

Брагин Игорь Сергеевич

инженер

АО «Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод»

магистрант

ФГБОУ ВО «Уральский государственный

экономический университет»

г. Нижний Тагил, Свердловская область

МЛМ БИЗНЕС В РОССИИ

Аннотация: в исследуемой статье автором рассмотрено появление новой ступени бизнеса – МЛМ бизнеса. Это не финансовая «пирамида». Если традиционный бизнес мы называем свободным, то МЛМ бизнес или «сетевой» маркетинг можно назвать партнерским.

Ключевые слова: МЛМ, маркетинг, сетевой маркетинг, пирамиды, многоуровневый маркетинг, дистрибутор.

МЛМ (Multi-Level marketing) – путь продвижения продуктов и/или услуг от одного человека к другому с целью получения прибыли или вознаграждения по особому маркетинг-плану компании, который имеет несколько уровней построения структуры.

Время стремительно меняется. Еще 15 лет назад мы даже толком не знали, что такое «Интернет», а сегодня мы проводим в Сети половину своего свободного времени (если не больше). То же самое и в сетевом маркетинге – методы, которые были очень эффективны в 1990-е, становятся менее результативными в 2016 году. Безусловно, речь не идет о личном общении, встречах, работе с клиентами. Всё это как было, так и останется основой МЛМ бизнеса.

Очень часто компании «сетевого» маркетинга в сознании людей ассоциируются с лохотронами или финансовыми «пирамидами». Для того чтобы успешно реализовать подобную стратегию сетевого маркетинга нашим МЛМ компаниям предстоит преодолеть негативные ассоциации в сознании потребителей.

Сегодня тень финансовых «пирамид» и всевозможных лохотронов еще мешает развитию «сетевого» бизнеса в России.

На сегодняшний день российские компании относятся скептически к «сетевому» маркетингу как к способу продвижения товаров по сравнению с зарубежными компаниями. При этом наиболее оптимальным вариантом для отечественного производителя стало бы развитие многоуровневого маркетинга, сочетающего как прямые личные продажи, так и розничную торговлю через интернет.

Существует такой недостаток МЛМ бизнеса, как один из путей к быстрому обогащению, многоуровневый маркетинг привлекает большое количество недобросовестных личностей, которые не знают, что такое этика поведения между компанией и партнерами, стоящими в структуре выше и ниже, которые входят в построенную спонсорскую структуру. Эти люди часто дискредитируют продукт, наносят ущерб производителю, потребителю и даже индустрии в целом.

Существует мнение, что в многоуровневом маркетинге, можно не работать. Это является глубочайшим заблуждением, так как коммерческий успех каждого члена сети измеряется его усилиями и личным вкладом.

Сетевой маркетинг не является свободным бизнесом, поскольку в нем предприниматель использует в своем арсенале бизнес-инструментарий (продукты или услуги) предоставленные ему в пользование компанией. Если традиционный бизнес мы называем свободным, то МЛМ бизнес или «сетевой» маркетинг можно назвать партнерским.

Отличия многоуровневого «сетевого» маркетинга от финансовых «Пирамид»:

Пирамидальные продажи.

1. Основной доход складывается из привлечения новых членов.
2. Дистрибутор внутри «пирамиды» не может превзойти своего спонсора.
3. Только находящиеся на вершине пирамиды могут заработать большие деньги, пока пирамида не рухнет.

4. Реальный финансовый риск.

5. В «пирамидах» проигравшие всегда чувствуют себя обманутыми.

Эта система нестабильна!

Многоуровневый маркетинг.

1. Весь доход складывается из реальных продаж продуктов или услуг.
2. Дистрибутор может превзойти в уровне доходов своего спонсора.
3. Каждый может заработать большие деньги, на основе личных достижений, а не расположения в организации.
4. Нет финансового риска.
5. Бизнес строится на человеческих отношениях: единомышленниками и друзьями.

Высокая стабильность системы!

Сетевой маркетинг не имеет ничего общего с финансовой пирамидой, обманом или незаконной деятельностью.

Ассоциации с пирамидой возникают потому, что и в пирамиде, и в МЛМ нужно привлекать людей для того, чтобы заработать.

Только в первом случае вы получаете деньги за «головы», то есть ваш заработка зависит от количества привлеченных людей, вложивших деньги в пирамиду, а во втором – доход зависит от товарооборота, который будут совершать привлеченные вами клиенты.

Список литературы

1. Волобуева А. Развитие МЛМ в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eterra.info/opinion/razvitiye-mlm-v-rossii> (дата обращения: 30.01.2017).