

**О. П. Черевата**  
**О. В. Безсмертна**

## **ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СІТЬОВОГО МАРКЕТИНГУ**

Вінницький національний технічний університет

### **Анотація**

*Запропоновано розглянути переваги та недоліки сітьового маркетингу. Досліджено сітьовий маркетинг як систему заохочення людей, які пропонують споживачам товари відомої фірми.*

*З'ясовано, що мережевий маркетинг припускає практично повну відсутність витрат на рекламу; продукція компанії представляється покупцеві її співробітниками (дистриб'юторами, презентантами, консультантами); представлення продукту відбувається в ході довірчих бесід або презентацій для невеликого кола запрошених осіб.*

**Ключові слова:** фінансові вкладення, бізнес, сітьовий маркетинг,

### **Abstract**

*It is suggested to consider the advantages and disadvantages of network marketing. Network marketing as a rewarding system. people who offer products to a well-known company is investigated.*

*Network marketing involves virtually no advertising costs. The company's products are presented to the buyer by its employees (distributors, presenters, consultants). Product introductions are made during trust talks or presentations to a small circle of invited people.*

**Keywords:** financial investments, business, network marketing.

### **Вступ**

У наш час люди по-різному ставляться до сітьового маркетингу. Хтось вкрай негативно до нього ставиться, а хтось захоплено. Одні вважають сітьовий маркетинг перспективним бізнесом, а інші — звичайної аферою. А для деяких це додатковий спосіб заробітку. Якщо ви вирішили спробувати себе в цьому виді діяльності, то вам спочатку слід розібратися, що вона собою являє, і які існують переваги і недоліки мережевого маркетингу.

### **Результати дослідження**

За статистикою, лише 10-15% людей, що вирішили зайнятися сітьовим маркетингом, досягають якогось результату. Їхній заробіток може досягати декількох тисяч і навіть сотень тисяч доларів. Решта заробляють дуже мало або не заробляю взагалі. Є люди, які вкладають в цей бізнес свої гроші, а в результаті не досягають успіху і залишаються з боргами. Такі люди і залишають цей бізнес, через них і складається негативна думка про сітьовий маркетинг.

Напевно, багатьох цікавило питання, чи можна добре заробляти в сітьовому маркетингу? Однозначної відповіді на це питання немає. Є люди, які зуміли добитися успіху, а є й такі, яким не вдалося досягти якого-небудь результату або цей результат виявився незначним. І цьому є пояснення [1].

Самі принципи сітьового маркетингу не нові і не особливі. Його елементи властиві будь-якому успішно працює економічному механізму. Є виробник, який виробляє товар, і є генеральний дилер - та фірма, яка займається збутом цього товару. При цьому дилер має найбільший прибуток за рахунок великого обороту. Він поставляє продукцію на склад, а звідти вона потрапляє у роздрібну торгівлю.

У теорії та на практиці заведено виокремлювати такі особливості сітьового маркетингу:

- він виключає ходіння навмання по квартирах і пропонування товарів незнайомим людям. Товар або послуга пропонується друзям і знайомим;
- він (як це бачимо вже із самої назви) передбачає просування товару з одного рівня на другий, коли кожний покупець сам стає продавцем, знайшовши собі інших покупців. Цей процес має тривати постійно, бо інакше ніхто не отримає грошей;

- на кожному рівні не повинно бути більше 5-6 осіб (за іншими джерелами — не більше 10 осіб);
- особа, яка запросила іншу особу до участі в багаторівневому маркетингу, є для останньої спонсором. У свою чергу, ця інша особа стає спонсором для свого рівня, якщо саме вона залучила названих 5-6 співробітників;
- оплата праці учасників багаторівневого маркетингу складається з комісійних від особистого продажу з додатком для спонсора відрахувань від тих рівнів, які були ним створені (як правило, це п'ять рівнів);
- співробітники груп багаторівневого маркетингу купують товари за оптовою ціною, а реалізують - за роздрібними (надбавка становить близько 30%).

Кожна ланка цього ланцюжка отримує свою частку прибутку. Чим вище ви знаходитесь в цій структурі, тим ваша прибуток більше. Менше всіх дістається продавцеві. Власник торгової точки отримує більше, господар дрібнооптового складу - ще більше і т.д. Це схоже на структуру сітьового маркетингу, проте є одна відмінність - шанси продавця стати власником магазину мінімальні. Для цього потрібні величезні вкладення.

Тому матеріальні перспективи людей, що працюють за наймом, дуже низькі. Єдине, що можна очікувати від такої роботи - надбавка до заробітної плати за сумлінне виконання своєї роботи [2].

Переваги сітьового маркетингу наступні:

- можна досягти успіху, що буде приносити хороший стабільний дохід;
- вільний графік роботи — ви працюєте, коли захочете і скільки захочете, що неможливо в інших видах бізнесу;
- не потрібні спеціальну освіту і великі фінансові вкладення;
- ви можете підтримувати, допомагати і мотивувати людей, яких ви залучили, що в результаті збільшить ваш прибуток;
- ви можете використовувати будь-які психологічні і маркетингові знання, які допоможуть вам залучити більше людей і підвищити продажі;
- зайнявся мережевим маркетингом, ви зможете забути про щоденну метушню і позбутися від незадоволеності життям;

Недоліками сітьового маркетингу є:

- як і в будь-якому іншому виді бізнесу, в сітьовому маркетингу є певна частка ризику;
- неправильний підхід новачків до даного бізнесу призводить до того, що вони зазнають невдачі в перші місяці роботи;
- присутній ризик зіпсувати стосунки з рідними і друзями, у випадку якщо ви залучили їх у цей бізнес, а вони з якихось причин не змогли добитися бажаного результату;
- щоб вибрати дійсно перспективний напрямок сітьового маркетингу, вам неабияк доведеться потрудитися [1].

### Висновок

Отже, мережевий маркетинг - бізнес для всіх. Сюди може прийти хто завгодно за грошима, спілкуванням, визнанням, новою ідеєю, інформацією, мотивацією. І прийти може будь-який: пенсіонер, школярка, студент і бізнесмен.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Переваги та недоліки мережевого маркетингу – Режим доступу: <http://altarta.com>
2. Поняття сітьового маркетингу - Режим доступу: <https://studfile.net>

**Ольга Петрівна Черевата** - студентка групи П-19мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Оксана Владиславівна Безсмертна** – к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, [bezsmertnaoksana@gmail.com](mailto:bezsmertnaoksana@gmail.com)

**Olga Cherevata** - student of the P-19ms group, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Scientific adviser: **Oksana Vladislavivna Bezsmertna** - PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnitsa National Technical University.