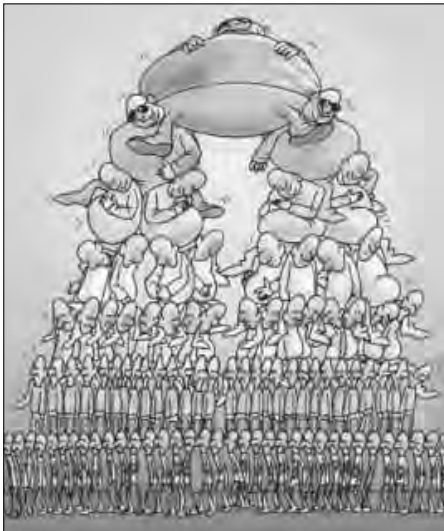


بازاریابی شبکه‌ای یا فعالیت هرمی

شما هم پرنزنت شده‌اید؟



اعلام خبر قانونی شدن فعالیت شرکت‌های هرمی شوکی بود که خاطرات تلخ گذشته را برای مال باختگان زنده کرد.

رادمرد، رییس مرکز اصناف و بازرگانان وزارت بازرگانی، در این باره اعلام کرد: فعالیت رو به افزایش شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای به عنوان پدیده‌ای نوین در چرخه دادوستد و نظام توزیع کالاهای داخلی و وارداتی، ضرورت ساماندهی، نظارت و قانونمند کردن آنها را ایجاب کرده و آیین‌نامه مذکور نیز در همین راستا تهیه و تدوین شده است.

کشمکش بین نیروی انتظامی و به تازگی مأموران وزارت اطلاعات و تعقیب و گریز آنها چند سالی است که امید افرادی شده که از عضویت در شبکه‌های بازاریابی هرمی خسارت دیده‌اند. این تلاش‌ها هر چند نتوانست خسران وارد شده به مال باختگان را جبران کند، اما توانست از رشد پرسرعت و قارچ‌گونه آنها جلوگیری کند.

سال‌های ۸۴ و ۸۵ را می‌توان اوج جنجال‌های گلدکوئیستی دانست؛ روزهایی که اخبار مربوط به فتوای مراجع، قانونی یا غیرقانونی بودن فعالیت این شبکه‌ها، دستگیری گروه‌های کوچک به صورت پراکنده و مسایلی از این قبیل، از پُرخواننده‌ترین خبرهای رسانه‌ها محسوب می‌شدند. در کنار گلدکوئیستی‌ها، شرکت‌های دیگری نیز با استفاده از شیوه این شرکت و ایجاد تغییراتی در محصولاتی که عرضه می‌کردند - در زمینه‌های مختلف از جمله صنایع دستی، لوازم آرایش، خرید الکترونیکی و غیره - کار خود را آغاز کردند.

در چنین شرایطی، اوایل دی ماه، خبری نظرها را به خود جلب کرد. این خبر نشان می‌داد وزارت بازرگانی آیین‌نامه جدیدی تدوین کرده که بر اساس آن، فعالیت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای، قانونی اعلام شده است. با انتشار این خبر، با توجه به وضعیت نابامان اقتصادی این روزها که باعث افزایش بیکاری، ورشکستگی و تورم شده، یادآوری کلاهبرداری‌ها و منع عضویت در این شبکه‌ها از سوی دولت در سال‌های قبل، مورد توجه عموم قرار گرفت.

ماجرا از این قرار بود که وزارت بازرگانی از قول دولت اعلام کرد، فعالیت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای از این به بعد قانونی محسوب می‌شود. معنای این رسمیت دادن و قانونی شمردن این بود که دولت به فعالیت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای تن داده است. این وزارتخانه، هدف از تصویب این آیین‌نامه را ساماندهی شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای با هدف جلوگیری از فعالیت‌های هرمی و گسترش اقتصاد زیرزمینی با همکاری دستگاه‌های انتظامی و اطلاعاتی عنوان کرد.

بر اساس آیین‌نامه مذکور، شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای بر اساس ضوابطی مشخص و صرفاً با دریافت مجوز از مرکز امور اصناف و بازرگانان کشور (زیرمجموعه وزارت بازرگانی) می‌توانند به فعالیت بپردازند.

سابقه‌ای تقریباً ۷۰ ساله دارد. از دهه ۳۰ میلادی، بازاریابی شبکه‌ای در آمریکا شکل گرفت و اکنون با تحول در شیوه‌ها و ساختارها به زبان مشترک تجارت تبدیل شده است. در حال حاضر، بیش از ۳ هزار شرکت در جهان در حوزه بازاریابی شبکه‌ای فعالیت می‌کنند و بیش از ۴۴ میلیون نفر در این نوع شبکه‌ها مشغول به فعالیت هستند ولی این نوع بازاریابی حتی در آمریکا با سوء ظن روبه‌رو است و به عنوان یک فعالیت غیراخلاقی به آن نظر افکنده می‌شود.

جالب است بدانید قدیمی‌ترین نمونه‌های فعالیت در بازاریابی شبکه‌ای بر خلاف تصور بسیاری از افراد، مربوط به اقتصاد آزاد اروپا و آمریکا نیست، بلکه به پیش از دوران شوروی کمونیستی و اقتصاد بسته‌اش باز می‌گردد. براساس نوشته‌هایی که از پرلمان، ریاضیدان روسی، بر جای مانده، در روسیه در سال‌های قبل از حکومت شوروی، کسانی بودند که برای فروش کالاهای خود دست به اقدامات ویژه‌ای می‌زدند. مثلاً در روزنامه‌ها و مجله‌های پرتیراژ آگهی‌هایی به این شکل می‌دادند: دوچرخه با ۱۰ روبل! هر کس می‌تواند با پرداخت ۱۰ روبل مالک دوچرخه شود. به جای ۵۰ روبل فقط ۱۰ روبل! شرایط خرید به طور مجانی در اختیار شما گذاشته می‌شود.

اما برای متقاضیان در مقابل ۱۰ روبلی که پرداخت می‌کردند، دوچرخه‌ای فرستاده نمی‌شد، بلکه ۴ بلیت به آنها داده می‌شد که هر یک از آنها را به یکی از آشنایان خود می‌فروختند و ۴۰ روبل باقیمانده به این ترتیب جمع می‌شد و باید به مؤسسه تحویل داده می‌شد تا دوچرخه برای آنها فرستاده شود. البته واقعاً قیمت دوچرخه برای خریدار ۱۰ روبل تمام می‌شد، زیرا ۴۰ روبل بقیه را او از جیب خود نپرداخته بود. به این ترتیب، یکی از قدیمی‌ترین فعالیت‌ها در این زمینه حدود یک قرن پیش در روسیه تزار شکل گرفته است. روسیه یکی از بزرگترین قربانیان شرکت‌های هرمی بوده است. نتیجه این فعالیت‌ها، درگیر شدن ۲ میلیون نفر،

سوء تفاهم شده!

بنا بود این آیین‌نامه به زودی با همکاری وزارت اطلاعات، دادستان کل کشور، نیروی انتظامی و مرکز امور اصناف و بازرگانان به مرحله اجرا گذاشته شود، اما به محض انتشار این آیین‌نامه و اعلام موضع وزارت بازرگانی در مقابل فعالیت این شرکت‌ها، مجلس و بسیاری از کارشناسان اقتصادی مخالفت خود را با اجرای آن اعلام کردند. در این میان، وزارت بازرگانی و موافقان اجرای این طرح بر این عقیده بودند که سوء تفاهم پیش آمده، ناشی از تعریف متفاوت شرکت‌های هرمی و شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای است.

در واقع بر اساس آیین‌نامه تنظیم شده، بازاریابی شبکه‌ای عبارت است از ارائه خدمات واسطه‌گری به صورت شبکه‌ای به نحوی که خریداران کالا نسبت به بازاریابی و جذب خریداران جدید اقدام کرده و درصدی از قیمت فروش کالا را به وسیله بازاریابان زیرمجموعه شبکه متصل به خود، از صاحب کالا به عنوان پاداش یا پورسانت خدمات بازاریابی دریافت کنند.

همین سوء تفاهم باعث شد وزارت اطلاعات وارد عمل شده و در مقام توضیح، اطلاعیه‌ای منتشر کند. این وزارتخانه با انتشار اطلاعیه‌ای، دستورالعمل بازاریابی توسط وزارت بازرگانی - موضوع فعالیت بازاریابی شبکه‌ای - را با فعالیت شرکت‌های هرمی که نوعی اختلال در نظام اقتصادی کشور است متفاوت دانست. در این اطلاعیه تصریح شده، وزارت اطلاعات با همکاری دستگاه قضایی، طبق قانون با فعالان شرکت‌های هرمی برخورد خواهد کرد.

تاریخچه بازاریابی شبکه‌ای

به گفته بسیاری از کارشناسان، مفهوم بازاریابی شبکه‌ای یا بازاریابی چند لایه‌ای (Network Marketing)،

تجارت خارجی ایران در سال های اخیر

"رفیق فابریک های" ایران

در شرایط بحران کنونی با کاهش قیمت کالا و خدمات در جهان علیرغم افزایش صادرات از لحاظ وزنی، ایران با افت ارزش صادرات مواجه شده است.



در سه ماهه اول امسال، این میزان به ۱۲ میلیون و ۲۶۸ هزار تُن با ارزش ۱۱ میلیارد و ۶۷۳ میلیون دلار (معادل ۸ میلیارد و ۷۱۰ میلیون یورو) رسیده است.

متأسفانه در یکی دو سال اخیر که بحران جهانی، نظم موجود در روابط خارجی بسیاری از کشورها را درگیر معضل بزرگ نقدینگی کرد، بخش های مختلف اقتصادی از جمله تجارت خارجی دچار عدم توازن شدند. یکی از کانال های اثرپذیری بحران مذکور که در ابتدای پیدایش این بحران توسط کارشناسان اقتصادی ماهنامه «اقتصاد ایران» پیش بینی شده بود، بحث تجارت خارجی و افت میزان صادرات و واردات کشور به واسطه فقر حاکم بر بخش خصوصی و تولیدی و ناتوانی در تأمین مالی منابع مورد نیاز واردات از محل درآمدهای نفتی بود.

بنا به آمار بانک جهانی، ایران با در اختیار داشتن رقمی معادل ۱۱۶ میلیارد دلار صادرات، چیزی در حدود یک درصد از کل صادرات دنیا را در اختیار دارد و به این ترتیب در رتبه ۲۳ رده بندی جهانی قرار گرفته است. گفتنی است در بُعد واردات نیز کشورمان در حدود ۰/۵ درصد از کل واردات جهانی را در اختیار دارد.

متأسفانه مقایسه عملکرد سه ماهه نخست سال ۸۸ و ۸۷ مبین کاهش ۱۹ و ۱۰ درصدی ارزش صادرات و واردات در کشورمان است. گفتنی است علیرغم کاهش قابل توجه ارزش صادرات و واردات در کشور، از منظر وزنی با افزایش ۱۳ و ۳۵ درصدی صادرات و واردات مواجه بوده ایم.

در این راستا میزان صادرات کالا در ۵ ماهه اول سال جاری با احتساب میعانات گازی (بدون احتساب نفت و گاز) ۲۰ میلیون و ۷۵۸ هزار و ۶۴۰ تُن به ارزش ۹ میلیارد و ۱۸۸ میلیون و ۵۶۰ هزار دلار بوده است که این رقم، مبین کاهش ۱۷/۵۷ درصدی از بُعد ارزش و افزایش ۱۹/۲۸ درصدی از بُعد وزن صادرات محصول می باشد.

در زمینه صادرات کالاهای غیرنفتی نیز بدون احتساب میعانات گازی طی ۳ ماهه اول امسال، شاهد رشد ۷۴/۱۴ درصدی از نظر وزن و کاهش ۵۱/۱۰ درصدی از نظر ارزش صادرات بوده ایم و در واقع ۹ میلیون و ۶۶۵ هزار تن کالای غیرنفتی به ارزش ۴ میلیارد و ۱۵ میلیون دلار، معادل ۲ میلیارد و ۹۸۹ میلیون یورو از کشور صادر شده است.

واردات کشور هم در سه ماهه اول سال جاری

نسبت به همین مدت

در سال ۸۷ از نظر وزن ۳۵/۶۶ درصد افزایش و از نظر ارزش دلاری ۱۰/۹۲ درصد کاهش را نشان می دهد.

به عبارت دیگر در سه ماهه اول سال ۸۷ واردات کشور ۹ میلیون و ۴۳ هزار تُن به ارزش ۱۳ میلیارد و ۱۰۴ میلیون دلار (معادل ۸ میلیارد و ۴۳۱ میلیون یورو) بود که

بدهکاری ۱/۵ میلیارد دلاری و خودکشی دست کم ۵۰ نفر از خسارت دیدگان شد.

در کشوری چون آلبانی، طی سال های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۸، تجربیات تلخی از گسترش و رشد بی رویه شرکت های هرمی بر جای مانده که سقوط دولت، استعفای رییس جمهور، انحلال مجلس و کشته شدن حدود ۲ هزار نفر در جریان درگیری ها و ناامنی های ناشی از فروپاشی این طرح ها از آن جمله است.

در نپال بیش از ۱۵ هزار نفر که حدود ۶۴ هزار روپیه برای خرید سکه های طلای شرکت گلدکوئیست پرداخت کرده بودند، حداقل بیش از نیمی از سرمایه خود را از دست دادند. این موضوع باعث بروز اعتراضات در ۵ شهر اصلی این کشور شد و سرانجام به قیمت از دست رفتن میلیون ها روپیه دارایی مردم فقیر این کشور تمام شد.

در کلمبیا یک شرکت هرمی به نام وی ام جی با ادعای پرداخت سود سالانه ۱۵۰ درصد توانست حدود ۳ میلیون نفر از مردم این کشور را جذب کند. اما با اشیاع بازار، اعتراضات مردمی در سطح وسیعی به وقوع پیوست؛ به طوری که در سال ۸۷ آشوب های خیابانی در این کشور موجب وارد آمدن خسارات زیادی به اماکن و تأسیسات دولتی و خصوصی شد. بر اساس گزارش دولت کلمبیا، این شرکت هرمی علاوه بر کلاهبرداری ۲۰۰ میلیون دلاری از مردم، موجب وارد آمدن یک میلیارد دلار خسارت به اقتصاد آن کشور شد.

به مرور زمان این فعالیت در نقاط مختلف دنیا مانند قارچ رشد کرد و نام های مختلفی به خود گرفت. از جمله این نام ها می توان به گلدکوئیست، مگاهولدینگز، پنتاگونا، مای سون دياموندز، گلدبیز، ای بی ال، گلد ماین، گلدبست، شای نینگ، بیگ رد فور یو، بیزنت، ویژن مرکاند و استیرام اشاره کرد.

مخلص کلام

هر چند بلافاصله بعد از تدوین آیین نامه جدید وزارت بازرگانی، با دخالت وزارت اطلاعات، اعتراض مجلس و کارشناسان کمرنگ شد و سر و صداها در اندک زمانی به خاموشی گرایید، با تمام این تفاسیر، وزارت بازرگانی منتظر مجلس برای تصویب این آیین نامه نماند و علیرغم تذکر قبلی مجلس، آیین نامه مذکور بدون بررسی در مجلس از سوی وزارت بازرگانی ابلاغ شد. این وزارتخانه اعلام کرده متقاضیان می توانند با مراجعه به مرکز امور اصناف و بازرگانان وزارت بازرگانی درخواست خود را ارایه دهند. اما هنوز نه خبر موثقی از اجرای این آیین نامه در دست است، نه در مورد ملغی شدن آن. به این ترتیب، ماجرای فعالیت شرکت های هرمی و بازاریابی شبکه ای، بار دیگر در سکوت و ابهام فرو رفت. ■

عمده واردکنندگان محصولات ایرانی

| رتبه | ۱۳۸۵ | سهام | ۱۳۸۶ | سهام | ۱۳۸۷ | سهام | ۹ ماه ۸۸ | درصد |
|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|
| ۱ | امارات | ۱۶/۱ | امارات | ۱۴/۲ | عراق | ۱۳/۱ | عراق | ۲۰/۲ |
| ۲ | چین | ۱۰/۹ | عراق | ۱۰/۵ | امارات | ۱۲/۸ | چین | ۱۴/۱ |
| ۳ | عراق | ۷/۳ | چین | ۸/۱ | چین | ۱۱/۰ | امارات | ۱۳/۲ |
| ۴ | ژاپن | ۶/۳ | ژاپن | ۶/۱ | هند | ۶/۵ | هند | ۵/۹ |
| ۵ | هند | ۴/۹ | هند | ۵/۵ | کره | ۴/۵ | افغانستان | ۴/۸ |
| ۶ | سنگاپور | ۴/۹ | کره | ۳/۷ | ژاپن | ۳/۲ | کره | ۲/۶ |
| ۷ | ایتالیا | ۳/۹ | ترکیه | ۳/۶ | افغانستان | ۳/۰ | بلژیک | ۲/۳ |
| ۸ | افغانستان | ۲/۳ | ایتالیا | ۳/۴ | ترکیه | ۲/۹ | ایتالیا | ۲/۳ |
| ۹ | آلمان | ۲/۲ | افغانستان | ۲/۹ | بلژیک | ۲/۳ | ترکیه | ۲/۳ |
| ۱۰ | هلند | ۲/۲ | آلمان | ۲/۴ | عربستان | ۲/۲ | پاکستان | ۲/۱ |

استخراج: واحد تحقیقات ماهنامه «اقتصاد ایران» از سازمان توسعه تجارت