

المبحث الأول

عرض تعريفي مختصر

للتسويق الشبكي وبعض الخصائص الهامة له

أولاً: تعريفه:

هو نشاط فوري التلون والتشكيل بأوضاع ظاهرية مختلفة تتلائم مع حالة التقبل العام له أو التحفظ بشكل مطلق أو جزئي، وهو يقوم بتحقيق أهداف متشابكة من خلال القيام بأدوار متداخلة ومتشابكة من خلال معاملات عشوائية الطابع ومع تتبع نتائج الكثير من أنشطته يمكن أن يعرف ويوصف بعبارة بالغة الاختصار وهو أنه «النشاط الحربية» المتحول دائماً من أجل الاستمرارية والبقاء ولو بطرق غير مشروعة. ولزيد من الإيضاح لهذا النشاط الغامض المثير للكثير من مواضع الجدل والشبهات نعرض فيما يلي بعض الخصائص الهامة التي يتسم بها النشاط المعنى والتي تميزه عن الأنشطة التسويقية التقليدية والمقبولة إجمالاً في جميع الأوساط.

ثانياً: أهم خصائص وسمات التسويق الشبكي:

١- يعتبر نشاط تسويقي موازى أو بديل للتسويق التقليدي الرسمي.

٢- يقوم على توظيف المستهلك ذاته كمندوب مبيعات ووسيلة دعاية وإعلان لمنتجات المشروع مقابل (عمولات).

٣- لاستمرارية الصفقة بين المشروع والمستهلك المشارك لا بد من تحقيق شروط أهمها:

(أ) شراء منتجات من المشروع بحد أدنى يتم الاتفاق عليه سلفاً

(ب) اجتذاب عدد إضافي من المستهلكين يتحدد سلفاً

(ج) لا بد من اجتذاب العدد المقرر من المستهلكين الإضافيين في خلال فترة زمنية محددة سلفاً

(د) إن تحققت الشروط بمنح المستهلك الناجح مقابلاً مغرباً من أشكاله استرداد ما دفعه، بالإضافة إلى منح المشارك عمولات مركبة متراكمة على كل عميل إضافي وفقاً للاتفاق المقرر سلفاً

٤- المشروع في ظل هذا النظام التسويقي الشبكي لا مكان محدد له، ولا يوجد له كادر إداري ولا وظيفي ثابت ولا معروف لأن غالبية المستهلكين المشاركين فيه يخرجون من حلبة التسويق حال الفشل في تحقيق شرط العدد الإضافي المستجلب في الوقت المحدد

٥- يعتبر من أشكال الشركات متعددة الجنسية، والأنشطة التابعة للقطاع غير الرسمي.

٦- هو نشاط تسويقي أكثر منه إنتاجي، وعادة المنتجات محل التسوق تأتي من مصادر ودول خارجية غالباً مجهولة الهوية والمصدر.

٧- نظام يقوم علي المتوالية الهندسية في نمو أعداد المستهلكين المتعاملين من خلاله مع نمو المستفيدين بمتوالية عدديه محدودة غير عادلة، وكذلك يفترض في نمو العمولات المركبة التي يتم إغراء العميل بها

ثالثاً: دولة المنشأ:

أمريكا في عام ١٩٤٠ من خلال شركة Tupper ware، وقيل في عام ١٩٥٤ من خلال شركة للتجميل والنظافة بكاليفورنيا، وقيل من خلال شركة نيوترا لايت للأغذية في عام ١٩٤٥ التي أسسها أمريكي نظير عموله ٣٪ من مبيعات الموزع لمنتجاته .

أما شركة Amway الشهيرة، فقد تأسست أيضا في أمريكا بأدائه بتسويق منظمات باستخدام عمولات للمستهلكين المستفيدين لمنتجاتها (مزيد من المعلومات بالمرجع السابق ذكره ص ١٩٤-١٩٥).

رابعاً: إليه نشاط التسويق الشبكي وأهم الفئات موضع الجذب و الاقتناص

تجنيد شباب ومراهقين بل وأحياناً أطفال في مراحل دراسية ابتدائي أو إعدادي، معروف عنهم الطموح المبالغ فيه أو رقة الحال أو الفشل الدراسي أو التمتع بالقبول الاجتماعي الكبير، أو المقدرة على المراوغة والإبهار

أهم مواضع جذب ضحايا للمجندين: الجيران، الأصدقاء، زملاء الدراسة، المعلمين، زملاء ورؤساء المهنة الخ

استخدام العمولات والترقيات الوهمية واستئجار أماكن للإدارة ولعقد الاتفاقيات والصفقات في جهات تتميز بالإبهار (مثل جناح في سيتي ستارز)

تسويق منتجات غير تقليديه والادعاء أنها ماركات عالميه بما يبرر أسعارها الباهظة (مثل ساعة تباع بـ ١٠٠ دولار بدعوى إنها ساعة ذهب)

من أمثلة الشروط المطلوبة من المستهلك الأول : أن يقوم باستقطاب ٩ أفراد، وبشرط آخر أن لا يقل عدد الأفراد الذين يتم

استقطابهم من كل فرد من هؤلاء التسعة عن ٣ أفراد فإن نجح المستهلك الأول في تحقيق هذا الشرط الذي يتضمن استقطاب (٩ منه) + ٢٧ (على الأقل من التسعة المذكورين) أي نجح في تقديم ٣٦ مستهلك إضافي من خلاله ومن أستقطبهم، سوف يحصل المستهلك على ٥٥ دولار كعمولة إجمالية.

- وسوف يصنف التسعة المذكورين باعتبارهم (درجه) تحسب للمستهلك الاساسى المذكور.

- وكلما نجح المستهلك في الانتقال إلى أعلى درجه إضافية (٩) مستهلكين آخرين كل منهم يقدم على الأقل (٣) كلما زادت العمولات المركبة وارتفعت فرص تعويض ما دفعه أصلاً في شراء المنتج، مع تحقيق أرباح خيالية بعد هذا.

٦- الفهم وعذوبة الكلام من أهم عناصر النجاح في عمليات اقتناص الصفقات العديدة للضحايا.

خامساً: من الناحية القانونية والتشريعية:

(مكتب التحقيقات الفيدرالي الأمريكي واللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء).

قيل إن تم إلغاء التسويق الهرمي في جميع الدول العربية الكبرى غريبه وعرييه مثل أمريكا وبريطانيا والإمارات. وذلك لقيامه على التدليس والإضرار بصغار المشاركين بالقاعدة لكن الواقع أثبت استمرارية التعامل بهذا النشاط لكن بمسميات مضلله مختلفة في كل الدول وغيرها مثل تركيا وماليزيا وإيران واليابان والدانمارك وأستراليا وهولاندا.....الخ

وفي شركة Amway البريطانية الشهيرة المتحولة من الهرمي إلى الشبكي ثبت أن ١٠٪ من العاملين فقط يتمتعون بالأرباح بينما خسر ٩٠٪ من الأعضاء أموالهم المستثمرة فيها خاصة، من ناحية الفتوى الشرعية الرسمية

- تم تجريمه من قبل اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء في

فتوى رقم (٢٢٩٣٥) بتاريخ ١٤/٣/١٤٢٥ هـ