

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕРЕЖНОГО МАРКЕТИНГУ

Мережний маркетинг (багаторівневий маркетинг, англ. Network or multilevel marketing (МЛМ) – концепція реалізації товарів і послуг, заснована на створенні мережі незалежних дистриб'юторів (збутових агентів), кожен з яких, крім збуту продукції, також володіє правом на залучення партнерів, що мають аналогічні права. При цьому дохід кожного учасника мережі складається з комісійних за реалізацію продукції і додаткових винагород (бонусів), який залежить від обсягу продажів, здійснених залученими ними збутовими агентами.

Мережними компаніями можуть застосовуватися й деякі інші схеми виплати винагороди збутовим агентам. Мережний маркетинг може розглядатися, як форма позамагазинної роздрібної торгівлі, вид прямих (персональних) продажів, при якій збутові агенти (дистриб'ютори) фірми-виробника самостійно встановлюють, в першу чергу на основі особистих зв'язків, прямі контакти з потенційними покупцями. Продажі зазвичай здійснюються на дому у покупця. Продавши покупцеві певний товар, дистриб'ютор пропонує йому за встановлений відсоток від обсягу продажів знайти нових покупців, котрі, у свою чергу, пропонують на тих же умовах знайти чергових покупців тощо. Таким чином, створюється багаторівнева мережа покупців-продавців (у різних компаніях їх називають по-різному – партнерами, незалежними власниками бізнесу, дилерами, консультантами з продажу, незалежними агентами тощо), що представляє собою піраміду.

Привабливість участі в мережному маркетингу для підприємців може полягати в тому, що для відкриття «свого бізнесу» не потрібно великих вкладень. Однак, одного бажання стати успішним підприємцем мало, і лише незначна частка тих, хто намагається працювати в мережному бізнесі залишається в ньому надовго і отримує солідні доходи.

Багаторівневий мережний маркетинг використовується такими відомими фірмами, як Zepter International, Vitamax, Oriflame, Avon Products, Neways, Faberlic, Amway, Primerica (раніше – AL Williams), Shaklee, Kirby.

З точки зору самих МЛМ – компаній, можна відмітити про наступні переваги мережного маркетингу:

- застосування прямих продажів дозволяє забезпечити економію на рекламі і торговельних площах;
- збут, заснований на рекламі власного товару, може бути ефективнішим, ніж збут через магазини, в яких представлений широкий асортимент аналогічних товарів;
- компанія може виховати лояльних клієнтів, які віддають перевагу купувати тільки у знайомих їм людей;
- компанія може дозволити собі стимулювати підвищення обсягів продажів значними комісійними виплатами дистриб'юторам.

Діяльність компаній, що використовують методи мережного маркетингу, часто викликає суперечки в суспільстві, а самі так звані МЛМ – компанії час від часу стають суб'єктами судових розглядів. Висловлювана на їхню адресу критика в основному стосується наступних аспектів:

- схожість мережного маркетингу з шахрайськими схемами фінансових пірамід;
- звинувачення в цінових змовах (фіксацію цін на пропоновану продукцію);
- заохочення практики закупівлі дистриб'юторами продукції МЛМ – компанії для власного користування;
- потенційна можливість експлуатації особистих відносин в якості каналу рекрутування нових учасників мережі та способу забезпечення розширення продажів;
- застосування надмірно ускладнених компенсаційних схем.

Слід відзначити й деякі соціальні аспекти мережного маркетингу, який розвивається в умовах кризи й безробіття. Власне, проникненню в країни СНД мережний маркетинг зобов'язаний нашим діаспорам за кордоном. Для багатьох емігрантів мережний маркетинг став засобом домогтися непоганих фінансових результатів. Аналогічна картина спостерігається й у нас – учителі, лікарі, інженери, втративши заробіток за фахом, знаходять у мережному маркетингу застосування своїм незатребуваним здібностям. За деякими даними, майже два мільйони громадян України працюють дистриб'юторами понад ста компаній прямих продажів або мережного маркетингу, які просувають у нашій країні свою продукцію або послуги. Інший соціальний аспект діяльності мережних компаній – надання широкого простору для прояву ділової ініціативи громадян. Традиційний бізнес не завжди дозволяє це зробити, оскільки пов'язаний із необхідністю великого стартового капіталу та високим ризиком.

Мережний маркетинг надає людям можливість цивілізованим і чесним шляхом розв'язати свої матеріальні проблеми, відпрацювати глибоку позитивну самооцінку й упевненість у своїх індивідуальних можливостях.