

Современный российский сетевой маркетинг

Казаринов В.А., магистрант ЯрГУ им. П.Г. Демидова, г. Ярославль, Россия.

Аннотация. Сетевой маркетинг – неотъемлемая часть современного российского бизнеса. Широкое распространение подтверждается существованием на российском рынке крупных компаний, поддерживающих данную идеологию. Целью данной статьи является раскрытие положительных и отрицательных сторон сетевого маркетинга, а также формирование образа современного сетевого маркетинга в Российской Федерации.

Ключевые слова: сетевой маркетинг, сеть, продажи, дистрибьютеры, бизнес.

Modern network marketing in Russia

Kazarinov V.A., graduate student, Yaroslavl State University. P.G. Demidov, Yaroslavl, Russia.

Abstract. Network marketing is an integral part of modern Russian business. A wide spread is confirmed by the existence on the Russian market of large companies that support this ideology. The purpose of this article is to disclose the positive and negative aspects of network marketing, as well as the formation of an image of modern network marketing in Russia.

Keywords: network marketing, network, sales, distributors, business.

Отечественные специалисты в области сетевого маркетинга утверждают, что он появился в нашей стране относительно недавно, но уже получил широкое распространение. Сетевой маркетинг или MLM (многоуровневый, многоканальный маркетинг) представляет собой способ продаж через распространителей продукции, которые получают процент от продаж.

На современном рынке существует около 20 крупных компаний и большое количество мелких компаний, которые выбирают принцип сетевого маркетинга.

Такая популярность связана с преимуществами от использования такого вида продаж:

- распространители (дистрибьюторы) самостоятельно формируют свои кадры, а значит работают с теми, с кем им удобно работать;
- самостоятельное определение объема, времени и места работы, что фактически означает, что человек соотносит время и силы, потраченные на работу с заработком, полученным им;
- высокие темпы карьерного роста;
- минимальный размер стартового капитала, а значит и низкий входной порог;
- хорошие долгосрочные перспективы, так как сетевые фирмы меньше всего подвержены финансовым кризисам.[1]

Однако, стоит отметить, что все эти положительные стороны раскрываются только в случае честного ведения бизнеса.

Среди недостатков сетевого маркетинга необходимо отметить:

- высокая моральная нагрузка на распространителей;
- нестабильность заработка;
- неизбежность материальных вложений;
- высокая личная ответственность распространителей;
- негативное отношение населения из-за схожести сетевого маркетинга и финансовых пирамид.[1]

Сетевой маркетинг является уникальным способом ведения продаж, который во время кризиса 2008-2009 гг. вызывал большой интерес у людей, желавших иметь доход в случае потери основного заработка.

На данный момент в РФ существует организация, которая занимается защитой прав потребителей и контролем над соблюдением этических норм при ведении сетевого бизнеса – Ассоциация Сетевых Продаж (АСП). Однако, в ее ряды входит лишь 21 фирма из сотен, ведущих бизнес в России. Лидерами и старшими членами АСП являются:

- Amway
- Herbalife
- LR
- Mary Kay
- Oriflame
- Tupperware
- Tiens

Распространители вступают в организации, поддерживающие идеологию сетевого маркетинга, основываясь на прибыли компании. На Рис. 1 приведена выручка самых успешных игроков (млрд.\$)[2]:

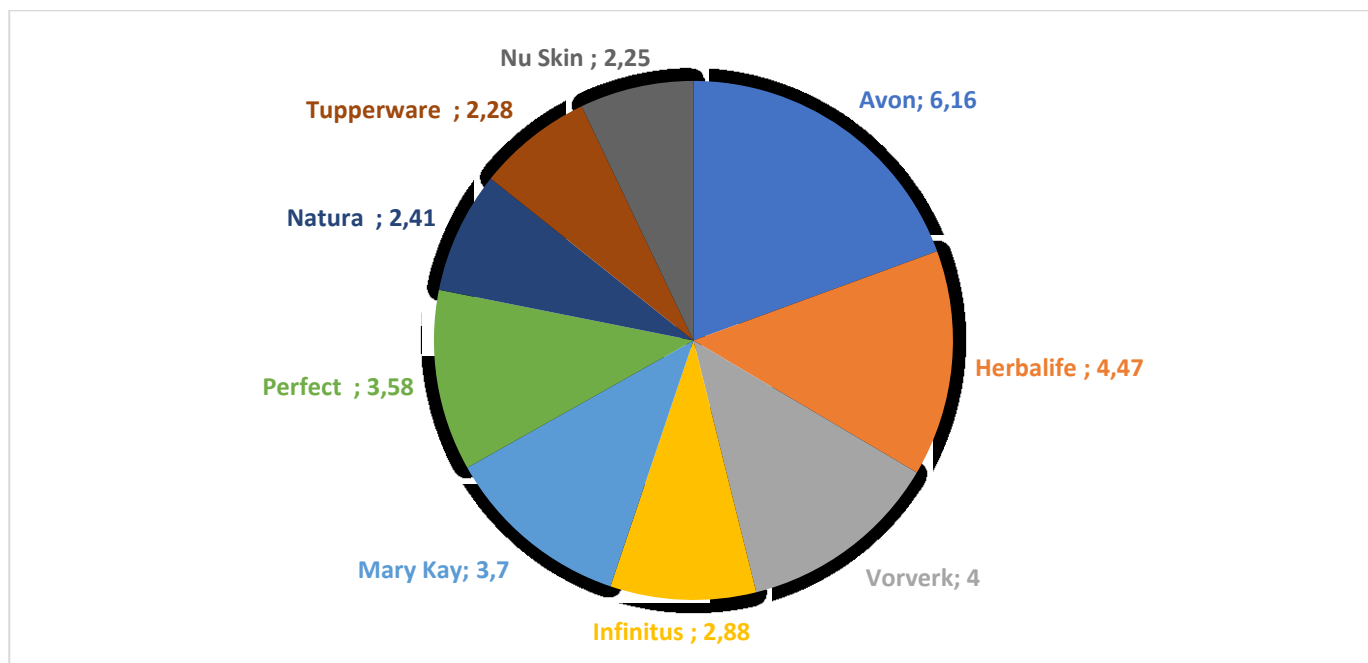


Рис. 1. Выручка самых успешный сетевых компаний

Сетевой маркетинг в настоящее время находится на этапе активного развития в РФ, многие компании используют принципы сетевого маркетинга в своей деятельности. В перспективе это может привести к тому, что основная масса игроков перейдет к принципам сетевого маркетинга.

Список используемых источников:

1. Барбер Д. Сетевой маркетинг: Руководство для начинающих. - М.: Фаир-Пресс, 2009. - 38 с.
2. Журнал Direct Sales News URL: <https://www.directsellingnews.com/dsn-announces-the-2017-global-100/#.WPiSalIqjfL>