

Univerzita Pardubice

Fakulta ekonomicko-správní

Multilevel marketing a jeho aplikace ve vybrané finanční společnosti

Radim Fiala

**Bakalářská práce
2016**

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Radim Fiala**
Osobní číslo: **E13326**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Ekonomika a provoz podniku**
Název tématu: **Multilevel marketing a jeho aplikace ve vybrané finanční společnosti**
Zadávací katedra: **Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

Z á s a d y p r o v ý p r a c o v á n í :

Práce se zabývá problematikou multilevel marketingu v konkrétním podniku. Cílem práce je na základě identifikace a zhodnocení multilevel marketingového přístupu ve vybraném podniku stanovit soubor doporučení vedoucí k zefektivnění využívání této marketingové strategie v podniku.

Osnova:

- Vymezení základních pojmů z oblasti multilevel marketingu a jeho vývoj.
- Výhody a nevýhody využití této marketingové strategie.
- Multilevel marketing ve finančním poradenství.
- Charakteristika multilevel marketingového přístupu ve vybraném podniku.
- Zhodnocení a návrhy.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **cca 50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

KIYOSAKI, R. T., LECHTER, S. L., Bohatý Táta, chudý táta: co bohatí učí svoje děti a chudí a střední vrstvy ne. Praha: Pragma, 2001, 214 s. ISBN 80-7205-822-3

KIYOSAKI, R. T., FLEMING, J., KIYOSAKI, K., Byznys pro 21. století. Praha: Pragma, 2011, 180 s. ISBN 9788073492854.

FAILLA, D., Základy úspěšného vybudování multi-level marketingové organizace. 4. vydání Brno: Alman Jiří, 2010, 114 s. ISBN 978-80-87426-11-1

PATKA, F., Rubikon MLM - kostky jsou vrženy. 1. vydání: Patka Filip, 2011, 140 s. ISBN 978-80-254-9055-6

Vedoucí bakalářské práce:


doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.

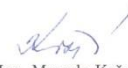
Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **29. září 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **29. dubna 2016**


doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D.
děkanka

L.S.


doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 29. září 2015

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Nesouhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 29. dubna 2016

Radim Fiala

PODĚKOVÁNÍ:

Rád bych poděkoval doc. Ing. Marcele Kožené, Ph.D., vedoucí práce, a Ing. Lucii Jelínkové, konzultantce, za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které významně přispěly k vypracování této bakalářské práce.

Rovněž děkuji všem, kteří byli ochotni mi poskytnout potřebné informace z praxe. Jmenovitě, Martinu Vohralíkovi, řediteli společnosti Profi-Advisors, s. r. o.

V neposlední řadě bych chtěl také poděkovat mé rodině a přátelům za jejich podporu a trpělivost po celou dobu mého studia.

ANOTACE

Práce je zaměřena na problematiku multilevel marketingu ve finančním poradenství. Je zde provedena charakteristika multilevel marketingového přístupu v podniku Profi-Advisors, s. r. o. Na základě jeho zhodnocení je uveden dále soubor doporučení pro zefektivnění fungování tohoto podniku.

KLÍČOVÁ SLOVA

Multilevel marketing, finanční poradenství, odměňování, karierní řád

TITLE

Multilevel marketing and its application in the selected financial company

ANNOTATION

This thesis is focused on the problematic of multilevel marketing in financial advisory. The thesis includes characteristic of multilevel marketing approach in Profi-Advisors, L.t.d. Based on its assessment is created a set of recommendations for improving of current situation of this company.

KEYWORDS

Multilevel marketing, financial advisory, remuneration policy, career plan

Obsah

| | |
|--|--|
| Úvod | 10 |
| 1 Vymezení základních pojmů z oblasti multilevel marketingu a jeho vývoj | 12 |
| 1.1 Multilevel marketing | 12 |
| 1.2 Multilevel marketing vs. Pyramidové, Letadlové hry | 13 |
| 1.2.1 Princip pyramidy, letadla, Ponziho schéma..... | 13 |
| 1.2.2 Legislativa Ponziho schématu a Pyramidových her | 14 |
| 1.3 Historie multilevel marketingu..... | 15 |
| 2 Výhody a nevýhody využití multilevel marketingu | 18 |
| 2.1 Výhody multilevel marketingu..... | 18 |
| 2.2 Nevýhody multilevel marketingu | 19 |
| 2.3 Multilevel marketing vs. ostatní druhy podnikání..... | 19 |
| 3 Multilevel marketing ve finančním poradenství | 21 |
| 3.1 Finanční poradenství | 21 |
| 3.2 Finančně poradenské společnosti využívající multilevel marketing | 22 |
| 3.3 Kiyosakiho kvadrant..... | 22 |
| 4 Charakteristika multilevel marketingového přístupu ve vybraném podniku. Chyba! Záložka není definována. | |
| 4.1 Představení vybraného podniku | Chyba! Záložka není definována. |
| 4.1.1 Nabízené produkty..... | Chyba! Záložka není definována. |
| 4.1.2 Konkurence | Chyba! Záložka není definována. |
| 4.2 Charakteristika MLM přístupu | Chyba! Záložka není definována. |
| 4.2.3 Kariérní řád..... | Chyba! Záložka není definována. |
| 4.2.4 Systém odměňování..... | Chyba! Záložka není definována. |
| 5 Zhodnocení a návrhy | Chyba! Záložka není definována. |
| Závěr | Chyba! Záložka není definována. |
| Použitá literatura | 25 |

Seznam tabulek

| | |
|--|--|
| Tab. č. 1: MLM společnosti působící v ČR | 17 |
| Tab. č. 2: Top 10 společností s největším obratem v MLM ve světě..... | 17 |
| Tab. č. 3: Finančně poradenské společnosti v České republice | 22 |
| Tab. č. 4: Počty registrovaných PPZ pod největšími finančně poradenskými společnostmi | Chyba! Záložka není definována. |
| Tab. č. 5: Ohodnocení jednotlivých zprostředkovaných produktů | Chyba! Záložka není definována. |
| Tab. č. 6: Rozdílové provize ve společnosti Profi-Advisors, s.r.o..... | Chyba! Záložka není definována. |

Seznam obrázků

| | |
|--|--|
| Obr. č. 1: Pyramidové schéma | 14 |
| Obr. č. 2: Cashflow kvadrant..... | 23 |
| Obr. č. 3: Kariérní řád společnosti Profi-Advisors, s.r.o..... | Chyba! Záložka není definována. |

Seznam zkratek

| | |
|----------|--|
| a. s. | Akciová společnost |
| apod. | A tak podobně |
| atd. | A tak dále |
| bil. | Bilion |
| č. | Číslo |
| ČR | Česká republika |
| FO | Fyzická osoba |
| Kč | Koruna česká |
| mil. | Milion |
| MLM | Multilevel marketing |
| OSVČ | Osoba samostatně výdělečně činná |
| PPZ | Podřízený pojišťovací zprostředkovatel |
| PO | Právnícká osoba |
| Sb. | Sbírka zákonů |
| s. r. o. | Společnost s ručením omezeným |
| tzv. | Takzvaný |

Úvod

Na kapitálových trzích je velké množství společností zabývajících se finančním poradenstvím. Tyto společnosti si konkurují, ale i vzájemně kooperují s cílem maximalizovat svůj zisk. Většina z těchto společností funguje na principu multilevel marketingu (dále jen MLM), protože ho považují za nejlepší způsob jak dosáhnout svých cílů. Pro jejich dosažení využívají nezávislé finanční poradce, kteří jsou odměňováni na základě provizí od finančních institucí, pro které zprostředkovávají obchody. Z těchto provizí je z části placena i firma, která získané peněžní prostředky využívá pro svůj rozvoj a školení svých pracovníků.

Většina společností zaměřených na finanční poradenství se v České republice neseťká s příliš dobrými ohlasy, nejen z důvodu špatné informovanosti, ale i proto, že využívají právě velice nepopulární princip MLM. Přitom se jedná o velice perspektivní model, jeho „nepopulárnost“ u široké veřejnosti vychází z předsudků lidí, kteří nemají s tímto systémem často žádnou zkušenost, anebo se stali součástí pyramidových her, ve kterých přišli o své finanční prostředky.

Vzhledem k aktuálnosti této problematiky, praktickým zkušenostem a rostoucímu významu uplatňování principu MLM ve světě se tato bakalářská práce zabývá aplikací MLM přístupu ve finančně poradenské společnosti Profi-Advisors, s.r.o.

Teoretická část práce je zaměřena na charakteristiku MLM a na definice často zaměňovaných pojmů jako jsou pyramidové hry nebo Ponzioho schéma. Uvedena je i historie tohoto systému, jeho počátky a také negativní a pozitivní zkušenosti lidí, kteří s tímto systémem přišli do styku. Poté jsou charakterizovány veškeré výhody a nevýhody plynoucí pro společnosti využívající tento princip. Na závěr bude přiblížena činnost firem využívajících MLM.

V praktické části je představena konkrétní finančně poradenská společnost Profi-Advisors, s.r.o. a podrobný popis způsobu uplatňování MLM v této společnosti. Bude zde podrobně popsána charakteristika vybraného podniku, jaké produkty firma umožňuje zprostředkovávat svým zákazníkům a také podrobná analýza konkurenčních společností. Dále budou popsány principy MLM, které jsou ve společnosti nejvíce patrné v kariérním řádu, v systému odměňování a v práci s pracovníky ve firmě. Kapitola zhodnocení a návrhy bude obsahovat souhrn zjištěných poznatků o uplatňování MLM ve společnosti v konkrétních oblastech. Tyto poznatky budou zhodnoceny a v případě nedostatků budou navrženy možnosti řešení.

Cílem práce je na základě identifikace a zhodnocení MLM přístupu ve vybraném podniku stanovit soubor doporučení vedoucí k zefektivnění využívání tohoto marketingového přístupu.

1 Vymezení základních pojmů z oblasti multilevel marketingu a jeho vývoj

Tato kapitola je věnována vymezení základních pojmů z oblasti multilevel marketingu (dále jen MLM), problematice zaměňování MLM za ilegální pyramidové nebo letadlové hry a vývoj MLM v České republice i světě.

1.1 Multilevel marketing

Kiyosaki označil MLM jako „byznys 21. století“ [11]. Kalench [8] zdůrazňuje, že základní předností tohoto způsobu podnikání je možnost vybrat si své spolupracovníky, svého nadřízeného a organizovat si svůj čas. V další své knize označuje síťový marketing jako „trend budoucnosti“ v oblasti svobodného podnikání, jelikož spojuje dva stěžejní principy, a to vytváření sítí a marketing [9]. Patka uvádí, že „*jediný důvod proč někteří lidé ještě nejsou součástí MLM, je ten, že nevědí, o co jde!*“ [17]

Vzhledem k tomu, že neexistuje všeobecně uznávaná definice síťového marketingu, network marketingu, MLM nebo víceúrovňového marketingu, definují autoři tento pojem často zejména z vlastních zkušeností. Obecně by se dalo říci, že je to systém, ve kterém pracovník dostává provize nejen za vlastní odvedenou práci, ale i za práci svých podřízených, které sám přivedl. [13]

Toman překládá MLM následovně: Multi – více, level – úroveň a marketing vyjadřuje definicí: „*Marketing je způsob, jak správné zboží za správnou cenu správně nabídnout správnému zákazníkovi ve správný čas na správném místě.*“ [27]

Failla označuje MLM jako strukturální prodej. Toto slovní spojení rozdělil a definoval následovně: „*Prodejem označujeme zpravidla pohyb výrobku od výrobce ke spotřebiteli nebo službu poskytovanou provozovatelem zákazníkovi. Struktura se vztahuje na systém odměňování těch, kteří se o běh prodeje starají.*“ [3]

Zatímco Poe uvedl, že: „*Síťový marketing je jakákoli marketingová metoda, která umožňuje nezávislým obchodním zástupcům získávat nové spolupracovníky a z jejich prodeje pobírat provize.*“ [18]

Termín mnohvrstevný marketing lze poté definovat jako: „*přímý prodej výrobků a služeb prováděný osobně přímo spotřebitelům v jejich domácnostech nebo v místě mimo stálou provozovnu prostřednictvím nezávislých distributorů nebo prodejců, kteří mohou získávat svoji odměnu jednak za vlastní prodejní obrat, jednak v závislosti na prodejním obratu těch, které k tomuto podnikání oni nebo jiné osoby přivedli.*“ [21]

Základem úspěchu v MLM je uvěření v produkt nebo službu, které jsou nabízeny, tzv. být přesvědčen o kvalitách produktu či služby. Z toho důvodu je třeba pečlivě zvážit jaký typ multilevelové firmy bude daný prodejce zastupovat. [17]

1.2 Multilevel marketing vs. Pyramidové, Letadlové hry

Společnost obecně mylně vnímá a zaměňuje pojem MLM za „letadlo“ či „pyramidu“. Zatímco MLM lze dle zákona provozovat, pyramidové nebo letadlové hry jsou ilegální. Základním rozdílem mezi těmito přístupy k prodeji je, že u MLM je mimo vstupu – kapitálu také výstup ve formě výrobku nebo služby, oproti tomu u letadlových či pyramidových her výstup chybí.

1.2.1 Princip pyramidy, letadla, Ponziho schéma

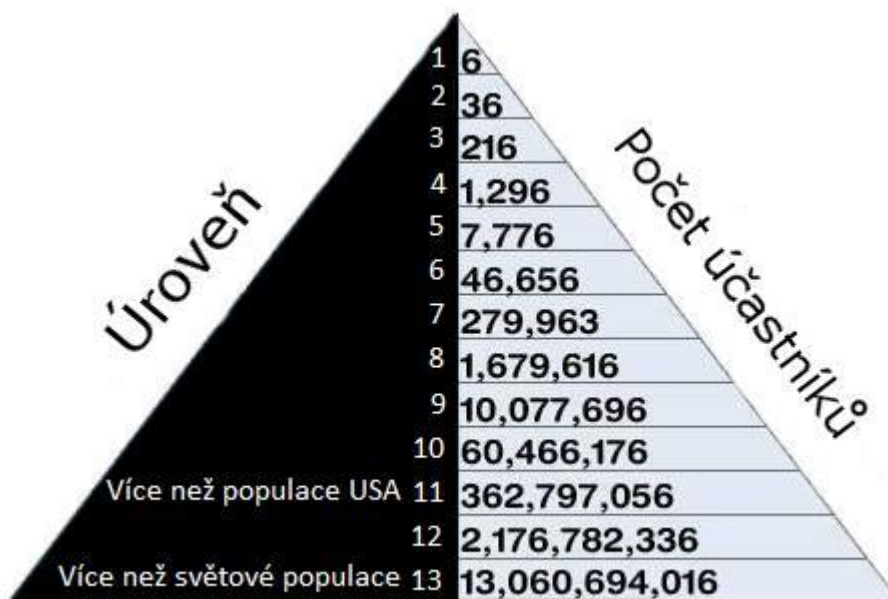
Literatura uvádí, že za předchůdce MLM se dají považovat takzvané řetězové dopisy, které byly rozšířené zejména ve 20. století. Jejich princip spočíval v hromadném rozesílání dopisů za odměnu. Za přerušení tohoto řetězového způsobu rozesílání dopisů naopak byly stanoveny sankce. Dnes je možné se s tímto principem setkat zejména na internetu. Příkladem může být email obsahující soubory, které varují před viry a zároveň vyzývají uživatele k přeposlání tohoto varování. Bohužel tyto emaily často obsahují viry a uživatel je včetně nechtěného obsahu rozesílá dál. [1]

Dalším velmi inspirativním předchůdcem Pyramidového modelu byl Ital Charles Ponzi. Emigroval na počátku 20. století do USA, kde založil firmu Securities Exchange Company. U této společnosti bylo možné zhodnotit vložené peníze za 45 dní o 50% a za 90 dní o 100%. Nejdříve byly peníze vypláceny všem dle dohody, což vedlo k neustálému nárůstu nových investorů. Zanedlouho činil příjem z této činnosti až 250 000 dolarů za den. Vzhledem k tomu, že zhodnocení vkladů nebylo uskutečňováno na základě investiční činnosti, nýbrž pouze generováním nových vkladů, vznikl problém s vyplácením peněz. Nebylo možné vyplatit všechny investory. Tento proces nebyl dlouhodobě udržitelný, i přesto, že společnost vykazovala zisk, byla v několikamilionových dluhích a v roce 1920 zkrachovala. Před odsouzením Ponziho za tuto trestnou činnost bylo oklamáno dle různých zdrojů až 40 000 lidí a celková výše dluhu firmy dosahovala asi 6 milionů dolarů. [1]

Z těchto kořenů vznikly dnešní Pyramidové a Letadlové hry. Tyto hry jsou dnes považovány za nelegální a jejich provozování je zakázáno. Nicméně Ponziho schéma a Pyramidové hry jsou rozdílné, avšak často zaměňované modely.

Ponziho schéma (někdy označované jako letadlo) je pojmenováno dle již zmiňovaného Charlese Ponziho. Toto schéma funguje na principu nadprůměrného zhodnocování investic. Ovšem k investování peněz nedochází. Provozovatelem jsou pouze vypláceny peněžní prostředky z dalších investovaných vkladů od nových investorů, pod záminkou, že jde o zhodnocení investovaných peněz. Část vkladů je použita pro vlastní potřeby provozovatele, tzn., aby mohlo dojít k vyplácení zúročených vkladů investorům, musí být zajištěn příchod nových investorů. [26][14]

Princip Pyramidové hry se liší od Ponziho schématu zejména tím, že nejdříve je účtován vstupní poplatek za možnost zapojení se do tohoto systému a vykonávání různých činností, například nabírání nových členů. Po zaplacení poplatku se pracovníci stávají součástí Pyramidové hry a jsou zařazeni pod ostatní členy, kteří byli v systému před nimi. Pro nově příchozí již zde není možnost dostat se na vrchol pyramidy, a proto musí zajistit příchod nových členů, kteří jim budou generovat další peníze. Podmínkou fungování pyramidy je exponenciální růst účastníků, naneštěstí je číslo účastníků po několika krocích tak vysoké, že se její růst zpomalí a nakonec i zastaví a celá pyramida spadne. Následkem toho zůstane velké množství ztracených vstupních poplatků, které členové zaplatili. [14]



Obr. č. 1: Pyramidové schéma

Zdroj: přeloženo a upraveno dle: [22]

1.2.2 Legislativa Ponziho schématu a Pyramidových her

Z právního hlediska je mnohdy obtížné rozpoznat, zda se jedná o ilegální způsob podnikání. Zejména potom u Pyramidových her, kdy společnosti skrývají svou činnost za

poplatky za školení nebo produkty, které jsou mnohdy několikanásobně nadhodnocené nebo neexistující, a tyto společnosti tak vystupují jako legální multilevelové společnosti.

Provozování Ponziho schématu je definováno jako trestný čin podvodu, dle § 209 trestního zákona č. 40/2009 Sb.

U Pyramidových her je trestný čin definován dle § 213 Provozování nepoctivých her a sázek trestního zákona č. 40/2009 Sb. [14]

1.3 Historie multilevel marketingu

Vývoj MLM lze datovat do následujících milníků:

Vývoj 1920 – 1959

Historie MLM se datuje do 20. let minulého století. V pátek 17. ledna roku 1920 byla v USA vyhlášena prohibice s cílem snížit kriminalitu v zemi. Později se ukázalo, že prohibice měla zcela opačný účinek. Představitelé tamních gangů (např. Al Capone, Vincent Drucci nebo Charles Lucky Luciano) využili prohibici pro zvýšení svých příjmů. Jejich snaha o větší zisk vedla ke zdokonalování způsobu prodeje. Toto zdokonalení spočívalo v novém způsobu odměňování, které nebylo založeno pouze na množství prodáváného alkoholu, ale i na příchodu nových „pašeráků“. Dle tohoto nově zavedeného systému bylo odměňování nastaveno podle následujících kritérií: množství prodaného zboží, počet nových prodejců a množství prodaného zboží novými prodejci. Nový způsob prodeje se stal velice efektivním. Paradoxně se v USA začalo prodávat několikanásobně více alkoholu než před prohibicí, proto byla prohibice po několika letech zrušena. [27][5][6]

Nedílnou součástí 20. let byl také již zmiňovaný Charles Ponzi, který by neměl být v této historii opomenut.

V roce 1934 byla založena firma California Vitamins, později přejmenovaná na Nutrilite. V té době nebyla jedinou společností fungující na bázi přímého prodeje, ale jako jediná nabízela legální víceúrovňový systém odměňování. Každý ve společnosti si mohl vybudovat vlastní nezávislou prodejní síť, která prodávala vitamíny a potravinové doplňky California Vitamins. [6]

Poté co společnost začala pomalu upadat, dva nejlepší obchodníci Nutrilite - Rich Devos a Jay van Andel, se rozhodli spolu založit v roce 1959 společnost, která je známá dodnes, The Amway corporation. Zakladatelé nabídli svým zaměstnancům možnost i nadále prodávat

některé produkty z předchozí společnosti, ovšem už ne pod její záštitou. Po několika letech zdařilého obchodování koupila společnost Amway společnost Nutrilite. [6]

Vývoj 1960-1980

Od 60. let fungovalo ve světě asi 30 multilevelových společností. Jako příklad lze uvést společnost Turner Enterprises, kterou založil v roce 1960 Glen Turner. S využitím svých dovedností vybudoval firmu zastřešující několik malých MLM společností, které nabízely zákazníkům velké množství produktů. Turner Enterprises fungovalo na ilegálním pyramidovém systému, protože finance nepocházely z prodaných výrobků, ale od nových členů, kteří začínali ve společnosti pracovat. Nedostatečná legislativa umožňovala Glenu Turnerovi ve svém podnikání pokračovat. O několik let později, s příchodem nových zákonů, byl Turner za tuto činnost odsouzen. [6]

Rok 1975 byl pro budoucí vývoj MLM zcela zásadní. V souvislosti s tzv. Pyramidovým zákonem obvinila FTC (Federal Trade Commission) několik MLM společností, včetně Amway corporation. Asi po 4 letech dlouhých soudních sporů nebyla Amway shledána za ilegální pyramidovou společnost a mohla se tedy s dalšími firmami rozvíjet dál. Po soudním procesu došlo k zpřesnění legislativy v této oblasti a rozšíření MLM do celého světa. [2]

Multilevel marketing po roce 1980

V tomto období vznikalo několik stovek nových společností založených na tomto principu. Zejména došlo k rozmachu z USA do celého světa. Mezi prvními a nejúspěšnějšími zeměmi, kde se MLM rozšířil, byla Velká Británie, Japonsko a Austrálie. Dále pak do vyspělejších zemí Evropy, Asie a Jižní Ameriky. [2]

Multilevel marketing dnes

V současnosti je MLM znám téměř po celém světě. V České republice je také rozšířen, bohužel činnost některých společností, zejména v 90. letech, vedla k špatné pověsti MLM. Mnoho lidí mělo s tímto systémem špatné zkušenosti, neboť v ČR, stejně jako všude ve světě, se budovaly ilegální pyramidy. Pro ilustraci jsou v tabulce č. 1 vyjmenovány některé společnosti fungující na bázi MLM v České republice.

Tab. č. 1: MLM společnosti působící v ČR

| MLM společnosti | Popis |
|-----------------------|---|
| Avon | kosmetika |
| Amway ČR | prodej různých produktů, jedna z prvních MLM |
| Eurolife | prodej finančních produktů |
| Oriflame | kosmetika |
| OVB | prodej finančních produktů |
| Rhinoceros Avalanche | ilegální – bez konkrétního výstupu (produktu či služby) |
| Sconto | poskytování slev u vybraných prodejců spotřebního zboží |
| Skyline International | ilegální – bez konkrétního výstupu (produktu či služby) |
| Také-Off | provozování sázek |
| Euro Light | společné sázení Sportky |
| Herbalife | vitamínové doplňky |

Zdroj: [25]

Řada z těchto společností působících v České republice je současně v deseti společnostech s nejvyšším obratem v rámci MLM (viz. tabulka č. 2).

Tab. č. 2: Top 10 společností s největším obratem v MLM ve světě

| Pozice | Společnost | Roční obrat | Země | Popis |
|--------|---------------------------|--------------|-------------|---|
| 1 | Avon products, Inc. | 11,3 bil. \$ | USA | móda, šperky |
| 2 | Amway | 10,9 bil. \$ | USA | kosmetika, osobní péče |
| 3 | Herbalife Ltd. | 3,5 bil. \$ | USA | kosmetika, osobní péče |
| 4 | Natura Cosmeticos SA | 3,0 bil. \$ | Brazílie | kosmetika, osobní péče |
| 5 | Worverk & Co. KG | 3,0 bil. \$ | Německo | kosmetika, péče o domácnost |
| 6 | Mary Kay Inc. | 2,9 bil. \$ | USA | kosmetika, osobní péče |
| 7 | Tupperware Brands Corp. | 2,6 bil. \$ | USA | Výroba produktů pro uchovávání a servírování potravin |
| 8 | Oriflame Cosmetics SA | 2,6 bil. \$ | Lucembursko | kosmetika |
| 9 | Nu Skin Enterprises, Inc. | 1,7 bil. \$ | USA | kosmetika, osobní péče |
| 10 | Belcorp | 1,6 bil. \$ | Peru | kosmetika, osobní péče |

Zdroj: přeloženo a upraveno dle: [28]

2 Výhody a nevýhody využití multilevel marketingu

MLM má bezesporu řadu výhod, přesto však jeho špatná pověst mezi lidmi, ztěžuje obchodníkům práci v této oblasti. Provizní systém, který umožňuje ohodnotit skutečně vykonanou práci, není vhodný pro každého, většina lidí stále raději volí fixní platy v zaměstnání. A to i přesto, že domnělá jistota zaměstnání, na dnešním dynamickém pracovním trhu, je vysoce proměnlivá. V multilevelu sice distributor nedostává fixní měsíční plat, ale má jistotu své pracovní pozice. Zatímco v zaměstnání, pokud je zaměstnanec nadbytečný, dochází ve firmě k restrukturalizaci, může přijít o svou práci a tak i o svůj příjem. Nelze říci, která forma je jistější, je pouze jasné, že tento druh či směr podnikání a budování vlastní sítě je velice specifický a není vhodný pro každého.

2.1 Výhody multilevel marketingu

V MLM existuje celá řada výhod jak pro prodejce, tak i pro firmu, kteří jsou zapojeni do tohoto systému.

Společnost nemusí investovat finanční prostředky do marketingu, protože pro šíření její značky a produktů používá své distributory. Ti společnosti zajišťují stálý odbyt produktů a pomáhají zajistit informovanost o firmě a jejích produktech v okolí. Dochází tak k neustálému rozšiřování okruhu lidí, kteří mají povědomí o této společnosti a jejich výrobcích.

Většinu výhod MLM nabízí zejména distributorům. Příkladem těchto výhod může být [24]:

- Minimální vstupní investice – v některých společnostech tohoto typu nejsou žádné vstupní poplatky ani náklady, v jiných bývá pouze počáteční nákup zboží, které následně distributor prodává zákazníkům.
- Minimální riziko – distributoři při vstupu do multilevelové společnosti nepodléhají takřka žádnému riziku. Jelikož jsou vstupní poplatky minimální, nově přichozí distributor může ztratit pouze investovaný čas.
- Kariérní růst – v každé multilevelové firmě je nastaven kariérní řád. Všichni distributoři mohou dosáhnout jakékoli pozice a podmínky jak ji dosáhnout jsou jasně definované.
- Pasivní příjem – provize z obchodů lidí, které distributor přivedl do systému, jsou jedním z hlavních důvodů, proč lidé volí multilevelovou společnost.

- Sdílení společného konceptu – firma nabízí veškeré know-how, materiály, ověřený a hlavně funkční systém, důležité je pouze dodržovat předepsané postupy.
- Podpora podřízených – je jedním z nejdůležitějších prvků multilevelu. Vedoucí pracovník má zájem o úspěch svých podřízených, neboť podmínkou jeho kariérního růstu je růst jeho podřízených. Je zde integrován princip win-win.
- Časová flexibilita daná tímto typem podnikání umožňuje variabilní rozvržení časového rámce dle možností a potřeb jednotlivců.

2.2 Nevýhody multilevel marketingu

V České republice lze za největší úskalí při provozování MLM považovat zejména roli lidského faktoru. Nepoctivé a neetické jednání, ať už ze strany firmy, nebo jejich distributorů má za následky špatnou pověst multilevelu, vzhledem k tomu může být nábor nových členů nebo distribuce výrobků obtížnější. Spotřebitelé na základě špatných referencí často odmítají jakoukoli spolupráci s distributory těchto společností. Při náboru nových členů dochází často k mylnému přesvědčování o možnosti rychlého výdělku a vysokých pasivních příjmech, ale realita je mnohdy opačná. Vybudování sítě trvá často několik měsíců až let a z tohoto důvodu je zde i velká fluktuace pracovníků, u kterých nebylo naplněno jejich očekávání.

Další nevýhodou může být nestálý příjem. Je otázkou, zda se opravdu jedná o nevýhodu, jelikož příjem jedince je závislý na jeho odvedené práci, tudíž si dotyčný může vydělat několikanásobně více než při fixním platu, ale i méně. Z tohoto důvodu není tento systém vhodný pro osoby inkriminující k stabilnímu měsíčnímu pracovnímu výdělku.

Pokud distributor nemá dostatek zkušeností z oblasti prodeje, lze očekávat, že jeho počáteční zisk nebude příliš vysoký. Úspěšnost uzavření obchodu je bez zkušeností nízká a než si distributor vybuduje síť, je závislý pouze na svých vlastních uzavřených obchodech.

Každý prodejce v multilevelové společnosti je zodpovědný sám za sebe, není jejím zaměstnancem. Důležitá je zde sebedisciplína a vůle k pravidelným aktivitám, kterým by mělo předcházet vytyčení kariérních cílů, bez kterých je složité uspět.

2.3 Multilevel marketing vs. ostatní druhy podnikání

Pro založení vlastního podnikání existuje celá řada možností, např.: založit si vlastní společnost, koupit si franšizu, stát se součástí multilevelové společnosti a další.

Pokud má začínající podnikatel zájem začít bez počátečního kapitálu, a zároveň chce bezrizikové podnikání, je pro něj nejvhodnější zvolit multilevelovou společnost, na všechny

ostatní druhy podnikání je potřeba buď základní kapitál či počáteční investice, které mnohdy bývají příliš vysoké, a s tím je spjaté i riziko, že o ně, v případě neúspěchu, podnikatel přijde. V multilevelu není potřeba téměř žádného vstupního kapitálu, novým členům jsou poskytnuty veškeré materiály od společnosti, včetně jejího know how, a s touto pomocí tak může jednoduše a rychle budovat svou vlastní síť.

Jakmile má podnikatel averzi k riziku a zároveň disponuje vyšším základním kapitálem, je pro něj vhodná franšíza. Ta je téměř bezriziková, vzhledem k provozování již zaběhlé značky. Je u ní sice potřeba řádově několika statisícový počáteční kapitál, ale procento neúspěchu je minimální.

Při založení a provozování vlastního podniku je ve většině případů nutné na začátku podnikání zakoupit např. různé stroje, nářadí či jiné další vybavení nutné pro provoz podniku, tudíž je tu problém s počátečními finančními prostředky a mírou rizika, které tento druh podnikání přináší. Ne vždy musí být totiž podnikatelský nápad úspěšný. Tyto počáteční finanční prostředky lze získat skrze různé podnikatelské úvěry, ale tím se mnohonásobně zvedá riziko v případě neúspěchu.

Samozřejmě je dnes možné si také založit vlastní společnost s minimálním rizikem a počátečním kapitálem, jako například při založení společnosti s ručením omezeným (s.r.o) s jednokorunovým základním kapitálem a ručením pouze do nesplacených částí vkladů společníků, ale z hlediska jednoduchosti a získání veškerého know how je nejjednodušší stát se součástí MLM společnosti a veškeré materiály a produkty získat od ní.

3 Multilevel marketing ve finančním poradenství

Řada finančně poradenských společností funguje na principu MLM. Pracovníci mohou využít výhody, že nemusí zakládat svou vlastní finančně poradenskou společnost, neboť tento proces může být velice nákladný a složitý, a zároveň jim tato forma podnikání (MLM ve finančním poradenství) poskytuje možnost vybudovat vlastní tým. MLM nabízí možnost každému vybudovat si svou vlastní firmu (tým) uvnitř společnosti, proto je velice oblíbený v oblasti finančního poradenství.

3.1 Finanční poradenství

Finanční poradenství lze charakterizovat jako individuální poskytování poradenských služeb fyzickým nebo právnickým osobám z oblasti financí. U fyzických osob se řeší otázky vztahující se na osobní a rodinné finance klienta a u právnických osob jsou řešeny zejména firemní finance klienta. [16]

Cílem finančního poradenství je usnadnit běžnému klientovi orientaci na trhu a pomoc s výběrem finančních produktů. Vzhledem k tomu, že klienti nemají v současné době čas či dostatečné znalosti na to, aby mohli zjistit veškeré potřebné informace o finančních produktech na trhu, čím dál tím více finančně poradenských společností proto nabízí svým klientům objektivní posouzení produktů, o které mají klienti zájem. Výhodou využívání těchto služeb pro klienty je úspora času a peněz. Pokud jsou klienti spokojeni, mohou využít i možnost dlouhodobé spolupráce s touto společností.

Ve finančně poradenských společnostech pracují zejména nezávislí finanční poradci, ty by měli klienti preferovat. Pouze tento typ poradců může objektivně zhodnotit finanční produkty napříč celým trhem. Zatímco vázaní pojišťovací zprostředkovatelé (pracující pro konkrétní pojišťovnu, banku nebo investiční společnost) mohou nabízet pouze produkty té společnosti, pro kterou pracují, tudíž klientovi nemohou nabídnout porovnání ostatních produktů z konkurenčních společností. Nezávislí finanční poradci nejsou vázáni na žádné konkrétní společnosti, proto neupřednostňují některé instituce před jinými a z tohoto důvodu poskytují nezávislou objektivní radu o tom, který finanční produkt by měl klient zvolit. [23]

Pro ilustraci je zde přiložena tabulka se seznamem všech finančně poradenských společností na českém trhu.

Tab. č. 3: Finančně poradenské společnosti v České republice

| | |
|------------------------|--|
| 1. vzájemná poradenská | KAPITOL pojišťovací a finanční poradenství |
| Allfin Pro | KZ FINANCE |
| AWD Česká republika | LIMMIT |
| Broker Consulting | M.S. QUATRO |
| Broker Trust | MONECO |
| Consultor | Olymp 2002 |
| Efcon consulting | OVB Allfinanz |
| EFFECTCONSULTING | Partners Financial Services |
| FEDS | Profit Investment |
| Fincentrum | Top-Pojištění.cz |
| INTERLIFE | ZFP akademie |

Zdroj: [4]

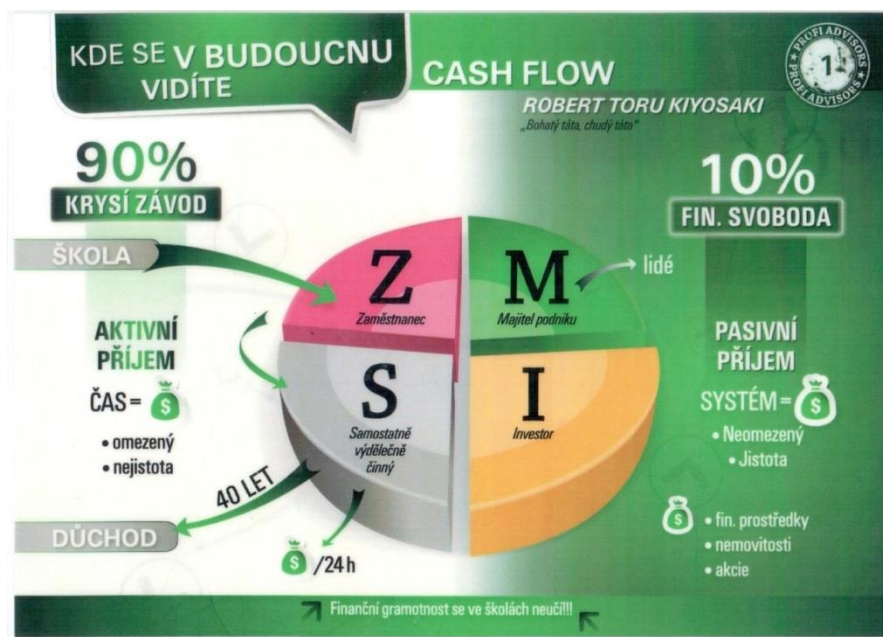
3.2 Finančně poradenské společnosti využívající multilevel marketing

Aplikace MLM v těchto společnostech přináší výhodu především jejím pracovníkům. Součástí každé společnosti tohoto typu je kariérní řád, kde jsou jasně popsány podmínky na dosažení jednotlivých kariérních pozic. Některé společnosti umožňují svým pracovníkům si vybrat mezi kariérou profesionálního poradce nebo manažera. Pokud chce být dotčený poradcem, nepotřebuje ke kariérnímu růstu rekrutovat pod sebe nové spolupracovníky, ale stačí mu pouze poskytovat finanční rady klientům. Tato cesta neuplatňuje principy MLM, jelikož není třeba rozšiřovat firmu a přijímat nové spolupracovníky ke kariérnímu růstu. Kariéra profesionálního manažera je postavena na obou činnostech zároveň, a to jak na poradenské práci, tak na přijímání nových spolupracovníků. Ohodnocení pracovníka je závislé na jeho vlastních obchodech a na obchodech jeho podřízených. Touto cestou se vydává většina poradců, jelikož jim přináší i pasivní příjem z obchodů jejich podřízených a při postavení dostatečně velké struktury, mohou dosáhnout i finanční svobody.

Velkým zastáncem budování pasivního příjmu je i Robert Kiyosaki, který vymyslel Cashflow kvadrant a ve svých knihách předává myšlenky jak vytvořit dostatečně velký pasivní příjem, vedoucí k finanční svobodě.

3.3 Kiyosakiho kvadrant

Robert Kiyosaki je uznávaným autorem pro mnoho multilevelových společností, zejména jeho dílo – Bohatý táta, chudý táta [12]. V této knize rozdělil obyvatele do čtyř skupin, jak je patrné z následujícího obrázku (Obr. č. 2).



Obr. č. 2: Cashflow kvadrant

Zdroj: [7]

Sektor Z

Do tohoto sektoru Kiyosaki zařazuje většinu obyvatel. Pro tuto skupinu je charakteristické se řídit základními naučenými vzorci chování (jako např. získat určitý stupeň vzdělání, najít dobře placené a stabilní zaměstnání, apod.). Základní hodnotou tohoto sektoru je **jistota**. Lidé v tomto sektoru jsou zaměstnaní a pobírají pouze aktivní příjem, tedy příjem z každodenní odvedené práce. [11]

Sektor S

Sektor S charakterizuje základní hodnota - **nezávislost**. Jedná se zejména o osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ). Pro tuto skupinu je charakteristické, že každý má své vlastní podnikání. Příkladem mohou být právníci, lékaři, truhláři či účetní, kteří nespádají pod větší organizaci. [11]

Sektor M

Do tohoto sektoru patří majitelé firem a velkých společností. Jsou to lidé, co sami vybudovali svou firmu a cení si dobrého týmu, efektivní práce a chtějí pracovat s co největším počtem lidí. Zatímco člověk ze sektoru S chce být nejlepší ve svém oboru, člověk ze sektoru M to má naopak, chce složit tým lidí, kteří jsou nejlepší ve svém oboru. Příkladem může být i Henry Ford (zakladatel Ford motor company), který sestavil tým lidí, kteří byli dokonce chytřejší než on sám. Pro tento sektor je charakteristická hodnota – **tvorba bohatství**. [11]

Sektor I

Základní hodnotou sektoru I je – **finanční svoboda**. Lidé spadající do tohoto sektoru (investoři), investují své peníze a tak generují další zisky. Investovat lze do zlata, nemovitostí, uměleckých děl, podílových fondů, akcií atd. Pro sektor M a sektor I je typické dlouhotrvající generování zisků. V případě, že člověk nepracuje déle než 6 měsíců a již nedostává žádné příjmy, tak ho Kiyosaki zařazuje do levé části kvadrantu, tedy do sektoru Z a S, kde pracuje přibližně 90 % obyvatel. [11]

Použitá literatura

- [1] BLAŽEK, B., OLMROVÁ, J., *Zvrácená pyramida: sociálně-ekologická studie konfliktu mezi pyramidovým schématem a občanskou společností*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2006, 191 s. Sociologické aktuality. ISBN 80-86429-54-7.
- [2] BUŠTÍK, M. Historie průmyslu MLM. *Multilevel-marketing.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.multilevel-marketing.cz/historie-prumyslu-mlm-zacalo-to-prodejem-ale-prodej-to-uz-neni-nebo-je-iii/>.
- [3] FAILLA, D., *Základy úspěšného vybudování multi-level marketingové organizace*. 4. vydání Brno: Alman Jiří, 2010, 114 s. ISBN 978-80-87426-11-1.
- [4] Finančně poradenské společnosti. *Investia.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.investia.cz/adresar/financne-poradenske-spolecnosti>.
- [5] Historie MLM. *Bazarulivance.eu* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: http://bazarulivance.eu/?page_id=107.
- [6] Historie MLM. *Mlmbyznys.webnode.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://mlmbyznys.webnode.cz/historie-mlm/>.
- [7] Interní materiály společnosti Profí-Advisors, s.r.o., 2016, dokumentace k náboru a odměňování pracovníků.
- [8] KALENCH, J., *Jak být nejlepší v systému MLM*. Vyd. 1. Brno: Jiří Alman, 1995, 237 s. ISBN 80-901780-6-5.
- [9] KALENCH, J., *Největší příležitost v dějinách světa*. Vyd. 2. Brno: Jiří Alman, 1995, 103 s. ISBN 80-901780-7-3.
- [10] Kapitol v číslech. *Kapitol.cz* [online]. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <http://www.kapitol.cz/kdo-jsme#kapitol-v-cislech>.
- [11] KIYOSAKI, R. T., FLEMING, J., KIYOSAKI, K., *Byznys pro 21. století*. Praha: Pragma, 2011, 180 s. ISBN 9788073492854.
- [12] KIYOSAKI, R. T., LECHTER, S. L., *Bohatý Táta, chudý táta: co bohatí učí svoje děti a chudí a střední vrstvy ne*. Praha: Pragma, 2001, 214 s. ISBN 80-7205-822-3.
- [13] MLM definice. *Collagenclub.eu* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.collagenclub.eu/prilezitost/mlm-definice/>.

- [14] MOLNÁROVÁ, G. Možnosti postihu Ponziho schémat a pyramidových her. *Epravo.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/moznosti-postihu-ponzi-schemat-a-klasickych-pyramidovych-her-17866.html>.
- [15] O společnosti Partners. *Partners.cz* [online]. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <http://www.partners.cz/cs/o-partners/o-spolecnosti/>.
- [16] OŠKRDALOVÁ, G. O finančním poradenství. *Firmy.finance.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://firmy.finance.cz/zpravy/finance/271696-o-financnim-poradenstvi/>.
- [17] PATKA, F., *Rubikon MLM - kostky jsou vrženy*. 1. vydání: Patka Filip, 2011, 140 s. ISBN 978-80-254-9055-6.
- [18] POE, R., *Třetí vlna: nová epocha network marketingu*. Vyd. 1. V Brně: Jiří Alman, 1998, 255 s. ISBN 80-861-3503-9.
- [19] Profi-Advisors, s.r.o. *Rejstrik.penize.cz* [online]. [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://rejstrik.penize.cz/01758969-profi-advisors-s-r-o#sr>.
- [20] Příliš mnoho pojišťovacích zprostředkovatelů. *Investujeme.cz* [online]. [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/prilis-mnoho-pojistovacich-zprostredkovatelu/>.
- [21] Přímý prodej vs. nepoctivé obchodní praktiky. *Osobniprodej.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.osobniprodej.cz/primy-prodej-vs-nepoctive-obchodni-praktiky>.
- [22] Pyramid scheme. *Roadtoonlineuccess.com* [online]. [cit. 2015-12-16]. Available from: <http://roadtoonlineuccess.com/what-is-pyramid-scheme-about>.
- [23] SLEZÁK, V. Pojišťovací makléři: ano, či ne? *Finance.idnes.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: http://finance.idnes.cz/pojistovaci-makleri-ano-ci-ne-dj3-/zivotni-pojisteni.aspx?c=A051213_205618_fi_osobni_zal.
- [24] SMEJKAL, O. Výhody a nevýhody MLM. *Svetuspesnych.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.svetuspesnych.cz/vyhody-a-nevyhody-mlm/>.
- [25] SPILKA, J. Multilevel - cesta k bohatství či do pekel? *Mesec.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/clanky/multilevel-cesta-k-bohatstvi-ci-do-pekeli/>.

- [26] ŠVÁSTA, P. Pyramidové programy a Ponziho schémata. *Epravo.cz* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/pyramidove-programy-a-ponziho-schemata-v-ceskem-pravu-86517.html>
- [27] TOMAN, I., *Jak začít multi level marketing: strašák nebo příležitost?*. 3. uprav. vyd. Havířov: Taxus, 1995, 80 s. 858-60-11-22017-7
- [28] Top 50 MLM companies. *Networkmarketingcentral.com* [online]. [cit. 2015-11-20]. Available from: <http://www.networkmarketingcentral.com/2013/02/19/top-50-mlm-companies-global-revenue/>
- [29] Základní informace o společnosti OVB. *Ovb.cz* [online]. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <http://www.ovb.cz/o-spolecnosti/zakladni-informace.html>
- [30] ZÁMEČNÍK, P. 150 tisíc poradců nesmysl. *Investujeme.cz* [online]. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/150-tisic-financnich-poradcu-nesmysl/>