

**СЕТЕВЫЕ МЕХАНИЗМЫ МАРКЕТИНГА****Скорая К.В.**, студентНаучный руководитель — Мелешко Ю.В., к.э.н., доцент  
Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Республика Беларусь

Джон Дэвисон Рокфеллер сказал: «Я предпочел бы получать доход от 1 % усилий ста человек, чем от 100 % своих собственных усилий». Данная фраза наилучшим образом описывает суть работы сетевого маркетинга – окупить производство можно с помощью прямых продаж. В сетевом маркетинге нет строгой модели, существует огромное количество схем, которые позволяют получить выгоду из MLM (Multilevel Marketing) наиболее выгодным образом.

Производитель продает товар дистрибьютору с определенной наценкой, уже получая некоторый процент от продажи. Затем начинают работу более сложные механизмы сетевого маркетинга – непосредственная работа дистрибьюторов, которые в дальнейшем становятся спонсорами для новых дистрибьюторов. Идеальная работа механизма MLM состоит в «устной рекламе» потребителей продукции, которые рассказывают о товаре всем, с кем они знакомы. Заинтересованные приобретают продукцию зарегистрированного пользователя и, возможно, сами становятся дистрибьюторами. Чем больше новых лиц дистрибьютор привлечет, тем больший процент он выигрывает с продаж.

Сила сетевого маркетинга заключается в объединении лидеров, создании многоуровневого маркетинга, бонусной системе, отсутствии посредников, в достойной подушке безопасности для производителя товара. Распространение сетевого маркетинга происходит по всему миру, однако у широких слоев населения оно все еще не вызывает доверия так как ассоциируется с финансовыми пирамидами. Главное различие – сетевой маркетинг получает деньги из реальных товаров, а не из привлечения дистрибьюторов, как это происходит в финансовых пирамидах.