەگەر سىز خاتالىقلارغا بەرداشلىق بېرەلمىسىڭىز، ئۈزلۈكسىز سىناق قىلىپ تۇرۇش قولىڭىزدىن ھەرگىز كەلمەيدۇ. ئەڭ مۇھىم نەتىجە ھەر بىر پۇرسەتنى بوش ئۆتكۈزۈۋەتمەيدىغان كىشىلەرگە مەنسۇپ. دېڭىز تاشپاقىسى جېنىدا بويىنىنى سىرتقا سوزۇپ تۇرمىسا ئالغا ئىلگىرىلەيەلمەيدىغانلىقىنى 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 قىلالايمىز، مەھسۇلاتىمىزنىڭ سېتىلىشى تېخىمۇ ياخشى بولىدۇ. ئەلۋەتتە، بىز تېخىمۇ كۆپ پۇل تاپالايمىز. ئەگەر مەھسۇلاتىڭىزغا ئىنتايىن يېنى تۆۋەن باھا قويىسىڭىز، ئۇنى تېخىمۇ كۆپرەك ساتالارسىزمۇ؟ بۇ ناتايىن. بەزى چاغلاردا خېرىدارلار سۈپەت بىلەن باھانى بىر -

بىرىگە ئالمايدۇ، مال باھاسىغا تۇشلۇق بولىدۇ، دەپ بىلىدۇ. نۇرغۇن ئادەم ئەرران مالنىڭ شورپىسى يوق، دەيدۇ. سىزنىڭ سىناپ باققۇڭىز بارمۇ؟ سىز بۇ باھانىڭ بېشىدا تونۇشتۇرغان ئۇسۇل بويىچە مەھسۇلاتىڭىزغا باھا قويۇپ بېقىڭ. باھاسى يۇقىرىنى تاللايدۇ. ياكى تۆۋەننى تاللايدۇ؟ خېرىدارلار ئېنىق جاۋابنى بېرىدۇ. سىز ئۇلاردىن سوراپ باقسىڭىزلا بولىدۇ. 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 ئالونى 15 سېنت ئېلان تەننەرخىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان بولىدۇ؛ يەنە بىر تىجارەتنى قىلغاندا بولسا، بەش دوللارلىق زاكاز ئالونى 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 ئالماق، بەش دوللارلىق بىر پارچە زاكاز ئالونىغا ئېرىشىش ئۈچۈن، ئېلانغا 2.5 دوللار خەجلىشكە توغرا كېلىدۇ.

ئۇ يالغۇز ئېلان تەننەرخىلا ئەمەس.

بىر نەچچە پىرسەنت پوئىنتىنى قوشۇش ياكى ياكى ئېلىۋېتىش كېرەك. بۇ مەن بىلىدىغان مۇۋەپپەقىيەت قازانغان شىركەتلەر ئېلان ھەققىنى تۆلەشتە قوللىنىپ ئادەتلەنگەن ئۇسۇل. سىز ئەڭ ياخشى سى ئۇنىڭغا تايىنىڭ، ئەمما ئىشتىن ئاۋۋال ياخشى پىلان تۈزۈۋېلىڭ. ئەگەر سىز ئېلانغا ئازراق مەبلەغ سېلىپ، يۇقىرى تەشۋىقات ئۈنۈمىگە ئېرىشەلەيسىز، 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 ئەقلىلىق، تېخىمۇ ئىقتىدارلىق بولغانلىقىدىن ئەمەس (مەن ئىلگىرى بىر چوڭ شىركەتتە توققۇز ئاي ئىشلىگەن، ھەقىقەتەن

ئىشەنگۈم كەلمىدى، ئۇ شىركەتتە قولدىن ھېچ ئىش كەلمەيدىغان شۇنداق چوڭ ئادەم بىكار لاغايلاپ يۈرەتتى). ئاغىنەمنىڭ ئېيتىشىدە، چە، چوڭ شىركەتلەرنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىدىكى سىر — ئۇلار ئوڭۇشسىزلىقلارغا بەرداشلىق بېرەلەيدىكەن، يەنى ئۈنۈم دەپ گەندىن 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 ناملىق پاراخوتتا يۈز بەرگەن توپىلاڭ» ناملىق ئەسەرنىڭ ئاپتورى خېرىمان 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 قويمىدۇ.

ساقلاڭغىلى بولمايدىغان بىر پاكىت بار، ئۇ بولسىمۇ، سىز ياكى سىز ئۈچۈن ئىشلەپ بېرىۋاتقان مەلۇم بىر ئادەم بەزىدە تۇرۇپلا ئەخمىسقانە ئىشلارنى قىلىپ قويۇشى مۇمكىن. بۇنداق ئەھۋالدا، سىز بۇ خىل پاكىتنى مالىيە جەھەتتىن قوبۇل قىلىشقا تەييارلىق كۆرۈپ قويۇشىڭىز كېرەك. ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن ۋە ياراملىق پىلان سىزگە زور ياردەم قىلىدۇ، 50% پۇلنى ئېلانغا ئاتاپ قويىشىڭىز ئارتۇق كەتمەيدۇ.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، بىز شۇنى كۆرۈشىمىز كېرەككى، بىۋاسىتە شېتىش 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 سېتىۋالدىغان مەھسۇلات نۇرغۇن پۇلغا يارايدۇ. پلاستىنكا كۈلۈبى، كىتاب كۈلۈبى (شۇنىڭغا ئوخشاش باشقا تەشكىلاتلار) بىۋاسىتە سېتىش شەكلىدىكى تىجارەت سېپىدە ئېلانغا تايىدى. نىسپ 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 قىلىشىڭىز، ئۆزىڭىزگە ئۆزىڭىز ئورا كولىغان بولىسىز. مەن ئۇنداق قىلىشنى قوللىمايمەن، چۈنكى ئۇ نۇرغۇن مەبلەغنى ئۆزىگە ئارقا تىرەك قىلىدۇ.

ئەمدى مەن سىزگە بىر نەچچە ئىشنى سۆزلەپ بېرىمەن، ئىشلىتىش نىسبەتى، سىز چۈشىنىش ھاسىل قىلغاندىن كېيىن، ئېلان ئۈچۈن 50% پۇلنى خاتىرجەم خەجلىيەلەيدىغان بولىسىز.

ئالدى بىلەن، سىزنىڭ بارلىق «ئايرىم - ئايرىم يەتكۈزۈش» چىقىمىڭىز توغرىلىق سۆزلەيمەن. سىز ھەدەپ ئېلان قىلىش ئارقىلىق خېرىدار تاپىسىز، ئاندىن ئارىغا ھېچقانداق ئادەمنى ئارىلاش-تۇرمىغان ئەھۋال ئاستىدا، مەھسۇلاتىڭىزنى ھەر قايسى خېرىدارلارغا ئايرىم - ئايرىم يەتكۈزۈشسىز. 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 مەھسۇلاتىڭىز

ئىزنىڭ باھاسىنىڭ ئېلان تەننەرخى قوشۇلغان تەقدىرىدە، يەنىلا بىر قەدەر تۆۋەن بولىدۇ. پارچە ساتىدىغان ماگىزىنلاردىكى مەھسۇلاتلار ئىلگىرى - كېيىن بولۇپ نۇرغۇن ئادەمنىڭ قولىدىن ئۆتكەن بولىدۇ (ھەربىر ئادەمنىڭ قولىنى خېرىدارنىڭ يانچۇقىغا سۈرۈپ، 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 قاپتا - قاپتا سېتىلىدۇ. سېتىلغان سېرى سانى ئازلاپ بارىدۇ، ئەڭ ئاخىرقى خېرىدار ئۆزىدىن ئىلگىرىكى بارلىق سېتىۋالغۇچىلارنىڭ چىقىمى ۋە پايدىسىنى تۆلەپ پارچە سېتىلىدىغان ئۇ مەھسۇلاتنى ئۆيىگە ئەكىلىپ ئۆزى ئىشلىتىدۇ. شۇنىڭ بىلەن، زەنجىر سىمان 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 ئېشلەپچىقىرىش تەننەرخى	ئېلان تەننەرخى	ئومۇمىي پايدا
3.00 دوللار	1.00 دوللار	1.50 دوللار
4.00 دوللار	1.00 دوللار	2.00 دوللار
5.00 دوللار	1.00 دوللار	2.50 دوللار
		0.50 دوللار
		1.00 دوللار
		1.50 دوللار

بۇنىڭدىن كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇ، ئەگەر سىز «باھا تەننەرخى» نىڭ ئۈچ ھەسسىسى» دېگەن پرىنسىپ بويىچە باھا قويىسىڭىز، سىزنىڭ پايدىڭىز ئىنتايىن ئاز بولىدۇ. ئۇنداق بولۇشى، 50 سېنتلىق ئومۇمىي پايدىدىن ئۆزىڭىزنىڭ دائىملىق خىراجىتىڭىزنى چىقىرىشقا مەجبۇر بولىسىز، نۇرغۇن چىقىملىرى تېخى ئۆز يېنىڭىزدىن چىقىرىسىز. ئەگەر سىز ھازىر ئۇششاق مەھسۇلاتلارنى سېتىش بىلەن شۇغۇللىنىۋاتقان بولىسىڭىز، ئەڭ ياخشى ماشىنا - ماشىنىلاپ ساتالايدىغان بولۇڭ.

لېكىن، سىز مەھسۇلاتنىڭ ھەربىرىنىڭ باھاسىنى تۆت دوللا- رغا شۇنداقلا كۆتۈرسىڭىز، ئېلاننىڭ تەننەرخى پەقەت ئۈچتىن بىرىگە كۆتۈرۈلىدۇ. ئەمما، سىزنىڭ پايدىڭىز ئىككى ھەسسە ئۆرلەيدۇ. بۇ بولىدىغان گەپ!

ئەگەر مەھسۇلاتنىڭ ھەربىرىنىڭ باھاسىنى بەش دوللارغا كۆ- تۈرەلسىڭىز، ئېلاننىڭ تەننەرخى پەقەت ئۈچتىن ئىككىگە كۆتۈرۈ- لىدۇ، پايدىڭىز بولسا ئۈچ ھەسسە ئۆرلەيدۇ! باھانى بەش دوللارغا كۆتۈرگەن ئەھۋالدا، سىزنىڭ مەھسۇلاتنى سېتىش مىقدارىڭىز ئۈچ دوللار باھا قويغاندىكى سېتىش مىقدارىنىڭ يېرىمىغا بارغان تەقدىر- دىمۇ، 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 تارتىسىڭىزمۇ، لېكىن ئېرىشىدىغان پايدىڭىز 50% كۆپ بولىدۇ! ئەمدى بۇ ئالاھىدە پايدىنىمۇ بېسىپ چۈشكىلى بولىدىغان بىر خىل ئۇسۇل بار: سىزنىڭ سېتىش مىقدارىڭىز ئۈزلۈكسىز ئاشىدۇ، ئوخشاش بىر خېرىدارغا تېخىمۇ كۆپ مەھسۇ- لات ساتالايسىز.

خېرىدارلار سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزدىن ئىنتايىن رازى بولسا، ئۆزلىرىنىڭ دوست - بۇرادەرلىرى ئۈچۈن تېخىمۇ كۆپ مال زاكاز قىلامدۇ؟ ئۇلار «تېجەشلىك» مەھسۇلات سېتىۋالغاندىن كېيىن، سىز تەشۋىقاتىڭىزدا ھەدەپ ماختىغان «دەرىجىدىن تاشقىرى» مەھ- سۇلاتقا باغلىنىپ، ئۇنى قولدىن چۈشۈرگۈسى كەلمەي قالامدۇ؟ سىز ساتقان مەھسۇلات تېزلا ئىشلىتىلىپ بولامدۇ ياكى بۇ مەھسۇلا- تنى كېيىنكى ئايدا، ھەتتا ھەر ئايدا سېتىۋېلىپ تۇرامدۇ؟ سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ ئىشلىتىلىش ئۈنۈمىنى ئاشۇرۇش ئۈچۈن، نۇر- غۇن قوشۇمچە ئەسۋابلارنى سېتىۋېلىشقا توغرا كېلەمدۇ؟ بىۋاسىتە سېتىش بىلەن شۇغۇللىنىۋاتقان باشقا تىجارەتچىلەر سىزنىڭ خېرىد- دارلار تىزىملىكىڭىزنى ئىجارىگە ئېلىشنى ئويلايدۇ؟

ئەگەر يۇقىرىقى سوئاللارنىڭ بىرىگە ياكى بىر نەچچىسىگە «شۇنداق» دەپ جاۋاب بېرىلسىڭىز، 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 ئېرىش- كەن 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، ئېرىشىدۇ. خان 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 تالونغا ئېرىشكەن بولىسىز، ھەر بىر 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، ھەر بىر 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 سېتىۋالدىغان 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، ھەر بىرىدىن 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 خېرىدارلارنىڭىزدىن يېڭىدىن زاكاز ئېلىپ پىرسەنت پوئىتى 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 قىلىدۇ. ۋاتقاندا، ھەر بىر مەھسۇلاتنىڭ ئېلان تەننەرخى 1.5 دوللار بولىدۇ؛ ئەگەر باھاسى بەش دوللارلىق مەھسۇلاتىڭىزغا خېرىدار جەلپ قىلىسىڭىز، ھەر بىر مەھسۇلاتنىڭ ئېلان تەننەرخى 2.50 دوللار بولىدۇ.

خېرىدارلار سىزگە يېڭىدىن زاكاز يوللايدىغان ۋاقىتقا بارغاندا، يەنە ئوخشاش ئەھۋال كۆرۈلىدۇ. ئەڭ مۇھىمى، خېرىدارلاردىن ئىڭىزنىڭ قولىدىكى پۇل چەكلىك، شۇڭا ئىنچىكە ھېسابات قىلىدۇ. سىڭىز 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 قولغا ئالغان بولىدۇ. ئۇنىڭ سىزگە قايتا مال زاكاز قىلىش - قىلماسلىقى ئىككى ئىشقا باغلىق.

ئالدى بىلەن، سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىز سىز ۋەدە قىلغان سۈپەتكە يەتتىمۇ، ئۇنىڭ تەلىپىنى قاندۇرالىدۇمۇ؟ ئۇ سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى ئېلىشتىن ئىلگىرى، ئۇنىڭغا شۇنداق قىزغىن مۇئامىلە قىلاتتىڭىز، لېكىن ئۇ مەھسۇلاتىڭىزنى ئېلىپ بولغاندىن كېيىن قىزغىنلىقىڭىز سۇسلاپ قېلىشى مۇمكىن. ئۇ سىزنىڭ بۇ قىلىقىدە

ئىڭىزنى كەچۈرۈشى مۇمكىن (ئۇ ئىلگىرى سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى ھەدەپ ماختىغىنىڭىزغا تازا ئىشەنمىگەن بولۇشى مۇمكىن). لېكىن، ئەگەر سىز ئۇتۇپ 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 ئېلانى كۆرگەندىن كېيىن، ئۇ مەھسۇلاتنى ئەۋەتىپ بېرىشكە پۇل ئەۋەتكەن. ئۇلار ئاتالمىش مەھسۇلاتنى تاپشۇرۇۋالغاندىن كېيىنلا ئۆزلىرىنىڭ قاتتىق ئالدىغانلىقىنى بىلگەن. ئۇلارنىڭ تاپشۇرۇۋالغانلىقىنى ئىككى پارچە تاختاي ئىدى. مەھسۇلاتنىڭ چۈشەندۈرۈشىدە، مايقۇرتىنى ئاۋۋال بىر تاختا تايىنىڭ ئۈستىگە قويۇپ، ئاندىن يەنە بىر تاختاي بىلەن ئۈستىدىن بېسىپ ئۆلتۈرسىز، دەپ يېزىلغانىدى. يەنە بەزى ئالدامچىلار «ئاياللارنىڭ 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 توغرىلىق 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 سايىتۇ. 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 قارشى بار ئىكەن: نۇرغۇن ئادەملەر گۈل ئۇرۇقىنى بىردەملىك قىزىقىش تۈپەيلىدىنلا سېتىۋالىدۇ، ئۇلارنىڭ ئۇرۇقىنى ئەجىر قىلىپ يەرگە تېرىشى ئاتا-پىن. 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 تېرىش-نى بىلىمەيدىكەنمەن، 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 ئالدىغانلىقىنى سەزگەندە، ئارىدىن بىر نەچچە ئاي ۋاقىت ئۆتۈپ كەتكەن بولىدۇ، ئۇلار ئۇرۇق ساتقان ئادەم بەرگەن ئادىرىشنى نەگە قويغانلىقىنىمۇ ئېسىگە ئالالماستىكى مۇمكىن. ئۇلار ئادىرىشنى تاپقان ھالەتتىمۇ، ئۇرۇق ساتقان ئادەم ئۇزۇن ئۆتمەي باشقا يەرگە كۆچۈپ كەتكەن بولۇشى مۇمكىن. شۈبھىسىزكى، ئۇ ئۆزىدىن ئۇرۇق سېتىۋالغان ئادەملەرگە يېڭى ئادىرىشنى ھەرگىزمۇ ئېيتىپ بەرمەيدۇ.

مېنىڭ قارىشىمچە، بىر ئاز قىزىقارلىق يېرى، خېرىدارلارنى ئالداش يولى بىلەن ۋاقىتلىق ھارام پۇل تاپقان ئاتالمىش «كارخاندەچىلەر» ئاخىرىغا بارغاندا يۈز - ئابرونى 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 كېتەر.»

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 كېسەللەكلەرنى داۋالىيالايدۇ، دەپ داۋراڭ سالغان. لېكىن، ھازىرقى ئىستېمالچىلار ئانچە

دۆت ئەمەس. ئېلان سودىگەرلىرى نەچچە مىليون دوللار پۇل خەج-
لەپ، ئىستېمالچىلارنى ئالدىغان، زىيان تارتقۇزغاندىن كېيىن،
ئىستېمالچىلارمۇ ئاسان ئالدام خالىتىغا چۈشمەيدىغان بولدى. ئىس-
تېمالچىلار يېشى ئانچە چوڭ بولماي تۇرۇپلا چۈشەندىكى، تېلېۋى-
زوردىكى ئېلانلاردا كۆككە كۆتۈرۈلۈپ ماختالغان ئويۇنچۇقلارنى
ئۆيگە ئېلىپ كېلىپ قارىسا، ساختا مەھسۇلات بولۇپ چىققان، بۇ
ئۇلارنى قاتتىق ئۈمىدسىزلەندۈرگەن. ئۇ ئويۇنچۇقلارنى مىلاد باي-
رىمىدىن كېيىن ئويناشقا مەجبۇر بولغان، چۈنكى ئاپىسى ئۇنى
سېتىۋالغاندا، «ئاتارىيە قوشۇپ بەرمەيدىغانلىقى» نى ئۇنتۇپ قال-
غان. ئۇ بالا ئۈمىدسىزلەندى، ئۇ ئېلاندا دېيىلگىنى بويىچە «خاس-
يەتلىك 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 «دەرىجە-
دىن تاشقىرى چىش پاستىسى» بىلەن چىشىنى يۇيۇپ كېلىۋاتقان
بولسىمۇ، ئېلاندا دېيىلگەن «يات جىنسلىرىنى ئۆزىگە رام قىلىۋې-
لىش» ئۈنۈمىگە يېتەلمىدى.

ئەڭ ئاخىرىدا، ئۇ رافېر نادېر (ئامېرىكىلىق ئادۋوكات. ئامې-
رىكا ئىستېمالچىلار مەنپەئىتىنى قوغداش ھەرىكىتىنىڭ باشلامچى-
سى، ئىستېمالچىلارنىڭ مەنپەئىتىنى قوغداش توغرىسىدىكى ماقالە-
لەرنى 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 ئالدامچىلىققا تايىنىپ 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 تەمىنلە-
شىڭىز كېرەكلىكىنى ئۇقتۇرىدۇ. ئەلۋەتتە، بۇ كۆپ پايدا ئالما-
لىق كېرەك، دېگەنلىك ئەمەس. سىز ئەلۋەتتە پايدا كۆرۈشىڭىز
كېرەك. لېكىن، شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، «ئادەم باشقىلارغا
بايلىق ئاتا قىلغاندىلا، ئاندىن ئۆزىمۇ بېيىيالايدۇ» شۇنىڭدىلا باشقى-
لارغا تېخىمۇ زاھەت، تېخىمۇ ئاددىي - ساددا، تېخىمۇ قانائەتلىنەر-
لىك تۇرمۇش ئاتا قىلغىلى بولىدۇ ھەم قىلالايدۇ.

«خېرىدارلارنىڭ يېڭى زاكاز تالونغا ئېرىشىش بىر خىل خە-
رىس» بولۇشىدىكى ئىككىنچى سەۋەب، ئىنسانلارنىڭ پەقەت تۆت
تۈرلۈكلا ئاساسىي مەقسىتى بار، بىز ئۇلارنى ئاددىيلاشتۇرۇپ 4R
دەپ ئاتايمىز. ئۇلار مۇنۇلار: Reincarnation (قايتا تۈرىلىش)؛
Recognition (ئېتىراپ قىلىش)؛ Romance (رومانتىك)؛
Reward (نەپكە ئېرىشىش).

Reincarnation (قايتا تۈرىلىش): 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 قىسمىمىزنىڭ مەڭگۈ ئۆلمەي ئىجادىي خىزمەت قىلى-
دىغانلىقىغا، ئەۋلادلارغا ياكى خاتىرە تېشىغا دو تىكىدۇ.

Recognition (ئېتىراپ قىلىش): بىز باشقىلارنىڭ ھۆرمىتى-
گە 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 كىشى-
لەر يەنىلا زاھەت - پاراغەتكە، بىرەر ھەمراھقا ۋە مۇلايىملىققا

ئۈزلۈكسىز ئىنتىلىپ تۇرىدۇ.

Reward (نەپكە ئېرىشىش): بۇنى نۇرغۇن شەكىلدە ئىپادەلەشكە 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. كىشىلەر ئەرنىڭ كۆپىنچىسىدە مۇنداق بىر قاراش پەيدا بولدى — «ئەگەر ئۆزىڭىزنى ئەقىللىق ۋە ئىقتىدارلىق دەپ قارىسىڭىز، ئۇنداقتا نېمە ئۈچۈن بېيىيالىمىسىز؟»

مۇشۇ 4R 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 مەقسەتنىڭ 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 تېخىدۇ. قىيىنلىشىپ بارىدۇ. تىجارەتنى ئاسانراق قىلاي دېسىڭىز، يىراقنى كۆزلەڭ، خېرىدارلارنىڭ ئىشەنچىسىنى قولغا كەلتۈرۈڭ. دېمەكچى، خېرىدارلارنىڭ بىردەملىك قىزغىنلىق تۈپەيلىدىن مال سېتىۋېلىشىدىن، ئالدى - كەينىنى ئويلىماي پۇل خەجلىشىدىن ئۆزىدە كۈتمەڭ. ئەگەر سىز دائىم شۇنىڭ كويىدا بولسىڭىز، خېرىدارلار ئۆزلىرىنىڭ مەسلىسىنى 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؟ ئۆيىڭىزنىڭ 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 بېكىتسىز.

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 سانىدا پەرق بارلىقىنى نەزەردە تۇتۇپ، ھېسابلاپ چىققان

ماننى تەڭشەپ باققان تەقدىردىمۇ، لېكىن جۇغراپىيىلىك ئورۇن، ئىرق، مائارىپ، ئىقتىساد قاتارلىق جەھەتلەردىكى پەرقلەر سىزنىڭ ئەڭ ئاخىرقى سىناق نەتىجىڭىزنىڭ توغرىلىقىغا تەسىر يەتكۈزدى. مەھسۇلات باھاسى ئۈستىدە گەپ بولۇۋاتقان مۇشۇ پەيتتە، ئۆزۈمنىڭ بېشىدىن ئۆتكەن ئىشلارنى سۆزلەپ بېرىي، سىزگە چوقۇم ياردىمى بولىدۇ.

مەن ئۆزۈم ئېيتقان «3 - 5 - 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 قىلىدۇ شىمدىكى سەۋەب، بۇ ئوخشىمىغان باھادىكى مەھسۇلاتلارنىڭ زاكاز قوبۇل قىلىشتىكى ئەمگەك تەننەرخى ئوخشاش (زاكاز مەيلى قانچەلىك بولسۇن، ئۇلار ئوخشاش بىر ۋاقىتتا ئېچىلىدۇ، بېسىلىدۇ، تىزىملىنىدۇ).

سانى بىر قەدەر كۆپ زاكازقا نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئوراش - قاپلاش (ئىشلەتكەن ماتېرىيال ۋە ئەمگەك كۈچى) قانچە كېتىدىغان چىقىم بەك ئېشىپ كەتمەيدۇ. مەن بىر قېتىملىق تىجارەتتە ئۈچ خىل باھادىكى مەھسۇلاتلارنى ئوراپ قاپلىدىم. ئۇلارنى ئوخشاش چوڭلۇقتا (پوچتىدىن ئەۋەتىلىدىغان كىتاب قاتارلىقلارغا ئوخشاش) ئوراپ قاپلىدىم. باشقا تىجارەتلەردە بىز بىردىن - 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 قاپلايمىز (بۇ ئىككى تىجارەتتە بىز «ئۆلچەملەشكەن» ئوراش - قاپلاش ئۇسۇلىنى قوللاندىق، 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 - قاپلىنىشى ئوخشاش، سىز ئېلىپ - سېتىشنىڭ قىممىتىنى تونۇپ يېتىشىڭىز كېرەك (ئېلىپ - سېتىش ناھايىتى مۇھىم. ئۇلار بەلكىم ئۆزلىرىنىڭ نېمە ئۈچۈن مال زاكاز قىلغانلىقىنى، سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى نېمىگە ئىشلىتىدۇغانلىقىنى ئۇنتۇپ قېلىشى مۇمكىن).

بەزىدە پايدىسى ئاز تىجارەتلەرنى قىلساممۇ، لېكىن «ئوتتۇردىن چە» زاكاز ئاشىدۇ - ئادەتتە، ئوتتۇرا ھېساب بىلەن 4.84 دوللارلىق سانغا توغرا كېلىدۇ. بەزى خېرىدارلار بەش دوللارلىق مەھسۇلاتلارغا زاكاز بېرىشنى خالىمايدۇ. ئۇلار پەقەت ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتلارغا زاكاز بېرىشنى خالايدۇ. مەن بۇ بىر قىسىم خېرىدارلارنى چىڭ تۇتۇم. ئۇنىڭدىن باشقا، مەن يەتتە دوللارلىق مەھسۇلاتقا زاكاز بېرىشنى خالايدىغان خېرىدارلارنى قولغا كەلتۈردۈم.

پىرسەنت پوئىنتى كۆپ ھاللاردا مۇنداق ئۇسۇلدا تۈۋەنلىتىلىدۇ: 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 ئەكەپلىدۇ. لېكىن، ئۇنىڭ ئەكەپلىدىغىنى 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 تەقدىر - دىمۇ، بىز ئوخشاشلا بىر ئامال قىلىپ مەھسۇلاتنى ئۇلارغا يەتكۈزۈمىز.

ۈپ بېرىمىز. بىز نېمە ئۈچۈن زاكاز تالونىنى خېرىدارلارغا قايتۇرۇپ ئەۋەتەيلى؟
مې بېرىپ، پۇلنىڭ كېمىيىپ قالغان قىسمىنى تۇلۇقلۇقلىتىشنى
ئەسكەرتىمىمىز؟ مالنى پۈتۈندىن سالغاندا، نېمە ئۈچۈن كېمىيىپ
ئالغان پۇلنىڭ تالونىنى قوشۇپ ئەۋەتمەيمىز؟ بىرىنچى خىل ئەھ-
ۋالدا، مېنىڭ ئويلايدىغىنىم، خېرىدارلاردىن بۇ ئىشنى ھەل قىل-
لىش خىراجىتى بىلەن ئەڭ ئاخىرىدا ئۇلاردىن يىغىۋالغان قالدۇق
پۇلنىڭ سانى ئاساسەن پەرقلىنىدۇ، 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 مۇم-
كىن. مەن 50 سېنت پوچتا ھەققىنى بىر ئاماللار بىلەن يىغىۋې-
لىشقا تىرىشىۋاتقىنىمدا 4.44 دوللار پۇلدىن ئايرىلىپ قېلىش
خەۋىگە تەۋەككۈل قىلغان بولىمەن.

ئىككىنچى خىل ئەھۋالدا (خېرىدارلارغا كەم پۇلنىڭ تالونىنى
مال بىلەن قوشۇپ ئەۋەتىپ بېرىش) مەن خېرىدارلارغا: «مەن
سېنى تۇتۇۋالالايمەن، سەن مېنى ھەرگىز ئالدىيالىمايسەن» دېگەن
بولىمەن. ئەڭ بولمىغاندا، مەن ئۇنىڭ ئەستايىدىل ئەمەلىيىتىنى
ياكى ساۋاتسىز ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلاپ بەرگەن بولىمەن. چۈنكى
ئۇ مېنىڭ تەلپىم بويىچە ئىش قىلىمىدى - دە. مەيلى قايسى خىل
ئەھۋالدا بولسۇن، مەن خېرىدارنى ئوسال ئەھۋالغا چۈشۈرۈپ قويد-
مەن، ھەتتا ئۇنى خاپا قىلىپ قويىمەن. ئەگەر ھەقىقەتەن شۇنداق
بولمىغان بولسا، خېرىدار كەم قالغان پۇلنى ئەۋەتىپ بىراقلا
قۇتۇلۇش كېزەكمۇ، دېگەن مەسىلىدە بىر قارارغا كېلىدۇ، مەن
بولسام ئاخىرقى ھېسابتا بىر دوست ۋە بىر خېرىداردىن ئايرىلىپ
قېلىشىم تۇرغان گەپ.

«3 - 5 - 7» تاكتىكىسىدىن جايدا پايدىلىنىش سىزنىڭ
خېرىدارلارنىڭ كۆپىنچىسى قوبۇل قىلالايدىغان ئەڭ تۆۋەن باھا

قويۇشىڭىزغا يول قويۇپلا قالماي (بۇ مىسالدا خېرىدارلار ھەربىر
مەھسۇلاتقا ئۈچ دوللار خەجلىشىنى خالايدۇ)، يەنە سىزنىڭ مەھسۇ-
لاتىڭىزنى تېخىمۇ يۇقىرى باھادا سېتىۋېلىشنى خالايدىغان خېرىدار-
لاردىن پۇل ئۇندۇرۇۋېلىشىڭىزغا يول قويدۇ. ئۇنىڭدىن سىرت،
بەلكىم تېخىمۇ مۇھىمى، ئۇ كىشىلەرگە سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى
ئىشلىتىپ سىناپ بېقىش پۇرسىتى يارىتىپ بېرىدۇ. ئەگەر مەھسۇ-
لاتىڭىز ئۇلارغا يارىسا، تېخىمۇ كۆپ سېتىۋالىدۇ. بۇ مىسالدا بىز
ئوتتۇرىچە قويغان يېڭى باھا 6.20 دوللار بولىدۇ.

سىزنىڭ «3 - 5 - 7» تاكتىكىسىنى قوللىنىشىڭىزدىكى
بىردىنبىر پۇرسەت خېرىدارلار سىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىڭىز ئوتتۇ-
رىدا تاللاشقا دۇچ كەلگەن ۋاقىت ئەمەس، بەلكى سان ياكى
چوڭ - 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 بولسى-
ڭىز، خېرىدارلارغا چوڭ، ئوتتۇراھال، كىچىك ئۈچ خىل ئۆلچەم-
دە يەشىك تەييارلىشىڭىز ئەلۋەتتە ياخشى بولىدۇ ياكى خېرىدارلارغا
«ئاددىي» يەشىك ۋە «كۆركەم» يەشىك تەييارلىشىڭىزمۇ بولىدۇ.
لېكىن، سىز خېرىدارلارنىڭ تاللىۋېلىشى ئۈچۈن ئالدىغا خىزمەت
سومكىسى، ئاران ئىككى قۇر كىيىم پاتىدىغان كىچىك چامادان ۋە
قەغەز يەشىك قويۇپ قويىشىڭىز بولمايدۇ، بۇنداق قىلىشىڭىز خېرى-
دارلار 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 ئالدىغان 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، ئارتۇق-چە 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 ئىستېمال-چىلار چوقۇم نارازى بولىدۇ.

تىجارەتنى يېڭى باشلىغانلارغا شۇنداق تەكلىپ بېرىمەن. مەھسۇلات سېتىش ئېلانغا: «كەچۈرۈڭ، مالنى تاپشۇرۇپ پۇل ئېلىش شەكلىنى قوبۇل قىلالايمىز» دېگەن جۈملىنى قوشۇپ قويۇڭ.

پوچتا يوللانمىسىنى سۇغۇرتا قىلىشىڭىز كېرەكمۇ؟ مەن سىزگە بۇنداق قىلماستىن تەكلىپنى 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 خاتىرىمگە 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 يىتۈپ كېتىدىغانلىقىنى، يا ئوغرى ئالدىغانلىقىنى ئېيتىپ-راپ قىلدى. ئۇ ئومۇمىي پوچتا يوللانمىسىنىڭ تەخمىنەن 10% نى ئىگىلەيدىكەن! بۇ نىسبەتتىن ھەيران قېلىپ كەتتىم. مېنىڭ ئۈستىمىنىڭ چوڭلۇقىچىلىكمۇ كەلمەيدىغان يەردە شۇنداق نۇرغۇن ھۆججەتلەرنى بىر تەرەپ قىلىۋاتقانلارنى ئۆز كۆزۈم بىلەن كۆرگەن. ئەگەر بىرەر ھۆججەت يىتۈپ كەتسە، بۇنىڭدىن قىلچە ئەجەب-لەنەيمەن. پوچتا ئارقىلىق يوللىنىدىغان نەرسىلەرنىڭ شۇنچىلىك كۆپ ئادەمنىڭ قولىدىن ئۆتىدىغانلىقى، قانچىلىك يىراقلارغا توشۇلىدىغانلىقى، ئەڭ ئاخىرىدا ئىگىسىنىڭ قولىغا ساق يېتىدىغانلىقىدىن ئويلىسام ھەقىقەتەن ھەيران بولىمەن.

بىز ھەر كۈنى تاپشۇرۇۋالدىغان مىڭلىغان مال يەتكۈزۈش ھۆججەتلىرىنى ياخشى باشقۇرۇش ئۈچۈن، مەلۇم تەرتىپ بېكىتتۇق. بۇ تەرتىپلەر ئۈچ تەرەپتىن رول ئويناۋاتىدۇ: (1) بىزگە قايسى ئېلان قايسى پايدىنى ئېلىپ كەلگەنلىكىنى بىلدۈرۈپ تۇرىدۇ؛ (2) بىر خىل ستاتىستىكا ئۇسۇلىنى شەكىللەندۈرۈپ، شەي-تاننىڭ 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 «تۈر نومۇرى» بويىچە تۈرگە

ئايىرىلىدۇ. ئادىرىشنىڭ بىر قىسمى سۈپىتىدە ھۆججەت ئۈستىگە چۈشىدىغان ئۇ نومۇر بىزگە خېرىدارنىڭ قايسى ئېلانغا ئىنكاس قايتۇرغانلىقىنى ئېيتىپ بېرىدۇ (مەن بۇ كىتابنىڭ كېيىنكى باھىدە رىدا ئېلانغا قانداق «كود قوشۇش» توغرىسىدا تەپسىلىي تەتقىقات قىلىمەن). تۈر نومۇرى بولمىغان ھەر قانداق پوچتا يوللانمىسىنى ئېچىشقا بولىدۇ. ئەگەر ھۆججەت ئۈستىدە ھەقىقەتەن كود بولسا (لېكىن خېرىدار ئۇنى كونۇپىرت ئۈستىگە چاپلاشنى ئۈنتۈپ قالغان)، ئۇ باشقا شەكىل بىلەن ئېنىقلىنىدۇ (مەسىلەن، ئەگەر ھۆججەت يېڭى بېسىلغان، ئۇنىڭ ئۈستىگە، كونۇپىرت ياكى ھۆججەتكە سايىت لوۋىس دېگەن ئادىرىش ئېلىنغان پوچتا تامغىسى بېسىلغان بولسا، «سايىت لوۋىس يەر شارى گېزىتى» گە ئىلگىرى ئېلان بەرگىنىڭ ئېسىڭىزدە، شۇڭا سىز ئاشۇ ئېلاننىڭ رول ئوينىغانلىقى ئۈستىدە يوللۇق ھۆكۈم چىقىرايلى). ئەگەر چەك ياكى نەق پۇل كونۇپىرتنىڭ ئىچىگە سېلىنغان بولسا، سىز ئادىرىشى ئېنىقلىنىپ بولغان كونۇپىرتلارنى بىر يەرگە رەتلەپ قويىسىز؛ ئەگەر كونۇپىرت ئىچىدە ھېچقانداق چەك ياكى نەق پۇل بولمىسا ياكى كونۇپىرتتا 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 تۇرغۇزۇڭ، ئاندىن ھەزىر تۈر بويىچە تاپشۇرۇۋالغان پوچتا يوللانمىسىنىڭ سانىنى قوشۇپ قويۇڭ، بارلىق تۈرلەر بويىچە تاپشۇرۇۋالغان پوچتا يوللانمىسىنىڭ ئومۇمىي سانىنى خىمىمۇ جەملەپ خاتىرىلەپ قويۇڭ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئۈستىگە تۈر نومۇرى قويۇلغان ھەر قانداق پوچتا يوللانمىسى تېخى ئېچىلمەيدىغان بولىدۇ.

ئاندىن ھەزىر 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 - 5 - 7» تاكتىكىسىنى ئىشلەتكەن بولسىڭىز، يەتتە بوش ئورۇن قالدۇرۇڭ. بىرى، ئۈچ دوللارلىق مەھسۇلاتقا، بىرى، 3.5 دوللارلىق مەھسۇلاتقا ئىشلىتىلىدۇ... قاتارلىقلار. ئەڭ ئاخىرى بىر بوش ئورۇننى تاسادىپىي كۆرۈلۈپ قالدىغان باشقا ئەھۋاللارغا، ئوخشىمىغان باھادىكى مەھسۇلاتلارغا زاكاز ئەۋەتىدۇ. خان 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 - پەسلىك بولسا، ئۇ خاتالىقنى تۈزدەتسە، 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 ئازايدى. تىش ياكى كېيىنكى سېلىشتۇرۇپ تەكشۈرۈشكە ئاسانلىق تۇغدۇ. رۇپ 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، كونۇپىرت، چەك ياكى پېرېۋوت چېكىدىكى ئىسىم ۋە ئادرېسنى تەكشۈرۈپ، سېلىش-تۈرۈپ، ئېنىق بولمىغان تەرەپلەرنى ئېنىقلىۋېلىش كېرەك. بەزى زاكاز تالونلىرىنى بىر تەرەپ قىلىشتا، ھەقىقەتەن ئامالسىز قالدىمىز، چۈنكى ئۇنىڭغا يېزىلغان ئىسىم ۋە ئادرېسنى پەقەتلا تونۇغىلى بولمايدۇ. كېيىن قاتتىق تەلەپپۇزدا يېزىلغان خەتلەرنى تاپشۇرۇۋاللىمىز. ئۇلار ئەگەر مالنى دەرھال ئەۋەتىپ بەرمىسەك، پوچتا ئىدارىسى، رايونلۇق سوت، ئالىي مۇلازىمەت قىلىشنى نازارەت قىلىش ئىدارىسى دېگەندەك ئورۇنلارغا ئېزى قىلىدىغانلىقى توغرىدا لۇق تەھدىت سالىدۇ. ئۇنىڭ قالمىك، بىز يەنىلا ئۇنىڭ بىر ئەزاسى، كۈلكىلىك يېرى، بۇ قېتىم كەلگەن كونۇپىرتتىكى ئىسىم بىلەن ئادرېسنى ئوخشاشلا تونۇغۇسىز، ھېچكىم ئوقۇيالمايدۇ. ئەگەر خەتنى ئاچقۇچى زۆرۈر ۋاقىتتا ئىسىم بىلەن ئادرېسنىڭ سىرىنى ھەقىقەتەن ئاچالغان بولسا، ئۇ چاغدا ئۇ توغرا ئىسىم ۋە ئادرېسنى ھۆججەت ئۈستىگە ئۇرۇپ قويۇشى كېرەك. ئەگەر مالنىڭ پۇلى چەك شەكلىدە ئەۋەتىلگەن بولسا (ئادرېسنى يېزىلمىغان)، يەنە كېلىپ، ھۆججەتتىكى ئادرېس پەرقلىنمىسە، ئۇ ھۆججەتتىكى ئادرېسنى چەك ئۈستىگە ئۇرۇپ 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 ئەۋەتەمەيۋاتقان خېرىدارنى نەدىن تاپقىلى بولىدىغانلىقىنى بىلىۋالالايمىز.)

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 ئوچۇق 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 ئەۋەتەتەن، ھەتتا ھەربىر زاكازقا بىر - ئىككى سېنت پۇلنى ئارتۇق ئەۋەتۋەتكەن 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 سەۋەبى 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 ئەۋەتەلمەيدۇ، بۇ ئىشنى نېمە ئۈچۈن مۇشۇنداق بىر تەرەپ قىلىدىغانلىقىمىزنى سەل تۇرۇپ چۈشەندۈرۈپ قويمىمەن). ئەگەر پۇل تۆلىمىگەن ياكى خېرىدار ئازراقمۇ پۇل ئەۋەتمەي، مالنى تاپشۇرۇۋالغاندىن كېيىن پۇل تۆلەشنى تەلەپ قىلسا ياكى خېرىدار تېخىمۇ كۆپرەك ئۇچۇر بىلەن تەمىنلەشنى تەلەپ قىلسا، ياكى خېرىدارنىڭ رەنجىگەن يەرلىرى بولسا، خەتنى ئاچقۇچى خەت مەزە مۇننى 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 قەغەزىگە نومۇر ئۇرۇدۇ. ئەگەر بىرەر زاكازقا چەك ئەۋەتكەن بولسا، ئىسىم، ئادرېس ۋە پۇلنىڭ سانى بىر پارچە قەغەزگە بىرمۇبىر يېزىلىدۇ، بۇ قەغەزگە گىمۇ چەك ۋە پېرېۋوت قەغەزىگە 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 ئۇرۇشتىن ئىلگىرى «1» نى ئىككى قېتىم ئۇرالايدۇ). ئۇلار ھازىرغا قەدەر قوللىنىدىكى زاكاز تالونلىرىنى تۈرلەرگە ئايرىپ، نومۇر ئۇرۇپ بولدى. ئەمدى تۈرگە ئايرىپ بولغان زاكاز تالونلىرىنى رېزىنكە بوغۇچ بىلەن ئايرىم - ئايرىم باغلايدۇ. مەسىلەن، بىر رېزىنكە بوغۇچ بىلەن ھۆججەتلەر، نى، يەنە بىر رېزىنكە بوغۇچ بىلەن چەك، پېرېۋوت قەغەزى ياكى نەق پۇلنى باغلايدۇ، ئاندىن يەنە بىر رېزىنكە بوغۇچ تېپىپ، «پۇلى تۆلەنمىگەن» ياكى «پۇلى تولۇق تۆلەنمىگەن» پوچتا يوللاند. مىلىرىنى باغلايدۇ (بىز بۇ پوچتا يوللانمىلىرىنى «خىلمۇ خىل يوللانمىلار» دەپ ئاتايمىز). ھۆججەت، تالون، خىلمۇخىل يوللاند. مىللار 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 يوللاند. مىلىرىنى ئاچقان ئادەم ئۇنى ھېسابلىمايدۇ، شۇڭا قەيەردە قانچىلىك پۇل بارلىقىنى بىلمەيدۇ.

ئەگەر نەق پۇل كەم ياكى ئارتۇق چىقسا، ھۆججەتلەر باشقىدىن

تەكشۈرۈلۈپ، بىرەر - ئىككى ھۆججەتنىڭ باشقا تۈرلەرگە ئارىلىق-
شىپ قالغان - قالغانلىقى ئېنىقلىنىدۇ. (بۇ ۋاقىتتا، كۆڭۈل
قويماسلىق سەۋەبىدىن كېلىپ چىققان خاتالىقلار ئادەتتە ئېنىقلىنىد-
دۇ ھەم تۈزىتىلىدۇ.)

ئەگەر ھەممە ئىش ئوڭۇشلۇق بولسا، ھۆججەتلەر ماشىنىستقا
ئاچىقىپ بېرىلىدۇ. خەت ئۇرۇش خىزمىتى ئىنچىكىلىكىنى، توغرى-
لىقىنى 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 ئۆتكەننى تۇتىدۇ. بۇنىڭدا ئۇ ھەر بىر بەلگىگە نومۇر ئۇرۇ-
ۋاتقاندا، بىر بەلگىنىڭ كەملىكى بايقالسا دەرھال سەگەكلىشىدۇ.
ئۇ ئىككى ھۆججەتنىڭ بىر - 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
ۋاقىتتا تۈزىتىۋالالايدۇ، ئۇ يوقاپ كەتكەن ھۆججەتنى تاپالمىغان
تەقدىردىمۇ، چەك ۋە پېرېۋوت چەكلىرىنى ئاخشۇرۇپ يۈرۈپ، چۈ-
شۈپ قالغان نومۇرنى تاپالايدۇ. تۆلىگەن پۇلنىڭ سانى ئۇنىڭ يىتۈپ
كەتكەن ھۆججەتنى تۈلۈقلىۋېلىشىدا ئۇچۇر بىلەن تەمىنلىيەلەيدۇ.
ئەگەر يىتۈپ كەتكەن تالون خېرىدار نەق پۇل تۆلىگەن تالون بولسا،
ئۇ چاغدا، ئۇ خېرىدارنىڭ بارلىق زاكاز تالونىنىڭ ئومۇمىي پۇل-
دىن چەك ۋە پېرېۋوت چېكىدىكى ئومۇمىي پۇلنى ئېلىۋەتسە،
قالغان پۇل خېرىدارلار نەق پۇل شەكلىدە تۆلىگەن پۇل بولىدۇ.
بىز ئۇنى بىر نومۇرنىڭ چۈشۈپ قالغانلىقىغا دىققەت قىلىمىدى
دەپ پەرەز قىلايلى. ئارقىدىن ئۇ تاپشۇرۇۋالغان ھۆججەتلەر بىلەن
ئوخشاش چىقىدىغان - 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-
مىلىرىنى ئاچقۇچىنىڭ ستاتىستىكا جەدۋىلىدە دائىم خاتالىق كۆ-
رۈلسە، بۇ قەيەردىكى چاتاق بولىدۇ؟ ئۇ چاغدا مۇنداق خۇلاسەگە
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 كونۇپىرنى قوشۇپ ئەۋەتىمىز، ئاندىن پوچتا يوللانمىلى-
رىنى ئاچقۇچىنىڭ كودىنى كونۇپىرت ئۈستىگە ئۇرۇپ قويىمىز.
ئەگەر بىز تاپشۇرۇۋالغان بىر نەچچە پارچە خەتتە خېرىدارلار ئەۋە-
تىشكە تېگىشلىك پۇلنى پوچتا يوللانمىسىغا قوشۇپ بۇرۇنلا ئەۋەت-
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-
مىلىرىنى ئاچىدىغان بىرلا ئادەمگە مەركەزلىشىپ قالسا، بىز ئۇ-
نىڭغا ئەمدى ئۇنىڭ بۇ يەردە ئىشلىشىنىڭ ھاجىتى قالمايغانلىقىنى
ئوچۇق ئېيتساق بولىدۇ. ئۇ گۇناھسىز بولۇشىمۇ مۇمكىن. لې-
كىن، بىزنىڭ ئۇنى داۋاملىق سىناپ بېقىشقا ئۈنچىلىك كۆپ ۋاقىت-
مىز ھەم زېھنىمىزمۇ يوق.

ئىشچى - خىزمەتچىلەر خېرىدارلارنىڭ پۇل - 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 كەڭ جەدۋىلىنى ئىشلەپ بولۇپ، بىخەتەر ساندۇققا سېلىۋەتكەندىن كېيىنلا، ئۇلار ئاندىن ئىشخانىدىن چىقىپ كەتسە بولىدۇ.

بۇ تەرتىپلەر ئورنىتىلغاندىن كېيىن، ھەر قانداق ئىشچى - خىزمەتچى قاقتى - سوقتى قىلالايدۇ، دەپ قارىسام بولامدۇ؟ ئەلۋەتتە ئۇنداق بولمايدۇ. ھەر ھىلىگەر ئوغرىلار بار، ئۇلار ئورناتقان تۈزۈمدىن يوقۇق تېپىپ، ئۆزلىرىنىڭ ئوغرىلىق مەقسىتىگە يېتەلەيدۇ. لېكىن، يۇقىرىقى ئۇسۇل يېڭىياچىلارنى بۇ ئىش-تىن چوقۇم توسۇپ قالالايدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە، مېنىڭ قارىشىمچە، تېخىمۇ بىخەتەر سىستېما ئۈچۈن خەجلىگەن پۇل ئۇنىڭ بۇنداق يوچۇقلارنى توسۇشىدىن ئىقتىساد بولۇپ قالدىغان پۇلدىن كۆپ بولىدۇ.

ئەمدى بايقى گېپىمىزنى داۋاملاشتۇرايلى. ماشىنىست تەييارلىغان ماتېرىياللارنى ئۇرۇپ بولغاندىن كېيىن، پاراخوتتا توشۇش بۆلۈمىگە يەتكۈزۈپ بېرىدۇ. ئۇ يەردىكى خىزمەتچى خادىملار بىرەر پارچە ھۆججەتنىڭ چۈشۈپ قالماستىن 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. ھەر بىر ستاتىستىكا جەدۋىلىدىكى خېرىدارلار ئەۋەتكەن پۇلنى جەملەپ بىر يەرگە ئەكىلىمىز. 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 قولغا ئېلىپ، چەك، پېرېۋوت قەغەزى ۋە نەق پۇللارنى بىر مۇبىر 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 سەۋەب-لەرنىڭ بىرى)، بىخەتەر يەرگە قويۇپ قويسىز، ئۇ يەردە ساق 30 كۈن ساقلىنىدۇ. 30 كۈندىن كېيىن بانكىغا ئامانەت قويۇۋېتىلىدۇ.

مالىيە ۋە بوغالتىرىيە بۆلۈمىنىڭ ئەڭ ئاخىرقى ئىشى نەتىجە-سىنى 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

ئورۇن ئېلاننىڭ دائىرىسى ۋە تىجارەتنىڭ يۈرۈشۈش ۋاقتىنىڭ ئۇزۇن - قىسقىلىقى قاتارلىقلار مۇھىم نۇقتا سىز ئىشلەتكەن پەرقلەندۈرۈش كودى ۋاقتى سەۋەبى ناھايىتى چۈشىنىشلىك تەننەرخ ئېلان ۋاسىتىسىنىڭ ئومۇمىي تەننەرخى، ئىشلەش چىقىمى (ئېلاننى بېسىش، مەخسۇس ئېلان فىلىمى ئىشلەش ياكى تەشۋىقات بەلۋاغى 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 ۋاقتى. نىڭ ياخشى - يامانلىقى، ناچار تەقلىدى بۇيۇملار دېگەندەك.

ئاندىن مۇناسىۋەتلىك ئۇچۇرلارنى قوشۇشقا ئەپلىك بولسۇن ئۈچۈن، قوشۇمچە ماۋزۇلارنى يېزىپ چىقىڭ: ۋاقتى، شۇ كۈندە... كى زاكاز، ئومۇمىي زاكاز، شۇ كۈندىكى ھۆججەت، ئومۇمىي ھۆججەت.

بۇ ئېلانلارنىڭ ھەر كۈنى قانداق رول ئويناۋاتقانلىقىنى چۈشىنىپ تۇرۇشىڭىزغا ياردەم بېرىدۇ. سىز تاپشۇرۇۋېلىۋاتقان ئوتتۇرىچە زاكاز قانچە بولۇۋاتقانلىقىنى كۆرسىتىپ تۇرىدۇ (يىغىلغان ھۆججەتتىكى پۇل سانىنى يىغىلغان زاكازنىڭ سانىغا بۆلىمىز)، ئۇ سىزگە يەنە نەتىجىگە ئېرىشىش شەكلىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدۇ. مەسىلەن، كۆپ سانلىق سەھەر گېزىتلىرى سىزنىڭ ئېلانلىرىڭىزنى باسقاندىن كېيىنكى دەسلەپكى ئۈچ كۈندە سىز تاپشۇرۇۋالغان زاكاز

بىر قاتلىنىدۇ. كۆپ سانلىق ژۇرناللار سىزنىڭ ئېلانلىرىڭىزنى باسقاندىن كېيىنكى دەسلەپكى 25 كۈندە سىز تاپشۇرۇۋالدىغان زاكاز بىر ھەسسە ئاشىدۇ. ئۇلارنىڭ ئېلان جەھەتتە ئېرىشىدىغان ئۈنۈمى ئوخشاش بولمايدۇ، ھەر بىر كونكرېت ئاخبارات ۋاسىتىسى سىز ئۈچۈن ئېلان بەرسە، سىزگە قانچىلىك زاكاز ئاشۇرۇپ بېرەلەيدۇ. خانلىقىنى ئېنىق بىلىشىڭىز كېرەك. بۇ نۇقتىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنىڭ بىردىنبىر يولى قالدۇرغان خاتىرىنى ساقلاش. سىز بۇ خاتىرىلەرنى ساقلاپ قويسىڭىز، «ئىلگىرى نېمە ئىشلارنى قىلغان» لىقىڭىزنى ئېنىق بىلىپ تۇرىسىز، بىرەر تەشۋىقات ۋاسىتىسىگە ئېلان بەرگەندە، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىدىغان ياكى مەغلۇپ بولىدىغان. لىقىڭىزنى 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 تارتىدىغان. لىقىڭىزنى بىۋاسىتە 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 ئارتۇقلىق قىلمايدۇ.

ئەمەلىيەتتە، مەن بىرەر گېزىت مېنىڭ ئېلانلىرىمى بىرگەندىن كېيىنكى 30 كۈن ئىچىدە ياكى بىرەر ژۇرنال مېنىڭ ئېلانلىرىمى بىرگەندىن 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 بىرگەن بىر

پىلان بار. ئۇ ھازىرمۇ ماڭا ھەپتىسىگە 1 مىڭ 500 دوللار قىممەتتە زاكاز ئەكەلىپ بېرەلەيدۇ. بۇ ۋاقىتقا كەلگەندە، ئېلاننىڭ نەبەرخى بولمىغاچقا، باشقىلارغا سېلىشتۇرغاندا، بۇ زاكازلارنىڭ ايدىسى كۆپرەك بولىدۇ.

مەن ئىلگىرى چوڭ بىر بىۋاسىتە سېتىش شىركىتىنىڭ يەنە بىر چوڭ شىركەتكە نەچچە مىليون دوللارغا سېتىۋېتىلگەنلىكىنى ئاڭلىغان. بۇ چوڭ شىركەتنىڭ بۇنداق قىلىشىدىكى سەۋەب، ئۇلار بىۋاسىتە سېتىش شىركىتىنى سېتىۋېلىشتىن ئىلگىرى، ئۇ شىركەت ئېلىۋاتقان پايدىنىڭ ناھايىتى نۇرغۇن ئىكەنلىكىنى كۆرۈپ بەتكەن. كېيىن ئۇلار پايدىنىڭ بىردىنلا يۇقىرى كۆتۈرۈلۈشىدىكى سەۋەبىنى خۇشاللىق ئىچىدە كۆرگەن. بىۋاسىتە 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 مۇشۇنداق «ئالاھىدە ياخشىلىق» قا ئېرىشىپ، «ياشاڭلار كۈتۈنۈش پۇلى» 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 كۈنلا جاۋاب قايتۇرۇش كېرەك. ئەلۋەتتە، ئىمكان بار تېزىرەك قايتۇرۇش كېرەك. خېرىدارنىڭ نارازىلىقى ئورۇنسىز بولسىمۇ، خېرىدارنىڭ زاكازى تېخى يېڭىلا تاپشۇرۇۋالغان، خېرىدارغا مال ئەۋەتىشكە تېخى ۋاقىت چەت قىرالمىغان تەقدىردىمۇ، نارازىلىق خېتىنى سېلىۋەتكەندىن كېيىنكى بىر نەچچە كۈن ئىچىدە خېرىدارنىڭ ئۆزىڭىز ئەۋەتكەن مالنى

تاپشۇرۇۋالدىغانلىقىنى «بىلگەن» تەقدىردىمۇ، يەنىلا ئۇنىڭغا جاۋاب قايتۇرۇشىڭىز كېرەك.

خېرىدارلارغا تېز جاۋاب قايتۇرسىڭىز، خېرىدارلار ئۆزلىرى ئەۋەتىشكەن زاكاز ۋە پۇللارنىڭ يېتۈپ كەتمىگەنلىكىنى، بىۋاسىتە سېتىش شىركەتلىرىنىڭ ۋەدىسىدە تۇرمايدىغانلىقى توغرىسىدا ئىلاھىرى ئاڭلىغان ئەھۋاللارنىڭ سىلەرنىڭ شىركەتتە يۈز بەرمەيدىغانلىقىنى بالدۇرراق ئۇقۇدۇ. سىز مۇشۇنداق قىلىشىڭىز ياخشى. ۋاقىت ئېرىشەلەيسىز، كۈنلەرنىڭ بىرىدە مۇشۇنىڭ شارائىتى بىلەن بايلىققا ئېرىشىسىز.

مەن قاملاشمىغان ئىش قىلىدىغان بىر ئادەمنى ئۆز كۆزۈم بىلەن كۆرگەن، ئىش قىلىشتا ھەرگىز ئۇنىڭدىن ئۆگەنمەك. ئۇ ئادەم ئۆزى يالغۇز تىجارەت قىلىدىكەن، مەن ئۇنىڭ بىلەن كۆرۈشۈش كىلى بارسام، ئۇ كونۇپىرتلارنى ئېچىپ ئولتۇرۇپتىكەن. ئۇ ھەربىر كونۇپىرتنى ئېچىپ ئىچىگە قاراپ قوياتتى، بەزى كونۇپىرتلارنى ئېچىپ كۆرگەندىن كېيىن ئۈستەل ئۈستىگە قوياتتى؛ بەزى كونۇپىرتلارنى ئېچىپ كۆرگەندىن كېيىن ئەخلەت سېۋىتىگە تاشلايتتى. مەن ئۇنىڭدىن نېمىشقا بۇنداق قىلىدىغانلىقىنى سورىدىم. ئۇ ئىچىگە ئازراقمۇ پۇل سېلىنمىغان كونۇپىرتلارنى تاشلىۋېتىۋاتىمەن، دېدى. ئارقىدىن بۇنى «چۈشەندۈرۈپ»، ئىچىگە چەك، پېرېۋوت قەغىزى ياكى نەق پۇل سېلىنمىغان كونۇپىرتتىكىلىرى بىر بولسا تېخىمۇ كۆپ ئۇچۇر تەلەپ قىلىپ يازغان، بىر بولسا نارازىلىقلىرى يېزىلغان خەتلەر بولىدۇ، دېدى. ئۇنىڭ تەجرىبىلىرىدىن مەلۇم بولۇشىچە، 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 بېرى. مەن ئۇ ئەخ-
لەت سېۋىتى ئىچىگە تاشلىۋەتكەن خەتلەردىن پۇل تاپالايمەن! چۈن-
كى، تېخىمۇ كۆپ ئۇچۇر تەلەپ قىلىش ئۆزىنى كەلگۈسىدىكى
خېرىدار دەپ بىلىشىنى تەلەپ قىلغانلىق بىلەن باراۋەر. ئەگەر سىز
نارازىلىق خەتلىرىنى يازغان خېرىدارلارغا ئەستايىدىل مۇئامىلە قىل-
سىڭىز، ئۇلار بىلەن دوست بولالايسىز. ئارقىدىن ئۇلارنى ئۆزى-
ڭىزنىڭ 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 «خېرىد-
دارلارنىڭ ئەرز - تەلەپلىرىنى بىر تەرەپ قىلىش بۆلۈمى» گە
ئورۇنلاشتۇرۇشنى تەلەپ قىلغان. ئۇ مۇنداق نەزەرىيىگە چوقۇند-
ىكەن: ئۇ خېرىدارلارنىڭ مەسلىھىتىنى ھەل قىلىپ بەرسىلا (خېرىد-
دارلارنىڭ نۇرغۇن مەسلىھىتىنى ھەل قىلغىلى بولىدۇ)، خېرىد-
دارلار ئىنتايىن خۇشال بولىدۇ، مىننەتدار بولىدۇ ھەمدە تاۋار
ئۆيىنى ئۆزلىرى ئىشەنگەن ئادەمدىن سېتىۋېلىشنى خالايدۇ. ئەمەل-
يەتبۇ 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 يەشكى
تىجارىتىگە تايىنىپ ئىگىلىك تىكلەنگەن)، قىممەتلىك بىر دەرس
ئۆگەنگەن. دەسلەپكى ۋاقىتلاردا، بىرەر زاكازدىن چاتاق چىقسا،
مەن كاتتىپمغا: «خېرىدارلار نارازىلىق تېلېفونلىرىنى بەرسە، مې-
نى 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 ئىش-
تىن چاتاق چىقسا، خېرىدارغا ئۆزۈم تېلېفون بېرىدىغان بولدۇم.
بەزىدە ھەتتا خېرىدار بىزنىڭ خاتالىقىمىزنى سېزىشتىن ئاۋۋال
ئۇلارغا تېلېفون بەردىم. مەن خېرىدارلارغا چۈشەنچە بەردىم، ئۇلار-
دىن ئەپۇ سورىدىم، «بۇ سەۋەنلىكىمىز ئۈچۈن نېمە قىلىپ بەرسەم
بولىدۇ» دەپ سورىدىم. بۇنداق كۆپ ساندىكى خېرىدارلار مېنىڭ
سەمىمىيىتىمدىن تەسىرلىنىدۇ ھەمدە ماڭا: «كۆڭۈلىڭىز 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 ھەرقاچ-
سى جەھەتلەردىن رازى بولغاندىلا، ئاندىن سىزنىڭ مېلىڭىزنى
داۋاملىق سېتىۋالىدۇ.

ماللىرىڭىزنىڭ تەننەرخىنى چۈشۈرۈش، ئالىدىغان پايدىڭىز-
نىڭ نىسبىتىنى كۆتۈرۈش ئۈچۈن، بۇ يەردە سىزگە بەزى مەسلىھەت-
لەرنى بەرمەكچىمەن. مەن نۇرغۇن پۇل خەجلەپ ھەربىر بالامنى
ئالىي مەكتەپكە كىرگۈزگەندىن كېيىن ۋە تىجارەت ساھەسىدە نۇر-
غۇن يىل كۆرمىگەننى كۆرگەندىن كېيىن، بۇ ھەقىقەتنى بايقىدىم.
شۇنىمۇ ئېيتىپ ئۆتەي، مېنىڭ بالىلىرىم كۆپ.

بىرىنچى مەسلىھەت: پوچتا يوللانمىسىنىڭ ئېغىرلىقىد-
ى ياخشى كونترول قىلىڭ. پوچتا يوللانمىسى ئىچىگە سالغان
ھەر قانداق ئېلان ماتېرىيالى يوللانمىنىڭ ئېغىرلىقىنى ئاشۇرۇۋې-
تىدۇ، شۇنىڭغا مۇناسىپ ھالدا پوچتا ھەققىمۇ ئاشىدۇ. ئالدى

بىلەن، ئېلان ئىشلەش (لايىھىلەش، بېسىشنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ) كە كېتىدىغان چىقىملارنى ئويلىشىش كېرەك؛ ئاندىن ئۇ پوچتا يوللانمىسىنىڭ تەننەرخىنى قانچىلىك ئاشۇرۇۋېتىدۇ؟ يوللانمىسىنىڭ پوچتا ھەققىنى ئازايتىش ئۈچۈن، بەزىدە ئېلاننى يېنىكرەك قەغەزگە باسىشىڭىز بولىدۇ. مۇشۇنداق قىلغاندا، سىز خېرىدارلارغا يوللاندىمىنى خاتىرجەم ئەۋەتەلەيسىز.

ئەگەر مۇمكىن بولسا، يوللانمىسىنىڭ ئېغىرلىقىنىڭ بىر قانچە تىن تۆۋەن بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىڭ. بەزىدە ئېغىرراق نەرسىلەرنى ئىككى ياكى ئۈچتىن كۆپرەككە بۆلۈپ ئەۋەتىشىڭىز بولىدۇ. (ئەگەر شۇنداق قىلىش مۇمكىنچىلىكى بار نەرسىلەر بولسا.) پوچتىخانىنىڭ بەزى قائىدىلىرىگە ئاساسلانغاندا، يوللانغان نەرسە كۆپ بولسا، پوچتا ھەققىدە ئېتىبار بېرىلىدۇ (بۇنى كېيىن تەپسىلىي سۆزلەيمەن). ئۇنداق ئەھۋالدا ئەگەر مۇشۇنداق قىلىمىشىڭىز، پوچتا ھەققىنى ھەرگىزمۇ تېجەپ قالالمايسىز.

ئەگەر يوللانمىسىنىڭ ئېغىرلىقى بىر قانچە تىن ئېشىپ كەتسە، سىز ئاددىي يوللانما بويىچە يوللانغان تەقدىردىمۇ، پوچتا ھەققى يەنىلا تۈز سىزىق بىلەن ئۆرلەيدۇ. مەسىلەن، ئەگەر پوچتا يوللاندىمىسىنىڭ ئېغىرلىقى بىر قانچە تىن ئاز بولسا، ئۇنى مەيلى ئامبىرىدىكىنىڭ قەيىرىدىن يوللاڭ، پوچتا ھەققى ئانچە كۆپ كەتمەيدۇ. لېكىن، يوللانمىسىنىڭ ئېغىرلىقى بىر قانچە تىن ئېشىپلا كەتسە، پوچتا ھەققى ئەۋەتىلىدىغان رايونغا قاراپ بېكىتىلىدۇ. سىزگە ئېيتىپ بېرى (مەن بۇ كىتابنى يېزىۋاتقاندا، ئامېرىكىدا تۆۋەندىكى پوچتا ئۆلچىمى يۈرگۈزۈلۈۋاتاتتى): ئەگەر يوللانمىسىنىڭ ئېغىرلىقى 16 ئونسىيىدىن تۆۋەن بولسا، ئۇ چاغدا سىز 1.35 دوللار ياكى ئوندىنمۇ تۆۋەن پوچتا ھەققى تاپشۇرۇپ، يوللانمىنى ئامبىرىدىكىنىڭ ھەرقانداق يېرىگە ئەۋەتەلەيسىز. لېكىن، ئەگەر يوللانمىسىنىڭ ئېغىرلىقى بىر قانچە تىن ئېشىپ كەتسە (ئىككى قانچە تىن ئارتۇق بولمىسىمۇ)، يوللانمىنى ئۆز يېرىڭىزنىڭ ھەرقانداق يېرىگە ئەۋەتە-

سىڭىز، پوچتا ھەققى 1.52 دوللار بولىدۇ، ئەگەر يىراق رايونغا ئەۋەتسىڭىز پوچتا ھەققى 2.48 دوللار بولىدۇ. سىزنىڭ قىلىدىغان ئىشىڭىز ئۆزىڭىزنىڭ كونكرېت ئەھۋالىڭىزدىن قارىغاندا، قانداق قىلغاندا ئەڭ مۇۋاپىق بولىدىغانلىقىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىش. يەنە بىر نەرسە ئېسىڭىز دە بولسۇن، ئوخشىمىغان نەرسىلەرنى ئەۋەتكەندە، خىزمەتچى خادىملارنىڭ ھەققى ۋە باشقا ھەقلەر قوشۇلىدۇ. ئەينەك قاچا ئىچىگە قاچىلانغان نەرسىلەرنى ئەۋەتشتىن ساقلىنىڭ. ئالاھىدە ئاسراشقا تېگىشلىك يوللانمىلار (ئەينەك قاچىنىڭ ئېغىرلىقىنى ئاشۇرۇۋېتىدىغانلىقىنى سۆزلەيمەن تۇرايلى) نىڭ پوچتا ھەققى بەكلا يۇقىرى بولىدۇ، بۇنىڭ بىلەن سىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىڭىزنىڭ بازار رىقابىتىدە پۇت تىرەپ تۇرالىشى تەسكە توختايدۇ. كۆرۈنۈشتە ئادەمنى تولىمۇ جەلپ قىلىدىغان سۇلياۋ خالتا يېنىك ھەم ئىرزان توختايدۇ، ئانچە ئاسان يىرتىلىپمۇ كەتمەيدۇ. بىز ۋىتامىن تىجارىتى بىلەن شۇغۇللانغاندا، ئاتالمىش «لېنتا» غا قاچىلاش ئۇسۇلىنى قوللانغان ھەربىر تال ۋىتامىننى بىر كاپسۇل ئىچىگە ئايرىم قاچىلايتتۇق، ھەربىر «لېنتا» ئىچىگە 30 دانە كاپسۇل قاچىلىناتتى. بۇنداق قىلغاندا، ئۇنى يېڭى پېتى ساقلىغىلى بولاتتى، خېرىدارلارنىڭ ئېلىپ يۈرۈشىگىمۇ ئەپلىك بولاتتى. سىز ئۇنى يانچۇقىڭىزغا سېلىۋالسىڭىزمۇ، كىچىك سومكىڭىزغا سېلىۋالسىڭىزمۇ بولىدۇ، ھەر كۈنى ئىچمەكچى بولغاندا، ئېلىشقىمۇ ئەپلىك. بىزنىڭ قارىشىمىزچە، پەيدەك يېنىك «لېنتا» نى بىر «چوڭ قاپ» ئىچىگە قاچىلىساق بولىدۇ، باشقا نەرسىلەرنىڭ بىر سىپ ئېزىۋەتمەسلىكى ئۈچۈن، يانلىرىغا يۇمشاق نەرسىلەرنى قىسىپ تۇرۇپ قويىمىز.

ئوراش - قاچىلاشتا مۇشۇنداق ئىقتىسادچىل ئۇسۇلنى قوللاندىڭىز، ئۆتكەن 15 يىلدا بىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىمىزنىڭ سېتىلىش باھاسى مۇشۇ ساھەدە ئوخشاش سەۋىيىنى ساقلاپ كېلەلدى. بولمىسا ئېلاننىڭ چىقىمى بىر ھەسسە قاتلاندى، پوچتا ھەققىمۇ ئۆستى،

يەنە كېلىپ، ھازىرمۇ داۋاملىق ئۆسۈۋاتىدۇ. (بىر تال ئاتكىرىتكا ئون سېنت، بىرىنچى دەرىجىلىك ماركا تۆت سېنت ئىكەنلىكى 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 ۋىتامىنلارنى زور مىقداردا سېتىۋېلىپ، بىزگە چوڭ ياردەم قىلدى.

ئىككىنچى مەسىلىھەت: مۇمكىنچىلىكى بار ئەڭ تۆۋەن پوچتا ھەققىدىن پايدىلىنىش. 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 توغرىلىق 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 ئۆسۈش تىدە 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 - 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 تۈرگە 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 يېتىپ كېتىدىغان ياكى خاتا يەتكۈزۈپ قويۇلىدىغان ئەھۋاللارغىمۇ دۇچ كېلىسىز. بۇنداق ئەھۋالغا ئۇچرىغاندا، خېرىدارنىڭ مېلىنى دەرىجىلىك ھال تولۇقلاپ ئەۋەتىپ بېرىشىڭىز كېرەك. شۇنداق قىلىشىڭىزمۇ، يەنىلا ھەر بىر يوللانمىنى «بىرىنچى دەرىجىلىك يوللانما» بويىچە ئەۋەتكەنگە قارىغاندا كۆپ ئەرزان توختايدۇ.

مېنىڭ بۇنىڭغا ئوخشىمايدىغىنىم، مەن تۆۋەندىكىدەك ئەھۋالغا يولۇققان:

1. مالىنى تولۇقلاپ ئەۋەتشتە، مەن «بىرىنچى دەرىجىلىك يوللانما» ھەتتا «ئاۋىئاتسىيە يوللانمىسى» بويىچە ئەۋەتتىم. مەن بايا سۆزلەپ ئۆتكەن سىناق نەتىجىسىگە ئىشىنىمەن، پوچتىخانا ئۇنى ناھايىتى تېزلىكتە يەتكۈزۈپ بېرەلمەيدۇ. لېكىن، مېنىڭ قارىد-

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 بالدۇر-راق قولغا 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 ئەشەنچىسىگە ئېرىشمەن.

3. پوچتىخانا بەزى تۈردىكى مەھسۇلاتلارغا پوچتا ھەققىدە ئېتىبار بېرىش تۈزۈمىنى يولغا قويغان. مەسىلەن، كىتاب، پلاس-تىنكىغا 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 قويىشىڭىز ياكى رېزىنكە تامغا بىلەن ئۇرۇپ قويىشىڭىزلا بولىدۇ. ئەسكەرتىش: ئۇنىڭ ئارىسىغا ئېلان ماتېرىياللىرىنى قوشۇپ قويىشىڭىز بولمايدۇ. ئاندىن يوللانمىنى كۆرگىلى بولمايدىغان دەرىجىدە ئورنىۋەتسىڭىزمۇ بولمايدۇ، لېكىن باسما مىخ بىلەن مىخلاپ قويىشىڭىز 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 قويىشىڭىز ياكى رېزىنكە تامغا ئۇرۇپ قويىشىڭىزلا 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 سالىشىڭىز پوچتا ھەققى يۇقىرى بولۇپ كېتىدۇ» دېگەن گەپنى قىلمايدۇ. لېكىن، مېنىڭ كۆرسەت-مىلىرىمنى ئەستايىدىل ئوقۇشىڭىز، پوچتا ھەققىگە مۇناسىۋەتلىك ئىشلارنى پوچتىخانا خادىملىرىدىن زېرىكمەي - تېرىكمەي سوراپ تۇرىشىڭىز، ئۆزىڭىزگە كېرەكلىك ئۇچۇرلارغا چوقۇم ئېرىشەلەي-سىز. سىز ئەڭ ياخشىسى پوچتىخانا مەسئۇلىنى ئىزدەڭ، ئۇ پوچتا ھەققى توغرىسىدا ئەتراپلىق چۈشەنچە بېرەلشى مۇمكىن ياكى سىز-گە چۈشەنچە بېرەلەيدىغان ئادەمنى كۆرسىتىپ قويدۇ.

سىز مەھسۇلاتلىرىڭىزنى ئەڭ تۆۋەن ھەق ئېلىش نىسبىتى بويىچە يوللاۋاتقاندا، بىر ئىشنى چوقۇم قىلىشىڭىز كېرەك: خېرىدارلاردىن زاكاز تاپشۇرۇۋالغان كۈنلە 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 چۈشەندۈ-رۈپ قويۇڭ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، خېرىدار ئۆزى تېخى كۆرۈپ باقمىغان مەھسۇلاتنى سېتىۋېلىش ئۈچۈن، ئۆزى تونۇمايدىغان بىر ئادەمگە پۇلنى ئەۋەتىپ بولىدۇ. شۇڭا، ئۇ كۆڭلىدە تازا خاتىرجەم

بولمايدۇ، ئۆزى زاكاز قىلغان مالغا تېزىرەك ئېرىشىشنى ئارزۇ قىلىدۇ. ئەگەر ئۇنى دائىم ئۈمىدسىزلەندۈرسىڭىز، كېيىن مال زاكاز قىلغاندا، سىزنى ئالدىن ئويلاشمايدىغان بولىدۇ. ئۇنىڭ رايىدىن قايىتماسلىق ئۈچۈن، بالدۇرراق خاتىرجەم قىلىۋېتىشىڭىز كېرەك.

ئۈچىنچى مەسلىھەت: سېتىلغان مال بېجىنى ئېنىق بېلىپ تۇرۇشىڭىز كېرەك. مەن ئامېرىكىنىڭ باشقا شتاتلىرىدا بۇ جەھەتتىكى قانۇننىڭ قانداق ئىكەنلىكىنى بىلمەيمەن، لېكىن سىزگە شۇنداق ئېيتالايمەن، كاليفورنىيە شتاتىنىڭ مۇناسىۋەتلىك قانۇن - تۈزۈملىرىنى ناھايىتى تەپسىلىي چۈشىنىمەن (ئۆتكەن 16 يىلدا بىزنىڭ ھېساباتىمىز ئۈچ قېتىم تەكشۈرۈلدى، ئۈچلا قېتىم تەنقىدكە ئۇچرىدۇق. كاليفورنىيەدە ھەر قېتىم يېڭى تۈر يولغا قويۇلغاندا، مەبلەغ يېتىشمەسە مەبلەغ يىغىش ئۈچۈن، شتات باشلىق قى چىقىم قىلىش كومىتېتىنىڭ ئەزالىرىنى مېنىڭ يېنىمغا زاكا- لەت يىغىشقا ئەۋەتىدۇ، بۇ مېنى تولىمۇ پاراكەندە قىلىدۇ.)

ئۇلارنىڭ ھەر قېتىم كەلگەندە، مېنى بىردىنبىر ئۈمىدلىنىدۇ. رىدىغىنى، مېنىڭ ماللىرىمنىڭ بۇنىڭدىن كېيىنكى سېتىلىش مە- دارىنىڭ ئازراق بولىدىغانلىقىنى «پەرەز» قىلىدۇ. لېكىن، كې- يىن مېنى ئۈمىدسىزلەندۈرىدىغىنى، ھەربىر يېڭى كەلگەن ھېسا- بات تەكشۈرگۈچى ئىلگىرى 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 توغرىلىق كېيىنمىزگە 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 زاپىوم 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- تېتنىڭ رۇخسىتىنى ئېلىش كېرەك (تەپسىلىي ئەھۋالنى بوغالتى- رىڭىزدىن سوراپ باقىشىڭىز بولىدۇ.)

قوللىڭىزدا ئېلىپ - سېتىش ئىجازەتنامىسى بولسا، باج تاپ- شۇرمىغان ئەھۋال ئاستىدا ئېلىپ - ساتىدىغان ھەممە نەرسىنى سېتىۋالالايسىز. مەسىلەن، ئۇششاق مەھسۇلاتلارنىڭ سېتىش بېجى- نى تاپشۇرمايسىز، مەھسۇلاتقا يانداشتۇرۇپ 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 ئوقەت 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 ھېسابتا يەنىلا نۇرغۇن پۇلنى ئىقتىساد قىلىپ قاپتۇ.

ئۇنداقتا، قانداق ئەھۋالدا باج تاپشۇرۇشتىن ساقلىنىپ قالالا- يى؟ سىز تىجارەت قىلغاندا، ئەگەر مەھسۇلاتنى ئۆزىڭىز تۇرۇش- لۇق شتاتنىڭ ھەرقايسى شەھەرلىرىگە ساتىشىڭىز، چوقۇم باج تاپ- شۇرۇشىڭىز كېرەك (ئەگەر شەھەردە سېتىش بېجى بولسا). ئەگەر باشقا شتاتتىكى خېرىدارلارغا ساتىشىڭىز، بەزى باجلارنى تاپشۇرمىس-

ئىزمۇ بولىدۇ. ھازىر سىز بىر چوڭ تىجارەت قىلىۋاتقان بولسىڭىز، يەنە كېلىپ، مەھسۇلاتىڭىزنىڭ كۆپ قىسمىنى باشقا شىتاتلارغا ساتماقچى بولسىڭىز، ئۇنداقتا سىزدىن ئۈچ يىل ساقلاش تەلەپ قىلىنغان ھېساباتنى ئاقتۇرۇپ ئاۋارە بولمىغان ئەھۋال ئاستىدا، قانچىلىك مالغا باج تاپشۇرۇشىڭىز كېرەكلىكىنى قانداق بىلىۋالالايسىز؟ ئەل-ۋەتتە، كومپيۇتېردىن ئاقتۇرسىڭىز جاۋابقا ئېرىشەلەيسىز. ئەگەر سىز بۇنىڭغا تولۇق تەييارلىق قىلمىغان بولسىڭىز، سىز پايدىلى-نىشقا يەنە بىر جانلىق ئۇسۇل بار. ئۇلار ئالدىنقى قېتىم سىزنىڭ بۇ يەرگە كېلىپ باج تەكشۈرگەندە، مەن قوللانغان ئۇسۇل كېيىنكى قېتىم ئاقىمىسىلىقى مۇمكىن. ئالدىنقى قېتىم بۇنداق قىلغان: ھەر ھەپتىسى ۋەكىل خاراكتېرلىك بىر كۈننى تاللاپ، شۇ كۈنى تاپشۇ-رۇۋالغان بارلىق خەت - چەكلەرنى ئايرىم ساقلاپ قويدۇق. ئايدا بىر قېتىم ئۇ يوللانمىلار ئۈستىدىكى نامىغلارنى تەكشۈرۈپ، قايسى يوللانمىلارنىڭ مۇشۇ شەھەردىن كەلگەنلىكىنى، قايسى يوللانمىلار-نىڭ مۇشۇ شىتاتتىن كەلگەنلىكىنى ئېنىقلاپ چىقتۇق. ئاندىن ئومۇ-مى سانىنى ھېسابلاپ چىقىپ، بۇ ئومۇمىي ساننى خەت - چەكلەر-نىڭ ئومۇمىي سانىدىن چىقىرىۋەتتۇق. بۇنىڭ بىلەن، باج تاپشۇ-رۇشقا تېگىشلىك سېتىش پىرسەنت پوئىنتى چىقتى.

ئۈچ ئايدىن كېيىن يەنى يۇقىرىغا «پەسىللىك كىرىم» نى يول-لاشتىن ئىلگىرى، بىز بۇ پىرسەنت پوئىنتىنىڭ ئوتتۇرىچە ھېساب-نى چىقاردۇق. بۇ ئوتتۇرىچە پىرسەنت پوئىنتىنى بۇ پەسىلدىكى ئومۇمىي سېتىش مىقدارىنى ھېسابلىغاندا ئىشلەتتۇق، ئاندىن باج تارمىقىغا بىر پارچە چەك ئەۋەتىپ بەردۇق. باج تارمىقىنىڭ خادىم-لىرى بىزنىڭ ھېساباتىمىزنى تەكشۈرگىلى كەلگەندە، بىز ھېسابلاپ چىققان ساننىڭ توغرا ئىكەنلىكىنى ساقلاپ قويغان خەت - چەكلەر ئارقىلىق ئىسپاتلاپ بەردۇق. (ئۇلار بىزنىڭ ئىسپاتلىرىمىزنى قو-بۇل قىلىپ، خاتالىق باشقا يەردىن چىققان ئوخشايدۇ، دەپ ئويلىدى.)

بەزىدە باج تارماقلىرى سىزنىڭ سودا ئوبوروتىڭىزنى «مۆلچەر-لىگەن» دە، سىز ئۇلار «مۆلچەرلىگەن» ساننى قوبۇل قىلمىسىڭىز بولىدۇ. ئۇنداق چاغدا، مۇناسىۋەتلىك ئورگانلارنى بۇنى كېسىپ بېرىشكە تەكلىپ قىلىشىڭىز ياكى يۇقىرىغا ئەرر سۇنىسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر ئۆزىڭىزنىڭ توغرا ئىكەنلىكىگە ئىشەنچىڭىز بولمىسا، مەن سىزگە شۇنداق قىلىش تەكلىپىنى بېرىمەن. بىز ئىلگىرى باج تارماقلىرى «مۆلچەرلىگەن» ساننىڭ ئۈچتىن ئىككى قىسمىنى يوق قىلغاندۇق.

ئەڭ ئاخىرىدا كۆرسىتىپ ئۆتۈشكە تېگىشلىكى، سىز سېتى-لىش بېجىنى ئايرىم ھالدا ۋاكالىتەن يىغىشىڭىز كېرەكمۇ ياكى ئۇنى سېتىلىدىغان مەھسۇلاتنىڭ باھاسى ئىچىگە كىرگۈزۈۋېتىش-ىڭىز كېرەكمۇ؟ كېيىنكىسىدە سىز ئاددىيلا قىلىپ ھېساباتقا خاتە-رىلەپ قويىسىڭىز بولىدۇ، بۇنىڭدا خېرىدارلارغا بانكا ئارقىلىق تاپشۇرىدىغان مالنىڭ پۇلىنى تولۇقلىۋېتىشنى سۈيلەپ ۋاقىت ئىس-راپ قىلمايسىز. قالغىنىنى قانداق تاللاش ئۆزىڭىزگە باغلىق. ئەگەر سىز سېتىش بېجىنى ئايرىم ھالدا ۋاكالىتەن يىغماقچى بول-سىڭىز، خېرىدارلارغا ئەۋەتىدىغان تالونغا: «كالىفورنىيە شىتاتىنىڭ ئاھالىلىرى، %6 سېتىش بېجىنى قوشۇپ ئەۋەتىڭ» دېگەندەك سۆزلەرنى يېزىپ يۈرمەڭ. بۇنداق قىلىسىڭىز، خېرىدارلارغا نۇر-غۇن قۇلايسىزلىق تۇغدۇرۇپ بېرىسىز. خېرىدارلار سىزدىن مال ئالغۇچى، پىرسەنت پوئىنتىنى ھېسابلاشقا پىشقان ماتېماتىك ئە-مەس. خېرىدارلار تاپشۇرۇشقا تېگىشلىك سېتىش بېجىنى ئاۋۋال ياخشى ھېسابلاپ چىقىشىڭىز ھەمدە خېرىدارغا مۇشۇ بويىچە پۇل تاپشۇرسىڭىز بولىدۇ، دەپ ئېنىق ئېيتىشىڭىز كېرەك.

تۆتىنچى مەسىلەت: خېرىدارلار ئەۋەتكەن چەكنى بازا-كىنىڭ نەقلىشتۈرۈپ بېرىشىنى ساقلاپ، خېرىدارلارنىڭ مېلىنى ۋاقىتدا ئەۋەتمەيدىغان ئىشنى قىلماڭ. چەكنى نەق-لەشتۈرۈپ بېرىشكە نەچچە كۈن، ھەتتا نەچچە ھەپتە كېتىدۇ.

ئۇنىڭ ئۈستىگە، بىر دۆۋە چەكنىڭ ئىچىدىن بانكىنىڭ قايسىلىرىنى نەقلەشتۈرۈپ، قايسىلىرىنى نەقلەشتۈرمىگەنلىكىنى قانداق ئۇقۇم سىز؟ تېخىمۇ مۇھىمى، ئاز ساندىكى خېرىدارلار چەك ئەۋەتشتە قانۇنغا خىلاپ ھالدا ساختىلىق قىلسا، سىز ئۇلارنى جازالاش ئۈچۈن ھەممە مالنى ئەۋەتتىشى كېچىكتۈرسىڭىز، چەك ئەۋەتكەن كۆپ سانلىق خېرىدار ئاشۇ بىر قىسىم ئادەمنىڭ كاساپىتىگە كەتسە قانداق بولىدۇ؟ سىز ئۇلارغا ئىشىنىشىڭىز كېرەك. ئۇلار ئىچىدە كى كۆپ سانلىق كىشىلەر سىزنىڭ ئىشىنىشىڭىزگە ئەرزىيدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئۇلار سىزگە ئاۋۋال چەك ئەۋەتكەن، مۇشۇنىڭ ئۆزىلا ئۇلارنىڭ سىزگە ئىشىنىدىغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ. بىزنىڭ بانكىلىرىمىز ئېھتىيات يۈزىسىدىن مۇنداق بىر قائىدەنى 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 ئەۋەتتىشى ھەمدە ئالدىنقى قېتىم ئەۋەتكەن چەك چاتاق بولغانلىقتىن، بانكا بىزدىن ئىلگىرى - ئاخىر بولۇپ ئالغان ھەقلىرىنى قوشۇپ ئەۋەتتىشىنى 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 ھېسابتا 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 پايدىلىنالمىسىڭىز، ئۆزىڭىزنىڭ كىرىمىنى زور دەرىجىدە ئاشۇرالايسىز. مەن ئىلگىرى بىرقەدەر مۇستەقىل بىر بانكىنى تاپقاندىم، ئۇ كىچىك دائىرىدىكى زەنجىر-سىمان بانكىلارنىڭ بىر قىسمى ئىدى. بۇ بانكىنىڭ خېرىدارلارغا ئېتىبار بېرىدىغان نۇرغۇن سىياسەتلىرى بار ئىدى. سىز ئالاھىدە بانكىنى تاللاشتا، ئۇلارنى تۆۋەندىكى جەھەتلەر-دىن 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 چەكلەر-نىڭ 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 «پائال-يەت» 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

نومۇرىنى كۆرسەتمىگەن، چەكنى تەپسىلىي تىزىملىمىغان ئەھۋال ئاستىدا، سىزنىڭ چەك ۋە پېرېۋوت چەكلىرىڭىزنى تاپشۇرۇۋالامدۇ؟ (بۇ ئىشنى قىلىشتا بىر تەرەپ بار، چەكلەر رەتلىك قويۇپ قويۇلىدۇ. ھەممە ئىشتا خېرىدارلارنىڭ غېمىنى يەيدىغان بانكىلار سىزگە قانداق قىلىشنى ئۆگىتىپ قويىدۇ) بانكا نومۇرىنى يېزىش تەك ئالدىراش خىزمەتتىن قۇتۇلۇپ، پەقەت ھەربىر چەكىنىلا كۆر-سىتىپ ئىش بېجىرىش سىزنىڭ نۇرغۇن ئادەم كۈچىڭىزنى ئىقتىساد قىلىپ قالىدۇ. سىز پوچتا يوللانمىسى ئارقىلىق بانكا كەسپىنى بېجىرەلەمسىز؟ بانكا سىز ئۈچۈن پوچتا ھەققىنى تۆلەپ قويايلامدۇ؟ ئەگەر سىزدىكى چەك كۆپ بولسا، ھەر كۈنلۈك پوچتا ھەققى ئىككى ~ ئۈچ دوللار ئەتراپىدا بولىدۇ، بىر يىللىقنى ھېسابلىغاندا 1000 دوللاردىن سەل ئاشىدۇ، بۇ پۇلنى بانكا چىقارسا، ئەلۋەتتە سىز ئۈچۈن پايدىلىق.

قايسى بانكا بىلەن مۇئامىلە قىلىشىڭىز ئەڭ مۇۋاپىق بولىدىغانلىقىنى ئويلاپ بېقىڭ، ئاندىن باشقا ئويلىنىشقا تېگىشلىك تەرەپلەرنى دەڭسەپ بېقىڭ. مەسىلەن، بانكىنىڭ ئورنى قۇلايلىقمۇ، 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 ھېسابات، يەنىلا تېپىلىشقا تېگىشلىك پۇلنى تېپىۋالالايمىز).

يەتتىنچى مەسلىھەت: «بىۋاسىتە سېتىش» ژۇرنىلىنى ئوقۇپ تۇرۇڭ. سىز ژۇرنالنى ئۆز ئورنىڭىزدىكى ئاممىۋى كەسپ تاپخانىلاردىن تاپالىشىڭىز مۇمكىن، ئۇنىڭغا مۇشتەرى بولسىڭىزمۇ بولىدۇ. ئەگەر ئۇنىڭغا مۇشتەرى بولماقچى بولسىڭىز، ئۇنىڭ 12 ئايلىق مۇشتەرى ھەققى 24 دوللار، 24 دوللارنى تۆۋەندىكى ئادەپقا ئەۋەتىپ بەرسىڭىز بولىدۇ:

Direct Marketing

224 Seventh Street, Garden City, New York 11535

بىر گەپنى ئېيتىپ ئۆتەي، مەن بۇ ژۇرنالدىن ئەزەلدىن شېرىنكەنە ئېلىپ باققان ئەمەس (لېكىن ئېتىراپ قىلماي تۇرالمايمەن، «ئۇلاردىن ئازراق شېرىنكەنە ئېلىش» خىيالى مېنىڭ كاللامدا ھەقىقەتەن پەيدا بولغان).

لېكىن مەن يەنىلا سىزگە ئۇنى ئوقۇپ تۇرۇشنى تەۋسىيە قىلىمەن. چۈنكى، مېنىڭچە سىز ئۇنىڭدا نۇرغۇن ئۇچۇر بارلىقىنى بايقايسىز، ئۇلارنىڭ نۇرغۇنلىرى سىز ئىگىلىمەكچى بولغان ۋە سىز

ئېھتىياجلىق ئۇچۇرلار. ئۇنىڭدا ھەر ئايدا نەچچە ئون خىل يېڭى مەھسۇلات تونۇشتۇرۇلىدۇ. بۇ مەھسۇلاتلارنىڭ بەزىلىرى سىز ئېرىشەلەيدىغان 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 مېڭىزلىق 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 ئۈزۈپ چىقاي دېسىڭىز، سىزنىڭ ژۇرنالغا مۇشتەرى بولۇشقا خەجلىگەن پۇلىڭىز ئەمەلىيەتتە تىجارەتتىكى ئازراق چىقىمىڭىز بولۇپ قالىدۇ، خالاس.

خوش، مەن ھازىرغىچە سىز چۈشىنىشكە تېگىشلىك باھا قوشۇش ۋە سودا قىلىشنىڭ ھەرقايسى تەرەپلىرىنى ئاساسەن سۆزلەپ بولىدۇم. مېنىڭ ئۈمىدىم، بۇ بىلىملەرنى ئىگىلىگەندىن كېيىن، سىزدە ياخشى بىر باشلىنىش بولسۇن، ئۈزلۈكسىز ئالغا ئىلگىرىلەپ، ئەڭ ئاخىرىدا تىجارىتىڭىزنى كېڭەيتىڭ ھەمدە كەسكىن رىقابەتتە يېڭىلىمەس 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 ساقلىغۇچىڭىزغا 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. 8×11 چوڭلۇقتىكى قەغەزدە تۆۋەن شۈكى بار 33 بەلگە بولىدۇ، ئۇنىڭغا قوشۇپ كۆپەيتىپ يازغىلى بولىدىغان قارا قەغەز سېتىۋېلىڭ. شۇنداق قىلىشىڭىز، بىرنى يازغاندا زاپاس ئىككى ~ ئۈچى بار بولىدۇ. سىز قوش قەۋەتلىك بەلگىنىڭ بىر قەۋىتىنى سويۇۋېلىپ پوچتا يوللانمىسىغا، يەنە بىر قەۋىتىنى سويۇۋېلىپ ئارخىپتا ساقلىنىدىغان كارتىسىغا چاپلىنىدۇ. ئىككى 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 قويىسىڭىز بولىدۇ.

سوئال: مەن ئۆزۈمدىكى خېرىدارلار تىزىملىكىمنىڭ ۋاقتى ئۆتۈپ كەتمەسلىكىگە قانداق كاپالەتلىك قىلىمەن؟

جاۋاب: ئۈزلۈكسىز ھالدا «كونىنىڭ ئورنىغا يېڭىنى تۇرغۇزۇش» يولى بىلەن ئۇلارنىڭ ۋاقتى ئۆتۈپ كەتمەسلىكىگە كاپالەتلىك قىلىغىلى بولىدۇ. پوچتا يوللانمىلىرىنى يوللىۋەتكەندىن كېيىن، پوچتىغا يەتكۈزۈشكە ئامالسىز قالغان ياكى ئادرېسى ئۆزگىرىپ كەتكەن يوللانمىلارنى قايتۇرۇپ كېلىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا سىز قايتۇرۇۋېتىلگەن يوللانمىدىكى ئىسىم ۋە ئادرېسنى خېرىدارلار تىزىملىكىدىن چىقىرىۋەتسىڭىز بولىدۇ. ئاندىن خېرىدارلار تىزىملىكىڭىزنى «ئىجارىگە» بەرگەن ئادەمدىن قايتۇرۇۋېتىلگەن يوللانمىلارنى خەۋەر قىلىپ تۇرۇشنى تەلەپ قىلىشىڭىزمۇ بولىدۇ.

سوئال: خېرىدارلارنىڭ مەن بېرىۋاتقان ئېلانلارغا بولغان ئىندىكاسىنى بىلىپ تۇرۇشۇمغا قۇلايلىق بولسۇن ئۈچۈن، ئىندىكاسنى ئېلانغا قوشۇۋېتىش جەھەتتە ياخشىراق بىر ئۇسۇل بارمۇ؟
جاۋاب: بىز گېزىت - ژۇرناللارغا بەرگەن ھەربىر ئېلاننىڭ ئارقىسىغا ئىندىكاس قوشۇپ بېرىلگەن. بىز بەرگەن بىرىنچى ئېلاننىڭ ئارقىسىدا «ئورۇن» غا ۋەكىللىك قىلىدىغان نومۇر بار، ئورۇننىڭ ئارقىسىغا «A» ھەرپى چۈشۈرۈلىدۇ. ئۇنىڭ ئارقىسىدا «B» ھەرپى چۈشۈرۈلىدۇ، مۇشۇ تەرتىپ بويىچە ماڭىدۇ. ئارىلاشتۇرۇپ قويماسلىق، پەرق ئېتىشكە ئاسانراق بولسۇن ئۇ. چۈن، 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: قىلىماڭ.
ئېلان يازىدىغان ئادەملەر بىر بولسا دەيدەيلىك، 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 ئەمەلىيەتتە ئايرىلغان، ئادەتتە ئىشلىتىشكە بولمايدىغان، يۈزەكى بولۇپلا قالماي، يەنە ئۇنىڭ ھېچقانداق ئەمەلىي ئەھمىيىتى يوق.

ئەگەر سىزنىڭ ساتىدىغان مالىرىڭىز 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، بىۋاسىتە قىلىپ: «مېنىڭ مەھسۇلاتىم ئۆمرىڭىزنى ئۇزارتىدۇ» دېمەستىن، «مېنىڭ مەھسۇلاتىم سىزنىڭ يۈز ياشقا كىرىشىڭىزگە كاپالەتلىك قىلىدۇ» دېگەن. يەنە بىر مىسال، «مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتسىڭىز، مۇھىم بىر

شەخسكە ئايلىنىسىز» دەپلا قويماي، «مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىش-
لەتسىڭىز ئەمەلىيىتىنى ئۆستۈرۈپ، يۆتكىلىش بەختىگە بەش مە-
نۇت ئىچىدىلا ئېرىشىسىز» دېيىشىڭىز كېرەك. «مېنىڭ مەھسۇلا-
تىمنى ئىشلەتسىڭىز تېخىمۇ گۈزەللىشىپ كېتىسىز» دېگەندىن كۆ-
رە، «مېنىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتسىڭىز، يېڭىلىنىش پەتتە كۈن
ئىچىدە سىز بىلەن كۆرۈشكىلى كېلىدۇ» دېگىنىڭىز ياخشى. «مې-
نىڭ مەھسۇلاتىمنى ئىشلەتسىڭىز، تېزلا پۇل تاپالايسىز» دېگەندەك
گەپلەرنىمۇ قىلماي، «ئېنىق ئېيتالايمەنكى، مېنىڭ مەھسۇلا-
تىمنى ئىشلەتكەن ھۈرۈنلارمۇ تېزلا بېيىپ كېتەلەيدۇ» دېگە-
نىڭىز ياخشى.

يۇقىرىقى ماۋزۇ خاراكتېرلىك ئېلانلاردا ئىشلىتىلگەن سۆز-
لەردە تۆۋەندىكى تۆت پرىنسىپنىڭ بىرى ياكى بىر نەچچىسى ئوخشە-
مىغان 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 گەۋدە-
لەندۈرگەن، ئۇ ئېلاننىڭ ئوقۇرمەن، ئاڭلىغۇچى ۋە كۆرگۈ-
چىلىرىنىڭ 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 خالايدى-

غانلىقىڭىزنى ئويلاڭ (چۈنكى سىز ئادەتتىكى ئادەملەرنىڭ بىرى،
شۇڭا سىزنىڭ ئويلىغانلىرىڭىزمۇ مەلۇم دەرىجىدە ۋەكىللىك خاراكتېر-
گە ئىگە).

ئاندىن بايا ئويلىغانلىرىڭىزنى يېزىپ چىقىڭ. بەزى ئويلىغان-
لىرىڭىز كۈلكىلىك، بىنەنە تۇيۇلۇشى مۇمكىن. لېكىن، ئۇلاردىن
ئالدىراپ ۋاز كەچمەڭ، چۈنكى ھازىر تېخى ئۇلارغا باھا بېرىشنىڭ
ۋاقتى ئەمەس، يېنىڭىزدا ھەر ۋاقىت قەغەز - قەلەم ئېلىپ يۈ-
رۈڭ، شۇنچىكىم ئىلھاملارنىمۇ بىكار ئۆتكۈزۈۋەتمەڭ. ئېسىڭىزدە
بولسۇن، ئىلھام دېگەن ئازراق ئېىرەن قىلمىسىڭىزلا يوقاپ
كېتىدۇ.

مېنىڭ بارلىق ئىجادكارلىقىمنىڭ مەنبەسى تاسادىپىيلىق بول-
غان. مەسىلەن، ماشىنا ھەيدەپ كېتىۋاتقاندا، ۋېلىسىپىت مىنىپ
كېتىۋاتقاندا، كىتاب ئوقۇۋاتقاندا، ئوخلاشتىن ئىلگىرى ياكى ئوي-
غانغاندا.

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 سۇ-
مۈرگۈچ سېتىۋالدى، يەنە ئۇنى ئىشلىتىشكە بىر خىزمەتكار ياللىد-
ۋالدى. ماڭا ئايان: ئۇ پەقەت ئۆي تازىلاشنىڭ تېخىمۇ ئاددىي بىر

خىل ئۇسۇلنى تاپماقچى. ئەمەلىيەتتە، نەرسە سېتىۋېلىش ياكى خىزمەتكار ياللاش بولسۇن، ھەممىسىنىڭ مەقسىتى بىر، يەنى ئۆزىنىڭ ئەمگىكىنى يېنىكلىتىش. ئەگەر خوتۇنۇم ئالاھىدە ئىقتىدارغا ئىگە بولۇپ، بىر كۈنۈپكىنى بېسىش بىلەنلا توك ۋە ئۇلترا ئاۋاز دولقۇنى پەيدا قىلىپ ئۆيىنى تازىلىيالىغان بولسا، چىقىمىنى ئويلاپ بولسىمۇ توزان سۈمۈرگۈچىنى يىغىشتۇرۇپ قويغان، خىزمەتكارنى ئىشتىن بوشىتىۋەتكەن بولاتتى (ئەڭ بولمىغاندا، خوتۇنۇم بۇ ئىش توغرىلۇق 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 تېزىمۇ؟ ئۇنى ئالماقچى بولغانلىقىڭىزدىكى بارلىق سەۋەبلەرنى ئويلاپ چىقىڭ، ئاندىن ئۇنى ئالماستىڭىزدىكى 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 توغرىلۇق 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 چىڭقىلىشقا باشلىغاندا، سىز ئاۋۋال بۇ ئىشلارنى ئويلىماي، باشقا ئىشلارنى قىلىڭ. مۇشۇنداق قىلىشىڭىز، ئىش ئاددىيلىشىپلا قالماي، نەتىجىسى ئاسانلا چىقىپ قالىدۇ.

دۇ. بەلكىم بىر سائەت، بىر كۈن ياكى بىر ھەپتە ئىچىدە ئەڭ ئاخىرقى جاۋابقا ئېرىشىپ قالسىز. جاۋاب مەھسۇلاتىڭىزنىڭ ئالاھىدىلىكىنى توغرا ئەكس ئەتتۈرۈپ بەرگەن بولىدۇ. قالتىسىمىدەكەن! سىز ئويلىمىغان يەردىن جاۋابقا ئېرىشىپ قالىدىڭىز.

مېنىڭ تۇتقان يولۇم توختىماي خاتىرە قالدۇرۇش. چۈنكى، ئەڭ مۇھىم خەۋەر ياكى ئادەمنى ئۆزىگە جەلپ قىلىدىغان قاراشلار بىر قاپقاغا ئوخشايدۇ، ئۇ پىكىر توپلىنىشنىڭ تەسىرى ئاستىدا ئېچىلىدۇ. شۇڭا، سىز پىكىرىڭىز بۇلاقتەك قايناپ تاشقۇچە توختىماي خاتىرىلىشىڭىز كېرەك. ئەگەر يېرىم يولدا تاشلاپ قويسىڭىز، ياخشى جاۋابقا ئېرىشىشىڭىز مۇمكىن ئەمەس. لېكىن، سىز بۇ ئىشنى قىلىش جەريانىدا بەك ئالدىراخچۇلۇق قىلماڭ، ۋاقتى كەلگەندە ئۆزىڭىزنى ئەركىن قويۇۋېتىڭ، يوشۇرۇن ئېڭىڭىز ئۈزلۈكسىز دەپ 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، مېڭىزنى ئېلىپ، شاكىلىنى چىقىرىۋېتىش.

ئېلاننى يېزىپ پۈتتۈرگەندىن كېيىن ئاندىن خاتىرىڭىزگە قاراڭ، چوقۇم بىر - ئىككى يېڭى قاراش كالىڭىزغا كېلىدۇ. لېكىن، ئۇلارنىڭ مۇۋاپىق كېلىشى ناتايىن. سىز يوشۇرۇن ئېڭىڭىزنىڭ قانداق قىلىپ مېڭىزنى 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 ئېلاننىڭىزنى ئۈزلۈك ئوقۇپ، ئۈنۈمىنى

مىنى ئاڭلاپ بېقىڭ. بۇ ناھايىتى مۇھىم. ئېلان چوقۇم ئېغىز تىلىغا ماس كېلىشى، چوقۇم كۈندىلىك تۇرمۇشقا يېقىن بولۇشى كېرەك. ئەگەر ئېلاننىڭدا ياسالما، شوئار خاراكتېرلىك مەزمۇنلار بولسا، ئەڭ ياخشىسى ئۇلارنى چىقىرىۋېتىڭ. بولمىسا ئاققۇزغان شۇنچە كۆپ قان - تەرلىرىڭىز بىكار بولىدۇ. چۈنكى، بۇنداق يۈزەكى ئېلان كىشىلەرنى بىزار قىلىدۇ. ئۇلارغا كۈلكىلىك، قىزىقارلىق تۇيۇلۇشى مۇمكىن، لېكىن مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋېلىشقا يېتەكلىيەلمەيدۇ.

ئىككىنچى قەدەم، بۇ ئەڭ قىيىن قەدەم، ئېلاننىڭىزنى 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، ئېلاننىڭىزنى بىر قاراپلا چۈشىنىلەيدىغان قىلىش. تەكلىپ بەرگەن كىشىلەر سىزنىڭ ئېلاننىڭىزنى ياقىتۇرمامدۇ، ياقىتۇرمامدۇ، بۇ مۇھىم ئەمەس، مۇھىمى، ئۇلار ئېلاننىڭىزنىڭ مەزمۇنىنى ناھايىتى ئاسانلا چۈشىنىلگەن بولسىلا بولىدۇ. ئەگەر ئۇلار كۆرگەندىن كېيىن ھېچنەمنى ئۇقالمايىغان بولسا، ئېلاننىڭ سۆزلىرىنى يەنىمۇ چۈشىنىشلىك قىلىشىڭىز كېرەك؛ ئەگەر ئۇلار دەماللىققا چۈشىنىلگەن بولسىمۇ، سىز يەنىلا ئاز - تولا ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈشىڭىز كېرەك. لېكىن، ئېلاننىڭىزنىڭ مەزمۇنىنى ئۆزگەرتىش ياكى ئۇلارنىڭ تەكلىپى بويىچە بىرنەچچە سۆزنى مۇنداقلا ئۆزگەرتىۋېتىدىغان ئىشنى قىلماڭ. بىزنىڭ ئەڭ ئاخىرقى نىشانىمىز - خېرىدارلار ئېلاننىڭىزنى كۆرگەندىن كېيىن، مەھسۇلاتىڭىزنىڭ ئۇلارغا قانداق پايدىلىق تەرەپلىرى ياكى زىيانلىق تەرەپلىرى بار، سېتىلىش باھاسى قانچە، قەيەردىن سېتىۋالغىلى بولىدۇ، دېگەنلەرنى تېزلا ئاڭقىرايلىغان بولۇش. سىز بەلكىم، مەھسۇلاتلارنىڭ زىيانلىق تەرەپلىرىنى خېرىدار

دارلارغا نېمىشقا ئۇقتۇرىمىز، دەپ سورىشىڭىز مۇمكىن. مېنىڭ جاۋابىم: بۇنداق قىلىشىڭىز، ئۇلارنىڭ ئىشەنچىسىگە تېخىمۇ ئېرىدەشەلەيسىز، 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 بېتى.

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 ئېيتىپ سام، بەزى ۋاقىتلاردا، توي قىلمىغانمۇ ياخشىكەن، دەپ ئويلاپ قالىمەن. ئەگەر شۇنداق بولسا، بەزى ئىشلارنى خالىمىساقمۇ قىلىشقا مەجبۇر بولماي، تۇرمۇشۇمنى غەم - ئەندەشسىز ئۆتكۈزەتتۇق.

سىزنى سۆيۈپ: جۇمىي

سىز بەلكىم، بۇ ئوپتوچۇقلا بىر مۇھەببەت خېتىغۇ، ئېلان بىلەن نېمە مۇناسىۋىتى بار، دېيىشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، مېنىڭ سىزگە دېمەكچى بولغىنىم، ھەر بىر ئېلان خۇددى مۇھەببەت خېتىگە ئوخشاش، شەخسلەر ئوتتۇرىسىدىكى ئالاقىگە ئايلىنىشى كېرەك. تۆۋەندە بىز ئۇ خەت ئۆز ئىچىگە ئالغان ئاساسىي ئېلان تەركىبىنى تەھلىل قىلىپ باقايلى.

بۇ خەتنىڭ «سۆيۈملۈك بېتى» دەپ باشلىنىشى سىزگە يارىمىد. خان بولۇشى مۇمكىن. لېكىن، ئەمەلىيەتتە مېنىڭ خوتۇنۇم بۇ خىل ئاتاشنى بەك ياخشى كۆرىدۇ، چۈنكى ئۇنىڭ ئىسمى بېتى. مانا بۇ ئېلاننىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىدىكى سىدىر، ئۇنى ئو- قۇغان ھەرقانداق ئادەم تەسىرلىنىدۇ: «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 چۈشەندۈرەلەيمەن.

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 قىلىدىم (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 خوتۇنۇمدىكى گۇماندىن پۈتۈنلەي خالاس قىلىدۇ: ئۇنىڭغا يەنە بىر قېتىم ۋەدە بېرىمەن ھەم مال ساتقۇچىنىڭ كىم ئىكەنلىكىنى ئېنىق ئۇقتۇرىمەن. ئېنىق گەپ

قىلىپ تېلېفون ئۇرىمىغان بولساممۇ، ئۇمۇ بىر بېشارەت. ئۇ مې- نىڭ نېمىگە ئېرىشمەكچى ئىكەنلىكىمنى بىلىدۇ. مانا بۇ مېنىڭ ئۇنى ئەمرىگە ئېلىشىمدىكى تۈپ سەۋەب. مەن ئۇنىڭ نېمىگە موھتاج ئىكەنلىكىنى بىلىمەن.

ئەمدى كۆرگەنسە، بىر پارچە ئېلاننى ياخشى يېزىپ چىقىشقا ئانچە كۆپ ئەدەبىي ئىقتىدار كەتمەيدۇ. بەلكىم بۇنداق قىلسا يۈزدە يۈز ياخشى ئېلان 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 ماشىنىمىنى سېتىۋەتمەكچى، چۈن- كى كېيىنكى ھەپتە ھەربىي مەجبۇرىيەت ئۆتەشكە ماڭماقچى بولۇۋاتىمەن. مەن بۇ ماشىنىنى 14 مىڭ دوللارغا ئالغان، 732 مىڭ مۇساپىنىلا باستى. مەن ئېلان چىقىرىشقا ھۇرۇد- لۇق قىلىدىم، ۋاسىتىچى سودىگەرلەرگە ساتقۇمۇ يوق. سەن 7000 دوللار چىقارساڭلا ئۇنىڭغا ئېرىشەلەيسەن.

ئەگەر قولۇڭدا ئۇنچىلىك كۆپ پۇل بولمىسا غەم قىلىمى- 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. شۇنداقسىمۇ ماشىنىنى سېتىۋېلىشتىن ئىلگىرى ھەي- دەپ سىناپ بېقىشىڭنى ئۈمىد قىلىمەن، سېتىۋالغاندىن كې- يىن بىرەر چاتتىقىنى بايقاپ قالساڭ ياخشى بولمايدۇ. ئەگەر ۋاقتىڭ بولسا بىر نەچچە كۈن ھەيدەپ سىناپ باققىن (ھە راست، ساڭا خۇشاللىق بىلەن ئېيتالايمەنكى، پاكىتلىق ماي

بار). ئەگەر سىناپ ھەيدەپ باققاندىن كېيىن ماشىنا كۆڭلۈڭ-
ىگە يارىمىسا، ئۆزۈمگە قايتۇرۇپ بەرسەڭ بولىدۇ، ھەرگىز
خىجالەت بولما.

ماشىناتىڭ رەڭگىنى ياقتۇرما سىلىقنىڭ مۇمكىن، كۆ-
رۈمىسىز 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 826-1313(714)

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 تۈپەيلىدىن (مەسىلەن، كادىلاڭ
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 قىلىدىڭىز: 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 تىرىش-
مەن، مەھسۇلاتنىڭ ھەر بىر ئالاھىدىلىكى ۋە ئۆزۈمنىڭ پەرزىنى
ئىمكانقەدەر ياخشى تەسۋىرلەيمەن، پايدىسىز ئامىللارنى
چىقىرىۋېتىمەن.

ئېلاننى ئىشلەپ بولغاندىن كېيىن، مېنىڭ كېيىنكى نىشانىم
مۇۋاپىق ۋاسىتە تېپىش بولىدۇ. سەھىپىسى ئۇزۇن ئېلانلارغا كۆن-
ۋېرت بىلەن ئەۋەتىش، گېزىت ياكى ژۇرناللارغا بېرىش شەكلىنى
قوللانسا بولىدۇ (لېكىن كېيىنكى ئىككىسىنىڭ ئالدىدىن 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، ئۇنۈمى ناھايىتى ياخشى بولىدۇ، كاتتا ئېلانلار بىلەن
بەسلىشەلەيدۇ.

لېكىن، ئېلاننىڭ ھەجىمىنى ئالاھىدە قىسقارتىشنىڭ ھاجى-
تى يوق (قانداقلا بولسۇن، بىزنىڭ قوغلىشىدىغىنىمىز ئەڭ ئاخىر-
قى ئۇنۈم). شۇڭا، مېنىڭ قىلىدىغان بىرىنچى ئىشىم، ئېلاننىڭ
ئۇنۈمىنى دەڭسەپ بېقىش. ئەگەر ئۇنۈمى يامان ئەمەس بولسا، مەن
ئۇنىڭ سەھىپىسىنى قىسقارتىپ يەنە سىناپ باقىمەن. ئەگەر قىس-
قارتقاندىن كېيىنكى ئېلاننىڭ ئۇنۈمى تېخىمۇ ياخشى بولسا، يەنە
بىر قېتىم قىسقارتىپ داۋاملىق سىناپ باقماقچىمەن. سىز كۆرۈپ
قالسىز، 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 تەلپى بار. مەن ئېلاننىڭ سۈپىتى ۋە ئەمەلىي قىممىتىنى تۆۋەنلىتىۋەتمىگەن ئاساستا تەننەرخنى ئىقتىساد قىلىشىم كېرەك. ئېلاننىڭ مەزمۇنىنى قىسقا قارتىشتا، مەن ئاتالمىش RCA پرىنسىپىنى قوللاندىم. يەنى، ئاۋۋال ئېلاننى ئۆزۈم رازى بولغۇدەك يېزىپ چىقتىم، ئاندىن سۈپىتىگە كاپالەتلىك قىلغان ئاساستا ئەڭ ياخشى قىلىپ پىشۇرۇپ چىقتىم.

ئەگەر بەك كۆپ قىسقارتىۋېتىلسە، ئېلان مەزىسىز بولۇپ قالىدۇ. شۇڭا، مەن ئەسلىدىكى ھالىتىدىكىگە قايتىشقا مەجبۇر بولىمەن.

بەلكىم سىز ئۇزۇن ئېلاننى كىنمۇ كۆرۈشنى خالايدۇ، دېيىدۇ. شىڭىز مۇمكىن. راست دەيسىز، ئۇزۇن ئېلاننى كۆرۈشنى ھەقىقەتەنمۇ ھېچكىم خالىمايدۇ. ئەگەر ئۇ قىزىقىپ قالسا ياكى ئېلاندا ئۆزىنىڭ ئىسمى بولسا باشقا گەپ.

سىز بەلكىم ئېلاننى مەنئەتكارلارغا ئاپىرىپ، كەسپىي جەھەتتە تىن لايىھىلىتىپ بېقىش كېرەكمۇ، دەپ سورىشىڭىز مۇمكىن. مەن «ياق» دەپ جاۋاب بېرىمەن. مەن ئەڭ ئاخىرقى قېتىم قىلىشقا تېگىشلىك ئىش، ئېلاننى قارىماققا تېخىمۇ ئېلانغا ئوخشايدىغان قىلىش. كىشىلەر گېزىت ۋە ژۇرناللارنى خەۋەر كۆرۈش مەقسىتىدە سېتىۋالىدۇ. ئېلان بولسا چاقىرىلمىغان مېھمانغا بەكرەك ئوخشايدۇ، كۆپ ھاللاردا ئوقۇرمەنلەرگە مۇۋاپىق قىلىۋېتىلگەندەك تۇيغۇ بېرىدۇ. مۇشۇ ئەھۋالنى كۆزدە تۇتقاندا، مەن ئېلانلىرىمنىڭ قارىماققا خەۋەرگە بەكرەك ئوخشىشىنى خالايمەن، يەنى ھەجىمى خەۋەرنىڭكىدەك بولسۇن، شەكلىمۇ خەۋەردەك بولسۇن.

شۇڭا، مەن پۇل ئىقتىساد قىلىش ئۈچۈن، ئېلانلىرىمنى گېزىت ۋە ژۇرناللارغا بەرسەم، ئۇلارغا ئۆزۈمنىڭ قاراشلىرىمنى ئېيتسام بولىدۇ. ئۇلار مېنىڭ ئېلاننىمىنى قوبۇل قىلىدۇ، مەنمۇ ئۆزۈم بېرىپ ئېلاننىڭ تىزىش، بەت ياساش، بېسىشلىرىغا قاتنىدۇ.

شىپ، ئۇنىڭ قارىماققا ئېلانغا ئەمەس، خەۋەرگە بەكرەك ئوخشىدۇ. شىنى قولغا كەلتۈرىمەن. ئەڭ ياخشى ئەھۋالدا، ئوقۇرمەنلەر ئۆس-تى تەرەپتىكى ئېلان سىزنى ئارقىلىق ئېلان بىلەن خەۋەرلەرنى پەرقلىنىدۇرۇۋالىدۇ. مەن بەت ياسىغۇچىلارنى مۇشۇنداق قىلىشقا كۆندۈرىمەن.

يەنە بىر تەكلىپىم، ئېلانغا بەك كىچىك ھەرپ ئىشلەتمەڭ. چۈنكى، كىچىك ھەرپنى تونۇماق تەس. ھەرقانداق بىر مۇھىم مەزمۇنى چوقۇم تەكىتلەش كېرەك. كىچىك ھەرپ باشقىلاردا سىز بىر نېمىنى يوشۇرماقچى بولۇۋاتقاندا تۇيغۇ پەيدا قىلىپ قويىدۇ. ئېلاننىڭىزغا گېزىتنىڭ پۈتۈن بىر بېتىنى ئالمىمەن دېسىڭىز ھەقىقەتەن چىدىمايسىز. شۇڭا، ئەڭ ياخشى ئۇسۇل، تەخمىنەن 5.5 دىيۈيم، سەككىز دىيۈيم ياكى سەككىز دىيۈمدىن چوڭراق كەڭلىكتە تۈۋرۈكسىمان شەكىلدىكى ئۈچ ئورۇننى تاللاڭ. بۇ ئۆلچەمدىكى تۈۋرۈكسىمان شەكىل باشقا ئېلانلارنىڭ ئالدىدا ھەيۋىتىنى يوقىتىپ قويمايدۇ، تېخى ئېلان بېتىنىڭ باش تەرىپىدىن ئورۇن ئېلىشى مۇمكىن. ئۇ بەتنىڭ ئاياغ تەرىپىدىن ئورۇن ئالغان تەقدىر-دىمۇ، ئۈستى تەرىپىگە ناھايىتى بىر - ئىككى كىچىك ئېلان چۈشەدۇ. ئەمدى قىلىدىغان ئىشىمىز، ئېلان بېرىلىدىغان كونكرېت ئورۇننى بېكىتىش. بىز بۇنىڭدا مەلۇم دەرىجىدە كۈچ ۋە پۇل سەرپ قىلىپ، ئېلان بېتىنى لايىھىلىگۈچىنى كەلتۈرۈشىمىز كېرەك. بۇ نۇقتا ناھايىتى مۇھىم. چۈنكى ئۇ سىزگە قايسى شەكىلنى بىر تەرەپ قىلىش تېخىمۇ ئاسان بولىدىغانلىقىنى ئېيتىپ بېرىدۇ، ئېلاننىڭىزنى ئەڭ مۇۋاپىق ئورۇنغا ئورۇنلاشتۇرۇپ بېرەلەيدۇ.

مەن يۇقىرىدا ئېيتقان، ئېلاننى چوقۇم خەۋەر شەكلىدە لايىھە-لەش كېرەك. بۇنداق قىلغاندا، ئۇنىڭ ھەقىقىي تۆۋەن بولۇپلا قالماي، يەنە ئېلاننىڭ مەزمۇنى ۋە مۇھىملىقى گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ. سىز دوست - بۇرادەرلىرىڭىزنىڭ ماختىشىنى ۋە بەدىئىي گۈزەللىكىنى قوغلىشىپ كەتمىسىڭىزمۇ بولىدۇ. ئەڭ مۇھىمى، پۇل تې-

پېش. پۇلىڭىز بولسا مۇكاپاتقا ئېرىشىپلا قالماي، ئۆزىڭىزدە ئال-
ماشتۇرۇۋالالايسىز.
تۆۋەندە ئېلان يېزىشتىكى بىرنەچچە «قىلماسلىق» پرىنسىپىنى
كۆرسىتىپ ئۆتىمەن:

1. ئېلاننى تېگى قارا ئاق قەغەزگە باسماڭ. بۇ قارىماققا
ناھايىتى يارقىن كۆرۈنۈشى مۇمكىن. لېكىن، جەلپ قىلىش ئۈنۈ-
مى ناھايىتى تۆۋەن بولىدۇ.
 2. كۈل رەڭدىن تەڭلىك ئالماڭ (بۇ سەنئەتكارلار بەك ياقتۇ-
رىدىغان بىر خىل ئۇسلۇب)، بۇنىڭ ئۈنۈمى تېگى قارا ئاق قەغەز
ئىشلەتكەن بىلەن ئوخشاش بولىدۇ.
 3. ئىمكان بار قىستۇرما سۈرەت ئىشلەتمەڭ، ئەگەر ئۇ مە-
سۇلاتنىڭ بەدىئىي ئۈنۈمىنى ئاشۇرىدىغان بولسا، ئىشلەتمىگىز بو-
لىدۇ. ئادەتتە قىستۇرما سۈرەت ئېلاننىڭ مەزمۇنىنى ئاجىز-
لاشتۇرۇۋېتىدۇ (مەسىلەن، ئەگەر مەن سىزگە بىر ئۆيىنىڭ گېپىنى
قىلسام، سىز نېمىلەرنى ئويلايسىز؟ لېكىن ئەگەر سىزگە ئۆيىنىڭ
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 بويلاق
ئىشلەتكۈزۈڭ (بولۇپمۇ مۇھىم مەزمۇنلارنى گەۋدىلەندۈرۈپ كىچى
بولغاندا)، بۇ مەسۇلاتىڭىزنىڭ سېتىلىش مىقدارىنى ئاشۇرىدۇ.
- تۆۋەندە ئەستە ساقلاشقا تېگىشلىك باشقا مەزمۇنلارنى كۆرسىد-
تىپ ئۆتىمەن:
- گېتتېبار بېرىش چېكىدە مەسۇلاتىڭىزنىڭ باھاسىنى باشقىدىن

كۆرسىتىپ ئۆتۈڭ. مۇشۇنداق قىلىشىڭىز، خېرىدارلار سىز بىلەن
تېزلا توختام تۈزىدۇ. سىز بۇ بوشلۇقتىن پايدىلىنىپ سودا ئەھۋال-
نى خۇلاسەلەپ چىقىشىڭىز ھەمدە خېرىدارلار بىلەن قايتىدىن سېتىد-
ۇۋېلىش توختىمى تۈزۈشىڭىزمۇ بولىدۇ. ئاندىن ئېلاننىڭ مەزمۇنىنى
قارىماققا توختامغا ئوخشىتىپ قويماڭ، ئۇ ئېغىز تىلىغا يېقىن
بولۇشى كېرەك. چۈنكى ئۇ سىزگە ئېلان قىلىنىۋاتقان مەسۇلاتتىن
نېمىگە ئېرىشەلەيدىغانلىقىمىزنى، قانداق كاپالەتكە ئىگە بولىدىغان-
لىقىمىزنى ئېيتىپ بېرىدۇ. يەنە بىرى، ئېلاننىڭ ئېنىق، چۈش-
ىشلىك بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىڭ ھەمدە خېرىدارلار پوچتا ئار-
قىلىق سېتىۋېلىش ئۇچۇرلىرىنى يېزىپ قويغۇدەك ئورۇن قالدۇ-
رۇپ قويۇڭ.

خېرىدارلار زاكاز ئەۋەتىدىغان ئادرېسقا ئەڭ ياخشىسى پوچتا
ساندۇقىنى تاللىماڭ. بۇنداق قىلىشىڭىز، خېرىدارلاردا بىر نەرسە-
نى يوشۇرۇۋاتقانداك 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. بۇند-
اق ئېلانلار ئەڭ ئاسان مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايدۇ، چۈنكى ئۇ ئېلان
قائىدىسىگە ئىنتايىن مۇۋاپىق كېلىدۇ. بەزى يەرلەردە بۇ جەھەتتە
يېڭىلىق ياراتقۇچىلار بولسىمۇ، ئۇلارنىمۇ ئەيىبلەپ كېتىشكە بول-
مايدۇ. چۈنكى، بىۋاسىتە ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدىغان ئېلانلار ئۇزۇن
مەزگىللىك ھاياتى كۈچكە ئىگە بولىدۇ. ھەربىر ئېلاندا نەق گەپ
دېيىلىشى كېرەك. بۇنداق ئېلانلاردىن نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگىنىد-
ۇالغىلى بولىدۇ.

پۈتۈن مەملىكەت خاراكتېرلىك ئېلان ۋە پارچە - پۇرات ئېلان-
لار ئەڭ مەزىسە ئىككى خىل ئېلاندىر. چۈنكى، ئۇلارنىڭ ئاسا-
سەن ھېچقانداق قىممىتى يوق، نامىنى كۆز - كۆز قىلىشتىن باشقا

نەرسە ئەمەس. ئۇلار كىشىلەرنى مەھسۇلاتنى سېتىۋېلىشقا ئىلھام-لاندۇرمايدۇ، بەلكى كىشىلەر مەھسۇلات سېتىۋالغاندا، ئۇلارنىڭ مەھسۇلاتىنىڭ ماركىسىنى ئېسىدە ساقلىشىنى ئارزۇ قىلىدۇ.

كۆپ سانلىق ئېلان ۋاكالىتچى سودىگەرلىرى ئېلانغا ئېتىبار بېرىش چېكى قوشۇشنى خالىمايدۇ. بۇنىڭدىكى سەۋەب، ئۇلار ئېيتقاندا: «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 ۋاكالىتچى 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، ئەمەلدىيەتتە ئۇلار ئەڭ ئاساسلىق خېرىدارلار ئىدى.

تاماكى شىركىتى بۇنىڭغا ياخشى مىسال بولالايدۇ. تاماكىنىڭ تەسىرى ياخشى بولمىغاچقا، رادىئو، تېلېۋىزورلاردا تاماكى ئېلانى بېرىش مۇمكىن ئەمەس. بۇ تاماكى شىركىتى ئۈچۈن نۇرغۇن ئېلان چىقىمىنى تېجەپ قالدى. 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 توختىتىلىپ ئۆتتۇق. نۆۋەندە ئەمدى باشقا ۋاسىتىلەردىن پايدىلىنىپ ئېلان بېرىش ماھارەتلىرىنى تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن.

كونۇپىرت ئېلانى

بىرىنچى ماھارەت ئېلان - تەشۋىقات ۋارىقى ئەمەس، دوستلۇق بىلەن تولغان شەخسىي خەت ئەۋەتىش. چۈنكى، كىشىلەر ئېلانغا قارىغاندا، ئۆزىگە خاس خەت تاپشۇرۇۋېلىشنى تېخىمۇ ياخشى كۆرىدۇ.

ئىككىنچى ماھارەت تۆۋەندىكىدەك ئاتاشتىن ساقلىنىشنىڭ، يەنى ھۆرمەتلىك ئەپەندى، مۆتىۋەر، قەدىرلىك دوستۇم، دېگەندەك بۇ خىل ئاتاش خەت - ئالاقىدە دائىم قوللىنىلىدىغان بولسىمۇ، لېكىن بۇ ئوقۇرمەننى بىزار قىلىپ قويىدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، ئۈستىڭىمۇ خەت تاپشۇرۇۋالغۇچىنىڭ ئىسمى ۋە ئادرېسىنى بەر-مەڭ. بىرىنچىدىن، بۇنداق قىلىشىڭىز تەننەرخى ئېشىپ كېتىدۇ؛ ئىككىنچىدىن، ئېلاننىڭ مەزمۇنى بىلەن ئاتاشنىڭ يېقىن كەلمەس-لىكى خەت تاپشۇرۇۋالغۇچىنىڭ بىزارلىقىنى ئاشۇرىدۇ. شۇڭا، كومپيۇتېرلىق خەت - ئالاقىنىڭ چىقىمىدىن قورقۇشىڭىز قانداق-كىن، بولمىسا ئۇنداق ئالاھىدە ئاتالغۇلارنى ئىشلىتىشىڭىزنىڭ زۆرۈرىيىتى يوق. سىز خەتنىڭ بېشىدىلا ئاساسىي مەقسەتكە چۈشۈپ، مەھسۇلاتىڭىزنىڭ قانداق مەسلىنى ھەل قىلالايدىغانلىقىنى خېرىدارغا بىۋاسىتە ئېيتىشىڭىز بولىدۇ. ئەگەر خەتنى تاپشۇرۇۋالغان ئادەم ھەقىقەتەنمۇ مۇشۇنداق مەسلىگە 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. ھەر بىر ئابزاسمۇ قىسقا بولسۇن، ياخشىسى بەش جۈملە سۆزدىن ئېشىپ كەتمىسۇن. ئەگەر تۆت بەت كېلىدىغان ئۇزۇن خەت ئەۋەتتىڭىز توغرا كەلسە، بۇ خەت ئاددىي، ئۇقۇشلۇق بولۇشى، بىرىنچى ۋە ئىككىنچى ماھارەتنىڭ تەلىپىگە ئۇيغۇن كېلىشى كېرەك. تۆتىنچى ماھارەت خەتنىڭ ئىچىگە ئادەمنىڭ دىققىتىنى تار-

تىدىغان 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 كەتمەسۇن. چۈنكى، ئەگەر پۈتۈن بىر جۈملىنى چوڭ ھەرپ بىلەن ئېلىۋەتسە ئۇنۋىمى 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 ئويلىاندۇرىدىغان گەپلەرنى ئورۇنلاشتۇرۇڭ. ئالاىلى: 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 ئۇنۋىمى بەك ناچار بولىدۇ.

ئالتىنچى ماھارەت ئەڭ ياخشىسى ئىككى خىل رەڭدە بېسىڭ. تەجرىبىسىز ئېلانچىلار قارا رەڭ ئىشلىتىشكە ئامراق. ئەمەلىيەتتە بۇنىڭ ئۇنۋىمى ناھايىتى ناچار بولىدۇ. خەتنىڭ بېشى سېرىقلاشتۇرما رەڭدە بولۇشى كېرەك. ئەگەر سىزدە قوش رەڭلىك بېسىش ماشىنىسى بولسا، ئۇنى باسما ئىشچىسىغا بېرىڭ، ئۇنىڭ ئۆزىگە تەييارلاشنىڭىزمۇ بولىدۇ. قوش رەڭدە بېسىشنىڭ تەننەرخى يۇقىرىراق بولىدۇ، لېكىن خەت قىممىتىگە لايىق چىقىدۇ. يەتتىنچى ماھارەت ئەگەر مۇمكىن بولسا، خەتنىڭ ئارقىدە

سىغا ئۆز قوللىڭىز بىلەن ئىمزا قويۇپ قويۇڭ ياكى كۆك سىياھتا ئىمزا يېزىڭىز (ئەڭ ياخشىسى مەخسۇس قەلەمدە ئىمزا قو-يۇڭ، شۇنىڭدىلا خېتىڭىز كۆركەم چىقىدۇ). ئالتىنچى ماھارەت بىلەن يەتتىنچى ماھارەتنى بىرلەشتۈرۈپ ئىشلىتىشكە دىققەت قىلىڭ. كۆنكرېت قىلىپ ئېيتساق، خەتنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىغا قاراپ خەت بېيىش بىلەن ئىمزاغا كۆك خەت ئىشلىتىڭ.

سەككىزىنچى ماھارەت ئالاھىدە رەڭ ئىشلەتمەسلىكىڭىز، 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. ھەر بىر بۆلەك ماتېرىيالغا ئوخشىمىغان رەڭ ئىشلىتىڭ. مۇشۇنداق قىلىشىڭىز، ئېلاننى كۆرگەن ئادەملەر مەلۇم مەزمۇندىكى رەڭنى تاللىۋالىدۇ. بۇنىڭدا سىزنىڭ ئېلانلىشىڭىز ئۇنىڭ دىققىتىنى تارتالمىغان تەقدىردە، مۇ، بەلكىم باشقا بىر نەرسە ئۇنى ئېلانلىشىڭىزغا قىزىقتۇرۇپ قويۇشى مۇمكىن.

توققۇزىنچى ماھارەت كۆنۇپرت ئىچىگە ئەڭ ياخشىسى بىر پارچە زاكاز تالونى بىلەن بىر تال قۇرۇق كۆنۇپرت سېلىپ قويۇڭ (بۇ ئىككى خىل نەرسىنى رەڭلىك قىلىشىڭىز بولىدۇ). پوچتا ھەققى تۆلىنىپ بولغان كۆنۇپرتقا سېلىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق. سىز بەلكىم مۇشۇنداق قىلىشنىڭ ئۇنۋىمىنى 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 كۆنۇپرتقا خەتنى ئەڭ ياخشىسى ئۆزىڭىز

سېلىڭ. بۇنىڭدا خەتنىڭ بىرەر بۇرجىكى سىرتقا چىقىپ قالىدىغان ئىش بولمايدۇ.

ئون بىرىنچى ماھارەت خەتنى ئەۋەتىدىغان ۋاقىتنى ياخشى تاللاڭ، ئېلاننىڭ دەم ئېلىشتىن كېيىن تۇنجى ئىشقا چىققان كۈنى خېرىدارلارنىڭ قولىغا تېگىشىدىن ساقلىنىڭ. چۈنكى، بۇنداق ۋاقتتا 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 پەسلە نۇرغۇن ئائىلىلەر سىرتقا دەم ئېلىشقا چىقىپ كېتىدۇ. سىزنىڭ خېتىڭىز ئۇلار قايتىپ كەلگۈچە تۇرۇپ قالىدۇ.

ئون ئۈچىنچى ماھارەت ئىمكان بار ئەڭ ياخشى كونۇپەرت ۋە ئەڭ ياخشى قەغەز ئىشلىتىڭ. ئاندىن كونۇپەرتقا تامغا بېسىپ قويۇڭ. بۇ ئىشلەتكىنىڭىزنىڭ ئەڭ ياخشى كونۇپەرت ئىكەنلىكىنى ئىپادىلەپ تۇرسۇن. مەن بىرلا قېتىم ئەڭ ياخشى كونۇپەرت ئىشلەتمىگەن. چۈنكى، ئۇ قېتىمىدىلا ئېلاننىڭ مەزمۇنى بەك كۆپ ئىدى، ئەگەر ئادەتتىكى چاغدىكىدەك ئەڭ ياخشى كونۇپەرت ئىشلەتسەم، ئېلاننىڭ چىقىمى بەك ئېشىپ كېتەتتى.

ئون تۆتىنچى ماھارەت پوچتا يوللانمىلىرىڭىزنىڭ ئۈنۈمىنى سىناپ بېقىڭ. مەسىلەن، ئېلان سودىگەرلىرى ئۆزلىرىگە ئەڭ ياقتىغان 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 ئېلاننىڭىزنىڭ قانچىلىك ئەھمىيەتكە ئىگە ئىكەنلىكىنى كۆرۈۋالالايسىز. سىز ئېلاننىڭ قىممىتىدىن گۇمانلىنىپ، ئۇ تەننەرخنى قايتۇرۇپ كېلەلمىمۇ، 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 «ئەخەت» يوللانمىلىرىدىن قاقشاپ تۇرىدۇ، ئەمما ئۇلاردىن پايدىنى ئېلىسەممۇ تۇرىدۇ.

رادىئو ئېلانى

رادىئودا ئېلان بېرىشتە ئۈچ خىل ئۇسۇل بار: (1) نەق مەيدان ئاڭلىتىش؛ (2) پروگراممىنى ئۈنەم 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، كۆپتۇرۇۋەتسە ياكى ئېلانغا ئۆز خاھىشىنى قوشۇۋەتسە، ئېلاننىڭ ئىچكى مەزمۇنىنى بۇزغان بولىدۇ. كۆپ قىسىم دىكتورلار بۇ نۇقتىنى چۈشىنمەيدۇ، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ ۋەزىپىسىنى ئاڭلىغۇچىلارنىڭ كۆڭلىنى ئېچىش دەپ چۈشىنىدۇ، ئېلان ئاڭلىتىشتا بولسا ئاڭلىغۇچىلارغا نىسبەتەن مەسئۇلىيەتچان بولمايدۇ. تېخىمۇ ئەجەللىك يېرى، نۇرغۇن دىكتورلار ئاڭلىتىش بېرىۋاتقاندا، ئۆزلىرى

رىنىڭ ئاجايىپ گەپدانلىقىنى نامايان قىلغۇسى كېلىپ كېتىدۇ. نەتىجىدە، دىكتور بىر تاغار چىرايلىق گەپنى ياغدۇرۇۋەتكىنى بىلەن، دېگەنلىرى يەنە شۇ كونا گەپلەر بولۇپ چىقىدۇ. بۇ ئېلاننىڭ سودا قىممىتىنى يوقىتىپلا قالماي، ئېلان سودىگىرىنىڭ پۇلىغىمۇ زىيان سالىدۇ.

لوس ئانگېلىستىكى نەچچە ئون رادىئو شىركىتىنىڭ نەچچە يۈز دىكتورلىرى ئىچىدە، سېتىش تالانتىغا ئىگە پەقەت ئىككىلا دىكتورنى 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 چۈشەندۈرۈپ بولۇش مۇمكىن ئەمەس). ئېنىقلىشىڭىزنىڭ نىسپىيلىك نەزەرىيىسى بويىچە ئېيتقاندا، 60 سېكۇنت بىر ئاڭلىغۇچى ئۈچۈن ئېيتقاندا، ناھايىتى ئۇزۇن بىلىنىشى مۇمكىن، لېكىن پۇل تۆلەگەن ئادەم ئۈچۈن بەكلا قىسقا بىلىنىدۇ. تۆۋەندە سىزگە بەزى رادىئو سودا ئېلانلىرىنىڭ ماھارىتىنى تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن.

بىرىنچى ماھارەت يېنىڭىزدا ئادەم يوقتەك ھېس قىلىڭ. چوڭ بىر زالدا 100 مىڭ ئادەمگە نۇتۇق سۆزلەۋاتقانداك ھېسسىياتتا بولماڭ. ئۆزىڭىزنى بىر ئاغىنىڭىز بىلەن پاراڭلىشىۋاتقانداك ھالەتتە تەسەۋۋۇر قىلىڭ. ئۇنىڭغا: «ماڭا قارا، ساڭا دېمەكچى بولغىنىم، مەن بايىلا ياخشى بىر نەرسىگە ئېرىشتىم» دەڭ، ئاندىن كونكرېت مەزمۇنىنى ئاددىي، چۈشىنىشلىك قىلىپ سۆزلەپ بېرىڭ.

ئىككىنچى ماھارەت مەھسۇلاتىڭىزنى تونۇشتۇرغاندا، مۇزىكا

ياكى باشقا ھەرقانداق ئارقا كۆرۈنۈشنى ئىشلەتمەڭ، پلاستىنكا ساتماقچى بولسىڭىز بۇ باشقا گەپ (لېكىن مېنىڭ بىلىشىمچە، پلاستىنكا سېتىشتا ئەڭ ياخشى رادىئو ئارقىلىق ئەمەس، پوچتا ئارقىلىق سېتىش شەكلىنى قوللىنىڭ). مۇزىكىنى باشلىنىشتا بەرسىڭىز بولىدۇ، لېكىن باشتىن - ئاخىر بەرسىڭىز ئاڭلىغۇچىلارنىڭ دىققىتىنى چېچىۋېتىدۇ.

ئۈچىنچى ماھارەت زاكاز قىلىش ئۇچۇرىنى ئاز دېگەندىمۇ 20 سېكۇنت بېرىش كېرەك. مەسىلەن، مەھسۇلاتنىڭ سانى ۋە سېتىۋالدىغان 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 - 5 - 7» تاكتىكىسىنى ئىشلىتىش. تىن ئىمكان بار ساقلىنىڭ. سان كۆپ بولۇپ كەتسە ئاڭلىغۇچىلار گاڭگىراپ قالىدۇ.

بەشىنچى ماھارەت ئالاقىلىشىش ئادرېسىڭىز ئاددىي بولسۇن. ئەگەر مۇمكىن بولسا، رادىئو پونكىتىغا خەت سالغاندىكى ئادرېسنى ئىشلىتىڭ. چۈنكى، دىكتور بۇ ئادرېسنى قايتا - قايتا ئاڭلىتىپ تۇرىدۇ، ئاڭلىغۇچىلار بىرىنچى قېتىم ئېنىق ئاڭلىيالايمىغان تەقدىردىمۇ، ئىككىنچى قېتىم ئاڭلىيالايدۇ. ئاڭلىغۇچىلارغا لوس ئانگېلىستىكى KDRM نىڭ Widgets شىركىتىگە ئۈچ دوللار ئەۋەتسىڭىز بولىدۇ، ئادرېسىڭىزنى رادىئو پونكىتى چوقۇم بىلىدۇ. خان 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 ياخشى مۇرەككەپ كوچا ئادرېسى ئەمەس،

وچتا ساندۇقىنىڭ ئادرېسىنى ئىشلىتىڭ. يەنە بىرى، ئەڭ ياخشى- سى ئالاھىدىلىكى بار پوچتا ساندۇقىنىڭ ئادرېسىنى تاللاڭ، نومۇر- ىڭ سانى ئاز بولسۇن، ئىمكان بار ئۈچ خانىدىن ئېشىپ كەتمەسۇن.

ئالتىنچى ماھارەت سىز قويغان باھا پۈتۈن سان بولسۇن، بۇ ئاڭلىتىشقا 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 ئىشەنچ- لىك دەرىجىسىنى ئاشۇرىدۇ. ئېسىڭىزدە بولسۇن، كىشىلەر ئۆزلى- رى ئىشەنگەن ئادەمگىلا يانچۇقىدىكى پۇلنى چىقىرىدۇ. بۇ نۇقتىغا يەتمەك ئاسان ئەمەس، قايتا - قايتا ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشكە توغرا كېلىدۇ. سىز ئەڭ ياخشىسى، نېمە يېزىلغان بولسا شۇنى ئوقۇپ بەرمەڭ، ئەمەلىيەتنى ئاساس قىلىپ كېڭەيتىڭ. سىز ئورد- گىنال ئوقۇشقا ئانچە ئادەتلىنەلمەسلىكىڭىز مۇمكىن، شۇڭا ئاڭلىد- تىۋاتقان ماتېرىيال بىر ئاز يېقىمىسىز ئاڭلىنىشى مۇمكىن. باشقىد- لارغا چوقۇم تەبىئىي، يېقىملىق ئاڭلىنىدىغان بولۇشى كېرەك.

تېلېۋىزور ئېلاننى

سىزنىڭ ئېلاننى نەق مەيداندا بىۋاسىتە ئاڭلىتىشىڭىزغا يول قويىدىغان رادىئو پونكىتلىرى ناھايىتى ئاز، لېكىن ئۈنۈمدىن ئېيتقاندا، نەق مەيدان ئاڭلىتىش تېخىمۇ بىۋاسىتە، تېخىمۇ ئۆزگە- چە بولىدۇ. بۇنداق ئېلان مەھسۇلاتلار كۆرگەزمىسىگە بەك ماس كېلىدۇ. بۇ خېرىدارلارنىڭ مەھسۇلاتنىڭ ئىقتىدارىنى تېخىمۇ ئىچ- كىرىلەپ چۈشىنىشىگە پايدىلىق. بولۇپمۇ، مەھسۇلاتنىڭ بەزى

ئۆزگىچە ئالاھىدىلىكلىرى تونۇشتۇرۇلغاندا، تاماشىبىنلاردا چوڭ- قۇر تەسىر قالدۇرىدۇ. تۆۋەندە تېلېۋىزور ئارقىلىق سېتىشنىڭ بىرنەچچە ماھارىتىنى تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن.

بىرىنچى ماھارەت رادىئو ئارقىلىق سېتىش ماھارىتلىرىنىڭ ھەممىسىنى باشقىدىن كۆرۈپ چىقىڭ، بۇ ماھارىتلەر تېلېۋىزور ئارقىلىق سېتىشقا ئاساسەن ماس كېلىدۇ.

ئىككىنچى ماھارەت يالغۇز ئالاھىدە ماھارىتتىلا قوغلىد- شىپ، ئېلاننىڭ كۆرۈنۈشىنى بۇزۇپ قويماڭ. گۈزەل سەنئەت تەھرىرلىرى ئادەتتە مۇشۇنداق پۇرسەتلەردە ئۆز تالانتىنى نامايان قىلىۋېلىشنى ياخشى كۆرىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، خېرىدارلار ئېلان- نىڭ 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 سۆزلە- سىڭىزمۇ بولىدۇ. ئېلان تېكىستىنى تېلېكامېرانىڭ ئۈستى تەرىپىد- گە ئورۇنلاشتۇرۇپ قويۇپ، خەۋەر ئوقۇغاندەك ئوقۇپ بەرسىڭىز بولمايدۇ. بۇنداق قىلىشنىڭ زىيىنى: بىرىنچىدىن، كىشىلەر سىز- نىڭ ئېلان ئوقۇۋاتقانلىقىڭىزنى سېزىۋالىدۇ؛ ئىككىنچىدىن، سىز- نىڭ 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، چۈ- شەندۈرۈش سۆزى بىلەن خەتنىڭ بىرلىككە كېلىشىگە دىققەت قىد-

لىك. بولمىسا خەبەرلەرلارغا ئەمەتنىڭ دوپپىسىنى سەمەتكە كىيگۈ-زۈپ قويغاندەك تۇيغۇ بېرىپ قويىسىز. بۇ ئېلاننىڭ 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 مەھسۇلاتىنى تېخىمۇ يارقىن-لاشتۇرىدۇ. ئەگەر مەھسۇلاتىنى يىراقتىن تارتسا، قارىماققا غۇۋا كۆرۈنۈپ قالىدۇ، بۇ تاماشىبىنلاردا قەستەن بىر نەرسىنى ياپماقچى بولغاندەك تۇيغۇ پەيدا قىلىپ قويىدۇ. سىز پاراڭلىشىۋاتقاندا تەلەپپۇزدا سۆزلەڭ، لېكىن تاماشىبىنلار سەمىيىتىڭىزنى ھېس قىلسۇن.

ئالتىنچى ماھارەت ئېلان مەزمۇنى ئاددىي، چۈشىنىشلىك بولسۇن.

ژۇرنال ئېلانى

بارلىق ژۇرناللار كۆپۈنگۈ بەتلىك باسما ۋە رېزىنكا باسما شەكلىدە بېسىلىدۇ. مەيلى قايسى خىلدىكى باسما شەكلى ئىشلىتىلسۇن، سىز ئىشلەيدىغان تەييارلىقلار ئوخشاش بولىدۇ. كۆپ قە-سىم ژۇرناللار ئېلاننىڭ بېتىنى ئۆزلىرى ياسىماقچى بولىدۇ. لېكىن، مەن سىزگە ئۆزىڭىز ياساش توغرىسىدا تەكلىپ بېرىمەن، ئۇلارغا تەييار بەتنى بېرىڭ. بۇنىڭدا ھەم ۋاقىتتا ئۇنقىلى، ھەم خاتالىقتىن ساقلاغىلى بولىدۇ. ئۇلار رېزىنكا باسمىدا بېسىشنى بەكرەك خالايدۇ. ئەگەر كۆپۈنگۈ بەتلىك باسمىنى ئىشلەتسە، ھەر-بىر كۆپۈنگۈ بەتنى تاللاپ بېرىپ، ئۇلارغا ھەقنى 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 دىيۇم 14 قۇر ئەتراپىدا بولىدۇ (بىر دىيۇم ئەڭ كىچىك بىرلىك). سىزنىڭ ئېلاننىڭ 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 گېزىتىنىڭكىگە قارىغاندا ئوچۇق چىقىدۇ. لېكىن، خەت بەك كىچىك بولۇپ كەتمە-سۇن، بولمىسا ئوقۇرمەنلەر ئېلاننى ئوقۇيالمىدۇ. مەن ئىلگىرى بىر ئېلاننى كۆرگەن، خېتى چاچقا چېكىلگەن «ئىنجىل» نىڭكىدەك ئۇششاق، ھەرگىز ئوقۇغىلى بولمايدۇ.

مەن ژۇرنالغا ئۇزۇن ئېلان بېرىشنى ياخشى كۆرىمەن. يوق دېگەندە بەتتىڭ ئۈچتىن ئىككى قىسمىنى ياكى پۈتۈن بىر بەتنى ئىگىلىشى كېرەك. بۇنداق بولۇشىدىكى سەۋەب: بىرىنچىدىن، مې-نىڭ دەيدىغان گەپلىرىم نۇرغۇن؛ ئىككىنچىدىن، پىسخىكا نۇقتى-سىدىن ئېيتقاندا، مېنىڭچە بۇنداق قىلىش مەھسۇلاتنىڭ مۇھىملى-قىنى تېخىمۇ گەۋدىلەندۈرىدۇ، 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 قىيىمىغاچقا، ئېلانى ھېچقانداق ئۈنۈم كۆرسىتەلمەيدۇ. مەن شۇنداق ئويلايمەن، چۈمۈ-لىنىڭ تاللاپ ئۆلتۈرگەندىن، شىرنىڭ بىرلا چىشلەپ ئۆلتۈرگەنى 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 بېرە-
لەيدۇ.

ژۇرنالغا ئېلان بېرىشنىڭ ئالتۇن ۋاقتى ھەر يىلىدىكى 1 -
ئاي، 2 - ئاي، 3 - ئاي، 4 - ئاي، 5 - ئايدۇر. 6 - ئايدا
ئۈنۈمى تازا ياخشى بولمايدۇ، 7 - ئاي ۋە 8 - ئايلاردا ئۈنۈمى
ئەڭ ناچار بولىدۇ؛ 9 - ئاي، 10 - ئاي ۋە 11 - ئايلاردا
تىجارەتنىڭ ئەسلىگە كېلىش ۋاقتى. 12 - 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 - ئايمۇ ژۇرنالدا ئېلان
بېرىشنىڭ ئەڭ ياخشى پەيتى ھېسابلىنىدۇ، بۇنىڭدا مەھسۇلات كې-
يىنكى ئاينىڭ 15 - كۈنىدىن ئىلگىرى بازارغا سېلىنىپ بولۇشى
كېرەك.

مىلاد بايرىمىنىڭ گېپىگە كەلسەك، ئەگەر مىلاد بايرىمىغا
مۇناسىۋەتلىك بۇيۇملارنى سېتىش ئېلاننى گېزىتكە بەرمەكچى بول-
سىڭىز، ئەڭ ياخشىسى پەرىشتىلەر بايرىمىدىن كېيىن، 11 -
ئاينىڭ 15 - كۈنىدىن ئىلگىرىگە ئورۇنلاشتۇرۇڭ.

لېكىن، دىققەت قىلىشقا تېگىشلىكى، سىز كەڭ دائىرىلىك
تىجارەت قىلىۋاتقاندا، ژۇرنال بازارغا سېلىنىدىغان ئايغا چوقۇم
ئۈلگۈرىشىڭىز كېرەك. چۈنكى، ژۇرنالنىڭ مۇقاۋىسىغا بېسىلغان
ۋاقىت بىلەن ئېلان بازارغا چىقىشقا تېگىشلىك ۋاقىت بىر يەرگە
كېلىشى ناتايىن.

ئەگەر ژۇرنال 1 - ئايدا تارقىتىلىدىغان بولسا، لېكىن ئېلان-
نىڭ ۋاقتى 12 - ئاينىڭ 15 - كۈنىگىچە بېكىتىلگەن بولسا، سىز
چوڭ ئاۋارچىلىككە ئۇچرىغان بولىسىز.

شۇڭا، مەن ئادەتتە 2 - ئاينىڭ ژۇرنالنى سېتىۋې-

لىپ، 1 - ئايدىن كېيىنكى مەھسۇلاتلارغا قارايمەن. بەزى ئۇششاق
ژۇرناللارنىڭ چىقىش ۋاقتى نەچچە ئاي كەينىگە سۈرۈلۈپ كېتىشى
مۇمكىن. مەسىلەن، 7 - ئايدا تارقىتىلغان ژۇرنالغا 4 - ئاينىڭ
ئېلانلىرى بېسىلغان بولۇشى مۇمكىن. ھازىر سىز ھەر خىل ئېلان-
لارنى قانداق يېزىش ئۇسۇلى ۋە ماھارىتىنى چۈشىنىپ ئۆتتىڭىز!
لېكىن، تەشۋىقات ۋاسىتىلىرى بىلەن مۇئامىلە قىلغاندا، قان-
داق قىلىپ ھەم پۇلنى تېجەپ قالغىلى، ھەم خاتالىقتىن ساقلانغىلى
بولىدۇ؟ كېيىنكى باققا قاراڭ.

ئون بەشىنچى باب

ئەڭ ياخشى ۋاقىت ۋە ئېلان ئورنىنى قانداق سېتىۋالغىلى بولىدۇ

بىۋاسىتە سېتىش تىجارىتىنىڭ يوللىرىنى سىزگە بىرنى قال-
دۇرماي سۆزلەپ بېرىشتىن ئىلگىرى، بەزى گەپلەرنى دەۋالماقچى.
ئەلۋەتتە، مەن قىلغان ۋەدەمدە چوقۇم تۇرىمەن. لېكىن، دېمەكچى
بولغىنىم، سىزگە ھەممە ئىشنى سۆزلەپ بېرەلمەيمەن. پۈتۈن
پاكتىنى سۆزلەۋەتسەم، ماڭغۇ ھېچقانداق زىيىنى يوق، لېكىن
مەن بىلەن تىجارەت قىلىۋاتقان ئادەملەرگە ۋە مېنىڭ خۇلاسىمگە
تايىنىپ تىجارەت قىلىۋاتقان ئادەملەرگە تەسىر يېتىپ قالىدۇ.
مەن ساقلىماقچى بولغان مەخپىيەتلىك بولسا: سىز ئۈچۈن
ئېلان بېرىش ھوقۇقىنى ئالغان گېزىت، ژۇرنال، رادىئو ئىستان-
سىسى ۋە تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىلىرىنىڭ 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 چو-
قۇم پايدا ئېلىپ كېلىدۇ.

سىز بەلكىم داڭلىق تەشۋىقات ۋاسىتىلىرىنىڭ تىجارەتتە سىز
بىلەن مەمكارلىشىشنى خالايدىغان - خالىمايدىغانلىقىغا گۇمان
بىلەن قارىشىڭىز مۇمكىن. لېكىن، سىز ئۇلارغا سەمىمىيىتىڭىز-
نى بىلدۈرسىڭىز، ئىشەنچلىك تەسىر بەرسىڭىزلا، ئۇلارنىڭ ئېلان-
ڭىزنى قوبۇل قىلىشىنى چوقۇم قولغا كەلتۈرەلەيسىز.
بۇ تۈردىكى سودا P. I. دەپ ئاتىلىدۇ. بۇ ئىككى ھەرىپنىڭ

مەنىسى «ھەر قېتىمدا تەشۋىقات ۋاسىتىلىرىگە قانچىلىك پايدا ئاپ-
رىپ بېرىسىز» دېگەن بولىدۇ.

بەلكىم نۇرغۇن زاۋۇت خوجايىنلىرىنىڭ تەشۋىقات ۋاسىتىلى-
رىگە ئاجرىتىپ بېرىدىغان پايدا نىسبىتى بىر قەدەر تۆۋەن بولۇشى
مۇمكىن، لېكىن مەن ئادەتتە ھەربىر زاكازنىڭ %50 پايدىسىنى
تەشۋىقات ۋاسىتىسىگە ئايرىپ بېرىمەن. ئالدى بىلەن، بۇ چىقىم
خام چوتۇم دائىرىسى ئىچىدە بولىدۇ؛ يەنە بىرى، مەن ئۇلارنىمۇ
مەنپەئەتكە ئېرىشتۈرىمەن. چۈنكى، ئۇلارغا پايدىنىڭ تەمىنى تېتىم-
قاندىلا، ئۇلار ئاندىن سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنىڭ سېتىلىشىغا كۈچ
چىقىرىدۇ. شۇ نەرسە ئېسىڭىزدە بولسۇن، گەرچە دەسلەپكى ۋاقىت-
لاردا پايدا چەكلىك بولسىمۇ، لېكىن قايتىدىن ئېرىشكەن زاكاز
ناھايىتى قىممەتلىك بولىدۇ.

P. I. سودىسىدا ۋاكاز بىۋاسىتە تەشۋىقات ۋاسىتىلىرىگە ئەۋە-
تىپ بېرىلىشى مۇمكىن، تەشۋىقات ۋاسىتىلىرى 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 قوللىڭىزغا بىۋاسىتە كېلىدىغان بولغاچقا، ئۇلار
سىزنىڭ قانچىلىك زاكاز تاپشۇرۇۋالغانلىقىڭىزنى، يەنە بىر قېتىم
مۇلازىمەت قىلىشقا موھتاج ياكى ئەمەسلىكىڭىزنى بىلەلمەيدۇ. ئە-
مەلىيەتتە، ئۇلار ھېچنېمىنى بىلمەيدۇ، لېكىن سىزگە ئىشىنىشى

كېرەك. مەلۇم مەنبەدىن ئېيتقاندا، بۇ پايدىغا ئېرىشىدىغان بىر نەرسە. ئېنىقكى، سىز ئۈنۈمگە ئېرىشىش ئۈچۈن، ژۇرنالدىن ئېلان ئورنىنى داۋاملىق سېتىۋالسىز. 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 بولىدۇ. سىز. ھېچقانداق پايدىغا ئېرىشەلمىگەن ئەھۋال ئاستىدا، بۇ ژۇرنالغا نېمە ئۈچۈن داۋاملىق مەبلەغ سېلىۋېرىسىز؟ بۇنىڭ ئەڭ ياخشى جاۋابى، ئۆزۈننى كۆزلىگەندە، مۇشۇنداق قىلىش ھەققىدە تەن ئەرزيدۇ.

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 ۋاسىتىلىرى 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 بىۋاسىتە سېتىش تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان ئېلان خېرىدارلىرى بىلەن «P. I.» ياكى «H. I. N» كېلىشىمى ئىمزالىسا بولىدۇ.

گەپ بۇ يەرگە كەلگەندە، بەلكىم سىز نېمە ئۈچۈن بىۋاسىتە 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 سۈنۈپ 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 قىلغان 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 مەنۇت - سېكۇنت بويىچە ھېسابلىنىدۇ. 60 سېكۇنت ۋاقىت كۆزنى يۇمۇپ - ئاچقۇچە ئۆتۈپ كېتىدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، نەشرىيات سودىگەرلىرىگە ئوخشىمايدىغان يېرى، ئۇلارنىڭ تەدبىرىنى بېسىلىدىغان قەغەزنىڭ ئاز - كۆپلۈكى ئارقىلىق كونترول قىلالىشى مۇمكىن ئەمەس. دىكتورلارنىڭ ھەر كۈنى رادىئو ئىستانسىسىدا قانچە سائەت تۇرۇشى بېكىتىۋېتىلگەن، ئۇلار پروگراممىنىڭ ئۆزۈلۈپ 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 قىسمى كىرىمى مۇشۇندىن كېلىدۇ. ئەمەلىيەتتە، تېكىساس 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 مەنۇت، بىر سېكۇنتنىمۇ ئىسراپ قىلماسلىق.

ئەگەر مەبلەغ يېتىشمەسە ياكى جىددىيەرەك 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 ۋاسىتىلىرىنى تاللاپ يۇقىرىقى ئېلانلارنى بېرىمەن. بۇنىڭدا مەن ئويىڭىڭىزنى 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، ھەرقاندىقىدا 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 ئۆزلىرىدىن بىرىنىڭ تەشۋىق قىلىشقا ياخشى كۈچ چىقارمىغانلىقىدىن بولغانلىقىنى چۈشىنىدۇ، بۇنىڭ ئۈچۈن خىجىل بولىدۇ، ئەگەر ئېلاننىڭ ئۈنۈمى ياخشى بولسا، ئىككىنچى 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 ۋاسىتىسىدە ئېلان بېرىشنى ئېيتقاندا، مەن ئۆزۈمگە مەلۇم ئورۇن قويۇپ قويىمەن. مەن بەلكىم: «چەكلىك ئوقۇرمەن، ئاڭلىغۇچى ۋە كۆرۈر. مەنلەرگە 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 جىنىسى، 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، ئۆتۈشكەن تەقدىردىمۇ ماڭا ھېچقانداق زىيىنى يوق. بۇنىڭدا تەشۋىقات ۋاسىتىسى بىر بولسا مېنىڭ يېنىمدىن نۇرغۇن پۇل ئۆتۈۋېلىدۇ، بىر بولسا ئازراقلا پۇل ئۆتۈۋېلىدۇ. مەنپەئەت ئېلىپ كېلىشتىن ئىلگىرى، ئېلان ھەققى مەڭگۈ ئەرزان بولمايدۇ؛ ئەگەر مەنپەئەت ياخشى بولسا، ئېلان ھەققى ھېچقانچە پۇل ھېسابلايدۇ. قىسقىسى، ھەممىسى قارىمۇقارشىلىق نۇقتىسىدىن

ئېيتىلغان.

خوش، يېتەرلىك بىلىم ۋە تەييارلىققا ئىگە بولغاندىن كېيىن، تەشۋىقات ۋاسىتىلىرىگە بېرىلىدىغان ئېلانى 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، ئېلانى 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 چۈشەنسەڭىزلا، ھەر خىل ماھارەتلەرنى ئىشقا سېلىپ يۈرۈپ، نۇرغۇن پۇلنى ئىقتىساد قىلىپ قالالايسىز. كۆپ ۋاقىتلاردا مەن دېگەن باھادىن 20%~50% كىچە ئاز تۆلەيمەن، تېخى بەزىدە ئۈنىڭىنىمۇ يۇقىرى بولىدۇ.

مەن باشقىلارغا سودا قىلىدىغانلىقىمدىن بېشارەت بەرمەيمەن. مەن تۆلىگەن باھا تەشۋىقات ۋاسىتىسىنى چوقۇم مەنپەئەتكە ئىگە قىلىدۇ، مېنىڭ ئېلانلىرىمنىمۇ مۇناسىپ پايدىغا ئېرىشتۈرىدۇ. ئەگەر باھانى بەك ئۆزلىتىۋالسا، مەن ھاۋا يەپ، شامال كېكەرسەم 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 ئالالايدىغانلىقى.

قىنى بىلىدىغانسىز» دېدىم.

«بىلىمەن، — دېدى ئۇ، — لېكىن ئۇ مەن بىلەن ئۆزلۈك-دىن باھا تالاشمىسا، مەن قوپۇپ باھا تالاششقا ئۈندەيمەنمۇ. يەنە كېلىپ، ئوقەتكە يېڭى كىرىشكەن نۇرغۇن كىشىلەر باھانى قانچەلىك چۈشۈرسە مۇۋاپىق بولىدىغانلىقىنىمۇ بىلمەيدۇ. مەن ئۈچۈن ئېيتقاندا، ئۇلار ئۆزلىرىنى كۆپ پايدا ئالدىم دەپ ھېس قىلىسلا بولىدۇ.»

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 تۇتۇۋالالمىغان، بەزىدە سەل نېرى — بېرى بولۇپ قالدىغان 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 ئۈنىڭىنىمۇ 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 تەسسىس قىلىدۇ. مۇشۇنداق نۇسخىدا ئېلان بېرىش بىۋاسىتە سېتىش سودىگەرلىرىگە ناھايىتى ماس كېلىدۇ. دۆلەت ئىچىدە خېلى كەڭ دائىرىدە تىجارەت قىلىۋاتقان بىۋاسىتە 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 ئېلاننىڭىزنى 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 ئېرىشىشىڭىز 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 قويدۇ. يەنە بەزى سودىگەرلەر ژۇرنال تەھرىراتىنى ئېلانغا كېرەكلىك بولغان بۇيۇملار بىلەن تەمىنلەيدۇ. ئۇلار ئاستىرتتىن سودىلىشىپ، ئەرزىان 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 سېتىۋالدىغان 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 شۇ غۇللانماقچى بولسىڭىز، ئەڭ ياخشىسى، ئېلان ۋاكالىت ئورنىدىن بىرنى تەسسىس قىلىڭ.

بۇ جەريان ناھايىتى مۇرەككەپ، تىجارەت كىنىشكىسى ۋە ئىش-خانا لازىمەتلىكلىرى ئېلىشىڭىزغا توغرا كېلىشى مۇمكىن. يەنىمۇ بىر قەدەر ئىلگىرىلەپ ئويلىغاندا، تىجارەت كىنىشكىسىغا موھتاج بولماسلىقىڭىزمۇ مۇمكىن. بۇ ئىشقا شۇنچىلىك كۆپ پۇلنى سېلىدۇ. ئەتىڭىز 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 ۋاكالىت ئېتىبارى بىلەن تەمىنلەيدۇ. گەپنىڭ راستىنى ئېيتقاندا، بەزى مۇتەئەسسىپ، قاتمال تەشۋىقات ۋاسىتىلىرى سىزنى ئالدامچى ئېلان ۋاكالىتچى سودىگىرى دەپ قارىشى مۇمكىن. چۈنكى، ۋاكالىتچى سودىگەرلەر مالىيىنى مۇقىم قىلىپلا قالماي، يەنە ئۇلاردىن مەلۇم مۇلازىمەت مىقدارى بولۇش تەلەپ قىلىنىدۇ. كۆپ ساندىكى كىچىك ۋە ئوتتۇراھال ۋاكالىت 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 ئىز-دەپ «P. I.» سودىسى قىلىشىڭىزنىڭ ھاجىتى يوق، ئېلان ۋاسىتى-چىسىنى ئىزدىسىڭىزلا بولىدۇ. ئەگەر سىزدە ھەقىقەتەن ئېسىل مەھسۇلاتلار بولسا، ئۇلارنىمۇ مۇشۇ ئۇسۇلدىن پايدىلىنىپ ئېلان قىلىشىڭىز بولىدۇ.

لېكىن، ۋاسىتىچى سىزدىن سېتىۋېلىش زاكازلىرىنىڭ ئۆز-لىرىگە ئەۋەتىلىشىنى تەلەپ قىلىشى مۇمكىن. ئۇلارنىڭ مەقسىتى چىقىمىنى بىۋاسىتە تولدۇرۇۋېلىش، ھەتتا ئاشۇرۇپ تولدۇرۇۋې-لىش. بۇ ئۇلار كۆزلىگەن چىقىمىنى تولدۇرماي تۇرۇپ، سىزنىڭ بىر تىيىنىشىمۇ ئېرىشەلمەيدىغانلىقىڭىزدىن دېرەك بېرىدۇ. ئۇلار كۆزلىگەن كىرىمگە ئېرىشكەندىن كېيىن، سىزنىڭ ئېرىشكىنىڭىز پەقەت كېلىشىمىدە 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، ۋاسىتىنىڭ زاكازلارنى بىر تەرەپ قىلىش ۋاقتى بىر ھەپتە ياكى بىر ئايغا سوزۇلۇشى مۇمكىن. بۇنىڭدىن كۆرۈنۈپ تۇرۇپتىكى، سودا ۋاقتى قانچە ئۇزۇنغا سوزۇل-غانسېرى، خېرىدارلارنىڭ پىكرى شۇنچە چوڭ بولىدۇ. لېكىن، ۋاسىتىچىنىڭ بۇنىڭ بىلەن كارى يوق، شۇڭا ئاخىرقى ھېسابتا زىيانغا ئۇچرايدىغىنى يەنىلا سىزنىڭ مەنپەئىتىڭىز بولىدۇ.

ئەگەر سىز ۋاسىتىچى ئارقىلىق ئېلان سېتىۋالماقچى بولسى-ڭىز، بۇ خۇددى «يېنىڭىزغا قورال ئالماي، يېرىم كېچىدە مەركە-زىي باغچىغا سەيلىگە چىققان» دەك ئىش بولىدۇ. سىز راستتىنلا ئاشۇ ۋاقىتتا سەيلىگە چىقىشىڭىز، يېنىڭىزغا ئەڭ بولمىغاندا، سۇ

تاپانچىسى بولسىمۇ ئېلىۋېلىڭ. مەن ئىلگىرى نەچچە قېتىم زەربىگە ئۇچرىغان.

مەن سۆزلەپ ئۆتكەن بۇ ماھارەتلەر بۇ كەسىپ بىلەن شۇغۇللى-دىغان ئادەملەر ئۈچۈن ھازىرچە يېتەرلىك. لېكىن، سىز ئۇلۇغ-ۋار تەسەۋۋۇرىڭىزنى كەڭ يېيىشتىن ئىلگىرى بۇ ماھارەتلەرنى ئەڭ ياخشىسى ئۆزىڭىزنىڭ يۇرتىدىكى ئېلان ساھەسىدە تاۋلاپ چىقىڭ. سىز تاۋلاشنى ئاخىرلاشتۇرغاندىن كېيىن، سەل تۇرۇپ، سىزگە ئەسقاتىدىغان بەزى ئادەملەرنىڭ ئىسىملىكىنى تونۇشتۇرىد-مەن.

لېكىن، ئەگەر ھازىر تولۇق تەييارلىق بىلەن تۇرغان بولسى-ڭىز، 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 ئىشلەش-نىڭ بەزى ماھارەتلىرى.

بىرىنچى ماھارەت گېزىتتە پوچتا ئارقىلىق سېتىۋېلىش ئىستىونى بولسىمۇ، ئېلاننى ئۇ يەرگە بەرمەڭ.

چۈنكى، سىز ئېلان بېرىشنى تېخى ئەمدىلا باشلىدىڭىز، ئو-قۇرمىنىڭىز ئانچە كۆپ بولمايدۇ، شۇڭا ئېلاننى بەك كەڭ ھەجىم-لىك بېرىۋەتمەڭ، لايىھىلىنىشىمۇ بەك مۇرەككەپ بولۇپ كەتمە-سۇن. مېنىڭ تەجرىبەمدىن قارىغاندا، ئادەتتە پوچتا ئارقىلىق سې-تىۋېلىش ئىستىونىغا ئېلان بەرگەن ئادەملەر مەلۇم نەرسىنى سېتىد-ۋېلىش كويىدا يۈرگەن ئادەملەردۇر. يەنە بىر خىل ئېھتىماللىق، ئۇ سودا ساھەسىدىكى ئادەم، مۇشۇ ئۇسۇل ئارقىلىق رىقابەتچىسىد-

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 قېتىملىقىلا بولىدىغانلىقىنى بايقايسىز. ئەلۋەتتە، ئالاھىدىرەكلىرىمۇ بار، يەنى بەزىلەر سىزنى ئۇچۇرنى ئەركىن تارقىتىشقا قايتا - قايتا تەكلىپ قىلىپ، ئاندىن سىزگە باھاسى نەچچە يۈز دوللارلىق مۇنا. سىۋەتلىك دەرسلىرىنى ساتماقچى بولىدۇ. تۆۋەندىكى ماھارەت مۇۋەپپەقىيەتلىك ئېلان سودىگىرى بولسەن دەيدىغان ئادەم ئۇچۇن تېخىمۇ كەم بولسا بولمايدىغان ماھارەت. ئىككىنچى ماھارەت ئېلاننىڭ 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 ئۇچۇن 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 ئەر قۇرمەنلەرمۇ ئوخشاشلا كۆرەلەيدۇ. 16 يىللىق كەسپىي ھاياتىمدا بۇ قائىدىگە چۈشمەيدىغان بىردىنبىر مىسالنى كەسپىي توسالغۇغا دائىر بىر كىتابتا كۆردۈم. ئۇنىڭدىكى ئېلان مۇھىم ئورۇنغا بېرىلگەن، بەلكى مەلۇم كۈنكەپت بابىنىڭ ئىچىگە بېرىلگەن.

كۆپ ساندىكى گېزىتلەر ئېلان ئورنىنى سىزگە تاللاشتۇرمايدۇ. بىز ئۇچۇن ئەڭ چاتتىقى مۇشۇ. چۈنكى، ئېلاننىڭ ئورنى ئېلاننىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش - قازىنالماسلىقىنى بەلگىلەيدۇ. ئېلاننى باش بەتنىڭ ئوڭ تەرىپىگە بەرگەن ياخشى. ئەڭ ياخشى شىسى، ئوتتۇرا قىسمىنىڭ يۇقىرى تەرىپىدىن ئورۇن ئالسۇن. ئەگەر مۇمكىن بولسا، ئېلاننى بەتنىڭ قىرغىغىراق ئورۇنلاشتۇرۇڭ.

مەلۇم دەرىجىدىن ئېيتقاندا، ئېلاننىڭ ئورنى بەلگىلىك قانۇندىن يەتكەن ئەمەل قىلىشى كېرەك. بۇ ئېلاننىڭ ئۈنۈمىنى بەلگىلەيدۇ. گېزىتنىڭ ئېلانغا مەسئۇل خادىمى سىزگە ھەرخىل تەكشۈرۈشلەرنى كۆرسىتىپ، ئېلاننىڭ قايسى ئورۇنغا قويۇشنىڭ مۇھىم ئەمەلىيلىكىنى ئىسپاتلىماقچى بولۇشى مۇمكىن. لېكىن، مەن ئۇنىڭ چۈشەندۈرۈشلىرىگە ئىشەنمەيمەن. مەن ئىلگىرى نەچچە مىلليون دوللار خەجلىپ ئۆزۈم تەكشۈرۈش ئېلىپ بارغان، نەتىجىدە ئېلاننىڭ ئورنى ئېلاننىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك ئۇچۇرى بىلەن مۇناسىۋەتلىك ئىكەنلىكى ئىسپاتلانغان.

ئويلاپ بېقىڭ، ئەگەر ئۇنداق بولمىسا، ئۇلار ئەڭ مۇھىم خەۋەرنى نېمە ئۇچۇن باش بەتنىڭ يۇقىرىغىراق توغرا كېلىدىغان بېكىتىلگەن ئورۇنغا بېرىدۇ. ماڭا ئىشىنىڭ، سىزنىڭ ئېلاننىڭ قانچە ئالدىغا بېرىلسە، ئوقۇيدىغان ئادەملەر شۇنچە كۆپ بولىدۇ. ئەمدى مۇزاكىرىلىشىپ باقايلى، ئېلاننىڭ قانداق قىلغاندا ئەڭ ياخشى ئورۇننى تاپقىلى بولىدۇ؟ سىز گېزىتكە دىققەت قىلىپ باقسىڭىز بولىدۇ، بىر ھەپتە ئىچىدە قايسى كۈندىكى گېزىتنىڭ

ئىز باشقىلارغا يېڭىلىق تۇيغۇسى بېرىسىز. سىز تۇرۇۋاتقان ئورۇندا گېزىت، رادىئو ۋە تېلېۋىزور ئارقىلىق ئېلان بېرىش ئىنتايىن ئەۋزەللىككە ئىگە ئىش. ئەڭ بولمىغاندا، ئېلانلارنى سىرتتىن كېلىدىغان خېرىدارلارنىڭ باھاسىدا سېتىۋالغاندىن كۆپ ياخشى. مەيلى قانچىلىك پۇل خەجلەڭ، تۆۋەن تەننەرخ ئەۋزەللىككە ئېرىشىسىز. چۈنكى، ئالدىدا ئېيتىپ ئۆتكەننىمىزدەك، تەشۋىقات ۋاسىتىلىرى يەرلىك خېرىدارلار بىلەن سىرتتىن خېرىدارلىرىغا ئوخشاش مۇئامىلىدە بولمايدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا، سىز يەرلىك خېرىدار بولۇش سۈپىتىڭىز بىلەن، مەيلى قانداق بولسۇن، تۆۋەن تەننەرخ ئەۋزەللىككە ئېرىشىسىز. شۇڭا، ئەگەر تەييارلىقىڭىز پۈتكەن بولسا، گېزىتنىڭ ئېلان بۆلۈمى بىلەن ئالاقىلىشىڭ! ئەگەر سىز باشقا يەرنىڭ گېزىتىدە ئېلان بېرىشتە چىڭ تۇرىسىڭىز، ئۇنداقتا ئېلان بۆلۈمىنىڭ خادىملىرى كونكرېت قانداق قىلىش كېرەكلىكىنى ئېيتىپ بېرىدۇ.

رادىئوغا ئېلان بېرىش ماھارىتى

بىرىنچى ماھارەت خەۋەر، سەھرا مۇزىكىسى ۋە غەرب مۇزىكىلىرىنى بېرىشنى ئاساس قىلغان رادىئو ئىستانسىسى ئېلان بېرىشكە ئەڭ مۇۋاپىق كېلىدۇ؛ ھازىرقى زامان مۇزىكىلىرى، ئوتتۇرا تىپتىكى مۇزىكا ۋە كلاسسىك مۇزىكىلارنى بېرىشنى ئاساس قىلىدىغان رادىئو ئىستانسىسى ئېلان بېرىشكە ئانچە مۇۋاپىق كەلمەيدۇ. سىزنىڭ مەسئۇلاتىڭىز ئالاھىدە ئاڭلىغۇچىلارغا قارىتىلغان بولسا باشقا گەپ.

چۈنكى، كىشىلەر قۇلاققا ياقىدىغان خەۋەرلەرنى ئاڭلاشنى بەكمۇ خالايدۇ، بىرەر سۆزنىمۇ ئۆتكۈزۈۋەتمەي ئاڭلايدۇ، سىزنىڭ سودا ئېلاننىڭىزنىمۇ شۇنداق. بۇ پروگراممىلار كىشىلەرنىڭ نەزىرىدە ناھايىتى مۇھىم ئورۇن ئىگىلەيدۇ. مەن سەھرا مۇزىكىلىرى ۋە غەرب مۇزىكىلىرىنىڭ كىشىلەرگە نېمە ئۈچۈن شۇنچە ياقىدىغان

لىقىنى بىلمەيمەن، بەلكىم مۇزىكا مەستانىلىرىنىڭ پروگراممىغا بولغان سادىقلىقىدىن بولسا كېرەك. ھازىرقى زامان مۇزىكىلىرى، ئوتتۇرا تىپتىكى 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 ئورۇپ ئالاقىلىشىشىنى تەۋسىيە قىلىۋاتقانلىقىنى ئاڭلايسىز، بۇنداق ئېلانلارنىمۇ سىناپ باقسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر بۇ ئېلان خېرىدارلىرى قايتا - قايتا ئېلان بەرسە، ئۇلاردىن چوقۇم مەنپەئەتكە ئېرىشكىلى بولىدۇ. چۈنكى، تېلېفون ئۇرۇش سېتىش خادىملىرى ئۈچۈن سودا پۇرسىتى يارىتىپ بېرىشى مۇمكىن، زاكاز بىۋاسىتە ساتقۇچىلارغا بېرىشى مۇمكىن، بولمىسا ئۇلارنىڭ قايتا ئېلان بېرىشىنىڭ زۆرۈرىيىتى بولمايدۇ.

قىسقىسى، سىزنىڭ مەلۇم رادىئو ئىستانسىسىنى ياخشى كۆرۈش - كۆرمەسلىكىڭىز مۇھىم ئەمەس، مۇھىمى، ئۇنىڭ سىزگە قانچىلىك مەنپەئەت ئېلىپ كېلەلەيدىغانلىقى.

ئىككىنچى ماھارەت ئېلاننىڭىزنى كۆپ قېتىم بېرىڭ. رادىئو ئېلاننىڭ گېزىت ئېلانى ۋە ژۇرنالنىڭ ئېلانغا ئوخشىمايدىغانلىقىنى، بۇنىڭدا قايتا - قايتا بېرىش ناھايىتى زۆرۈر، چۈنكى، ئاڭلىغۇچىلار بەزىدە ئېلاننى ئوتتۇرىسىدىن ئاڭلاپ قېلىشى، مۇمكىن، كىن ياكى ئاڭلاۋاتقاندا ئادىرىسىنى ئۇنتۇپ قېلىشى مۇمكىن. بۇلارنىڭ ھەممىسى سىزنىڭ ئېلاننىڭىزنىڭ ئاخىرقى ئۈنۈمىگە تەسىر يەتكۈزىدۇ. شۇڭا، ئېلاننىڭىزنى قايتا - قايتا بېرىشىمىز كېرەك. ئېسىڭىزدە بولسۇن، دىكتور ئالاھىدە ۋاقتىنى تاللاپ ئاڭلىتالايدۇ، لېكىن ئاڭلىغۇچىلارغا تاللاش ئىمكانىيىتى يوق، پەقەت بەلگىلەن

گەن ۋاقىتىنىلا ئاڭلىيالايدۇ.

مۇشۇنداق قىلىشتىن ئىلگىرى سىز بىر ھەپتە ۋاقىت سەرپ قىلىپ، بۇ خىل ئۇسۇلنىڭ ئۈنۈم كۆرسىتەلەيدىغان - كۆرسىتەلمەيدىغانلىقىنى سىناپ بېقىڭ. ئەگەر ھەپتە ئاخىرىسىدا يېتەرلىك زاكازغا ئېرىشىڭىز، پايدىڭىز ئەڭ بولىمىغاندا، ئېلان ھەققىنى قامدىيالايدىغان بولسا، ئۇ چاغدا داۋاملىق توختاملاشىڭىز 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 ۋاقىتىدا نۇرغۇن ئېلان بەرسە، سىز ئېلاننىڭ 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 ئولتۇرىسىڭىز، نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ يېرىم كېچىگىچە دېگۈدەك ئىشلەپ، ئاندىن ئۆيگە قايتىدىغانلىقىنى كۆرىسىز؛ 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 كۆرسەتمەيدۇ. بەلكىم بۇنىڭغا ئەقلىڭىزنى يەتكۈزەلمەسلىكىڭىز مۇمكىن، لېكىن ئويلاپ بېقىڭ، بۇنداق كەچ ئۇخلايدىغانلار ئەمەلىيەتتە ناھايىتى غەربىلىق ھېس قىلىدۇ، ئۇلار سىزنىڭ مەھسۇلاتىڭىزنى سېتىۋېلىشنى خالايدۇ.

بەشىنچى ماھارەت ئەگەر رادىئو ئىستانسىسىدا تىجارەتكە ناھايىتى پىششىق دىكتورلار بولسا، سىز ئۇلارغا ئېلاننىڭ مەزمۇنىنى ئېيتىپ بەرسىڭىزلا بولىدۇ، قاش - كۆزىنى ئوڭشاپمەن دەپ ئاۋازە 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 ئېلاننىڭىزنى ئوقۇ-تۇشنى خالايدىغان ئادەمنىڭ ئىسمىنى تىلغا ئېلىپ قويىسىڭىز بولىدۇ. ئۇ چاغدا ئۇ ئادەم سىز ئۈچۈن خۇشاللىق بىلەن خىزمەت قىلىدۇ.

ئالتىنچى ماھارەت ئېلاننىڭىزنى ئاڭلىتىشنى بېسىق ۋاقىتتا 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 بېجىرىدىم، دىكتورلۇقمۇ قىلدىم. مەن بۇنىڭدىن نۇرغۇن پۇل تاپتىم، لېكىن تېزلا خەجلەپ بولدۇم؛ شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا، مەن 50 دوللار خەجلەپ، ئۆزۈمنىڭ تېلېۋىزىيە پروگراممىسىنى

جىسىنى يولغا قويۇپ باقتىم.

بۇ ئىشلار بىلەن ئۈستۈمگە ئارتىۋالغان قەرزىلەر مەن ئۈچۈن ئەڭ ياخشى نەرسە بولدى. چۈنكى، بۇ جاننى ئالمىغانغا ئېلىپ قويۇپ، ئۆزۈم خالىغان ئىشنى قىلىشتىن بېشارەت بەرگەندى، مەن دىنامىكىلىق پسخولوگىيە 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 - چارچاش بىلەن بىللە، روھىي جىددىيلىك ئىچىدە ئۆتتى). ئەڭ ئاخىرىدا دوختۇرخانىدا يېتىپ قالدىم. دوختۇر مېنى تولىمۇ ئەتراپلىق تەكشۈردى، ھەتتا ئۇزۇقدان خالتىسى يېنىدىكى ئارتېرىيە تومۇرىدىن يۈرەككە نەپچە 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 ئېچىپ-لىپ كۈلۈپ كەتكەنلىكىنى ئاندىن چۈشەندىم.

دىنامىكىلىق پسخولوگىيە 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 ۋاقتىنى سېتىۋېلىش. 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 ئاڭلىتىش، 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، ئېلاننىڭ 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 ئېلاننىڭىزنى 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، ئىشقى - 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، دېگەندىم. لېكىن، بۇ ئۇسۇلنى ھەرگىزمۇ شۇ پېتى تېلېۋىزورغا كۆتۈرۈپ كەلمەڭ. ئاساسلىق سەۋەب ئۇنىڭ ئېلان ھەققى ناھايىتى يۇقىرى.

يەتتىنچى ماھارەت مەن رادىئو ئېلاندا ئېلاننى قايتا - قايتا بەرگەن ناھايىتى ياخشى، دېگەندىم. لېكىن، تېلېۋىزوردىكى ئېلاندا ئەڭ ياخشىسى ئۇنداق قىلماڭ. چۈنكى، خېرىدارنىڭ كۆزى بىلەن قۇلىقى بىرلا ۋاقىتتا سىزنىڭ ئۇچۇرىڭىزغا مەركەزلەشكەن بولىدۇ. ئەگەر بىر ھەپتىدە بەش ئاشخام كېچىلىك كىنو بولسا، سىز ھەر ئۈچ ئاشخامدىن كېيىن بىر قېتىم ئېلان بېرىشنى سىناپ باقىشىڭىز بولىدۇ. بەشىنچى ماھارەتتىكىسى بويىچە، تاماشىبىنلار ياخشى كۆرىدىغان فىلىملەرنى تاللاپ ئېلان بېرىڭ. ئەگەر چەت ئەل كىنولىرى بايرىمىغا توغرا كېلىپ قالسا، ئۇلارنى ئالدىنقى كۆرۈۋالسىڭىز بولىدۇ، لېكىن ئارىسىغا ھەرگىز ئېلان قىستۇرماڭ. سىناق ئېلىپ بارماي تۇرۇپ، ئالدىراپ تۆت ھەپتىلىك ياكى 13 ھەپتىلىك ئېلان توختاملىرىنى تۈزۈپ سالماڭ.

سەككىزىنچى ماھارەت بىر تۈرلۈك ئېلان ۋاقتىدىن چوقۇم ئۆزىڭىزنى چەتكە ئېلىڭ. بۇ ۋاقىتتىكى بارلىق ئېلان خېرىدارلىرى يەرلىك سودىگەرلەر بولىدۇ. بۇ ئادەتتە تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىنىڭ نۇرغۇن ۋاقتىنى تىجارەتلىرىگە 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 ئۆۋەن.

توققۇزىنچى ماھارەت ئېسىڭىزدە بولسۇن، ۋاكالىتەن ئېلان بېجىرگەندە %15 پايدىغا ئېرىشىسىز، بۇ بولىدىغان چارە. ئەگەر ۋاكالىتەن ئېلان بېجىرىش نىيىتىڭىز بولسا، تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىنىڭ سېتىش ۋەكىلى بىلەن بىۋاسىتە 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، ژۇرنال تەھرىراتى ئادەتتە پوچتا ئارقىلىق سېتىۋالىدىغان خېرىدارلارغا %10، بەزى خېرىدارلارغا ئۈستىدىنمۇ كۆپ ئېتىبار بېرىدۇ.

ھېسابلاش ئۇسۇلى: پۈتۈن بەتلىك ئېلاننى ئېلىپ ئېيتساق، ھەر 1000 نۇسخىسىنى تارقىتسا، 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 ۋاكالىتەنچى 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، بىلگۈمۈ 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 دەپ سىڭىز، خېرىدالارنىڭ 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 تەلپىڭىز ئوڭ بولسا، مېنىڭچە، بۇ سان كۆپەيسە كۆپىيىدۇكى، ئازايمىدۇ. باشقا تەشۋىقات ۋاسىتىلىرىگە سېلىشتۇرغاندا، ژۇرنال ئېلاننىڭ خەتىرى چوڭراق بولىدۇ. چۈنكى، ژۇرنال تەھرىراتى سىزگە ئىشەنچلىك دەرىجىسىنى ئېيتىپ بېرەلمەيدۇ. ئاندىن ئالدىن پۇل تۆلىمەي ئاماللىرىڭىز يوق. دېمەكچى، ئەگەر ئايلىق ژۇرنال بولسا، 60~90 كۈن ئاۋۋال پۇل تۆلىشىڭىز كېرەك. سىز ئۇلارنىڭ ئىشەنچىسىگە ئېرىشكەن تەقدىردىمۇ، ژۇرنال چىقىشتىن ئىلگىرىدىكى 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 ئويلىنىدۇ. ۋالىسىڭىز 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 قاراملىق 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 پايدىلىنار-سىز.

بىرىنچى ماھارەت ئىمكان بار ئوڭ تەرەپ بەتنى تاللاڭ، سول تەرەپتىكى بەت ئېلاننىڭ ئۈنۈمىنى زور دەرىجىدە چۈشۈرۈۋېتىدۇ.

ئىككىنچى ماھارەت تولۇق ئېلان بوشلۇقى سېتىۋېلىڭ. ئەڭ ياخشىسى، ئېلاننىڭ 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 ژۇرناللار-دىن تىك 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 تەھرىر-لىك قىلىپ بېرەلەيدىغان - بېرەلمەيدىغانلىقىنى سوراپ بېقىڭ. ئەگەر ئېلان ئورنى سېتىۋالغان بولسىڭىز، نۇرغۇن ژۇرناللار سىز ئۈچۈن خىزمەت قىلىشنى خالايدۇ (نۇرغۇن ژۇرناللاردا مال سېتى-ۋېلىش قىبلىنەماسى ئىستونى بار، ئەگەر سىز تەھرىر تەلەپ قىل-سىڭىز، ئۇلار سىزنىڭ ئېلاننىڭىزنى ئۈستىدىن ئىشلەپ، مۇشۇ ئىستونغا ئورۇنلاشتۇرۇپ بېرىدۇ). بۇنداق ئۈستىدىن تەھرىرلەپ بېرىش سىزگە چوڭ مەنپەئەت ئېلىنىپ كېلەلەلمەيدۇ، لېكىن ئازدۇر - كۆپتۇر ياردىمى بولىدۇ. بەزى ژۇرناللار، بولۇپمۇ مەخ-سۇس سېتىش خادىملىرى ئۈچۈن خىزمەت قىلىدىغان ژۇرناللار سىزنى ياخشى تەھرىرلەنگەن ماقالىلەر بىلەن تەمىنلەيدۇ.

بەزى ۋاقىتلاردا، بولۇپمۇ سىزنىڭ مەبلىغىڭىز قىس بولۇۋات-قان ئەھۋالدا، مۇنداق تەھرىرلىك خىزمىتى سىزنىڭ كەسپىڭىزنى راۋاجلاندۇرۇشقا پايدىلىق. مەھسۇلاتىڭىزنى 8×10 چوڭلۇقتا سۈ-رەتكە تارتقۇزۇڭ، ئاندىن بىرنەچچە جۈملە ئېلان سۆزى يېزىپ ژۇرنال تەھرىراتىغا ئەۋەتىپ بېرىڭ. ئەگەر مەھسۇلاتىڭىز ھەقىقە-تەن يېڭى، قىزىقارلىق بولسا، ئېلاننىڭىز بىرنەچچە كۈنگە قالمايلا بېسىلىپ چىقىدۇ. نۇرغۇن ژۇرناللار مۇشۇ مۇلازىمەت بىلەن تە-مىنلەيدۇ. ئەگەر كونكرېت ئەھۋالنى چۈشىنىپ باقماقچى بولسى-ڭىز، گېزىت - ژۇرنال بوتكىلىرىنى ئايلىنىپ بېقىڭ. ئۆزىڭىز ياققۇرغان ژۇرنالدىن بىرنەچچىنى ئېلىپ، مال سېتىۋېلىش قىبلى-نەماسىنىڭ قايسى ئورۇنغا بېرىلگەنلىكىگە قاراپ بېقىڭ. ئۇلار ژۇرنالنىڭ باش تەرىپىدىكى بىرنەچچە بەتكە بېرىلگەن بولۇشى مۇمكىن.

بەشىنچى ماھارەت ئېلان ئورنى سېتىۋېلىشتا، ئاۋۋال كۆ-

ئۇل بۆلۈشكە 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 تىراژىنى 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). بىۋاسىتە سېتىش سودىگەرلىرىگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، گېزىت - ژۇرنال بوتكىسىدىكى ژۇرناللارنىڭ سېتىلىش ئەھۋالى تەتقىق قىلىپ بېقىشقا ئەرزىيدۇ، ئۇ ژۇرنال سېتىۋالدىغان ئادەم سانىنى بىۋاسىتە ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدۇ.

يەتتىنچى ماھارەت سىزنىڭ ژۇرنال ئېلاننى ۋاكالىتەن بېجىرگۈڭىز بارمۇ؟ ئەگەر شۇنداق قىلغۇڭىز بولسا، شۇ يەردىكى كۈتۈپخانىغا 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 ھەر بىر 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, Inc.	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
New York, Ny 10021	New York, Ny 10017
(Magazine Rep)	(Magazine Rep)

بىۋاسىتە 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؟ ئەر-لەرمۇ، ئاياللارمۇ، چاڭغا تەيىنلىش ھەۋەسكارلىرىمۇ ياكى ئېغىرلىق قى ئارتىپ كەتكەنلەرمۇ ۋە ياكى يىلىغا 10 مىڭ دوللار مائاش ئالىدىغانلارمۇ؟

پوچتا ئارقىلىق ساتىدىغان ۋاسىتىچى سودىگەرلەردە بۇ جەھەتتە

نۇرغۇن ئۇچۇر بار، يۈزلىگەن تىزىملىك، نەچچە مىڭلىغان ئالاقىدارلار ۋە مۇناسىۋەتلىك ئۇچۇرلار دېگەندەك. سىز ئۇلار بىلەن ئالاقىلەشسىڭىز، ئۆزىڭىزگە كېرەكلىك خەبەرلەر تىزىملىكىنى «ئىجارە» گە ئالسىڭىز بولىدۇ. ئەگەر ئۆز ئالدىڭىزغا تىزىملىك تۇرغۇزماقچى بولسىڭىز، سىزگە بەزى ياردەملەرنى قىلىدۇ. بىۋاسىتە سېتىش ژۇرنىلىغا پوچتا ئارقىلىق سېتىش بىلەن شۇغۇللىنىدىغان نۇرغۇن ۋاسىتىچى سودىگەرلەرنىڭ ئىسىملىكى بېرىلدى. ئەلۋەتتە، يەنە باشقا ياخشى نامزاتلارمۇ بار. تۆۋەندە تۆتتىن كۆرسىتىپ ئۆتەي:

Dependable List, Inc.
257 Park Avenue South
New York, Ny 10016

Alvim B. Zeller, Inc
475 Park Ave. South
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 - ئىسىملىرى تىزىملىكىنى ئىزدەپ بېقىڭ. ئۇ تىزىملىكتە كۆرسىتىلگەن ئادرېسلار مەخسۇس بەلگىلەنگەن ئادەملەر ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ. سىز ئۆز تەلپىڭىز بويىچە بىر قىسىم پوچتا يوللانمىلىرى ئادرېسلىرىنى سېتىۋالسىڭىز بولىدۇ.

ئۇنىڭدىن باشقا، سىز تاپقان ۋاسىتىچىمۇ سىز ئۈچۈن مۇشۇ تەرەپتە تىجارەت قىلىدىغان ئادەملەر بىلەن ئالاقىلىشىپ بېرىدۇ. ھەر بىر پوچتا يوللانمىسىغا 3.5 سېنت خەجلىەيسىز. بۇ ئوراش - قاقچىلاش 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 خەبەرلەر بولۇپ قالسا، ئىشنىڭ ئوڭ كەلگىنى شۇ، سىز بۇ خەبەرلەر بىلەن بىۋاسىتە ئالاقىلەشسىڭىز بولىدۇ.

ھازىر سىز بىرخىل مەھسۇلاتنى قانداق لايىھىلەشنى ئۆگىنىدۇ. ۋالدىڭىز (دىققەت: بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان مەھسۇلات مەلۇم نەرسە بولۇشى مۇمكىن، مەلۇم مۇلازىمەت بولۇشىمۇ مۇمكىن)، سېتىش باھاسىنى بېكىتىش ۋە تەننەرخنى كونترول قىلىشىمۇ ئۆگىنىۋالدىڭىز. يەنە مۇناسىۋەتلىك سودىنى يۈرۈشتۈرۈش، ئېلاننى قانداق يېزىش ۋە تەشۋىقات ۋاسىتىلىرى بىلەن قانداق مۇئامىلە قىلىشلار - نىمۇ ئۆگىنىۋالدىڭىز.

شۇنچە كۆپ ماھارەتلەرنى ئىگىلىگەن تۇرۇقلۇق، يەنە بېشىڭىزنى 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 تېپىۋالدۇ. 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 قوشۇلسىز. ئەگەر سىز بۇ قاراشلارنى ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزسىڭىز، سىزنىڭ كىرىمىڭىز ئاز دېگەندە بىر ياكى ئىككى قاتلىنىدۇ. سىز ھازىرقى خىزمىتىڭىزگە مۇناسىۋەتلىك ئىشلار ئۈستىدە قايتا ئويلىنىپ چىقىسىڭىزمۇ، بۇنىڭمۇ مەلۇم پايدىسى بولىدۇ. تېخى ھازىرقى خىزمىتىڭىزدىن ئىستېپا بېرىپ، ئۆزىڭىز ياقىتىۋېتىدىغان بىر خىزمەتنى تاللايسىز، بۇنىڭمۇ بىر نېمە دەپ بولمايدۇ.

لېكىن، سىزدە ئۆزىڭىز ياقىتىۋېتىدىغان 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 ئۆزدە ئىگىز ياقىتىۋېتىدىغان خىزمەتكە نىسبەتەن چوڭقۇر تەتقىقات ۋە چۈشەنچە بولۇش. سىز چارىڭىزنىڭ كارغا كېلىدىغان - كەلمەيدىغانلىقىنى

سىناپ بېقىش ئۈچۈن، ئۇنى بازارغا سېلىپ باقىسىڭىز بولىدۇ. لېكىن، سىزنىڭ بۇ چارىڭىز چوقۇم تۇرمۇشىڭىز بىلەن ھەمئەپسە بولۇشى كېرەك.

مەسىلەن، ئەگەر سىز بىر كەسپنى بېلىقچى بولسىڭىز، لېكىن ۋاكالىتەن ماشىنا سودىسى بىلەن شۇغۇللانماقچى بولسىڭىز، بۇ ئىش بىلەن شۇغۇللانغىلى شۇنچە يىللار بولغان كەسپ ئىلگىرى ئىچىدە سىز بۇ كەسپكە يات ئادەم بولۇپ قالسىز، بۇنىڭ ئاقىۋىتىنى سۆزلەپ ئولتۇرمىساممۇ بولىدۇ. ئوخشاشلا، سىزنىڭ قاراشلىرىڭىز رېئاللىقتىن بەكلا چەتنەپ كەتسە، يەنىلا ئاقمايدۇ.

مېنىڭ بۇ يەردە تەكىتلەيدىغىنىم، ئۆچۈر ئەڭ ھالقىلىق مەسىلە. قاراشلىرىڭىزنى سىناقتىن ئۆتكۈزگىلى بولىدىغان نۇرغۇن يوللار بار، ئۆزىڭىز موھتاج بولغان ياردەمگىمۇ نۇرغۇن يوللار ئارقىلىق ئېرىشەلەيسىز. ئەلۋەتتە، سىزنىڭ قاراشلىرىڭىزنى باشقىلارنىڭ كۆچۈرۈۋېلىشىدىن ساقلايدىغان زۆرۈر قوغداش تەدبىرلىرىمۇ 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 كەسپكە بولغان بىلىمىڭىز ۋە ئىشەنچىڭىز. «ياخشى چارىگە قانداق ئېرىشكىلى بولىدۇ» ۋە «ياخشى چارىنى قانداق قوغدىغىلى بولىدۇ» دېگەن ئىككى كىتابىمدا سىزگە خىلمۇخىل نەپ ۋە چارىلەرنى سۆزلەپ بەردىم.

بۇ ئىككى كىتاب دەسلەپتە تارقىتىلىپ مۇۋەپپەقىيەت قازانغاندىن كېيىن، مەن ئوقۇرمەنلەرگە مەسلىھەتچى بولۇش يولى بىلەن ياردەم قىلىپ كەلدىم. ھەر ھەپتىدە بىر كۈن ۋاقىت ئاجرىتىپ، ياردەمگە موھتاج كىشىلەر بىلەن ھال - مۇڭ بولىدۇم. 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 ساناقلىقلار.

بۇ ئەھۋالغا نىسبەتەن، مەندە تۇيۇقسىز بىر ئىلھام پەيدا بولۇپ قالدى — مەن ئىشنىڭ يولىنى مەندىن سوراڭ پۇرسىتىگە ئېرىشەلەيمىكەن ئادەملەرنىڭ پۇل تېپىشىغا نېمىشقا ياردەملەشمەيمەن؟ نېمە ئۈچۈن مۇتەخەسسسلەرنىڭ پىكىرىنى يىغىپ باقمايمەن؟ بەلكىم نۇرغۇن ئادەملەر ئوخشاپ كېتىدىغان مەسىلىلەرنى سورىماقچىدۇ، لېكىن مەسلىھەت سوراڭ ھەققىنىڭ يۇقىرىلىقىدىن سوراڭقا ئامال. سىز قېلىۋاتقان گەپ. مۇتەخەسسسلەرنىڭ پىكىرىنى 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 چىقىد. شىڭىز زۆرۈر. چۈنكى، بۇ قاراشلار مېنىڭ تۇرمۇشىمدا ھەقىقەتەن ئىسپاتلانغان، سىزگىمۇ چوڭ ياردىمى تېگىدىغانلىقىغا ئىشىنىمەن. راست گەپ، ياخشى چارىدىنمۇ مۇھىم نەرسە بولمايدۇ.

بۇ ئىككى كىتابنىڭ ھەر بىرىنىڭ 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، كونۇبەرت 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 سالىسىڭىز 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 ئېيتقاندا: «بالىدىن كەچ-مىسەك، بۆرىنى قاپقانغا چۈشۈرەلمەيسەن» ئەمەس. راست، ھەممە دەسمايىنى سالىڭ بەزىدە بېيىپمۇ قالسىەن، لېكىن ئازراقمۇ ئىشەنچلىك ئەمەس.

ئىلگىرى بېشىمنى ئاغرىتقان نۇرغۇن تىجارەتنى ئويلاپ قالدىم.

جەن. مەن ئۇلارنى يېگىش ئۈچۈن، بىر مەزگىل دەسلەپكى قاراش-
لىرىمنى ئۆزگەرتتىم، يېڭى ئۇسۇللارنى ئۈزلۈكسىز سىناق قىل-
دىم، 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 - خالىمايدىغانلىق-
قىمنى سورىدى. مەن ئۇنىڭغا سەمىمىيلىك بىلەن: «مېنىڭ مە-
سىلىمنى پۇل بىلەن ھەل قىلغىلى بولمايدۇ، سەن ھەرگىزمۇ
ھەمكارلىشىدىغان شېرىككە موھتاج ئەمەس» دېگەنىدىم.
مەن ئىلگىرى ئېيتقان، ھازىر يەنە تەكىتلەيمەن: سىز ئېرىش-
مەكچى بولسىڭىزلا، قولغا كەلتۈرگىلى بولمايدىغان نەرسە يوق.
مەن ئۈچۈن سىزنىڭ مۇۋەپپەقىيىتىڭىزنى كۆرۈشتىن ئارتۇق
خۇشاللىق يوق. ئەگەر سىز كىتابتىكى مۇھىم نۇقتىلار بويىچە
ئىش قىلىسىڭىزلا، چوقۇم مۇۋەپپەقىيەت قازىنىسىز.
مەيلى قانداقلا بولسۇن، سىز كىتابتىكى مەزمۇنلارنى كۆرۈپ
چىقىڭىز، بىر سىناپ باققىنىڭىز ياخشى. كىتابتىكى مەزمۇنلار
چوقۇم ئۈنۈم كۆرسەتەلەيدۇ. ھەر بىر مۇۋەپپەقىيەت قازانغان ئادەم
بۇنىڭ ئىچىدىكى بىر قىسىم ئۇسۇللاردىن پايدىلانغان. قانچە كۆپ
پايدىلانغان ئادەم شۇنچە چوڭ مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىدۇ.
دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى ئىجادكارلىقنى جارى
قىلدۇرىغان بىر خىل ئۇسۇل. سىز پەقەت ئۇنىڭدا دېيىلگىنى
بويىچە ئىش تۇتىشىڭىزلا 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 راۋىي قايىتقان، لېكىن ئۈمىدى
ئۈزۈلمىگەن كىشىلەر. مېنىڭچە، بۇ كىتاب تۇرمۇش ھەلەكچىلىد-

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 تەپەككۈر شەكلى توغرىسىدىكى كىتاب-
كەنغۇ، مەن بۇنداق كىتابلارنى كۆپ كۆرگەن!» دېيىشى مۇمكىن.
راست، ئۇلار بۇنداق كىتابلارنى كۆپ كۆرگەندۇ، لېكىن ئەزەلدىن
ھەرىكەتكە ئايلاندۇرۇپ باقمىغان. ئۇلار قورساق بېقىشقا يېتىمدۇ.
خان ئاشۇ ئازغىنە كىرىمگە شۈكۈر قىلىپ ئۆتىدۇ.

ئەمەلىيەتتە، سىز ھەقىقىي موھتاج نەرسە يالغۇز ئاكتىپ
تەپەككۈر شەكلىلا ئەمەس. مەنمۇ بۇ جەھەتتىكى كىتابلارنى كۆپ
ئوقۇغان، ئۇلاردىن نۇرغۇن پايدىلىق ئىلھاملارغا ئېرىشكەن. لې-
كىن، دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسى يالغۇز بىر خىل
ئاكتىپ تەپەككۈر شەكلى ئەمەس، ئۇ مەيلى ئىلمىي جەھەتتىن،
مەيلى پىسخىك جەھەتتىن بولسۇن، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشقا مۇنا-
سىۋەتلىك بارلىق كۆز قاراشلارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان. بۇ ئۇسۇلنى
ئىشلىتىپ بېقىڭ! ئۇ چوقۇم ئۈنۈم كۆرسىتىدۇ.

بەلكىم سىز بىۋاسىتە سېتىش تىجارىتىگە ئانچە قىزىقماسلىقىد-
ىڭىز مۇمكىن. ئەمما، مەن ئۇنى ياخشى كۆرىمەن. چۈنكى ئۇ
نامراتلارنى قەد كۆتۈرگۈزەلەيدىغان بىردىنبىر تىجارەت شەكلى. ئۇ
ئۇلارنى ئۆزلىرى ياقىتۇرىدىغان تۇرمۇشقا ئىگە قىلىدۇ، ئۆزلىرى
ئارزۇ قىلغان ھەممە نەرسىگە ئېرىشتۈرىدۇ.

لېكىن، سىز بىۋاسىتە سېتىش تىجارىتىگە ۋە باشقا ھەرقانداق
چارىگە قىزىقماڭ ياكى قىزىقماڭ، سىزگە شۇنداق كاپالەت بېرەلەي-
مەن: دىنامىكىلىق پىسخولوگىيە نەزەرىيىسىنىڭ سىزگە چوقۇم
ياردىمى تېگىدۇ. سىز ئۆزىڭىز ئويلىغان ھەرقانداق ئىشنى خالىغاند-
ە قىلالايسىز. قانداق قىلىشىمنى بىلمەيمەن، دېگەن گەپنى ماڭا
قىلماڭ، سىز ئىگىلىگەن بىلىم ئاز ئەمەس، مېنىڭ ئەينى چاغدىكى

ئاشۇ ئازغىنە بىلىمىگە سېلىشتۇرغاندا، كۆپ ئېشىپ كەتتى.
 سىز بۇ كىتابتىكى مەزمۇنلارنى ئاستا - ئاستا ھەزىم قىلىد-
 ىڭىز، ئۇنىڭدا كۆرسىتىلگەن ئۇسۇللارنى ئاز - ئازدىن ئەمەلىيەت-
 تىن ئۆتكۈزسىڭىز بولىدۇ. ئۇنىڭ سىزنى ئىقتىسادىي جەھەتتىنلا
 مۇستەقىللىققا ئېرىشتۈرۈپ قالماي، روھىي جەھەتتىنمۇ ئازادلىك-
 كە ئېرىشتۈرىدىغانلىقىغا ئىشىنىڭ!

1 - قېتىملىق نىشان

1 - قېتىملىق نىشانىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان

كونكرېت پىلانىڭىزنى يېزىڭ

تەجرىبە - ساۋاقلرىڭىزنى خۇلاسەلەپ يېزىڭ

3 - قېتىملىق نشان

3 - قېتىملىق نشانىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان
كونكرېت پىلاننىڭىزنى يېزىڭ

تەجرىبە - ساۋاقلارنىڭىزنى خۇلاسەلەپ يېزىڭ

2 - قېتىملىق نشان

2 - قېتىملىق نشانىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان
كونكرېت پىلاننىڭىزنى يېزىڭ

تەجرىبە - ساۋاقلارنىڭىزنى خۇلاسەلەپ يېزىڭ

بۇ كىتاب ئېلېكترون سانائەت نەشرىياتىنىڭ 2003 - يىلى 8 - ئاي
1 - نەشرى، 2003 - يىلى 8 - ئاي 1 - باسمىغا 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。

ھۇرۇنلارنىڭ بېيىش يولى

ئاپتورى: ج. كاربو (ئامېرىكا)
تەرجىمە قىلغۇچى: مۇنارجان توختاخۇن
مۇھەررىرى: ئازاتگۈل ئاناۋۇلا
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 ئاۋىقى: 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

4 - قېتىملىق نىشان

4 - قېتىملىق نىشانىڭىزنى ئەمەلگە ئاشۇرىدىغان
كونكرېت پىلانىڭىزنى يېزىڭ

تەجرىبە - ساۋاقلارنىڭىزنى خۇلاسەلەپ يېزىڭ