

№158 Ведмица

Для духовных размышлений на предстоящую неделю

Опасности сетевое маркетинга

В прошлый раз мы говорили с Вами о теневой стороне сетевого маркетинга и приводили достаточно мрачные примеры извращений в этой сфере. При этом мы подчеркивали с Вами, что сам принцип сетевого маркетинга не является греховным. *О.Иоанн:* «Наш бывший иподьякон Ваня подрабатывал в Amway-е – у него я зубную пасту покупал и всякий раз говорил – «спасибо», моя Ирина – порошок для посудомоечной машины тоже Amway-евский покупала, также довольна. Сегодня нас благодетельствует наша родственница Наталья. Ну почему бы и нет, если заправлять посудомойку Amway-евским порошком гораздо дешевле обходится, чем таблетками Calgonit-a. Вере, нашей бывшей прихожанке, я был безмерно благодарен – она дистрибьютор Oriflamme-a и, по своей доброте душевной, продавала мне Oriflamme-овский крем для лица по стоимости закупочной. Я и не сомневаюсь, беспокоиться Вере нечего – продукция Oriflamme в соотношении цена-качество вполне приемлема, - совесть у неё чиста. Более того, отказываясь частично или полностью от своего заработка, Вера совершает добродетель, а, значит, образно говоря, Царство Небесное себе «зарабатывает»».

Т.е., сам по себе сетевой маркетинг ничем не плох. Другое дело - он **ОПАСЕН**. Опасен тем, что всегда есть искушение воспользоваться доверием родных и близких, и не столько зарабатывать на посреднической услуге, сколь эксплуатировать доброе к тебе отношение.

Надо полагать, что авторы-разработчики системы сетевого маркетинга сознательно заложили в свою модель двигатель, работающий на таком вот спецгорючем – этом самом доверии человека к ближнему. Одно дело выставить пузырёчек на прилавке в супермаркете среди множества аналогичной продукции конкурирующих фирм. Конечно, и магазинский продавец заинтересован в том, чтобы у него покупали товар, но ему безразлично – какой. Ты приходишь в магазин и смотришь на одну коробочку, на пятую, десятую, на этикетку, рекламу, ценник, и выбираешь. Всё по-честному. А вот фирмы, работающие по схеме сетевого маркетинга, не хотят конкуренции. И это вовсе не означает, что их продукция непременно неконкурентоспособна. Те же Amway, Avon или Oriflamme - выставляйте их продукцию в открытую продажу –

её тоже будут покупать. Кстати, встречаются такие фирменные отделы или магазинчики, но они – особняком - не желают некоторые фирмы конкуренции, ну не желают, и всё тебе тут. Ставка делается на человеческие отношения, когда к тебе приходит друг, знакомый, брат или сват, и предлагает купить Avon-овский шампунь, и ты покупаешь эту баночку не потому, что ты сам его выбрал – побывал, там, в специализированных магазинах, ознакомился с прайс-листами, открыл интернетовский форум, почитал отзывы и, наконец, остановил свой выбор на таком-то наименовании. Нет, ты купил этот шампунь потому, что тебе его предложил человек, которого ты хорошо знаешь, и кому, хотя бы частично, доверяешь. И это вовсе не означает, что доверие обязательно должно быть обмануто. Не обязательно, но по каким-то позициям оно рано или поздно **будет** обмануто. Не обязательно грубо и вероломно.

О.Иоанн: «Тот же Amway-евский порошок, только который не для посудомоек, а для стиральных машин – никакого положительного впечатления в нашей семье не оставил, хотя дистрибьютор так его расхваливал, клялся и божился, чуть ли голову на отсечение не предлагал, что это лучшее, что может предложить сегодня мировая промышленность. Опять-таки, может быть, это мы не сумели по достоинству оценить сие моющее чудо. А может, распространитель был просто влюблён в свой товар и не способен был на адекватность, - судить я не вправе».

Безусловно, **есть** дистрибьюторы, у которых с моралью лады – товар свой стараются оценивать объективно, не воспевают его безмерно, не хватать звёзд с неба. Это умные, совестливые люди. Но время иногда работает против человека. Рано или поздно любой торговец может попасть в бесовский капкан. Сильное желание продать свой товар скоро или постепенно может перекосить психику дистрибьютора. *О.Иоанн:* «Лично мне приходилось неоднократно испытывать ощущение того, что на тебя смотрят уже не как на человека, а как на кошелёк с деньгами, у которого заела защелка. Вот пришёл ко мне человек, и у него установка - продать мне этот массажёр, во что бы то ни стало. Его не интересует то обстоятельство, что у меня сейчас денег на молоко не хватает, и что эта его цапочка мне нужна приблизительно так же, как нашему отцу Игорю гармонь. Но он сразу же без спроса и разрешения приступает к гинекологической операции по изменению моего пола. У него заученные фразы, свой цитатник, всё как у свидетелей Иеговы. Отработанная технология промывки мозгов. Он - творец, а ты – тварь – он - горшечник, а ты - глина – он пытается вылепить из тебя то, что ему нужно, а именно - покупателя его товара. Он знает, что прежде, чем выкладывать тебя на гончарный круг и придавать тебе нужную ему форму, твои тела надо сначала размочить, потом их замесить, добавить присадку №1 – это заверение в том, что массажёр обеспечит тебе бодрость и крепкое здоровье. Пластификатор №2 – это страх – обязательно надо напугать человека, а как же – лепить легче из пластичной, «запуганной» глины. Дескать, не будешь

массажировать шею зептер-овским массажёром – шею сведет остеохондрозом.

Может и сведет – шея – это серьезно. Но проблема в том, что мой приятель Федя озабочен не моим остеохондрозом, а процентами, которые он получит за проданную вещь. Он человек простой, даже не умеет скрывать свои эмоции. У него на лице прямо так и написано: слышь, давай покупай массажёр, сколько тебя ещё уламывать – и так полчаса на тебя уже потратил, а сегодня ещё 5 клиентов надо обойти».

Конечно же, подобной духовной патологией может заболеть не только сотрудник сетевого маркетинга – любой продавец может опуститься на такой уровень отношения к покупателям, и даже не только продавец – абсолютно любой человек может споткнуться.

О.Иоанн: «Помню, за собой такой грех числился - лет 27 назад это было. Купил я кассетный магнитофон «Panasonic» - в те годы это было очень серьёзным делом. За такой магнитофон можно было приобрести моторную лодку с двигателем и причалом. Хороший японский магнитофон, но к моему несчастью, чуть позже мне предложили другой магнитофон - тоже японский, примерно за такие же деньги, но гораздо лучший. А я отношусь к людям, которые на хорошую аппаратуру неровно дышат. Я ночи не спал и думал – кому же продать уже имеющийся магнитофон, чтобы купить вожаделенный?»

Идти на толчок – тогда его не было, а, может, и был, но продающим на базаре я себя очень плохо представлял. Ну, значит, предлагать надо среди знакомых и приятелей.

Под руку попался мне отец Антонин Дьяковский – тогдашний Херсонский благочинный – сейчас он служит в Одессе – очень болен – дай Бог ему поправиться. И вот, помню, как я его совращал – на профессиональной аппаратуре с фирменного винилового диска записал ему тестовую кассету, выбрал подходящее время, когда он был в хорошем расположении духа, ну и продемонстрировал чудотехнику.

Ему понравилось, он купил у меня эту «балалайку», а я на полученные деньги купил магнитофон классом выше, который меня уже во всех отношениях устраивал.

Сказать, что я совершил какое-то страшное преступление – может, и нельзя. Отец Антонин, скорее всего, был доволен покупкой, хотя – кто его знает. Но дело даже не в этом. Я до сих пор очень хорошо помню своё духовное состояние, когда ему всучивал этот аппарат. Своего сослужителя я воспринимал как средство для достижения цели, я **ИСПОЛЬЗОВАЛ** человека. На тот момент, Дьяковский для меня был не коллегой, не приятелем и, может быть, даже и не человеком, а существом, которое я должен заставить прыгнуть, как в цирке, через горящий обруч.

Это опасное состояние греха, весьма губительное для души человека - не дай Бог повторять этот дурной опыт вновь и снова – духовная смерть может постигнуть.

Лет десять назад тоже пришлось пережить ситуацию в своём роде довольно яркую. Приглашены

мы были с Ириной, моей супругой, в гости к друзьям, которые в то время занимались продажей second hand-a. Позвали нас на именины – всё, как положено – закуска, горячительные напитки. Но вот после очередного перекура, пригласили нас опуститься в цокольный этаж – там у хозяев располагался такой небольшой склад ношенной одежды. В тот момент мне было очень интересно наблюдать за выражением лица хозяйки, её жестами, речью. Произошла какая-то мгновенная метаморфоза. Ещё пять минут назад – это было милое создание – симпатичная обаятельная женщина - учтивая, обходительная, и вот перед нами человек, который перестал нас видеть – зрачки её глаз опустели. Мы для неё вдруг оказались просто субъектами, с помощью которых можно реализовать какое-то количество шмоток.

Ну, во-первых, ситуация дурацкая – если бы эти люди были посторонние нам, то я бы сказал пару внятных слов, и точка. А это, ведь, люди, которых мы уважаем и любим. Пришлось-таки пару ненужных нам тряпок купить, чтобы хозяйку не обидеть.

А потом опять поднялись в зал, продолжили застолье, и мадам снова обрела женственность, шарм. Вновь всё было хорошо. Но осадок какой-то в наших душах остался. Произошло некое, пусть даже и микроскопическое отчуждение. Мы почувствовали себя уже менее привязанными к этим людям. И я думаю, что подобные болезненные процессы происходили не только в наших душах. Наверняка этот акт корыстного использования нашей моральной незащитности, разрушительно влиял и на душу нашей подруги-тряпичницы.

Слава Богу, увлечение second hand-ом у наших друзей продлилось недолго, и, может быть, поэтому, мы их не потеряли».

В народе говорят: лошадь о четырех ногах, и та спотыкается. Да, любой человек может оступиться, упасть. Но очень важно подняться, отряхнуться и идти дальше уже более внимательно и осторожно. Любой человек может оказаться не на высоте взаимоотношений с близкими. Но одно дело – ошибка, а другое – образ жизни, профессия.

Безусловно, нельзя всех стричь под одну гребенку. Есть множество прекрасных, душевных людей, которые подрабатывают продажей в сетевом маркетинге, причём, не меняясь в лице при виде клиента, у которых не наливаются кровью глаза, и не вырастают клыки и когти. Но опасность такая всегда есть – она грозит любым продавцам, и даже, как мы отметили с Вами, не только продавцам. Но дистрибьюторам нужно быть очень бдительными по отношению к своему внутреннему состоянию. Скажем так, работа в сетевом маркетинге – духовно опасная работа. В какой-то момент можно ослепнуть, перестать видеть перед собой **человека**.

Потому, всем сотрудникам этой системы чаще надо следить за своими эмоциями, анализировать состояние души, контролировать своё духовное состояние – на исповедь чаще приходиться в храм, чтобы, если вдруг и появится инфекция в организме, вовремя спохватиться и своевременно пройти курс лечения – добрыми делами, смирением и жертвенной любовью к ближним.

*Предыдущие №№ «Седмицы» на сайте: <http://pravoslav.tv>
Листочек передайте, кому сочтете нужным*