

MLM – jak wykorzystać jego możliwości?

Spis treści

I. Wprowadzenie	1
1. Wikipedia.....	1
2. Dochód pasywny.....	2
3. MLM z różnego punktu widzenia.....	3
4. MLM jako system wynagradzania za przekazywanie informacji.....	3
5. MLM a poczta pantoflowa	3
6. MLM a marketing wirusowy.....	4
7. MLM a sprzedaż bezpośrednia.....	4
8. MLM a piramidy finansowe.....	4
9. MLM a własna firma.....	4
II. Przykłady MLM.....	5
1. Lista firm MLM.....	5
2. MLM - amerykańskie korzenie	5
3. Strony internetowe o MLM:	5
III. Działanie w MLM.....	5
1. ZALETY MLM:.....	5
2. Wady MLM:.....	6
3. Produkty w MLM.....	6
4. Plany marketingowe poszczególnych MLM.	6
5. Książki i płatne publikacje o MLM:	6
6. Strategie budowy swojej grupy.....	7
7. MLM - zapraszanie do współpracy.....	7
8. MLM - pierwsze prezentacje.....	7
9. MLM - przyczyny niepowodzeń.....	7
IV. Załączniki.....	8
1. Legalność MLM - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.....	8

I. Wprowadzenie

1. *Wikipedia*

Zacznijmy od wikipedii:

http://pl.wikipedia.org/wiki/Marketing_wielopoziomowy

Marketing wielopoziomowy, inaczej zwany MLM (ang. multi-level marketing) - również marketing sieciowy.

Marketing to przekazywanie produktu lub usługi od usługodawcy do odbiorcy. Wielopoziomowy to termin odnoszący się do systemu wynagrodzeń pobieranych przez osoby, które sprawiają, że dostarczany jest dany produkt lub usługa. MLM polega więc na budowaniu organizacji, w której mnóstwo osób sprzedaje niewiele, bądź też nie sprzedaje wcale produktów, a **jedynie kupuje je dla siebie**.

Bardzo często ten system mylony jest ze sprzedażą bezpośrednią (od której znacznie się różni - nie musimy sprzedawać), bądź też z piramidą finansową która jest nielegalna (bo w piramidzie żaden produkt ani usługa nie jest przekazywana, stąd nielegalność takiej organizacji).

Przykładem firmy marketingu wielopoziomowego jest Amway[potrzebne źródło] oraz kanadyjska

Akuna z ziołowym suplementem Alveo. Firm działających na podobnych zasadach jest na świecie o wiele więcej. W Polsce szeroko znane są Oriflame - od 2006 roku w Polsce na pierwszym miejscu wśród firm działających w systemie MLM, Rainbow, Zepter, OVB Allfinanz, FM Group, czy NOVISION i wiele innych[potrzebne źródło]. MLM to nie tylko sprzedaż towarów, ale i usług (w tym telekomunikacyjnych). Do firm zajmujących się dystrybucją usług telekomunikacyjnych posiadającą pokaźną ilość klientów należą między innymi ACN (prefiks) i M&M Network (WLR i BSA)[potrzebne źródło].

Marketing wielopoziomowy mylony jest często z konstrukcją znaną jako piramida finansowa. Różnica polega na tym, że w marketingu wielopoziomowym każdy węzeł drzewa sprzedaży może mieć własnych klientów, którym dostarcza towary wg ich potrzeb, przy czym jakość przeważnie przynajmniej w pewnym stopniu odpowiada cenie[potrzebne źródło] - a często cena jest niższa w porównaniu do przedmiotów podobnej jakości w sklepach - ze względu na mniejszą ilość pośredników. W piramidach finansowych nie ma zazwyczaj towarów lub występują pseudo towary - np. tzw. raporty. W marketingu wielopoziomowym węzeł zarabia na sprzedaży prowadzonej osobiście oraz na sprzedaży partnerów zgromadzonych w węzłach poniżej własnego. Węzeł nie zarabia na samym pozyskiwaniu nowych węzłów poniżej. W piramidzie finansowej zarobek węzła pochodzi wyłącznie z bardzo wysokiego wpisowego, wpłaconego przez nowych członków struktury za prawo włączenia się w tę strukturę.

Artykuł ten jest sklasyfikowany jako:

"Treść tego hasła może nie być zgodna z zasadami neutralnego punktu widzenia."

"Niektóre informacje zawarte w artykule wymagają weryfikacji."

2. **Dochód pasywny**

Zacznijmy od wikipedii:

Dochód pasywny - pojęcie mało popularne w Polsce. **Oznacza okresowy (np. comiesięczny) dochód bez stałego angażowania własnej pracy.**

Osiągnięcie dochodu pasywnego wymaga jednakże sporo uwagi, pracy oraz wiedzy.

Dochód pasywny można porównać z emeryturą oraz innymi świadczeniami wypłacanymi przez państwo lub jego instytucje, choć jego osiągnięcie możliwe jest znacznie wcześniej.

Istnieje wiele przykładów źródeł dochodu pasywnego.

Osoby osiągające dochód pasywny bez wkładu własnej pracy nazywamy rentierami.

Dochód pasywny otrzymywany jest wtedy, gdy raz wykonana praca (akcja, działanie) przynosi ciągle zyski.

Przykłady dochodu pasywnego:

- Odsetki z depozytów bankowych
- Zautomatyzowany płatny serwis internetowy np. zarabianie na reklamach kontekstowych.
- Dochody z wynajmu posiadanych nieruchomości
- Dywidenda z posiadanych akcji
- Dochody z praw autorskich, licencji, patentów
- Posiadanie dużego biznesu z odpowiednią kadrą menagerską
- Dochody z marketingu sieciowego, MLM
- Dochody z funduszy inwestycyjnych
- Renta, emerytura, świadczenia rodzinne

Źródło: "http://pl.wikipedia.org/wiki/Doch%C3%B3d_pasywny"

W MLM dochód pasywny to podstawowa zaleta przedstawiana kandydatom i uczestnikom. W przypadku sprzedaży bezpośrednio osiąga się dochody tylko z kolejnych sprzedaży. W MLM osiąga się dochody, jeśli uczestnicy grupy zużywają produkty (nie mówi się o sprzedawaniu tylko o

używaniu).

3. MLM z różnego punktu widzenia

MLM z punktu widzenia wytwórcy towarów lub usług.

Dla niego MLM jest po prostu kanałem dystrybucji, sposobem na sprzedanie wytworzonych towarów.

MLM z punktu widzenia klienta

Jest to sposób na uzyskanie towaru i usługi rekomendowanej przez znajomego, o którym można uzyskać wyczerpujące informacje. Po zostaniu uczestnikiem jest to sposób na coraz tańsze zakupy a nawet na zarabianie.

MLM z punktu widzenia Uczestnika

Jest to system wynagradzania za przekazywanie informacji o sprzedawanym produkcie.

MLM z punktu widzenia lidera

Jest to system wynagradzania za wyszukanie i szkolenie osób, które mają taki sam cel - szkolenie następnych liderów

4. MLM jako system wynagradzania za przekazywanie informacji

Dla mnie podstawowym zastosowaniem MLM jest stosowanie go jako systemu wynagradzania osób za przekazywanie informacji.

Za co wynagradzać w ramach MLM:

1. najprostsze działanie dostępne dla każdego - pozyskiwanie uczestników programu wynagradzamy za przekazanie informacji o całym projekcie (czyli reklamę, promocję, poszukiwanie klientów) - zapraszamy znajomych i nieznajomych do działania i wykorzystania możliwości projektu. Tu proponuje 4-ro poziomowy MLM (czyli innymi słowy rozbudowany program partnerski).

Nie wynagradzamy za samo pozyskanie (bo pozyskani by musieli płacić wpisowe i byłaby to piramida finansowa) ale za każdą usługę zakupioną przez uczestnika w programie.

Za co wynagradzać indywidualnie przy przekazywaniu informacji:

2. za wyszukiwanie, gromadzenie i przygotowanie praktycznej wiedzy - w formie e-booków, stron WWW, e-learning

3. za prowadzenie szkoleń, przeprowadzenie egzaminów - za przeznaczony czas

No i wszystkie inne możliwości zarabiania przez świadczenie usług dla uczestników programu

5. MLM a poczta pantoflowa

Sukces MLM oparł się m.in. poleceniach sąsiedzkich (przyjacielskich) zwanych "poczta pantoflową". To zadowoleni z usług czy towarów sąsiedzi polecali sobie konkretne firmy czy produkty. Szczególne znaczenie ma to w przypadku usług: czy malarz nam dobrze pomalował pokój okaże się dopiero jak skończy, a nawet za rok, jak zaczną płatami odpadać farba. Najczęściej robili to bezinteresownie przez co ich świadectwo było szczególnie wiarygodne.

W MLM sprawa się trochę gmatwa. Polecający odnosi materialną korzyść z tego, że jego znajomi zaczynają kupować i dalej polecać towary czy usługi. Niektórych może to skłaniać do lekkiego naginania rzeczywistości do potrzeby uzupełnienia swojego budżetu. Albo gorzej.

6. MLM a marketing wirusowy

Z wikipedii:

Marketing wirusowy (zw. reklamą wirusową) jest specyficznym rodzajem działań marketingowych. Polega na zainicjowaniu sytuacji, w której potencjalni klienci będą sami między sobą rozpowszechniać informacje dotyczące firmy, usług czy produktów. Nie zawsze musi to być konkretna informacja, może to być tzw. budowanie świadomości marki, czyli wywoływanie pożądaných skojarzeń z nazwą, logo firmy.

7. MLM a sprzedaż bezpośrednia

Zasadniczym podobieństwem jest, że i tu i tu klient dostaje towar dzięki osobistemu (najczęściej) kontaktowi z pośrednikiem (przedstawicielem producenta).

Zasadniczą różnicą jest, że większość dochodu przedstawiciela w sprzedaży bezpośredniej wynika właśnie ze sprzedaży, a w MLM z zakupów na własne potrzeby zaproszonych uczestników (całej grupy).

Niektóre systemy leżą gdzieś pośrodku - premiują zarówno sprzedaż osobistą jak i tworzenie dużych grup konsumentów.

8. MLM a piramidy finansowe

Nie da się do końca i precyzyjnie wyznaczyć granicy, kiedy kończy się MLM a zaczyna piramida finansowa. Łatwo pokazać oczywiście przypadki skrajne.

Wspólnym mianownikiem MLM i piramidy jest wynagradzanie uczestników zależne (proporcjonalne) od wpłat dokonanych przez osoby zaproszone. Jeśli uczestnicy płacą za kupowany towar lub usługę, wszystko jest OK i jest to MLM.

Jeśli uczestnicy wpłacają za nic (za sam fakt uczestnictwa) lub kupują towar o niewspółmiernej małej wartości to zachodzi podejrzenie, że uczestniczą w piramidzie finansowej. Nieoficjalna lista takich podejrzanych firm jest dostępna w Internecie.

Uczestnictwo w piramidzie jest w Polsce niezgodne z prawem. Nie tylko jej organizowanie.

9. MLM a własna firma

Zaczynając działania w MLM niekiedy dowiadujemy się, że w końcu trzeba będzie założyć własną firmę. Jest to wskazane, żeby uprościć kwestie podatkowe. Ale nie zawsze tak musi być (wiele osób nie chciałoby jej zakładać).

Na początku korzyścią z MLM jest to, że kupujemy produkty coraz taniej. Wiele osób może na tym skończyć. Jak nie kupuje się ciągle nowych produktów to pojawiają się pieniądze do wypłacenia.

Jak rozwiązują to poszczególne MLM:

- uczestnicy dostają raz w roku zestawienie uzyskanych wypłat i uwzględniają to w swoim zeznaniu rocznym
- uczestnicy są wynagradzani na bazie umowy zlecenia i rozliczają się jak z innych umów

Ominięciem prawa jest kupowanie produktów z np. 40% rabatem i sprzedawanie ich po cenach katalogowych, czyli drożej. Nie płaci się podatku dochodowego, VAT

:) czy :(- to się okazuje...

II. Przykłady MLM

1. Lista firm MLM

<http://networkmagazyn.pl/article/forum/tabela.html>

Lista firm, do których są **podejrzenia** o działalność niezgodną ze standardami MLM:

<http://networkmagazyn.pl/article/forum/tabelaanty.html>

2. MLM - amerykańskie korzenie

Jedną z kluczowych firm w historii MLM był Amway. Bywa podawany jako pozytywny lub negatywny przykład. Metody przez niego stosowane stały się pewnym standardem, do którego są porównywane inne.

Wiele metod jest osadzonych w realiach USA. Czy są one rzeczywiście skuteczne w pracy z naszymi znajomymi? Czy inne podejścia byłyby lepsze?

3. Strony internetowe o MLM:

- najważniejszy to chyba www.networkmagazyn.pl - internetowa, okrojona wersja czasopisma - ale i tak jest tu dużo informacji. Jest tu spis działających w Polsce systemów oraz programów z jakimiś powodów nie polecanych

Inne strony ciekawie omawiające OGÓLNIĘ pracę w MLM:

- www.infofirma.pl/akuna_alveo/index.php?na%20czym%20polega%20MLM&dzial=30610

FORA internetowe o MLM:

- www.mlm.pl/cgi-bin/yabb/YaBB.pl

- www.arystoteles.pl/nmf/YaBB.cgi

- www.goldenline.pl/forum/marketing-sieciowy-mlm

- www.biznesforum.pl - kilku bardzo krytycznych uczestników :)

Prezentacje o MLM (PowerPoint):

www.finans-edu.pl/prezentacje/1.pps

Broszury - dokumenty Worda o MLM:

www.finans-edu.pl/broszury - ogólnie o biznesie, dochodzie pasywnym, sprzedaży i MLM

III. Działanie w MLM

1. ZALETY MLM:

1. pracuje się bardziej jak właściciel firmy niż jako pracownik na etacie
2. dochody są wprost proporcjonalne do osiągnięć, zaangażowania, talentu
3. awans jest automatyczny, wyraźnie określony i niezależny od czyjegoś widzimisie
4. osoby wprowadzające z pełnym zaangażowaniem przekazują całą wiedzę - nikt się nie boi, że zbyt zdolny nowy pracownik wyprzedzi go w awansie (chyba że MLM ma wadliwy plan marketingowy)
5. zdobywa się bardzo praktyczne umiejętności - prezentacja, autoprezentacja, psychologia, negocjacje, planowanie czasu, prowadzenie rozmów, telemarketing itd.

6. koszty założenia działalności są małe: przeważnie 0-300 zł w porównaniu do założenia własnej firmy minimalne
7. formalności są minimalne - wystarczy podpisanie umowy
8. jest to jedyna szansa dla większości osób na większe zarobki - szansa, cokolwiek by mówić - duża czy mała
9. robota jest baaaaardzo prosta - powiedzieć maksymalnej ilości osób o swoim produkcie i trafić na takich, którzy mają do tego talent (oczywiście w uproszczeniu)

2. Wady MLM:

1. Za MLM może wziąć się każdy: cynik, oszołom, naciągacz, manipulator - wielu się takim nie potrafi oprzeć i daje się wpuścić w maliny (zmanipulować)
2. MLM jest zbliżony do piramidy finansowej, prawnie w Polsce zakazanej. Założę się, że 9 osób na 10, które coś o tym wiedzą nie potrafią podać sensownych i logicznych różnic
3. W MLM, jak w każdym biznesie więcej jest osób, które na tym nie zyskują (czy dopłacają) niż tych co wspieły się na wyżyny
4. W MLM jest często sprzedawany relatywnie drogi towar. Trudno stwierdzić, że się przepłaca, bo najczęściej ma on wyjątkowe cechy (przynajmniej w opinii uczestników) a nie ma na rynku identycznych towarów innych firm.
5. MLM jest kojarzony (niesłusznie) z sprzedażą bezpośrednią, akwizycją, nagabywaniem znajomych i rodziny.
6. Pracuje się bardziej jak właściciel firmy niż jako pracownik na etacie - co wymaga większej inicjatywy i dyscypliny

3. Produkty w MLM

W MLM rozpowszechnia się bardzo różne produkty ale **kilka grup jest szczególnie popularnych:**

- suplementy diety - soki z owoców, mieszanki ziół, dżemy z owoców, wyciągi
- kosmetyki, perfumy
- sprzęt AGD

Ostatnio (?) pojawiły się bardziej usługowe MLM:

- rozmowy telefoniczne
- wypoczynek w kurortach
- strona WWW + wirtualne biuro

4. Plany marketingowe poszczególnych MLM.

Przeważnie plan marketingowy (czyli plan wynagradzania i awansu) jest skomplikowany. Trudno go do końca zrozumieć ale można poprosić o pomoc osobę wprowadzającą. Najczęściej i ona nie zna szczegółów - ale wie kogo się spytać.

Plany marketingowe:

Tiens (tianshi) - www.infofirma.pl/tianshi_chinska_medycyna/index.php?prze%C5%82%C4%85gl%C4%85d_zarabianie_dochody_...

Akuna - www.mdjw.com.pl/wspolpraca-plan_marketingowy.php

TNI - Noni - www.mlm.nonisok.info/plan.doc

5. Książki i płatne publikacje o MLM:

Don Failla - **45 sekundowa prezentacja, która odmieni Twoje życie**

- najczęściej można ją pożyczyć od swojego wprowadzającego - nie znalazłem jej w księgarniach :(

Bartłomiej Kowalski - **Jak zrobić karierę w MLM i uniknąć pułapek?**

<http://mlm.zlotemysli.pl/infofirma.php>

6. Strategie budowy swojej grupy

Strategia budowy swojej grupy jest uzależniona od konkretnego systemu wynagradzania (planu marketingowego). Szczegóły tego planu warto poznać, tyle że raczej nie przed przystąpieniem do MLM a po wprowadzeniu pierwszych osób i otrzymaniu pierwszych dochodów.

W MLM oferujących **ściśle określoną ilość bezpośrednio zaproszonych osób** - grupa buduje się automatycznie. Pod Tobą bezpośrednio wpisuje się 2-3 osoby, a następni Twoi znajomi wpisywani są już nie pod Tobą ale pod wcześniej wpisanymi.

W MLM z **dowolną strukturą** decydujesz, czy nową osobę wpisać pod sobą, czy pod jednym z wcześniej wpisanym.

Jako ogólne zasady można przyjąć, żeby mieć pod sobą wpisanych:

- najlepiej się zapowiadających
- tylu, iloma potrafimy się dobrze zaopiekować

7. MLM - zapraszanie do współpracy

Każdy człowiek będzie zapraszał inaczej, po swojemu, bo mamy różne zastawienia, historię i znajomych. Ale warto przemyśleć zalecenia tych, którym to wychodzi.

Klasyczne zapraszanie do współpracy polega na zrobieniu listy znajomych, przeważnie mówi się o liście 100 osób.

Dziwne, ale wiele osób ma obiekcje do zabrania się do tego. Warto mieć taką listę z telefonami, aktualnymi adresami, imionami dzieci, datami urodzin i innymi informacjami.

Następnym etapem jest zaproszenie ich do MLM. I tu jest kilka zasad:

- najczęściej zapraszamy przez telefon
- nie wyjaśniamy do końca celu zaproszenia
- najlepiej umówić oboje - męża i żonę

8. MLM - pierwsze prezentacje

Pierwsze prezentacje produktów i planu przedstawia Twoim znajomym Twój wprowadzający, a Ty tylko jesteś przy rozmowie. To logiczne, bo na początku masz małą wiedzę, nie masz osobistych doświadczeń z używania oferowanego produktu, nie umiesz przeprowadzić samej prezentacji.

Prezentacja składa się z dwóch zasadniczych części:

- prezentacja korzyści wynikających z używania produktu
- przedstawienia możliwości współpracy - jak kupować taniej produkty i/lub jak na tym zarabiać

Ile czasu poświęca się na całość i poszczególne fazy zależy od wielu czynników - efektem powinno być zachęcenie znajomych do konkretnych akcji. Najlepiej do zakupu produktu i podpisania umowy współpracy.

9. MLM - przyczyny niepowodzeń

Większość osób, które przymierzają się do MLM nie odnosi sukcesu finansowego. Dlaczego?

Jest to ogólna prawidłowość.

Tak samo, jak większość ludzi jest w pierwszej grupie podatkowej (nie wiem czy nie około 95%).

Zaleca się szukania współpracowników wśród znajomych i rodziny.

Ale znajomi i rodzina są podobni do nas :(

IV. Załączniki

1. Legalność MLM - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przekazał stanowisko w związku z oświadczeniem senatora Krzysztofa Borkowskiego, złożonym na 31. posiedzeniu Senatu ("Diariusz Senatu RP" nr 29):

Warszawa, 08.01. 2003 r.

Pan
Longin Pastusiak
Marszałek Senatu
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku

W odpowiedzi na wystąpienie z dnia 20 grudnia 2002 r., (LP/043/430/02/V), zawierające oświadczenie senatora Pana Krzysztofa Borkowskiego w sprawie sprzedaży lawinowej, przekazane przez Ministerstwo Gospodarki według kompetencji do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pismem z dnia 30 grudnia 2002 r. (DH-PH-073/ms-621/02), przedkładam w załączeniu stanowisko w przedmiotowej sprawie.

Z wyrazami szacunku

Cezary Banasiński

Stanowisko Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawie sprzedaży lawinowej złożone w odpowiedzi na oświadczenie senatora Krzysztofa Borkowskiego, przedstawione na 31 posiedzeniu Senatu w dniu 19 grudnia 2002 r.

W odpowiedzi na przedstawione w ww. oświadczeniu problemy, dotyczące sprzedaży lawinowej przedstawiam niniejsze stanowisko.

System sprzedaży lawinowej jest szczególną odmianą tzw. piramid finansowych, które pojawiły się w Polsce już na początku lat dziewięćdziesiątych w postaci łańcuszków powiązań finansowych zbudowanych na zasadzie piramid. Wspólną cechą wszystkich odmian systemów o charakterze piramid jest zależność zysku od pozyskiwania nowych uczestników inwestujących pieniądze. Przykładowo, osoby organizujące łańcuszki organizują spotkania promocyjne, które cechują się dużym profesjonalizmem i stosowaniem różnego rodzaju metod socjotechnicznych. Celem takich spotkań jest skłonienie osób do uczestnictwa w systemie, a przede wszystkim do wpłacenia z tego tytułu określonej kwoty pieniężnej na rzecz organizatorów. Zysk uczestnika systemu jest uzależniony od liczby zwerbowanych osób. Te osoby, które decydują się na udział w systemie otrzymują do zapoznania się i zaakceptowania regulamin, bądź warunki uczestnictwa, po czym wpłacają pieniądze. Podpisując formularz udziału w systemie, uczestnicy akceptują ustalenia regulaminu, z którego wynika wprost, że zysk mogą osiągnąć wyłącznie w przypadku wprowadzania nowych uczestników. Największe procentowo premie otrzymują osoby na szczycie piramidy. Natomiast z uwagi na szybki wzrost liczby uczestników koniecznych dla podtrzymania

systemu, większość z nich z założenia znajduje się na ostatnim i przedostatnim poziomie. Wynik ich uczestnictwa w systemie będzie oczywiście negatywny.

System oparty na budowaniu piramid finansowych wykorzystywany jest często przez firmy oferujące sprzedaż samochodów, mieszkań i innych przede wszystkim kosztownych inwestycji - tzw. system taniego nabywania różnego rodzaju dóbr. Zjawisko sprzedaży lawinowej stanowi ogromne zagrożenie dla potencjalnych nabywców. Przy rekrutowaniu nowych uczestników naruszane są niejednokrotnie przepisy zakazujące nieuczciwej reklamy - w efekcie potencjalni uczestnicy rzadko kiedy mają pełną świadomość ryzyka, tym bardziej że prezentowana oferta z reguły jest bardzo atrakcyjna. Są oni wprowadzani w błąd co do osiągnięcia korzyści majątkowych oraz często co do możliwości zatrudnienia.

Działalność związana z budowaniem piramid finansowych jest nielegalna w większości krajów Unii Europejskiej i w zależności od przyjętych regulacji zakazują jej przepisy o nieuczciwej konkurencji, przepisy karne, bądź przepisy "o praniu brudnych pieniędzy".

W polskim porządku prawnym organizowanie tego rodzaju struktur zostało zakazane w drodze nowelizacji ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (ustawa z dnia 5 lipca 2002 r. o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji). Nowy przepis art. 17 c ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zawiera odpowiednie postanowienia w przedmiotowym zakresie. Mianowicie, za czyn nieuczciwej konkurencji uznaje organizowanie systemu sprzedaży lawinowej, polegającego na proponowaniu nabywania towarów lub usług poprzez składanie nabywcom tych towarów lub usług obietnicy uzyskania korzyści materialnych w zamian za nakłonienie innych osób do dokonania takich samych transakcji, które to osoby uzyskałyby podobne korzyści materialne wskutek nakłonienia kolejnych osób do udziału w systemie (art. 17 c ust. 1).

Zakaz organizowania systemu sprzedaży lawinowej dotyczy zarówno przedsiębiorców, jak i osób nie prowadzących działalności gospodarczej. Konsekwencją tego zakazu jest sankcja karna określona w art. 24 c nowelizacji.

Oprócz typowych piramid finansowych istnieją metody sprzedaży, które wykazują pewne podobieństwa, i które często są mylone. Metody te zwane często "multilevel marketing" bądź też "network marketing", czyli tzw. marketing wielopoziomowy, jako metody sprzedaży bądź marketingu polegają na tym, że nabywca jakiegoś towaru nabywa jednocześnie prawo sprzedaży określonych produktów w zamian za prowizję lub odsetki od obrotu. To samo dotyczy następnych nabywców. Struktura multilevel marketing przypomina strukturę o charakterze piramidy. Jednakże cel tej formy marketingu jest inny niż cel systemu o charakterze piramidy. Marketing wielopoziomowy to metoda sprzedaży. Prowizja lub odsetki od obrotu stanowią gratyfikację za sprzedaż określonych produktów i są częścią systemu.

W tym przypadku w grę nie wchodzi wpłacenie określonej kwoty w celu uzyskania prawa uczestnictwa, gdyż podstawowym elementem jest sprzedaż towarów. Uczestnik kupuje za określoną cenę produkty, a jego celem jest sprzedaż z zyskiem. Odbiorca nie płaci za uczestnictwo, lecz za produkt. Odbiorcy, którzy nie chcą lub nie mogą sprzedać produktów, nie są pokrzywdzeni.

Ustawodawca wychodząc naprzeciw tego rodzaju formie działalności, w której zyski zależą od wielkości sprzedaży konkretnych produktów, a nie od sfinansowania przez uczestników znajdujących się na niższym poziomie piramidy, spod zakazu organizowania systemu o charakterze piramid przewidział wyłączenie systemu marketingu wielopoziomowego.

Zgodnie z art. 17 c ust. 2 nowelizacji - nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji organizowanie

systemu sprzedaży lawinowej, jeśli spełnione zostaną następujące warunki:

1) korzyści materialne uzyskiwane z uczestnictwa w systemie sprzedaży pochodzą ze środków uzyskiwanych z zakupu lub ze sprzedaży dóbr i usług po cenie, której wartość nie może rażąco przekraczać rzeczywistej wartości rynkowej tych dóbr i usług.

2) osoba rezygnująca z udziału w systemie sprzedaży ma prawo do odsprzedaży organizatorowi systemu za co najmniej 90% ceny zakupu wszystkich nabytych od organizatora nadających się do sprzedaży towarów, materiałów informacyjno-instruktażowych, próbek towarów lub zestawów prezentacyjnych zakupionych w przeciągu 6 miesięcy poprzedzających datę złożenia rezygnacji organizatorowi systemu sprzedaży.

Należy zwrócić uwagę, że z działalnością piramid wiąże się szereg innych naruszeń przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, m.in. zatajanie ryzyka jakie niesie ze sobą uczestnictwo w piramidzie, rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji o sytuacji prawnej firmy czy wprowadzająca w błąd reklama. Ponadto, poważnym problemem jest nieuchwytność samych organizatorów, którzy najczęściej działają poprzez skrytki pocztowe, oraz - sporadycznie znane przypadki - wykorzystują nowe medium jakim jest internet.

Prezes UOKiK jest organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konkurencji, jak i interesów konsumentów. Uprawnienia Prezesa obejmują między innymi: przeciwdziałanie antykonkurencyjnym zachowaniom przedsiębiorców, w tym ze szkodą dla konsumentów oraz prawo do występowania (w interesie ogółu konsumentów) przeciwko przedsiębiorcom dopuszczającym się czynów nieuczciwej konkurencji w trybie ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, której głównym celem jest ochrona rynku przed zachwianiem lub wypaczeniem reguł konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami i nadanie jej charakteru uczciwego. Zwalczanie nieuczciwej konkurencji, jest zapewnione środkami prawa cywilnego, karnego oraz w wyniku nowelizacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 5 lipca 2002 r. (Dz.U. Nr 129, poz. 1209) środkami prawa administracyjnego, ale wyłącznie w interesie ogółu konsumentów. Kontrola, w ścisłym tego słowa znaczeniu, stosowania znowelizowanej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie jest prowadzona zarówno przez UOKiK, jak i Ministerstwo Gospodarki. Niemniej w ww. zakresie Prezes UOKiK swoje działania przeciwko czynom nieuczciwej konkurencji podejmuje z urzędu. Ponadto, podstawą działań UOKiK w tym przedmiocie, są otrzymywane z całej Polski informacje: od delegatur UOKiK, jednostek Inspekcji Handlowej, bądź zawarte w skargach poszkodowanych czynami nieuczciwej konkurencji. W takim zakresie prowadzony jest monitoring oraz podejmowane są działania odnośnie do przestrzegania ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.