

# Mrežni marketing na primjeru poduzeća Amway

---

**Alvađ, Saša**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2018**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University North / Sveučilište Sjever**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:885540>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-04**

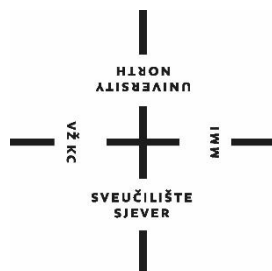


*Repository / Repozitorij:*

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 218/PE/2018

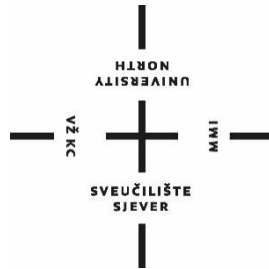
**MREŽNI MARKETING NA PRIMJERU**  
**PODUZEĆA AMWAY**

Saša Alvađ

Varaždin, svibanj 2018.

**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**

**Studij Poslovna ekonomija**



DIPLOMSKI RAD br. 218/PE/2018

**MREŽNI MARKETING NA PRIMJERU  
PODUZEĆA AMWAY**

STUDENT:

Saša Alvađ, 0234/336D

MENTOR:

Izv. prof. dr. sc. Ante Rončević

Varaždin, svibanj 2018.

# Prijava diplomskog rada

studenta IV. semestra diplomskog studija  
Poslovna ekonomija

IME I PREZIME STUDENTA	Saša Alvač	MATIČNI BROJ	0234/336D
NASLOV RADA	Mrežni marketing na primjeru poduzeća Amway		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Network marketing on example of the company Amway		
KOLEGIJ	Međunarodni marketing		
MENTOR	izv. prof. dr. sc. Ante Rončević		
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet, predsjednica		
	2. doc. dr. sc. Damira Đukec, član		
	3. izv. prof. dr. sc. Ante Rončević, mentor		
	4. izv. prof. dr. sc. Goran Kozina, zamjena		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ 218/PE/2018

OPIS

Mrežni marketing je strategija uvođenja novih proizvoda na tržište bez velikih troškova povezanih s promocijom. Takav pristup omogućuje definiranje mrežnog marketinga kao metode distribucije proizvoda u kojem se troškovi povezani s oglašavanjem i marketingom pokrivaju u trenutku stvarne prodaje. Glavni cilj ne usredotočuje se samo na prodaju određenih proizvoda, već na sudjelovanju dovođenja novih članova. Svaki novi član kupuje robu po nižim cijenama i ostvaruje zaradu na razlici između nabavne i prodajne cijene. Član će također pomagati educirati nove članove da uključe prijatelje, rođake, kolege. To je bit mrežnog marketinga, gdje grupa nezavisnih distributera radi zajedno, radi zajedničke koristi i gdje je svatko plaćen prema ostvarenom učinku po marketinškom planu tvrtke.

U radu je potrebno: definirati pojam mrežnog marketinga, objasniti razvoj mrežnog marketinga kroz povijest, objasniti funkcioniranje mrežnog marketinga, definirati modele naknada u mrežnom marketingu, te sve zajedno obuhvatiti na primjeru poduzeća Amway.

U VARAŽDINU, DANA

16.03.2018.



*[Handwritten signature]*

DIR 01 PE

## ZAHVALA

Zahvaljujem se svojem mentoru izv. prof. dr. sc. Anti Rončević koji je svojim stručnim znanjem i preporukama pridonio izradi ovog diplomskog rada. Izv. prof. dr. sc. Ante Rončević je primjer profesora i mentora kojim se akademska zajednica i Sveučilište Sjever mogu ponositi.

Također zahvaljujem svojoj supruzi, kćeri, roditeljima i bratu na podršci, razumijevanju i strpljenju tijekom mog studiranja. Na kraju, zahvaljujem i svim svojim dragim prijateljima i kolegama s fakulteta, koji su bili uz mene tijekom mog školovanja. Na kraju, zahvaljujem se i svim djelatnicima Sveučilišta Sjever.

## **POPIS KRATICA**

- MLM (eng. multi-level marketing) – mrežni marketing, višerazinski marketing
- ANP - Amwayev nositelj posla
- HUDP - Hrvatska udruga direktne prodaje
- PV (eng. point value) – vrijednost bodova
- BV (eng. business volume) – obujam poslovanja

## SAŽETAK

Mrežni marketing još se naziva i višerazinski marketing (eng. multi-level marketing, kratica MLM), a uključuje pružanje dobara i usluga izravno potrošačima na temelju individualnih kontakata, obično kod kuće klijenata, na radnom mjestu ili na drugim mjestima izvan stalnih poslovnica s maloprodajnim mjestom. Mrežni marketing zapravo je direktna prodaja s kojom ima niz sličnosti. Razlika je u tome što se direktna prodaja odnosi se na metodu distribucije, dok se multi-level marketing posebno odnosi na vrstu plana naknada u direktnoj prodaji. Članovi MLM poduzeća mogu zaraditi novac na dva načina: prvi je direktnom prodajom proizvoda, dok se drugi način odnosi na zapošljavanje i obučavanje drugih ljudi da postanu novi članovi, tj. postotkom prodaje novih članova.

Često se mrežni marketing poistovjećuje s prodajnom piramidom koja predstavlja ilegalnu organizaciju prodaje. Jedan od glavnih razloga tome je da se ilegalni sustav predstavlja kao MLM sustav. Razlika između prodajne piramide i multi-level marketinga je u tome što prodajna piramida nema mogućnost distribucije proizvoda ili pružanja usluga, pa ako nema prodaje proizvoda, nemoguće je govoriti o bilo kakvom marketingu. Da bi se bolje shvatila razlika između ilegalnih piramidalnih sustava i strukture mrežnog marketinga, potrebno je razumjeti pravila funkcioniranja planova nagrađivanja u multi-level marketingu. Mnogi govore da je multi-level marketing najproduktivniji način plasmana roba i usluga. Zadatak ovog rada je razjasniti što je to mrežni marketing, kako funkcionira sustav naknada u mrežnom marketingu, te provesti istraživanje na temu.

Ključne riječi: mrežni marketing, MLM, član, plan, naknada

## **ABSTRACT**

Network marketing, or as it is called, multi-level marketing (MLM), involves providing goods and services directly to consumers based on individual contacts, usually at client's home, at a workplace or at other locations outside a permanent retail place. Network marketing is actually a direct sale with whom it has a lot of similarities. The difference is that direct sales refer to the distribution method, while multi-level marketing specifically refers to the type of compensation plan in direct sales. The members of MLM companies can earn money in two ways. First one is from the direct sales of products, and the other one is from employing and training other people to become new members, which means through the percentage of sales of the new members.

Network marketing is often identified with a sales pyramid which is an illegal sales organisation. One of the main reasons for that kind of identification is a presentation of the illegal systems as a MLM system. The difference between the sales pyramid and the multi-level marketing is that the sales pyramid doesn't have the ability to distribute products or provide services. So, if there is no sale of the product, it's impossible to talk about any kind of marketing. To better understand the difference between illegal pyramid schemes and network marketing structures, it is necessary to understand the rules of functioning of the rewarding plans in multi-level marketing. Many say that multi-level marketing is the most productive way how companies can place and present the goods and services on the market. The task of this paper is to clarify what network marketing is, how the system of compensation works in network marketing, and do research about the theme.

Key words: network marketing, MLM, member, plan, fee



# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
1.1. Predmet i cilj rada .....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Struktura rada.....	2
2. MREŽNI MARKETING .....	3
2.1. Definiranje mrežnog marketinga.....	4
2.2. Povijest mrežnog marketinga.....	5
2.3. Funkcioniranje mrežnog marketinga.....	6
2.4. Prednosti i nedostaci mrežnog marketinga.....	9
2.5. Razlika mrežnog marketinga i ostalih vrsta marketinga.....	10
2.5.1 Razlika mrežnog marketinga i tradicionalnog marketinga.....	10
2.5.2. Razlika mrežnog marketinga i direktne prodaje.....	12
2.5.3. Razlika mrežnog marketinga i ilegalne piramide.....	13
2.6. Mrežni marketing kao posao budućnosti.....	13
3. MODELI NAKNADA U MREŽNOM MARKETINGU.....	15
3.1. Binarni plan.....	16
3.2. Plan matrice.....	17
3.3. Unilevel plan.....	19
3.4. Stair step plan.....	20
3.5. Linearni plan .....	23
3.6. Australski binarni plan.....	24
3.7. Australski X-up plan.....	25
3.8. Plan odbora .....	27
3.9. Generacijski plan .....	28
3.10. Stranački plan .....	30
3.11. Binarni plan prelijevanja.....	31
4. PODUZEĆE AMWAY KAO PRIMJER MREŽNOG MARKETINGA .....	32
4.1. Rezultati istraživanja provedenog u Hrvatskoj.....	38
5. ZAKLJUČAK.....	49
LITERATURA .....	51



# 1. UVOD

Temu ovog diplomskog rada na ime Mrežni marketing izabrao sam iz razloga što je suvremena, relevantna i prikladna za diplomski rad. Tema mi se također činila veoma zanimljivom. Htio sam saznati na kojem principu funkcioniraju poduzeća s čijim se proizvodima sve češće susrećemo, poput Avona, Oriflamea, Herbalifea, Tupperwarea, Zeptera, Amwaya i dr.

## 1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog diplomskog rada je mrežni marketing (eng. multi-level marketing, skraćeno MLM). Mrežni marketing je jedan od mogućih načina uvođenja novih proizvoda na tržište bez velikih troškova povezanih s promocijom. Uključuje pružanje dobara i usluga izravno potrošačima na temelju individualnih kontakata, obično kod kuće klijenata, na radnom mjestu ili na drugim mjestima izvan stalnih poslovnica s maloprodajnim mjestom. Glavni cilj se usredotočuje ne samo na prodaju određene robe već potiče i sudjelovanje novih članova u prodaji usluga ili proizvoda. Najčešći proizvodi koje nude MLM poduzeća su oni koji ispunjavaju potrebu u životima potrošača. Cilj diplomskog rada je približiti ljudima što je to mrežni marketing i kako funkcionira. Nakon literaturnog pregleda i definiranja pojma mrežnog marketinga, te definiranja različitih modela nagrađivanja u mrežnom marketingu, provodi se istraživanje poduzeća Amway.

## 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

U izradi ovog diplomskog rada korišteni su razni izvori podataka kako bi se što kvalitetnije odradila izabrana tema. Korišteni su većinom strani izvori literature i to iz knjiga, stručnih časopisa i internetskih stranica.

### **1.3. Struktura rada**

Rad se sastoji od pet poglavlja, osim uvoda i zaključaka rad se sastoji od tri poglavlja. U prvom poglavlju se obrađuje općenito tematika mrežnog marketinga, dok se u drugom poglavlju obrađuje bitna stavka mrežnog marketinga, sustav nagrađivanja članova, a u trećem poglavlju se nakon literaturnog istraživanja poduzeća Amway, prikazuje i sam proces mrežnog marketinga.

## 2. MREŽNI MARKETING

Mrežni marketing također se naziva i eng. multi-level marketing (MLM). Mrežni marketing je model poslovanja koji ne zahtijeva koncept ili ne nosi rizik povezan s kapitalnim ulaganjem, kao u slučaju tipične poslovne djelatnosti.<sup>1</sup> To je proces prodaje proizvoda, usluga, informacija ili poslovnih mogućnosti putem osobnih ili individualnih odnosa s obitelji, prijateljima, suradnicima i nizom drugih.

Glavni se cilj usredotočuje ne samo na prodaju određene robe, već potiče sudjelovanje kupaca u prodaji usluga ili proizvoda. Zauzvrat ti ljudi često primaju proizvode ili usluge, kao i novčanu naknadu. Obično, što se više ljudi uključi u ovu metodu distribucije proizvoda veće su koristi ili nagrade koje se primaju.

Zapravo, genijalnost ovog poslovnog modela leži upravo u njenoj jednostavnosti, može se pokrenuti posao bez velikih ulaganja, a uspjeh se postiže pomažući drugima da uspiju. Najvažnija karika cijelog sustava su sami članovi, distributeri, konzultanti, graditelji mreže ili suradnici u mreži.<sup>2</sup>

**Slika 1.** Simbolički prikaz ljudi povezanih u mrežu



Izvor: <https://www.caycon.com/blog/2011/03/real-entrepreneurs-avoid-multi-level-marketing>, dostupno 02.02.2018.

<sup>1</sup> Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, *Marketing of Scientific and Research Organizations*, no. 1(7)/2013, str. 8

<sup>2</sup> <https://croatia.calivita.com/why-mlm>, dostupno 02.02.2018.

## 2.1. Definiranje mrežnog marketinga

Mrežni marketing ili eng. multi-level marketing je distribucija dobara i usluga putem mreže stvorene na temelju kontakata i veza između ljudi i sudjelovanja svih članova mreže u ovim aktivnostima.<sup>3</sup> Prema wikipediji, mrežni marketing „označava sustav koji koristi preporuke osoba od povjerenja za svrhu poslovanja pri prodaji roba ili usluga.“<sup>4</sup> Znači MLM uključuje pružanje dobara i usluga izravno potrošačima na temelju individualnih kontakata, obično kod kuće klijenata, na radnom mjestu ili na drugim mjestima izvan stalnih poslovnica s maloprodajnim mjestom.

MLM je jedan od mogućih načina uvođenja novih proizvoda na tržište bez velikih troškova povezanih s promocijom.<sup>5</sup> Takav pristup omogućava definiranje MLM-a kao metoda distribucije proizvoda u kojima se troškovi povezani s oglašavanjem i marketingom pokrivaju u trenutku stvarne prodaje.

Prodaja je potaknuta od strane klijenata poduzeća koji koriste svoje kontakte kako bi preporučili kupnju određenih proizvoda. Poduzeće nagrađuje preporuku osoba sa provizijom, koja se izračunava temeljem marketinškog plana za preporuku, a koja završava stvarnom prodajom. Marketing planovi stvaraju mogućnost generiranja neograničenih prihoda i istodobno uklanjaju rizik povezan s potrebom ulaganja značajnog kapitala potrebnog za pokretanje tipične poslovne aktivnosti.

Najčešći proizvodi koje nude MLM poduzeća su oni koji ispunjavaju potrebu u životima potrošača. To uključuje prehrambene proizvode koji su većinom dodaci prehrani, proizvode za njegu kože, kućanske predmete i odjeću.<sup>6</sup>

MLM poslovni model također je uveo novi rječnik s izrazima kao što su: gornja linija, donja linija, osobni volumen i grupni volumen. Vokabular se mijenja u različitim tvrtkama, koje svoje prodavače označavaju kao distributeri, neovisni predstavnici, partneri, suradnici i neovisni poduzetnici. Bodovi proizvoda određuju iznos

---

<sup>3</sup> Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, *Marketing of Scientific and Research Organizations*, no. 1(7)/2013, str. 7

<sup>4</sup> [https://hr.wikipedia.org/wiki/Mre%C5%BEi\\_marketing](https://hr.wikipedia.org/wiki/Mre%C5%BEi_marketing), dostupno 23.1.2018.

<sup>5</sup> Gregor B., Wadlewski A., op. cit., str. 8

<sup>6</sup> Donovan C., (2014), *Multi-Level Marketing: Starting Out and Succeeding With Multi-Level Marketing*, Business Process Publishing, Atlanta

potencijalne naknade poduzeća za distributera i njegove donje linije, te popuste za predložene maloprodajne cijene, koji se mogu razlikovati ovisno o količini kupnje.<sup>7</sup>

## 2.2. Povijest mrežnog marketinga

Da bi se slijedio povijesni tijek događaja, potrebno je pokrenuti pretraživanje u SAD-u gdje se mogu naći prve pisane evidencije. „Godine 1890. David McConnel osnovao je California Perfume Company u New Yorku. 1906. godine je imao preko 10000 prodavatelja koji su prodavali 117 vrsta proizvoda. Kasnije je kompanija 1937. godine promijenila naziv u Avon Products.“<sup>8</sup> U ovom razdoblju u SAD-u direktna distribucija robe važan je dio društvenog života.

Mnoga poduzeća koja traže mogućnosti za prodaju svojih proizvoda otvorile su prodajne agencije širom zemlje. Proizvođači su isporučili robu agencijama. Roba se kasnije prodavala preko putujućih prodavača odnosno današnjih direktnih distributera. Takvim agencijama su upravljali iskusni zaposlenici koji su radili i na osposobljavanja novih distributera. Kako sve veći broj obučenih distributera ostvaruje veću prodaju, poduzeće je nagradilo menadžere za vrijeme posvećeno novim zaposlenicima. Poduzeća su ih plaćala bilo s unaprijed određenim iznosom ili su im davala udio u vrijednosti prodaje novih distributera.

Početak prvog MLM modela možemo povezati sa 1934. godinom, kada je Carl Rehnberg osnovao California Vitamin Corporation, koja je proizvodila i prodavala dodatke prehrani, a 1939. godine kompanija je promijenila naziv u Nutrilite Products Company. 1945. godine Nutrilite je potpisao ugovor o ekskluzivnoj distribuciji svojih proizvoda sa poduzećem Mytinger & Casselberry, koja je napravila prvi dokumentirani MLM plan nagrađivanja.<sup>9</sup> Tako su temelje novog poslovnog modela postavili vlasnici istoimenog poduzeća William Casselbery i Lee Mytinger.

---

<sup>7</sup> Keep W.W., Vander Nat P.J., (2014), Multilevel Marketing and Pyramid Schemes in the United States: An Historical Analysis, *Journal of Historical Research in Marketing*, no. 4(11)/2014, str 5.

<sup>8</sup> <http://rajnabanovac.com/2016/10/21/povijest-mlm-a/>, dostupno 06.02.2018.

<sup>9</sup> Ibid., dostupno 06.02.2018.

„Posao se razvija preko prijateljstava. Širenjem kruga poznanika kojima nudite poslovnu mogućnost, gradite mrežu potrošača i distributera.“<sup>10</sup> Glavni cilj bio je potaknuti distributere za rad na prodaji, traženju i obuci novih zaposlenika. Na temelju toga distributeri mogu dobiti 3% od prodaje novih formiranih grupa. Pravilno odabrani i obučeni distributeri, donijeli su sve veću prodaju poduzeću. Prodaja je zauzvrat donijela sve veći profit distributerima koji su željni treniranja novih partnera.<sup>11</sup>

1950-ih Nutrilite pogađa kriza. Godine 1959. dva partnera Rich DeVos i Jay Van Andel, napustili su Nutrilite i osnovali poduzeće Amway. Započeli su proizvodnju vlastite robe. Izradili su poseban rewarding sustav, koji je karakterizirao vrlo fer podjelu dobiti, razmjerno doprinosu rada i širenju poduzeća.

Nakon nekoliko godina ubrzanog razvoja Amway je preuzeo Nutrilite. Istovremeno je druga grupa distributera napustila Nutrilite i formirala tvrtku Shaklee. Razlika između njih uglavnom se odnosila na proizvode s kojima su se bavili. Dok se Amway bavio deterdžentima u kućanstvu, Shaklee se bavio prehrambenim proizvodima. Uspjeh Nutrilite privukao je pozornost drugih tvrtki kao što su Stanley Home, Home Interiors and Gifts, Mary Kay Cosmetics na MLM model.

U 1970-im MLM model je također došao u Europu. Godine 1969. britansko poduzeće Kleeneze koja se bavi izravnom distribucijom robe, u potrazi za novim načinima prodaje proizvoda, prepoznala je Amwayovu metodu kao vrlo dobru i bila je prva koja ju je počela koristiti u Europi. Godine 1973. Amway, kao i Shaklee pojavili su se u Velikoj Britaniji.<sup>12</sup>

### **2.3. Funkcioniranje mrežnog marketinga**

„Mrežni marketing je mrežni rad distributera ili suradnika koji uhodanim sistemom dovode usluge i proizvode do maloprodajnih potrošača. Maloprodaja

---

<sup>10</sup> <https://croatia.calivita.com/why-mlm>, dostupno 02.02.2018.

<sup>11</sup> Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, *Marketing of Scientific and Research Organizations*, no. 1(7)/2013, str. 9

<sup>12</sup> Ibid., str. 10



proizvoda i usluga se obavlja između prijatelja, susjeda, radnih kolega ili nepoznatih osoba.“<sup>13</sup>

Poduzeće koristi svoj novac za stimulaciju distributera i stimulaciju distributerovih suradnika koji su ispod njega. „Ono ne plaća druge posrednike kao što su uvozničke kuće, veleprodajne trgovine i trgovine na malo.“<sup>14</sup> Kompletnu proviziju koju bi plaćale posrednicima isplaćuju distributerima i distributerovim suradnicima, kao mjesečnu zaradu ili bonus koji su osobno ostvarili.

Svaki novi član ili distributer kupuje robu po nižim cijenama i ostvaruje svoju zaradu na razlici između nabavne i prodajne ili preporučene cijene. Cilj sponzora i suradnika je uključiti nove osobe u posao gradnje mreže, jer se tako dobiva zarada i od izgrađene mreže. Suradnik će također pomagati i educirati nove suradnike da uključe svoje prijatelje, rođake, kolege itd.<sup>15</sup> „To je bit MLM-a gdje grupa nezavisnih suradnika radi zajedno, radi zajedničke koristi, gdje je svako plaćen prema ostvarenom učinku po marketinškom planu tvrtke.“<sup>16</sup>

Svaki član u MLM-u ima priliku izgraditi vlastitu strukturu suradnika u kojemu se svatko nagrađuje temeljem marketinškog plana. Distributeri mogu zaraditi novac kroz dva načina. Prvi je direktna prodaja proizvoda, a drugi je zapošljavanje i obučavanje ljudi da postanu novi suradnici. Suradnik kojeg distributer zapošljava i one koje suradnik regrutira kolektivno se nazivaju distributerovom donjom linijom (eng. downline), dok se izraz (eng. upline) odnosi na distributere iznad njega u hijerarhiji mrežnog marketinga. Zbog toga postavljanja isplate se ostvaruju na različitim razinama. Istodobno postizanje višeg ranga u hijerarhiji poduzeća ne znači nužno i veću zaradu, jer ona ovisi o gore spomenutom planu marketinga.<sup>17</sup>

U MLM-u ljudi koji pridonose prodaji su oni koji preporučuju kupnju izravno od određenog poduzeća. Osoba čiji je identifikacijski broj zapisan pri izradi narudžbe nagrađen je za preporuku koja rezultira stvarnom prodajom. Bonus sustav u MLM-u omogućuje generiranje pasivnog dohotka, odnosno prihoda koji nije izravni učinak djela preporuke osobe. To funkcionira na taj način, jer svaka osoba ima priliku

---

<sup>13</sup> <https://geek.hr/saniell/2014/03/sto-je-mlm-multy-level-marketing/>, dostupno 04.02.2018.

<sup>14</sup> Ibid., dostupno 04.02.2018.

<sup>15</sup> Ibid., dostupno 04.02.2018.

<sup>16</sup> Ibid., dostupno 04.02.2018.

<sup>17</sup> Donovan C., (2014), *Multi-level Marketing: Starting Out and Succeeding With Multi-Level Marketing*, Business Process Publishing, Atlanta

izgraditi pojedinačne strukture distribucije potrošača. Drugim riječima, sustav višestrukih nagrada za izravno preporučene osobe i izravno preporučenu prodaju.<sup>18</sup>

**Slika 2.** Slika prodaje proizvoda na kućnom pragu



Izvor: <https://www.falseprofits.com/files/050b9e5b97e3d7b9f209c2d9af1b1a99-44.html>, dostupno 15.02.2018.

Većina MLM poduzeća ne zapošljava prodajne distributere kao zaposlenike s punim radnim vremenom, ta poduzeća jednostavno pružaju treninge i oslobađaju svoje prodajno osoblje u svijetu za poticanje prodaje. Odluka da ovu maloprodajnu priliku ostvari s punim radnim vremenom ostaje kod prodajnog agenta.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, *Marketing of Scientific and Research Organizations*, no. 1(7)/2013, str. 7

<sup>19</sup> Donovan C., (2014), *Multi-level Marketing: Starting Out and Succeeding With Multi-Level Marketing*, Business Process Publishing, Atlanta

## 2.4. Prednosti i nedostaci mrežnog marketinga

Prednosti mrežnog marketinga su:

- Niski početni troškovi.
- Niski troškovi distribucije. Nemate posrednike, agente ili distributere. Vi isporučujete proizvod kupcu ili vašem suradniku koji ga predaje krajnjem korisniku.
- Direktna kontrola procesa i dinamike distribucije.
- Mrežni marketing dolazi s velikom radnom snagom. Također, radna snaga raste vrlo brzo.
- Poduzeće uvijek ostaje povezano sa svojim kupcima, kao i sa distributerima. Pruža 3D sliku tržišta, kao i distribucijski sustav tvrtke. Dakle, svaki unutarnji problem u prodaji ili organizacijskoj strukturi može se brzo riješiti.
- Mrežni marketing razvija svoje tržište putem mreže distributera. Tako prodire vrlo brzo na tržište.

Nedostaci mrežnog marketinga su:

- Imidž mrežnog marketinga je postao loš zahvaljujući problematičnim ilegalnim piramidalnim strukturama i organizacijama.
- Lojalnost suradnika nije zagarantirana, oni se kreću u okruženju (poduzeću, proizvodu) koji im donosi veću zaradu.
- Uvođenje novih suradnika, koji nisu stalni suradnici.
- U modelu mrežnog marketinga, poduzeće mora platiti proviziju na svim razinama. Taj proces ga čini skupim

- Ne može se osloniti na radnu snagu mreže. Svi distributeri ne rade dobro, neki rade slabije tako da model ne radi ispravno.<sup>20</sup>

## **2.5. Razlika mrežnog marketinga i ostalih vrsta marketinga**

Ljudi često za MLM model misle da je ilegalna piramida ili ne vide razliku između MLM modela i direktne prodaje. Zato možemo reći da je MLM poslovni model u biti direktna prodaja koja koristi višerazinski sustav naknada za plaćanje distributera, te da se razlikuje od ilegalne piramide po tome što MLM poduzeće prodaje vrijedan proizvod za razliku od ilegalne piramide koja prodaje „maglu“ ,tj. prodaje priču o brznoj zaradi kako bi privukli ljude, a onda ljudi da bi ušli u ilegalnu piramidu moraju platiti određeni iznos.

Neka su MLM poduzeća bila zatvorena od strane državnih institucija zbog ilegalnog poslovanja, ali u biti to su bile ilegalne piramide koje su se predstavljale kao MLM poduzeća i koja su oštetila ljude za višemilijunske iznose, a da ljudi nisu imali nikakve koristi od njih. U nastavku ćemo vidjeti detaljnije razlike i usporedbe između tradicionalnog modela marketinga, direktne prodaje, ilegalne piramide i MLM modela.

### **2.5.1 Razlika mrežnog marketinga i tradicionalnog marketinga**

U tradicionalnom marketinškom modelu proizvod prolazi kroz mnoge procese prije dosega klijenta, kao što je uvoz (u slučaju uvoznih proizvoda), veleprodaja, maloprodaja, distribucija, reklama itd. Sve to odgađa isporuku proizvoda, kao i što povećava troškove za kupca. Sve to čini proizvod manje profitabilnim za tvrtku.<sup>21</sup>

Kao što smo rekli da tradicionalni model uključuje veletrgovce, koji skupno kupuju proizvod, dodaju maržu kako bi pokrili troškove i ostvarili dobit, a zatim

---

<sup>20</sup> Mehta Neelkanth S., (2007), Network Marketing, raspoloživo na: <https://www.scribd.com/document/34883249/Network-Marketing-Project>, dostupno 17.02.2018.

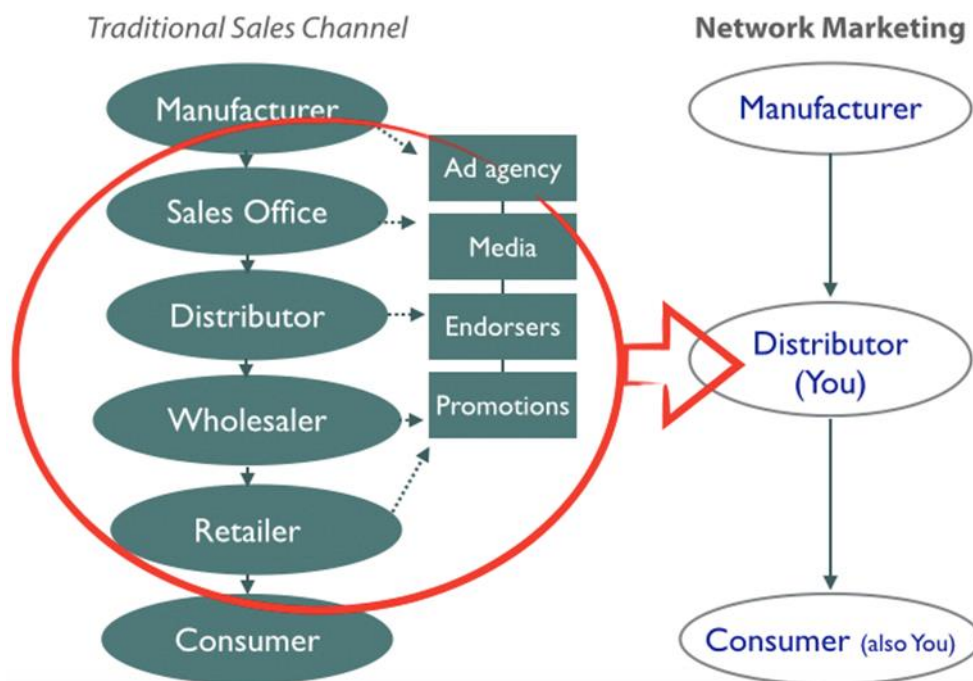
<sup>21</sup> Mehta Neelkanth S., (2007), Network Marketing, raspoloživo na: <https://www.scribd.com/document/34883249/Network-Marketing-Project>, dostupno 17.02.2018.

distribuiraju proizvod u manjim, ali još uvijek značajnim količinama na prodajna mjesta koja onda dodaju svoju maržu i prodaju proizvode do stvarnih korisnika.

Svako poduzeće u ovom sustavu ima značajnu investiciju u svoje prostore, opremu i osoblje. Oglašavaju svoje proizvode i usluge putem tradicionalnih medija, uključujući novine, časopise, elektronske medije (TV, radio, internet).<sup>22</sup>

MLM model je različit od tradicionalnog modela koji većina poduzeća koristi za distribuciju i prodaju svojih proizvoda. U MLM-u poduzeća eliminiraju sve srednje procese i isporučuju proizvod direktno kupcima. To je manje troškova za poduzeće.<sup>23</sup> MLM je vrsta poslovne distribucije koja uključuje MLM poduzeće i distributere koji su uglavnom pojedinci ili parovi koji posluju iz svojih domova, a ne na lokacijama poput fizičkih trgovina.

**Slika 3.** Prikaz procesa prodaje tradicionalnog marketinga i mrežnog marketinga



Izvor: <http://www.markomcelroy.com/markup-mlm-products/>, dostupno 14.02.2018.

<sup>22</sup> James S., (2013), *Make Your Mark With Multi-Level Marketing - A Complete Reference Guide for Multi-Level Marketing Entrepreneurs*, Lulu Press Inc., Morrisville

<sup>23</sup> Mehta Neelkanth S., (2007), *Network Marketing*, raspoloživo na: <https://www.scribd.com/document/34883249/Network-Marketing-Project>, dostupno 17.02.2018.

Poduzeća koje koriste MLM model za distribuciju svojih proizvoda, opskrbljuju nezavisne, motivirane pojedince koji ih prodaju drugim pojedincima. Ljudi koji se pridruže MLM-u ne trebaju ulagati u posebne prostore i skupo oglašavanje, te ne trebaju zaposliti osoblje. Proizvodi se pohranjuju u vlastitom domu i uglavnom se promoviraju poznanicima, bez troška komercijalnog oglašavanja. Proizvodi se pokazuju pojedincu ili ispred manjih pozvanih skupina kojima se također nudi prilika da postanu nezavisni distributeri.

Svaki distributer zaradi novac od vlastite prodaje i obično dobiva mali postotak od prodaje distributera koje su angažirali. Budući da broj ljudi koje distributer regrutira za poduzeće kao nove distributere raste, većina poduzeća pruža dodatne provizije ili poticaje na temelju ukupnog volumena prodaje kroz grupu.<sup>24</sup>

### **2.5.2. Razlika mrežnog marketinga i direktne prodaje**

Direktna prodaja i MLM imaju niz sličnosti. Obje su direktne prodaje, oboje imaju tendenciju da imaju skupne prodajne događaje gdje prodavači i kupci dolaze zajedno u sobu razmjenjivati materijalne i nematerijalne resurse i obje imaju tendenciju da iskoriste postojeće društvo.<sup>25</sup>

Direktna prodaja odnosi se na metodu distribucije, dok se MLM posebno odnosi na vrstu plana naknada u direktnoj prodaji. Poduzeće koje nudi MLM plan naknada, plaća svoje distributere temeljem njihove prodaje proizvoda, ali i temeljem prodaje proizvoda novih suradnika koje je distributer uveo u posao.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> James S., (2013), *Make Your Mark With Multi-Level Marketing - A Complete Reference Guide for Multi-Level Marketing Entrepreneurs*, Lulu Press Inc., Morrisville

<sup>25</sup> Iacobucci D., Grayson K., (1998), Network Marketing: Embedded Exchange?, raspoloživo na: <https://www.scribd.com/document/8558274/Network-Marketing>, dostupno 24.02.2018.

<sup>26</sup> <http://www.directsellingeurope.eu/faq/what-difference-between-direct-selling-and-multilevel-marketing>, dostupno 10.02.2018.

### 2.5.3. Razlika mrežnog marketinga i ilegalne piramide

Ilegalna piramida je ilegalna organizacija prodaje koja se često poistovjećuje sa MLM-om. Jedan od glavnih razloga za to je da se ilegalna poduzeća predstavljaju kao MLM poduzeća. Razlika između ilegalne piramide i MLM-a je u tome što ilegalna piramida nema mogućnost distribucije proizvoda ili pružanja usluga, a ako nema prodaje proizvoda ili usluga, nemoguće je govoriti o marketingu.

Poduzeća koja obećavaju visoku prodaju uvjeravaju sudionike na plaćanje visokog jednokratnog iznosa novca, koji im omogućuje sudjelovanje u programu. Program se obično gradi na takav način da onemogućuje sudionicima da stvaraju prodaju, budući da sve uplate idu na račun onih koji organiziraju posao. Dakle, prodajna piramida nije ništa poput MLM-a, u kojem se prodaja uvijek temelji na proizvodu ili usluzi, a provizijski sustav nagrađuje sudionike ovisno o njihovom doprinosu, bez obzira na položaj na kojem se nalaze.<sup>27</sup>

Ključna razlika između MLM-a i ilegalne piramide jest da MLM pokreće vrijedan proizvod, a sve isplate se vrše za prodaju tog proizvoda ili usluge, a ne za zapošljavanje. Nasuprot tome, ilegalna piramida obično ne nudi nikakav proizvod s bilo kakvom realnom vrijednošću, a djeluje na principu plaćanja za zapošljavanje. Iako se može ponuditi neka vrsta proizvoda ili usluge, to obično služi samo kao mamac, jer ovo nije stvarno vrijedan proizvod, ne vrijedi novac koji se plaća. Dakle, samo se novac kreće kroz mrežu koju je stvorila piramida, a nitko ne dobiva vrijedan proizvod u zamjenu za novac koji se plaća.<sup>28</sup>

### 2.6. Mrežni marketing kao posao budućnosti

Bez obzira na sve kritike i prigovore stručnjaci se u potpunosti slažu u jednom, mrežni marketing je doslovce biznis budućnosti i u odnosu na klasičan posao u

---

<sup>27</sup> Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, *Marketing of Scientific and Research Organizations*, no. 1(7)/2013, str. 7

<sup>28</sup> Scott G.G., (2013), *Success in MLM Network Marketing and Personal Selling*, Booktango, Bloomington

kojem je radnik ograničen sa zaradom i u potpunosti ovisan o "dobroj volji" vlasnika poduzeća, te bez ikakve garancije buduće potrebe za njegovim radnim mjestom, mrežni marketing je bez konkurencije u odnosu na svako klasično radno mjesto.

Ovo je jedini vid i mogućnost neograničenog i sve većeg stvaranja profita i uspjeha koji je doista dostupan svima, a ne samo osobama sa velikim početnim kapitalom. Prigovor uspješnih ljudi u mrežnom marketingu u odnosu na neuspješne je lijenost koja nigdje i nikada nije plaćena, pa tako niti u mrežnom marketingu.

Mrežni marketing je jedini posao gdje svaka osoba može svakodnevno i direktno utjecati sa svojim trudom na svoju zaradu i to bez ikakvog ograničenja. Osobe koje su zaista shvatile potencijal koji im se otvara kroz mrežni marketing nikada više ne prestaju raditi u njemu.

Zapravo mrežni marketing je izuzetno cijenjen u svijetu biznisa i u razvijenijim državama, a kritiziran u manje razvijenim državama gdje je i niža razina svjesnosti, te odlučnosti za većim potencijalom.

„Distribucija roba i usluga sistemom MLM postaje sve prisutnija u svijetu. To je najproduktivniji način plasmana roba i usluga. Često ga nazivamo i sistemom 21. stoljeća. Uspješno funkcionira više od trideset godina. Pojavio se kao konkurencija klasičnom načinu prodaje, na način da se maksimalno zaobiđu posrednici između proizvođača i potrošača.

Klasični marketing podrazumijeva ugrađivanje raznih posredničkih usluga u cijenu proizvoda, što ne odgovara ni krajnjem kupcu, ni proizvođaču. MLM je jedan novi pristup zakonima slobodnog tržišta, drugačiji način distribuiranja proizvoda. Proizvođač se ovim načinom približava potrošaču, pa tako i cijena proizvoda postaje povoljnija.

MLM poduzeće izbjegava visoke troškove u mnogim dijelovima koji su nezaobilazni u klasičnim poslovanju, a ugrađuju se u cijenu proizvoda koju plaća kupac, tu su velike uštede. U MLM-u sav posao obavlja registrirani distributer proizvoda: prodaju, transportiranje i reklamiranje, zato proizvodi i mogu biti jeftiniji u odnosu na kvalitetu koju nude.“<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> <https://geek.hr/saniell/2014/03/sto-je-mlm-multy-level-marketing/>, dostupno 04.02.2018.



### 3. MODELI NAKNADA U MREŽNOM MARKETINGU

Distributer proizvoda MLM poduzeća može primati provizije na temelju volumena prodaje. S pravim visokokvalitetnim proizvodima i stalnim naporom, može razviti razumni povrat od kupaca koji direktno kupuju od njega. Također, može regrutirati ljude kao nove distributere, da prodaju i promoviraju proizvode svojim klijentima.

Ukupni dohodak će dobiti od poduzeća, prema uvjetima iz marketing plana, a dodatni dohodak može biti generiran naporima ljudi koje je regrutirao.<sup>30</sup>

Da bi se bolje shvatila razlika između zabranjenih piramidalnih sustava i autentične strukture mrežnog marketinga, potrebno je razumjeti pravila funkcioniranja planova nagrađivanja.<sup>31</sup>

Postoji nekoliko različitih modela MLM planova naknada i to:

- Binarni plan
- Plan matrice
- Unilevel plan
- Stair step plan
- Linearni plan
- Australski binarni plan
- Australski X-up plan
- Plan odbora
- Generacijski plan
- Stranački plan
- Binarni plan prelijevanja

---

<sup>30</sup> James S., (2013), *Make Your Mark With Multi-Level Marketing - A Complete Reference Guide for Multi-Level Marketing Entrepreneurs*, Lulu Press Inc., Morrisville

<sup>31</sup> Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, *Marketing of Scientific and Research Organizations*, no. 1(7)/2013, str. 10

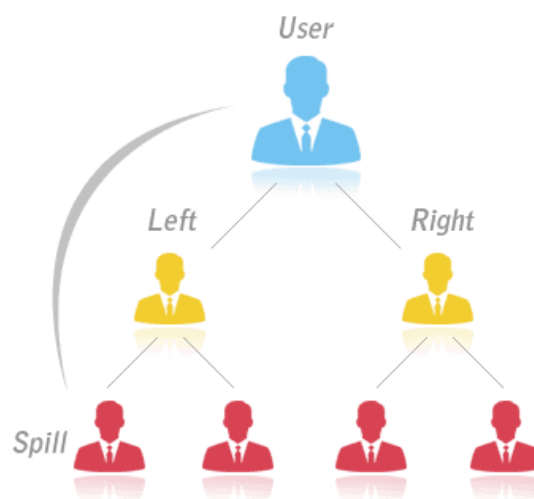
### 3.1. Binarni plan

Binarni plan je najmoćniji marketinški plan MLM-a poznat kao (2 x n) plan matrice, a 'n' predstavlja beskonačnost. Binarni plan je vrlo jednostavan za korištenje i vrlo profitabilan za korisnike i vlasnike planova istovremeno. Glavni distributeri binarnog plana nazivaju se i poslovni centri.

Binarni plan je struktura s dvije noge koja se koristi u MLM gdje su svi novi distributeri ili članovi smješteni u lijevu ili desnu nogu. Gdje je jedna noga poznata kao snažna noga (eng. power leg), a druga noga kao profitna noga (eng. profit leg).<sup>32</sup> Novi članovi se pridružuju u snažnu nogu, te stablo raste. Kad se članovi dodaju u profitnu nogu, binarna struktura završava i naknada se raspodjeljuje među članovima.<sup>33</sup>

Jedan je od mehanizama koji bi trebao dodatno motivirati i potaknuti tempo izgradnje mreže. Uključuje horizontalno ograničenje na dva mjesta i istodobno neograničen vertikalni razvoj mreže. Drugim riječima, svaki sudionik mreže može imati samo dvije osobe pod sobom, baš kao na sljedećoj slici.<sup>34</sup>

**Slika 4.** Prikaz sheme binarnog plana



Izvor: <https://infinitemlsoftware.com/binary-plan-calculation-compensation.php>, dostupno 15.02.2018.

<sup>32</sup> <https://infinitemlsoftware.com/binary-plan-calculation-compensation.php>, dostupno 15.02.2018.

<sup>33</sup> <https://www.mlmyug.com/blog/binary-mlm-plan-calculation-compensation>, dostupno 11.02.2018.

<sup>34</sup> Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, *Marketing of Scientific and Research Organizations*, no. 1(7)/2013, str. 14

Međutim, ako regrutirate više od dva člana, novi će član biti dodan sljedećem dostupnom članu u snažnoj nozi. Znači da dodavanje treće, četvrte i svake uzastopne osobe u strukturu, sustav provodi registraciju osobe na prvom slobodnom položaju pod bilo kojom od dvije prethodne osobe. Zahvaljujući tome, moguće je razviti strukturu, bez potrebe za vlastitom aktivnošću povezanom s preporukama.<sup>35</sup> Taj je proces poznat kao prelijevanje.

Ovo prelijevanje jedna je od najatraktivnijih obilježja novim distributerima, jer im je potrebno samo dva distributera za sudjelovanje u planu naknade.<sup>36</sup> U slučaju profitne noge, neće biti prelijevanja, jer će profitna noga rasti samo s pojedinačno sponzoriranim članovima.

Koncept binarnog plana je uzajamna motivacija i rast mreže klijenata. To se postiže zahvaljujući međusobno povezanom zbroju napora svih sudionika. Međutim, to ne znači da veći položaj jamči veći udio u zaradi. Uzimajući u obzir činjenicu da MLM sustav nagrađuje učinke rada, a ne zauzetu poziciju, ljudi koji se nalaze niže u strukturi mogu primati veće provizije od onih koji se nalaze više.<sup>37</sup>

U binarnom planu, provizije izračunavaju se na temelju poslovnih bodova volumena, a ne razina. U binarnoj formuli MLM plana provizija se izračunava na temelju strane tima ili noge koja ima najmanje količine volumena. Postotak će se izračunati na taj najmanji iznos volumena i svaki član se plaća na temelju toga, tako da marža profita ovisi o tome kako vaši članovi tima prodaju.

### 3.2. Plan matrice

Plan matrice (eng. matrix plan) prati fiksnu strukturu dubine i širine. To je jedan od najpopularnijih i trendovski MLM plan dostupan na tržištu. Plan matrice također je poznat kao plan prisilne matrice.<sup>38</sup>

---

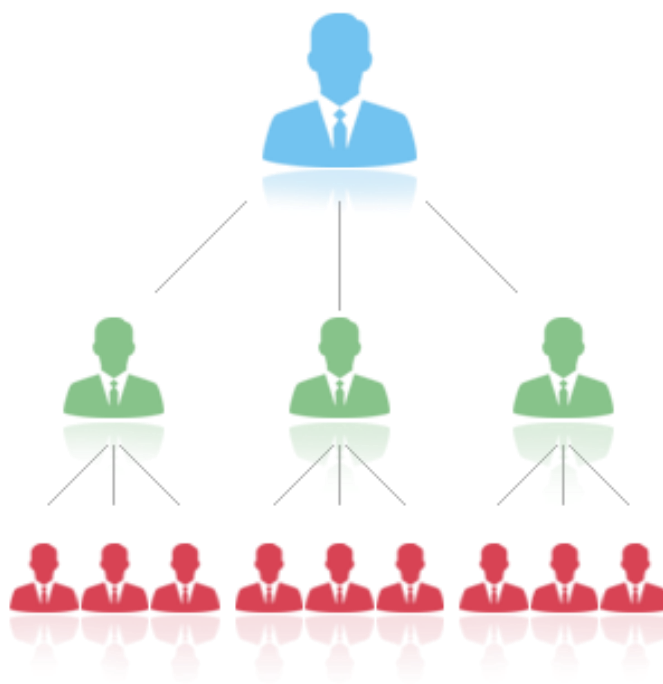
<sup>35</sup> Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, *Marketing of Scientific and Research Organizations*, no. 1(7)/2013, str. 14

<sup>36</sup> Mehta Neelkanth S., (2007), Network Marketing, raspoloživo na: <https://www.scribd.com/document/34883249/Network-Marketing-Project>, dostupno 17.02.2018.

<sup>37</sup> Gregor B., Wadlewski A., op. cit., str. 15

<sup>38</sup> <https://infiniteimsoftware.com/mlm-plans.php>, dostupno 16.02.2018.

**Slika 5.** Prikaz sheme plana matrice



Izvor: <https://infinite MLM software.com/matrix-plan.php>, dostupno 16.02.2018.

Plan matrice je piramidalna struktura raspoređena u fiksni broj širine i dubine koji ograničava broj distributera koje možete sponzorirati na prvoj razini. U MLM planu matrice širina je ograničena tako da suradnici koji su gore u hijerarhiji trebaju motivirati one koji su ispod njih kako bi imali koristi, a mreža drastično rasla. MLM tvrtka može postaviti svoju strukturu bonusne razine prema svom MLM poslovnom planu naknade kako bi motivirala ili privukla kupce i nove suradnike na prodaju proizvoda i povećala strukturu mreže.<sup>39</sup>

Značajka plana matrice je njegova ograničena širina. Za razliku od drugih MLM planova za naknadu, matrica ograničava broj distributera koje možete sponzorirati na svojoj prvoj razini, obično na manje od pet. Najčešće korišteni planovi matrice su 4 x 7, 5 x 7, 3 x 9 i 2x12.<sup>40</sup>

Regruti izvan maksimalnog broja dopuštenih pozicija na prvom mjestu automatski se smještaju u druge položaje na nižoj razini. Kada su sve pozicije u

<sup>39</sup> <https://www.mlmyug.com/mlm-software-plan/matrix-plan>, dostupno 16.02.2018.

<sup>40</sup> <https://infinite MLM software.com/matrix-plan.php>, dostupno 16.02.2018.

matrici ispunjene (maksimalna širina i dubina), može se početi nova matrica. Član u planu matrice dobiva bonus kada zapošljava nove članove prema postavljenom MLM planu.

Budući da se broj članova umnožava na svakoj razini, zarada distributera se također umnožava kako broj članova raste.<sup>41</sup>

### 3.3. Unilevel plan

Pojam unilevel dolazi od svih na istoj razini.<sup>42</sup> Unilevel plan je jedan od najjednostavnijih koncepata u MLM poslovanju i omogućuje vam sponzoriranje samo jedne linije distributera. Svaki pojedinac lako može objasniti ovaj unilevel plan novim korisnicima.<sup>43</sup> Unilevel plan je učinkovit za sve vrste MLM organizacija, bez obzira jesu li male ili velike. Unilevel plan tehnički je najbolji MLM plan za bilo koju vrstu MLM organizacije. Ovaj plan je nesumnjivo pet od pet za svako MLM poduzeće koje započinje s takvim poslovanjem.

Unilevel plan je neograničeni plan širine, koji omogućuje sponzoriranje samo jedne linije distributera. Budući da nema daljnjih ograničenja, može se izgraditi jača i dulja mreža niz liniju.<sup>44</sup> Ovaj plan uključuje dvije do deset razina u dubini. Tako korisnik može ostvariti veliku zaradu, jer regrutira velike grupe članova na svoju prvu liniju, a rastuće linije ispod prve linije omogućuje distributerima zaraditi nevjerojatnu proviziju. Distributer može imati neograničene pod-distributere, a svaki pod-distributer može imati neograničene distributere pod njima.

---

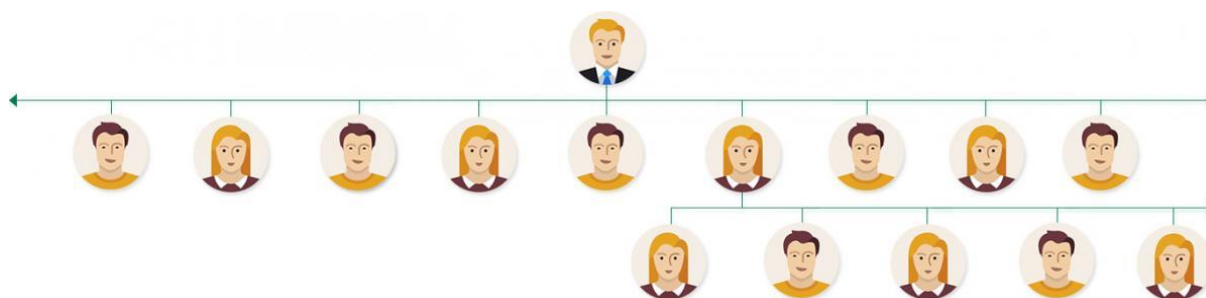
<sup>41</sup> <https://www.mlmyug.com/blog/mlm-matrix-plan>, dostupno 11.02.2018.

<sup>42</sup> <https://promlmssoftware.com/features/mlm-compensation-plans/>, dostupno 11.02.2018.

<sup>43</sup> <https://infinitemlmssoftware.com/mlm-plans.php>, dostupno 17.02.2018.

<sup>44</sup> <https://infinitemlmssoftware.com/unilevel-plan.php>, dostupno 17.02.2018.

**Slika 6.** Prikaz sheme unilevel plana



Izvor: <https://www.epixelmlmsoftware.com/unilevel-mlm-software>, dostupno 17.02.2018.

Neće biti procesa prelijevanja kao u planu matrice, jer je ponuđena širina ogromna. Plan dolazi s kristalno jasnim konceptom i može se izgraditi ogromna mreža, a uz pomoć doprinosa svakog člana, mreža je upravo poput beskonačne petlje.<sup>45</sup>

MLM poduzeće može uvesti neke nagrade ili poticaje svaki put kad je član uveo određeni broj prve linije.<sup>46</sup> U unilevel planu, svi distributeri na istoj razini dobivaju isti iznos naknade, a dodatne provizije se općenito isplaćuju na ograničenoj dubini (može biti u visini od 5 do 7 razina).<sup>47</sup>

### 3.4. Stair step plan

Stair step plan jedan je od najstarijih planova naknada i dalje je u upotrebi. Stair step MLM plan se danas koristi u mnogim velikim poduzećima.<sup>48</sup> Započinje kao unilevel plan gdje postoji neograničen broj pozicija na prvoj liniji. Svatko s bilo koje

<sup>45</sup> <https://www.epixelmlmsoftware.com/unilevel-mlm-software>, dostupno 17.02.2018.

<sup>46</sup> <https://promlmssoftware.com/features/mlm-compensation-plans/>, dostupno 11.02.2018.

<sup>47</sup> <https://medium.com/@sapnaedu/how-does-unilevel-mlm-work-561050bd010e>, dostupno 11.02.2018.

<sup>48</sup> <https://infinitemlmssoftware.com/mlm-plans.php>, dostupno 17.02.2018.

razine može postići odvajanje kako bi zaradio veće prihode.<sup>49</sup> Stair step plan se temelji na volumenu prodaje pojedinca, kao i na volumenu prodaje grupe.<sup>50</sup>

Ime dolazi od činjenice da će distributeri unaprijediti svoj položaj unutar tvrtke, zarađujući veću stopu provizije sa svakim rangom, sve dok ne dođu do određene točke. Zatim se odmaknu od svoje prve linije i više nisu dio njihove organizacije. Nakon prekida, distributer postaje ovlašten zaraditi još veće provizije.

**Slika 7.** Simbolički prikaz povećanja plaće



Izvor: <http://controversia.es/lavanderia-industrial-renting-al-completo/>, dostupno 17.02.2018.

Svaka faza stair step plana se promatra s progresijom u položaju unutar poduzeća. Promocija na novu poziciju oslanja se na pojedinačni volumen prodaje distributera. Dok se prebacuje na vrh stubišta, dopušteno je da napusti sponzora i pokrene svoje poduzeće pojedinačno.

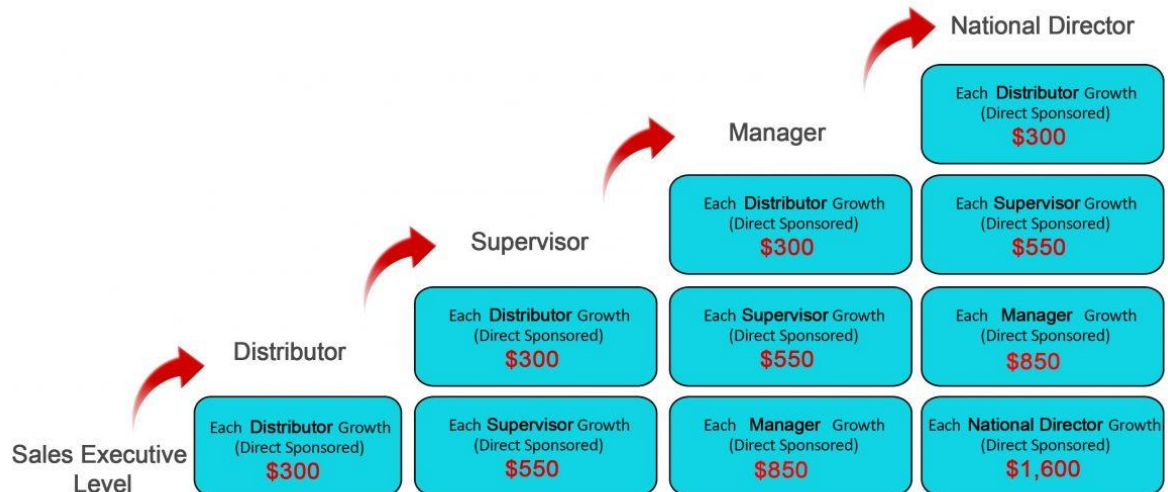
Svakim rangom dodjeljuje se sve veći postotak provizije koji se ostvaruje prodajom. Npr. prva faza (prodajna profesionalna razina) može generirati 20% provizije, druga faza (distributer), ostvarit će 25% provizije, treći stupanj (supervizor) 30% provizije, četvrti stupanj (menadžer) 35% provizije, a peti stupanj (nacionalni

<sup>49</sup> <https://infiniteimsoftware.com/stair-step-break-away-plan.php>, dostupno 17.02.2018.

<sup>50</sup> <https://www.mlmyug.com/mlm-software-plan/stair-step-plan>, dostupno 11.02.2018.

direktor) ostvaruje 40% provizije. Poboljšavanjem koraka poduzeće povećava proviziju.

**Slika 8.** Prikaz napredovanja po razinama u stair step planu



Izvor: <https://infinitelmssoftware.com/stair-step-break-away-plan.php>, dostupno 17.02.2018.

Povijesno stair step planovi ponudili su najbolji potencijal zarade. Oslobađajuća komponenta tih planova omogućuje osobi da izgradi veće timove i zaradi naknadu iz dubljih generacijskih razina. Ova vrsta plana obično nema ograničenje broja ljudi koji se mogu regrutirati u prvu liniju generacije. Slično tome, ne postoji ograničenje broja članova koje prva linija generacije može regrutirati u donju liniju.<sup>51</sup>

Ovaj model karakterizira da ima predstavnike koji su odgovorni za osobne i grupne prodane količine. Volumen je stvoren zapošljavanjem i prodajom proizvoda. Voditelj skupine može biti bilo koji predstavnik s jednim ili više dolaznih regruta. Nakon što se postignu unaprijed određeni osobni ili grupni volumeni, zastupnik prelazi na razinu provizije. To se nastavlja dok distributеров volumen prodaje dosegne najvišu razinu provizije i odmakne od svoje linije. Od tog trenutka, nova

<sup>51</sup> <https://infinitelmssoftware.com/stair-step-break-away-plan.php>, dostupno 17.02.2018.



grupa se više ne smatra dijelom grupe svoje prednje linije i viša razina kompenzacijskog aspekta prestaje.<sup>52</sup>

### 3.5. Linearni plan

Linearni plan još se naziva jednolinijski plan. Ovaj MLM plan je postao novi trend posljednjih godina. Svaki član u ovom planu je na istoj liniji.<sup>53</sup> Plan je strukturirani kao silazni niz distributera, novi distributeri mogu se pridružiti jedan pod drugim kontinuirano.

Svaki će se član staviti u jednu liniju, prvi član će se više usporediti s drugim, a drugi će zaraditi više uspoređujući se s posljednjim zajedničkim članom. Članovi imaju korist od osobnog rada, a i od pozicioniranja.

Kako sveukupna organizacija raste, tako i osobna organizacija svake osobe koja se pridružuje raste. Iz samog naziva možemo razumjeti osnovni koncept ovog plana, to je sve što se tiče dolaska u istu liniju. Linearni plan postaje sve popularniji među MLM poduzećima.<sup>54</sup>

U linearnom planu nagrađuje se svaki put kad se novi član pridružuje mreži. Struktura donje linije u cijelosti ovisi o vremenu pridruživanja. Kao rezultat toga, prvi koji će ikad doći dobiti će najviše koristi.

Linearni plan je atraktivan plan naknade jer nema granica ili ne postoji obvezna razina za plan naknade. Vrijeme pristupanja mreži je važno u ovom planu, jer se u potpunosti temelji na metodi prvog dolaska. Linearni plan naknada dopušta postojećim korisnicima zaradu od svakog novog korisnika bez napornog rada.<sup>55</sup> Poznato je da mnoga nova poduzeća ulaze u linearni plan zbog popularnosti tog plana.<sup>56</sup>

---

<sup>52</sup> Mehta Neelkanth S., (2007), Network Marketing, raspoloživo na: <https://www.scribd.com/document/34883249/Network-Marketing-Project>, dostupno 17.02.2018.

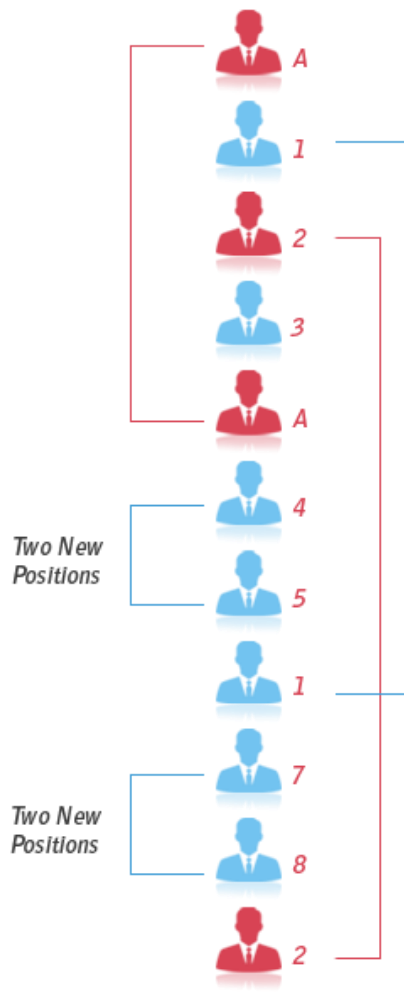
<sup>53</sup> <https://infinitemlmssoftware.com/mlm-plans.php>, dostupno 17.02.2018.

<sup>54</sup> <https://promlmssoftware.com/linear-compensation-plan/>, dostupno 11.02.2018.

<sup>55</sup> <https://www.epixelmlmssoftware.com/monoline-plan-mlm>, dostupno 17.02.2018.

<sup>56</sup> <https://infinitemlmssoftware.com/monoline-mlm-plan.php>, dostupno 17.02.2018.

**Slika 9.** Prikaz sheme linearnog plana



Izvor: <https://infinitemlmsoftware.com/monoline-mlm-plan.php>, dostupno 17.02.2018.

### 3.6. Australijski binarni plan

Australski binarni plan ne koristi se opsežno kao drugi planovi. Plan se više ne viđa često na tržištu. Taj se plan može nazvati proširenjem binarnog plana. U australskom binarnom planu su u stanju stvoriti dodatne paralelne noge, osim lijeve i desne. Tako je plan temeljen na tri-binarnoj strukturi.<sup>57</sup>

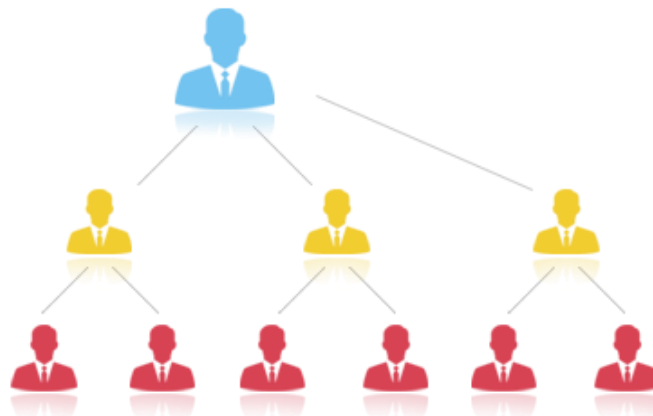
Članovi ovog plana potpuno su neovisni o zapošljavanju izravno dva ili više članova njihove organizacije. To je plan u kojem svi članovi organizacije međusobno

<sup>57</sup> <https://www.mlmyug.com/mlm-software-plan/australian-binary-plan>, dostupno 11.02.2018.

rade za ostvarenje rasta i razvoja organizacije. Ako se treći članovi regrutiraju u australskom binarnom planu, naknadu će dobiti „roditelji“ koji imaju visoki rang u organizaciji.<sup>58</sup>

Najveća isplata je dostupna za članove plana i to dva desno i jedan s lijeve strane. Zato se još zove plan 2:1 ili 1:2. Platforma australskog binarnog plana je jednostavnija od binarnog plana jer nema obveznog podudaranja za isplatu.<sup>59</sup> Australski binarni plan se spaja s nekoliko MLM planova kao što su binarni plan, plan matrice, stair step plan.

**Slika 10.** Prikaz sheme australskog binarnog plana



Izvor: <https://infinitemlmsoftware.com/australian-binary-plan.php>, dostupno 18.02.2018.

### 3.7. Australski X-up plan

Australski X-up plan također se zove unilevel X-up plan jer je sličan unilevel planu. U X-up planu, naknada se plaća sa X razine. Kada član X dosegne cilj, njegov sponzor zarađuje bonus u visini prodaje. Na isti način X bi trebao imati još četiri člana

<sup>58</sup> <http://www.nanoarchsoftware.com/mlm-software/australian-binary-plan>, dostupno 11.02.2018.

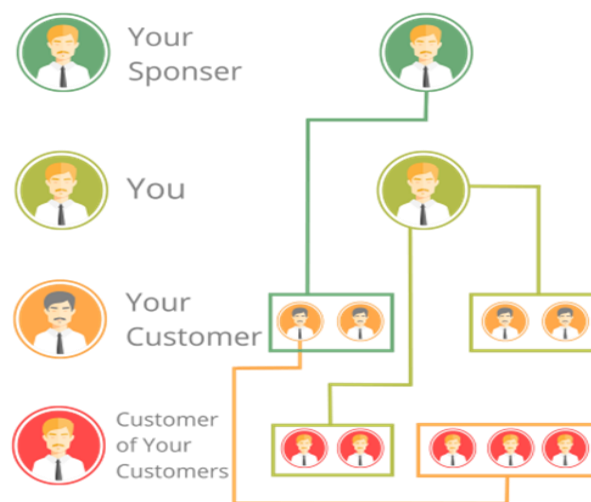
<sup>59</sup> <https://infinitemlmsoftware.com/australian-binary-plan.php>, dostupno 17.02.2018.

ispod sebe tako da aktivni članovi prodaju, dobit od dva člana ide sponzoru, a dobit od ostale dvojice članova ide X-u. Ovaj proces izgleda kao lanac i nastavlja se.<sup>60</sup>

U izvornom australskom X-up planu, distributer će propustiti svoju prvu prodaju X svojem sponzoru. Nakon što propusti svoju prvu prodaju X, dalje prikuplja svoje provizije na sljedećoj prodaji. Kada njegovi regruti obave prvu X prodaju, oni svoju prvu X prodaju propuštaju njemu. Ovo bi se nastavilo u beskonačnost. Prihod obično proizlazi isključivo od prodaje jednog proizvoda novim ljudima. Mogu postojati i drugi proizvodi, ali jedan proizvod ima 99% obujma poslovanja. Postoje australski one-up, two-up, three-up, X-up.<sup>61</sup>

Na primjeru australskog two-up ćemo objasniti funkcioniranje plana. Znači prva dva člana koja upišete u svoju donju liniju ne zarade vam ništa, bonus ide do vašeg sponzora, a svaki sljedeći član kojeg upišete u svoju donju liniju, bonus od njihove prodaje ide vama. Znači počevši s vašim trećim upisom počinjete dobivati bonus. Kao što možemo vidjeti dolje na slici kako to izgleda.

**Slika 11.** Prikaz sheme australskog x-up plana



Izvor: <https://mlmworld.in/mlm-software-australian-x-up-plan.php>, dostupno 18.02.2018.

<sup>60</sup> <https://www.epixelmlmsoftware.com/australian-X-Up-mlm-software>, dostupno 18.02.2018.

<sup>61</sup> <https://infiniteimlsoftware.com/australian-x-up-plan.php>, dostupno 18.02.2018.

### 3.8. Plan odbora

Plan odbora poznat i kao plan matrice koja se vrti. U ovom planu odbor se uvijek razdvaja kada se napuni, a voditelj odbora završi u drugom odboru koji se pokreće. Smatra se jednim od popularnih planova koji privlače više članova da se pridruže.<sup>62</sup>

Dizajn plana odbora 2X2 je također poznat kao 2X2 ciklus matrice, uvijek prati sponzora odbora. Plan odbora je jedinstveni sustav koji uspjeh čini sigurnim i pruža priliku da se iskoriste prednosti svih članova odbora. Određeni član ima pravo provizije svaki put kada se odbor ispuni.<sup>63</sup>

Nakon što se pridružite ovom planu ciklusa, dodijelit će vam se odbor i treba ga se ispuniti sa suradnicima. Veličina odbora može se razlikovati u odnosu na poduzeća. Odbor se nagrađuje kada je popunjen do kraja sa suradnicima.

U planu odbora, sponzorstva su ograničena na dvije noge članova na prvoj razini, a također je ograničena i dubina od dvije razine, tj. ovaj plan omogućuje sponzoriranje dva člana na prvoj razini i četiri na drugoj razini. Ukupno, osigurava puni ili završeni ciklus matrice od šest osoba. Obično MLM poduzeća prikupljaju jednokratnu naknadu za sudjelovanje svakog člana, što je u slučaju plana odbora provizorno. No u trenutku završetka ciklusa matrice od strane raspodjele šest članova u mreži, MLM poduzeća obično isplaćuju naknadu dva puta veću od naknade za sudjelovanje u planu.

Jednu dovršenu matricu od šest osoba, kad su položaji (3,4,5,6) ispunjeni, položaj (1) trajno se uklanja iz tog odbora. Zatim preuzima preostalih šest pozicija i dijeli ih na dva nova odbora. Pozicija (2 i 3) postaju pozicija (1) u svakom od dva nova odbora. Odbor se uvijek puni s lijeva na desno (3,4,5,6) i uvijek pratiti sponzorski odbor. Ovaj se postupak ponavlja. Preostale pozicije (3,4,5,6) kreiraju dva nova odbora.<sup>64</sup>

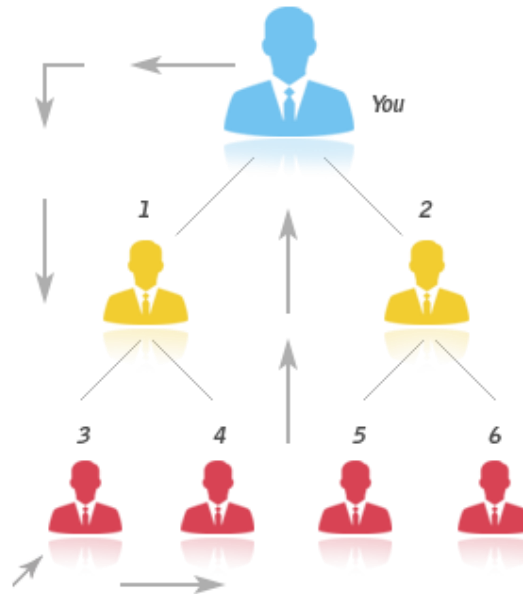
---

<sup>62</sup> <https://infinitemlmsoftware.com/mlm-plans.php>, dostupno 18.02.2018.

<sup>63</sup> <https://infinitemlmsoftware.com/board-plan.php>, dostupno 18.02.2018.

<sup>64</sup> Ibid., dostupno 18.02.2018.

**Slika 12.** Prikaz sheme plana odbora



Izvor: <https://infinitemlmsoftware.com/board-plan.php>, dostupno 18.02.2018.

### 3.9. Generacijski plan

Generacijski plan (eng. generation plan) smatra se planom naknada koji se temelji na čistoj prodaji proizvoda. To je motivacijski plan prodaje proizvoda gdje svaki član potiče donju liniju da prodaje proizvod i dobiva bonuse i poticaje za određeni cilj postignuća.

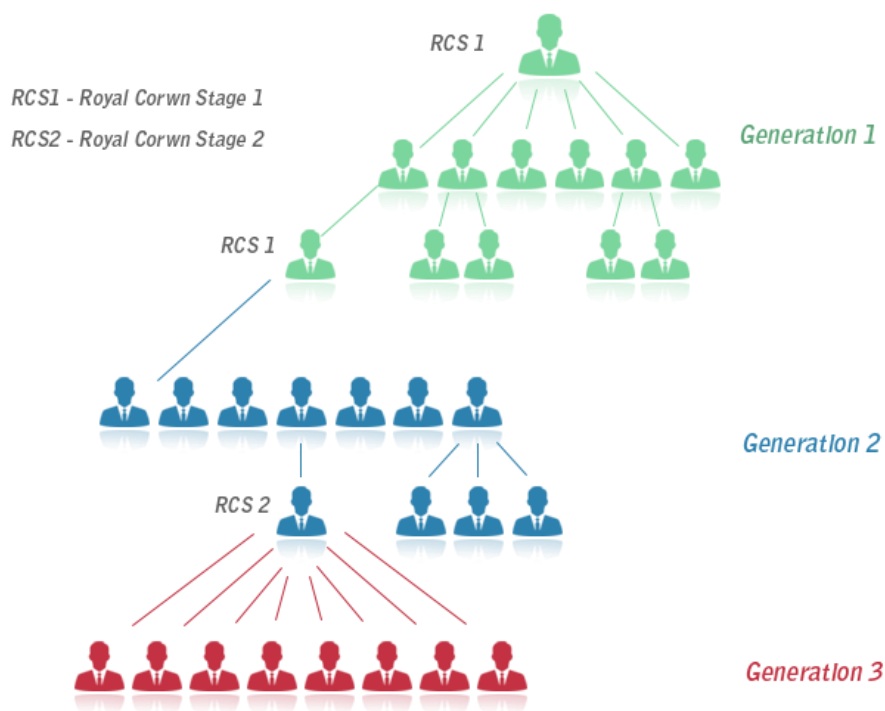
Generacijski plan posebno je namijenjen poduzećima koja su proizvođači potrošnih predmeta. Na sadašnjem konkurentnom tržištu proizvođači trebaju davati oglase preko različitih medija kao što su TV, novine itd. kako bi se poboljšala prodajna marža proizvoda. No, prema konceptu generacijskog plana nema potrebe za trošenjem novca na ove medijske platforme, jer se ovaj MLM plan potpuno temelji na konceptu usmenog oglašavanja.<sup>65</sup>

Generacijski plan temelji se na strukturi generacije. Obično se prihodi od generacije distribuiraju prema generacijskim razinama. Generacijski plan smatra se

<sup>65</sup> <https://www.epixelmlmsoftware.com/generation-plan-mlm-software>, dostupno 18.02.2018.

moćnim MLM planom kojim se mogu platiti mnoge razine u dubinu.<sup>66</sup> Generacija je cijeli volumen od gornje linije do donje linije, uključuje ljude s istim i različitim razinama.<sup>67</sup>

**Slika 13.** Prikaz sheme generacijskog plana



Izvor: <https://infiniteimsoftware.com/generation-plan.php>, dostupno 19.12.2018.

Između svih ostalih planova za naknadu, generacijski plan smatra se vrlo moćnim planom. Jedna generacija ima sve članove koji su međusobno ravnopravni u nizu. Generacija znači sve razine od jednog člana do sljedećeg člana koji je na istom nivou ili višem nivou tj. sponzor, a dohodak od generacije distribuira se po razinama naraštaja.<sup>68</sup>

<sup>66</sup> <https://infiniteimsoftware.com/mlm-plans.php>, dostupno 18.02.2018.

<sup>67</sup> <https://infiniteimsoftware.com/generation-plan.php>, dostupno 18.02.2018.

<sup>68</sup> <https://cloudimsoftware.com/mlm-plan/mlm-generation-plan>, dostupno 11.02.2018.

### 3.10. Stranački plan

Stranački plan (eng. party plan) promovira MLM posao organiziranjem društvenih događaja. MLM poduzeće ili distributeri predstaviti će proizvode ljudima putem sastanka ili ih izravno zovu kod kuće. Stranački plan se smatra jednim od najnovijih MLM strategija.<sup>69</sup> Ovaj plan je metoda koju su marketinški stručnjaci usvojili za promociju proizvoda, organiziranjem društvenih događaja poput druženja, druženja u kući. Tijekom ove prigode, proizvodi će biti prikazani za prodaju. Dakle, ovaj čin možemo nazvati direktnom prodajom.

Stranački plan obično slijede žene, obično se prodaju proizvodi poput kozmetike, proizvodi vezani za kuhinju. Danas se muškarci također pridružuju ovoj vrsti plana. Ovaj plan također omogućuje zastupnicima da zapošljavaju druge ljude da prodaju proizvode. Zastupnici se plaćaju prema nalogima koje primaju. Stranački plan više je usmjeren na prodaju proizvoda, a osobna provizija temelji se na prodanom proizvodu.

Program prezentacije proizvoda ukupno traje oko 60-90 minuta. Prezentacije su kratke. Nakon toga stiže vrijeme za pregled uzoraka ili proizvoda. Budući da se MLM stranka uglavnom bavi ženama, proizvod odabran za prodaju trebao bi stvoriti privlačnost prema ženama. Prezentacija počinje kada su gosti i domaćica okupljeni. Na temelju iznosa prodaje, domaćica će dobiti besplatne proizvode ili u pola cijene. Kupci mogu dobiti svoje narudžbe isporučene izravno, ostali dio narudžbi koji nije isporučen izravno može se dostaviti zastupniku ili domaćici.

Danas MLM poduzeća s ovim planom koriste i internet tržište za nove i stare kupce. Drugi način prodaje je pružanjem kataloga za vrijeme druženja, jedan na jedan prodaja, sajmovi i izložbe.<sup>70</sup> Za razliku od drugih tradicionalnih MLM planova, zastupnici ili poduzeća provode domaća druženja da prodaju proizvode.<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup> <https://infiniteimsoftware.com/mlm-plans.php>, dostupno 18.02.2018.

<sup>70</sup> <https://infiniteimsoftware.com/party-plan-mlm-software.php>, dostupno 18.02.2018.

<sup>71</sup> <https://promimsoftware.com/party-plan-mlm-software/>, dostupno 11.02.2018.

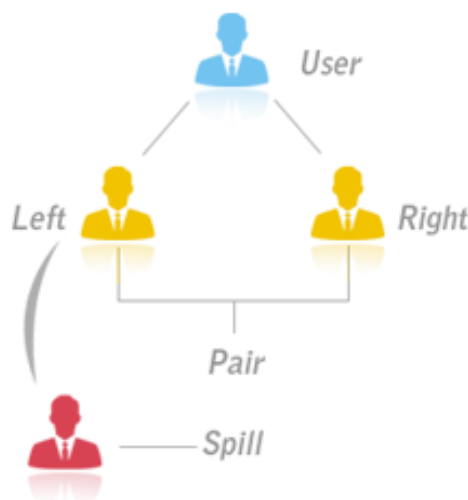


### 3.11. Binarni plan prelijevanja

Binarni plan prelijevanja (eng. spillover binary plan) sličan je binarnom planu. Jedina je razlika u tome što se članu gornje linije pridružuje više od potrebnih novih ID-ova donje linije, dodatna priključenja se tretiraju kao prelijevanje.<sup>72</sup> Koristeći tradicionalni binarni plan distributer može uvesti samo dva člana na prednju liniju, stoga raste u poslovanju na temelju svoje donje linije. Ne može mnogo poduzimati za poboljšanje prodaje. Zato je uveden binarni plan prelijevanja.

U binarnom planu prelijevanja nakon uvođenja dvaju novih članova dobit će se prilika za regrutirati još članova u donju liniju. Ovo je neograničena prilika gdje prelijevanje ne ograničava zaradu, te tako distributer može zaraditi dodatne provizije sponzora. Koristeći metodu prelijevanja, korisnik na vrhu razine može podržati ili pomoći slabim nogama i uravnotežiti njihovo binarno stablo. Tako može kontrolirati lijevu i desnu nogu dodavanjem članova na slabiju stranu, stoga osigurava maksimalni prihod.<sup>73</sup>

**Slika 14.** Prikaz sheme binarnog plana prelijevanja



Izvor: <http://www.nanoarchsoftware.com/mlm-software/spill-over-binary-mlm-plan>, dostupno 19.02.2018.

<sup>72</sup> <https://infinitemlmsoftware.com/mlm-plans.php>, dostupno 19.02.2018.

<sup>73</sup> <https://www.epixelmlmsoftware.com/spillover-binary-mlm>, dostupno 19.02.2018.

## 4. PODUZEĆE AMWAY KAO PRIMJER MREŽNOG MARKETINGA

Kompanija Amway je jedna od najvećih svjetskih kompanija direktne prodaje. Prije više od pola stoljeća, točnije 1959. godine pokrenuli su je dugogodišnji prijatelji i poslovni partneri Rich DeVos i Jay Van Andel. Danas, obitelji DeVos i Van Andel i dalje održavaju filozofiju napornog rada i samoodređenja što Amway čini uspješnim u 21. stoljeću kao što je bio i u 20. Ukupan prihod kompanije 2014. godine bio je 10,8 milijardi američkih dolara. Amway sada posluje na više od 70 tržišta diljem svijeta i ponosan je predstaviti fleksibilno poslovanje sa čvrstim temeljima.<sup>74</sup>

Amway je prisutan diljem svijeta sa svojim vlastitim istraživačkim centrima, održivim farmama i modernim edukativnim centrima koji su s aktivnim pristupom podrška poslu.<sup>75</sup> U šest zemalja diljem Europe ovi centri pružaju informacije o Amwayevom prošlom, sadašnjem i budućem djelovanju. Posjetitelji mogu saznati više o planu prodaje i trgovanja kao i o kolekcijama proizvoda iz Amwayevih linija za vitalnost, ljepotu i njegu doma. Osim toga, Amwayevi edukativni centri su opremljeni prostorijama za održavanje promocija, prostorijama za održavanje sastanaka ANP-a, organiziranje korporativnih događanja i radionica.<sup>76</sup>

Amway u Hrvatskoj priključio se globalnoj Amwayevoj obitelji u 2001. Već 16 godina podržava, motivira i povezuje se s uspješnim ANP-a i stalnim kupcima. Amway d.o.o. za trgovinu otvoren je u Hrvatskoj 1. lipnja 2001. godine kao 52. podružnica matične kompanije. Sjedište tvrtke nalazi se u Budimpešti, gdje se nalaze i sve službe. Amway Hrvatska jedan je od osnivača Hrvatske udruge direktne prodaje (HUDP), a također je i aktivan član Američke trgovačke komore u Hrvatskoj. Amway Hrvatska nudi visokokvalitetne proizvode s područja osobne njege, prehrane i vitalnosti, sredstva za čišćenje i održavanje kućanstva, tehničkih proizvoda za dom, te raznovrsnih usluga. Svaki Amwayev proizvod izrađen je pod vrlo strogim pravilima, dok se ispitivanje kakvoće izvodi tijekom cijelog postupka proizvodnje.<sup>77</sup>

---

<sup>74</sup> <https://www.amway.hr/about-amway-new/global>, dostupno 10.03.2018.

<sup>75</sup> <https://www.amway.hr/about-amway-new/global#1513866=2>, dostupno 10.03.2018.

<sup>76</sup> <https://www.amway.hr/about-amway-new/global#1513866=3>, dostupno 10.03.2018.

<sup>77</sup> <https://www.amway.hr/about-amway-new/global/local>, dostupno 10.03.2018.

Otkako je prvi proizvod izišao na tržište prije više od pola stoljeća, Amway konstantno razvija nove proizvode i unapređuje već prisutne proizvode na tržištu kako bi strankama pružio najbolje proizvode. Amway upravlja s više od 900 znanstvenika, inženjera i tehničkih stručnjaka u 75 istraživačkih laboratorija diljem svijeta. Također obrađuje 6.400 rali farme u SAD-u, Meksiku i Brazilu. Biljke se sade i žanju u skladu s prirodom, pomoću održivih metoda bez kemikalija. Amwayevim stručnjacima za razvoj i istraživanje pripada više od 1100 patenata i 400 publikacija koje su objavljene u vodećim industrijskim časopisima. Svaki novi proizvod prolazi stroga testiranja kako bi se osiguralo da zadovoljava visoke standarde kvalitete. Brojni certifikati nezavisnih institucija pokazuju da Amway uspijeva u svom nastojanju da osmisli i lansira proizvode kojima ljudi mogu s pravom vjerovati.<sup>78</sup>

Suosnivači Amwaya definirali su etičke i radne standarde koji i dalje predstavljaju nit vodilju kako kompaniji, tako i njenim distributerima. Ovi temeljni principi doslovno su ugravirani u kamen ispred glavnog sjedišta: sloboda, obitelj, nada i nagrada. Amway će uvijek podržavati osnovnu slobodu ljudi da sami određuju svoju vlastitu budućnost, omogućavajući im da iskoriste vrijeme i resurse kako bi zaštitili i brinuli se o svojim obiteljima. Pored toga, Amway će uvijek pružati nadu i priliku za osvajanje nagrade u skladu s uložnim naporima.<sup>79</sup>

Amwayev posao duguje uspjeh zaposlenicima i ANP-ima, koje podržava i pomaže da žive punim potencijalom. ANP-a osigurava besplatne tečajeve za izgradnju vještina potrebnih za bolju budućnost. Amwayeva poslovna mogućnost otvorena je za svakoga, svi imaju iste šanse i prava, te svi rade zajedno kao pošteni i pouzdani partneri. Amway također provodi humanitarne kampanje, kao One by One kampanja za djecu. Između 2003. i 2013. ova kampanja utjecala je na 11 milijuna djece, sakupljeno je 225 milijuna američkih dolara za dječje fondove i ostvareno 3,1 milijun volonterskih sati. Nadalje, Amway je također glavni donator za humanitarnu pomoć žrtvama prirodnih katastrofa, kao što su bile one na Haitiju i u Japanu.

Sva europska Amwayeva tržišta, npr., pomažu školsku djecu u Južnoj Africi kroz prodaju One by One šalice. Sredstva sakupljena od prodaje šalica namijenjena su mladim učenicima u Južnoj Africi, koji imaju neadekvatan namještaj u svojim

---

<sup>78</sup> <https://www.amway.hr/about-amway-new/did-you-know>, dostupno 10.03.2018.

<sup>79</sup> <https://www.amway.hr/about-amway-new/responsible-1-new/vision-and-values>, dostupno 10.03.2018.

školama. Osim toga, nastava se često održava na otvorenom, tako da im je teško pronaći čvrstu površinu za pisanje. Kroz kampanju 2015. zajedno s nadbiskupom Tutu, Amway pomaže ove škole s ergonomskim radnim stolovima pod nazivom Tutudesk. Učenici drže ove stolove u krilu i omogućuju im učenje na bilo kojem mjestu. Stolovi su lagani, dugotrajni i sigurni za djecu. Cilj kampanje je bio opremanje 20 milijuna afričkih učenika s vlastitim radnim stolom Tutudesk do 2015. godine.<sup>80</sup>

Uvijek ima prostora za razvijati se s Amwayem, od jednostavne prodaje proizvoda i zarađivanja maloprodajne marže od otprilike 30% do vođenja grupe drugih ANP i zarađivanja nagrada do 25%. Kako raste vaš posao, rastu i vaše nagrade.<sup>81</sup>

**Slika 15.** Prikaz funkcioniranja Amwaya



Izvor: <https://www.amway.hr/about-amway-new/amway-community-1/how-it-works>, dostupno 10.03.2018.

Amwayu je stalo da distributer postigne ciljeve i u tome ih potiče, bez obzira da li za njega uspjeh znači veći osjećaj zadovoljstva, stvaranje boljeg života ili sasvim nešto drugo, postavljanje ciljeva u potpunosti ovisi o njemu. Amway je pomogao više od 3 milijuna ljudi na njihovom putu do uspjeha. Njih je privukao neograničeni potencijal mogućnosti, podrška firme s više od pola stoljeća iskustva i predanosti, globalna zajednica koja je spremna pomoći i vrhunski plan nagrađivanja.<sup>82</sup> Kako bi neko pokrenuo Amwayev posao, treba se registrirati kao ANP. S registracijom se pokreće posao i prodajom se počinje zarađivati dohodak kroz plan nagrađivanja za

<sup>80</sup> <https://www.amway.hr/about-amway-new/responsible-1-new/people-products-performance>, dostupno 10.03.2018.

<sup>81</sup> <https://www.amway.hr/about-amway-new/amway-community-1/how-it-works>, dostupno 10.03.2018.

<sup>82</sup> <https://www.amway.hr/pokrenite-posao/prikaz-poslovanja>, dostupno 10.03.2018.

ANP. Amwayevo poslovanje u potpunosti je usmjereno na povezivanje s drugim ljudima.<sup>83</sup> Osim podrške koja se dobije od sponzora, Amway će osigurati prvoklasni trening, marketing, proizvode i podršku strankama. Kada neko postane ANP, povezan je s više od 3 milijuna ANP-a u više od 80 zemalja i regija. Bit će također povezan s lokalnim timom ANP-a koji su ovdje da pruže podršku, potiču i savjetuju kao članovi poslovne grupe. Sponzor je bitan dio tima koji pomaže u započinjanju posla i kontinuirano pruža podršku i trening.<sup>84</sup> Amway za nagrađivanje svojih ANP koristi stair step plan nagrađivanja. Kroz plan nagrađivanja za ANP-e bit će nagrađen, kao i drugi ANP-i koje je sponzorirao za prodaju proizvoda.

ANP zaradu može ostvariti kroz:

- Maloprodajnu maržu zarađenu prilikom prodaje proizvoda strankama.
- Mjesečne bonuse za uspješnost u rasponu od 3% do 25% poslovnog volumena ovisno o mjesečnoj produktivnosti.
- Mjesečne i godišnje bonuse za vodstvo i druge novčane nagrade i poslovne poticaje koji se temelje na prodaji sponzorirane grupe.<sup>85</sup>

**Slika 16.** Prikaz bonusa za uspješnost u poduzeću Amway

<b>Bonus Chart:</b>	
7500 PV	= 25% of BV
6000 PV	= 23% of BV
4000 PV	= 21% of BV
2500 PV	= 18% of BV
1500 PV	= 15% of BV
1000 PV	= 12% of BV
600 PV	= 9% of BV
300 PV	= 6% of BV
<b>100 PV</b>	<b>= 3% of BV</b>
<i>note: PV/BV ratio is approx. 1:2.84 i.e., 100PV = 52984BV</i>	

Izvor: <http://ipblogging.com/amway-compensation-plan-is-the-granddaddy-of-network-marketing-powerhouses/>, dostupno 12.03.2018.

<sup>83</sup> <https://www.amway.hr/pokrenite-posao/zapocnite-posao>, dostupno 10.03.2018.

<sup>84</sup> <https://www.amway.hr/pokrenite-posao/prednosti>, dostupno 10.03.2018.

<sup>85</sup> <https://www.amway.hr/pokrenite-posao/kako-djeluje-amway>, dostupno 10.03.2018.

Kako izgleda model poslovanja u poduzeću Amway, objasniti ćemo na sljedećim primjerima. Najprije distributer regrutira novog člana, te regrut postaje novi distributer, a distributer koji ga je regrutirao postaje njegov sponzor. Sada novi distributer zarađuje prilikom prodaje proizvoda maloprodajnu maržu od 30%. Na primjeru iz slike 17. distributer ima bodovnu vrijednost PV 100 (PV se koristi za izračunavanje postotka ostvarene zarade, na Amwayevim proizvodima) i obujam poslovanja BV \$300 (BV je obično blizu veleprodajne cijene proizvoda, umanjen za sve poreze na promet), te na temelju 100 PV dobiva još dodatnih 3% bonusa za uspješnost. Znači 30% od \$300 iznosi \$90 i 3% od \$300 još \$9 bonusa što ukupno mjesečno iznosi \$99.

**Slika 17.** Prikaz plana nagrađivanja u poduzeću Amway korak 1.



Izvor: <http://ipblogging.com/amway-compensation-plan-is-the-granddaddy-of-network-marketing-powerhouses/>, dostupno 12.03.2018.

Na slici 18. vidi se da je distributer regrutirao novih šest distributera u svoju donju liniju i sad mu i oni donose dodatnu zaradu. I dalje zarađuje 30% maloprodajne marže, tj. \$90, te pošto on i njegova donja linija tvore sedam članova po 100 PV što ispada ukupno 700 PV, na ukupan BV koji sada iznosi za sedam članova \$2100, dobivaju grupni bonus od 9% što iznosi \$189. Kad od grupnog bonusa \$189 oduzmemo bonuse za uspješnost za svakog od distributerove donje linije ukupno \$54 dobivamo distributerov bonus od \$135. Sada distributer mjesečno zarađuje \$225.

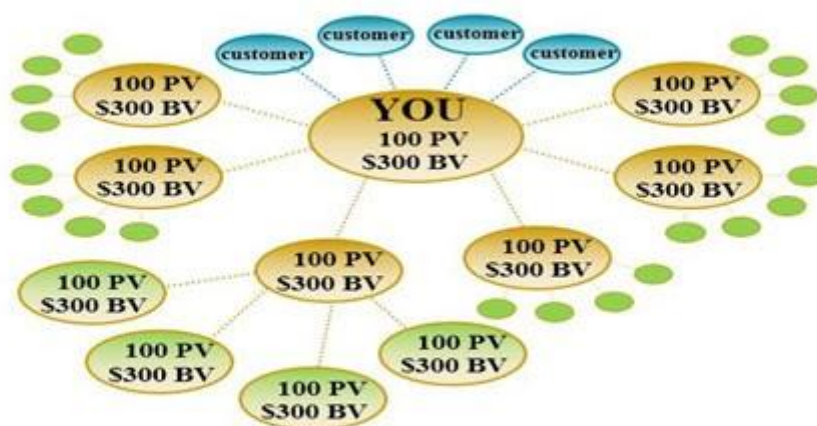
**Slika 18.** Prikaz plana nagrađivanja u poduzeću Amway korak 2.



Izvor: <http://ipblogging.com/amway-compensation-plan-is-the-granddaddy-of-network-marketing-powerhouses/>, dostupno 12.03.2018.

Dolje na slici 19. vidi se, da se distributerova donja linija povećava odnosno da su distributerovi regruti doveli svoje regrute. I dalje distributer zarađuje 30% maloprodajne marže odnosno \$90, a grupni bonus se povećava s povećanjem grupe. Pošto grupa sad broji 31 člana to iznosi 3100 PV što pak iznosi \$9300 BV, što pak velikoj grupi donosi 18% grupnog bonusa tj. ukupno \$1674. Kad se od grupnog bonusa oduzmu ostalih šest grupnih bonusa koji ukupno iznose \$540, distributer dobi bonus za uspješnost od \$1134. Sada ukupna mjesečna zarada distributera iznosi \$1224.

**Slika 19.** Prikaz plana nagrađivanja u poduzeću Amway korak 3.

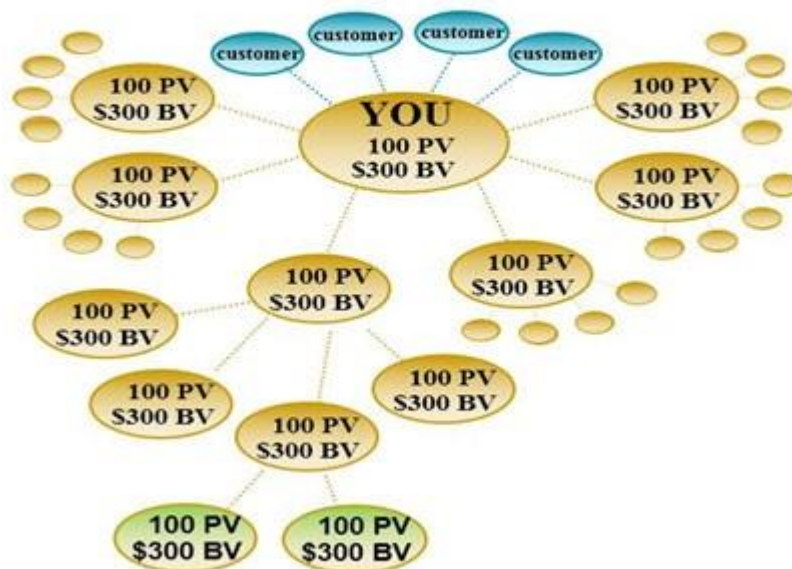


Izvor: <http://ipblogging.com/amway-compensation-plan-is-the-granddaddy-of-network-marketing-powerhouses/>, dostupno 12.03.2018.



Na slici 20. vidi se daljnji rast distributerove donje linije. Distributeri dalje zarađuje 30% maloprodajne marže što iznosi \$90 i bonus za uspješnost. Kako se grupa širi i sad broji ukupno 79 članova, što broji 7900 PV i ukupno \$23700 BV, što pak grupi donosi 25% grupnog bonusa, što iznosi \$5925. Kada se od grupnog bonusa oduzme bonus za 6 manjih grupa koji iznosi ukupno \$2808, dobije se distributerov bonus za uspješnost koji iznosi \$3117. Distributerova mjesečna zarada iznosi \$3207. Ako distributerova grupa od 79 članova uključujući i njega uspije svaki mjesec i to punih 12 mjeseci zaslužiti 25% grupnog bonusa, distributer dobiva nagradu od \$20000.

**Slika 20.** Prikaz plana nagrađivanja u poduzeću Amway korak 4.



Izvor: <http://ipblogging.com/amway-compensation-plan-is-the-grandaddy-of-network-marketing-powerhouses/>, dostupno 12.03.2018.

#### 4.1. Rezultati istraživanja provedenog u Hrvatskoj

Istraživanje je provedeno na temu Mrežni marketing. Provedeno je među raznim skupinama društva, imalo je zadatak provjeriti svjesnost društva o pojmu Mrežni marketing. Svjesnost društva prepoznaje se u nekoliko točaka, od

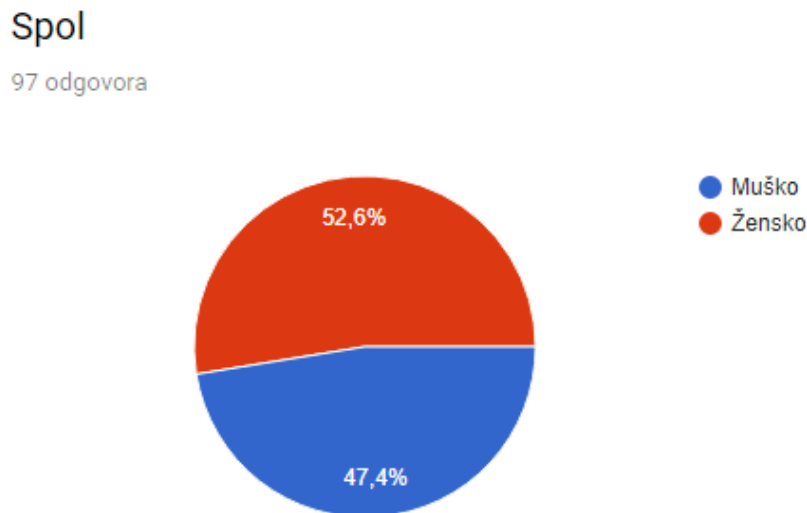


prepoznavanja pojma Mrežni marketing, mišljenja društva da li posluju u Hrvatskoj poduzeća koja rade na principu mrežnog marketinga, da li mrežni marketing (ne) predstavlja priliku za sadašnje i buduće zaposlenike, poznavanja poduzeća Amway i njegovih proizvoda, pa do mišljenja da li je mrežni marketing posao budućnosti.

Metoda koja je korištena za istraživanje bazirana je slanjem e-mail-a, te pozivanjem skupina na pristupanje upitniku putem društvenih mreža. Istraživanje je odrađeno i provedeno pomoću Google forms alata za izradu i provođenje upitnika. U upitniku je sudjelovalo 97 ispitanika, od toga 51 ženski i 46 muških, najviše u dobi od 26 do 35 godina. Istraživanje je provedeno u razdoblju od 05. ožujka 2018. do 13. ožujka 2018. godine.

Rezultati dobiveni iz provedenog istraživanja prikazani su na sljedećim slikama:

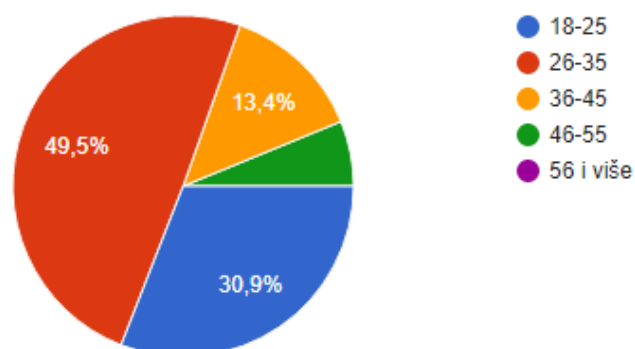
**Slika 21.** Spol ispitanika



**Slika 22.** Dob ispitanika

## Dob

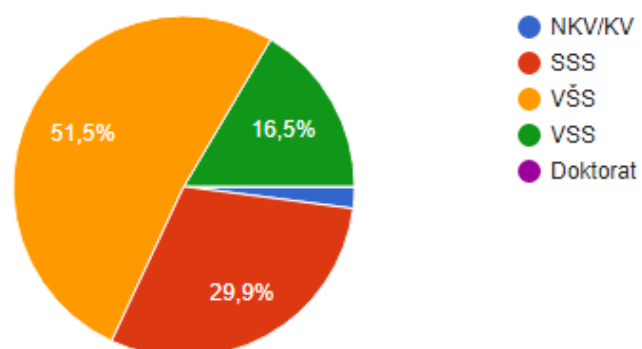
97 odgovora



**Slika 23.** Stupanj obrazovanja ispitanika

## Stupanj obrazovanja

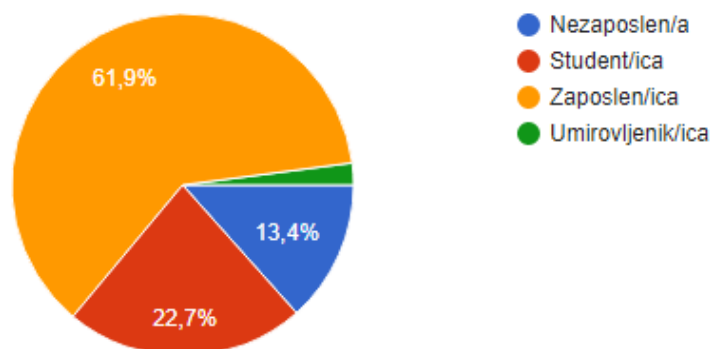
97 odgovora



**Slika 24.** Statusa ispitanika

## Status

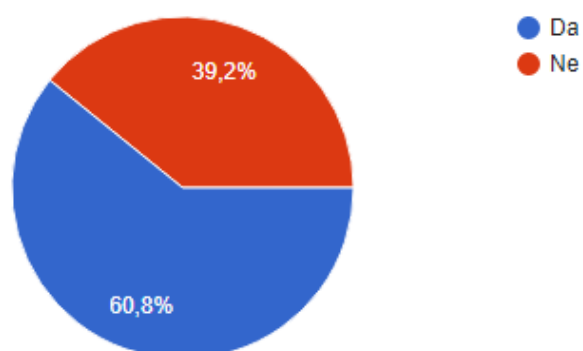
97 odgovora



**Slika 25.** Susretanje s pojmom Mrežni marketing

## Da li ste se susretali s pojmom Mrežni marketing/Multi-level marketing?

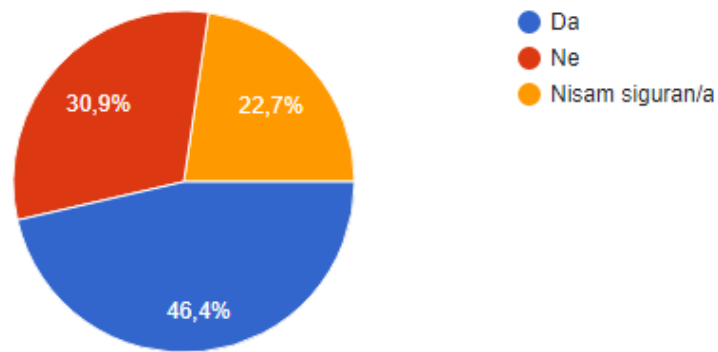
97 odgovora



**Slika 26.** Poznavanje pojma Mrežni marketing

Da li ste upoznati sa značenjem pojma Mrežni marketing/Multi-level marketing?

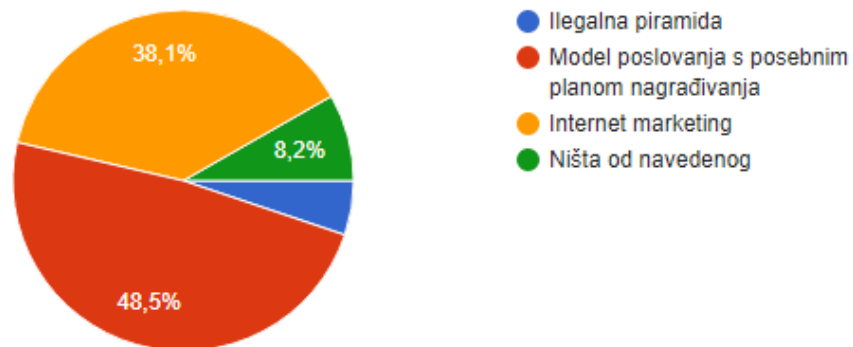
97 odgovora



**Slika 27.** Prepoznavanje mrežnog marketinga

Što mislite da je od navedenog mrežni marketing?

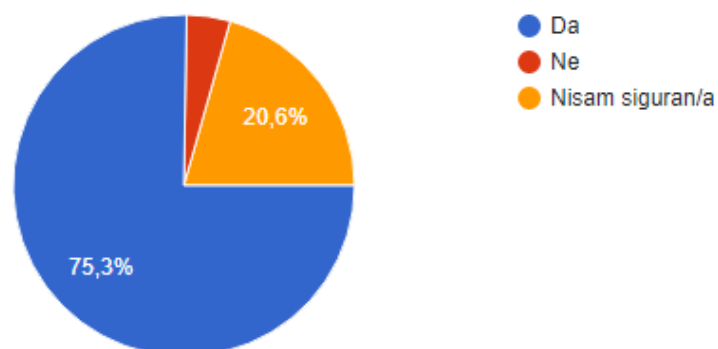
97 odgovora



**Slika 28.** Mišljenje o postojanju MLM poduzeća u Hrvatskoj

Što mislite da li u Hrvatskoj postoje poduzeća koja rade po principu mrežnog marketinga?

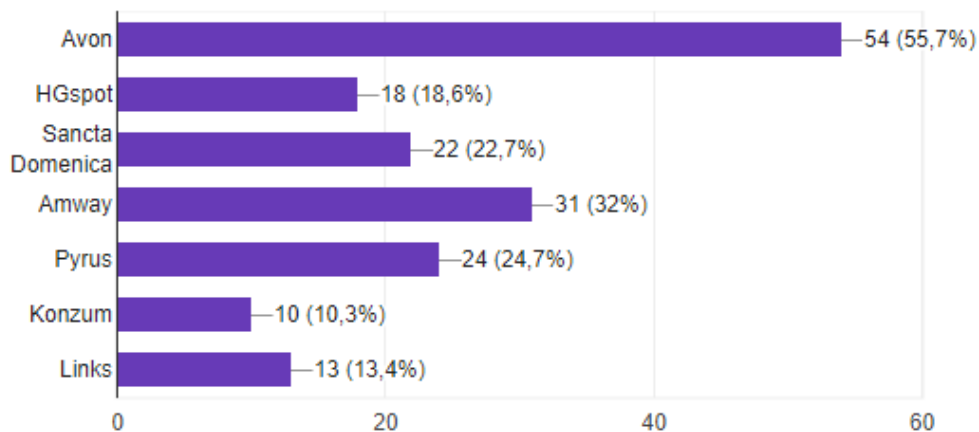
97 odgovora



**Slika 29.** Prepoznavanje MLM poduzeća

Koja od navedenih poduzeća koriste model mrežnog marketinga?

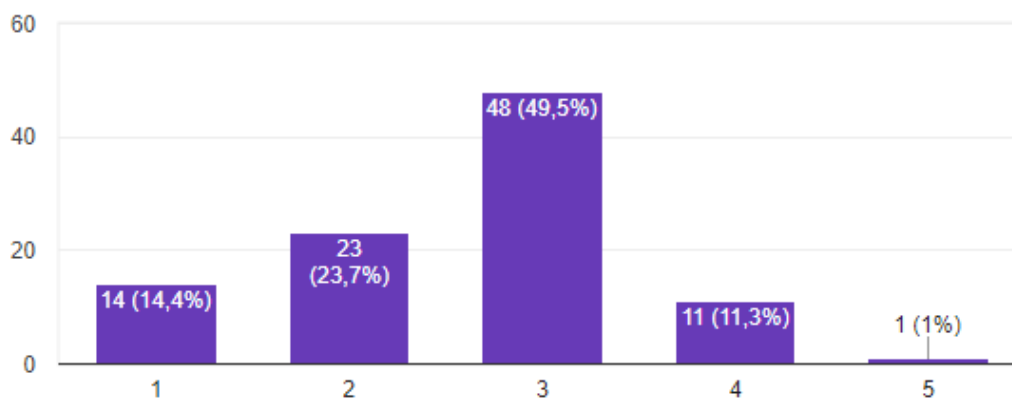
97 odgovora



**Slika 30.** Prilika ili prijetnja za zaposlenike

Da li je mrežni marketing prilika ili prijetnja sadašnjim/budućim zaposlenicima koji rade u takvom modelu (1 - izuzetna prilika; 5 - izuzetna prijetnja)?

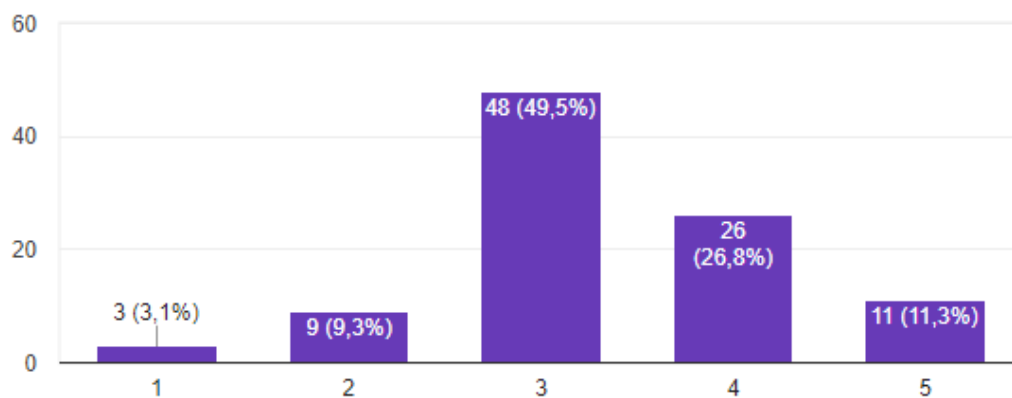
97 odgovora



**Slika 31.** Prilika za nova radna mjesta

Da li mrežni marketing pruža priliku za nova radna mjesta (1 - ne predstavlja uopće; 5 - izuzetno predstavlja)?

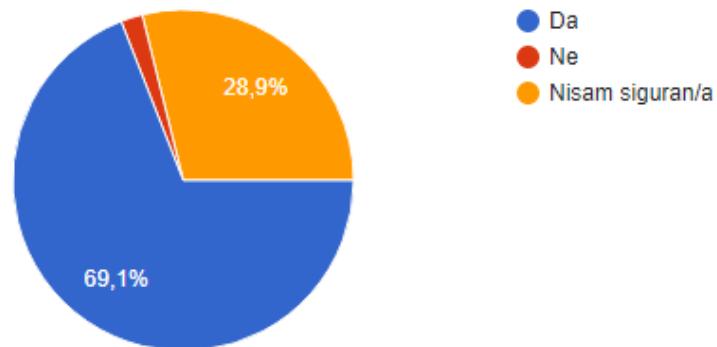
97 odgovora



**Slika 32.** Kupovina proizvoda od MLM poduzeća u Hrvatskoj

Što mislite da li ljudi u Hrvatskoj kupuju proizvode od poduzeća koja posluju mrežnim marketingom?

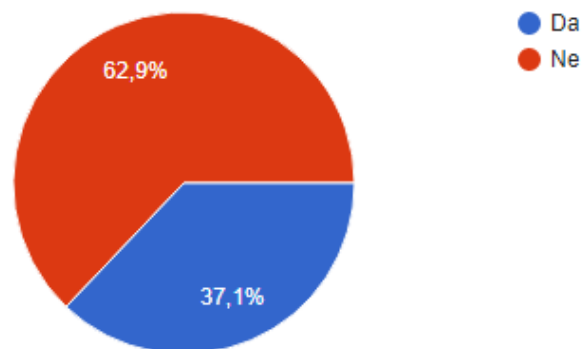
97 odgovora



**Slika 33.** Poznavanje poduzeća Amway

Da li ste čuli za poduzeće Amway?

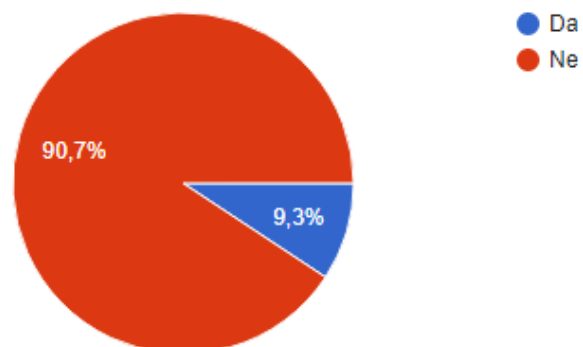
97 odgovora



**Slika 34.** Kupovina Amwayevih proizvoda

Da li ste kupovali Amwayeve proizvode?

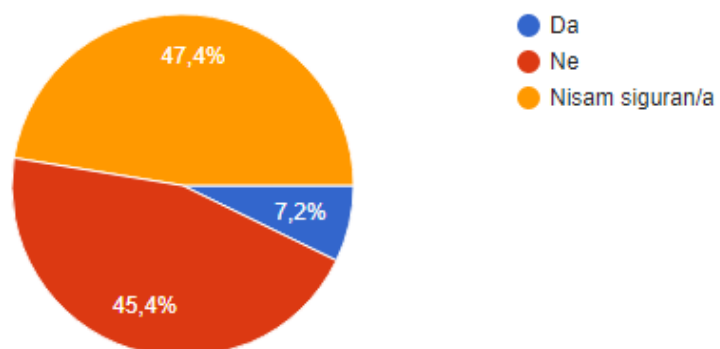
97 odgovora



**Slika 35.** Posao ANP-a

Da li bi radili kao Amwayev nositelj posla?

97 odgovora

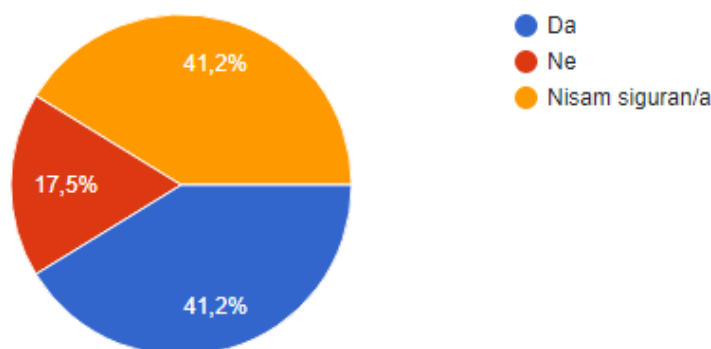




**Slika 36.** Mrežni marketing kao posao budućnosti

## Što mislite da li je mrežni marketing posao budućnosti?

97 odgovora



U ispunjavanju upitnika većina ispitanika je imalo višu stručnu spremu, čak 51,5%, te ih je većina zaposlena i to 61,9%. Na pitanje „Da li ste se susreli s pojmom Mrežni marketing/Multi-level marketing?“ većina ispitanika se susrela i to njih 60,8%, dok se samo njih 46,4% izjasnilo da razumije značenje pojma Mrežni marketing. Iako mnogi od njih miješaju mrežni marketing 48,5% i internet marketing 38,1%. Na pitanje „Što mislite da li u Hrvatskoj postoje poduzeća koja rade po principu mrežnog marketinga?“ većina ispitanika je odgovorila da postoje i to 75,3% njih, što su potvrdili u prepoznavanju poduzeća koja koriste model mrežnog marketinga: Avon 55,7%, Amway 32% i hrvatsko poduzeće Pyrus 24,7%.

Na pitanje „Da li je mrežni marketing prilika ili prijetnja sadašnjim/budućim zaposlenicima koji rade u takvom modelu (1 - izuzetna prilika; 5 - izuzetna prijetnja)?“ većina ispitanika njih 49,5% je ostalo neodlučna, dok njih 23,7% misli da je prilika. Skoro su bili istog mišljenja na pitanje „Da li mrežni marketing pruža priliku za nova radna mjesta (1 - ne predstavlja uopće; 5 - izuzetno predstavlja)?“, pa je njih 49,5% ostalo neodlučno, dok je njih 26,8% odgovorilo da predstavlja priliku za nova radna mjesta. Na pitanje „Što mislite da li ljudi u Hrvatskoj kupuju proizvode od poduzeća koja posluju mrežnim marketingom?“ njih 69,1% je dalo pozitivan odgovor.

Nakon što su se utvrdili neki odgovori, došli smo do pitanja o poznavanju poduzeća Amway, gdje su se ispitanici izjasnili da 62,9% njih nije čulo za poduzeće Amway i da nisu kupovali proizvode od njega njih 90,7%, te da nisu sigurni da li bi radili kao ANP njih 47,4%, dok njih 45,4% ne bi radilo kao ANP. Na pitanje „Što mislite da li je mrežni marketing posao budućnosti?“ njih 41,2% misli da je mrežni marketing posao budućnosti, dok njih također 41,2% nije sigurno da li je mrežni marketing posao budućnosti.

## 5. ZAKLJUČAK

Mrežni marketing je nastao u SAD-u iz kojeg se kasnije počeo širiti diljem svijeta. Mrežni marketing je distribucija dobara i usluga putem mreže stvorene na temelju kontakata i veza između ljudi i sudjelovanja svih članova mreže u aktivnostima distribucije. Može se reći da je mrežni marketing direktna prodaja, a razlikuje se od direktne prodaje po tome što se ista odnosi na metodu distribucije, dok se mrežni marketing posebno odnosi na vrstu plana naknada u direktnoj prodaji. Poduzeće koje nudi takav plan naknada, plaća svoje distributere temeljem njihove prodaje proizvoda, ali i temeljem prodaje proizvoda novih distributera koje je distributer uveo u posao.

Poduzeće nagrađuje prodaju osoba sa provizijom, koja se izračunava temeljem marketinškog plana. Poduzeće ne plaća druge posrednike kao što su uvozničke kuće, veleprodajne trgovine i trgovine na malo. Kompletnu proviziju koju bi plaćalo posrednicima isplaćuje distributerima i distributerovim suradnicima, kao mjesečnu zaradu ili bonus koji su osobno ostvarili. Svaki novi distributer kupuje robu po nižim cijenama i ostvaruje svoju zaradu na razlici između nabavne i prodajne cijene. Osoba čiji je identifikacijski broj zapisan pri izradi narudžbe nagrađen je za prodaju. Bonus sustav u mrežnom marketingu omogućuje generiranje pasivnog dohotka, odnosno prihoda koji nije izravni učinak djela prodaje, već tu spadaju bonusi za uspješnost, bonusi grupe i ostale nagrade.

Mnogi poistovjećuju mrežni marketing s ilegalnom piramidom. Ključna razlika između mrežnog marketinga i ilegalne piramide jest da mrežni marketing pokreće proizvod ili usluga, a sve isplate se vrše za prodaju tog proizvoda ili usluge, a ne za zapošljavanje. Nasuprot tome, ilegalna piramida obično ne nudi nikakav proizvod s bilo kakvom realnom vrijednošću, a djeluje na principu plaćanja za zapošljavanje. Dakle, samo se novac kreće kroz mrežu koju je stvorila piramida, a nitko ne dobiva vrijedan proizvod u zamjenu za novac koji se plaća. Po tome bi zaključili da su Avon, Amway, Tuperware, Zepter i ostali ilegalne piramide. U Hrvatskoj se još uvijek nije dala dovoljna pažnja ovoj tematici jer nema puno stručne literature koja obrađuje ovo područje. Može se opravdati činjenica da u Hrvatskoj nema puno poduzeća koja koriste takav model, a i poduzeća koja postoje su relativno mlada.

Rezultati istraživanja pokazali su da pojam Mrežni marketing nije baš shvaćen u hrvatskoj javnosti i da ga se poistovjećuje s Internet marketingom. Također se može reći da ljudi ne znaju da poduzeća od kojih kupuju proizvode posluju temeljem mrežnog marketinga. Po pitanju posla i novih radnih mjesta koje stvara mrežni marketing, također je javnost neodlučna iz čega se može zaključiti da ne shvaćaju takav model poslovanja, kao i sam pojam mrežni marketing.

U Varaždinu,

29.05.2018.

Potpis:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'A. M. B.', written over a horizontal line.

# Sveučilište Sjever

UNIVERSITY  
NORTH



SVEUČILIŠTE  
SIEVER

## IZJAVA O AUTORSTVU

I

## SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Saša Alvađ pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor diplomskog rada pod naslovom Mrežni marketing na primjeru poduzeća Amway te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student:

Saša Alvađ

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Saša Alvađ neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom diplomskog rada pod naslovom Mrežni marketing na primjeru poduzeća Amway čiji sam autor.

Student:

Saša Alvađ

## LITERATURA

### Knjige:

1. Donovan C., (2014), Multi-level Marketing: Starting Out and Succeeding With Multi-Level Marketing, Business Process Publishing, Atlanta
2. James S., (2013), Make Your Mark With Multi-Level Marketing - A Complete Reference Guide for Multi-Level Marketing Entrepreneurs, Lulu Press Inc., Morrisville
3. Scott G.G., (2013), Success in MLM Network Marketing and Personal Selling, Booktango, Bloomington

### Stručni časopisi:

1. Gregor B., Wadlewski A., (2013), Multi Level Marketing as a business model, Marketing of Scientific and Research Organizations, no. 1(7)/2013
2. Keep W.W., Vander Nat P.J., (2014), Multilevel Marketing and Pyramid Schemes in the United States: An Historical Analysis, Journal of Historical Research in Marketing, no. 4(11)/2014

### Radovi:

1. Iacobucci D., Grayson K., (1998), Network Marketing: Embedded Exchange?
2. Mehta Neelkanth S., (2007), Network Marketing

### Internet stranice:

1. [https://hr.wikipedia.org/wiki/Mre%C5%BEi\\_marketin\\_g](https://hr.wikipedia.org/wiki/Mre%C5%BEi_marketin_g), (23.1.2018.)
2. <https://croatia.calivita.com/why-mlm/>, (02.02.2018.)
3. <https://geek.hr/saniell/2014/03/sto-je-mlm-multy-level-marketing/>, (04.02.2018.)
4. <http://rajnabanovac.com/2016/10/21/povijest-mlm-a/>, (06.02.2018.)
5. <http://www.directsellingeurope.eu/faq/what-difference-between-direct-selling-and-multilevel-marketing/>, (10.02.2018.)
6. <https://www.mlmyug.com/blog/binary-mlm-plan-calculation-compensation/>, (11.02.2018.)
7. <https://www.mlmyug.com/blog/mlm-matrix-plan/>, (11.02.2018.)
8. <https://promlmssoftware.com/features/mlm-compensation-plans/>, (11.02.2018.)
9. <https://promlmssoftware.com/features/mlm-compensation-plans/>, (11.02.2018.)
10. <https://medium.com/@sapnaedu/how-does-unilevel-mlm-work-561050bd010e>, (11.02.2018.)
11. <https://www.mlmyug.com/mlm-software-plan/stair-step-plan/>, (11.02.2018.)
12. <https://promlmssoftware.com/linear-compensation-plan/>, (11.02.2018.)
13. <https://www.mlmyug.com/mlm-software-plan/australian-binary-plan/>, (11.02.2018.)

14. <http://www.nanoarchsoftware.com/mlm-software/australian-binary-plan>, (11.02.2018.)
15. <https://cloudmlmsoftware.com/mlm-plan/mlm-generation-plan>, (11.02.2018.)
16. <https://promlmssoftware.com/party-plan-mlm-software/>, (11.02.2018.)
17. <https://infinitemlmssoftware.com/binary-plan-calculation-compensation.php>, (15.02.2018.)
18. <https://www.mlmyug.com/mlm-software-plan/matrix-plan>, (16.02.2018.)
19. <https://infinitemlmssoftware.com/matrix-plan.php>, (16.02.2018.)
20. <https://infinitemlmssoftware.com/mlm-plans.php>, (17.02.2018.)
21. <https://infinitemlmssoftware.com/unilevel-plan.php>, (17.02.2018.)
22. <https://www.epixelmlmssoftware.com/unilevel-mlm-software>, (17.02.2018.)
23. <https://infinitemlmssoftware.com/stair-step-break-away-plan.php>, (17.02.2018.)
24. <https://infinitemlmssoftware.com/mlm-plans.php>, (17.02.2018.)
25. <https://infinitemlmssoftware.com/stair-step-break-away-plan.php>, (17.02.2018.)
26. <https://www.epixelmlmssoftware.com/monoline-plan-mlm>, (17.02.2018.)
27. <https://infinitemlmssoftware.com/monoline-mlm-plan.php>, (17.02.2018.)
28. <https://infinitemlmssoftware.com/australian-binary-plan.php>, (17.02.2018.)
29. <https://www.epixelmlmssoftware.com/australian-X-Up-mlm-software>, (18.02.2018.)
30. <https://infinitemlmssoftware.com/australian-x-up-plan.php>, (18.02.2018.)
31. <https://infinitemlmssoftware.com/board-plan.php>, (18.02.2018.)
32. <https://www.epixelmlmssoftware.com/generation-plan-mlm-software>, (18.02.2018.)
33. <https://infinitemlmssoftware.com/generation-plan.php>, (18.02.2018.)
34. <https://infinitemlmssoftware.com/party-plan-mlm-software.php>, (18.02.2018.)
35. <https://www.epixelmlmssoftware.com/spillover-binary-mlm>, (19.02.2018.)
36. <https://www.amway.hr/about-amway-new/global>, (10.03.2018.)
37. <https://www.amway.hr/about-amway-new/global#1513866=2>, (10.03.2018.)
38. <https://www.amway.hr/about-amway-new/global#1513866=3>, (10.03.2018.)
39. <https://www.amway.hr/about-amway-new/did-you-know>, (10.03.2018.)
40. <https://www.amway.hr/about-amway-new/responsible-1-new/vision-and-values>, (10.03.2018.)
41. <https://www.amway.hr/about-amway-new/responsible-1-new/people-products-performance>, (10.03.2018.)
42. <https://www.amway.hr/about-amway-new/global/local>, (10.03.2018.)
43. <https://www.amway.hr/about-amway-new/amway-community-1/how-it-works>, (10.03.2018.)
44. <https://www.amway.hr/pokrenite-posao/prikaz-poslovanja>, (10.03.2018.)
45. <https://www.amway.hr/pokrenite-posao/zapocnite-posao>, (10.03.2018.)
46. <https://www.amway.hr/pokrenite-posao/prednosti>, (10.03.2018.)
47. <https://www.amway.hr/pokrenite-posao/kako-djeluje-amway>, (10.03.2018.)

## POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1. Simbolički prikaz ljudi povezanih u mrežu.....	3
Slika 2. Slika prodaje proizvoda na kućnom pragu.....	8
Slika 3. Prikaz procesa prodaje tradicionalnog marketinga i mrežnog marketinga.....	11
Slika 4. Prikaz sheme binarnog plana.....	16
Slika 5. Prikaz sheme plana matrice.....	18
Slika 6. Prikaz sheme Unilevel plana.....	20
Slika 7. Simbolički prikaz povećanja plaće.....	21
Slika 8. Prikaz napredovanja po razinama u stair step planu.....	22
Slika 9. Prikaz sheme linearnog plana.....	24
Slika 10. Prikaz sheme australskog binarnog plana.....	25
Slika 11. Prikaz sheme australskog x up plana.....	26
Slika 12. Prikaz sheme plana odbora.....	28
Slika 13. Prikaz sheme generacijskog plana.....	29
Slika 14. Prikaz sheme binarnog plana prelijevanja.....	31
Slika 15. Prikaz funkcioniranja Amwaya.....	34
Slika 16. Prikaz bonusa za uspješnost u poduzeću Amway.....	35
Slika 17. Prikaz plana nagrađivanja u poduzeću Amway korak 1.....	36
Slika 18. Prikaz plana nagrađivanja u poduzeću Amway korak 2.....	37
Slika 19. Prikaz plana nagrađivanja u poduzeću Amway korak 3.....	37
Slika 20. Prikaz plana nagrađivanja u poduzeću Amway korak 4.....	38
Slika 21. Spol ispitanika.....	39
Slika 22. Dob ispitanika.....	40
Slika 23. Stupanj obrazovanja ispitanika.....	40



Slika 24. Statusa ispitanika.....	41
Slika 25. Susretanje s pojmom Mrežni marketing.....	41
Slika 26. Poznavanje pojma Mrežni marketing.....	42
Slika 27. Prepoznavanje mrežnog marketinga.....	42
Slika 28. Mišljenje o postojanju MLM poduzeća u Hrvatskoj.....	43
Slika 29. Prepoznavanje MLM poduzeća.....	43
Slika 30. Prilika ili prijetnja za zaposlenike.....	44
Slika 31. Prilika za nova radna mjesta.....	44
Slika 32. Kupovina proizvoda od MLM poduzeća u Hrvatskoj.....	45
Slika 33. Poznavanje poduzeća Amway.....	45
Slika 34. Kupovina Amwayevih proizvoda.....	46
Slika 35. Posao ANP-a.....	46
Slika 36. Mrežni marketing kao posao budućnosti.....	47