

## ХАЛҚАРО ТАРМОҚЛИ МАРКЕТИНГ ЎЗБЕКИСТОНДА

**Хамроев Гулом Рахмонович**

*"Ўзбекистон Тармоқли Маркетинг Ассоциация"си раҳбари*

*ТДИУ фалсафа докторанти*

**Аннотация:** *Рақамлаштириш жаҳон иқтисодиёти ривожланишининг энг муҳим йўналишларидан бири бўлиб, халқаро тармоқли маркетинг савдо ва хизмат кўрсатиш фаолияти билан инсонлар эҳтиёжини қониқтиришда замонавий онлайн тарзда имкониятларни очиб бериди ва чегара билмас, ҳудуд танламас платформаларини тақдим этади ва ўқитиб ўргатади, ўзи учун ўзи кадрларни тайёрлайди, энг асосийси барчасини бир платформада мужассамлаштирган сўнги моделидир.!*

*Бу янги бизнес модел буйича Ўзбекистонда 1.5 миллиондан ошди аҳоли иш билан таъминланди ва ўқитиб ўргатилмоқда.*

**Калит сўзлар:** *МЛМ тармоқли маркетинг, реклама агентлари, дистрибьютор, тармоқли маркетинг компаниялар, рақамли иқтисодиёт шакллари, интернет инновацион платформалари, структура, пирамида.*

Бугун Ўзбекистонда савдо ва хизмат кўрсатишнинг янги бизнес моделлари шаклланмоқда, рақамли иқтисодиётнинг тараққиёти натижасида онлайн интернет ижтимоий тармоқлар олами авж оляётган бир пайтда, қўш тармоқли маркетинг ва кибер бизнес усулига йўл очилмоқда, биз хоҳлаймизки йўқми бунга тўсик қўйиб бўлмайди, шундай экан биз бу кибер бизнес оламига қадам қўйишда билишлари муҳим бўлган маълумотларни халқаро илмий таҳлиллар асосида ҳавола қилмоқчимиз.!

Бугунги ҳаётни савдо сотиқсиз тасаввур қилиб бўлмайди, чунки биз эҳтиёжларимизни олди сотди билан қониқтираемиз. Бу дунёда бизни эҳтиёжларимизни қониқтирувчи барча имкониятлар мавжуд. Бу имкониятлардан фойдаланишимиз учун эса биз ҳақ тўлашимиз зарур, демак ҳар бир нарсанинг нархи ва ҳаққи бордир. Ҳар бир нарсага тўланган ҳақ бу олди сотди, савдо тушунчасини пайдо қилади. Бугунги кунга келиб савдо тушунчаси жуда мураккаблашиб кетди, илм фан ва тараққиётнинг ривожланиши натижасида савдо турларининг майдончалари пайдо бўла бошлади. Бу майдончалар бозорлардан бошланиб дўкон, магазин, минимаркет, супермаркет, гипермаркет ва тармоқли маркетлар даражасига етди. 20 аснинг 90 йилларигача энг тараққий этган савдо турлари чакана ва улгурчи усуллари билан ривожланди.

21 аснинг бошларида савдода кескин ўзгаришлар юзага келди. Бутун дунё бўйлаб компьютер технологияси ва интернет тизими рақамли иқтисодиётнинг жадал ривожланиши натижасида электрон онлайн ва офлайн интернет-магазин чегара билмас ва ҳудуд танламас савдо платформалари вужудга кела бошлади. Бу савдо тизимини тартибга солиш ва назорат қилишга, қадимги чакана ва улгурчи савдо

конун қоидалари, усуллари ожизлик қилди, давлат ва жамият ўртасида низолар келтириб чиқишига олиб келди ва савдонинг янги тури тармоқли маркетинг усули такомиллаштиришига сабабчи бўлди. Худди шундай бизнинг мамлакат Ўзбекистон ҳам бу муаммога дуч келди ва тармоқли маркетинг сўзини қонун билан қабул қилишга мажбур бўлди.

Шундай бўлишига қарамасдан Ўзбекистонда Тармоқли маркетинг тушунчаси қонун билан тасдиқланди ва қисқа қилиб изоҳ берилди.

2003 йил 13 февralида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг № 75-сонли қарорнинг 3-бандида:

Тармоқли маркетинг – тармоқли ташкилот томонидан товарларни мустақил тарқатадиган сотувчи агентлар ташкил этилишига асосланган товарларни чакана сотиш тури.

Тармоқли ташкилот – Ўзбекистон Республикаси ҳудудида мустақил равишда ёхуд тармоқли маркетинг йўли билан сотувчи агентлар орқали савдони амалга оширувчи Ўзбекистон Республикаси юридик шахси: -деб

2012 йил 1 февralида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг № 25-сонли қарор қабул қилинган бўлиб, унда:

Тармоқли маркетинг йўли билан чакана савдо қилиш хусусиятлари белгиланган.

Тармоқли ташкилот томонидан товарларни сотувчи агентлар орқали сотиш улар ўртасида тузиладиган шартнома асосида нахт бўлмаган ҳисоб-китоб бўйича амалга оширилади. Бунда тармоқли ташкилот улгуржи савдо қилиш учун лицензияга эга бўлиши керак. -дейилди.

Ўзбекистонда Тармоқли маркетингга молиявий пирамида деб изоҳ берилди ва у туғилмай ўлди, чунки Тармоқли маркетинг соҳасида мутахассис кадрларнинг умуман йуқлиги эди. Шу пайтда ривожланган давлатлар эса тармоқли маркетинг орқали иқтисодда илғорлаб кетди.

Тармоқли маркетинг фаолияти Америкалик Карл Ренборг номи билан машҳурдир. Тармоқли маркетинг 1934 йил Америкада туғулган бўлсада у бугун Японияда иқтисодиётнинг энг улкан ютуғи даражасига етди.

В рамках постановления главы нашего государства от 14 мая 2018 года «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» в регионах последовательно достигаются результаты в цифровизации отраслей экономики, обеспечивается доступность интернет-торговли для широких слоев населения и субъектов предпринимательства.

2018 йил 29 октябр куни Ўзбекистон Республикаси Адлия Вазирлиги томонидан Ўзбекистонда илк бор тармоқли маркетингга асос солган Ўзбекистон Тармоқли маркетинг Ассоциацияси асосчиси ва раҳбари Ҳамраев Гуломжон Рахмоновичга Ўзбекистонда биринчи тармоқли маркетинг ташкилоти гувоҳномаси тақдим этилди.

Пандемия даврида Тармоқли маркетинг соҳаси жуда жадал ривожланиб, энг муҳим йўналиш эканлиги исботланди ва БАДлар индивидуал ёндашув ўз самарасини

кўрсатди. Бугунги кунга келиб аҳолининг БАДларга бўлган қизиқиши тармоқли маркетингнинг авзалликларидан бири бўлди. Японияда 95 %, Ҳиндистонда 75%, Хитойда 67%, Америкада 66 %, Россияда 15 % ва Ўзбекистонда 4 % га етди, бу тармоқли маркетинг самараси эди. Энг соғлом ва узоқ умр кўрувчи халқлар шу кўрсаткичлар билан ривожланмоқда. Хатто Японияда БАД истемол қилмаган шахслар ишга қабул қилинмаслиги айтилди.

Тармоқли маркетинг бу ўзи қандай йўналиш, нима учун бу бунчалик тез ривожланмоқда, бунга бўлган талаб ва қизиқишнинг сири нимада..?

Тармоқли маркетинг – бу структура ПИРАМИДАдан иборат бўлиб, истемолчилар жамоасидан ташкил топган консултантлар асосида реклама агентлари орқали энг юқори сифатли маҳсулот савдосини амалга ошириш ва ўқитиб ўргатиш услубидир.

Тармоқли маркетинг 3 нарсадан ташкил топади:

1. Маҳсулот (соғлиқ ва гўзаллик )
2. Маркетинг режа (линейный, бинар, матрица, ступенчатый, комбинированный)
3. Ўқитиш тизими ( презентация, ОРР, НДО, Базовый, Углублённый, Управляющий, Инвесторский)

Савдода Тармоқли Маркетинг услубидан фойдаланишнинг авзаллиги ва самарадорлиги ўз ўзидан кўриниб турибдики, тармоқли маркетинг нафақат чакана ва улгурчи савдо, хатто савдо хизматларини кўрсатиш ва кадрлар тайёрлашни ҳам ўз ичига олган кўп тармоқли маркетингдир.

Тармоқли маркетинг соҳаси: ўзини ўзи молиялаш ва ўзини ўзи иш билан таъминлаш план маркетинги асосида индивидуал ёндашиш фаолияти ҳисобланиб, ҳар бир шахс ўз соғлигини сақлаш ва саломатлиги ҳақида қайғуриш билан шуғулланади, саломатлик информацион маркетинг хизмати ЯТТ якка тартибдаги тарбиркор реклама менеджерлари орқали маълумот берилиб, информацияга эга бўлади, БАД - фаол қўшимчалардан фойдаланганликлари, реклама ва тарғиб қилганликлари учун товар айланмаси бонусларига эга бўладилар.

Тармоқли маркетингда бонус эгалари 2 тоифага бўлинади:

1. Хамкорлар,
2. Истемолчилар.

Хамкорлар -булар ЯТТ, яъни якка тартибдаги тадбиркор реклама менеджерлари шартномага асосан ҳар куни ишлайдиган ишчилар ҳисобланади.

Истемолчилар эса, бўш вақтларидан фойдаланувчи малакасини ошириш учун ўзини ўзи банд қилган шахслар ҳисобланади ва истемолчилар орасидан реклама менеджерлари етишиб чиқади.

Бугунги кунда дунё бўйлаб тармоқли маркетинг фаолияти билан шуғулланаётган ташкилотлар сони 5000 дан ошди. Ўзбекистонда эса 50 га яқин ташкилотлар тармоқли маркетинг фаолияти билан шуғулланмоқда. Лекин хали хануз тармоқли маркетинг фаолияти турига солиқ фаолият коди рақами берилмаган. Шу сабабли

тармоқли маркетинг ташкилоти ва сотувчи агентлари билан давлат ва жамият ўртасида низолар келиб чиқиши кўпаймоқда. Ҳар қандай фаолиятни ривожланиши ва тараққий этиши учун уни қўллаб қувватлайдиган ва ҳимоя қиладиган қонун қоидалар мавжуд бўлиши шарт. Бу эса Ўзбекистонда энг аввалом солиқ тўловчи фаолият коди билан расмийлаштирилади ва шу фаолият тури билан номланади.

Ўзбекистонда 25 йилдан бери 100 лаб тармоқли маркетинг ташкилотлари фаолият юритаётган бўлса ҳам, бирортаси тармоқли маркетинг ташкилоти деб қайт этилмаган. Ўзбекистонда халқаро тармоқли маркетинг фаолияти ривожланган давлатлар қаторидан ўрин олишига фурсат туғулди, чунки ўзбекистонда илк бора энг биринчи тармоқли маркетинг ташкилоти адлия вазирлиги томонидан “Ўзбекистон Тармоқли Маркетинг Ассоциацияси” очилди ва унга Тошкент Давлат Иқтисодиёт Университети Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа докторанти Хамраев Ғуломжон Рахмонович раҳбар этиб тайилланди. Ўзбекистонда Тармоқли маркетинг соҳасини ривожлантириш мақсадида амалий ва назарий илмий тадқиқот ишлари олиб бормоқда. Келажакда тармоқли маркетинг соҳаси Япония сингари Ўзбекистонда ҳам тараққий этишига ишонамиз ва барча имкониятларимиз мавжуд. Чунки тармоқли маркетинг 21 асрнинг энг самарали ва мукаммал бизнес модели деб тан олинди ва Япония бунга тўғри эканлигини исботлаб берди.

“Тармоқли Маркетинг ўз молиявий келажagini назорат қилишни истаган ҳар бир кишига тайёр бизнес тизими калитини тақдим этади.” –деган эди: дунёнинг энг машҳур миллиардери Роберт Кийосаки

Тармоқли маркетинг 21 асрнинг энг мукаммал бизнес моделидир.!!!

Хулоса: Халқаро тармоқли маркетинг Ўзбекистоннинг глобал иқтисодиётга интеграциясида муҳим роль ўйнайди. Унинг ривожланиши, бозорларга чиқиш имкониятларини кенгайтириш ва янги технологияларнинг жорий этилиши иқтисодиётнинг турли тармоқларига ижобий таъсир кўрсатади. Халқаро маркетингнинг келажакдаги йўналишлари ва инновациялар Ўзбекистоннинг ички ва ташқи бозорлар орасида рақобатбардошлигини оширишга ёрдам беради.

Тавсиялар:

1. Ўзбекистонда халқаро тармоқли маркетинг ва кибер бизнес фаолияти билан шуғулланаётган шахс ва фуқаролар қонун билан ҳимояланмаганлиги сабабли жабр кўришни олдини олиш

2. Ўзбекистонда халқаро тармоқли маркетинг ва кибер бизнес фаолияти билан шуғулланаётган ташкилотларни назоратга олиш учун солиқ қўмитасидан гувоҳнома олишда шу фаолият турига коди бериш

3. Тармоқли маркетинг соҳаси нафақат бизнес, ҳатто хизмат кўрсатиш ва халқаро рақамли бизнес мактаби эканини англашдир. Япония мисолида.

4. Тармоқли маркетинг соҳаси Ўзбекистонда анча қолдирилган халқаро микрорежа,

1. цифровый экономикага кеч ўтганлигимиз бўлса,

2. Тармоқли Маркетинг соҳасида илмий ва мутахассиз кадрларни йуклиги

3.тармоқли маркетинг соҳасида етарли билим ва тушунчаларнинг йуқлиги сабабли шу мақола орқали ёритилишини хоҳлардим

Ўзбекистон Тармоқли Маркетинг соҳасида дунёда биринчи булган Япониядан узиб кетишига ишонаман, биз узимизни урф одатларимизга мос халол ва миллий моделимизни яратамиз. Буюк Ўзбекистоннинг келажаги бизни кулимизда