

Кубецька Ольга Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аналітичної економіки
та менеджменту ФСПОУ
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

Остапенко Тетяна Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва
та управління підприємствами
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара

БАГАТОРІВНЕВИЙ МАРКЕТИНГ: ШАХРАЙСТВО ЧИ ХОРОШИЙ ПЛАН

Мережевий маркетинг (MLM) - це система просування продукту завдяки “сарафанному”¹ радіо. Його називають ще багаторівневим маркетингом або маркетингом відносин. Підприємства, що слідуєть цій моделі, усувають таким чином безліч посередників, наприклад обходяться без реклами на телебаченні. Всю роботу по просуванню товарів роблять конкретні люди, а підприємство нараховує їм за це певний відсоток від суми угоди.

Мережевий (багаторівневий) маркетинг - це спосіб роздрібної торгівлі, що використовує метод прямих продажів. Для мережевого маркетингу характерна відсутність ланок ланцюга роздрібної торгівлі, що стоять між виробником товару і його кінцевим реалізатором. Порівняно новий вид бізнес-систем, з'явився в Америці в середині минулого століття, і один з найцікавіших

1 Маркетинг із уст в уста - (англ. *Words of mouth*, WOMM), маркетинг WOM, «черезтинне радіо», маркетинг поголосу, маркетинг пліток — різновид безкоштовної реклами, при якому відбувається передача інформації від однієї особи до іншої в усній чи письмовій формах. Зазвичай споживачі, які були задоволені товаром чи послугою дають позитивні відгуки та рекомендації іншим людям, при цьому не маючи з цього ніякої вигоди. Це дає підставу людям значною мірою довіряти такій формі реклами.

«Сарафанне радіо» — найдревніший спосіб обміну інформацією та безкоштовної реклами. Це явище з'явилося ще раніше, ніж поняття «маркетинг із уст в уста» (word-of-mouth marketing).

напрямів в сучасному бізнесі. Мережевий маркетинг намагалися офіційно в судовому порядку заборонити, поширювали про нього різні страшилки, порівнювали з фінансовими пірамідами - нічого не вийшло .

Мережевий маркетинг (англ. multilevel marketing (MLM), Network Marketing) - концепція реалізації товарів і послуг, що базується на створенні мережі незалежних дистриб'юторів, кожен з яких, крім збуту продукції, має право залучати партнерів, які отримують аналогічні права. Він містить дві складові, що на сьогодні є досить могутніми силами у світі бізнесу: мережевий принцип роботи та маркетинг [1].

Щороку відкриваються і потім зникають сотні псевдо-організацій, які є за своєю суттю фінансовими пірамідами. Вони мімікують під організації мережевого маркетингу, але всередині них немає ніякого товару або продукту. В пірамідах, що маскуються під мережевий маркетинг, зазвичай продукту немає. І гроші, які генерує таке фальшиве підприємство, - це внески, які знову йдуть. Тобто сплачуються кошти, щоб вступити в організацію, а потім будуть такі особи отримувати дохід за те, що там рахуються, а гроші надійдуть від прибулих слідом за мною [2].

Мета MLM бізнесу - спокусити, не пропонуючи чогось конкретного, а потім створити розмиття навколо трьох основних змінних: вартість, ризик та вартість.

Існує багато міфів про мережевий маркетинг. Їх придумують:

- 1) недоброзичливці мережевого маркетингу (в основному люди побували в мережевому маркетингу і не добилися успіхів);
- 2) самі MLM-підприємства (для залучення в бізнес людей).

Насправді далеко не всі заробляють великі гроші в подібних проектах. Для того, щоб заробити гроші на мережевому маркетингу, потрібно чітко слідувати рекомендаціям і з повною самовіддачею працювати день і ніч. Та це ще не означає, що дохід буде вражаючим. Отже необхідно розуміти, що можливо понести лише втрати від цього виду бізнесу. Це не шахрайство, а форма бізнесу.

Список використаної літератури:

1. Заячківська Г.А. Конспект лекцій з дисципліни «Мережевий маркетинг» (студентів напряму підготовки 6.030507 „Маркетинг” денної форми навчання) / Г.А. Заячківська. – Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – 71 с.

2. Завадська М. Основні відмінності між мережевим маркетингом та фінансовою пірамідою. *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository* <http://ena.lp.edu.ua>

Кубецька Ольга Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аналітичної економіки
та менеджменту ФСПОУ

Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

Остапенко Тетяна Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва
та управління підприємствами

Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара

Козій Валерія Сергіївна

ЗВО 4 курсу спеціальності “Менеджмент”
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

**ВСТАНОВЛЕННЯ АКТУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ПРОТИДІЇ
ОРГАНІЗОВАНИЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ЗЛОЧИННОСТІ ДЛЯ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ**

Економічні злочини – різновид злочинів, здійснюваних у процесі професійної діяльності в рамках і під прикриттям законної економічної діяльності з використанням легальних економічних інститутів (правил, форм, процедур) [1]. Основою тіньової економіки є економічні злочини, які спрямовані на майнові та виробничі відносини, економічні права громадян, юридичних осіб, муніципальних і державних утворень.