

## СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ И ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мишустин Е.Д.

Научный руководитель – к. полит. н., доц. Авксентьева Т.Г.  
Харьковский национальный университет радиоэлектроники  
61166, Харьков, пр. Ленина, 14, каф. философии, тел.

E-mail: [philoskaf@mail.ru](mailto:philoskaf@mail.ru)

In this paper we present the main differences between MLM and pyramid schemes are problems inherent in these approaches.

Сетевой маркетинг (или многоуровневый маркетинг; [англ.](#) network or multilevel marketing, MLM) – концепция реализации [товаров](#) и [услуг](#), основанная на создании сети независимых [дистрибьюторов](#) (сбытовых агентов), каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение партнёров, имеющих аналогичные права. При этом [доход](#) каждого участника сети состоит из комиссионных за реализацию продукции и дополнительных вознаграждений (бонусов), зависящих от объёма продаж, совершённых привлечёнными ими сбытовыми агентами.

Очень многие люди и все "сетевые маркетологи" считают, что MLM – это легальный способ продвижения продукта. В свою очередь, очень многие финансовые пирамиды очень сильно похожи на MLM и даже сами всем с уверенностью сообщают, что они занимаются MLM-проектами.

Попробуем рассмотреть эти явления и найти линию раздела между ними.

Первое – легальные сетевые компании. Такие, например, как Амвэй, Нью Скин, АРГО. Эти компании имеют реальный товар. В некоторых случаях этот товар выполняет заявленные функции (стирает, моет посуду, чистит зубы, красит ресницы).

Второе – сетевые финансовые пирамиды. Это квинтэссенция финансовой пирамиды в её идеальной форме. Никакого товара нет. Все выплаты осуществляются из денег вновь привлечённых участников. Ни у кого, включая сетевиков, не возникает сомнений, что это мошенничество. Есть, конечно, и полный набор промежуточных вариантов.

Однако различие между ними найти не всегда легко. Сетевые финансовые пирамиды могут прикрываться видимостью товара: программа (не важно, что за программа, где находится и как работает), которая необходима всем участникам проекта, доменные имена третьего уровня, БАДы, структуризаторы воды, учебные курсы. В принципе, существует принципиальная невозможность провести грань, отделяющую товар от псевдотовара. Простой пример – наклейка на мобильный телефон, якобы, защищающая человека от вредного излучения телефона.

В принципе, сетевой маркетинг достаточно перспективен. Он позволяет экономить на аренде площадей (не используя магазины), не требует очень активной рекламной поддержке, так как дистрибьюторы сами рекламируют товар. Однако это справедливо только для легальных сетевых компаний.

Для сетевых финансовых пирамид характерны следующие недостатки:

1. Велики затраты на содержание всей промежуточной гирлянды спонсоров (сапфиров, алмазов, бриллиантов), катастрофически велики транспортные расходы. Из-за этого стоимость продукции возрастает в разы, а то и в десятки раз.

2. Товары, как правило, не имеют ярко выраженных потребительских преимуществ.

3. С точки зрения закона, этот бизнес, хотя и не криминален, но готов в любой момент скатиться в противозаконную область, поэтому находится под пристальным наблюдением законодателей и судебных органов.

4. Этот бизнес краткосрочен. Он или громко лопнет, когда рынок очень быстро достигнет насыщения, либо тихо сдуется до очень небольшого остаточного уровня. Кто сейчас помнит Zepter? А гербалайф уже стал символом... Хотя и то и другое в каких-то объёмах продаётся.

5. Этот бизнес аморален, так как заставляет его участников вовлекать в этот бизнес своих самых близких людей, сознательно или бессознательно обманывать родственников, друзей, их родственников и друзей. А после окончания этого бизнеса останутся разрушенные родственные отношения, разбитая дружба, крайне настороженное отношение коллег и знакомых. Автор популярных книг-руководств по сетевому маркетингу Ричард По в своей "Третьей волне" называет друзей и родственников "похитителями мечты" и учит ни в коем случае им не поддаваться.

6. Не может идти никакой речи ни о каких трудовых договорах, правах, отпусках, пенсиях, больничных.

7. Принадлежность почти всех сетевых финансовых пирамид к коммерческим культам, что приводит к значительному вмешательству в психику участника.

Таким образом, сетевой маркетинг является достаточно эффективным методом продаж и продвижения продукции, позволяющем дать возможность дополнительного заработка населению. Однако если организаторы сети преследуют только цели личного обогащения, то сетевой маркетинг превращается в сетевую финансовую пирамиду или коммерческий культ, обманывающий своих дистрибьюторов, ломающий их психику, способствующий разрыву с семьей, близкими, усугубляющий кризис ценностей.