

## Теоретические аспекты сетевого маркетинга

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

**Аннотация.** Сетевой маркетинг является важной частью жизни современного общества. Большое количество различных подходов затрудняет понимание сути сетевого маркетинга. Целью данной статьи является обобщение различных подходов к понятию сетевого маркетинга и формирование собственного определения. В данной статье приведено сравнение различных теоретических подходов в сфере сетевого маркетинга и выявлены основные характеристики данного вида маркетинга.

**Ключевые слова:** сетевой маркетинг, сеть, дистрибьютеры, концепция, маркетинг.

## Theoretical aspects of network marketing

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

**Abstract.** Network marketing is an important part of the life of modern society. A large number of different approaches make it difficult to understand the essence of network marketing. The purpose of this article is to generalize various approaches to the concept of network marketing and the formation of its own definition. This article compares various theoretical approaches in the field of network marketing and identifies the main characteristics of this type of marketing.

**Keywords:** network marketing, network, distributors, concept, marketing.

В настоящее время нам широко известен сетевой маркетинг в различных его проявлениях. Связано это с тем, что существует жесткая конкуренция между производителями и продавцами товаров, которые тратят ресурсы на продвижение своих товаров. Складывается такая ситуация, когда продвижение продукта может

в несколько раз превышать его стоимость. Существуют различные способы продаж, особое место среди них занимает сетевой маркетинг. Однако, не существует единого определения сетевого маркетинга, как и подхода к определению сетевого маркетинга. Существует целый ряд различных подходов, которые приведены в Таблице 1.

Автор	Подход
Котлер Ф.	Сетевой маркетинг - это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов и групп посредством создания и предложения, обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена ими.[3]
Д. Барбер	Концепция сетевого маркетинга базируется на трех простых положениях: 1) независимые дистрибьюторы находят продукцию, которая им самим по душе, и демонстрируют ее людям, которых они знают (друзьям, родственникам, соседям и знакомым), или людям, с которыми они так или иначе сталкиваются в жизни; 2) дистрибьюторы показывают возможности этого бизнеса своим друзьям, родственникам, соседям и знакомым; 3) в свое свободное время, накапливая опыт, приобретая дополнительные знания, набираясь уверенности, дистрибьюторы учат других людей, которые только вступают в этот бизнес.[2]
Р. По	Сетевой маркетинг - это любой маркетинговый метод, который позволяет одним независимым коммерческим представителям принимать на работу других коммерческих представителей и извлекать комиссионные из торговых сделок привлеченных коммерческих представителей.[4]
С. Одинцов	Многоуровневый (сетевой) маркетинг - это продажи товаров потребителям, которые осуществляются дистрибьюторской сетью, организуемой дистрибьютором методом спонсирования.[5]
И. Сидоров	MLM - это система продвижения товаров или услуг от человека к человеку путем личных рекомендаций.[1]

Таблица 1. Ведущие подходы к определению понятия сетевой маркетинг.

Основываясь на данных подходах можно выявить следующие признаки сетевого маркетинга:

- направлен на удовлетворение потребностей индивидов;
- наличие независимых дистрибьюторов;
- дистрибьюторы порождают дистрибьюторов;
- доход дистрибьюторов основан на комиссионных;
- ключевую роль в распространении играет личный контакт;
- существует система поощрения людей, основанная на многоуровневом распределении награды.

Так же существует ряд характеристик сетевого маркетинга:

- продукт должен быть востребован и направлен на широкую аудиторию;
- участник системы должен быть высоко мотивирован;
- руководитель компании должен быть безоговорочным лидером для всех участников системы;
- общая идея должна заражать новых партнеров.

Ни одно из приведенных в Таблице 1 определений не отражает все признаки и характеристики сетевого маркетинга полностью.

Таким образом, возникает необходимость сформировать собственное понятие сетевого маркетинга, основываясь на вышеозначенных характеристиках и признаках.

Сетевой маркетинг - это система, которая направлена на удовлетворение потребностей индивидов, вовлеченных в нее, подразумевающая наличие дистрибьюторов, которые получают комиссионные и лично распространяют идеологию продаваемого продукта на других людей, превращая их в дистрибьюторов.

### **Список использованных источников:**

1. 100 вопросов и ответов о сетевом маркетинге 2008г., «MLMBOOKS».
2. Барбер Д. Сетевой маркетинг: Руководство для начинающих. - М.: Фаир-Пресс, 2009. - 192 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ. А. Железниченко, С. Жильцов. – 11-е изд. - СПб.: Питер, 2004. – 798 с.
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. В.А. Алексунина. - М.: Дашков и К., 2007. - 716 с.
5. Сетевой маркетинг и прямые продажи в России. Справочник 2008 - М.: МИПЛ, 2008. - 20 с.