SWOT شىركەت

ئانالىز ئۇسۇلى

[ئارتۇقچىلىق، ئاجىزلىق، پۇرسەت ۋە تەھدىت (2-قىسىم)]

ئەركىن سىدىق

2010-يىلى 8-ئاينىڭ

10-كۈنى

مۇندەرىجە

1. شىركەت SWOT ئانالىزى قانداق ئىشلارغا ئىشلىتىلىدۇ؟ . 19
2. SWOT ئانالىزى ئۆز ئىچىگە ئالىدىغان مەزمۇنلار 23
3. شىركەت SWOT ئانالىزىنىڭ بىر مىسالى.......................... 34
4. ئاخىرقى سۆز 48

مەن بۇ ماقالىنىڭ ئالدىنقى قىسمىدا، كىشىلىك SWOT ئانالىز ئۇسۇلىنى تونۇشتۇرۇپ ئۆتتۇم. ئۇنىڭ بۇ قىسمىدا بولسا «شىركەت SWOT ئانالىز ئۇسۇلى» نى قىسقىچە تونۇشتۇرۇپ ئۆتىمەن.

SWOT ئانالىز ئۇسۇلى ئەسلىدە شىركەتلەرنىڭ ئىستراتېگىيىلىك پىلان تۈزۈشنى ئاسانلاشتۇرۇش ئۈچۈن ۋۇجۇدقا كەلتۈرۈلگەن بولۇپ، بۇ ھەقتە تەتقىقات

باشلىنىپ ئۇنىڭ ھازىرقىدەك بىر ھالەتكە كېلىشى ئۆچۆن 1949-يىلىدىن 1970-يىلىغىچە جەمئىي 20 يىلدىن كۆپرەك ۋاقىت كەتتى. 1960-يىللىرىغا كەلگۆچە ئامېرىكىدىكى شىركەت پىلانلاشلارنىڭ ھەممىسى مەغلۇپ بولدى. بولۇپمۇ شىركەتلەر دۇچ كەلگەن ئەڭ چوڭ مەسىلە قانداق قىلىپ باشلىقلار قوشۇنىغا بىر ئومۇمىيۈزلۈك ئىش ئېلىپ بېرىش

پىلاننى قوبۇل قىلدۇرۇش ۋە ئۇلارنىڭ ئاشۇ پروگراممىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشقا بولغان ئەقىدىسىنى قولغا كەلتۈرۈش بولۇپ قالىدى. شۇنىڭ بىلەن ئامېرىكىدىكى ئېنگلىزچە «Fortune 500 companies» دەپ ئاتىلىدىغان ئەڭ داڭلىق 500 شىركەت مەخسۇس مەبلەغ ئاجرىتىپ، 1960-يىلىدىن 1970-يىلىغىچە ئامېرىكىدىكى

ستانفورد ئۇنۇۋېرستېتىدە بىر تەتقىقات پروجېكتى ئېلىپ بارغان بولۇپ، بۇ پروجېكتقا ئالبېرت خامفرېي (Albert S Humphrey، 1926–2005) رىياسەتچىلىك قىلدى. بۇ پروجېكت جەريانىدا بىر گۇرۇپپا تەتقىقاتچى- مۇتەخەسسىسلەر 1100 شىركەت ۋە تەشكىلاتلار بىلەن سۆھبەت ئۆتكۈزۈپ، 250 سوئال تەييارلاپ، 5000 دىن ئارتۇق

شىركەت باشلىقلىرىنىڭ بۇ
سوئاللارغا بەرگەن جاۋابىنى
توپلىدى. شۇنىڭ نەتىجىسىدە بۇ
تەتقىقات گۇرۇپپىسى
شىركەتلەردىكى 1-قول باشلىق
چوقۇم ئەڭ يۇقىرى ئورۇندىكى
پىلانلىغۇچى بولۇشى كېرەكلىكىنى،
ئۇنىڭغا بىۋاسىتە قارايدىغان ھەر
خىل روللاردىكى دىرېكتورلار بولسا
ئاشۇ شىركەتنىڭ پىلانلاش
قوشۇنىنىڭ ئەزالىرى بولۇشى

كېرەكلىكنى يەكۈنلەپ چىقتى. دوكتور ئوتىس بەنىپى (Otis Benepe) بىر «لوگىكا زەنجىرى» نى ئوتتۇرىغا قويغان بولۇپ، مۇشۇ لوگىكا زەنجىرى شىركەت باشلىقلىرىنىڭ قوللىشى ۋە ئەقىدىسىنى قولغا كەلتۈرۈشتىكى ھالقىلىق سىستېمىغا ئايلاندى. ئوتىس ئوتتۇرىغا قويغان لوگىكا زەنجىرى تۆۋەندىكىلەردىن ئىبارەت:

❁ باشلىقلار قوشۇنىنىڭ قىممىتى
❁ باھالاش
❁ رىغبەتلەندۈرۈش («motivation»)
❁ ئىزدەش
❁ تاللاش
❁ پروگرام تۈزۈش
❁ ئىش ئېلىپ بېرىش
❁ يۇقىرىقى 1-، 2- ۋە 3- قەدەملەرنى كۆزىتىش ۋە ئۇلارنى تەكرارلاش

ھېلىقــــــى تەتقىقــــــات گورۇپپىـــــسىدىكىلەر باشــلىقلار قوشــــــۇننىڭ قىممىتىنـــــــى ئۆزگەرتەلمەيدىغانلىقىنى، ھەمــدە ئۇلار ئۆچـــۈن نـــــــشان (objective) تىكـــــــــلەپ بېرەلمەيـــدىغانلىقىنى بايقىغـــان. شـــۇنىڭ بــــلەن ئۇلار 1-قەدەم سـۈپىتىدە مەلـۇم بــر شــركەت پائالىيىتـــدە نېمىنـــڭ ياخشى، نېمىنىڭ يامان ئىكەنلىكى ھەققىدە

بىر باھالاش سوئالىنى سوراشنى باشلىغان. ئۇنىڭدىن كېيىن ئۇلار ھازىر ۋە كەلگۈسىدە نېمىنىڭ ياخشى، نېمىنىڭ يامان ئىكەنلىكىنى سورىغان. ھازىرقى ياخشى ئىشلار قانائەتلىنەرلىك («Satisfactory») ئىشلار ياكى «ئارتۇقچىلىق» لار بولۇپ، كەلگۈسىدىكى ياخشى ئىشلار بولسا «پۇرسەت» لەر بولۇپ ھېسابلىناتتى. ھازىرقى يامان

ئشلار كەمچىلىكلەر («Faults») بولۇپ، كەلگۈسىدىكى يامان ئىشلار بولسا «تەھدىت» لەر بولۇپ ھېسابلىنىدۇ. شۇڭلاشقا بۇ ئانالىز ئۇسۇلى «SOFT» «Satisfactory, Opportunity, Fault, Threat») ئانالىز ئۇسۇلى دەپ ئاتالغان. 1964-يىلى شۋېيتسارىيىدە ئېچىلغان بىر خەلقئارالىق ئىلمىي تەتقىقات يىغىنىدا، «كەمچىلىك» دېگەن

سۆز «ئاجىزلىق» قا («Fault« دېگەن سۆز «Weakness» كە)، ۋە «قانائەتلىنەرلىك» دېگەن سۆز «ئارتۇقچىلىق» قا («Satisfactory» دېگەن سۆز «Strength» كە) ئۆزگەرتىلىپ، يۇقىرىدىكى SOFT ئانالىز ئۇسۇلى SWOT ئانالىز ئۇسۇلىغا ئۆزگەرتىلگەن. شۇنىڭدىن باشلاپ SWOT ئانالىز ئۇسۇلى ئامېرىكا بىلەن ئەنگلىيىدە ئۆزلۈكسىز قانات

يايدۇرۇلۇپ، 2004-يىلىغا
كەلگەندە بۇ سىستېما تولۇق
تەرەققىي قىلدۇرۇلۇپ بولۇنغان.
شۇنداقلا شىركەتلەرنىڭ تاشقى
مەسلىھەتچى ئورۇنلارغا ياكى
ناھايىتى قىممەتكە توختايدىغان
مەخسۇس خىزمەتچى خادىملارغا
تايانماي تۇرۇپ، مۇشۇ ئۇسۇلدىن
پايدىلىنىپ رىياللىقتا ئۇيغۇن
كېلىدىغان يىللىق پىلانلارنى
تۈزۈش ھەممە شىركەت

باشلىقلىرىنىڭ ئۇ پىلانلارغا بولغان
ماقۇللۇقىنى قولغا كەلتۈرۈش
خىزمىتىنى ئوڭۇشلۇق
ئورۇنلىيالايدىغانلىقىمۇ تولۇق
ئىسپاتلىنىپ بولغان.
ئامېرىكا بىلەن ئەنگلىيە 20
يىلدىن ئارتۇق ۋاقىت ۋە نۇرغۇن
مەبلەغ سەرپ قىلىپ كەشىپ
قىلغان SWOT ئانالىز ئۇسۇلىنىڭ
ئۇيغۇر كارخانىچىلار ئۈچۈنمۇ
ناھايىتى پايدىلىق ئىكەنلىكىدە

گەپ يوق. شۇنداق بولغاچقا، مەن هازىرغىچە شىركەت قۇرۇپ بولغان، ياكى بۇنىڭدىن كېيىن شىركەت قۇرماقچى بولغان ئۇيغۇر ياشلىرىغا بۇ ماقالىنى بىر قېتىم ئەستايىدىل ئوقۇپ چىقىشنى تەۋسىيە قىلىمەن.

هازىر ھەممىمىز بىر شىركەت ئورمانلىقىنىڭ ئىچىدە ياشايمىز. قايسى تەرەپكە قارىساق قەد كۆتۈرۈپ تۇرغان شىركەتلەرنى

كۆرىمىز. شۇنداقلا ئۆز خىزمىتىمىز ۋە خىزمىتىمىزدىمۇ شىركەتلەرگە ئائىت ئۆچۈرلارنى داۋاملىق ئۇچرۇتۇپ تۇرىمىز. ئۇشبۇ ماقالىدا تونۇشتۇرۇلىدىغان ئۇقۇملار ھەر بىر ئادەمنىڭ ئەنە شۇنداق ئۆچۈرلاردىن ئونۇملۇك پايدىلىنىشى ھەمدە ئۆزىنىڭ بىلىم دائىرىسىنى كېڭەيتىشى ئۈچۈنمۇ خېلى پايدىلىق، دەپ ئويلايمەن. شۇڭلاشقا ئەگەر سىز شىركەت

قۇرۇپ باقمىغان ھەمدە بۇنىڭدىن كېيىن بىر شىركەت قۇرۇش پىلانىمۇ يوق بىر ياش بولسىڭىزمۇ ئۇشبۇ ماقالىنى بىر قېتىم ئوقۇپ بېقىشىڭىزنى،ھېچ بولمىغاندا بۇ ماقالىنىڭ «ئاخىرقى سۆز» دېگەن قىسمىنى بىر قېتىم ئوقۇپ بېقىشىڭىزنى ئۈمىد قىلىمەن.

مەن ئەسلىدە بۇ ماقالىنىڭ ماۋزۇسىنى ئالدىنقى ماقالىنىڭكى بىلەن ئوخشاش ئېلىپ، بۇنى «2-

قىسىم» دەپ ئاتاشنى پىلانلىغان ئىدىم. كېيىن ئويلاپ باقسام، بۇ ماقالىنىڭ ماۋزۇسىدا «شىركەت» دېگەن سۆزنىڭ بولۇشى تولىمۇ زۆرۈر ئىكەن. شۇنىڭ بىلەن بۇ ماقالىغا ھازىرقىدەك بىر ماۋزۇنى تاللىدىم. ئوقۇرمەنلەرنىڭ بۇ ماقالىنى ئالدىنقى ماقالىنىڭ 2-قىسمى دەپ چۈشىنىشىنى ئۈمىد قىلىمەن.

1. شىركەت SWOT ئانالىزى

قانداق ئىشلارغا ئىشلىتىلىدۇ؟

تۆۋەندە مەن شىركەت SWOT ئانالىزىنىڭ ئىشلىتىلىش ئورۇنلىرىنىڭ بىر قىسىم مىساللىرىنى كۆرستىپ ئۆتىمەن:

۞ بىر شىركەت (ئۇنىڭ بازار ئىگىلىكىدىكى ئورنى، سودىدا پۇت تىرەپ تۇرالىشى قاتارلىقلار)

۞ بىر سېتىش-تارقىتىش ئۇسۇلى

۞ بىر مەھسۇلات ياكى ئۇنىڭ

بىر سورتى

❁ بىر يېڭى ئىگىلىك ئېچىش

❁ بىر ئىستراتېگىيىلىك تاللاش، مەسىلەن، بىر يېڭى بازارغا كىرىش ياكى بىر يېڭى مەھسۇلات ئىشلەپ چىقىرىش

❁ باشقا بىر شىركەتنى سېتىۋېلىپ ئۆز شىركىتىگە قوشۇۋېلىش پائالىيىتى

❁ باشقا شىركەت بىلەن شېرىكلىشىشنىڭ بىر ئېھتىماللىقى

۞ بىر تەمىنلىگۈچى شىركەتنى ئالماشتۇرۇش
۞ بىر مۇلازىمەت، شىركەت خىزمىتى ياكى مەبلەغنىڭ ئىشنى باشقا بىر شىركەتكە ئۆتكۈزۈپ بېرىش (بۇ ئىنگلىزچە «outsourcing» دېيىلىدىغان بولۇپ، مېنىڭچە ئۇنى ئۇيغۇرچىدە «سىرتقا ئالماشتۇرۇش» دەپ ئالسا مۇۋاپىق بولىشى مۇمكىن)
۞ بىر مەبلەغ سېلىش پورىستى

بۇ يەردىكى بىر مۇھىم نۇقتا، SWOT ئانالىزىنىڭ ھەر بىر تېمىسى ناھايىتى ئېنىق بولۇشتىن ئىبارەتتۇر. پەقەت شۇنداق بولغاندىلا بۇ ئانالىزنىڭ تۆھپىكارلىرى ۋە ئۇنىڭ ئەڭ ئاخىرقى پۈتكەن نۇسخىسىنى كۆرىدىغان كىشىلەر بۇ SWOT باھالىشىنىڭ مەقسىتىنى مۇۋاپىق دەرىجىدە ئېنىق چۈشىنەلەيدۇ.

2. SWOT ئانالىزى ئۆز

ئېچىگە ئالىدىغان مەزمۇنلار

تۆۋەندە مەن بىر SWOT ئانالىزى ئەندىزىسىنى كۆرسىتىپ ئۆتىمەن.

ئارتۇقچىلىقلار:

- تەكلىپنىڭ ئەۋزەللىكى
- ئىقتىدار
- رىقابەت جەھەتتىكى نىسپىي ئەۋزەللىك
- ئۆزگىچە سېتىش نۇقتىلىرى
- مەبلەغ، مۈلۈك، ۋە ئادەملەر

❁ تەجربىلەر، بىلىملەر، ۋە سانلىق ئۇچۇرلار
❁ ئىقتىسادىي زاپاسلار، سالغان مەبلەغدىن كېلىش ئېھتىماللىقى بولغان پايدىلار
❁ بازارلاش: خېرىدارلار دائىرىسى، تارقىلىشى، ۋە ئاڭلىتىش دائىرىسى
❁ يېڭىلىق يارىتىش تەرەپلىرى
❁ باھا، قىممەت، ۋە سۈپەت
❁ تەستىقلىتىش،

لاياقەتلەشتۈرۈش، ۋە گۇۋانامگە ئېرىشىش

۞ جەريان، سىستېما، ئۇچۇر تېخنولوگىيىسى، ۋە ئالاقىلىشىش ۋاستىلىرى

۞ مەدەنىيەت، پوزىتسىيە ۋە ئىش-ھەرىكەتتىكى ئىپادە تەرەپلىرى

۞ باشقۇرۇشنىڭ تولۇق ۋە ئۆزلۈكسىز بولىشى

ئاجىزلىقلار:

❁ تەكلىپنىڭ پايدىسىز تەرىپى
❁ ئىقتىدارىدىكى بوشلۇقلار
❁ رىقابەت كۈچىنىڭ كەمچىل بولىشى
❁ داڭقى، بازارغا كىرىشى ۋە تارقىلىشى جەھەتتىكى ئاجىزلىقلار
❁ مالىيە ئەھۋالىنىڭ ناچار بولىشى
❁ ئۆزىگە بىلىنگەن، باشقىلارنىڭ پايدىلىنىشىغا ئېھتىماللىقى بار بولغان ئاجىزلىقلار

❁ ۋاقــت دائىرىــسى، ۋاقــت چەكلىمسى ۋە بېسىملار
❁ كۆچمە پۇل مەبلىغى بىلەن دەسلەپكى پۇل مەبلىغىنىڭ قۇرۇلۇپ كېتىش ئەھۋالى
❁ ئىزچىلسىزلىق، ۋە تەمىنلەش زەنجىرىنىــڭ مۇســتەھكەملىك ئەھۋالى
❁ مەركىزىــي شــىركەت مەشغۇلاتىغا بولغــان تەسىر ۋە بۇزغۇنچىلىق ئەھۋالى

❁ سانلىق مەلۇماتلارنىڭ ئىشەنچلىك بولۇش، پىلان نەتىجىسىنى ئالدىنئالا مۆلچەرلەشكە بولۇش-بولماسلىق ئەھۋالى
❁ ئىرادە، سادىقلىق ۋە لىدېرلىق ئەھۋالى
❁ تەستىقلىتىش ئەھۋالى
❁ ئىشلەپچىقىرىش جەريانى ۋە سىستېمىسى ئەھۋالى
❁ باشقۇرۇشنىڭ تولۇق ۋە

ئىزچىل بولۇش ئەھۋالى

پۇرسەتلەر:

❁ بازار تەرەققىياتى
❁ رىقابەتچىلەرنىڭ ئاجىزلىق تەرەپلىرى
❁ سانائەت ۋە تۇرمۇش ئۇسۇلىدىكى يېڭى يۈزلىنىشلەر
❁ تېخنولوگىيە تەرەققىياتى ۋە يېڭىلىق يارىتىشلار
❁ دۇنياۋى تەسىرلەر
❁ يېڭى بازارلار

❁ ئگلەنمگەن بازارلار
❁ جۇغراپىيە، ئېكسپورت ۋە ئىمپورت
❁ يېڭى ئۆزگىچە سېتىش نۇقتىلىرى
❁ تاكتىكىلار، تەسادىپى پەيدا بولغان پۇرسەتلەر، ۋە چوڭ سودا كېلىشىملىرى
❁ ئىگىلىك ۋە مەھسۇلات تەرەققىياتى
❁ ئۆچۈر ۋە تەتقىقات

❁ شېرىكلىشىش، ۋەكىل تېپىش، ۋە تارقىتىش
❁ ھەجىم، ئىشلەپچىقىرىش، ۋە ئىقتىساد
❁ پەسىل، ھاۋا كىلىماتى، ۋە مودا تەسىرلىرى

تەھدىتلەر:

❁ سىياسىي تەسىرلەر
❁ قانۇنىي تەسىرلەر
❁ مۇھىت تەسىرلىرى
❁ ئۇچۇر تېخنولوگىيىسىنى

راۋاجلاندۇرۇش
❁ رىقابەتچىلەرنىڭ مەقسەتلىرى
❁ بازار ئېھتىياجى
❁ يېڭى تېخنولوگىيە، مۇلازىمەت ۋە ئىدىيىلەر
❁ كەم بولسا بولمايدىغان كېلىشىملەر ۋە شېرىكلەر
❁ ئۇزۇنغىچە ساقلاپ قالغىلى بولمايدىغان ئېچكى ئىقتىدارلار
❁ دۇچ كەلگەن توسقۇنلۇقلار
❁ يەڭگىلى بولمايدىغان

ئاجىزلىقلار

۞ مۇھىم خىزمەتچىلەردىن ئايرىلىپ قېلىش

۞ مۇقىم ئىقتىسادىي ئارقا تۈۋرۈكتىن ئايرىلىپ قېلىش

۞ ئېچكى ۋە تاشقى ئىقتىسادلار

۞ پەسىل ۋە ھاۋا كىلىماتى تەسىرلىرى

3. شىركەت SWOT ئانالىزىنىڭ بىر مىسالى

تۈۋەندىكى شىركەت SWOT

ئانالىزنىڭ مەسىلى بىر تەسۋىرى ئەھۋالغا ئاساسلانغان بولۇپ، ئۇنىڭدا باشقا شىركەتلەر ئۇچۇن مەھسۇلات ئىشلەپ چىقىرىدىغان، بۇرۇن ئۆز سودىسىنى باشقا تارقاتقۇچى شىركەتلەرگە تايىنىپ ئېلىپ بارغان بىر شىركەتنىڭ ئەھۋالى كۆزدە تۇتۇلغان. بۇ شىركەت ئۆزىنىڭ مەھسۇلاتلىرىنى ھازىر ئىشلىتىۋاتقان تارقاتقۇچىلىرىنىڭ دائىرىسى

ئۆچىدە بولمىغان يېڭى خېرىدارلارغا بىۋاسىتە تارقىتىدىغان بىر يېڭى تارماق شىركەت قۇرماقچى بولۇپ، ئاشۇنداق بىر پىلان ئۈستىدە SWOT ئانالىزى ئېلىپ بارماقچى بولغان.

ئارتۇقچىلىقلار:

۞ بىزنىڭ مەھسۇلاتلىرىمىز بازار ئېھتىياجىغا ئۇيغۇن، ئۇلارنىڭ سۈپىتى يۇقىرى ۋە ئىشەنچلىكى

كۆچلۈك

❁ رىقابەتچىلەرنىڭكى بىلەن سېلىشتۇرغاندا بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىزنىڭ ئۈستۈنلۈكى يوقرى

❁ مەھسۇلاتىمىزنىڭ ھاياتى ئۇزۇن ۋە چىدامچانلىقى يوقىرى

❁ ئىشچىلار ئىشلەپچىقىرىش ئۈستۈنلۈكىمىز بار

❁ بىر قىسىم خادىملىرىمىزنىڭ ئەڭ تۆۋەن دىكى خېرىدارلارغا

ئانت تەجرىبىسى بار
۞ يېتەرلىك خېرىدارلار توپى بار
۞ بۇۋاسىتە يەتكۈزۈپ بېرىش ئىقتىدارىمىز بار
۞ يېڭى مەھسۇلاتلارنى راۋاجلاندۇرۇش ئىشى ئوبدان يولغا قويۇلغان؛
۞ ئىشلارنى ھازىر بار بولغان شىركەت ئورۇنلىرىدىلا قىلالايمىز
۞ مەھسۇلاتلىرىمىز تەستىقتىن ئۆتۈپ بولغان

۞ ئش جەريانى بىلەن ئۇچۇر تېخنولوگىيىسى بىزنىڭ ئېھتىياجىمىزدىن چىقالايدۇ

۞ باشلىقلار بۇ ئىشقا ئۆزىنى ئاتىغان ۋە ئۇنىڭغا نىسبەتەن ئۈمىدۋار

ئاجىزلىقلار:

۞ تىزىملىكتىكى خېرىدارلار تېخچە سىناقتىن ئۆتكۈزۈلمىدى

۞ بەزى ساھەلەردىكى خېرىدارلار توپىدا بىر قىسىم

بوشلۇقلار بار

❁ بىز ئىگىلىگەن بازار بىر قەدەر كىچىك

❁ بىۋاستە بازارلاش تەجرىبىمىز يوق

❁ بىز چەت ئەلدىكى خېرىدارلارغا مال يەتكۈزۈپ بېرەلمەيمىز

❁ تېخىمۇ كۆپ سېتىش («sale») بىلەن شۇغۇللىنىدىغان خادىملارغا موھتاج

❁ ئاجراتقان پۇلمىز يېتەرلىك ئەمەس
❁ تېخىچە سىناق ئېلىپ بېرىپ باقمىدۇق
❁ تېخىچە تەپسىلىي پىلانىمىز يوق
❁ مالنى يەتكۈزۈپ بېرىدىغان خادىملارنى بۇنىڭدىن كېيىن تەربىيىلەش كېرەك
❁ خېرىدارلار ئۈچۈن خىزمەت قىلىدىغان خادىملارنى بۇنىڭدىن

كىيىن تەربىيلەش كېرەك

❁ جەريان ۋە سىستېمىلارنى ۋۇجۇدقا كەلتۈرۈش كېرەك

❁ باشلىقلار يېتىشمەيدۇ

پۇرسەتلەر:

❁ يېڭى مەھسۇلات راۋاجلاندۇرالايمىز

❁ يەرلىك رىقابەتچىلەرنىڭ مەھسۇلاتى بىزنىڭكىگە قارىغاندىن ناچار

❁ مەھسۇلاتىمىزنىڭ پايدىسى

ياخشى (profit margins«
(are good»

❁ **ئەڭ تۆۋەنـــــــــدىكى خېرىدارلىرىمىز (end users») يېڭـــى ئـــدىيلەرگە ياخـــشى ماسلىشىدۇ**

❁ **شـــــــــركىتىمىزنى چەت ئەللەرگىمۇ كېڭەيتەلەيمىز**

❁ **يېڭـى مۇتەخەسســسلەردىن پايدىلىنالايمىز**

❁ **رىقــابەتچىلىرىمىزنى هەيــران**

قالدۇرالايمىز

۞ بىزنىڭ قىلىدىغىنىمىز ئەڭ مۇھىم ئىگىلىكلەرنىڭ ئىقتىسادىغا بىۋاستە ياردەم قىلىدۇ

۞ ياخشىراق تەمىنلىگۈچى شىركەتلەرنى تاپالايمىز

تەھدىتلەر:

۞ تۈزۈلگەن يېڭى قانۇن بىزنىڭ شىركىتىمىزگە يامان ئەھۋال ئېلىپ كېلىشى مۇمكىن

۞ مۇھىت تەسىرى چوڭ

شىركەتلەر ئۆچۈن پايدىلىق بولۇشى مۇمكىن
۞ بازار ئىھتىياجى پۈتۈنلەي پەسلگە باغلىق
۞ مۇھىم خىزمەتچى خادىملارنى ساقلاپ قېلىش تەس
۞ مەركىزىي كارخانا مەشغۇلاتىمىزدىن چەتنەپ كېتىش ئېھتىماللىقى بار
۞ جەمئىيەتكە سەلبىي تەسىر بېرىپ قويۇشىمىز مۇمكىن

۞ ئاسانلا چوڭ رىقابەتچىلەرنىڭ ھۇجۇمىغا ئۇچراپ قالىمىز
SWOT ئانالىزى بويىچە پىلانلارنى تۈزۈپ بولغاندىن كېيىن، ئۇلارنى تۆۋەندىكى 6 كاتېگورىيە بويىچە ئەملىي ھەرىكەتكە ئايلاندۇرۇش كېرەك:
۞ مەھسۇلات (بىزنى نېمىنى ساتىمىز؟)
۞ جەريان (مەھسۇلاتلارنى قانداق ساتىمىز؟)

❁ خېرىدارلار (مەھسۇلاتلارنى كىمگە ساتىمىز؟)
❁ تارقىتىش (مەھسۇلاتلارنى خېرىدارلارغا قانداق يەتكۈزۈپ بېرىمىز؟)
❁ ئۆتكۈزۈش (باھا، چىقىم ۋە مەبلەغلەر)
❁ باشقۇرۇش (يۇقىرىقى ئىشلارنى بىز قانداق باشقۇرىمىز؟)
بۇ ماقالىنىڭ بەك ئۇزۇراپ كېتىشىدىن ساقلىنىش ئۈچۈن بۇ 6

كــاتېگورىيە ئۈســتىدە مەن بۈنگىدىن ئارتۇق توختالمايمەن.

4. ئاخىرقى سۆز

مەن 2009-يىلى يۇرتقا تۇغقان يوقلاشقا بارغانـدا، بىـر قىسىم ئۆز ئالـدىغا شـىركەت قۇرغـان ئۇيغـۇر ياشلىرى بىلەن ئۇچراشتىم. ئاشۇ ياشلارنىڭ بىرسى دوستلىرى بىـلەن بىـرلىكتە قۇرغـان شـىركەت باشـقا شــىركەتلەرنىڭ باشــلىقلىرىنى شىركەت باشقۇرۇشنىڭ زامـانۋى

بلبۇللارى بىلەن تەربىيىلەش مۇۋلازىمەتنى قىلىدىغان شىركەت ئىكەن. ئۇ ياشىنىڭ دېيىشىچە، ئۇلار ھازىر مەن بۇرۇن شىركەت قۇرۇش ۋە باشقۇرۇش ھەققىدە يازغان ئىككى پارچە ماقالىدىن باشقىلارنى تەربىيىلەش دەرس ماتېرىيالى سۈپىتىدە پايدىلىنىۋېتىپتۇ. مەن بۇ سۆزنى ئاڭلاپ بىر تەرەپتىن ناھايىتى ھاياجانلاندىم ۋە ئىلھاملاندىم،

يەنە بىر تەرەپتىن بولسا ھەيران بولدۇم -- مەن ئەسلىدە ئۇ ئىككى پارچە ماقالىنىڭ ئۇنچىلىك قىممىتى بولار، دەپ ھەرگىزمۇ ئويلاپ باقمىغان ئىدىم. ئاشۇ ئەھۋال مېنىڭ بۇ قېتىم ئۇشبۇ ماقالىنى يېزىشىمدا تۈرتكىلىك رول ئوينىدى. ھازىر چەت ئەلدە ئوقۇۋاتقان، ئوقۇش پۈتتۈرگەندىن كېيىن چەت ئەلدە تۇرۇپ قېلىپ، ھەر خىل كەسپىي ساھەلەردە

ئىشلەۋاتقان ئۇيغۇر ياشلىرىنىڭ سانى كۈندىن-كۈنگە كۆپىيىپ مېڭىۋاتىدۇ. ئەگەر سىز ئاشۇنداق ياشلارنىڭ بىرسى بولسىڭىز، مەن سىزنى ئۆز كەسپىڭىز دائىرىسىدىكى تەرەققىي تاپقان دۆلەتلەردە ئاسانلا تېپىلىدىغان ۋە كەڭ-كۆلەمدە ئومۇملىشىپ بولغان، ئەمما ئۇيغۇر دىيارى ۋە ئۇيغۇر جەمئىيىتىگە تېخىچە يېتىپ بارمىغان ئىلمىي ئۇقۇملار

ۋە ھەر خىل بىلىملەرنى ماقالە قىلىپ يېزىپ چىقىپ، تور بەتلىرىدە ئېلان قىلىپ تۇرۇشقا چاقىرىمەن. بۇنىڭ ۋەتەندىكى ئۇيغۇر ياشلىرى ئۈچۈن سىز مۆلچەرلىيەلمەيدىغان دەرىجىدە پايدىسى بار. چەت ئەلدىكى ئۇيغۇرلارنىڭ ۋەتەندىكىلەر ئۈچۈن قىلىپ بېرەلەيدىغان ئىشلىرى ناھايىتى كۆپ . يوقىرىدىكىسى مانا شۇلارنىڭ بىرسى، ھەمدە ئەڭ

ئاسانلىرىنىڭ بىرسى. بىر ئۆلۈغ ئەربابىنىڭ «چوڭ-چوڭ ئىشلارنى قىلىشنى ئۆزۈڭ قىلالايدىغان كىچىك ئىشلاردىن باشلا»، دېگىنى ئېسىمدە. مەن يۇقىرىدىكى ئىشنى چەت ئەلدىكى ئۇيغۇرلارنىڭ مۇتلەق كۆپ ساندىكىسىنىڭ ئاسانلا قىلالايدىغانلىقىغا تولۇق ئىشىنىمەن.

مەن بۇرۇن يازغان «شىركەت قۇرۇشقا قانداق ئىقتىدار كېرەك؟»

دېگەن ماقالەمدە بىر بۆرە بىلەن بىر ئائىلە ئىتنىڭ ھېكايىسىنى سۆزلەپ بەرگەن ئىدىم. ئۆز ئائىلدىغا شىركەت قۇرۇپ، شۇنچىغا تايىنىپ ياشىغان ھايات شۇ ھېكايىدىكى بۆرىنىڭ ھاياتىغا ئوخشايدۇ. باشقىلار ئۈچۈن ئىشلەپ ياشىغان ھايات بولسا ئاشۇ ھېكايىدىكى بويىنى باغلانغان ئائىلە ئىتنىڭ ھاياتىغا ئوخشايدۇ. ۋەتەندىكى ئۇيغۇر

ياشلىرى ئۆچۈن خىزمەت مەسلىسىنى ھەل قىلىشنىڭ بىر ئامالى ئۆز ئالدىغا شىركەت قۇرۇش. روشەنكى، بۇ ئىشنى قىلىش ئانچە ئاسان ئەمەس. ئەگەر ئاسان بولغان بولسا، ھەممە ئادەم ئاشۇ ئىشنى قىلغان بولاتتى. لېكىن، ئۇيغۇر دىيارىنىڭ يېقىنقى 10 يىلدەك ۋاقتىنىڭ مابەينىدىكى ئەھۋالغا قاراپ باقىدىغان بولساق، ئۇيغۇرلارنىڭ دۇنيانىڭ يېڭى

تەرەققىياتىغا ئاسانلا ئەگىشىپ ماشىنىلاشتۇرۇلغانلىقىنى، خۇسۇسىي ئىگىلىك تىكلەش جەھەتتە ناھايىتى قىسقىغىنا ۋاقىت ئىچىدە ئادەمنى ھەيران قالدۇرغۇدەك ئىشلارنى قىلالايدىغانلىقىنى ۋە قىلغانلىقىنى كۆرۈۋالالايمىز. جۇڭگو مائارىپى ياشلارنى ئۆز ئالدىغا مۇستەقىل ۋە ئەركىن تەپەككۇر قىلدىغان، ييڭىلىق يارىتىشقا ئۆزلۈكىدىن جۈرئەت

قلىدىغان، يېڭىلىق يارىتىشقا قادىر بولىدىغان، ۋە قولنى ئىشلىتىشكە ماھىر بولىدىغان قىلىپ تەربىيىلەش جەھەتتە تەرەققىي قىلغان غەرب دۆلەتلىرى بىلەن سېلىشتۇرغاندا بىر قەدەر ئارقىدا. لېكىن ئالىي مەكتەپ ئاساسىي پەن ئوقۇتۇشلىرىدا دۇنيادىكى خېلى ئالدىدىكى ئەللەرنىڭ بىرسىگە كىرىدۇ. بولۇپمۇ ئىسلام دۇنياسى بىلەن

تۈرك دۇنياسىدا تېخىمۇ شۇنداق. ئاشۇنداق بولغاچقا، مەن خۇسۇسىي ئىگىلىك تىكلەشتە ئۇيغۇر ياشلىرىنىڭ ئۆز بىلىملىرى ۋە ئۆزلىرىنىڭ ھەر خىل ئىقتىدارلىرىغا سەل قارىماسلىقىنى، باشقىلار قىلالىغاننى ئۆزلىرىنىڭمۇ قىلالايدىغانلىقىغا تولۇق ئىشىنىشىنى، بۇ جەھەتتە يېڭىلىق يارىتىشقا ناھايىتى ماھىر بولۇشىنى ئۈمىد قىلىمەن.

مەرھۇم ئابدۇشۈكۈر مەتىمىن مۇئەللىم ئۆزىنىڭ «ئۈچ خىل مىللەت ۋە مىللىيەتلىكتىكى ئۈچ خىل قىممەت» دېگەن ماقالىسىدە مىللەتلەرنى ئۆلارنىڭ مەلەك-كامالەت ۋە رىقابەت ئىقتىدارىغا قاراپ «ئېتنولوگىيىلىك مىللەت»، «ئىجتىمائىي مىللەت» ۋە «سىياسىي مىللەت» تىن ئىبارەت ئۈچ خىلغا بۆلگەن، ھەمدە ئۇيغۇرلارنىڭ ھازىرمۇ يەنىلا بىر

«ئېتنولوگىيلىك مىللەت» باسقۇچىدا ئىكەنلىكىنى ئۆتتۈرىغا قويىغان ئىدى. بىر مىللەتنىڭ ئىقتىسادىي، سىياسىي ۋە ئىجتىمائىي جەھەتلەردە قۇدرەت تېپىشىدا ئۇنىڭ ئىلىم-پەن، تېخنولوگىيە، ئىنجېنېرلىق ۋە ماتېماتىكىنى تەرەققىي قىلدۇرۇشى ۋە ئۇلارنى ئۆزىنىڭ پۈتۈن جەمئىيىتىگە ئومۇلاشتۇرۇشى ئىنتايىن مۇھىم رول ئوينايدۇ.

خۇسۇسـي ئىگىلىكنى كـۆپلەپ بەرپـا قىلىش ۋە ئۇنـى زور دەرىجـىدە تەرەققىي قىلدۇرۇش بولسا ئىلـم-پەن، تېخنولوگىيە، ئىنجىنىرلـىك ۋە ماتېرىـيـاتلىقنى تەرەققىي قىلدۇرۇش ۋە ئۇلارنى ئومۇملاشـتۇرۇش جەھەتـتە ھالقىلىق رول ئوينايدۇ. شۇنداق بولغاچقا، مىللەت ئۆچلۈك چوڭراق ئىش قىلىپ بېرىشنى كۆزلەۋاتقان ئۇيغـۇر ياشلىرىنىڭ خۇسۇسـي

شركەت قۇرۇش ۋە ئۇنى تەرەققىي قىلدۇرۇش ئىشلىرىغا ئالاھىدە كۆڭۈل بۆلۈشنى ئۈمىد قىلىمەن.

«باشقا بىر كۈن بار»

ئۆز ئالدىغا خۇسۇسىي شىركەت قۇرۇش كىشىلەر قىلىدىغان ئىشلارنىڭ ئىچىدىكى چوڭ ئىشلارنىڭ بىرسىگە كىرىدۇ. چوڭ ئىشلارنى قىلىش يولىنى تاللىغان ئادەملەر قازىنىدىغان نەتىجىمۇ زور بولىدۇ. شۇنداقلا ئۇلار بەزىدە

ئۇچرايدىغان مەغلۇبىيەت بىلەن
تارتىدىغان زىيانمۇ ناھايىتى ئېغىر
ۋە ئېچىنىشلىق بولىدۇ. ئۇيغۇرلار
ئۆچۈن بۇنداق مىساللار ئىنتايىن
كۆپ . مەن ئۇشبۇ ماقالەمنى
«ھون ئاتىلانىڭ لىدېرلىق
سىرلىرى» دېگەن كىتابتىن
ئىلھاملىنىپ، ئاتىلا ئۆزىنىڭ قول
ئاستىدىكى قەبىلە باشلىقلىرىغا
«باشقا بىر كۈن بار» دېگەن تېما
ئاستىدا تەربىيە-نەسىھەت ئېلىپ

بارغان ۋاقتىدا سۆزلىگەن سۆزلىرى بىلەن ئاخىرلاشتۇرىمەن. ئاتتىلا بۇ سۆزلەرنى ھونلار 451-يىلى ئېيتىيۇسنىڭ قولىدا مەغلۇپ بولۇپ، ئېغىر زىيانغا ئۇچرىغاندىن كېيىن دېگەن.
ھېچقانداق باشلىق ھەر بىر جەڭدە غەلىبە قىلغۇچى بولالمايدۇ. قىلىچۋاتقاننىڭ تەبىقە لىدېرلىقى ياكى جەڭ مەيدانىدىكى ئۇرۇش بولۇشىدىن، قىلىچۋاتقان ئىشىنىڭ

قانچىلىك ئۇلۇغ ياكى قانچىلىك
ئەرزىمەس ئىش ئىكەنلىكىدىن،
ھەمدە سەن تەييارلىقنى قانچىلىك
پۇختا قىلغانلىقىڭدىن قەتئىي
نەزەر، سەن بەزىدە يېڭىلىسەن.
خەۋىرىڭدە بولسۇنكى، سەن
جەڭ مەيدانى ياكى كېڭەشىش
سورۇنىدىكى مەغلۇبىيەتكە
داۋاملىق يولۇقۇپ تۇرىسەن.
شۇڭا ئۇنى ئىنكار قىلما. بۇنداق
ئەھۋالدىن ئۆزۈڭنى ئېلىپ

قاچماي، قارشى تەرەپ ئېرشمەكچى بولغان پايدىنى ئەڭ زور دەرىجىدە كېمەيتىش ئۈچۈن دەرھال ھەرىكەتكە ئاتلان، ھەمدە ئۆز يولۇڭنى داۋاملاشتۇر.

بىر جەڭ ياكى قولۇڭدىكى بىر ئىشنى داۋاملاشتۇرۇۋېرش تېخمۇ چوڭ زىيانلارنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان ياكى قولۇڭدا بار نەرسىلەرنى پۈتۈنلەي قۇرۇتۇۋېتىدىغان بولسا، ئۇ

يولـدىن چېكىنـىشنىڭ ئۆزى بىـر ئۇلـۇغ ئىش بولـدۇ. باشقا بىر كۆنى قايتىدىن ئىش ئېلىپ بېرىش ئۆچۈن سەن بـارلىق جەگچىلەرنى ۋە ماتېرىياللارنى ساقلاپ قېلىشىڭ شەرت.

كـــــــشىلىك مەغلـــــۇبىيەتكە يولۇقـقانـدا ئۆز قىممىتـىنى، ئۆز ئـىشەنچىنى ۋە ئۆز ئىرادىـسىنى ۋاقىتلىق يوقىتىپ قويۇش بىر خىل نورمال روھـي ھادىسە. سـەن بۇ

خەل كۆلپەتلەردىن ئۆزۆڭنىڭ
ھونلۇق روھىيىتىڭدە چۇشكۆنلۈك
پەيدا قىلمىغان ھالدا ئۆتۈپ
كېتىشنى ئۆگەن. زۆرۈر بولغاندا
بۇنىڭ ئۆچۈن قايغۇ ئۇرساڭ
مەيلى، ئەمما ئۆزۆڭنىڭ ئۇنداق
ناچار ھالىتىدە بەك ئۇزۇن تۇرۇپ
قالما. بولمىسا سېنىڭ قايغۇڭ
سېنىڭ كەيپىياتىڭنى مەڭگۇ
تىزگىنلىۋالىدۇ.
ئەگەر سەن بىر ئەقىللىق باشلىق

بولساق، قول ئاستىڭدىكى ئادەملەرنى ئۆمدىسىزلىككە تاقابىل تۇرۇشقا تەييارلىماي تۇرۇپ، ئۇلارنى بىر مەغلۇبىيەتكە باشلاپ كىرمەيسەن.

بىر جەڭ ياكى كېڭەشش سورۇنىغا كىرىشتىن بۇرۇن ئۇلاردىكى ھەممە ئېھتىماللىق ئۇستىدە ئويلىنىپ قويۇش ناھايىتى مۇھىم. بۇنى ئۆز كۆڭلۈڭدە كۆپ قېتىم

تەكرارلىغىن.سىنىڭ ھەرىكىتىڭدىن كېلىپ چىقىش ئېھتىماللىقى بولغان ئاقىۋەتلەر ئۈستىدە ئويدان ئويلانغىن. شۇ ئارقىلىق ئۆزۈڭنى يۈز بېرىش ئېھتىماللىقى بار بولغان ئەڭ ناچار ئاقىۋەتلەرگە ئوبدان تەييارلىيالايسەن.
مەغلۇبىيەتتىن ساۋاق ئالغىن. ئۆزۈڭ يېڭەلمىگەن توسقۇنلۇقلارغا يولۇققاندىن كېيىنمۇ ئۆزۈڭنىڭ

لـــدىرلىق قـــابلىيىتىنى كۆچەيتەلمەيدىكەنسەن، سېنىڭ تەجرىبىلىرىڭ نۆلگە تەڭ بولۇپ، ئۆزۈڭ ۋە سېنىڭ قول ئاستىڭدىكى كىشلەر ئامالسىز قالغان قۇربان بەرگـــۈچىلەردىن باشـــقا نەرســـە بولالمايدۇ.
شـــۇ نەرســـە دائـــىم ئېســـىڭدە بولسۇنكى، سەن ئېلىپ بېرىۋاتقان ئىش قـــانچە زور ئەھمىيەتلىـــك بولـــدىكەن، ئۇ شـــۇنچە چـــوڭ

قارشىلىققا ئۇچرايدۇ. بۇنداق قارشىلىق ئىچكى ياردەم ۋە ساداقەتلىكنىڭ كەم بولۇشىنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ئەگەر سەن بىر غەلىبىگە ئاسانلا ئېرىشكەن بولساڭ، يەتمەكچى بولغان نىشانىڭنىڭ قىممىتى ئۆستىدە قايتىدىن ئويلىنىپ باق.

بىر ئادەمدىكى ھەقىقەت شۆكى، سېنىڭ نەتىجەڭ ۋە غەلىبەڭ قانچە زور بولىدىكەن، دۈشمەنلىڭدىن

كېلىدىغان قارشىلىق، ھەسرەت ۋە ئۈمىدسىزلەندۈرۈشمۇ شۇنچە كۆچلۈك بولىدۇ. شۇنداق بولىدىغىنىنى ئالدىن ئويلاپ، ئۇنىڭ قۇربانى بولۇپ قالما.

شۇنى بىلگىنكى، سېنىڭ ئەڭ ئەھمىيەتلىك تىرىشچانلىقلىرىڭ دەرىجىسى ئۆزەڭنىڭكىدىن يۇقىرى تۇرىدىغان كىشىلەرنىڭ كەمستىشىگە شۇنچە بەك ئۇچرايدۇ. بۇنىڭ سەۋەبى، سەن

نەتىجە قازانغاندا ئەڭ زىيان تارتىدىغانلار ئاشۇ كىشلەر بولغىنىدۇر. ئەگەر سىنىڭ ھەربىر كىتابىڭ ۋە چوڭ نىشانلىرىڭ ئۇلارغا تەھدىت بولۇپ تۇيۇلمايدىكەن، سەن كۆزلىگەن نىشانلار ئەرزىمەس نىشانلار بولۇپ چىقىشى مۇمكىن.

بەزىدە توسقۇنلۇقلارنى يېڭىش كۆچۈڭنىڭ ئەڭ ئاخىرقى بىر قىسمىغىمۇ ئېھتىياجلىق بولۇپ

قىلىشىڭ مۇمكىن. شۇڭلاشقا
روھى جەھەتتىكى جاسارىتىڭنىڭ
بىر قىسمىنى ئاشۇنداق پەيتلەر
ئۈچۈن ساقلاپ قوي. چېكىنىش
ۋە قايىتىدىن تەشكىللىنىش
ئىھتىماللىقىدىن ئازراق بار بولغان
ۋاقىتلاردىمۇ ھەرگىز بارلىقىڭنىڭ
ھەممىسىنى نۆۋەتتىكى ئىشلار
ئۈچۈن سەرپ قىلىپ تۈگەتتىۋەتمە.
بىز ئېتىراپىغا ئۇلىشىپ ئولتۇرغان
بۇ دالا ئوتىمۇ خېلى كىچىكلەپ

قالدى. سىلەر مېنىڭ بۇ ئازاب-ئوقۇبەتلىرىمدىن ساۋاق ئېلىپ، ئۈنىڭدىن ئۆزۈڭلار ئۈچۈن پايدىلىنىڭلار. مېنىڭ يوقارقى يوشۇرۇن بىلىملىرىم سىلەرنىڭ ئىرادە ئوچۇغۇڭلارغا ئوت تۇتاشتۇرىدىغان يېقىلغۇ بولۇپ، ئۆز ئىرادەڭلارنى باشقا بىر كۈنى مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش ئۈچۈن قايتىدىن تۇرغۇزۇپ چىقىشىڭلارغا تۈرتكە بولغۇسى. ھونلارنىڭ

نەپسى توختاپلا قالمايدىكەن، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ ھەممە نەرسىدىن ئايرىلىپ قالغان بولمايدۇ.

بۇ يازمىدا تىلغا ئېلىنغان ئەسەرلەرنىڭ تور ئادرېسلىرى:
«شىركەت قۇرۇشقا قانداق ئىقتىدار كېرەك؟»
http://www.meripet.com/Sohbet1/Erkinc1_shirket.htm

«شـــــركەتنى ئوڭۇشـــــلۇق ماڭدۇرۇش ئەقتدارى»
http://www.meripet.com/Sohbet1/Erkinc2_shirket2.htm
«ئۈچ خـــــل ملــــــــەت ۋە مللىيەتلىكتىكـــــى ئۈچ خـــــل قىممەت»:
http://www.meripet.com/Academy/MAbduxukur.htm
ئەركــــن ســــدىقنىڭ بـــارلىق يـــــــــــــــازملىرى:

http://www.meripet.com/Sohbet

بۇ ماقالىنى ھېچ كىمدىن رۇخسەت سورىماي، مەنبەسىنى ئەسكەرتكەن ھالدا باشقا ھەر قانداق تور بەتلىرىدە ئېلان قىلسىڭىز بولۇۋېرىدۇ.