

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE  
**EKONOMIKA MREŽNEGA MARKETINGA**

Ljubljana, Junij 2022

LEA MATJAŠIČ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Lea Matjašič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Ekonomika mrežnega marketinga, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem prof. dr. Marko Hočevar.

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 13. Jun. 22

Podpis študentke:



## KAZALO

UVOD .....	1
1 Mrežni marketing.....	2
1.1 Marketing .....	2
1.2 Mrežni marketing .....	2
1.3 Piramidni sistem .....	4
1.4 Razlike med Piramidnim sistemom in Mrežnim marketingom .....	5
1.5 Podjemna pogodba (pogodba o delu).....	6
2 Metodologija .....	7
3 Opis podjetja Harvest .....	8
4 Analiza poslovanja .....	11
4.1 Razlike med pogodbo o zaposlitvi in podjemno pogodbo .....	11
4.2 Zaposlovanje v podjetju z mrežnim marketingom .....	12
4.3 Izračun plače (poslovna uspešnost).....	12
4.4 Razlika med delom v podjetju Harvest in tradicionalnem delovnem mestu v zavarovalništvu .....	15
5 Analiza ankete .....	16
5.1 Anketni vprašalnik .....	16
5.2 Rezultati ankete.....	16
Sklep.....	19
Viri in literatura .....	20

## KAZALO TABEL

Tabela 1 Plačilni razredi .....	13
---------------------------------	----

## **KAZALO SLIK**

Slika 1 Primer vabila .....	3
Slika 2 Zaposlovanje pri mrežnem marketingu.....	3
Slika 3 Piramidna struktura .....	4
Slika 4 Dokument za podjetno pogodbo .....	6
Slika 5 Podatki o strankah, svetovalcih in poslovnih partnerjih .....	8
Slika 6 Koraki sklepanja zavarovanj pri Harvestu .....	10
Slika 7 Kariera družbe Harvest.....	13
Slika 8 Ali se piramidni sistem razlikuje od mrežnega marketinga? .....	17
Slika 9 Bi sklenili posel? .....	18

## **SEZNAM KRATIC**

angl. - angleško

MLM (ang. Multilevel marketing) - Mrežni marketing

## UVOD

V diplomski nalogi je obravnavan sistem delovanja firme Harinvest d.o.o. Omenjeno podjetje se ukvarja s svetovanjem, sklepanjem in posredovanjem zavarovanj in investicij. Delovanje firme ni tradicionalno, sicer firma nima veliko redno zaposlenih. Večina svetovalcev na začetku dela preko podjemne pogodbe dokler ne odprejo svojega s.p. Na tak način se podjetje ogne obveznostim pri redni zaposlitvi (pokojninski prispevki, davki, zdravstveno zavarovanje, ... ). Diplomaska naloga je relevantna, ker opredeljuje način dela pri novejši obliki delovanja podjetja imenovan mrežni marketing (ang. Multilevel marketing, v nadaljevanju MLM).

Namen naloge je preučiti delovanje MLM, način zaposlovanja podjetij z MLM, med seboj primerjati MLM in piramidni sistem, ter podati preprosto orodje za razlikovanje med obema sistemoma. Cilj diplomske naloge je identificirati in analizirati delovanje MLM zaposlovanja znotraj njega in prikazati razliko med MLM in piramidnim sistemom.

Raziskovalna vprašanja, na katere bom v sklopu naloge poskušala odgovoriti so:

- Kako zaposlujejo v podjetju z mrežnim marketingom?
- Kakšne so razlike med pogodbo o zaposlitvi in podjemno pogodbo?
- V čem se razlikujeta piramidni sistem in mrežni marketing?
- Kakšne so možnosti za poslovno uspešnost pri mrežnem marketingu?
- Razlika med delovnim mestom v običajnem podjetju, ki se ukvarja z zavarovalnim zastopništvom, in na Harinvest d.o.o.?

Uporabljene metode dela pri pisanju naloge so analiza sekundarnih virov, ki temelji na že obstoječi literaturi, s katerimi sem premerjala dejstva in odnose. In pa analiza primarnih podatkov ter poznavanje delovanja podjetja, pridobljeno med praktičnim usposabljanjem in po njem.

V uvodnem delu je predstavljena problematika, opredeljen predmet in problem raziskovanja. Podan je namen in cilj naloge, kateremu sledijo raziskovalna vprašanja in metoda dela. Na koncu uvodnega poglavja pa je predstavljena struktura naloge. Pri teoretičnem delu sta opisana marketing ter mrežni marketing, sledi razlaga piramidnega sistema in primerjave piramidnega sistema z mrežnim marketingom ter razlaga podjemne pogodbe. Preučene so s pomočjo obstoječe literature in internetnimi viri o obravnavani problematiki. Sledi empirični del z opisom metodologije in organizacije, čemur sledi predstavitev rezultatov.

# 1 MREŽNI MARKETING

## 1.1 Marketing

Za razumevanje pojma mrežni marketing, je potrebno razumeti pojem marketing. Pojem marketing je mnogokrat uporabljan kot sinonim za prodajo, oglaševanje ali reklamo.

Marketing je veda, ki definira ter raziskuje ciljne trge in uporabnike ter skuša z njimi vzpostavljati dobičkonosne odnose. Marketing je povezovanje proizvajalca, izdelka ali storitve z odjemalcem. Osnova marketinška teorija je Kotlarjeva teorija 4P ali po angleško marketing mix, ki predstavljajo izdelek (product), cena (price), lokacija (placement) in promocija (promotion). (Wikipedia, 2020).

Namen marketinga je izboljševanje kakovosti življenja ljudi v vseh njihovih vlogah v družbi in drugih živih bitij pri soustvarjanju vrednosti ob ohranjanju nežive narave. Ta namen marketing dosega z uresničevanjem obstojnih konkurenčnih prednosti organizacije, s soustvarjanjem vrednosti, komuniciranjem o vrednostih in dostavljanjem vrednosti v menjalnih procesih. (Snoj & Gabrijan, 2015).

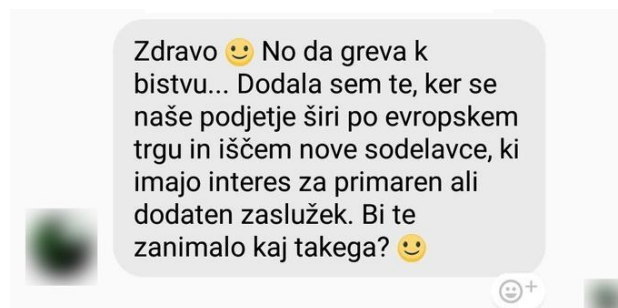
Stran Investopedija trženje razlaga kot disciplino vključevanja vseh ukrepov, ki jih podjetje sprejme za pridobivanje strank in zadrževanju odnosov z njimi. Del tega je mreženje s potencialnimi/obstoječimi strankami, kar lahko vključuje pisanje sporočil (e-poštnih ali sms) z zahvalo, igranje golfa, hitro vračanje klicev in sporočil ter srečevanje s strankami na kavi ali obroku. Na najosnovnejši ravni želi podjetje s trženjem izdelka/storitve približati kupcem, ki želijo dostop do teh izdelkov, saj ujemanje izdelkov s kupci na koncu zagotavlja donosnost. Kot pomembno so na strani označili, da se trženje nanaša na vse dejavnosti, ki jih podjetje izvaja za spodbujanje nakupa ali prodaje storitve. (Twin, 2020).

## 1.2 Mrežni marketing

Mrežni marketing je model distribucije, ki ga podjetje uporablja za predajo svojih produktov potrošnikom. Namesto neposredne prodaje svojih izdelkov potrošnikom na spletu ali v trgovinah, uporabljajo prodajne predstavnike za distribucijo in prodajo svojih izdelkov. Prodajni zastopniki običajno delajo od doma in kupujejo zaloge za osebno ali spletno prodajo. Prodajni zastopniki se ne štejejo kot zaposleni, namesto tega ima vsak svoje podjetje. Njihov poslovni model se zanaša na sposobnost vsakega prodajnega predstavnika, da navduši, zaposli in usposobi druge predstavnike za ustanovitev lastnega podjetja. Ko sodelavci prodajajo in zaposlujejo lastne predstavnike, vsaka oseba nad njimi služi provizijo. Torej dohodek izvira iz provizije zaslužene pri osebni prodaji in odstotka prodaje, ki jo zaslužijo predstavniki, ki so jih zaposlili predstavniki in tisti pod njimi, kot v nekakšni piramidi. (Duermyer, 2020).

Tipični mrežni marketing deluje preko zaposlovanja. Torej vabijo vas preko povabila o sodelovanju preko zaposlenega v podjetju ali pa ustanovijo sestanek za nove zaposlene. Primer povabila lahko vidite na spodnji sliki.

*Slika 1 Primer vabila*

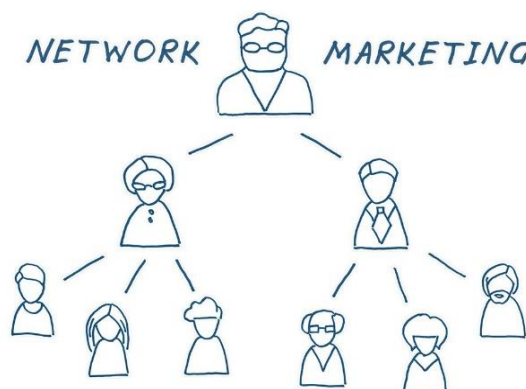


*Vir: Siol.net (2018)*

Če se posameznik odloči postati sodelavec pri podjetju za neposredno prodajo, bo služil tako s prodajo izdelkov/storite kot s pridobivanjem novih sodelavcev. Preko novih sodelavcev pridobiva del prihodka, ki ga ustvarijo. In ko novi sodelavci vpeljejo svoje sodelavce, služi denar tudi z njihovim prihodkom, kot je vidno na sliki št. 2. Sodelavec, ki posameznika povabi k delu se in preko katerega se začne sodelovanje, se imenuje zgornja veriga; sodelavce, ki jih posamezni sodelavec zaposli in so mu podrejeni pa imenujemo spodnja veriga. Pogosto je posameznik, ki rekrutira nove sodelavce tudi mentor: pomaga pri začetnem usposabljanju, ter vodi do uspehov. (Ward, Marketing & sales: Multilevel Marketing (MLM meaning), 2019).

Zakaj je mrežni marketing tako popularen? Definitivno zaradi obljube »Le nebo je meja,« vezane na nizke vstopne denarne vložke. Pri mrežnem marketingu ni omejitve zaslužka, le ta je pogojen s trdim delom. S pridobivanjem novih sodelavcev v spodnjo verigo je možno služiti denar brez dela. Kot omenjeno, je denarni vložek za začetek z delom nizek – nižji od stroškov ustanovitve lastnega podjetja oz. nakupa franšize. Poleg tega so programi mrežnega marketinga skrbno zgrajeni, s privlačnimi nagradami, kot so npr. potovanja, draga darila,

*Slika 2 Zaposlovanje pri mrežnem marketingu*



*Vir: Michael Solomon (2022)*

mesečni ugodnosti,... (Ward, Marketing & sales: Multilevel Marketing (MLM meaning), 2019).

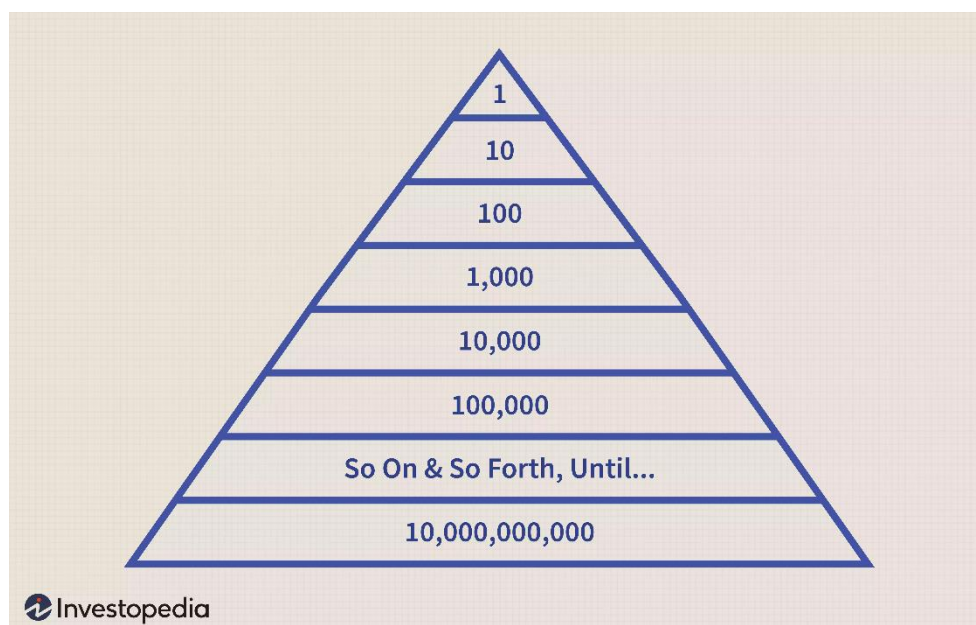
Da je mrežni marketing zakonit potrebuje tri stvari:

- kakovosten izdelek ali storitev,
- dohodek od prodaje ali storitev,
- osredotočenost na prodajo, ne na zaposlovanje.

### 1.3 Piramidni sistem

Piramidni sistemi se velikokrat enačijo z mrežnim marketingom, a obstajajo razlike. Piramidni sistem usmerja zaslužek tistih na nižjih ravneh organizacije do vrha in je pogosto povezan z goljufivimi operacijami. Piramidni sistem je tako imenovan, ker spominja na piramido. Začne se z eno samo točko na vrhu, ki se postopoma širi proti dnu. Za lažjo predstavitev, kako deluje, predpostavimo naslednje. Ustanovitelj Miha sedi na vrhu piramide in predstavlja število »ena«. Recimo, da Miha poišče 10 novih, njemu podrejenih članov. Vsak od njih mu mora zagotoviti gotovinsko plačilo za privilegij pridružitve podjetju. Ta prispevek gre Mihi neposredno v žep. Sedaj mora vsak od teh 10-ih novincev zaposliti 10 svojih podrejenih članov. Miha ima torej skupno 100 članov, ki morajo plačati provizije rekrutorjem drugega razreda, ki morajo poslati Mihi odstotek njihovega provizije. In tako naprej. Prikazano na spodnji fotografiji.

*Slika 3 Piramidna struktura*



*Vir: Investopedia (2019)*



Za privabljanje novih članov v podrejene skupine se največkrat uporabljajo rekrutacijske prireditve, kjer skušajo prepričati najbolj pogumne, da investirajo v podjetje, z obljubo o zaslužku, ko bodo sami rekrutirali nove člane.

Torej na prodajno-vsiljivem govoru na rekrutacijskih prireditvah, bodo tisti najbolj pogumni vstopili v piramido in bodo teoretično prejeli veliko denarja od nabornikov pod njimi. Vendar se v praksi izsuši trg za potencialne nove člane. In ko se piramidna shema zaustavi, operativci na najvišji ravni odidejo z veliko denarja, medtem ko večina članov nižje ravni odide praznih rok.

Večina piramidnih sistemov se močno zanaša na honorarje novih nabornikov, zato velika večina ne vključuje prodaje dejanskih izdelkov ali storitev z lastno vrednostjo. (Bloomenthal, 2021).

#### **1.4 Razlike med Piramidnim sistemom in Mrežnim marketingom**

Spletna stran [smallbusiness.com](http://smallbusiness.com) ponuja kratek kontrolni seznam za prepoznavo piramidnih sistemov. Ključna vprašanja so:

- Ali morate vnaprej vložiti veliko denarja, da postanete distributer? Ta naložba je lahko prikrita kot npr. zaloga izdelkov. Zakonita podjetja Mrežnega marketinga ne zahtevajo velikih zagonskih stroškov.
- Če boste morali zalogo plačati, ali bo podjetje odkupilo neprodano zalogo? Zakonita podjetja mrežnega marketinga ponujajo odkupe zalog do vsaj 80% plačanih zalog.
- Ali obstaja kakšna omemba ali pozornost na trgu za izdelek ali storitev? Mrežni marketing je odvisen od vzpostavitve trga za izdelke podjetja. V kolikor se zdi, da podjetje ne kaže zanimanja za povpraševanje potrošnikov po svojih izdelkih je to piramidni sistem.
- Je večji poudarek na zaposlovanju/rekrutiranju, kot na prodaji izdelka ali storitve? Ne pozabite, da je v središču razlike med mrežnim marketingom in piramidnim sistemom, da se slednji osredotoča na hiter dobiček od prijave novih članov.

Naslednji dve vprašanji sta v pomoč pri ugotavljanju, v kaj je podjetje usmerjeno.

- Ali je načrt zasnovan za služenje denarja z rekrutiranjem novih članov ali je zasnovan za prodajo izdelkov ali storitev? Če je odgovor pritrdilen na prvi del vprašanja potem gre za piramidni sistem.
- Se vam ponujajo provizije za zaposlovanje novih članov? Pritrdilen odgovor govori v prid piramidnemu sistemu. (Ward, 2020).

## 1.5 Podjemna pogodba (pogodba o delu)

Podjetja na začetku pogosto zaposlujejo s podjemno pogodbo. Podjemna pogodba je pogodba med naročnikom in podjemnikom. Podjemnik se s pogodbo zaveže, da bo opravil delo naročeno od naročnika, npr. košenje trave. Naročnik pa se zaveže, da bo v zameno podjemniku plačal dogovorjeni znesek. V pogodbi se dogovori tudi podrobnosti izvedbe, rok izvedbe, znesek in rok plačila, preskrba materialov, itd. Podjemna pogodba se v praksi sklene ustno, vendar je priporočljiva pisna oblika, zaradi dokazovanja obstoja razmerja in podrobnosti dogovora.

Osnutek podjemne pogodbe si lahko ogledamo na spodnji sliki. Dokument vsebuje podatke naročnika in podjemnika ter določila, ki določajo naravo dela, roke, izplačila itd. Kot vsaka pogodba, se zaključi z datum ter podpisom obeh pogodbenih strank.

Slika 4 Dokument za podjemno pogodbo

<p style="text-align: center;">PODJEMNA POGODBA</p> <hr/> <p>Naročnik: naziv, sedež, davčna številka, zakoniti zastopnik in _____</p> <p>Podjemnik (prevzemnik dela): ime in priimek, naslov, davčna številka _____</p> <p>skleneta naslednjo <b>PODJEMNO POGODBO</b></p> <p><b>1. Člen</b></p> <p>Š to pogodbo naročnik naroča, podjemnik pa se zaveže za naročnika opraviti naslednje delo _____</p> <p>Naročnik pa bo podjemniku za opravljeno delo plačal v skladu s to pogodbo.</p> <p><b>2. Člen</b></p> <p>Podjemnik se zaveže delo iz 1. člena te pogodbe opraviti do _____. Podjemnik bo delo opravil na sedežu naročnika/ drugje _____. Podjemnik se zaveže, da bo delo, iz 1. člena te pogodbe opravil osebno in skrbno/ kot dober strokovnjak v skladu z navodili naročnika. Podjemnik je dolžan naročnika sprosti obveščati o vseh okoliščinah, za katere ve ali bi moral vedeti, da so pomembne za naročnika ter pravilno in pravočasno izvršitev dela iz 1. člena te pogodbe, sicer odgovarja za nastalo škodo.</p> <p><b>3. Člen</b></p> <p>Naročnik se zaveže za opravljeno delo iz 1. člena te pogodbe: flicate podjemniku znesek _____ EUR (neto/bruto) in sicer v roku _____ dni po opravljenem delu na račun podjemnika št. _____ pri _____ (banki).</p> <p><b>4. Člen</b></p> <p>Naročnik sme od te pogodbe odstopiti pred dokončanjem dela, kot je opredeljeno v 2. členu te pogodbe če podjemnik:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- delo izvaja v nasprotju z navodili naročnika ali</li><li>- dela ne izvaja s potrebno skrbnostjo ali</li><li>- če izvršitev dela odstopi komu tretjemu/ brez dovoljenja naročnika dostopi komu tretjemu.</li></ul> <p>Pogodbeni stranki lahko to pogodbo razdreta tudi sporazumno.</p> <p><b>5. Člen</b></p> <p>Glede pravic in dolžnosti naročnika in podjemnika, ki niso določene v tej pogodbi se uporabljajo določila Obligacijskega zakonika o podjemni pogodbi.</p>	<p><b>6. Člen</b></p> <p>Pogodbeni stranki bosta vse spore, nastale iz te pogodbe poskušali rešiti sporazumno, če pa to ne bo možno, za primer sodnega spora določata stvarno pristojno sodišče v _____</p> <p><b>7. Člen</b></p> <p>Ta pogodba prične veljati z dnem podpisa obeh pogodbenih strank. Pogodba je sklenjena v dveh izvodih, od katerih prejme vsaka stranika po en izvod.</p> <p>V _____, dne _____</p> <p>Podjemnik: _____ Naročnik: _____</p>
--	--

Vir: *informiran.si* (2021)

Delo si organizira podjemnik sam, kar pomeni da si priskrbi vso orodje potrebno za delo, med tem ko je oskrba z materialom stvar dogovora. Podjemnik je pri delu samostojen in sam odgovarja za rezultat dela, kar pomeni, da ni podrejen naročniku, vseeno pa se mora držati navodil naročnika. Naročnik zagotovi nadzor nad potekom dela, vendar se ta razlikuje od

nadzora v primeru delovnega razmerja, kjer je le ta bolj intenziven in vsebuje tudi disciplinsko oblast nad delavcem. Podjemnik je med opravljanjem dela dolžan imeti pri sebi podpisan izvod pogodbe, saj na ta način v primeru inšpekcijskega nadzora dokazuje, da dela ne opravlja na črno. Pogodba se lahko sklene za določen ali nedoločen čas.

Med podjemno pogodbo in pogodbo o zaposlitvi obstajajo pomembne razlike. Najpomembnejša razlika je, da gre pri podjemni pogodbi za pogodbo civilnega prava, med tem ko pogodba o zaposlitvi temelji na delavnem pravu in se z njo sklene delovno razmerje. Gre za zelo pomembno razliko, saj se podjemna pogodba ne sme sklepati v kolikor obstajajo pri delu elementi delovnega razmerja. Elementi delovnega razmerja pa se pojavijo, ko se podjemnik prostovoljno vključi v organiziran delavni proces delodajalca ter v tem procesu osebno in nepretrgano opravlja delo za plačilo po navodilih in pod nadzorom delodajalca. Če pride do takih okoliščin je potrebno skleniti pogodbo o zaposlitvi. (informiran.si, 2021).

## 2 METODOLOGIJA

Pri pisanju diplomske naloge so bile uporabljene naslednje metod dela. Pri iskanju podatkov za opis teme je bila uporabljena sekundarne analize podatkov, vir katerih predstavljajo podatki pridobljeni na spletu in v literaturi. V času pisanja je bil dostop do knjižnic otežen, zato je večina virov spletnih. S primerjavo virov sem in izluščila pomembne podatke za diplomsko nalogo. Uporabila sem tudi primarne podatke, ki sem jih pridobila med praktičnim delom v podjetju ter v pogovoru z mentorjem, ki mi je tudi po opravljeni praksi pomagal priti do pravih podatkov o podjetju. Pridobljene podatke sem primerjala s sekundarnimi podatki in napisala razlike in podobnosti, ter pripravila odgovore na zastavljena raziskovalna vprašanja. Pripravila sem tudi internetni anketni vprašalnik s pomočjo spletnega mesta IKA, kjer sem pridobila primarne podatke. Z anketo sem posredovala svojim sošolcem in prijateljem, ki so jo poslali še svojim prijateljem. Rezultat je bil 60 odgovorjenih vprašalnikov. Namen ankete je bil dobiti vpogled, ali ljudje razlikujejo med piramidni sistem in mrežnim marketingom, in uvideti, koliko ljudi je že delalo na takšnem delovnem mestu. To sem ugotavljala z naslednjimi vprašanji.

Q1 - Ali se piramidnim sistemom razlikuje od mrežnega marketinga?

Da                      Ne                      Ne vem

Q2 - (če si na prvo vprašanje odgovoril z Da) - Piramidni sistem je skoncentriran na prodajo izdelka in ne na zaposlovanju novih članov?

Da                      Ne                      Ne vem

Q3 - (če si na prvo vprašanje odgovoril z Da) - Pri zakonitem mrežnem marketingu je potrebna velik vstopni vložek (npr. nakup izdelkov)?

Da                      Ne                      Ne vem

Q4 - Ste bili kdaj zaposleni v podjetju z mrežnim marketingom ali piramidnim sistemom?

Da Ne

Q5 - (če si na 4. vprašanje odgovoril z Da) - Kako ste bili zadovoljeni z delovanjem takega podjetja?

Sploh mi ni všeč Ni mi všeč Niti niti Delno mi je všeč Všeč mi je

Q6 - Kakšna je po vašem mnenju možnost zaslužka v takem podjetju na pram tradicionalnem delovanju firme?

Zelo malo Malo manj Nevtralno Malo več Veliko

Q7 - Bi sklenili posel z delavcem v takem podjetju, če bi vam ponudil cenejši produkt?

Zagotovo ne Verjetno ne Mogoče Verjetno ja Zagotovo ja

Q8 - Spol

Moški Ženski

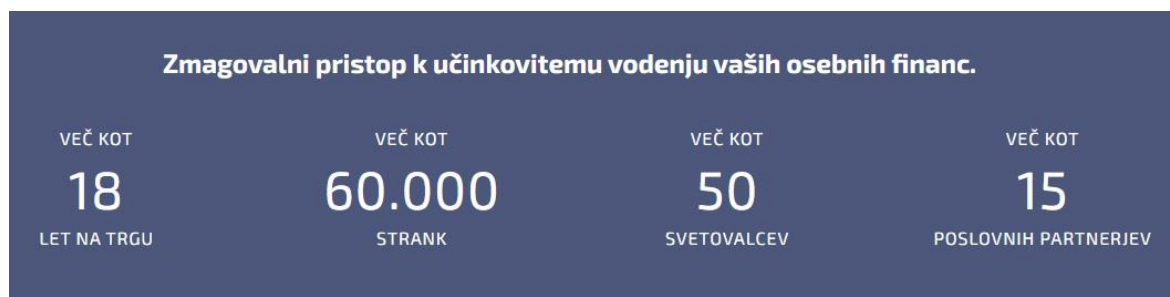
Q9 - Označite vaš trenutni status

Dijak Študent Brezposeln Zaposlen Upokojenec

### 3 OPIS PODJETJA HARVEST

Podjetje Harinvest (v naprej Harvest) je posredniško zavarovalna agencija, ki je na trgu več kot 18 let in je povezana z vsemi zavarovalnicami v Sloveniji (Triglav, Generali, Merkur, Sava, Grawe, Prva, Vzajemna, Ergo, Wiener Stadtische, Best dosctors, Arag, Alta in BKS Bank). Njeni zastopniki lahko neodvisno svetujejo strankam (fizičnim in pravnim osebam) o tem, kje se lahko zavarujejo, s kakšnim razlogom se lahko zavarujejo, kaj lahko pričakujejo v primeru škodnih dogodkov: od njih kot zastopnikov, od podjetja Harvest in od zavarovalnic, ki zavarovanja ponujajo.

*Slika 5 Podatki o strankah, svetovalcih in poslovnih partnerjih*



Vir: spletna stran Harvest (2022)

Dandanes je na zavarovalniškem trgu poplava ponudb, ki so za povprečnega potrošnika lahko popolnoma nerazumljive. Vsaka zavarovalnica trdi, da je njihova ponudba najboljša, da so najbolj zanesljivi, poleg tega pa še najcenejši. Delno so te informacije realne, je pa nemogoče pričakovati, da ima nek ponudnik s svojimi produkti najugodnejše pokril vse potrebe potrošnika. Zastopniki Harvesta lahko neodvisno svetujejo strankam, katera zavarovalnica ponuja produkt, ki ga stranka želi po najboljši ceni, najboljših kritjih in kako se odziva, ko pride do izplačila, itd. Znano je, da v primeru izplačila vsaka zavarovalnica gleda na to, kako bo stranki izplačala čim manj in ne čim več, saj niso dobrodelná ustanova ampak podjetje, ki gleda na svoj dobiček. Zato pri vsakem produktu, ki ga ponujajo navajajo ogromno drobnega tiska, ki točno določa primere, v katerih bo denar izplačala in v katerih ne. Drobní tisk je za večino ljudi nerazumljiv in dvoumen, zavarovalni zastopniki, ki se s tem ukvarjajo vsak dan, pa ta drobní tisk dodobra poznajo. Zato se delo zastopnikov Harvesta začne s tem, da dobro spoznajo vse produkte zavarovalnic in razumejo vsa pravna določila njihovih produktov, ki jih bodo ponujali.

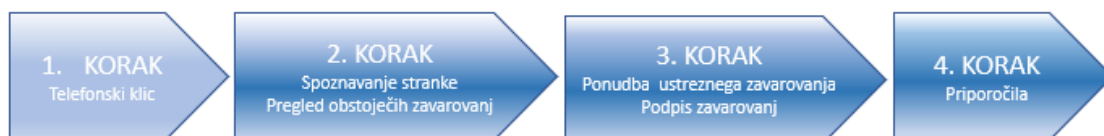
Delo zastopnikov zajema iskanje novih strank, tako si zgradijo portfelj strank, za katere nato dolgoročno skrbijo. Iskanje strank je precej težko, saj zakon o varstvu osebnih podatkov preprečuje klicanje nepoznanih ljudi. Stranke tako večina sprva išče med bližnjimi, ki jih poznajo in že imajo njihove podatke in kontakte. Prvi kontakt je po navadi s telefonskim klicem, ki nikakor ni naključen, v katerem ljudem že prodajajo, ampak skrbno načrtovan, s katerim poizkušajo stranki na hitro obrazložiti razlog klica, jih navdušiti ter se z njimi dogovoriti za termin za sestanek, na katerem bi jim predstavili, kaj je njihovo delo, kakšne prednosti lahko imajo od njih in kako jim lahko pomagajo. Ko se s stranko dobijo na sestanku, stremijo k strokovnosti, profesionalnosti in korektnosti. Podjetje Harvest nima klicnega centra, ki bi zastopnikom iskal stranke, ampak si morajo stranke iskati zastopniku sami in najboljši način pridobivanja strank so PRIPOROČILA. Vsem zastopnikom je torej v interesu, da bo stranka z obravnavo in ponujenimi produkti zadovoljna, saj se le tako lahko nadejajo, da bodo stranke te pozitivne izkušnje delile s prijatelji, družino, znanci in tako se nabor potencialnih strank širi.

Delo zastopnikov Harvesta na sestanku je strukturirano in poteka v več delih. Najprej morajo stranko spoznati in se z njo pogovoriti o njenih željah in potrebah. Kakšno življenje živi, kakšne so njene potrebe, ali živi sama, skrbi za koga drugega, ima partnerja, družino, kakšno delo opravlja, kakšni in kako rizični so njeni hobiji (izpostavljeni tveganju), itd. Pozanimati se mora o morebitnih kreditih, najemninah, stroških in višini njeni prihodkov. Na podlagi tega lahko nato stranki ponudi najboljše rešitve, ki so točno pokrijejo njene potrebe. Zaposleni pri zavarovalnicah naj bi opravljali isto delo, ampak so pri svojem delu omejeni na ponudbo svoje zavarovalnice. Poleg tega jim delodajalci narekujejo, koliko polic morajo skleniti na dan. To pomeni, da se nimajo časa posvetiti potrebam strank in ponujajo ena in ista zavarovanja od vrat do vrat oziroma od stranke do stranke, samo da izpolnijo te pogoje.

Naslednji korak termina je tako rečeno prodaja: stranki na podlagi njenih potreb ponudijo ustrezno zavarovanje. Stranki je treba dobro obrazložiti, na kaj se zavarovanje nanaša, za kakšne tveganja je primerno, kdaj lahko pričakujejo odškodnino in kdaj ne. Pri tem jih vodi moto: pridobi zaupanje stranke, jo prestraši, pokaži, dokaži in ponudi najboljšo rešitev! Večina ljudi v Sloveniji ima sklenjena obstoječa zavarovanja, veliko pa jih ne ve, kaj imajo sklenjeno, kaj plačujejo in kaj lahko pričakujejo od zavarovalnice v primeru škodnega dogodka. Produkt so od nekoga kupili, ko pa pride do zahtevka za izplačilo, se morajo stranke same angažirati in v skrajnih primerih tožiti svojo zavarovalnico. Naslednji korak sestanka je zato pregled že obstoječih zavarovanj in ponudba novih oziroma ustrežnejših in cenejših. Po pogovoru s stranko si zastopnik Harvesta vzame dan ali dva časa, da pregleda že obstoječa zavarovanja (saj so lahko ta že dobro urejena) in pregleda ponudbe vseh zavarovalnic, če lahko najde ustrežnejšo ali cenejšo različico). Pripravi ponudbo in nato na drugem terminu ponudbo predstavi stranki in se z njo pogovori o mogočih odstopih ali spremembah.

V primeru, da se stranka s ponudbo, ki jo je pripravil zastopnik, strinja, podpišeta nove pogodbe, zastopnik pa poskrbi za prekinitev starih polic in pripravo novih.

*Slika 6 Koraki sklepanja zavarovanj pri Harvestu*



*Vir: lastno delo*

Tu se dela zastopnikov Harvesta ne konča, saj se podjetje osredotoča na zadovoljstvo strank. Vsaki stranki dajo vedeti, da se lahko kadarkoli obrne na svojega svetovalca. V primeru škodnih dogodkov, različnih vprašanj, dopisov, v primeru sprememb življenjskih potreb, sprememb delovnega mesta, preselitvi ali podobnem. Tako lahko svetovalec vedno spreminja in prilagaja zavarovanja, da so vedno v skladu s trenutnimi potrebami stranke.

Poslanstvo podjetja: Čedalje več ljudem predstavlja v življenju skrb za finance velik izziv in odgovornost. V družbi Harvest imamo za vse finančne izzive pripravljene individualne rešitve. Združujemo visoko usposobljene finančne svetovalce, strokovnjake z bogatim znanjem in izkušnjami, ki vam bodo priskočili na pomoč pri načrtovanju varne finančne prihodnosti. Že več kot 60.000 zadovoljnih strank potrjuje, da so z našo pomočjo prihranili denar, živce in čas, ki bi ga porabili za doseganje zastavljenih ciljev. (Harvest, 2018).

Vizija podjetja: Tudi vnaprej želimo delovati kot vodilna družba na področju zavarovalnega in finančnega svetovanja, ki bo slovela po kakovosti svoji storitev in predstavljala trdo okolje za osebno rast in graditev finančne neodvisnosti posameznika. (Harvest, 2018).

## 4 ANALIZA POSLOVANJA

Kot sem že povedala je to mrežni marketing in ne piramidni sistem, saj se podjetje osredotoča na kakovost izdelka in ne samo na zaposlovanje novih sodelavcev. Vsak, ki se pridruži podjetju ima svojega mentorja, ki ga uči, izobražuje, z njim hodi na termine, ter skrbi, da postane samostojen in neodvisen. Naj omenim, da podrejen brez licence ne more opravljati samostojno dela in vse napake vplivajo na licenco nadrejenega. Pri tem mentor prejema mentorski dodatek za delo, ki ga opravlja z novim sodelavcem. Ravno tako, ko nov sodelavec opravi licenco za zavarovalniškega zastopnika postane strokovnjak v svojem področju, lahko individualno in samostojno opravlja dejavnost, lahko pa postane tudi mentor. Kot zaposlen v zavarovalništvu lahko po treh mesecih opravljanja dela opraviš licenco zavarovalnega zastopnika in tako postaneš samostojen in po zakonu RS imaš pravico učiti do 5 novih sodelavcev. V primeru, da zastopnik najde zainteresirano osebo, ki bi rada opravljala isto dejavnost, ima zastopnik z licenco pravico do vključitve osebe v firmo. Tako se širi število zastopnikov firme Harinvest, vsaka oseba pozna nove ljudi, ki so potencialne stranke in potencialni novi sodelavci.

Problematika tega sistema je, da firma nima klicnega centra, se ne oglašuje in kljub dolgemu obdobju delovanja je prepoznavnost firme zelo slaba. To pomeni, da njeni zastopniki samostojno promovirajo firmo, sebe in branžo pri vsaki stranki. To je zahtevno delo in zahteva veliko truda in časa, kar pomeni, da zastopnik lahko opravi maksimalno 2-3 termine dnevno. Druga težava je pomanjkanje strank. Vsak ima svojo bazo poznanih ljudi, ki so lahko v bodoče potencialne stranke, vendar prej ali slej bo ta baza porabljena. Zato je Harvest razvil zelo močno tehniko pobiranja priporočil, s katerim se baza strank širi, je pa nemogoče, da se priporočila širijo dovolj hitro za vsakdanje delo. Tukaj pride na vrsto »ekipa«. Kot omenjeno zastopnik lahko ima do 5 ljudi katere uči in z njimi opravlja delo in oni ko opravijo licenco lahko imajo tudi 5 ljudi pod sabo. To je neke vrste piramidni sistem, ki zagotavlja nadrejenemu konstanten donos od dela podrejenih. Res je, da ima vsak isto možnost za uspeh in pridobivanje novih sodelavcev, vsi pa vemo, da ta način ni najprijaznejši do novih članov.

### 4.1 Razlike med pogodbo o zaposlitvi in podjemno pogodbo

Pomebno je razlikovati med podjemno pogodbo in pogodbo o zaposlitvi. In sicer se razlikujeta v tem, da gre pri podjemni pogodbi za pogodbo civilnega prava med tem ko je pogodba o zaposlitvi delavnega prava, s katero se sklene delovno razmerje. Gre za zelo pomebno razliko, saj se podjemna pogodba ne sme sklepati v kolikor obstajajo pri delu elementi delovnega razmerja. Elementi delavnega razmerja pa se pojavijo, ko se podjemnik prostovoljno vključili v organiziran delavni proces delodajalca ter v tem procesu osebno in nepretrgano opravlja delo za plačilo po navodilih in pod nadzorom delodajalca. Če pride do takih okoliščin je potrebno skleniti pogodbo o zaposlitvi.

## **4.2 Zaposlovanje v podjetju z mrežnim marketingom**

Ena od pomanjkljivosti mrežnega marketinga v podjetju, ker so le redki (najuspešnejši) zaposleni s pogodbo o zaposlitvi. Med tem, ko so ostali sprva zaposleni preko podjemne pogodbe, kjer država vzame 56% njihovega plačila za opravljeno delo. Lahko pa se odločijo za odprtje s.p., kjer se izognejo tako velikem odstotku odvzema denarja, vendar pa se tukaj pojavijo stroški delovanja s.p., računovodskega servisa,... Prav tako vodenje svojega podjetja ni enostavno in za to potrebuješ znanje. Pri s.p. skrbiš sam za penzijo, zavarovanje in podobne stvari sam. Prav tako odgovarjaš za napake z vsem svojim premoženjem. Naslednja težava nastane pri odpiranju s.p.-ja saj je mogoče prijaviti samo eno dejavnost v primeru, da gre za zavarovalništvo, pravo,... Ker živimo v zelo nestabilnih časih lahko nastane dvoumno vprašanje ali je bolje delati s podjemno pogodbo ali odpreti s.p.. Ker je plača na firmi Harvest povezana s produktivnostjo je lahko dohodek iz mesca v mesec zelo različen. Zato je potreben tehten premislek ali bo plača v naslednjih mesecih zadosti visoka, da bo ne le pokrila stroške delovanja s.p.-ja temveč tudi prinesla dohodek za preživetje.

## **4.3 Izračun plače (poslovna uspešnost)**

Z mrežnim marketingom, če je zasnovan pravilno lahko postaneš uspešen. Med praktičnim izobraževanjem sem imela priložnost spoznati par ljudi, ki so v podjetju postali uspešni ali zelo uspešni. Ti so s svojim lastnim delom, ter nato s svojo ekipo zaslužili denar, o katerem lahko nekateri le sanjamo. Zakaj sprva s svojim lastnim delom? Ker imajo v podjetju sestavljeno plačilo listo glede na uspešnost posameznika in po njej se lahko povzpenjaš le s svojim lastnim delom. Za lažje razumevanje: v prve plačilnem razredu 1 točka = 6€. Točke so različne glede na vrsto zavarovanj, ki jih skleneš. Najbolje so plačana varčevanja (naložbe), ki se izplačajo 100% že v naslednjem mesecu, druga življenjska ali premoženjska zavarovanja pa se izplačajo različno od 50% naslednji mesec in razdeljeno v naslednje mesece ali leta. Tako se tudi zastopniki izognejo nevarnosti, da v primeru dopusta ali bolovanja v primeru nezmožnosti za delo ravno tako dobivajo plačo iz dela prejšnjih mesecev. Za napredovanje v drugi plačilni razred moraš doseči določeno število točk. Kar je prikazano v naslednji tabeli.



Slika 7 Kariera družbe Harvest



Vir: Harvest (2021)

1.točka = 100€ letne premije

Tabela 1 Plačilni razredi

Plačilni razred	Vrednost 1. točke	Doseg točk za napredovanje
1.	6€	30
2.	12€	80
3.	20€	250
4.	30€	500
5.	36€	800

Vir: Harvest (2021)

Ko opraviš licenco pa imaš lahko pod sabo tudi ekipo od katere prejemaš delež zaslužka, ki se obračuna glede na plačilni razred v katerem si. Npr. če je mentor v 3. plačilnem razredu, kjer je vrednost 1. točke 30 €, tvoj podrejeni pa v 1. plačilnem razredu, mentor prejme razliko med 1. in 3. plačilnim razredom.

Plača zastopnika v Harvestu je razdeljena na naslednji način. Naložbene police so izplačane v celoti naslednji mesec, ostala pa so izplačana naslednji mesec 50%, nato se pa druga polovica razdeli v šestine in se naslednjih šest mesecev izplačuje v procentih. Po enem pretečenem letu obstoječe police zastopnik dobi še dodatnih 60% celotne provizije. Tako se plača zastopnikov ves čas povečuje, če si konstanten in dobro delaš.

*Fiktiven izračun plače zaposlenega v 3. plačilnem razredu (30€/točka) z odprtim s.p.-jem.*

*Povprečno 1 nova stranka na dan (brez vikendov) = 22 strank na mesec*

*Povprečno je pri stranki sklenjenih 2-3 polic, to je povprečno 5-7točk.*

*22 x 6 = 132 točk*

*132 točk x 30€ = 3.960€*

Opravljene ure:

Pri stranki se opravijo 3 termini. Torej moramo obiskati stranko 3x in vsakič porabimo približno 1h časa. Če imamo 1 novo stranko in 2 stranki, ki sta že v fazi sklepanja v enem dnevu, bo naše delo trajalo 3-4ure.

Pri tem moramo upoštevati stroške s.p.-ja, ne smemo pa pozabiti na že predhodno omenjeno mentorsko provizijo. Nekateri zastopniki radi delajo samostojno in nimajo radi ekipe, drugi imajo radi zelo obsežne ekipe, tako da točno provizije od sodelavcev ne moremo določiti.

Kot smo že dejali je plača razdeljena. Zato je točen izračun plače nemogoč, saj ne moremo predpostaviti koliko produkcije je bilo opravljene predhodno. Vemo pa da v naslednjem letu bo od 3.960€ dobil še dodatnih 60% tega zneska. V nekaj letih dobrega in konstantnega dela je lahko plača zelo visoka in spomnim se trenutka, ko sem spoznala na firmi enega izmed prvih zastopnikov Harvesta Aleksa, ki mi je dejal: »dekle znaš kdaj boš znala, da je to res pravi posel? Ko boš v enem mesecu zaslužila toliko kot drugi v enem letu. » (je Prekmurec).

Zato je to lahko res odlična priložnost za dobro delo z dobrim zaslužkom. Konec koncev zastopniki rešujejo morebitne težave ljudi v kritičnih časih in lahko preprečijo velike katastrofe celotnih družin ali podjetij (lahko rečemo, da rešujejo življenja) in na ta način, kot že predstavljeno, lahko dobro zaslužiš, odvisen si sam od sebe, sam si urnik urejaš in je lahko to življenjska priložnost! Smo pa ljudje različni in vsak je dober na svojem področju. Zato je ta priložnost odlična, saj lahko kdorkoli poizkusi to delo, je pa nato od posameznika

odvisno ali je pravi človek za takšno delo, saj ni enostavno in zahteva ogromno truda, učenja, prilagajanja in ves čas izboljševanja samega sebe.

Prednosti izplačevanja 50% takoj in ostalih 50% v naslednjih šestih mesecih na začetku dela ni, se pa pokaže v kasnejšem času, ko je plača večja in izplačilo služi kot morebitna bolniška ali dopust, ko ne opravljaš dela, plačano pa še vedno dobiš. Tako kot si na tradicionalnem delovnem mestu plačan 80% v kolikor si na bolniški ali dopustu.

#### **4.4 Razlika med delom v podjetju Harvest in tradicionalnem delovnem mestu v zavarovalništvu**

Razlika med delom v podjetju Harvest in tradicionalnim delovnim mestom v zavarovalništvu je velika. In sicer se razlikuje v plačilnih sistemih, pogoji, delovnih navadah in delu samemu.

Kot prvo na firmi Harvest zastopniki nimajo pogojev **koliko polic morajo skleniti v določenem obdobju**. Seveda je to povezano s plačo, zato se v vsakem primeru izplača delati čim več, kot sem pa že dejala Harvest nima svojega klicnega centra, zato je veliko težje in več dela namenjeno pridobivanju strank in sklepanju polic. Med tem ko zastopnik pri zavarovalnici na dan obiše pet do dvanajst strank. Kar pa je pri delu za Harvest nemogoče, saj tako število ljudi naredijo v povprečju na teden. Prav tako pa imajo pri tradicionalnem delovnem mestu klicni center oz. bazo strank, katere obišejo in je zato možno tolikšen dnevni obisk strank.

**Plača** zavarovalnih agentov zaposlenih v zavarovalnici je fiksna in ima majhna odstopanja v primeru dobrega dela (povišanje glede na delovno sposobnost posameznika), v primeru slabšega dela in ne izpolnjevanja pogojev je pa plača nižja, oziroma dolgoročno grozi odpoved. Seveda je zato na začetku dela zavarovalnih agentov na zavarovalnici lažje, saj je plača v primerjavi s Harvestom v začetkih boljša, dolgoročno se pa definitivno plača na Harvestu dvigne za veliko večji procent kot na zavarovalnici. Saj pri Harvestu začneš z zelo nizko plačo, vendar več kot narediš, bolj napreduješ po razredih, kateri pomenijo višjo plačo.

**Delovni pogoji** so strogo določeni na zavarovalnicah. Imaš svoj delovni prostor, svoje okolje kjer zavarovanja sklepaš in že v naprej določene stranke in njihov obseg. Pri Harvestu pa delo ni omejeno na regije, pisarne, poslovalnice in pogoje. Delaš lahko samostojno kjerkoli in kadarkoli po Sloveniji, sam si določaš kdaj boš delal, s kom boš sklepal posle in koliko časa si boš vzel pri določeni stranki. Termini pri strankah so daljši kot so s strani zavarovalnic, saj je delo zastopnika ne samo prodati, ampak kot prvo pridobiti zaupanje, predstaviti sebe in svojo dejavnost in firmo, pregled že obstoječih zavarovanj, svetovanje in na koncu je nujno še pridobivanje priporočil, saj brez tega se posel ne širi.

Naslednja razlika je v **ponudbi**. Zaposlen pri zavarovalnici lahko ponuja izključno produkte, katere ponuja njihova zavarovalnica in so strogo prepovedana sklepanja in svetovanj za

konkurente. Harvest je pa povezan z vsemi zavarovalnicami in ni omejen s ponudbo le ene. Lahko brez omejitev pove dobre in slabe stvari katere koli zavarovalnice in lahko ponuja in sklepa različna zavarovanja pri različnih zavarovalnicah. Veliko krat na tržišču zasledimo, da zaradi prihodnjih slabih izkušenj stranke ne želijo sklepati poslov z določeno zavarovalnico in se raje odločijo za zavarovanje pri drugi zavarovalnici, kljub temu, da so pogoji slabši. Zato je treba biti dobro osveščen o zgodovini zavarovanj pri strankah, njihovih izkušenj z zavarovalnico in agenti. Prav tako je treba vedeti, da zavarovalnica ne mora imeti vsega dobrega, ene imajo boljša življenjska kritja, spet druga imajo boljše zavarovanje nepremičnin. Iz tega izhaja velika prednost zaposlenih pri Harvestu, saj lahko osebi sklene zavarovanje po meri, torej kar si stranka želi in potrebuje v tistem življenjskem obdobju, ki se nahaja. Primer: Skleniti isto zavarovanje za 25 letnika in 80 letnika je neprimerno. Saj 80 letnik ne potrebuje oz. je ne smiselno, da bi imel sklenjeno varčevanje za 25 let, saj sam denar potrebuje zdaj. Med tem, ko pa 25 letnik s takim varčevanjem poskrbi za svojo prihodnost oz. za svojo pokojnino.

## **5 ANALIZA ANKETE**

### **5.1 Anketni vprašalnik**

Anketni vprašalnik vsebuje devet vprašanj. V prvem sklopu so imeli anketiranci ponujen alternativni odgovor (da, ne, ne vem), kjer so imeli možnost samo enega odgovora. V drugem sklopu pa so morali označiti rubriko z ustrezno oceno. Izbirali so med petimi možnimi ocenami od sploh mi ni všeč do zelo mi je všeč. Na koncu pa so označili še spol in njihov trenutni status.

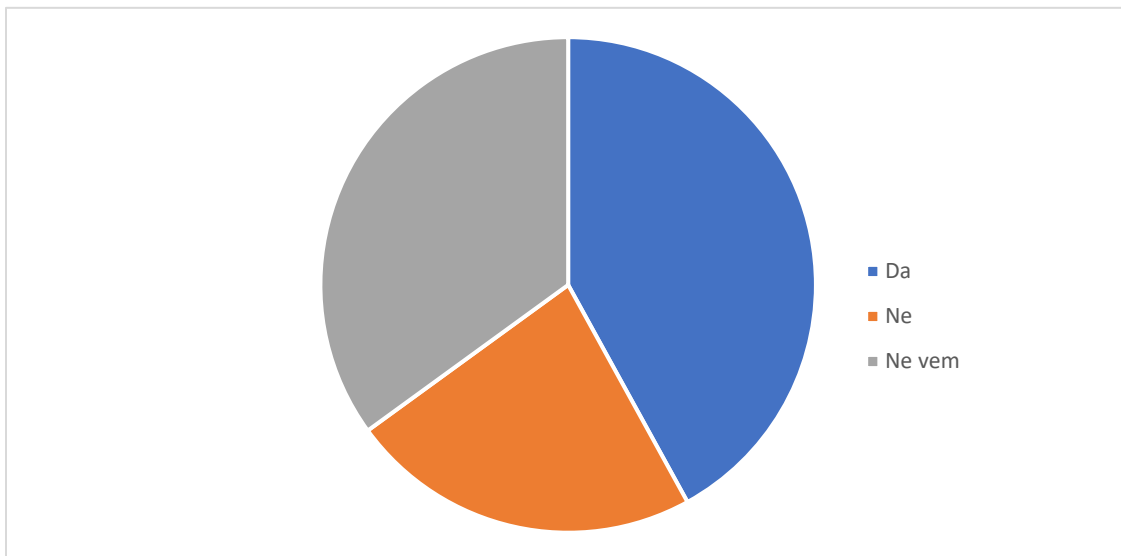
### **5.2 Rezultati ankete**

V anketi je sodelovalo 108 anketirancev, vendar je le 60 ustrezno rešenih anket. Tako, se bom skoncentrirala le na 60 anketirancev. Od tega je 33 oseb moškega spola in 27 oseb ženskega spola.

V večini so na anketo odgovarjali zaposleni in študentje. Več je bilo zaposlenih, kar 27 oseb, nato študentje 25 oseb, temu pa je sledilo še 8 brezposelnih. V anketi pa niso bili vključeni ne upokojnenci in ne dijaki.

Na vprašanje Ali se piramidni sistem razlikuje od mrežnega marketinga? je najpogostejši odgovor Da z 42%, temu pa sledi odgovor Ne vem s 35%. Z odgovorom Ne pa je odgovorilo 23% anketirancev. Torej večina anketirancev ve, da se ta dva sistema razlikujeta. Zdaj pa preverim, če vedo točno v čem se razlikujeta.

Slika 8 Ali se piramidni sistem razlikuje od mrežnega marketinga?



Vir: lastno delo

Temu vprašanju pa sta sledila vprašanja "preverjanja", kjer sem preverila, če anketiranci, ki so odgovorili da se sistema razlikujeta, vedo v čemu se razlikujeta. Torej je tukaj celota 25 anketirancev, ki so odgovorili na prejšnje vprašanje z Da. Pri vprašanju o piramidnem sistemu je pravilen odgovor Ne in tako je odgovorilo 11 anketirancev, kar je kar 44%. Sledil je odgovor Da z 10 odgovori, ter Ne vem s 4. Iz odgovorov je razvidno, da večina anketirancev pozna definicijo piramidnega sistema, vendar je na drugem mestu z napačnim odgovorom, le en anketiranec manj. Kar nas seznanja z dejstvom, da anketiranci niso prepričani v definicijo piramidnega sistema.

Pri naslednjem vprašanju o mrežnem marketingu je bil prav tako pravilen odgovor Ne in tako je odgovorilo 9 anketirancev, z istim številom je odgovor Da, z odgovorom Ne vem pa je odgovorilo 7 anketirancev. Torej 44% od 25 anketirancev, ve da je piramidni sistem skoncentriran na zaposlovanje članov in ne na prodajo izdelka. Vendar pa le 36% od 25 anketirancev vedo da je pri mrežnem marketingu potreben manjši vstopni vložek. Torej je tukaj podoben zaključek kot pri piramidnem sistemu, anketiranci ne poznajo oz. niso prepričani o definiciji mrežnega marketinga.

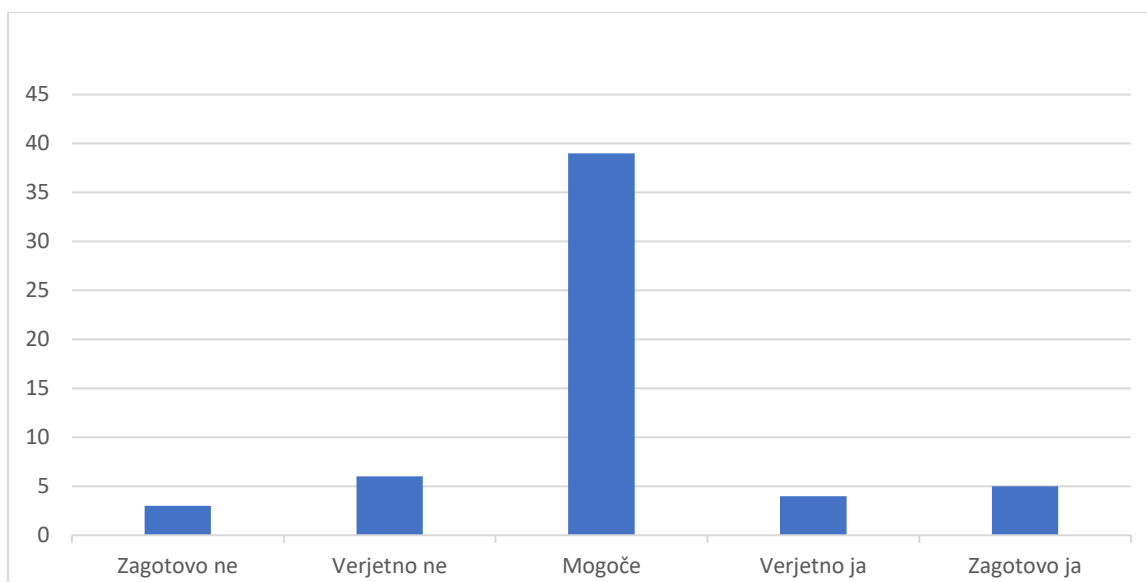
Kot vidimo pri naslednjem vprašanju je bilo le 15 anketirancev zaposlenih v takem podjetju. Torej le 25% anketirancev je imelo izkušnje iz prve roke, kako deluje tak sistem. Kar se mi zdi velika številka.

Vprašanje številka 5. se je prikazal le tistim 15 anketirancem, ki so odgovorili, da so bili zaposleni v podjetju mrežnega marketinga ali mrežnega marketinga. Vprašali pa sem jih o zadovoljstvu z delovanjem takega podjetja. 9 oseb je odgovorilo da jim je bilo delno všeč, kar je kar 60%, trije so odgovorili z všeč, ter le eden da mu ni všeč. Torej dva sta odgovorila da jima ni všeč in noben ni odgovoril da jim sploh ni všeč.

Mnenje anketirancev o možnosti zaslužka pri takem podjetju v primerjavi s tradicionalnem delovanju, je kar z 58% nevtrarno, kar pomeni da zaslužijo toliko kot v tradicionalnem podjetju. Z 17% sledi odgovor malo več, nato pa z 12% veliko in z 7% malo manj, kar ostane 6% z odgovorom zelo malo.

Z vprašanjem če bi sklenili posel z delavcem v takem podjetju, če bi vam ponudili cenejši produkt, kjer sem preverjala ali jim je pomembno iz kašnega podjetja delavec izhaja, pa so odgovori sledeči. Kar 39 anketirancev je odgovorilo z mogoče, nato pa so razlike v odgovorih zelo majhne. 6 jih je odgovorilo z verjetno ne, med tem ko jih je 5 odgovorilo z zagotovo ja, 4 z verjetno ja in 3 z zagotovo ne. Torej je v povprečju odgovor mogoče, kar pomeni da je odvisno kako dobro bi zaposleni predstavil svoj produkt.

*Slika 9 Bi sklenili posel?*



*Vir: lastno delo*

## SKLEP

Namen diplomske naloge je preučiti delovanje mrežnega marketinga, kakšno je zaposlovanje v takšnem modelu, med seboj primerjati mrežni marketing in piramidni sistem, ker se oboje meče v isti koš, ter podati značilnosti za identifikacijo sistema. Cilj diplomske naloge je torej identificirati in analizirati delovanje mrežnega marketinga, zaposlovanje znotraj njega in pokazati razliko med mrežnim marketingom in piramidnim sistemom.

S pomočjo diplomske naloge sem prišla do ugotovitev, da se v podjetju z mrežnim marketingom ne zaposluje s pogodbo o zaposlitvi. Pogodbo o zaposlitvi si zaslužijo le najuspešnejši. Zaposluje se s podjemno pogodbo. Pomembno je razlikovati med podjemno pogodbo in pogodbo o zaposlitvi. In sicer se razlikujeta v tem, da gre pri podjemni pogodbi za pogodbo civilnega prava, med tem ko je pogodba o zaposlitvi sklenjena pod pogoji delovnega prava, s katero se sklene delovno razmerje. Gre za zelo pomembno razliko, saj se podjemna pogodba ne sme sklepati, v kolikor obstajajo pri delu elementi delovnega razmerja. Poleg tega delavcu, ki dela preko podjemne pogodbe, ne pripadajo enake pravice kot zaposlenemu. Podjemna pogodba pa ni edini način zaposlovanja, nekateri se samozaposlijo z odprtjem s.p.

Piramidni sistem ni le druga beseda za mrežni marketing, gre za dva drugačna sistema. Kot je razvidno iz rezultatov ankete, večina ne loči med tema oblikama poslovanja. Pri mrežnem marketingu se ne zahteva velikih zagonskih stroškov, ponujajo odkupe zalog do vsaj 80% plačanega, kažejo zanimanje za povpraševanje potrošnikov o svojih izdelkih in ne z zaposlovanjem novih članov, torej je večji poudarek na izdelkih/storitvah. Pri piramidnem sistemu pa je obratno: se je bolj osredotočeno na pridobivanje novih sodelavcev, ki morajo za svoje sodelovanje vložiti konkretne vsote denarja.

Odgovor na vprašanje, ali z mrežnim marketingom lahko postanemo uspešni, je pritrdilen, če je model zasnovan pravilno.. To je bilo očitno v podjetju, kjer sem opravljala prakso. Vse pa je odvisno od osebnega cilja in doveznosti za svoje delo ter dela ekipe. Podoben je odgovor na vprašanje, koliko lahko zaslužimo. S tem poslom se da preživljati ali pa pa je lahko vir dodatnega zaslužka, odvisno od osebnih ciljev in doveznosti za delo. Sicer pa je iz ankete razvidno, da večina anketirancev misli, da je zaslužek približno enak kot pri tradicionalnem podjetju.

Razlika med navadnim delovnim mestom na zavarovalnici in Harinvestom je velika. In sicer se razlikuje v plačnem sistemu, pogojih, ponudbi, delovnih navadah in delu samemu. Velika je tudi razlika v širini ponudbe. Zaposlen pri zavarovalnici lahko ponuja izključno produkte, kojih ponuja njihova zavarovalnica in so strogo prepovedana sklepanja in svetovanja o konkurenčnih ponudbah. Seveda pa vsaka zavarovalnica težko pokriva potrebe vsakega posameznika, zato je tukaj Harvest v prednosti, saj je povezan z vsemi zavarovalnicami in ni omejen s ponudbo le ene. Agenti Harvesta lahko brez omejitev povejo dobre in slabe strani ponudbe katere koli zavarovalnice in lahko ponujajo in sklepajo različna zavarovanja pri različnih zavarovalnicah. Pomembno je tudi izpostaviti norme, ki jih imajo zaposleni na zavarovalnicah: predpisano imajo, koliko zavarovanj morajo skleniti v določenem časovnem obdobju. Tega pri Harvestu ni, saj si agent sam predpiše zahtevano število sklenjenih zavarovanj in njegov uspeh vpliva le na njegovo plačo.

Omejitve diplomske naloge predstavlja predvsem obdobje v katerem se nahajamo, saj nisem imela priložnosti spoznati podjetja Harinvest v vsej luči, ker so bila številna izobraževanja in seminarji odpovedani oz. so se odvajali preko video klicev, kjer ni priložnosti za osebno komunikacijo s posamezniki, kar je privedlo do okrnjenega pregleda podjetja.

## VIRI IN LITERATURA

Bloomenthal, A. (10. januar 2021). Crime and fraud: What is a Pyramid Scheme? *Investopedia*. Pridobljeno 4. 10. 2021 iz: <https://www.investopedia.com/insights/what-is-a-pyramid-scheme/>

Duermyer, R. (19. september 2020). *Home business: marketing & sales. The balance small business*. Pridobljeno 25. 10. 2021 iz: <https://www.thebalancesmb.com/multi-level-marketing-mlm-1794427>

Harvest. (2018). *o nas: podjetje Harvest*. Pridobljeno 10. 11. 2021 iz: <https://www.harvest.si/o-nas>

Informiran.si. (19. marec 2021). *Podjemna pogodba ≠ pogodba o zaposlitvi*. Pridobljeno 7. 12. 2022 iz: <https://www.informiran.si/portal.aspx?content=kaj-je-podjemna-pogodba&showMenu=1&showRightFrame=1>

Snoj, B. & Gabrijan, V. (2015). Marketing, V B. Snoj, & V. Gabrijan, *Konceptualne in celostne razsežnosti*. Maribor: Založba Pivec.

Twin, A. (17. avgust 2020). *business essentials: Marketing. Investopedia*. Pridobljeno 25. 10. 2021 iz: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing.asp>

Ward, S. (30. maj 2019). *Marketing & sales: Multilevel Marketing (MLM meaning)*. The balance small business. Pridobljeno iz: <https://www.thebalancesmb.com/multilevel-marketing-mlm-2947187>



Ward, S. (13. oktober 2020). *Management: The difference between MLM and Pyramid Schemes*. The balance small business. Pridobljeno 10. 11. 2021 iz: <https://www.thebalancesmb.com/is-it-multilevel-marketing-or-a-pyramid-scheme-2947159>

Wikipedia. (29. april 2020). *Trženje*. Wikipedija. Pridobljeno 1. 10. 2021 iz: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Tr%C5%BEenje>