

## اشکال نوین سرمایه داری و «Network Marketing»

برزو خردمند

چندی پیش به صورت اتفاقی به یکی از دوستان قدیمی برخوردیم . از وضع کار و کاسبی اش (واحد تولیدی) پرسیدم . اذعان داشت که کمتر به کار تولید می پردازد و دو ماه است وارد شغل جدیدی شده که زندگی او را از این رو به آن رو نموده و تصمیم گرفته ضمن رفت و آمد با اشخاص متشخص (در اثر این ارتباط ایشان بسیاری واژه های انگلیسی را چاشنی سخنان روزمره اش ساخته) به پیشرفت اقتصادی هم دست یابد. صحبت از کاری شیک و جذاب بود که شما را از همه نظر ساپورت (حمایت) می کند و نیازی به فعالیت آنچنانی ندارد . با صراحت می گفت : « اگر دوماه زودتر وارد این کار می شدم مزایای بیشتری برایم داشت و شاید حداقل ۳۰۰، ۴۰۰ هزار تومان به نفعم بود.»

این اسرار مگو را تا آنجا ادامه داد که : «این بیزینس (business) تا چهارسال آینده تمام دنیا را فرا خواهد گرفت.» آنگاه بود که متوجه موضوع شدم و خواستم در مورد این حرفه یعنی «Network Marketing» بیشتر بدانم .

این جوان همواره از کار و کاسبی کساد گلایه مند بود تا اینکه با «تجارت اینترنتی» آشنا می شود و با دیدن جداول مخصوص این کار که آموزش دهندگان آن برایش ترسیم می کنند (به گونه ای که پس از ۷ ، ۸ ماه درآمد میلیونی شما به صورت ثابت تا آخر عمر به حسابتان واریز می شود)، آب از دهانش راه افتاده ! این فرد و امثال وی به دلیل عدم آگاهی از اقتصاد سرمایه داری (که کشور ما نیز همچون حلقه ای از زنجیر اقتصاد سرمایه داری است) از یک سو و از سوی دیگر به بهانه پیشرفت اقتصادی با چهره ای بورژوا مآبانه و بدون انجام کار فیزیکی کم نتیجه و بدون دردرس (البته این جای ماجرا را نخوانده است که تازه اول دردرس و افتادن در ورطه نابودی است) وارد سیستمی شده که آینده تاریک و مبهمی خواهد داشت و اهدافی صرفاً سودجویانه را دنبال می کند . بحث ما در این مقاله به مسایل فرهنگی و دلایل پیوستن افراد به این سیستم تجارت جهانی محدود نمی شود و ریشه های فرهنگی آن بخشی از بحث ما را تشکیل می دهد .

تارهای گسترده سرمایه داری در جهان :

«نیاز بورژوازی به بازاری دمامد در حال گسترش برای کالاهای خود آن را به سراسر مناطق زمین می کشاند همه جا باید جا خوش کند ، همه جا باید مستقر شود و با همه جا باید ارتباط برقرار کند»<sup>۱</sup>

سرمایه داری یک جریان جهانی و فراملی است در مورد ابعاد جهانی آن و عدم وجود مقوله ای با عنوان بورژوازی ملی نیاز به مقاله جداگانه و مفصلی است که به موضوع بپردازد ، اما لازم به ذکر است که سرمایه داری از آغاز حیات خود (از زمان وقوع انقلاب صنعتی و حتی پیش از آن به طور کلی با تغییر شکل مناسبات تولیدی) جنبه ای جهانی داشته و مربوط به یک شهر یا کشور یا بخش مشخصی از کره زمین نبوده و نیست ، این نظام از مجلل ترین محله های آمریکای شمالی تا دورافتاده ترین نقطه آفریقا سایه گسترانده است . مشخصه های آن عبارتند از :

۱- تولید کالایی : مبنای جامعه سرمایه داری تولید کالایی است کوشش سرمایه داری وقف فروش کالاهایش در بازار می شود یا به عبارتی دیگر هدف از تولید فروش در بازار است .

۲- بازار فروش سرمایه داری محدودیت ندارد و همواره رقبا در حال کنار زدن یکدیگرند.

۳- همواره سرمایه های بزرگتر سرمایه های کوچکتر را در خود می بلعند .

۴- کالای تولید شده باید به قیمت بیشتری از آنچه که به اصطلاح «تمام شده» (مواد اولیه و کار انجام شده بر روی آن توسط کارگر) به فروش برسد . یعنی «ارزش اضافی» تولید می شود که نصیب سرمایه دار می شود .

۵- تلاش سرمایه داری همواره در جهت بالا بردن میزان ارزش اضافی است .

دو راه کلی :

الف- بالا بردن ساعات کار و پرداخت دستمزد پیشین (ارزش اضافی مطلق)

ب- تحت فشار قراردادن کارگر برای بالا بردن بازده تولید ، یعنی افزایش میزان تولید در مبنای زمان با همان حق الزحمه (ارزش اضافی نسبی)

۶- پیدایش سرمایه داری و یکی از وجوه تمایز آن با دوره پیش از خود (فئودالیسم) ایجاد طبقه ای اجتماعی است که وسایل تولید را به مالکیت انحصاری خود را درآورده است . به این مفهوم که مالکیت خصوصی از آن بورژوازی است و طبقه کارگر نیروی کارش را می فروشد .

۷- انحصاری بودن سرمایه یا سرمایه داری انحصاری به شکل کارتل ها ، تراست ها و مجموعه شرکت های درهم ادغام (بلعیده) شده .

۸- جنبه جهانی و غیر ملی بودن آن ، سود افزونه ، انباشت و صدور سرمایه .

پیرامون این مورد اخیر (صدور سرمایه) باید گفت پدیده سرمایه افزونه که در اثر انحصارات الیگارشیک (گروه سالارانه) سرمایه داری<sup>۲</sup> به وجود می آید. شرایط را برای صدور سرمایه به کشورهای در حال توسعه مساعد می سازد. اما تا دیروز تمرکز صدور سرمایه از طریق استعمار کشورهای و ملتها و یا جنگ (مانند جنگ های جهانی، جنگ روسیه و ژاپن و...) برای رشد تولید مواد اولیه لازم برای مصرف در کشور امپریالیستی بود. اما امروزه علاوه بر راه های پیشین، تکنولوژی به خدمت سرمایه داری آمده و با امکاناتی جدید نیروهای تولیدی را به استعمار می کشد. این امکانات که در اثر انقلاب انفورماتیک و ارتباطی به دست آمده اند این سوال را مطرح می سازند که آیا اکنون با چیزی فرای سرمایه داری روبرویم، یعنی اینکه سرمایه داری دیگر وجود ندارد و نظام نوینی که خاصیت جهانی دارد به جای آن نشسته؟ در این نوشته سعی شده است تا به این سوالات پاسخ داده شود.

\* \* \*

**Mass-Media** یا امپراطوری رسانه ها در دنیای امروز به عنوان رکن چهارم دولت ها به شمار می رود ارتباطات و رسانه ها به ذات خود تنها جهت اطلاع رسانی و ارتباط میان انسانهاست. (از طریق تلویزیون و رادیو یک سویه و از طریق تلفن و اینترنت دوسویه) لیکن در حقیقت: «روزگاری به نظر می آمد اینترنت بیرون از قوانین سرمایه داری قرار دارد اما دیگر دوران این تصور به سر آمده است»<sup>۳</sup>. همین ایده در مورد رسانه<sup>۴</sup> ها نیز صادق است. هنگامی که پس پرده خبرگزاریهای معظم، برخی کانال های ماهواره ای، روزنامه ها و مجلات و شرکت های تجارت شبکه ای را می بینید متوجه می شوید که وسایل ارتباطی در دنیای امروز در راستای منافع سرمایه داری گسترش می یابند به تعبیر دیگر اکنون استثمار سرمایه داری در عرصه ارتباطات مطرح است.

### **Network Marketing چیست؟**

آنچه در اقتصاد امروز با این عنوان (بازار یابی شبکه ای (اینترنتی)) مطرح است یکی از شیوه های نوین استثمار سرمایه داری است و عبارت از روابط به ظاهر عادلانه ای است که مولای درزش نمی رود! این نظام اقتصادی در صدد حذف واسطه ها ما بین تولید کننده و مصرف کننده است. در اینجا کمپانی مورد نظر که شیوه کار بازاریابی آنرا شرح خواهیم داد شرکت بین المللی کوئست (Quest International) با نام اختصاری QI و معروف به گلدکوئست (Gold Quest) می باشد که یکی از منابع معروف این نوع بازاریابی در ایران است.

فرد با خرید یک یا چند محصول وارد این سیستم می شود که بر مبنای رابطه Win-Win (برنده - برنده) پایه گذاری شده است. فرد خریدار درصدد ایجاد تقارن های ۳ امتیازی (هر امتیاز برابر خرید یک محصول از تولیدات این شرکت) بر می آید و به ازای هر تقارن \$۲۵۰ حق المباشره (پورسانت، کمیسیون) دریافت می کند که این میزان با افزایش زیر مجموعه ها و تقارن ها به صورت تصاعدی یا باینری افزایش می یابد تا در نهایت به سقف درآمدی می رسد که بر مبنای خرید آغازین (حدود \$۵۲۰ یا حدود \$۱۷۲۰)، خریدار ماهیانه حدود ۱۱/۰۰۰/۰۰۰ یا ۳۳/۰۰۰/۰۰۰ تومان به صورت ثابت دریافت می کند.

محصولات کمپانی QI شامل سکه های طلا (با طرح های گوناگون از تصویر پاپ ژان پل دوم گرفته تا تصویر تخت جمشید) گردنبندهای طلا و پلاتینیوم و سایر تولیدات ساخته شده از طلا و پلاتینیوم می باشد. شما برای افزایش میزان سود خود و بازاریابی برای فروش محصولات کمپانی به ترغیب افراد (با صرف وقت و انرژی تان؛ نیروی کارتان) می پردازید. در واقع با این کار دست به دست سرمایه داری می دهید و به نوعی شراکت کوچکی با کمپانی آغاز می کنید که در راستای آن سود حاصل از مباشرت شما برای فروش محصولات با سود کارتل سرمایه داری در یک مسیر قرار می گیرد. به این ترتیب کارتل سرمایه داری از نیروی کار شما برای فروش محصولش ارزش اضافی تولید می کند. در اینجا بازاریابی شما با مفهوم بازاریاب یک شرکت بودن متفاوت است. زیرا شما نیاز به تحصیلات در زمینه بازاریابی (Marketing) ندارید و برای بازاریاب این شرکت بودن مجبور به خرید حداقل یکی از محصولات آن می باشید.

در این مورد مفهوم بازاریاب نیز کمی مخدوش شده شخص ابتدا خریدار و سپس بازاریاب است و نیازی به تحصیلات در این زمینه ندارد در اینجا به آن لقب «خرده بازاریاب» می دهیم.

گلدکوئست در ایران و هند و کشورهای در حال توسعه:

آقای «جان مینارکینز» اقتصاددان معروف آمریکایی، این شیوه بازاریابی را به عنوان یکی از راه های موفق استنثار سرمایه داری نوین مطرح نمود. که با ظهور اینترنت (اواخر دهه ۱۹۶۰) و سایر وسایل ارتباطی جدید کار برای گسترش آن آسانتر شد.

شرکت QI واقع در هنگ کنگ هم اکنون بهترین بازارهای خود را ابتدا در هندوستان و سپس در ایران و در سایر کشورهای در حال توسعه می یابد. این شرکت ۱۷ دفتر نمایندگی مستقیم در ۱۱ کشور دارد (در ایران ندارد) که تماماً در ممالک در حال توسعه یا در همسایگی آن کشورها (مانند دفتر دبی که به خاطر نزدیکی به ایران تاسیس شده است) قرار گرفته اند.

می توان گفت سه دلیل عمده باعث رونق این تجارت در این کشورها شده است :

مردم این مناطق به دلیل عدم برخورداری از اوضاع اقتصادی مناسب درآمد سرانه بالا و نداشتن رفاه نسبی همواره به دنبال راه هایی برای بهبود اوضاع اقتصادی خود هستند (نمونه آن بال و پر گرفتن مشاغل آزاد و خرده بورژوازی در ایران است) . از طرفی دیگر اشاره شد به اینکه در این سیستم ، کارتل سرمایه داری از نیروی کار شما ارزش اضافی تولید می کند و از آنجایی که سرمایه داری همواره به دنبال نیروی کار ارزان برای افزایش میزان ارزش اضافی است ، وجود نیروی کار ارزان و عده زیاد بی کاران در این کشورها از دلایل عمده گسترش این برنامه در کشورهای در حال توسعه است .

فقر و یا کمبود اطلاعات اقتصادی مردم این کشورها : عدم آشنایی با خطوط کلی برنامه های سرمایه داری از یک سو و رابطه رسانه ها و تبلیغات با سرمایه داری و از سوی دیگر ارزش قائل نبودن برای وقت و انرژی و ناتوانی در پاسخ به سوال آموزش دهندگان این سیستم : «آیا می توانید ایرادی به این سیستم سراسر سودده وارد کنید ؟»

فقر فرهنگی : ظاهر فریبنده این کار و حرص و طمع برای کسب درآمد بدون انجام کار فیزیکی یا ذهنی و فرار از بوروکراسی (که در این مناطق از زمین بیداد می کند) از دلایل ترغیب افراد به این کار می باشد . در ایران منابع مطالعاتی که به اشخاص برای ورود به این نظام معرفی می کنند عبارتند از ۳ کتاب : «۱- قورباغه را قوت بده! ۲- چه کسی پنیر مرا جابه جا کرد ؟ ۳- حکایت دولت و فرزانی» که حاوی مطالب بسیار سطحی اند و متأسفانه در حال حاضر پرفروشترین کتب بازار کتاب ایران به شمار می روند نقد و بررسی مطالب این سه کتاب خود به مقاله دیگری نیاز دارد که بسیار کارساز خواهد بود .<sup>۵</sup>

یکی از افتخارات مبلغین این سیستم عضویت آن در WTO است و اینکه دو مقاله در مورد کمپانی Quest International (گلد کوئست) در سایت رسمی مایکروسافت به اعتبار آن می افزاید و شرکت های شناخته شده VeriSign و FedEx (پست مخصوص حمل جواهرات دفتر مرکزی در ایالات متحده) و DHL (پست بزرگ جهانی دفتر مرکزی در آلمان) کارهای جنبی مانند تضمین خرید های اینترنتی و حمل و نقل محصول یا کارت اعتباری یا چک در وجه خریدار را انجام می دهند . به زعم برخی از 'گلدکوئستیستها' در ایران ، این سیستم جریانی متفاوت با سرمایه داری است یا عده ای می گویند اصلاً ارتباطی با سرمایه داری ندارد . اولاً : باید گفت سرمایه داری تعریف لغت نامه ای ندارد که ذیل آن شما به دنبال تجارت اینترنتی یا اسامی مشخص کارتل ها و تراستها بگردید و یا اصولاً سرمایه داری مشخصاً

عبارت از یک شرکت نیست که بالای آن با حروف بزرگ نوشته شده باشد Capitalism (اینها هم ناشی از عدم آگاهی پیروان این سیستم است)

و ثانیاً: باید به روابط ابر شرکت ها با یکدیگر و با WTO و روابط پس پرده آنان و سیل عظیم تبلیغات توجه داشت. بسیاری از شرکت های بزرگ سرمایه داری برای یکدیگر تبلیغ می کنند این تبلیغات که با ظهور اینترنت به شکل صفحات تارنمای تبلیغاتی، بیلبورد (BillBoard) ها و بنر (Banner) های اینترنتی و... آشکار شده به خصوص کار را برای خرده بازاریابان به جهت نشان دادن اعتبار و اهمیت شرکت مورد نظر آسان می سازد.

ارتباط اتوماسیون با بازاریابی شبکه ای:

به گفته یکی از کارشناسان بازاریابی اگر تا دیروز مسئله تولید کالا مورد توجه رشته های گوناگون و صنایع بود امروز مسئله سرمایه داری فروش کالا است<sup>۴</sup>. این بدان معنی نیست که چرخهای تولید کالایی و صنعتی از کار افتاده و یا به زودی از کار خواهد افتاد. بلکه مسئله افزایش بی رویه تولید محصولات و پیشی گرفتن آن از تقاضا برای مصرف مطرح است. بنابر این سرمایه داری همان هدف پیشین یعنی هدف از تولید، فروش در بازار را ادامه می دهد. ولی این بار تمرکز بر فروش در بازار است نه تولید. سرمایه داری هنوز به طور کامل اتوماسیون یا ماشینی کردن کارخانجات و واحدهای صنعتی را مناسب نمی بیند به این دلیل که:

- ۱- ارزش اضافی از نیروی کار کارگر به دست می آید نه ماشین آلات هوشمند (مسئله کنترل انسانی بر ماشینها و استهلاك را نیز باید در نظر گرفت)

- ۲- ارتش ذخیره صنعتی و خیل بی کاران حتی مالکیت بر نیروی کار خود را از دست می دهند و طغیان آن در اثر جرعه ای کوچک دردسرهای سرمایه داری را زیاد می کند.

بنابراین اتوماسیون به شکل سطحی به چشم می خورد مانند دستگاه های CNC (Computerized Numerical Centre)، PLC و امثال آن که واحد تولیدی را از وجود ده ها کارگر (اما نه تمامی آنها) بی نیاز می سازد.

بنابراین شاید بتوان گفت که در راستای اجرای برنامه های اتوماسیون پروژه سرمایه داری تولید ارزش اضافی از خرده بازاریابان و مشغول داشتن ارتش ذخیره صنعتی به بازاریابی می باشد. که یکی از این برنامه ها برنامه پر زرق و برقی مانند Network Marketing و گلدکونست است. مسئله مشابه دیگر که بر تعداد بی کاران می افزاید مسئله تعدیل نیرو و خصوصی سازی است که به این ترتیب سرنوشت هزاران کارگر بی کار شده با مشارکت در

بازاریابی ، فروش و تبلیغ برای محصولات شرکتهای Network Marketing رقم خواهد خورد .

گفتیم آیا با توجه به روند رو به رشد ارتباطات و انفورماتیک دیگر چیزی به نام سرمایه داری وجود ندارد؟ پاسخ منفی است هدف از بیان نمونه هایی از بازاریابی شبکه ای این بود که نشان دهیم ماهیت طبقاتی جامعه سرمایه داری و مختصات آن به لحاظ مناسبات تولیدی تغییری نکرده و کماکان هدف سرمایه داری کاهش هزینه ها برای دستیابی به ارزش اضافی بیشتر است . اشاره شد به این نکته که فعالیتهای سرمایه داری به دلایل مختلف از تولید به فروش تغییر جهت داده و از راههای جدیدتری ارزش اضافی تولید می کند .

بنابراین هنوز هم سرمایه داری به جهت خطوط کلی و بنیادین همان سرمایه داری است اما در ابعادی وسیع تر و اشکالی پیچیده تر و در فضای Cyber .

در پایان این سؤال را مطرح می کنم که آیا در برنامه های ۴ سال آینده Network Marketing پروژه ای برای بهبود شرایط زندگی فقرا در کشورهایی که جولانگاه اصلی این برنامه اند (آمار جمعیت زیر خط فقر در هندوستان (بازار اول Gold Quest) سرسام آور است) وجود دارد؟

آیا باید امیدوار بود که با این برنامه های سود جویانه اوضاع زحمتکشان و میزان دستمزدهای آنان (مثلاً در کوره پزخانه ها ، واحدهای ساختمانی و راهسازی و... در ایران) بهتر شود؟ مسلماً پاسخ به دور از سفسطه منفی است .

توضیحات :

۱ – مانیفست، مارکس و انگلس، ترجمه : حسن مرتضوی، محمود عابدیان، برگرفته از کتاب، مانیفست پس از ۱۵۰ سال، لئوپانیچ، کالین لیز، صفحه ۲۸۰.

۲ – در ایالات متحده ۹۴٪ کل دارایی ها متعلق به ۲۰٪ جمعیت است و تنها ۶٪ دارایی ها می ماند برای ۸۰٪ جمعیت .

۳ – مجله هات وایرد (Hot Wired) ۱۲ مارس ۱۹۹۶، نقل از کتاب جامعه انفورماتیک و سرمایه داری ، مجموعه مقالات، گزینش و ویرایش خسرو پارسا، صفحه ۹۹ .

۴ – از جمله شبکه های ماهواره ای NBC متعلق به شرکت جنرال الکتریک، کانال CBS متعلق به شرکت WestingHowse رسانه پلی گرام (Polygram) متعلق به شرکت اروپایی Philips. قسمت اعظم رسانه های امریکا (آمار سال ۲۰۰۴) در دست ۵ شرکت، تایم

واریز (Time Warner) ، دیزنی (Disney) بنگاه خبری روپرت مرداک (Rupert Murdoch's news corporation) وایاکوم و برتلزمان می باشد .

اطلاعات بیشتر، ر.ک. : پرکینز جان، اعترافات یک جنایتکار اقتصادی، ترجمه : میر محمود نبوی، خلیل شهابی، نشر اختران، یادداشت ۱۳ مترجمان .

۵ – آقایان گلدکوئستیس در پاسخ به این سؤال که چرا علاوه بر این کتاب ها (این افراد به تاثیر معجزه آسای این ۳ کتاب در مسائل مدیریتی ایمان دارند و معتقدند مباحث بسیار پیچیده و تخصصی مدیریت و اقتصاد با زبانی بسیار ساده و قابل فهم برای همه در آنها نگاشته شده اند) منابع دیگری وجود ندارند یا اصلاً معرفی نمی شوند ، می گویند منابع دیگر بسیار مشکل و پیچیده اند که فهم آن برای همه امکان پذیر نیست . در اینجا این سؤال مطرح می شود که چرا برای کاری به این مهمی-تجارت شبکه ای- و با درآمد زیاد مطالعات در سطح کم و به زبانی پیش پا افتاده کفایت می کند؟ همچنین در پاسخ به این سؤال که چرا برای آگاه سازی و تنویر افکار عمومی (ادعا می شود که این کار همگانی است و محدودیتی به لحاظ تحصیلات و مطالعات ندارد و کتب مربوط به آن برای همه قابل فهم است و تنها آموزش های آگاهان به این سیستم و درک شما کافی است) قدمی بر نمی دارید و به انتشار مقاله یا کتاب در این زمینه نمی پردازید ، دلیل را با صراحت و قطعیت تمام انحصاری بودن آن در حال حاضر و انتظار برای شرایط مناسب تر و فروکش نمودن هیجانات عنوان کردند !

۶- نگاه کنید به جامعه انفورماتیک و سرمایه داری .