



تجارة التسويق الهرمي عبر الانترنت

وأثرها في المتعاملين معها

عبدالناصر صبحي إبراهيم العمري

مدرس مساعد، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل

مستخلص البحث

تعتبر التجارة الالكترونية من الأساليب الحديثة لتسويق السلع حول العالم، إلا أن هناك أنواع مختلفة لهذه التجارة منها التسويق الهرمي عبر شبكة الانترنت، ولقد شهد هذا النوع من التسويق رواجاً في بعض الدول العربية وخاصة الشباب الذين يطمحون للحصول على الأموال بسرعة دون الاهتمام بالاقتصاد الوطني أو بالأفراد الآخرين، ولهذا تناول البحث تعاملات هذه الشركات وماهية سلعتها وأسلوب عملها لكي نصل إلى أثارها على الأفراد أولاً وأثرها في الاقتصاد القومي ثانياً لكي نتكون فكرة للأفراد الراغبين بالعمل مع هذه الشركات قبل الولوج في هذا النوع من التجارة.

المقدمة

تعد التجارة الالكترونية من التعاملات التجارية الحديثة التي ظهرت مع انتشار الشبكة الالكترونية (الانترنت) في العالم، حيث ظهرت أنواع عدة من التجارة الالكترونية التي تستخدم أساليب جديدة ومبتكرة لترويج البضاعة والحصول على أعلى مستوى من الأرباح، ومن هذه الأساليب (أسلوب التسويق الهرمي) الذي تقوم به شركات متخصصة وحديثة نسبياً ومع ذلك بلغ عدد المتعاملين بأسلوب التسويق الهرمي أكثر من ٥٠ مليون شخص مع مبيعات فاقت ١١٥ مليار دولار، ودخلت هذه التجارة الدول العربية سنة ٢٠٠٠، وانتشرت انتشاراً واسعاً، ودخلت العراق مع دخول الاحتلال سنة ٢٠٠٣، ولاقت قبولاً وانتشاراً واسعاً بين مختلف الطبقات الاجتماعية وخاصة الشباب، لمميزات عدة منها، استخدام أساليب جديدة لترويج البضاعة،



وإعطاء عمولات كبيرة وخاصة للأفراد في رأس الهرم، حيث زاد عدد المتعاملين معها في العراق عن ١٥٠ ألف مشترك.

مما يحتم على الباحثين دراسة هذه الشركات وتشخيص أثارها الاقتصادية، ومن هنا تبرز أهمية البحث بإلقاء الضوء على شركات التسويق الهرمي وطريقة عملها، ومعالجة المشكلة المتمثلة بانتشار هذه التجارة بين قطاعات واسعة من الأفراد بدون الاهتمام بآثارها، والتي قد تخفي أساليب متنوعة من الاحتيال تحت مسميات عدّة قد تغيب عن المتعاملين والمستهلكين لتلك السلع والخدمات بسبب العملات التي تدفعها تلك الشركات، ولهذا يهدف البحث للكشف عن اثر هذه الشركات في المتعاملين معها من الأفراد وبالتالي أثرها في الاقتصاد الوطني، والإجابة على الفرضية القائلة أن لهذه الشركات تأثيراً سلبياً على الاقتصاد القومي، واعتمد البحث على المنهجين الوصفي والتطبيقي وذلك ضمن أربعة محاور، تضمن الأول تطور التجارة الالكترونية، وتضمن الثاني التباين بين التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي والتسويق الهرمي، وتضمن الثالث عرض شركات التسويق الهرمي ماهيتها وطرق عملها وعوامل انتشارها، وتضمن الرابع التركيز في بيان اثر هذه الشركات في الأفراد المنظمين إليها.

المبحث الأول: تطور التجارة الالكترونية

لدراسة تطور التجارة الالكترونية لا بد أولاً أن نعلم نشأة الانترنت، فالإنترنت هو في الحقيقة مشروع شبكي كان يطلق عليه اسم ARPANET تم رعايته وتمويله بواسطة وكالة مشاريع البحوث المتقدمة في وزارة الدفاع الأمريكية، وكان ذلك في سنة ١٩٦٨، والتي اهتمت في ذلك الوقت ببناء شبكة متماسكة يمكن أن تصمد في ظروف صعبة، ويمكن من خلالها نقل معلومات حكومية عسكرية، وقد تم تقسيم الأربانيت إلى شبكتين الأولى هي Milnet وتعنى بالنواحي العسكرية، والثانية Arpanet وتعنى بالنواحي



المدنية، وتم ربط الشبكتين معاً وكانت هي البداية الحقيقية للإنترنت، وفي سنة ١٩٦٨ قامت مؤسسة العلوم القومية بأمريكا بربط أنحاء الشبكة بواسطة خمسة من أجهزة الكمبيوتر فائقة القدرة Super Computer، حيث كونت فيما بينها هيكلأ أساسياً عرف باسم NESFNE، وتم ربطها بأحدث ما توصلت إليه علوم الاتصالات حتى أصبحت هذه الشبكة هي العمود الفقري للإنترنت، ثم بدأت شبكات عدة في الظهور، ففي سنة ١٩٨٠ ظهرت بعض الشبكات الأخرى مثل شبكة BITNET و CSNET وتم توصيلها بالإنترنت بعد إنشائها، ثم قامت العديد من الدول بإنشاء شبكات خاصة بها وتم توصيلها بالإنترنت، وأصبح هذا النظام الكبير يعرف باسم الإنترنت، وأصبحت الإنترنت شبكة الشبكات التي تربط بين أكثر من ٢٠٠ ألف شبكة حول العالم، وأخذ حجمها في التزايد مع الإقبال الشديد من المؤسسات التعليمية والأكاديمية ومراكز الأبحاث والشركات على هذه الشبكة. وبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم ما يقارب ١١٤,١ مليون مستخدم في سنة ٢٠٠٧^(١).

مفهوم التجارة الالكترونية

تعتبر التجارة الالكترونية من المفاهيم الحديثة نسبياً ومن أكثر أنواع التجارة انتشاراً وتأثيراً في الاقتصاد المعاصر، ولهذا تم تعريف التجارة الالكترونية من قبل المؤسسات والمنظمات الدولية، ومن قبل الأكاديميين المهتمين بهذا النوع من التجارة، فقد بينت منظمة التجارة الدولية أن التجارة الالكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج، ترويج، بيع، وتوزيع للمنتجات من خلال شبكة الاتصالات الالكترونية^(٢)، أما الاتحاد الأوربي فقد عرفها بأنها إجراء الأعمال التجارية إلكترونياً، أما البنك الدولي فقد بين أنها استخدام شبكة الحاسبة في تسهيل المعاملات، ويتضمن ذلك الإنتاج التوزيع البيع الإعلان عن السلع والخدمات في السوق.



أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية فقد ركزت في تعريفها على إظهار سماتها فبينت إنها كل أشكال التعاملات بين الأنشطة الاقتصادية سواء كانت مؤسسات أم أفراد والتي تعتمد على البيانات الرقمية في العمليات والتحويلات سواء بشكل صوري أو صوتي أو وثائقي^(٣).

أما على المستوى الأكاديمي فهناك العديد من التعاريف فقد عرفت على أنها أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة^(٤). أو أنها بيئة تمكن وتسهل عملية البيع والشراء للمنتجات والخدمات عبر الانترنت^(٥)، وتعرف أنها منهج حديث في الأعمال موجه إلى السلع والخدمات وسرعة الأداء، ويتضمن استخدام شبكة الاتصالات في البحث واسترجاع المعلومات من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات^(٦). وأخيراً فإن الموسوعة البريطانية عرفت بأنها علاقات العمل، وبيع المعلومات والخدمات والسلع بواسطة شبكة الكمبيوتر والاتصالات^(٧).

أهمية التجارة الإلكترونية^(٨)

١- سهولة الوصول إلى الأسواق العالمية وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع والخدمات والمعلومات، وزيادة معدلات الاتصال بالعملاء وبناء علاقات قوية فيما بينهم والبحث عن عملاء جدد وعرض السلع والخدمات وحثهم على الشراء.

٢- تحسين سلسلة التوريد، وذلك من خلال ربط المخزون بحاجات السوق وسرعة تلبية احتياجات الزبائن، وبالتالي توفير عشرات المليارات من الدولارات سنوياً نتيجة تخفيض حجم المخزون.

٣- العمل على مدار الساعة وسهولة الاتصال بالنص والصوت والصورة وتحديث المعلومات عن الشركات والمنظمات باستمرار، مما أدى إلى



ظهور نماذج جديدة للأسواق مثل المزادات الالكترونية، وتصنيع منتجات حسب رغبات كل زبون وإتاحة الفرصة لديهم لاختيارات واسعة. ٤- تجنب الضرائب على المبيعات ففي كثير من الدول لا تخضع الأعمال الالكترونية لضريبة المبيعات.

٥- تخفيض تكاليف الإنتاج من خلال إنشاء مواقع الكترونية غير مكلفة، وعدم الحاجة إلى أعداد كبيرة من الموظفين وتخفيض تكاليف التسويق بالنسبة للشركات، حيث يتم التخلص من الوسطاء وإيصال السلعة بأقل تكلفة و تخفيض التكاليف بالنسبة للأفراد، فبدل السفر لدول أخرى لعقد صفقة أو لشراء سلعة يمكنه أن يطلع على خصائص كل منتج وجميع المنتجين لهذه السلعة، ومن ثم اقتنائها وتصله بأقل كلفة وهو جالس في بيته.

٦- فرصة للشركات الصغيرة والمتوسطة للتنافس بصورة أسهل في الأسواق العالمية وجميع المعلومات المتعلقة بالأسواق والأسعار والمنافسة، وحتى القيام بتجربة المنتج قبل طرحه في الأسواق مما يجنب الشركات خسائر فادحة.

٧- فتح فرص إعلانية واسعة وأقل كلفة، حيث تكون بسيطة وجذابة وغنية بالمعلومات في آن واحد.

٨- إمكانية طرح وتسويق المنتجات النادرة عبر الانترنت، وذلك لوجود منتجات لا يكون الطلب عليها مجدياً وفاعلاً إذا طرحت في منطقة جغرافية محددة.

سلبات التجارة الالكترونية



هناك العديد من السلبيات في تطبيق التجارة الالكترونية، ومنها، تعرض العمليات المصرفية للقرصنة الالكترونية. وقد تتعرض الأنشطة الاستثمارية إلى تراجع في عوائدها أثناء الأزمات والمفاجآت، وهذا قد يجعل من استخدام الوسائل الالكترونية المتقدمة عبئاً تتحمله البنوك الالكترونية كما حصل في أزمة البورصات المالية العالمية سنة ٢٠٠٨، وهناك مشكلة دفع الرسوم الجمركية، ومشكلة الأدلة الثبوتية في التجارة الالكترونية سواء بين الشركات أو بين الشركة والمستهلك، ومن السلبيات أيضاً حماية العلامة التجارية، حيث يتفنن المحتالون باستخدام جميع أنواع الاحتيال، ومنها، استخدام العلامات التجارية التي أصبحت ظاهرة عالمية، ومن المشاكل الأخرى إشكالية تسليم البضاعة، حيث تتم باستخدام عدة وسطاء خاصة أن المستهلك موجود في بلد آخر، فيكون التسليم رهن بيد هؤلاء الوسطاء من ناحية جودة البضاعة وكفاءتها، فضلاً عن ان وصول المنتج قد يؤدي إلى تلفه، وهناك مشكلة السرية في التعاملات مع المستهلك والحفاظ على المعلومات الشخصية والسرية للعملاء^(٩). وأمن الدفع والسداد حيث يشوب الخوف لدى المتعاملين، فقد لا يوجد مستهلك حقيقي أو بائع حقيقي. وهناك عوائق تتصل بنوع البضاعة فهناك بضائع يحتاج المستهلك لمسها مثل الأقمشة أو شمها مثل العطور ومن المعوقات أيضاً الآثار النفسية فالتسوق عبر الانترنت يمنع التواصل بين الأفراد في الأسواق وبالتالي الضرر على العلاقات الإنسانية^(١٠). ومشكلة القضايا القانونية، وهذه المشكلة لا زالت مشكلة عالمية، حيث إن هناك دول يخلو القانون فيها من أي مساءلة تخص التجارة الالكترونية، وقد توجد قوانين تتعلق بالتجارة الالكترونية، ولكنها قد تختلف من دولة إلى أخرى وما هو مسموح في دولة يعتبر ممنوع في دولة ثانية.

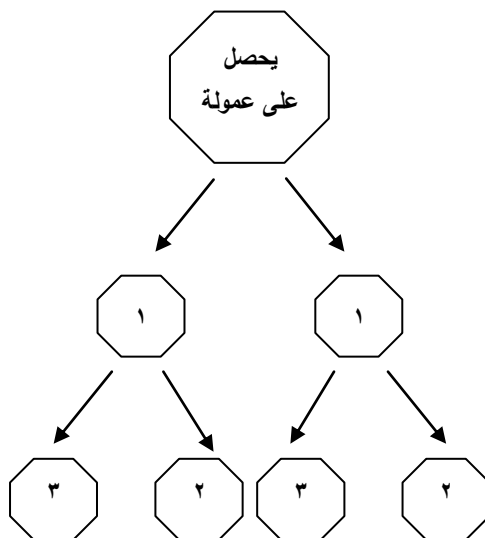


المبحث الثاني: التباين بين التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي والتسويق الهرمي

إن مفهوم التجارة الالكترونية قد اوردناه في القسم الأول، أما التسويق الشبكي Network Marketing فهو التسويق عبر شبكة الانترنت أي انه ظهر مع ظهور شبكة الانترنت. وهناك طرق لتحفيز التسويق كإعطاء عمولة عند بيع سلعة، وهذه الطريقة موجودة قبل ظهور شبكة الانترنت منذ القدم، وهناك طريقة جديدة للعمولات تسمى التسويق الهرمي، وتختلف عن الطريقة السابقة (أي إعطاء عمولات للبائع المباشر) بان العمولة لا تعطى عن السلعة المباعة فقط وإنما على مبيعات العملاء المشتريين للسلع في المستقبل، أي يمكن تعريف التسويق الهرمي بأنه إقناع شخص بشراء منتج أو سلعة معينة، فيصبح عند ذلك عميلاً لدى الشركة على أن يقوم بإقناع شخصين بالشراء ثم يقنع هذان الشخصان أربعة أشخاص بالشراء، عند ذلك يحصل الأول على عمولة وهكذا كلما أشتري ٣ أشخاص عن اليمين و٣ أشخاص عن اليسار حصل على عمولة، حتى تصل العمولات إلى آلاف الدولارات، الشكل (١) ويشترط التوازن، فإذا كان عدد الأشخاص في اليمين ١٢ وفي اليسار ١٥، عند ذلك يحصل على أربع عمولات لأن ١٢ يمين تساوي ١٢ يسار، ويبقى في اليسار ثلاثة لا يأخذ عليهم شيئاً حتى يقابلها في اليمين أعضاء آخرين.

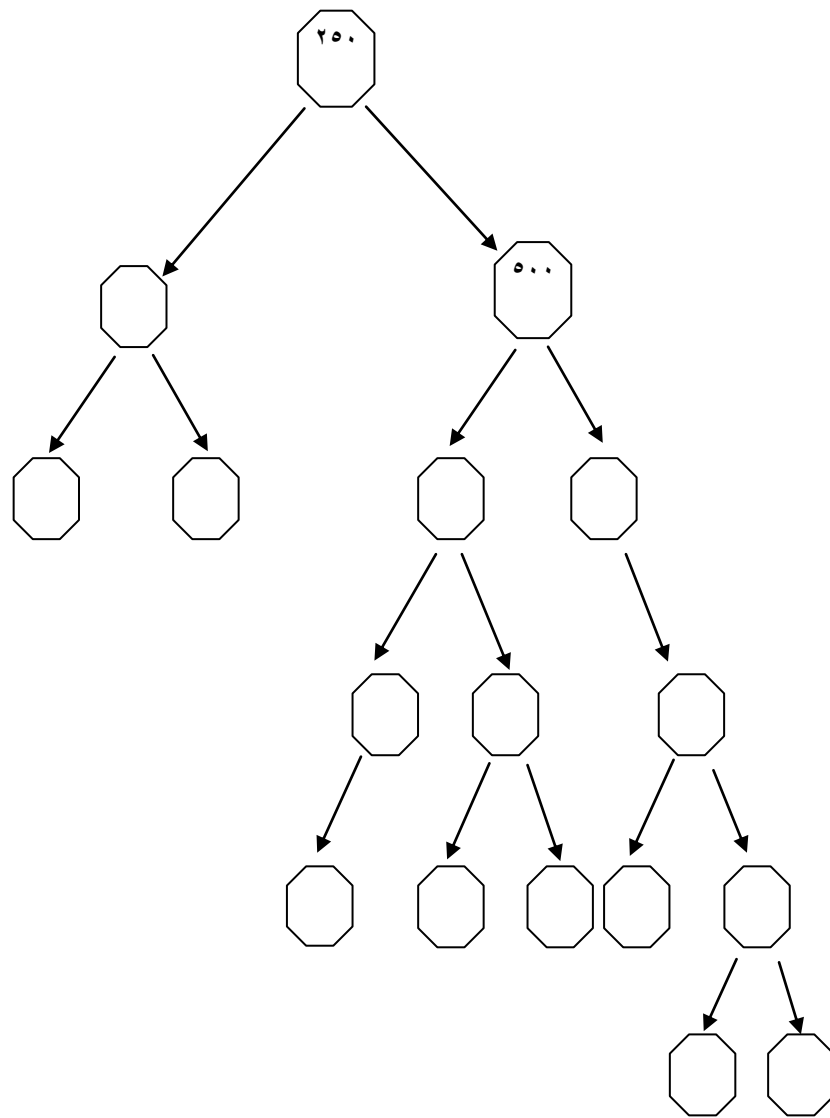


الشكل (١) مخطط التسويق الهرمي



وإذا نمت الهرم من أحد جوانبه ولم ينمو من الجهة الأخرى، فلا يستحق عند ذلك العميل عمولة، وقد يحقق الأدنى عمولة أكبر من الأعلى كما في الشكل رقم (٢).

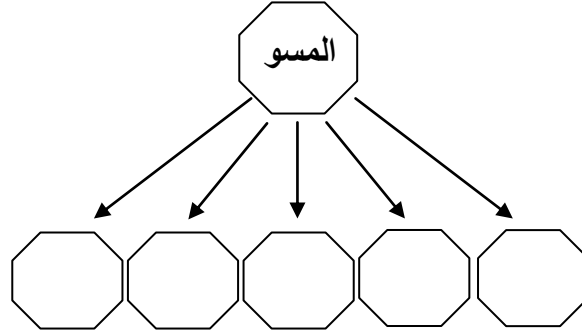
الشكل (٢) نمو الهرم من احد جوانبه يؤدي إلى تحقيق الأدنى عمولة اكبر من الأعلى





أما في التسويق العادي (الشائع) فان العمولة تعطى للمسوق الأول فقط ولا يشترط التوازن كما في الشكل (٣).

الشكل (٣) العمولة تعطى للمسوق الأول ولا يشترط التوازن



وسبب آخر لاختلاف التسويق الهرمي عن التسويق العادي (الشائع)، أن التسويق الأخير هو متوالية عددية

$$١٥ = ١ + ٢ + ٣ + ٤ + ٥ \text{ عضو}$$

أما التسويق الهرمي فهو متوالية هندسية ذات طرفين أيمن

$$١٥ = ١ + ٢ + ٤ + ٨ \text{ عضو}$$

$$\text{أيسر } ١٥ = ١ + ٢ + ٤ + ٨ \text{ عضو}$$

إذا فالتسويق الهرمي هو نوع من أنواع التسويق الشبكي، أي هو جزء من التسويق عبر شبكة الانترنت، وبالتالي لا يجوز أن يطلق عليه تسويق شبكي، لأنه جزء أو نوع بسيط من أنواع التسويق الشبكي، لأن (التسويق الشبكي يضم أنواعاً متعددة من التسويق فهناك التسويق بين الشركات والأفراد أي الشراء مباشرة من الشركة، وهناك التسويق بين الأفراد حيث يعرض فرد سلعة ويعرض الثاني شراءها).



إذاً لماذا يطلق على التسويق الهرمي التسويق الشبكي، السبب هو عند دخول التسويق الهرمي حيز التطبيق في دول العالم ظهرت سلبياته المختلفة، فمنع في أغلب دول العالم، كما وجهت له الانتقادات من قبل علماء الدين، فأدى ذلك إلى تحريمه، وسنتطرق إلى ذلك في المبحث الرابع. لهذا أضطر المشتريين الذين تورطوا مع هذه الشركات والذين يحملون بالثراء بدون الاهتمام بالجانب الشرعي إلى تسمية هذا التسويق (التسويق الشبكي) بدل التسويق الهرمي بل الأكثر من ذلك اعتبروا أن التسويق الهرمي يختلف عن التسويق الشبكي حسب زعمهم، كما في الجدول (١) أدناه.

الجدول (١) المفهوم الخاطئ للفرقة بين التسويق الشبكي والتسويق الهرمي

النوع الأول التسويق الهرمي	النوع الثاني التسويق الشبكي
١- إعطاء مبلغ من المال بدون سلعة	١- وجود سلعة
٢- لا يحتاج إلى الترويج من قبل العميل	٢- يحتاج إلى الترويج من قبل العميل
٣- يقوم على النصب والاحتيال	٣- لا يقوم على النصب والاحتيال

مصدر معلومات الجدول أخذت من استمارة استبيان أعدها الباحث.

وفي الحقيقة كلاهما تسويق هرمي، إنما النوع الأول عبارة عن استثمار المال عن طريق سعر الفائدة (الربا)، فشخص يوظف أمواله ويجلب ثلاثة أشخاص عن اليمين وثلاثة عن اليسار يوظفوا أموالهم، وبالتالي يحصل على عمولة مثل النوع الثاني الذي يسوق سلع إرباحها أكثر من الربا ويجلب أيضاً ثلاثة يمين وثلاثة يسار، وكلاهما يحتاج إلى ترويج، ويتميزان بالاحتيال، وهذا ما سنوضحه في المبحث الرابع.



المبحث الثالث: شركات التسويق الهرمي ماهيتها وطرق عملها وعوامل انتشارها^(١١).

هناك الآلاف من شركات التسويق الهرمي وما يهمنا منها هي الشركات الكبيرة العاملة في المنطقة العربية وخاصة في العراق، ومن هذه الشركات:-

أولاً: شركة Quest

تأسست سنة ١٩٩٨، مقرها في هونك كونك عملت أولاً في صك العملات، ثم غيرت اسمها الى Qnet، ثم انتقلت إلى تصنيع سلع أخرى لأن العملات كانت تمثل ٤ إلى ٥ أضعاف سعرها من الذهب المصنوعة منه، وهي ذات انتشار واسع يقدر عدد عملائها ما يقارب ٧ مليون عميل في جميع دول العالم، دخلت للعمل في العراق منذ بداية الاحتلال سنة ٢٠٠٣ ولا يوجد لديها مكتب في العراق، ولكنها تدير أعمالها عن طريق عملائها باستخدام الانترنت والذين ينتشرون في أكثر من ١٦٦ دولة، رغم حضرها في اغلب دول العالم، والسبب في ذلك يعود إلى الشبكة العالمية الانترنت. تستخدم الشركة التسويق الهرمي (أو التسويق المتعدد الطبقات) لتسويق منتجاتها، وهو جزء من التسويق الشبكي عبر شبكة الانترنت، ولهذا لا يجوز تسميته التسويق الشبكي لأن التسويق الهرمي هو جزء من التسويق الشبكي كما ذكرنا سابقاً.

طريقة الاشتراك يجب للذي يريد أن يعمل مع هذه الشركة أن يصبح عضواً فيها يسمى (عميلاً)، ولكي يتم ذلك عليه أن يشتري سلعة لا يقل سعرها عن ٧٠٠ دولار عن طريق عميل آخر، أي لا يستطيع أن يشتري من الشركة مباشرة، عند ذلك تمنحه الشركة ٢٥٠ دولار عمولة عندما يأتي بثلاث مشترين عن اليمين، وثلاث عن اليسار، وكلما ازداد العدد يأخذ عمولة بشرط التوازن يمين مع اليسار.



وهناك قيود على العملات فإذا حقق خمسة عملات أي ١٢٥٠ دولار، فان الشركة تعطيه ١٠٠٠ دولار فقط^(١٢). والحصول على العملات يتم عن طريق (E-card) أو الفيزا كارد.

منتجات شركة Qnet

تسوق شركة Qnet عن طريق التسويق الهرمي مجموعة متنوعة من المنتجات (وهي منتجات حصرية (لا تتوفر في الأسواق)، وبالتالي تسعرها كيف تشاء، تصنعها لها شركات متخصصة بشكل حصري، مثل شركة Amezcua وشركة Hmalayan Crystal Collection وشركة (Veloci-Ti). وتنتج شركة Amezcua مجموعة متنوعة من منتجات الطاقة^(١٣) كالقرص الحيوي Bio Disc: وهو قطعة زجاجية مستديرة شفافة نصف قطرها ٩٠ ملم سمكها ١٠ ملم، يستخدم كغطاء للسوائل أو الأطعمة ليعطيها طاقة. القصبه الأنبوبية Straw Tub: وهي أنبوب يركب على ماصة السوائل الطول ٣٠ ملم القطر ٨ ملم، تستخدم كماصة للسوائل حيث تتركب على ماصة السوائل لكي تزود السوائل بالطاقة.

صدفة الطاقة Energy Shell: مصنعة من الألمنيوم الخام الطول ٧٦ ملم القطر ١٥ ملم. الاستخدام توصل مع صنبور الماء لكي يخرج الماء مزود بالطاقة.

قلادة Chi Pendant: مصنعة من الزجاج معالجة بتقنية النانو القطر ٣٨ ملم السمك ٥ ملم تستخدم كقلادة لإعطاء طاقة للجسم.

القرص الحيوي القصديري: pewter bio disc مصنوع من مادة القصدير القطر ٩٠ ملم السمك ٩ ملم الاستخدام توضع الأطعمة والسوائل على القرص، حيث يولد مجالاً من الطاقة يؤثر على مذاق الأطعمة والسوائل.

وتنتج شركة Himalayan Crystal Collection^(١٤) مجموعة متنوعة من المجوهرات من بلورات زجاجية من جبال الهيمالايا مرصعة بقطع من الذهب



والفضة وهي على أشكال متنوعة كالشكل الدائري والكروي وإيضاً شكل الصليب وبندول وغيرها من الأشكال ويتراوح سعرها بين ٤٠٠ دولار إلى ١٩٤٠ دولار^(١٥). وهناك مجوهرات شركة Bernhard H. Mayer وتتراوح أسعارها بين ٦٧٠ - ٢٠٤٠ دولار مع مصاريف الشحن (٥٠ دولاراً).

وهناك قلائد الطاقة veloci_ti^(١٦)، وهي قلائد مستديرة ذات ألوان متنوعة تقول الشركة المنتجة إنها تحتوي على طاقة وهي مطلية في بعض جوانبها بالذهب والفضة والتيتانيوم وتتراوح أسعارها بين ٣٢٠ دولار إلى ٣٩٠ دولار (مع مصاريف الشحن ٥٠ دولار).

ومنتجات العناية الشخصية، مثل صابون Bio silver^{٢٢} ومنتج physic radiance للحفاظ على البشرة ومرشح الماء Home pure.

والمنتجات الغذائية: مثل Fiber Fit وهو غذاء مكمل من الألياف وهناك أيضاً شراب oie وهو عبارة عن زيت أوراق الزيتون الخضراء. وشراب Nutrisky وهو عبارة عن مزيج من العصائر مع فاكهة سويتنيا ماكرفيلا^(١٧).

وتقدم أيضاً خدمات وسلع في مجال الاتصال مثل استخدام خدمة in-voice أي تباع لك الشركة برنامج يتراوح سعره بين ٢٩٠ إلى ٥٧٠ دولار من أجل تخفيض أسعار المكالمات الهاتفية بالإضافة إلى أجهزة موبايل مثل نوكيا ٥٢ e بسعر ٨٩٠ دولار وجهاز Black berry ٩٧٠٠ بسعر ١٢٠٠ دولار مع ٦٠ دولار مصاريف الشحن^(١٨).

وتقدم دورات تعليمية عن الإدارة وشخصية الإنسان بسعر ٥٣٠ دولار، وتقدم عروض سياحية تتراوح بين ٥٧٠ دولار إلى ١١٣٤٠ دولار لا تشمل مصاريف السفر ولا أوقات الأعياد والمناسبات^(١٩)، وهناك سلع أخرى مثل الساعات وبأسعار مختلفة تتراوح بين ٧١٠ دولار إلى ١٨٩٠ دولار مع مصاريف الشحن^(٢٠).



ثانياً: شركة منجم الذهب (GMI) Gold Mineint

تأسست في النرويج بتاريخ ٢٠٠٠/٢/١١. تشابه شركة GMI شركة Qnet من حيث إنها لا تنتج السلع، إنما تعتمد على شركات لإنتاج السلع وعملها هو تسويق هذه السلع، وهذه السلع هي سلع حصرية كما في الجدول (٢)

الجدول (٢) نماذج من سلع شركة GMI وأسعارها دولار

السلعة	ثمنها	وقت التسليم
ساعات متنوعة	تتراوح الأسعار بين ٨٠٠ - ١٥٠	خلال شهر
زوج ساعات عادي	١٣٠	خلال شهر
زوجين أقلام حبر	١٣٠	خلال شهر
قلم حبر عادي	٧٠	خلال شهر
قلم اربيس كويل	١٥٥٥	خلال ٤٠ يوماً
قلم فضي	١٤٠	خلال شهر
قلادة بدون طلاء ذهبي زنة	١٥٠٠	خلال شهر
قلادة بطلاء ذهبي زنة ١٠	١٥٠٠	خلال شهر
عملات ذهبية زنة ٢٠ غرام	متغير	

المصدر: <http://www.goldmineint.com>

تعمل الشركة بطريقة التسويق الهرمي مشابهة في عملها لشركة Qnet، إلا أن هناك بعض الاختلاف من ناحية خطة العمل حيث إن المشترك عليه شراء سلعة بمبلغ ٦٠ دولار زائد مصاريف الشحن ويجلب واحد يمين وواحد يسار لكي يستحق ٣٠ دولار، ثم بعد ذلك يجب أن يجلب ثلاثة يمين وثلاثة يسار ليأخذ ٣٠ دولار، وهكذا كلما أصبح ٣ يمين يقابلهم ٣ يسار يأخذ ٣٠ دولار، ولكن عندما يصل إلى الربح الخامس فإن الشركة لا تعطيه المبلغ إنما تحتفظ به كقسط أول لسبيكة ذهبية تزن ٢٠ غم^(٢١)، والقسط الثاني هو



الربح العاشر ثم الخامس عشر حتى يتم سداد قيمتها. مع ملاحظة أن هناك خططاً متنوعة مثل البداية ٢٢٠ دولار بدل ٦٠ دولار وعندها سيحصل على ١١٠ دولار.

طريقة الدفع: بعد دفع ٦٠ دولار قيمة سلعة معينة تصل هذه السلعة بعد شهر من دفع المبلغ مضاف اليها ١٠ دولار قيمة الشحن. وكل أسبوع يتم دفع العمولات لمستحقيها، وذلك كل يوم أحد^(٢٢) على أن لا تتعدى ٥٠٠ دولار في الأسبوع الواحد^(٢٣) ويتم السحب عن طريق (الإيكارت) وهو شبيه (بكارت الموبايل) حيث إن قيمة الإيكارد ٦٠ دولار.

ثالثاً: شركة Dxn

تأسست سنة ١٩٩٣ مقرها في ماليزيا يتركز عملها في تصنيع وتسويق المكملات الغذائية والأغذية والمشروبات، ومنتجات العناية الشخصية والمنتجات المنزلية ونظام معالجة المياه^(٢٤) ولديها أكثر من أربعة ملايين موزع حول العالم، وتتركز مكاتب الشركة في جنوب شرق آسيا ماليزيا، الهند، اندونيسيا، نيبال، الفلبين، تايلاند، هونك كونك، سرلنكا، ودخلت إلى بعض الدول العربية مثل دولة الأردن، عمان، البحرين، السعودية، ودخلت إلى العراق بعد الاحتلال سنة ٢٠٠٣ ولديها عدد من المكاتب في المحافظات^(٢٥). وبتاريخ ٢٥ من كل شهر يتم توزيع الأرباح فيها^(٢٦).

منتجات شركة DXN: تنتج شركة DXN مجموعة مختلفة من السلع منها الأغذية والمشروبات، والتي تشمل القهوة والقهوة السوداء، وأشربه أخرى مثل زاهي موكا وفيتا كافيه، وشاي السنبل، والنعناع بلاس و cocozhi، Nutrizhi، Cordypine، Morinzhi، Nonizyme، والعصائر مثل عصير الكركديه، والكيو، والأناناس، وخل الفواكه وغيرها^(٢٧). ومكملات غذائية من أنواع من الفطر منها ريشي جانو وسبيرولينا والفطر أللوي، وكورد بيبسي ومسحوق RGGL، Mycoveggie، Ganocelium، potenzhi، Monascus



وغيرها^(٢٨). وتنتج أيضاً مجموعة متنوعة من مستحضرات التجميل والعناية بالبشرة مثل Aloe و Ganozhi^(٢٩)، وهناك أيضاً المنتجات المنزلية مثل المنظفات بأنواعها للصحون والأرضيات والسيارات^(٣٠). وتنتج أيضاً مجموعة من منتجات العناية الشخصية مثل الصوابين ومعجون الأسنان والشامبو والطور^(٣١)، ومصفيات الماء.

طريقة العمل في شركة DXN^(٣٢) تعمل الشركة بمبدأ التسويق الهرمي ويجب أن يكون العضو اعتيادياً أو تنفيذياً. والعضوية الاعتيادية تشتري سلع بما يقارب ٨٠ دولار وتحصل على ١٠٠ PV^(٣٣) وهي حزمة من ٩ سلع من المواد الغذائية^(٣٤) وتحصل على ٦% منحة. للحصول على العضوية التنفيذية يجب عليك شراء ١٣ منتج^(٣٥) بسعر ٢١٥ دولار لتحصل على ٣٠٠ PV وتعطى ٩% منحة من قيمة الشراء. ومن أجل الحصول على العلاوات بشكل ثابت يجب أن يشتري الشخص ما يعادل ١٠٠ PV كل شهر ليحافظ على العلاوات، وكلما اشترى أعضاء آخرين عن طريقه تجمع نقاط PV أكثر وتزداد العلاوة. كما في الجدول (٣) ومن خلال العلاوات يتبين مقدار الأرباح التي تحصل عليها الشركة، حيث إنها ترتفع من ٦% - ٢١%.

الجدول (٣) العلاوات التي يحصل عليها الفرد

علاوات	نقاط PV
٦%	١٠٠
٩%	٣٠٠
١٢%	١٠٠٠
١٥%	٢٠٠٠
١٨%	٣٢٥٠
٢١%	٤٥٠٠

المصدر: <http://www.dxn2u.com/plan/remuneration.php>



عوامل انتشار شركات التسويق الهرمي

هناك عدة عوامل أدت إلى انتشار التسويق الهرمي، منها ما يتعلق بأسلوب التسويق الهرمي، فخلال السنوات العشر الأخيرة أصبح هناك المئات بل الآلاف من هذه الشركات حول العالم وانتشرت وتوسعت كثيراً في الدول العربية، ومنها العراق وخاصة بعد الاحتلال سنة ٢٠٠٣ حيث يقدر عدد الشركات العاملة بأكثر من ٢٠ شركة لدى بعضها مكاتب في العراق^(٣٦) والبعض الآخر لا يحتاج إلى مكاتب لأن الإعلان والتعاملات من بيع وشراء يتم عبر شبكة الانترنت، وتسليم البضاعة والعمولات يتم من خلال العملاء الأقدمين.

واستطاعت هذه الشركات من الانتشار بطرق عديدة، منها، استخدام مواقعها في الانترنت حيث إنها تقدم نفسها على أنها الحل لمشكلة الفقر وأنها تقدم إليك عملك الخاص الذي سيجعل منك صاحب ملايين وأنت جالس في بيتك، وتقول أن هناك سقف للأرباح إذا تجاوزته في اليوم الواحد فإنها لن تدفع لك لكي تحمي نفسها من الخسارة، وهي بذلك توهي للأفراد أنهم سيحققون هذه الأرباح الهائلة في اليوم الواحد، وتقدم نفسها على أنها الراعي الرسمي لمسابقات السيارات والداعم الرسمي للمتسابقين، وأنها تساهم في مساعدة الفقراء وغيرها من طرق الدعاية^(٣٧) إن أعظم طريقة لانتشار هذه الشركات هو الدعاية المجانية فليس هناك زبائن للشركة فكل زبون يجب أن يكون عميلاً فكل المتعاملين هم عملاء لديها ويتحتم عليهم أن يكونوا موظفين دعائية بدون أجور لدى هذه الشركات، وعملهم هو إقناع أشخاص آخرين لشراء أي سلعة وبأي سعر من أجل الحصول على عمولة لاسترداد الأموال التي أنفقت لشراء السلع، ولهذا يستعمل العملاء أساليب شتى منها:



١- استخدام الانترنت عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي والتعارف، حيث يطرح الموضوع للنقاش بين الشباب ويستخدمون جميع الأساليب للإقناع، منها، أن هناك فوائد عظيمة وأرباح هائلة، وأنه ينمي علاقات إنسانية جديدة من خلال التعرف إلى أشخاص جدد وأنه يلبي، الطموح كما يضيف إليك خبرات مثل العمل على الانترنت، ولا يحتاج إلى مبالغ كبيرة فقط اشترى سلعة تصبح غنياً^(٣٨).

٢- ويقدمون صورة على أن السلع جيدة جداً وأنها رخيصة^(٣٩)، وأن سعر المنتج هو ٢٠% وأن ٨٠% تذهب إلى الوسطاء، أما التسويق الشبكي (كما يسمونه) فإن الشركات تتقاسم معهم الربح من أجل فائدتهم فنقسمه ٢٠% من السعر المباع في السوق و٢٠% ربح للشركة و٦٠% توزع عمولات للعملاء^(٤٠).

٣- ويستخدمون أيضاً شهادات من طبقات مختلفة من المجتمع يعرفون بالأعمال وليس بالأسماء مثل طالب، خريج صاحب مكتب عقار، مدرس فيزياء، طبيب أسنان، سائق يمتدحون العمل مع هذه الشركات من أجل الإيحاء بأن كل طبقات المجتمع تشارك في هذه الشركات، فمثلاً في أحد المواقع يتم سؤال محامية اسمها ج. م هل يحمي القانون مغفلي التسويق الشبكي، فبدل أن تجيبه إجابة قانونية نعم أو لا تقول له أنها اشتركت وحققت إيرادات، وأن التسويق الشبكي هو طريق النجاح والثروة وأنه يحقق الأحلام. ويقدمون أنفسهم على أنهم ناصحين لك وإن مصلحتك هي العليا وأنه يجب أن تجتهد وتصابر لتحصل على عمولات كبيرة وبسرعة^(٤١).

٤- ويقدمونها أيضاً على أنها الحل ليس لمشاكل الأفراد فحسب، وإنما لحل مشاكل الاقتصاد القومي، حيث إنها تساهم في حل مشكلة البطالة^(٤٢).

٥- استخدام عبارات رنانة بشكل مستمر مثل لقد غيرت هذه التجارة حياتي أو غيرت حياتي كلياً، وأنت مدير نفسك وآخر يقول إن دخله ١٥٠٠



دولار في الأسبوع، واستخدام عبارات مستقزة مثل التسويق الشبكي لا مفر منه، ومن يقول عكس ذلك فهو جاهل بحركة تطور البشر عبر التاريخ^(٤٣).

٦- يحاولون دائماً جعلها الحل للمشاكل الاجتماعية، مثل هي الحل للتخلص من الوظائف التقليدية، وهي الحل لبناء بيت وتكوين عائلة، فأصبح هناك الآلاف من الشباب يضحون بوقتهم وجهدهم وينفقون من ماله الخاص من أجل إنجاح هذه الشركات التي تريح الملايين وتعطيهم الفتات، وهذا ما سنبحثه في المبحث الرابع.

٧- لديها مرونة عالية لمواجهة المشاكل التي تتعرض لها، فعندما تزداد الانتقادات الموجهة لها من الناحية الاقتصادية والشرعية تلجئ إلى عدد من الخيارات، منها، تغيير اسمها، كما فعلت شركة quest حيث غيرت اسمها إلى Q net.

٨- أصبح الأفراد المنتمين لهذه الشركات ينفقون من أموالهم الخاصة للدعاية لهذه الشركات، وهذا ما تلمسه الباحث من خلال المقابلات الميدانية ومن خلال استمارة الاستبيان.

المبحث الرابع: أثر هذه الشركات في المتعاملين معها.

يمكن أن نجمل آثار هذه الشركات بآثار مالية على الأفراد وعلى الاقتصاد الوطني وآثار نفسية وأخرى اجتماعية، فآثارها على الأفراد يتبين من خلال ارتفاع أسعار السلع التي تطرحها هذه الشركات، فأسعارها باهظة جداً ولكن الأفراد يشترون هذه السلع من أجل الحصول على العمولة، ولكي لا تتوجه الانتقادات إلى هذه الشركات بسبب الأسعار الباهظة لمنتجاتها، فأنها تلجأ إلى تسويق سلع حصرية غير متوفرة في الأسواق، وتم ملاحظة ذلك في المبحث الثالث أن جميع السلع والخدمات التي تقدمها هذه الشركات حصرية.



ولكي يتم تحديد أثر هذه الشركات على الأفراد سيتم احتساب أسعار بعض هذه السلع لدى الشركات وأسعارها الحقيقية في السوق، وذلك من خلال عرضها على المختصين في هذا المجال، انظر الجدول (٤)، ادناه :

الجدول (٤) أسعار سلع التسويق الهرمي الحقيقية

نوع السلعة	السعر في الشركة*	السعر في السوق**	الفرق بين السعرين	النسبة المئوية للسعر الحقيقي
قرص Bio Disc من شركة Qust	٤٠٠	٤٠	٣٦٠	١٠
قلادة الطاقة من شركة Qust	٤٥٠	٤٥	٤٠٥	١٠
قلم حبر من شركة GML	٧٠	٧	٦٣	١٠
ساعة من شركة GML	١٥٠	٣٠	١٢٠	٢٠
متوسط النسب				١٢٥ %

المصدر: * هذه الأسعار أخذت من مواقع الشركات في الإنترنت.

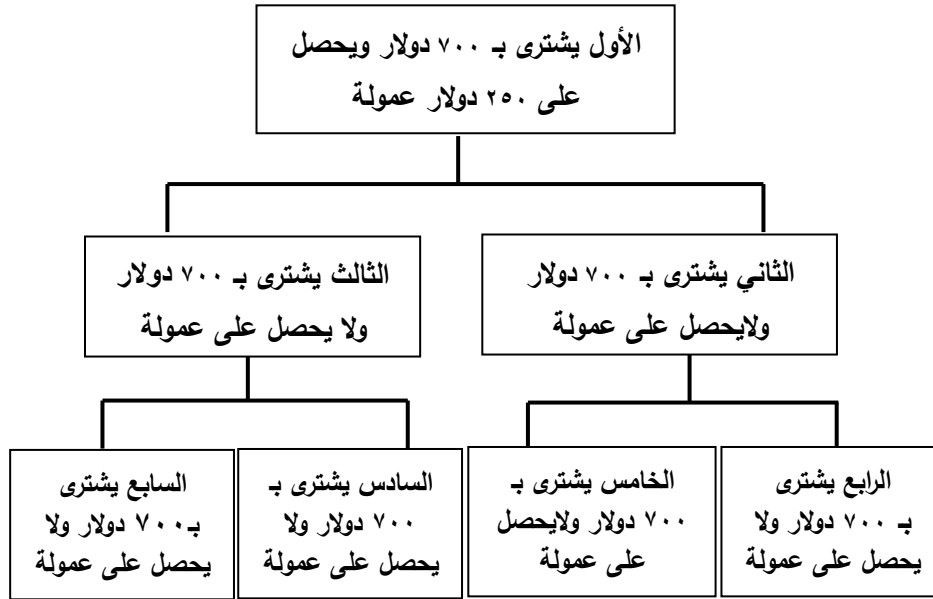
** هذا سعر تقريبي بعد عرض كل سلعة على المختصين بتجارتها مع ملاحظة أنا اعتمدنا على مقيمين في داخل العراق وخارجه وذلك لأن هذه السلع حصرية مع العلم أن سعرها يتعدى عشرون ضعف سعرها الحقيقي كما بين بشير هزاع مدير التجارة الداخلية في سوريا.

يتبين من الجدول (٤) اعلاه أن سعر السلع الحقيقي هو ١٢٥% فقط من سعرها عند الشركة، أي أن أرباح الشركة تساوي ٨٧,٥% من سعر السلعة مطروحاً منها العمولات، هنا يمكن طرح السؤال الأتي هل أن الشركة تقتسم الأرباح مع العملاء كما تدعي الشركة والعملاء ؟ للإجابة على هذا السؤال سنبين تقسيم الأرباح من خلال طريقة التسويق الهرمي المتبعة لدى هذه الشركات، وسنأخذ شركة Qnet كمثال لذلك، فمن خلال الشكل (٤) الذي يبين هرم من ثلاث طبقات، يُلاحظ أن الشخص عندما يقتني سلعه، فانه يتحول إلى عميل، وأدنى سعر لكي يكون عميلاً هو ٧٠٠ دولار^(٤) فلكي يحصل على عمولة يجلب ٣ يمين ٣ يسار يشترون من الشركة، أي مجموع



المشتريات هي سبع سلع بمبلغ ٤٩٠٠ دولار تحصل عليه الشركة، وتعطي الأول مبلغ ٢٥٠ دولار.

الشكل (٤) الحصول على عمولة من شركة QNET



إذ يمكن حساب أرباح الشركة من المعادلتين التاليتين :

$$C=A+B\text{-----}(١)$$

=C المبلغ الكلي المدفوع من قبل الشركة

=A المبلغ المعطى للشخص ٢٥٠ دولار

=B القيمة الحقيقية للسلع = (٧ سلع) × نسبة السعر الحقيقي ١٢,٥%

$$K=Y-C\text{-----}(٢)$$

=K أرباح الشركة

=Y أسعار السلع (٧ سلع)



وبما ان $A = ٢٥٠$

$$B = \frac{٤٩٠٠ \times ١٢,٥}{١٠٠} = ٦١٢ \text{ هي قيمة B}$$

$$Y = ٤٩٠٠$$

الآن نعوض بالمعادلة الأولى اعتماداً على القيم المذكورة آنفاً ينتج :

$$٢٥٠ + ٦١٢ = ٨٦٢$$

إذا قيمة C هي ٨٦٢ دولار

ثم نعوض بالمعادلة الثانية ينتج :

$$٤٩٠٠ - ٨٦٢ = ٤٠٣٨$$

هذا يعني أن الشركة تعطي لكل سبعة عملاء لديها مبلغاً مقداره ٨٦٢ دولار، والذي يشمل (القيمة الحقيقية للسلع زائداً ٢٥٠ دولار عمولة) أي نسبة ١٧,٥%، وتأخذ ٤٠٣٨ دولار أي أكثر من ٨٢% أرباح صافية للشركة، ويزيد هذا الربح إذا علمنا أن كل خمس عمولات تعطى للعميل^(٤٥)، فإن العمولة الخامسة لا يأخذها أي يحرم من ٢٥٠ دولار ويعطي بدل منها سلعة تذكارية هذا في شركة Qnet^(٤٦).

أما شركة G M I فإن العمولة الخامسة يتم الاحتفاظ بها والعاشر والخامسة عشر حتى يصل المبلغ إلى قيمة سبيكة وزنها ٢٠ غم من الذهب، فإذا كان سعر غرام الذهب عيار ٢٤ هو ٦٠ دولار والعمولة هي ٣٠ دولار، هذا يعني أن العميل يحتاج إلى جلب ٦٠٠ مشترك يمين و ٦٠٠ مشترك يسار حتى يحصل على السبيكة وهذا أقرب إلى المستحيلات، كما تشترط الشركة عند ملء استمارة الاشتراك أن يوافق المشترك على الشروط والتي من ضمنها أن (الشركة لها الحق في إنهاء الاتفاق في أي وقت مع أو من دون سبب)^(٤٧)، أي إذا اقترب المشترك من الحصول على مسكوكة ذهبية وأراد أن يتم ثمنها يمكن للشركة عند إنهاء الاتفاق معه وحرمانه من



المسكوكة، كما عليه أن يشتري منتج واحد كل سنة للحفاظ على العضوية بشكل إجباري. وهناك طرق أخرى لسحب مبالغ أخرى من العملاء^(٤٨).
أما تأثير التسويق الهرمي على مجمل الأفراد وبالتالي على الاقتصاد الوطني فيتبين من خلال صيغة التسويق الهرمي، إذ أن الأعداد في التسويق الهرمي تزداد بشكل متوالية هندسية وكما في الجدول (٥).
الجدول (٥): إعداد المشتركين في التسويق الهرمي بفرض تساوي جهة

اليمين مع اليسار

٤٠٩٦	٦٤	١
٨١٩٢	١٢٨	٢
١٦٣٨٤	٢٥٦	٤
٣٢٧٦٨	٥١٢	٨
٦٥٥٣٦	١٠٢٤	١٦
١٣١٠٧٢	٢٠٤٨	٣٢

هذا يعني أن قاعدة الهرم أي آخر رقمين لن يستلموا شيئاً، والذين يمثلون ٧٥% من عدد الأفراد المشاركين، هذا هو التحليل النظري. أما في التحليل العملي فإن نسبة الخاسرين على مستوى الاقتصاد الوطني أعلى بكثير فشكل الهرم في الحياة العملية سيكون كما في الشكل (٥) الذي يضم ٥٠ مشتركاً في التسويق الهرمي، فإذا فتحنا فرعاً آخر من رأس الهرم من النقطة A فسنحصل على ٥٠ مشتركاً آخر وتبين لنا من الشكل (٥).

٢% من العملاء حصلوا على ٧٥٠ دولار (أكثر مما دفعوا)^(٤٩).

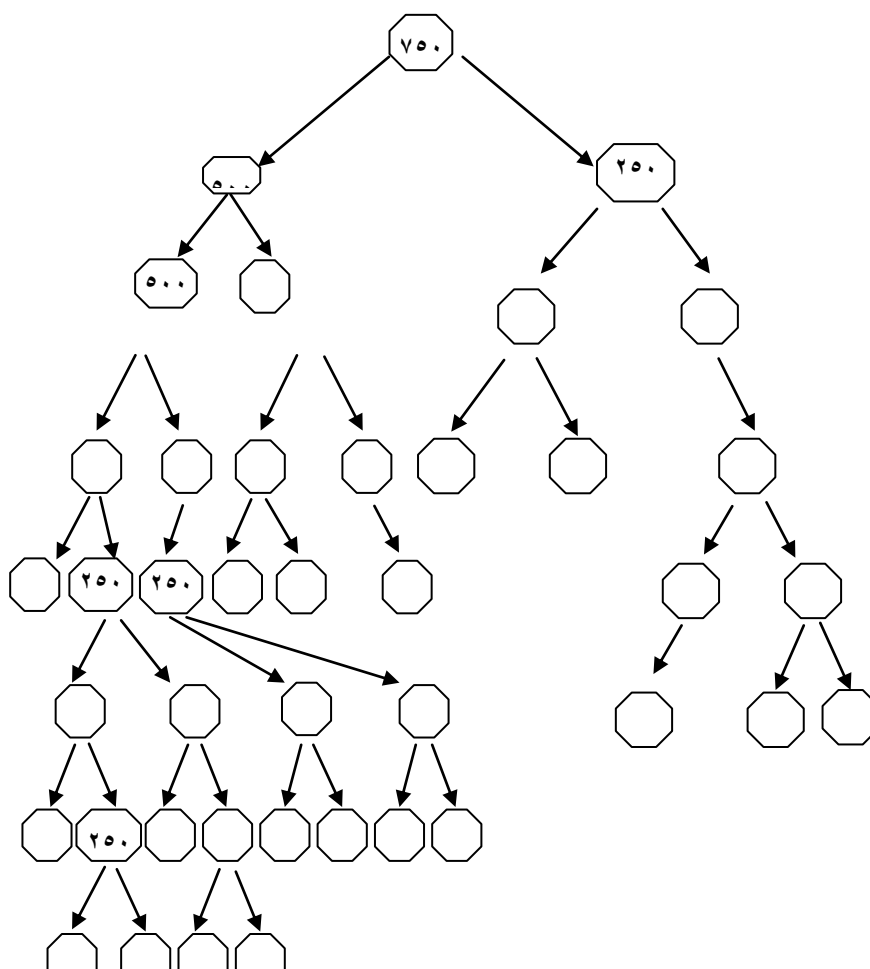
٤% من العملاء حصلوا على ٥٠٠ دولار (أي أقل مما دفعوا).

٨% من العملاء حصلوا على ٢٥٠ دولار (أقل مما دفعوا أيضاً).

٨٦% لم يحصلوا على شيء

إذاً يمكن تقدير عدد العملاء لدى هذه الشركات في الوطن العربي بأكثر من ٢ مليون مشترك وفي العراق أكثر من ١٥٠ ألف مشترك^(٥٠).

عدد الأفراد الحاصلين على عمولة في التسويق الهرمى





فسيكون عدد الرابحين في الوطن العربي ٤٠ ألف مشترك سيتقاضون عمولات أكثر من المبلغ المدفوع أما عدد الخاسرين سيبلغ ١,٩٦٠ مليون مشترك هذا بالنسبة للعدد. اما من ناحية القيمة فإن مقدار الخسائر على مستوى الوطن العربي بافتراض مبلغ اشتراك ٧٠٠ دولار^(٥١). سيبلغ ١,١١٥ مليار^(٥٢) ستذهب أرباحاً صافية للشركات، أما مجموع ما قدمته من عملات بلغ ١١٠ دولار^(٥٣) أما الأسعار الحقيقية للسلع فستكون ١٧٥ مليون دولار^(٥٤)، أي أن نسبة الربح الصافي للشركات ستبلغ ٨٠% من إجمالي المال المدفوع.



وفي العراق سيكون عدد الرابحين الذين ستقاضون عمولات أكثر من المبلغ المدفوع ٣ آلاف مشترك أما عدد الخاسرين فسيبلغ ١٤٧ ألف مشترك^(٥٥)، هذا بالنسبة للعدد، أما من ناحية القيمة فإن المبلغ المدفوع من قبل المشتركين بلغ أكثر من ١٠٥ مليون دولار، منها ١٣,١٢٥ مليون دولار القيمة الحقيقية للسلع ٨,٢٤٢ مليون عمولات، فان المبلغ المتبقي والبالغ ٨٣,٦٣٣ مليون دولار هو أرباح صافية للشركات والذي يعادل بالعملة العراقية ١٠٠,٣٦٠ مليار دينار عراقي^(٥٦).

ولكن هناك سؤال قد يطرح وهو رغم ارتفاع أسعار هذه السلع والأرباح الهائلة التي تجنيها هذه الشركات، إلا أن هذه السلع قد تكون ذات فوائد متعددة تخدم مقتنيها، ولهذا عرضنا بعض سلع الشركات على المختصين لمعرفة فوائدها وآثارها، ومن هذه السلع القرص الحيوي Bio Disc وقلادة الطاقة veloci - ti من شركة Qnet حيث تم إجراء الاختبارات التالية عليها :

تم قياس شدة المجال المغناطيسي وأثبت الاختبار عدم وجود أي تغير في الشدة، أجرى الاختبار د. رعد أحمد رسول الأستاذ بقسم الفيزياء كلية التربية بجامعة الموصل بتاريخ ٢٠١١/٦/١.

كما تم إخضاع العينات إلى اختبار أشعة X لكي نتأكد من وجود مواد معدنية مذابة مع الزجاج ولكن نتيجة الاختبار كانت سلبية أجرى الاختبار الدكتور علي حيدر القطان أخصائي تصوير شعاعي.

وأجريت عليها اختبارات أخرى للتأكد من وجود طاقة أو فوتونات أو إشعاعات في مختبر قسم الفيزياء ومختبر قسم الصناعات الكيميائية، ولم يتم التوصل إلى أي نتيجة إيجابية، ولم يعطى القرص أو القلادة أي اختلاف عن قطعة زجاج عادية.

أما سلع شركة GML ففيها سلع كمالية باهظة جدا فماذا سيستفيد العميل من قلم حبر يبلغ ثمنه ١,٥٥٥ ألف دولار وهو بأمس الحاجة إلى العملات



وهو السبب الرئيسي للاشتراك في هذه الشركات. أما سلع شركة DXN فهي منتجات غذائية ودوائية ومكملات غذائية لم يتم فحصها في المختبرات لبيان آثارها الجانبية^(٥٧).

وهناك آثار اجتماعية نتيجة العمل مع هذه الشركات لأن الأفراد الذين تورطوا مع هذه الشركات يستخدمون الكذب والتدليس من أجل الحصول على عمولات، فبعد أن تورطوا هم يورطون غيرهم في هذه الشركات، وبالتالي فإن الشخص المشارك مع هذه الشركات سيتعرض إلى الانتقاد الشديد الموجه له من قبل الأفراد المحيطين به، لأن المحيطين به من أصدقائه وجيرانه وأقاربه إذا كانوا غير ملتزمين من الناحية الشرعية فإنهم سيشتركون معه في هذه الشركات وعند عدم حصولهم على مشتركين جدد سينتقدونه مما يؤدي إلى حصول قطع لعلاقات المودة والصداقة بينه وبينهم.

أما إذا كان الأفراد المحيطين به ملتزمين دينياً وخاصة في الدول الإسلامية رغم عدم اشتراكهم معه في هذه الشركات إلا أنهم سيقاطعونه ويتهمون به بأنه يتعامل بمعاملات غير شرعية، بعد أن أجمعت دور الإفتاء والمجمعات الفقهية على أن التعامل مع شركات التسويق الهرمي أو (الشبكي كما يسمونه خطأ) تعامل محرم، حيث أصدرت اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء فتوى حول عمل شركات التسويق الهرمي أو الشبكي وذلك برقم ٢٢٩٣٥ وتاريخ ١٤/٣/١٤٢٥ هـ وورد في حيثيات الفتوى أن هذا النوع من المعاملات محرم، وذلك أن مقصد المعاملة هو العمولات وليس المنتج، من خلال إغرائه بالربح الفاحش مقابل مبلغ يسير هو ثمن المنتج، وأنها تضمنت الربا بنوعيه، ربا الفضل وربا النسيئة، فالمشترك يدفع مبلغاً قليلاً من المال ليحصل على مبلغ كبير منه، فهو نقود بنقود مع التفاضل والتأخير. وتضمنت الغرر المحرم شرعاً، لأن المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين أولاً، والتسويق الشبكي



أو الهرمي مهما استمر فإنه لا بد أن يصل إلى نهاية يتوقف عندها، ولا يدري المشترك المنضم إلى الهرم هل سيكون في الطبقات العليا منه فيكون رابحاً، أو في الطبقات الدنيا فيكون خاسراً؟ وما اشتملت عليه هذه المعاملة من أكل الشركات لأموال الناس بالباطل، حيث لا يستفيد من هذا العقد إلا الشركة ومن ترغب إعطائه من المشتركين بقصد خدع الآخرين، وهذا الذي جاء النص بتحريمه في قوله تعالى (يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل)^(٥٨). وما في هذه المعاملة من الغش والتدليس والتلبيس على الناس، من جهة إظهار المنتج وكأنه هو المقصود من المعاملة والحال خلاف ذلك، ومن جهة إغرائهم بالعمولات الكبيرة التي لا تتحقق غالباً، وهذا من الغش المحرم شرعاً، وقد قال عليه الصلاة والسلام (من غشنا فليس منا)، وأما القول إن هذا التعامل من السمسرة، فهذا غير صحيح، إذ السمسرة عقد يحصل السمسار بموجبه على أجر لقاء بيع السلعة، أما التسويق الشبكي فإن المشترك هو الذي يدفع الأجر لتسويق المنتج، كما أن السمسرة مقصودها تسويق سلعة حقيقة، بخلاف التسويق الشبكي فإن المقصود الحقيقي منه هو تسويق العمولات وليس المنتج. وأما القول إن العمولات من باب الهبة فليس بصحيح، ولو سلم فليس كل هبة جائزة شرعاً^(٥٩).

وذكر دار الإفتاء في حلب أن هنالك عدد من الشروط يجب تحققها وهي أن يكون المنتج المتداول في عملية التسويق حلالاً، وأن يلبي حاجة حقيقية وفعلية للمستهلك، وأن يكون ثمنه هو ثمن المثل في السوق، وأن يكون الوسيط مسؤولاً عن المشتري المباشر له فقط ويقبض عن عمولته معه فقط ورأى دار الإفتاء إن شركة "كويست نت" لا توفر هذه الشروط، لذلك فالحكم فيه عدم الجواز.

وأصدر مجمع الفقه الإسلامي بالسودان فتوى قضت بتحريم التعامل عبر التسويق الشبكي (أنه بعد إجراء دراسات متأنية ومقابلات عدّة قامت بها



دائرة الشؤون الاقتصادية والمالية بالمجمع مع المعنيين بالتسويق الشبكي والخبراء داخل وخارج السودان أصدر المجمع هذه الفتوى مشيراً إلى أن المجمع يعتبر أن التعامل عبر التسويق الشبكي (الهرمي) لا يجوز لكونه قماراً حرمه الشرع^(٦٠).

وهناك آثار نفسية عدّة تترك أثارها على المتعاملين مع هذه الشركات فمن خلال إستمارة الاستبيان التي وزعت على المتعاملين مع هذه الشركات لحضنا أن الشركات والعملاء يوهمون الشباب بأن المال المنفق على شراء السلعة هو رأس مال لدخول التجارة، بمعنى آخر أن ٧٠٠ دولار هو رأس مال المشروع فقط، أما المشاريع الأخرى فأنها تكلف عشرات الآلاف من الدولارات بحيث أن الشركة إذا لم تطلب منهم شراء سلعة بالدفع المال فقط ليصبحوا عملاء سيوافقون لأن هذا المال هو عبارة عن رأس مال لبداية مشروع سيجنون من ورائه الآلاف من الدولارات.

ومن الآثار النفسية التي سيشعر بها المشترك عند عدم القدرة على إقناع مشتركين جدد هو الشعور بالإحباط والكآبة وخاصة أنه أُنقِعَ بكم هائل من الأحلام والصور الجميلة بالربح والثراء حيث يقال له انه من الممكن تحقيق ٨٥ ألف دولار في شركة Qnet خلال ١٠ اشهر في أسوأ الاحتمالات، وتحقق مبلغ ١٠٢ ألف دولار في تسعة أشهر كما في شركة GML وبيان الشركة تقدم له أرباحاً كي تحصل هي على الجزء اليسير لأنها ألغت الوسطاء^(٦١).

ومن الآثار النفسية الكذب والتدليس على الناس فتدعي الشركات أن هناك سقف للأرباح إذا تجاوزته في اليوم الواحد فأنها لن تدفع لكي تحمي نفسها من الخسارة، وهي بذلك توهي للأفراد أنهم سيحققون هذه الأرباح الهائلة في اليوم الواحد^(٦٢).

وهناك نوع آخر من التدليس ضد الأفراد ينفذ من قبل عملاء هذه الشركات الذين تورطوا معها، فعلى سبيل المثال عقد مؤتمر للتجارة الالكترونية في جامعة بغداد كلية الهندسة بتاريخ ٢٨/٦/٢٠١٠ وتناول



المشاركون فيه أهمية التجارة الإلكترونية إلا أن أعضاء التسويق الهرمي يدلسون على الأفراد ويوهمونهم أن المشاركين يمتدحون التسويق الشبكي (الهرمي) مع أنه في حقيقة الأمر يناقشون التجارة الإلكترونية وفوائدها ولم يتطرقوا أبداً للتسويق الهرمي، كما أنهم يعرضون فتاوى عن التسويق الشبكي ويدلسون على الناس ويقدمونها على أنها فتاوى التسويق الهرمي^(٦٣)، وتمادوا أكثر من ذلك فأصبحوا يطعنون بفتاوى العلماء ويتهمونهم بالجهل ويستमितون بالدفاع عن الشركات أكثر من دفاع الشركة عن نفسها^(٦٤). ويصف عالم نفس التسويق الهرمي بأنه دراسة أحلام الفقراء بطريقة يتم من خلالها تصوير أنه بمجرد زراعة ٧٠٠ دولار فإنها ستثمر مليارات الدولارات^(٦٥).

وعند جمع المعلومات من قبل الأفراد المشاركين في هذه الشركات عن طريق إستمارة الإستبيان^(٦٦)، تبين أن هناك عدد كبير منهم مشتركين في أكثر من شركة ولأكثر من سلعة لرغبتهم بالحصول على إيراد أكبر، وأن أكثر من ٩٠% اشتركوا من أجل الحصول على وكالة بالرغم من معرفتهم أن ثمنها باهظ، وأنهم ليسوا بحاجة لهذه السلعة.

وأن أكثر المشتركين من الشباب تتراوح أعمارهم بين ٢٠-٤٠ سنة واغلبهم يحملون شهادات جامعية وفي اختصاصات متنوعة و٧٠% منهم عاطلين عن العمل أو يعملون في وظائف هامشية، وهناك من قضى ساعات طوال وأنفق مبالغ طائلة للدعاية لهذه الشركات والتقى بأشخاص كثر ولم يحصل على مشترك جديد وعند سؤالهم هل حصلت على عمولات من الشركة أجاب أغلبهم بالنفي.

ولقد تنبّهت الدول إلى خطر هذه الشركات على مواطنيها ولهذا منعت من فتح مكاتبها في أغلب دول العالم مثل دول أوربا والولايات المتحدة^(٦٧) بالإضافة إلى الدول العربية مثل سوريا^(٦٨) والسودان^(٦٩).



وتتركز مكاتبها في جنوب شرق آسيا مثل شركة Qnet حيث يوجد لديها عشرة مكاتب في عشر دول والسبب هو السماح لهذه الشركات بفتح مكاتب في تلك الدول حيث أن الدولة الأم أو التي يوجد فيها مكاتب للشركة تأخذ ضريبة مبيعات من هذه الشركات كما أن العملاء في رأس الهرم هم من مواطنين تلك الدول.

وبالرغم من ذلك فإنها تنتشر في ١٦٦ دولة رغم عدم وجود مكاتب لها والسبب أن بعض أفراد تلك الدول يمارسون هذا العمل لأنهم يريدون أن يصبحوا أصحاب ثروات على حساب مواطنيهم بالرغم من حضر هذه الشركات في تلك الدول^(٧٠).

الاستنتاجات

- توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات والمقترحات وهي كالآتي:
- ١- هناك فرق بين التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي والتسويق الهرمي، فالتسويق الهرمي جزء من التسويق الشبكي والتسويق الشبكي جزء من التجارة الالكترونية.
 - ٢- إن الشركات ثم الأفراد في رأس الهرم هم المستفيدين الأكبر من هذه التجارة، واغلبهم من مواطنين الدول التي هي المقر الرئيسي لهذه الشركات.
 - ٣- السلع التي تطرحها شركات التسويق الهرمي حصرية ولهذا أسعارها باهظة جدا ً.



- ٤- تقدر الخسائر في الوطن العربي ١,١١٥ مليار دولار، وفي العراق أكثر من ١٠٠ مليار دينار عراقي. وتبلغ نسبة الخاسرين الذين لم يحصلوا على عمولات اقل مما دفعوا ثمن السلعة ٩٨%.
- ٥- التسويق الهرمي أصبح نظام يدفع فيه من هم أسفل الهرم حوافز من سبقهم في أعلى الهرم بالإضافة إلى أرباح الشركة.

التوصيات

- ١- تفعيل دور الإعلام في الدول العربية ومنها العراق لتوضيح اثر هذه الشركات ومخاطرها.
- ٢- الرقابة على السلع القادمة من الدول الأخرى وفحصها وبيان جودتها ومطابقتها للمواصفات.
- ٣- مراقبة الشركات العاملة وطريقة تسويقها وماهية سلعها وخدماتها.
- ٤- تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك لتقوم بدورها بمراقبة السلع والأسواق والشركات.
- ٥- تشريع القوانين الصارمة بحق الأفراد أو الشركات المشبوهة والتي تسعى للربح بدون النظر إلى مصلحة الدولة العاملة فيها.

Pyramid Marketing Via Internet and its Effect Its

Abdel Nasser Solhi Ibrahim

*Assistant Lecturer, college of administration and Economics,
University of Mosul*

Abstract

Electronic commerce is considered one of the modern of methods of marketing goods around the world, this of trade has many types like the pyramid marketing via the network this trade has witnessed, a huge prevalence in some of the Arabic countries especially among the young people along with their companies ,who aspired to collect



money quickly without paying any attention neither to the national economy nor to the other individuals.

This research aims at investigating the transactions of such companies with the types of goods and style they have. therefore , this research will investigate the influence of such companies upon the people along with its influence upon the national economy , This research helps the individual to get a clear idea regarding such companies before entering the world of trade and marketing.

الهوامش والمصادر

- (١) عماد احمد إسماعيل، التسويق عبر الانترنت دوافع التبنى أو الرفض، رسالة دكتوراه مقدمة إلى جامعة العالم الأمريكية، ٢٠٠٧، ص ٣٠.
- (٢) عماد احمد إسماعيل، نفس المصدر، ص ٢٤.
- (٣) محمد نايف محمود، اثر التجارة الالكترونية وبعض المتغيرات الاقتصادية في تدفق رأس المال الأجنبي، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل، ٢٠٠٣، ص ٢٤.
- (٤) بسام نور، التجارة الالكترونية كيف متى وأين، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت، ٢٠٠٣، ص ٦ (٥) خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع الأردن، ٢٠٠٨، ص ٣٢.
- (٦) خيرى مصطفى كنانة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٩، ص ٥٠.
- (٧) محمد نايف محمود، مصدر سابق، ص ٢٤.
- (٨) للمزيد من الاطلاع انظر :- خيرى مصطفى كنانة، مصدر سابق، ص ٥٧، ٧٢.



رضوان محمد عمر، التسويق الدولي، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٧، ص ٣٢٢-٣٢٥.
يوسف أبو فارة، التسويق الالكتروني، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٩، ص ٣١-٣٣، ص ١١٠-١١٢.

(٩) خيرى مصطفى كنانة، مصدر سابق، ص ٧٨-٨١.

(١٠) بسام نور، مصدر سابق، ص ٣٤.

(١١) سنيحت ثلاث شركات تعمل في مجال التسويق الهرمي كمثل لعشرات الشركات العاملة في الوطن العربي والعراق

(١٢) وتعطيه كوبونا بعشر نقاط عليه أن يجمع هذه الكابونات ويشتري من الشركة سلع ذات سعر مرتفع وقيمتها منخفضة مثل بعض القطع التذكارية.

(١٣) <http://www.qnet.net/products/energy/amezcua/ar>

(١٤) <http://www.qnet.net/products/energy/himalayan/ar>

(١٥) <https://portal.qnet.net/qnver١٤/products.aspx?Category=٢٠٢٠٠٠٠>

(١٦) <http://www.qnet.net/products/energy/veloci-ti/introduction/ar>

(١٧) <http://www.qnet.net/ar/>

(١٨) <https://portal.qnet.net/qnver١٤/products.aspx?Category=٢٠٣٠٠٠٠>

(١٩) <https://portal.qnet.net/qnver١٤/products.aspx?Category=٢٠٩٠٠٠>

(٢٠) <https://portal.qnet.net>

(٢١) إن سعر المسكوكة الذهبية أكثر من قيمة ٢٠ غرام من الذهب.

(٢٢) www.goldmineint.com/how/rules_regulations.asp

(٢٣) عند خطة عمل ٦٠ دولار.

(٢٤) www.dxn٢u.com/corporate/index.php

(٢٥) يوجد مكتبها في محافظة نينوى حي المصارف وفي المحافظات الأخرى مثل بغداد واربيل والبصرة والانبار.

(٢٦) www.dxnusa.com/faq/faq١.htm

(٢٧) www.dxn٢u.com/product/prod_beverages.php

(٢٨) www.dxn٢u.com/product/index.php

(٢٩) www.dxn٢u.com/product/prod_skincare.php

(٣٠) www.dxn٢u.com/product/prod_household.php

(٣١) www.dxn٢u.com/product/prod_personal.php

(٣٢) <http://www.dxnSaudi.com/amembership>

(٣٣) وحدة للقياس في الشركة



- (٣٤) وهي مسحوق فطر الريشي، زجاجة عصير المورينزي، قهوة لينجزي، قهوة لينجزي السوداء، عدد اثنين من صابون جانوزي، شامبو جانوزي للشعر، معجون الأسنان جانوزي، شراب كوكوزي، زيت التدليك جانو.
- (٣٥) وهي المواد التسعة السابقة بالإضافة إلى فطر الكورديسييس، طحالب بحرية، رغوة غسول الوجه، كريم شجرة الشاي.
- (٣٦) مثل شركة dxn حيث يوجد لديها مكاتب في اغلب محافظات العراق ويقع مكتبها في حي المصارف على الشارع العام في محافظة الموصل.
- (٣٧) مثل شركة Qnet، وهناك شركات أخرى مثل سمارتس واي وسفن دايموند.
- (٣٨) لأن كل شخص يشتري سلعة يصبح عملياً لديه موقع على الانترنت يحصل به على المستجدات في عمله ويطلع على ما حصل عليه من عمولات.
- (٣٩) مع أن المنتج حصري لا يوجد في السوق.
- (٤٠) www.dreamscity.net/vb/t٥٨٢٠.html
- (٤١) http://www.jouhina.com/magazine/archive_article.php?id=١٣٢٨
- (٤٢) http://iraqi-quest.blogspot.com/٢٠٠٩/٠٩/blog-post_٣٧٠٦.html
- (٤٣) http://www.jouhina.com/magazine/archive_article.php?id=١٣٢٨
- (٤٤) كما في شركة Qnet
- (٤٥) يحصل العميل على خمسة عمولات في حالة إذا أصبح هناك توازن ١٥ يمين ١٥ يسار كما في شركة Qnet وشركة GML.
- (٤٦) وهي سلع إجبارية منخفضة القيمة مثل ميداليات تحتوي على بعض الشخصيات مثل صور غاندي ومريم عليها السلام.
- (٤٧) www.goldmineint.com/how/Terms_Conditions.asp
- (٤٨) فعلى سبيل المثال شركة Qnet تفرض على العملاء سنوياً تجديد إشتراكهم في مواقعها بمبلغ ١٠ دولار، وتحمل كل سلعة أجور نقل ٥٠ دولار.
- (٤٩) المبلغ المدفوع هو ٧٠٠ دولار كحد أدنى كما في شركة Qnet
- (٥٠) من خلال مراسلتنا لبعض هذه الشركات مثل شركة Qnet ومن خلال اللقاء مع عملاء مشتركين في الشركات شخصياً أو عبر الأنترنت، توصلنا إلى هذه الأعداد التقريبية التي هي في زيادة مستمرة..
- (٥١) في الحقيقة أن هذا الرقم تقريبي لأن ٢ مليون مشترك في شركات مختلفة فقد يكون مبلغ الإشتراك ٧٠٠ دولار كحد أدنى أو أكثر كما في شركة Qnet أو قد يكون أدنى من ٧٠٠ دولار كما في شركة GML أو شركة DXN وهناك مشتركين بأضعاف هذا المبلغ للحصول على وكالات أكثر أو أنهم مشتركين في أكثر من شركة.



(٥٢) اعتماداً على مبلغ اشتراك ٧٠٠ دولار وعلى الشكل (٥) وباستخدام المعادلتين السابقتين فإن مبلغ ١,٤ مليار دولار مجموع ما يدفعه ٢ مليون مشترك قيمة السلع منها ١١٠ مليون عمولات زائداً ١٧٥ مليون القيمة الحقيقية للسلع فيبقى ١,١١٥ مليار أرباح الشركات.

(٥٣) أحسب هذا المبلغ بالاعتماد على شكل رقم (٥) الذي يضم ٥٠ عميلاً عند ذلك ستكون نسبة العمولات المدفوعة إلى المبلغ الكلي $\frac{2750}{35000 \times 100} = 7,85\%$ إذا ٧,٨٥ $\times \frac{1400}{100} = 110$ مليون دولار

(٥٤) اعتماداً أن نسبة الأسعار الحقيقية للسلع $12,5 \times \frac{100}{1,4} = 892,86$

(٥٥) الطريقة التي اعتمدت لاحتساب الخسائر في الوطن العربي اعتمدت في العراق.

(٥٦) اعتمدته سعر الصرف ١٢٠٠ دينار لكل دولار.

(٥٧) فلقد اتصلنا مع أطباء يعملون في هذا المجال في العراق محافظة الموصل، وأكدوا أن هذه المنتجات لم تخضع للفحص.

(٥٨) سورة النساء، الآية: ٢٩.

(٥٩) <http://www.syriarose.com/ar/news/view/٦٣٧٥.html>

(٦٠) <http://www.sudanradio.info/php/vb.٣٥٣/showthread.php>

(٦١) http://www.goldmineint.com/plans/potential_income.asp

(٦٢) مغل شركة GMI حيث أن أكبر ربح يمكن الحصول عليه في اليوم الواحد هو (٣٠٠) دولار إذا كانت خطة العمل ٢٠٠ دولار. للمزيد من الإطلاع :

http://www.goldmineint.com/how/rules_regulations.asp

(٦٣) <http://www.aliraq-online.Com/١٨٢٤.html>

(٦٤) للمزيد من الإطلاع: <http://iraqi-quest.blogspot.com/search/label>

(٦٥) http://www.jouhina.com/magazine/archive_article.php?id=١٣٢٨

(٦٦) تم تصميم استمارة الاستبيان وتوزيعها على عدد من المشاركين في هذه الشركات تحت إشراف الباحث.

(٦٧) حيث بنت شركة Sky biz في الولايات المتحدة مخطط هرمي بلغ ١٧٥ مليون دولار وادعت أن هذا المخطط هو تجارة الكترونية (تسويق شبكي) كما يحلوا للشباب تسميته في وقتنا الحاضر وعند كثرة الشكاوى عليها تم اعتقال موظفيها وتجميد أموالهم لتعويض المتضررين وذلك سنة ٢٠٠١ للمزيد من الإطلاع :

<http://www.ftc.gov/opa/٢٠٠١/٠٦/sky.shtm>

(٦٨) أصدرت وزارة الاقتصاد والتجارة القرار رقم ٧٥٩ بتاريخ ١-٤-٢٠٠٩ القاضي بترقيين قيد وكالة شركة كويست نت والمسجلة لدى الوزارة برقم ٣١٣٣٦ تاريخ ٣٠-٣-٢٠٠٨ المسجلة بريف



دمشق بالسجل التجاري رقم ٨١٧٠، وذلك لقيامها بأعمال تجارية مخالفة للسجل التجاري الممنوح لها. للمزيد من الإطلاع :

<http://www.syriarose.com/ar/news/view/٦٣٧٥.html>

(٦٩) أصدرت وزارة العدل السودانية قرار بتاريخ ٢٠٠٩/١/٨ إغلاق شركة كويست نت و تمت مخاطبة بنك السودان بحجز كافة أرصدة وأموال الشركة المذكورة للمزيد من الاطلاع :

<http://iraqi-quest.blogspot.com/search/label>

(٧٠) ففي سوريا يوجد ما بين ٣٠-٥٠ ألف مشترك يمارسون عملهم بالرغم من حظر الحكومة السورية لهذه الشركات والسبب كما أوضحنا سابقاً الذي يدخل مع هذه الشركات لا يستطيع أن ينسحب منها لأنه يجب أن يسترد المال الذي أنفقته.