

Тармокли маркетинг (quest.net)

“Қачонки тармокли маркетинг пирамида шаклига эга бўлиб, янги келган мижозлардан олинган пул улардан юкорида турган иштирокчиларнинг барчасига (энг тепа кисмигача) таксимланар экан, бас бу фирибгарликнинг асл кўринишидир”.

Бизнинг (иктисодчи, молиявий тахлилчилар) ушбу маколани ёзишимиздан мақсад - ўзимизга якин бўлган азиизларни фирибгарлардан саклашдир. Чунки хар бир мусулмон ўз биродар учун кўзгудир. Биз ушбу маколани имкон қадар қиска ва тушунарли тилда ёзишга ҳаракат қилдик ва ўйлаймизки, уни ўқишга 10 дақиқа вақтингизни ажратасиз ҳамда quest.net мисолида тармокли маркетинг билан танишиб чиқасиз.

Бу ҳақиқатни хоҳлаган инсон (қуйидаги расмда кўрсатилгандек) эксел дастури орқали текшириб кўриши қийин эмас. Биз эса хорижий ҳамкасбларимиз тузган жадвални ўзбек тилига ўғирдик ҳолос. Фикримизни исботлашга киришишдан олдин, келинг, бир оз мулоҳаза қилиб кўрайлик. Агар биринчи марта quest.netга жалб қилаётган одамдан сизга ўтказмоқчи бўлган маҳсулотининг таннарҳини сўрасангиз, у бирор аниқ жавоб бера олмаслиги аниқ. Сабаби, ҳоҳ 1 цент десин, ҳоҳ 599 АҚШ доллари десин, бу иктисодий томондан мутлақо нотўғри жавоб бўлади. Чунки таннарх қанчалик қиммат бўлса, иштирокчиларга таксимланадиган пул шунчалик кам бўлади. Аксинча, таннарх қанчалик арзон бўлса, пирамида шунчалик кўпроқ давом этади. Лекин барибир, унинг ҳаёти чеклангандир.

Quest.netда хар бир иштирокчи яна 2та одамни, уларнинг хар бири эса ўз навбатида яна 2тадан одам олиб қелишлари зарур. Хайриятки, ушбу жараённинг давомийлиги чекланган. Келинг, жадвал тузишда ишлатилган шартли белгиларни кўриб чиқайлик.

Хар бир иштирокчининг, у пирамиданинг қайси поғонасида жойлашганлигидан қатъи назар, янги 2та иштирокчини компанияга аъзо қилиши учун 1 ой муддат керак бўлади, деб тасаввур қиламиз. Аслида quest.net компаниясининг ходимлари учун бу муддат қанчалик узокроқ бўлса, шунчалик яхши. Чунки бу нарса уларнинг «Хорижда бизнес қилиб, пулларни кўпайтирдик», деб найранг ишлатишлари учун маълум маънода асос бўлади.

Хар бир маҳсулотнинг асл боҳосига quest.net корҳонаси 500 АҚШ доллар устама (надбавка) қўйган, деб тасаввур қиламиз. Бу устама ҳам қанча кўп бўлса, корҳона учун шунча яхши. Сабабини жадвалдан кидирамиз:

Quest.net ходимлари кўпроқ фоиз олиш мақсадида пирамиданинг барча қаватларини

тўлдиришга тинимсиз ҳаракат қиладилар. Бу фақат quest.net ходимлари учун ёзилган ҳолос.

Quest.netнинг 3талик ва бошқа ТС деб аталадиган тармоклари ҳам аслида вазиятни озгина ўзгартиради, деб тасаввур қилайлик.

Жадвал катта бўлгани учун уни 2га бўлиб, кейин бирлаштирамиз. Биринчи жадвалнинг биринчи устунида пирамиданинг погоналари берилган. Унинг энг биринчи погонасида тармоқнинг энг биринчи асосчиси турса, 2-погонасида 2 та мижоз, 3-погонасида 4та, 4-погонасида 8та мижоз жойлашган ва ҳоказо. Бу жараён геометрик прогрессия шаклида давом этади. Биринчи жадвалнинг 3-устунида маълум бир қават тўлгандан сўнг пирамидада жами иштирок этган мижозларнинг сони келтирилган. Яъни, 6-погона тўлгандан кейин пирамидада 63 та, 12-погонада эса 4095та одам тўпланadi. Уларнинг ҳар бири компанияга аъзо бўлиш учун 500 доллардан берди деб ҳисобласак, у ҳолда сарик рангга бўялган устун ҳосил бўлади. У ўша погона тўлгандаги жами тушумдир. Мисол учун, 8-погона тўлгандан кейин барча иштирокчилардан йигиб олинган пул 127,500 АКШ долларини ташкил қилади.

Шуни инобатга олиш керак-ки, пирамида иштирокчисига унинг чап ва ўнг томонидаги ҳар 6 киши учун 250 АКШ доллар пул берилади. Демак, энг биринчи турган одам иштирокчиларнинг жами сони 7 тага етганда (яъни, 3-погона тўлгандагина) пастдаги 6та одам берган пулдан 250 АКШ доллар олади. Агар у бошқа кўшимча буюм сотиб олмаса, компаниянинг ҳар бир ходими оладиган комиссиян тўлов 5000 АКШ доллардан ошмаслиги керак. Лекин биз ходим бошқа кўшимча буюм сотиб олмади, деб тасаввур қиламиз. Чунки бу ҳолда пирамидамиз тез тугаб қолади.

Пастдаги жадвалдан кўриниб турибдики, агар пирамиданинг 3-погонаси тўлганда биринчи киши 250 АКШ доллари олган бўларди. Агар пирамиданинг 4-погонаси тўлса, яъни, иштирокчиларнинг сони 15 тага етса, биринчи иштирокчига 500 АКШ доллари тўланиши керак эди. Аммо ундан ташқари, пирамиданинг 2-погонасида турган 2 киши бор. Ҳар бир аъзонинг пастда 6 тадан одам турганлиги учун уларнинг ҳам ҳар бирига ўз навбатида 250 АКШ долларидан бериш керак. 5-погона тўлганда эса биринчи одам ўзидан пастда 30 киши турганлиги учун 1250 АКШ доллари олади, 2 - погонада турган ҳар бир мижоз 500 АКШ долларидан (жами 1000 АКШ доллари) ва 3 погонада турган 4 та одамнинг ҳар бири 250 АКШ долларидан олади (жами 1000 АКШ доллари). Пастдаги ҳисоб-китоб ҳар бир погонада турган жами иштирокчилар оладиган комиссиян тўлов миқдорини кўрсатади.

Натижани кўриб, таажжубланаётган бўлсангиз, хинд подшохи билан камбагал йигит

ўйнаган шахмат ўйинини эсланг. Ўйинда ютказган шох шахмат тахтасининг хар бир катагига аввалгига караганда 2 баробар кўп гуруч донасини ваъда килиб, сўнг тахтанинг 64 катагига кўйиладиган гуручлар сонини (2 нинг 64-даражасини) кўриб, эси чикиб кетади. Quest.net пирамидасидаги погоналар сони 64 тага етганда унинг чўккисида ҳам худди ана шу акл бовар килмас сон туради.

Агар биз юкоридаги жадвални «Сумма» функцияси оркали жами йигиндини чиқарадиган бўлсак, куйидаги жадвал пайдо бўлади. Бу жадвал ниҳоятда кизик. Биринчи тўрт устун билан биз юкорида танишиб чиққанмиз. Кўк устун комиссия ҳақларининг жамланмасидир.

Эътиборни яшил устунга каратамиз. Унда биз компания ишчиларга бераётган пул жами йигилган пулнинг канча улушини ташкил этишини кўрамиз. Биз келтирган жадвалда 3-поғонада иштирокчиларга жами йигилган пулнинг 7,14 фоизи таксимланди. 15-поғонага келиб эса бу кўрсаткич 43,72 фоизни ташкил килади. Яъни, корхона янги ишчилардан олаётган пулнинг ярмини юкоридаги погоналарда турган ишчиларга беряпти. Дарҳақиқат, манзара ниҳоятда чиройли. Аммо бир нозик жихат бу жараёнга чек кўяди. У ҳам бўлса, янги мижозларнинг чекланганлиги.

22-каватга келиб, пирамидада иштирок этаётган аъзоларнинг сони 4 миллиондан ошиб кетганлигини кўрасиз. Агар Ўзбекистон аҳолиси сонини 33 миллион деб тасаввур килсак ва ушбу аҳолининг барчаси quest.netга аъзо бўлди, деб ҳисобласак, унда компанияга янги мижозларнинг аъзо бўлиши ўз-ўзидан тўхтайдди. Яъни, охириги 25-поғонага кўшилган 16,777,216 та мижоз пулини тўлик йўкотган ҳисобланади. 24-поғонадаги мижозлар ҳам пулларини тўлик йўкотадилар. 23- ва 22-поғонадаги мижозлар эса 250 ва 500 АКШ долларидан пулларини қайтариб олишга муяссар бўлишлари мумкин. Демак, охириги 4-поғона доимо ютказади. Бизнинг мисолимизга кўра, пирамидада 25та поғона ҳосил бўлса, бу «бизнес»га жами 31,457,280 та мижоз аъзо бўлган бўлади. Бу эса республика аҳолисининг 94 фоизи демакдир. Аммо биз келтирган маълумотлар билан танишган баъзи «бизнесмен»лар 8 чи ёки 10-поғонага кириб олсам бўларкан, деб хомтама бўлишмасин. Чунки пирамида қайси поғонада тўхташини ҳеч ким билмайди. Бутун дунёда кризис бўлаётган ҳозирги бир пайтда бундай шубҳали «бизнес»га мижоз топишнинг ўзи амри маҳол. Шундай экан, пирамиданинг умри баъзилар ўйлаганчалик узок эмас.

Энди яна бир ҳолатни кузатайлик. Тасаввур килинг, quest.net бутун дунёни эгаллади, яъни, 33-поғонага чиқди. Бунда уларга 8 миллиард одам аъзо бўлиши керак. Бутун дунёдаги аҳолининг сони 7миллиарддан ошмайди. Майли, 8 миллиард аҳоли бор, деб ҳам тасаввур килайлик. Бу ҳолда компанияга охириги кўшилган 4,294,967,296 (4,3 миллиард)

мижознинг ўз пулларини кайтариб олишлари учун яна 60 миллиард нафар инсон дунёга келиши керак бўлади. Бунинг учун эса 36-погона тўлиши зарур. Ортикча изохга хожат бўлмаса керак...

Аллох таоло барчамизни тўгри йўлга бошлаб, халолу харомни фарқлай оладиган бандалардан килсин.

Илмий Тадкикотлар ва Фатво Бериш Доимий Кўмитасининг 22935 ракамли фатвоси

Бу каби олди-берди килиш харом. Сабаби бу олди-бердидан мақсад махсулотни сотиш эмас, балки кўпроқ фойда килишдир. Бунда ўн мингга сотилаётган махсулотнинг асл нархи юз сўмдан ҳам ошмаслиги мумкин. Бундай компаниялар сизни кичикроқ миқдордаги пул билан (бирор махсулотни сотиб олиш билан) компанияга кўшилиш, кейин эса бу пулни бир неча баробар килиб кайтариб олиш имконияти билан ўзларига жалб киладилар. Аслида компаниянинг махсулот таклиф килиши кўзбўямачилик, холос. Компаниянинг асосий мақсади эса махсулотни сотиш эмас, балки пирамидага кўпроқ одамларни жалб килишдир. Бу эса куйидаги сабабларга кўра харомдир:

1. Бу кўринишдаги олди-берди икки хил рибони ўз ичига олади: рибо-ул фазл (бир жинсдаги нарсани алмаштиришда зиёда олиш) ва насия рибоси (карзни адо этишни кечга суриш эвазига олинадиган фойда). Хар бир компания аъзосининг мақсади камроқ пул билан кўшилиб, кейинчалик кўпроқ пул ундириб олиш, яъни камроқ пулни вақт ўтганидан сўнг кўпроқ пулга сотиш бўлади. Бу эса аксар уламолар томонидан харом дейилган. Компания таклиф килаётган махсулот эса бир восита, холос. Асосий мақсад, юкорида айтилганидек, мижозлар сонини ошириб, пирамидани юкорирок кўтариш.

2. Олди-бердининг бу кўриниши гарар (гумонли, ноаник савдо) ҳам дейилади. Гумонлиги шуки, янги кўшилган мижоз бу ишга яна янги мижозларни жалб кила оладими, йўкми – хали билмайди (олдиндан айта олмайди). Демак, бу иш унга келажакда фойда келтирадими ёки йўкми, у пирамиданинг юкорисига чика оладими ёки унинг энг пастида қолиб, «омадсиз»лардан бири бўлиб қоладими – буни ҳам аниқ билмайди. Аслида бундай

олди-бердидан ютказганларнинг сони ютганларга караганда кўпроқ. Демак, бу ишга киришаётган одамнинг олдида аввалдан факатгина иккита хил йўл бор, бу эса гумонли ёки ноаниқ савдо дейилади. Имом Муслим ривоят қилган саҳиҳ ҳадисда Расулulloх соллаллоху алайхи васаллам бундай савдодан қайтарганлар.

3. Бу турдаги олди-берди инсонларнинг молини ботил йўл билан ейиш ҳамдир. Сабаби бунда факатгина пирамида тепасида турган ва омади келадиганлар ютаверади, қолганлар эса ютқазиб, пулларга қуйиб қолаверадилар. Аллох таоло марҳамат қилиб айтади: “Эй иймон келтирганлар! Бир-бирларингизнинг молларингизни ботил йўл билан еманглар. Магар ўзаро розилик ила тижорат бўлса, майли” (Нисо, 29).

4. Бу каби олди-бердида алдов, хийла, кўзбўямачилик ва инсонларни лақиллатиш бор. Юқорида айтилганидек, компания ўз махсулотини сотишни ўзининг асосий мақсади қилиб кўрсатади, бу эса ёлгон. Шунингдек, инсонларга агар компанияга аъзо бўлишса, қатта фойдаларга эга бўлишлари ваъда қилинади, бу эса ҳали ноаниқ. Расулulloх соллаллоху алайхи васаллам “Кимки бизни алдаса, у биздан эмас”, деганлар (Имом Муслим ривояти).

Ҳаким ибн Хизом розияллоху анҳудан ривоят қилинган бошқа ҳадисда эса Расулulloх соллаллоху алайхи васаллам «Сотувчи ва харидор то тарқалгунларига қадар, уларнинг ихтиёрлари ўзларидадир. Агар рост сўзласалар ва молнинг айбини айтсалар, уларнинг бу савдоларига барака берилади. Агар молнинг айбини яширсалар ва ёлгон сўзласалар, бу савдоларининг баракаси бўлмайди», дедилар (Имом Бухорий ва Муслим ривоятлари).

Баъзилар бу каби савдони даллоллик билан тенглаштирадилар. Бу нотўғри, чунки даллол бировнинг молини сотиб бергани учун маълум миқдорда пул олади. Тармокли маркетингда эса бировнинг молини сотиш учун кириш пули тўланади. Даллолликдан мақсад ўз молини тезроқ сотиш, тармокли маркетингдан мақсад эса пирамида аъзоларини кўпайтириш. Орадаги фарқ очик-ойдин кўришиб турибди.

Компания томонидан рағбатлантириш, совға, ҳадя, бонус ёки шунга ўхшаш кўринишда фойда оладиганларга эса жавоб шундай:

Бу ҳам нотўғри, чунки Ислолда ҳар қандай совгани ҳам қабул қилинавермайди. Абдуллох ибн Салом Абу Бурдага айтган экан: “Сен рибо тарқалган ердасан, агар бировда ҳақнинг бўлса, у сенга сомон ёки арпа ё поя миқдорида бўлса ҳам ҳадя берса, қабул қилмагин, чунки у рибодир” (Бухорий ривояти).

Ислолдаги ҳадяга унинг қайси мақсадда, нима ниётда берилганлигига қараб ҳукм қилинади. Абу Хумайд ас-Соъдий розияллоху анҳудан ривоят қилинадики: “Набий соллаллоху алайхи васаллам Азд қабиласига мансуб Ибн ал-Лутбия исми бир кишини закот йигувчи қилиб тайинладилар. У закот йигиб келгач: “Мана бу нарса сизга, мана бу эса менга ҳадя қилинди”, деди. Шунда у зот: “Отасининг уйида ёхуд онасининг уйида пойлаб ўтирса, унга ҳадя қиладиларми ёки йўқми?!” дедилар (Бухорий ва Муслим ривояти).

Бу каби рағбатлантиришлар қандай номланишидан қатъи назар, битта мақсадга қаратилган бўлиб, у ҳам бўлса Сизни компанияга қўшилишга ундаш ва бошқаларни ҳам

унга кизиктиришдир.

Афсуски, хозирги кунда бундай компаниялар кўпайиб кетди. Улар нимани таклиф қилишидан, кандай номланишидан ва кандай махсулот сотишидан катъи назар, улар юкорида айтилгани каби иш юритадилар.

Тармокли маркетингдаги 10 хил ёлгон

МЛМ кундан кунга оммалашиб боряпти, МЛМ фирмаларнинг сони деярли геометрик прогрессия бўйича кўпайиб боряпти. Туну-кун одамларнинг калласидаги фикр факат МЛМ фирмаларга кириб ишлаш бўлиб колгандек... Натижада МЛМ хакида «Бу - бизнеснинг энг динамик ривожланиб бораётган шакли» деган тасаввур хосил бўлиб коляпти. Хатто якинда МЛМ дистрибуциянинг хамма шакллари сикиб чикариб, уларнинг ўрнини эгаллаб олади, деган гаплар хам кулокка чалиняпти. Шунингдек, хар бир киши, агар катъият билан, мунтазам равишда МЛМ фирмаларининг методикаларига огишмай амал қилиб борса, охир-окибат, бир кун келиб ХАММАМИЗ факат МЛМ тизимида олди-сотди киладиган бўламиз, деб ишонтиришяпти.

Бирок, тахлиллар ва тадқиқотларнинг натижаларига кўра, бундай «тармокли» фирмаларнинг асосий бизнес-гояси – тижорий фокусдан бошка нарса эмас экан. МЛМ-фирмалар асл максади тобора кўпрок янги аъзоларни огдириб олиш бўлиб, амалда пировард истеъмолчига махсулотнинг жуда оз бир кисми бориб етади. Ва бу истеъмолчи мазкур тармокли фирманинг аъзоси бўлмайди.

Умуман олганда, МЛМ индустриясининг барча ваъдалари, гап-сўзлари, ўзлари «савдонинг энг келажаги порлок тури» деб атаётган бундай «тижорат»нинг тагидаги иктисодий хакикат худди номаълум учар жисмларнинг Ерга кўнганлиги хакидаги хакикатнинг худди ўзидир. Молиявий маънода айтадиган бўлсак, МЛМда ишлаб бойиб кетиш эхтимоли казинода рулетка ўйнаб, хамма ютукни ютиб олиш эхтимолига тахминан тенгдир.

Гапни МЛМ фаолиятининг пул маблағларига бурсак, бу нарса миллионлаб истеъмолчиларга улкан зарар етказган. Аслини олганда, хар кандай иктисодий мухитда ходимлар сони чексиз ортиб бораверадиган тизим хали тугилмасданок ўлимга махкумдир.

Бундай кўппогонали маркетинг фаолиятининг асосий «ов майдони» - шахсий чакана савдо бўлиб, самарали иктисодий моделларнинг барчасини, янги иктисодий технологияларни (Интернет-дўкон деган нарсалар бор-ку ахир!), истеъмолчиларнинг энг оддий одатларини инкор килади, уларга тескари келади. Бундай «чакана» фаолиятнинг бирдан-бир хизмати – МЛМнинг асосий фаолиятини - пирамидага янги инвесторларни огдириб олишни одамларнинг кўзидан яширишдир.

Хар кандай пирамида-ташкilotдаги каби, бу пирамиданинг чўккисига жойлашиб олган савдогар ва менежерларнинг даромадлари пирамиданинг энг куйи погонасига жалб килинаётган янги инвесторларнинг пулларида хосил бўлади. Бундай тизим ё ўзи таркалиб кетгунча, ёки давлат (баъзан хукукни химоя килиш) органлари томонидан ёпиб кўйилмагунча ўша «янги келганлар» хисобига ишлаб тураверади.

Кўппогонали маркетинг мижозларнинг эhtiёжларини кондириш хисобига эмас, балки маданий анъаналардан, ижтимоий ва шахсий эhtiёжлардан, шунингдек, у ёки бу мамлакатдаги баъзи иктисодий нуксонлардан айёрлик билан фойдаланиш хисобига тез ривожланади. МЛМнинг маркетинг режаларини тузишда бирор-бир нуфузли ташкilotнинг ёки мустакил екпертнинг профессионал хулосасидан фойдаланилмайди. Бу ерда оддий ёлгондан фойдаланилади – гўёки МЛМ келажакка йўналтирилган инвестициянинг янги модели, карьера килишнинг замонавий усули эмиш, бундай бизнесдаги риск эса оддий иш ёки бошка хар кандай бизнес туридан кичик эмиш.

Хар кандай МЛМ-фирмани олиб карасангиз, уни биринчи навбатда истеъмолчи ёки жамият эмас, балки айнан калби орзу-умидларга тўлган янги инвесторлар кизиктиради. Бир карашда бундай фирмаларнинг маркетинг босими махсулот билан таништиришга ёки пировард истеъмолчига йўналтирилгандай кўринади, бироқ асл махсад янги савдогарларн жалб килиш бўлади. Асл махсулот кандайдир биокўшимчалар ёки шампунлар эмас, балки сон-саноксиз сотувчиларнинг ресурсларидан (пуллари ва вақтларидан) фойдаланиш бўлади.

Тармокли маркетинг дунёси бошдан-оёк кичик ва улкан ёлгон билан йўгрилгандир.

Биринчи ёлгон: МЛМ – бу катта пул топишнинг энг яхши имкониятини таклиф этувчи бизнесдир.

Ҳақиқат: МЛМ тизимига аъзо бўлиб кирган деярли хар бир киши албатта пул сарфлайди (йўкотади десак ҳам бўлаверади). Ва бу тахмин эмас, тарихий ҳақиқат. Энг йирик Amway фирмасига аъзо бўлган барча сотувчиларнинг фақат 0,5-1 фоизигина кейинги поғонага – «бевосита» сотувчилик даражасига кўтарилди. Amway компаниясидаги барча сотувчиларнинг ўртача даромади ойига 40 долларни ташкил қилади. Уларнинг барча сарф-харажатлари ва энди тўлайдиган солиқлари ҳам шу 40 долларнинг ичида!

МЛМ модели асосига қурилган фирмаларнинг маркетинг тизимида бир неча кишигина катта пул тўплай олиши мумкин. Ўзингиз ўйлаб кўринг, МЛМ тузилмадаги биргина менежернинг мўмай даромад олиши учун бир неча минг киши керак бўлса, демак, ўша минг кишининг хар бирига ҳам яна мингта одам керак бўлади (миллион киши керак бўлар экан)! У ҳам бўлса ўша биринчи менежер топган микдордаги пулни топиш учун миллион киши керак бўлади. Унда битта улкан «компания»га неча кишини оғдириб олиш керак? Хуллас, «фирманинг юкори суръатларда ривожланиши» дейилаётган нарса янгидан-янги аъзолардан шилиб олинаётган пуллардир. Пули ва вақтини бекорга совурганларнинг кўпчилиги шу йилнинг ўзидаёқ МЛМдан чиқиб кетади.

Америка Кўшма Штатларининг Securities and Exchange Commission (SEC) комиссияси ҳисоботларига кўра, консултантларнинг (улар ўзларини шундай деб аташни ёқтиришади) 60-70 фоиз қисми бир йилга бормаи фирмадан кетади. Ҳисоботларда айтилишича, NuSkin фирмаси ўз ходимларига тўлаган жами пулларнинг тахминан учдан икки қисми пирамиданинг чўккисига ўрнашиб олган 200 кишига муқофот тарикасида берилган бўлиб, ўшанда пирамидага жами 63 минг киши (ўх-хў!) жалб қилинган экан! Бирок, МЛМ фирмаар ўз бизнесларини «чексиз ривожланиш имконияти» деб реклама қилишмоқда! Сурбетлар!

Иккинчи ёлгон: Тармокли маркетинг – бозорда товарларни таклиф қилишнинг энг оммабоп ва амалий усулидир. Харидорлар товарларни айнан МЛМ фирмаларидан харид қилишни севадилар.

Ҳақиқат: Тармокли маркетингни синчиклаб текшириб кўрсангиз, унинг замирида самарасиз дистрибуция тизими ётганлигини кўрасиз. Шахсий чакана савдо – эскирган, келажакнинг эмас, ўтмишнинг тижорат моделидир. Товарни танишларга, яқинларга сотиш – уларни ўз харид кўникмаларидан воз кечишга мажбур қилиш, товарингизни сиздан андиша қилиб (юзингиздан ўтолмай), махсулотни қиммат нархга сотиб олишга кўндиришдир, мижозларни товарларни танлаш, савдолашиш имкониятидан махрум

килиш, бизнеснинг ахмокона моделларига огдириб олишдир.

Бундай тармокли маркетингнинг нокулайликлари натижасида одатда товарнинг ўзи сотилмайди, балки шу харид туфайли янги сотувчилар ёллаб борилаверади.

Учинчи ёлгон: Бориб-бориб, хар кандай товар ёки хизматлар фақат МЛМ орқали сотиладиган бўлади. Бутун савдо фаолияти МЛМ тизимига ўтиб кетади.

Ҳақиқат: Бу жуда катта янгилик эмас. Бугунгидек МЛМ фирмалар 1960-йилларнинг охирида пайдо бўлишди. Хатто МЛМнинг ватани – АКШда ҳам жами МЛМ фирмаларнинг савдо айланмаси бутун мамлакат чакана савдо айланмасининг бир фоизини ҳам ташкил эта олмади!

Тўртинчи ёлгон: МЛМ – шодлик ва бахтга тўла янгича турмуш тарзидир! Хаётда ҳамма нарсага эришининг ягона йўлидир!

Ҳақиқат: МЛМнинг мотивацион шиорлари бойлик, ҳашаматларга тўла ҳаётни ваъда қилади. Бирок, одамларнинг кўпчилиги ўз қобилиятлари, истеъдод ва иқтидорларини рўёбга чиқарадиган онгли равишдаги фаолиятни излайди. Ҳамма ҳам ўзининг қариндош-уруглари, танишлариникига уйма-уй юриб, ҳеч нарсага эришмайдиган, шубхали махсулотларни сотиб юриш истаги билан ёниб тургани йўқ.

Бешинчи ёлгон: МЛМ - рухий мувозанатга эришишнинг ягона ва энг яхши йўли.

Ҳақиқат: Аллақандай мавҳум тушунчалар билан «МЛМ тизимида ишлаб, яқинларингизга ёрдам беришдан руҳингиз ором олади», қабилдаги гаплар гирт сафсатадир. МЛМ фирмасининг гўёки «маънавий кўллаб-қувватлаб» туриши пирамидага янги келганлардан тушган пулларга асосланади, холос. Бундай «маънавий ёрдам» компанияга «янгилар» келмай қўйган қуниёк тўхтади.

Олтинчи ёлгон: МЛМда муваффакият козони жуда осон! Дўстларингиз ва якинларингиз – Сизнинг табиий мижозларингиз. Сиз севган кишилар бутун умрга сизнинг мижозларингиз бўлиб қоладилар!

Хакикат: Дўстлар ва кариндошларни шахсий тижорат воситасига айлантириш улар билан сизнинг ўртангиздаги муносабатларга футур етказиб қўйиши мумкин. «Маркетинг босими» ўтказаман деб дўстларингиздан айрилиб қолишингиз, махсулотимни ўтказаман деб уларнинг жонига тегиб қолишингиз ҳеч гап эмас. Шу гапларга ишониб ўтирибсизми? Айнан Сиздан айнан Сизнинг махсулотингиз сотиб олмакчи бўлиб юрганлар жуда кўп деб ўйлайсизми?

Еттинчи ёлгон: Махсулотларни фақат бўш вақтингизда сотишингиз мумкин («эркин иш графиги» ва хоказо). МЛМ фирмасида ўзингиз истаган пайтда ва микдорда ишлайсиз, холос (рахбарлар бўлмади, ўзингиз ўзингизга хўжайин бўласиз). Хафтада атиги бир неча соат ишлаб, катта микдорда қўшимча пул топасиз, шахсий даромадингиз шу даражада ортиб кетиши мумкинки, бошқа ишларингиз ортикча бўлиб қолади...

Хакикат: Миллионлаб кишиларнинг ўнлаб йиллар давомидаги шахсий тажрибасидан маълумки, МЛМда ишлаб, пул топиш гоётда кўп вақтни, шахсий фаол иштирокни, сабр-тоқатни, гапга усталикни, ишонтира олиш қобилиятини талаб қилади. Маркетингнинг бундай модели Сиздан махсус шахсий сифатларни, ниҳоятда кизгин иш жараёнини шу қадар талаб қиладики, шахсий ҳаётингизга бўш вақтингиз қолмайди. МЛМ учун ҳар қандай одам – бу махсулот ўлгурни сотиб олиб, кейинг бошқаларниям шунга даъват қилиб юрадиган потенциал харидордир. Ҳаётингизнинг ҳар бир лаҳзаси қимгадир бизнесни реклама қилиш, махсулотни тақдимот қилиш, хуллас, товарни ўтказиш, одам ёллаш учун имкониятга айланиб қолади. Энди товарни сотишда Сиз на жой, на одам, на вақт ва на шароит танлайсиз – уззукун фикри-зикрингиз кўпроқ товар сотиб, кўпроқ одам ёллашда бўлиб қолади (пирамиданинг кейинги погонасига кўтарилиш керак-да ахир!)

Демак, на бўш вақтингиз, на ошна-огайнилариингиз, на якинларингиз қолади – ҳаммаси мижозга айланади. **«Тармок»ка эмас, кармоқка тушиб қолгансиз, огайни, кармоқка!!!**

МЛМ тизими хокисорлик билан, ходимларимиз ўз даромадларини ўзлари топадилар, деб сохта сиполик қилмай қўя қолсин, аслида у ўз домига тушган инсоннинг бутун ҳаётини назорат остига олиб, хатто унга хўжайинлик қила бошлайди, яна бу инсоннинг тизимга

сўзсиз мувофик бўлиб юришини ҳам талаб қилади. Бу тизим баъзиларни шу қадар ўз домига киритиб оладики, хатто улар ўз атрофидагилар билан оддий муомала қила олмайдиган бўлиб қолишади.

Саккизинчи ёлгон: МЛМ – ўз ходимларини қўллаб-қувватлаб турувчи, янги, ижобий бизнесдир. МЛМ инсоннинг руҳи ва шахсий эркинлигини мустаҳкамлайди.

Ҳақиқат: Кўппогонали маркетинг янги келганларни кўрқитади: мўмай даромадлар ваъда қилиб алдайди ва товар ёки хизматлар савдосининг бошқа турлари йўқолиб борапти, ҳаммаёқда ишсизлик, инкироз деб ваҳима қилади. Инсонга фазилат ҳисобланган касблар, ҳунарлар, меҳнатнинг турли шакллари «ойликка қараб ўтириш» ва хатто «қуллик» деб масҳара қилинади. (МЛМ-семинарларга келган аёлларга «Эрга қарадим – ерга қарадим» каби «мақол»лар эслатиб турилса, ажаб эмас). Кўппогонали маркетинг тизимининг ўзи эса бутун инсониятнинг сўнгги умиди, нажот дарвозаси деб осмонларга кўтарилади.

Бизнеснинг жиддий моделлари салбий прогнозлар ва содда одамларни кўрқитиш, алдашга асосланмайди.

Тўккизинчи ёлгон: МЛМ - шахсий бизнесингизни ривожлантириш ва мустақил бўлишнинг энг яхши усулидир!

Ҳақиқат: МЛМ Сизга мустақиллик, эркинлик бермайди. МЛМга «эркин» сотувчи сифатида аъзо бўлиб туриш – ҳақиқий саробдир. Баъзи МЛМ-фирмалар ўз сотувчиларига бошқа фирмалар билан ҳамкорлик қилишни очикдан-очик тақиқлаб қўядилар. Сотувчилар билан тузиладиган шартномаларнинг кўпчилигида дархол ишдан бўшатиш каби моддалар бўлади, спонсорлар эса турли сабабларга қўра ўзлари тузган тузилмалардан бир зумда маҳрум бўлиб қолишлари мумкин. Сотувчилар (боя айтганимиздек, «консультантлар») мураккаб иерархиялар тизимининг бир шохобчаси бўлиб, улар бу иерархиялар устидан ҳеч қандай ҳуқуққа эга бўлмайдилар.

Ўнинчи ёлгон: Тармокли маркетинг молиявий пирамида эмас, чунки у маҳсулот сотиш билан шугулланади.

Хакикат: Фирма кандайдир бир махсулотни сотаётган бўлса, демак дунёнинг кўпчилик мамлакатларида кабул килинган «пирамидаларга карши» конунлар унга тааллукли эмас, деб бўлмайди. Масалан, АКШ федерал ҳукумати анчагина зарур бўлган, талаб катта бўлган товарларни сотаётган баъзи «пирамида» фирмаларни ёпиб кўйган. Бу фирмалар молиявий пирамидаларга оид конунларни бузганликда айбланиб ёпилган ва жиноий иш кўзгатилган. МЛМ фирмаларнинг жуда катта қисми амалдаги конунчиликни бузади, бироқ ҳукумат томонидан таъкиб килинмайди, чунки улар ярим яширин секторда фаолият кўрсатадилар.

Шахсий хулосаларим

МЛМ фирмаларнинг кўпчилиги потенциал ходимларнинг эътиборига лойик эмас. Системада сотувчиларга босим ўтказилиши натижасида улар ўз миждозларига ё мутлако кераксиз, ёки ниҳоятда қиммат товарни «бир амаллаб» тикиштиришга мажбур бўладилар. Сўнги пайтларда кўпчилик МЛМ фирмалар ёппасига Интернетга ўтиб кетишди. Бироқ, улар ўша ерда ҳам соддадил фуқаролардан пул шилиб олиш тизими бўлиб қолаверадилар.

Мен қаердадир адолатли ва ҳалол ишлайдиган тармок маркетинги компанияси бордир, деб умид қиламан, лекин ҳали бунақасини учратмадим... Кўрганларимнинг ҳаммаси қурук кўзбўямачилик бўлди, ҳолос. Учратиб қолсам, фақат хурсанд бўламан.

Robert Fitzpatrick (Роберт Фитцпатрик)

МЛМга нафратни севинг!

Тармокли маркетинг...

Тармокли маркетинг(сетевой маркетинг)нинг ҳукми қандай? Шуларнинг ичидаги «QuestNet» Тармокли маркетинг(сетевой маркетинг)да ишласа бўладими? деган саволлар кўпайиб кетди. Тармокли маркетинг ҳақидаги навбатдаги мақолани ҳукмларингизга ҳавола қиламиз.

Дунёда тармокли маркетингнинг ҳар хил тури бор. Ҳар бирининг ўз йўналиши ва шартлари мавжуд. Шунинг учун уларга умумий қатъи бериш анча қийин. Энди Қозғистонда кейинги йилларда жуда кенг ривожланаётган «QuestNet» Тармокли

маркетингига келадиган бўлсак унинг иш олиб бориш тартиби куйидагича:

Бир киши ишга кириши учун шу компаниянинг чекланган микдорда ишлаб чиқарилган махсулотдан бирини сотиб олиши шарт. Махсулотнинг энг арзони 670 доллар. Сўнгра у яна бошка одамларни шу компания махсулотини олишга жалб қилиши керак. У одамлар ҳам хар бири иккитадан одам жалб қилади ва хоказо.... Шундай қилиб пирамида ҳосил бўлади. Компанияга тушган пулнинг маълум фоизини пирамидадаги одамга бериб турилади. Компания ўнга (ўнг ва чап томонига тенг учтадан) олти одам жалб қилинганда 250 доллар беради.

Кўпчилик Ислом уламолари «QuestNet» Тармокли маркетингнинг иши фаолияти харом деб фатво берганлар. Масалан Мисрдаги Ал-Азхар университетининг Ислом иқдодиёти профессори Хусайн Шаххата, Катар давлат университетининг Ислом шариати факултетининг профессори Али Мухиддин, Саудия Арабистони фатво кўмитаси тармокли маркетингнинг барча иш йўналишини харом деб фатво чиқарганлар.

Биз шу ва куйидагиларга асосланиб «QuestNet» Тармокли маркетинги харом деб ҳукм чиқардик ва бунга далилларимиз:

- Биринчидан... «QuestNet» компанияси савдосидаги махсулотларнинг ҳаммаси ҳам ҳалол эмас.

Бунда Христиан поплари суратлари солинган олтин буюмлар ва эркаклар учун тайёрланган тилла кўл саотлари бор. Лекин бу махсулотларни сен ўзинг олмасанг ҳам (ёки сотмасанг ҳам), мазкур махсулотлардан келаётган пулдан сенга улуш тегаётганлиги учун, ўз хисобинга харом қўшилаётганлиги учун Исломда бу харомдир.

- Иккинчидан... «QuestNet» компанияси савдосидаги махсулотлар санокли бўлган коллекция қилинадиган махсулотлардир. Шунинг учун унинг хақиқий баҳосини аниқлаб бўлмайди. Бу сотилаётган нарсаларга улар ўзларича нарх қўйиб олишади. Исломда ўз нархидан ўта қимматга сотиш харом. Шариатда бу Ал-Габнул -фахиш термини билан аталади (Сади Абу Жайб “Ал-Камусул-фикхи лугатан ва фикхан” Сурия "Дорул фикх", 1998й)

- Учинчидан... Савдода махсулот сотишдан қоладиган фойда кўзланади. Агар бу фойда бўлмаса, сотилган махсулотдан фойда олинмаса бу аниқ харом. Яна бир томони махсулотни олганда сен махсулот учун эмас, балки компанияга кириш учун пул тўлайсан. Бу ерда мақсад махсулот сотишдан қоладиган фойда эмас, балки одамлар жалб

килинганда тушадиган пулдан олинадиган фойда максад килинади. Копманияга ишга кираётганинда асосий “максад махсулот эмас балки бизнес” деб тушунтирилади. Баъзида махсулот кечикканда “махсулот кани?” деб сўралса “махсулот учун юрибсанми? Махсулотни эмас, балки бизнесни уйлаш керак” дейишади.

Сўзмизнинг далили учун шуни айтиб ўтишимиз жоиз деб ўйлайман. Биздан шу ишнинг халол-харомлигини сўраб келган «QuestNet»га хизмат килаётган одамларнинг баъзилари махсулотга пул тўлаб неча ой ўтса ҳам хануз махсулот ололмаётганининг гувоҳи бўлдик. Максад махсулот эмас балки жалб килинаётган одамлардир.

Мана энди ўша сотиб олинаётган нарсадан максад бўлмаса унда нима учун пул тўланади? Сендан кейин жалб килинган одамлар нима учун пул тўлайдилар? Сўнгра сендан кейин юзинчи ёки мингинчи одам жалб килинган пайтда сенинг хисобингга келиб тушадиган пулни кайси халол мехнатингни эвазига топдим дейсан?

Одамларнинг асосий эҳтиёжини кондирмаган, тинч-фаровон хаёт кечириши учун зарур бўлмаган турли кимматбахо махсулотларни хар хил йўллар билан кизиктириб сотиш оркали халк фаровончилигига кандай улуш кўшасан? (фойдасини кўзлаб зарарига сотиш тўғрисида кейинрок тўхталамиз)

Шу жойда жалб килинган одам пулига барибир канайдир тилла буюм олади-ку, деб важ келтирилиши мумкин. Уларга жавобимиз шундай, агар компанияга жалб килиниб уни махсулот сотиб олиш шарти бўлмаганида биринчи эҳтиёж махсулоти булмаган нархи ноаник яна етказиб бергани учун 60 доллар тулаб шундай кимматбахо махсулотни олармидингиз деган саволга “Йўк” деб жавоб берар эдингиз. Бизга келиб шу ишнинг халол-харомлигини билмокчи бўлиб келган талабаларлар берган пулларини кирими шаклида енгилликлари бор, саёхат карточкаларини олганликларини бу карточкаларнинг жуда фойдали эканлигини уктирадилар. Уларга бу сизларга керакмиди, деган савол кўйилди...

Хозир йўк келажакда бойиб кетсак керак бўлиб колиши мумкин дегандей жавоб кайтардилар. Демак сенинг бундай карточкага хожатинг йўк.

Хулоса, «QuestNet» максади махсулот сотиш эмас.

- Туртинчидан... «QuestNet» тармокли маркетингида алдаш-авраш, одам ишончига турли йўллар билан таъсир килиш бор. Пайгамбаримиз с.а.в “Ким бизни алдаса у одам биздан эмас” деб алдашнинг хатолигини эслатиб, бу иш мусулмонга ёт эканини тушунтирганлар. Бу компанияга ёлланиш учун у одам компаниянинг 670 долларлик бирор махсулотини олиши шарт. Энди у киши ўзи тўлаган пулни кайтариш учун камида 18 та одамни шу компанияга жалб килиши ва хар бирини 670 долларлик махсулот олишга кўндириши керак. Акс холда пули совурилди деган гап. Бунинг учун у одам кундалик хаёт учун зарур бўлмаган бу махсулотни сотиш учун хар хил реклама ва шунга ўхшаш ишларни килишга мажбур бўлади.

Компания одамларни кандай жалб килишни ўргатадиган «11 боскич» деган китоблар ва дисклар тайёрлаган. Буни тайёрлашда одам психологиясини яхши биладиган мутахассислар ишлашган. Бу китоблар ва дискларда одамни кандай ўз йўлига юргизиш ва тезда кўндириш, агар пули бўлмаса қарз олиш ёки бирор нарчасини сотишга кандай эришиш мумкинлиги ёки бўлмаса психик мажбурлаш усуллари аниқ ёзилган. Унда албатта кандай усулда гапириш ва кўндириш одам психологиясига таъсир килиш йўллари келтирилган. Одам тармокли маркетинг билан танишувга чакирилади. Таниш одам келганидан кейин презентатор маркетинг тўғрисида умумий тушунтириб ўтади. Кейин бошқа киши келиб тўлиқроқ тушунтириб кетади Тушунтирган одамни Follower дейилади follow ортидан қолмай қадалиш маносини билдиради. Одамни жалб килишда унинг хизмати қатта бўлади. Эртаси қуни яна қарз олиш баҳона билан қўйиб, гаплашамиз, бир нарса қўрсатаман деган баҳоналар билан мўлжалдаги одам таклиф қилинади ва бу киши мўлжалдаги одамга билдирмаган ҳолда ўзининг лидерларидан бирига келиб яна иш тўғрисида тушинтириб беришини сўрайди. Танишлар учрашиб гаплашиб турган пайтда лидер «қўқисдан» келиб қолади. Таклиф қилинган одамга бу киши ҳам шу компанияда ишлаши айтилади. Энди аврашни лидер бошлайди бир вақтлар пулсиз бўлганини, шу ишни бошлаганидан кейин машина олганини ва муаммосиз яшаётганини айтиб беради. Follower қаида қарз олиш лидерлар билан у кишини 4 марта учраштиради. Аврашлар натижасида кандай қилиб эҳтиёжи бўлмаган қимматбаҳо буюмни сотиб олганини билмай қолади. Қимдан қарз оламан деса улар «Агар пулинг бўлса қимларга қўмақлашган бўлар эдинг. Шуларнинг рўйхатини туз» (100 дан кам бўлмаслиги қерак) дейди. Кейин «Энди шу кишилар сенга неча пул ёрдам қила олади? Шуни ёз» дейди. Кейин эса «Шу кишилардан қарз ол» дейди. «Қабали сен қозир қийин ақволда турибсан, тақдирингни қал қиладиган бизнесга қира олмай турибсан» деб қарз олиш йўлини қўрсатиб беради.

«11 боскич» қитобининг 21 бетида бундай дейилган «Одам пул топган мақалда сен унинг айниб қолмақунича дарров пулни ол». Бу дегани кишини муайян бир ишга мажбурла дегани. Исломда бундай савдо йўқ. Шу қитобнинг 20 бетида «Одамнинг бизнинг тақлифга «йўқ» деган қавоби ишимизнинг бир бўлагидир. Бизнинг вазифамиз «Йўқ, қерак эмас» дегани «Хўп, менга шу қерак» деган қавобга ўзқартириш» дейилган. «Қерак эмас»ни турли авраш ва алдов йўллари билан «қерак»га ўзқартириш Исломда ҚАРМ. Шариятда бу таъқиқланади.

Одам психологиясига таъсир қилинганидан сўнг уйдаги ёлғиз қигирини сотиб, қредит олиб қарзга ботқанлар ҳам қўп. Сўзимизнинг далили сифатида икки талабанинг бошидан ўтганини қуйида айтиб ўтамиз:

Исми Элъвира

Мен Козогистон университетнинг 2 курсида ўқийман. «QuestNet» компаниясига ишга келганимга кўп бўлгани йўқ. Мени у ерга энг якин дўстим чакирган. Мен бу ишни эшитган пайтимда шу ишга кирмасам ўз кўзлаган максадимга ета олмайдигандай бўлдим. Кейин пул излай бошладим. Кўп ердан пул изладим. 80000 тангани ҳеч қаердан топа олмадим. Кейин овулимга бориб ота-онами кунига яраб турган ёлғиз сигирни сотишга мажбурладим. Ота-онам мендан нимасини аясин, сутини соғиб ўтирган сигирини бозорга олиб чиқиб сотиб беришди. Хозир улар қора чой ичиб ўтришибди (изоҳ: козокларда чойга сут кўшиб ичилади). Мен ишга жойлашсам ўз жамоамни йигиб, сигирни пулини кайтариб, орзуларим ушалади деб ўйлаган эдим, лекин мен ўйлаганидек бўлмади. Бу ерга одам ўзининг энг якин дўстига ишониб қиради ва яна орзуларинг ушалишини ўйлаб бу ишдан чиқиб кета олмасдан юраверасан!!! Мен ёш талабаларга шуни айтмоқчиман: “Бу ишга кирманглар. Мен хато қилдим. Сизлар такрорламанглар. Сабаби ҳар қандай одам ўз орзусига ўз ўрни билан, тоза йўл ва ҳалол меҳнати билан етиши мумкин!!

Менинг исми Дониёр.

Абулайхон номли халқоро университетининг 3 курсида ўқиганман. 2008 йил одамларнинг кизиқтиришлари билан шу компанияга жалб қилиндим. Қелиб қолишимни сабаби ҳаётимни яхши томонга ўзгартирмоқчи бўлдим. Бирок нимага етишдим?

Биринчи - 7 ойда 250доллар пул олдим (80000 сарф қилиб (изоҳ: 80000 ўша пайтда 670 доллар, 2008 йилги курс)

Иккинчи - Бутун вақтимни йўқотдим,

Учинчи - Дўстларидан айрилдим,

Тўртинчи - Ўқишдан чиқдим

Ёшларнинг бу ишга кирмасликларини сўрайман. Сабаби келган одамлар афсусланиб юришибди. Мен ва менинг жамоам афсусланганимиздан бу ишни тўхтатганмиз.

- Бешинчидан... Маркетингнинг бу турини бошлаган одамлар фойда қуриб кейингилари унитилади. Кейингиларнинг пулларини олиб фойда қўриш Ислолда ҳаром.

Тўлиқроқ тушунтирсак бир бирига боғланган бу тармокли маркетинг (сетевой маркетинг) маълум вақтга қелиб ўз-ўзидан тўхтади. Чунки Аллоҳдан ўзга ҳеч нарса мангу эмас.

Унинг тўхташ сабаблари:

Компания бошидаги одамлар судланса ёки бошққа бизнеслари юришмай қолса ёки мамлакат иқтисодига катта зиён келтирса, ёки уруш бўлса бу маркетинг тўхтади.

Шунда пирамида бошида турган бошлиқлар ўз пулларини чиқариб олишади ва кейинги одамларни пуллари йўқ бўлади.

Математика йўли билан ҳисоблаб чиқсак, масалан бу маркетингга 2047 одам жалб қилинган. Энди турли сабаблар билан бу иш тўхтаса, 2047 та одамдан 127 таси ўз

пулларини чикариб олиб фойда кўриб, 128 та одам 500 доллардан, 256 та одам 250 доллардан олар экан. 1526 та одам пулларининг бир тийинини хам кайтиб олишаолмайди. Умумий олганида 127 та одам фойда топиб 1920 та зарар кўради. Бу 2047 одамнинг пуллари 1371490 доллар пул шу пирамидани курган кишиларнинг чўнтагига тушар экан. Мана энди 1920 одамнинг пулини, вақтини, қувватини, бола-чакасининг ризкини кийиб 127 та одамгагина фойда олиб келадиган бундай савдо тури диндан ташкари одамгарчилик юзасидан тўғри эмаслиги сўзсиздир. Куръони каримда “Эй имон келтирганлар! Бир-бирларингизнинг молларингизни ботил йул билан еманг” (Нисо сураси 29 оят) дейилган.

Юкорида келтирилган хисобда 1 концессия (670доллар) билан кириб факатгина 2047 одам хисобланди. (Эслатма: Ушбу системада анча вақтдан бери ишлаб юрган одамлар тамонидан хисобланган) Хозир Козогистонда (06.02.09) QI компаниясида 6000 га якин одам жалб килинган ва 4 000 000 АКШ долларидан ортик пулнинг чет элга чикиб кетганлиги тўғрисида маълумот бор.

Айрим одамларнинг фойда кўриши, айримларининг зарари хамда ўзининг амалдаги вазифаларини килмаслик, яни оиласини унутиш, тармокли маркетингга овора бўлиб ўз касбига эътибор бермай кўйиш хам киморга киради. Бунинг хукми хам харом.

- **Олтинчидан...** Бу халк иктисодиётига хам ўта зарарлидир. Хакикий нархи ноаник, сотиб олган одамлар учун зарурий бўлмаган ва уларнинг хаёт кечирishi учун мутлако кераксиз киммат коллекция махсулотларни турли йуллар билан халкка сотиб, унинг пулларни четга чикариб юборилиши канчалик иктисодиётга зарарлигини айтмаса хам бўлади. Бу компанияга жалб килинган одамлар сони 5-6 млн. га етганида ташкарига чикиб кетаётган пулнинг хажмини хисоблаш кийин эмас. Хозирги кунда бунинг мамлакат иктисодиётига жуда зарали эканини тушинишимиз керак. Миллионлаб пулларнинг чикиб кетаётганини билган Шри Ланкага ўхшаш бир канча давлатларда савдонинг бу тури таъкикланган.

- **Еттинчидан...** Маркетингга жалб килинган кишиларнинг сони кўпайган сари бошка ишларда кадрларнинг сони камаяди. Шундан кейин тенглик йўкола бошлайди хамда одамлар кийин ишларни килгиси келмай қолади, яъни осон пул йўлига ўтишади. Одамлар керакмас нарсаларни сотиш билан пул топгани учун кўл кучи, илми билан мамлакат иктисодиётига фойда келтирмай кўяди.

Кишиларни шу ишга жалб килинаётган вақтда, “Сен муаллимсан, сен инженерсан топишинг жуда кам. Бизга кўшилсанг бой бўласан. Муаммосиз хаёт кечирасан” деб одамларни ўзи танлаган касбларидан, хизматидан, ўкишидан кайтаришади.

«11 боскич» нинг 20 бетида «одамларни бу ишга жалб килишда одамларни ўзи килаётган иши ёки бошка ишлар билан солиштириб кўр » дейилган. Хамда бу иш жуда кўп фойда келтириши, бу ишда бошка ишларга нисбатан кўпрок пул топиш мумкинлиги

айтилади.

Кўпчилик талабалар шу иш билан шугуллана бошлаганидан кейин ўз ўқишларини ўзлаштира олмай колганликлари, уйқулари йўқолганлиги, бошқалари эса ўқишнинг кераги йўқ деб уйлаб қолишлари ва ташлаб кетишлари маълум бўлди . Агар ҳамма шу иш орқасидан қувиб кетса унда халқ хўжалиги учун керак бўлган мутахасисларнинг хизматини ким бажаради?

Шу ишга боғлиқ бошқа савол:

Шу иш билан шугулланаётган баъзи бир талабалар шу иш орқасидан пул топиб ночорларга кўмаклашаётгани айтиб ишнинг бу йўналиши тўғри эканини таъкидлашади..

Бунга жавоб:

Исломда ният қандай бўлса унга олиб борадиган йўл ҳам шундай тоза пок бўлиши керак. Исломда бировларни қашатиб бир неча одамга яхшилик қилиш йўқ.

Хадис: “Аллоҳ пок ва у пок ишларнигина қабул қилади”

Q1 маркетингида келтирилган ишларнинг харомлиги сабабли бошқа тармокли маркетинг (сетевой маркетинг) ёки савдо турларида шу харакатлар ёки йўналишлар топилса уларнинг ҳам Харом эканлиги сўзсиздир.

Қайрат Жолдибой ўғли. Козогистон мусулмонлари диний бошқармаси ахборот – насихат бўлимнинг бошлиги.

[Манба: Козогистон мусулмонлари диний бошқармасининг расмий сайти](#)