

A HÁLÓZATÉPÍTÉSRŐL ALKOTOTT VÉLEMÉNYEK ÉS A NETWORK MARKETING TÉNYEZŐINEK VIZSGÁLATA

THE OPINION ABOUT NETWORKING AND THE MONITORING OF THE NETWORK MARKETING'S FACTORS

Kiss Marianna pénzügy mesterszak II. évf. hallgató

Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar

Dr. Csonka Arnold oktatási dékánhelyettes, egyetemi adjunktus

KE Gazdaságtudományi Kar Agrárgazdasági és Menedzsment Tanszék

Dr. habil. Berke Szilárd PhD, egyetemi docens

KE Gazdaságtudományi Kar Agrárgazdasági és Menedzsment Tanszék

Abstract

In my study I represent the Network Marketing as a form of enterprise, which is really disputed networking subject in the last decades. Despite of the negative opportunities, the trade of MLM companies is extending in Hungary but especially in foreign countries. I constructed an anonym questionnaire to deeply recognise the personal opinions in this subject and to know the experience. Most people who took part in my research, is or was in connection with some MLM company. During the data processing I examined the questionnaire with several kinds of statistic methods and I analysed with the help of a computer programme. It was outstanding to see that networking people prefer in their life their personal development and self-education. However, in some case, the results disproved my waits, at the same time it can be said that most people have a negative attitude in connection with MLMs.

1. Bevezetés

Manapság elsősorban az alkalmazotti és a vállalkozói lét között választhatunk, azoknak minden előnyével és hátrányával együtt. Azonban van egy harmadik választási alternatívánk, amely úgy mond, a kettő között helyezkedik el, és elmondható, hogy a legtöbb kritikus vélemény éri. Ez nem más, mint a Multi Level Marketing, vagy hétköznapi nevén MLM. A **Multi Level Marketing** (magyarra fordítva Több Szintű Marketing)¹ az üzleti vállalkozások egy korszerű formája. A forgalom növekedése, az értékesítés a vállalattal alvállalkozói szerződésben lévő értékesítők vagy hálózatépítők által történik, személyes fogyasztás, illetve az ismerősök felé történő ajánlás útján. Tehát az MLM cégek nem a klasszikus értékesítési csatornákat használják a fogyasztók elérésére, hanem direkt módon juttatják el hozzájuk a termékeket/szolgáltatásokat. Manapság már végtelen sokféle termék közül választhat az, aki MLM cégtől vásárol, úgy mint: vitaminok, súlycsökkentők, tisztítószerek, ruhák, ékszerek, pénzügyi termékek, biztosítási termékek, oktatási termékek stb.²

2. Szakmai áttekintés

Magyarországon az emberek véleménye lassan változik, köszönhetően főként a '90-es években megjelenő olyan „erőszakos” cégeknek, akik MLM-nek adták ki magukat. Éppen ezért a köztudatban gyakran összekeverik a „*piramis rendszerekkel*”. Viszont fontos különbség, amelyet Tonk Emil egyik könyvében is találhatunk, hogy a piramis rendszerrel nincsen hasznos szolgáltatás vagy termék, és a belépőkkel „nagy pénzeket” fizettetnek, amelyért esetenként semmit, néha hasznavethetetlen szolgáltatást vagy terméket halmoztatnak fel velük, így áttolva ránk azok értékesítésének kényszerét.³ Nem véletlenül ítélték a „piramis rendszereket” illegálisnak. Minden esetre a rossz vélemények ellenére hazánkban, de főként külföldön, az MLM cégek forgalma egyre csak fejlődik, a számadatok is ezt bizonyítják. A 2011-es évben az MLM ipar éves szinten 120 milliárd dolláros forgalmat generált.⁴ Hazai viszonylatot nézve egy internetes cikkben leírtak szerint „az értékesítések kezdik visszanyerni korábbi, válságot megelőző nagyságukat, másfelől viszont az eladók száma csökkent, ami hosszú távon további piaci növekedéssel párosulva megnövelheti az értékesítők jövedelmét, ami vonzóbbá teheti ezt a szakmát.”⁵ Itt nincs szelekció, és sok esetben komoly kezdőtőke nélkül kezdhet bele valaki. Feltehetjük a kérdést miszerint, ha ez ilyen „egyszerűen működik”, akkor miért nem lehet benne mindenki sikeres? Mi befolyásolja a sikerességünket egy ilyen üzlettípusban? A kutatásomat e kérdés köré építettem fel. Érdekes tény, hogy a Network Marketing üzletformával kapcsolatban hallhatóak a világ legmegdöbbentőbb siker sztorijai, amikor szerény körülmények közül indult egyének most már akár egy hónap alatt is több pénzt keresnek, mint a legtöbb ember egy év leforgása alatt. Persze ez nem azt jelenti, hogy ez a tény kivétel nélkül mindenkire igaz, aki hálózatépítésbe kezd, hiszen fontos azt is megemlíteni, ahhoz, hogy egy MLM hálózatot kimagasló sikerre vigyen valaki, igazán komoly elhatározáson és személyiségfejlődésen kell átesnie, nem melleleg sikeres vezetővé kell válnia. Egy világhírűen elismert előadó szavaival élve: „A sikeres vezető nagyon jó kapcsolatteremtő, szereti az embereket és őt is szeretik. Értéket ad az embereknek. A sikeres vezető nagyon jó kérdéseket tud feltenni másoknak, és ez az egyik valódi kulcsa a sikerének, meg tudja nyitni az embereket. Jól képzi és szervezi az embereit például egy vállalatnál, megvan benne a csoportba szervezés képessége. Megérti, hogy a kudarc a siker része, kiváló az attitűdje a kudarchoz is, hiszen választás kérdése, hogyan reagálunk a velünk történt eseményekre...”⁶ Eric Worre – világhírű hálózatépítő – elmondása szerint az egyik legfontosabb lépés, hogy „ha network marketinggel foglalkozol, dönts el, hogy profi leszel.”⁷

2.1. Anyag és módszertan

Ahhoz, hogy az MLM működéséről és véleményekről bővebb információt szerezhessenek, összeállítottam egy online kérdőívet. Az első részében az egyéni világkép, a második részében az életcél preferenciák felmérése, a harmadikban az MLM rendszer és a hozzá kapcsolódó jellemzők kérdése, ezt követően az „MLM sikeresség” felmérése, és végül pedig a vállalkozói attitűd felmérése szerepelt. Összesen 267 fő töltötte ki a kérdőívet, ebből 91 fő az, aki érdekelt MLM vállalkozásban, 95 fő az, aki teljesen elutasítja, 11 fő, akit a későbbiekben érdekelne egy ilyen lehetőség, és 70 fő az, aki leginkább csak MLM cégek termékeit fogyasztja. Ahhoz, hogy a kutatást megfelelően elvégezhessem és értelmezhessem az eredményeket, 5 db hipotézist fogalmaztam meg a témával kapcsolatosan. Első, amit már említettem, hogy az MLM rendszert legtöbbször „piramis rendszerként” titulálják; majd pedig hogy a hálózatépítőknek az anyagi függetlenség a legfontosabb. Ezt

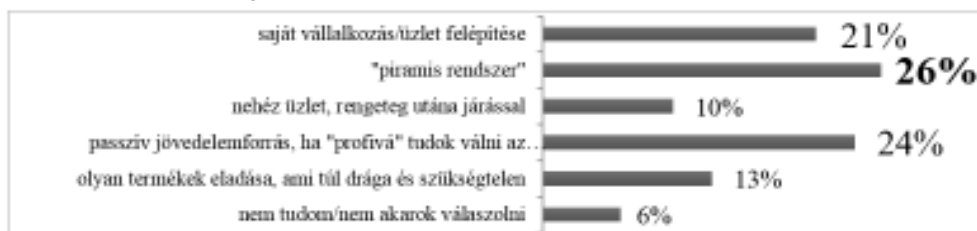
követi harmadikként, hogy a személyiségfejlődés fontosabb a hálózatépítőknek, mint akik nem foglalkoznak MLM-mel. Negyedik, hogy az oktatás a legfontosabb a hálózatépítésben; ötödik, hogy a fontosnak tartott tevékenységeket a hálózatépítők alkalmazzák is. Az itt felállított hipotézisek eredményeinek megállapítására különböző statisztikai módszereket használtam fel, hogy minél pontosabb végeredményekhez juthassak. Az általam alkalmazott módszertan során a kérdőívből összegeztem a válaszokat és az adatokat pedig importáltam egy számítógépes programba, hogy ezekkel dolgozhassak tovább. A felhasznált statisztikai módszerek: a leíró statisztika, a nem parametrikus tesztek (azon belül a Mann-Whitney tesztnél és a Wilcoxon tesztnél a mediánok egyezőségét vizsgáltam a rangsorok alapján), továbbá faktoranalízist és nem parametrikus próbákat is alkalmaztam, utóbbi vitathatatlan előnye, hogy nem szükséges az, hogy az adataink normális eloszlásból származzanak.⁸

3. Eredmények és értékelésük

Az eredmények értékelése során arra kerestem leginkább a választ, hogy miben különböznek és miben más a hozzáállásuk az élethez, a körülményeikhez, a munkájukhoz és egyéb tényezőkhöz azoknak a személyeknek, akik foglalkoztak/foglalkoznak MLM vállalkozással, szemben azokkal az emberekkel, akik hallani sem akarnak róla. Ezen válaszokból akartam levonni a következtetést, mely szerint mitől lesz valaki sikeres, vagy éppen kudarcot vallott ebben a vállalkozási formában. Az első diagramon (1. ábra) feltüntettem a válaszolók elképzeléseinek a megoszlását, hogy miként is vélekednek az MLM-ről. Jól látható, a válaszadók többsége, 26%-a „piramis rendszerként” vélekedik az MLM-ről, de ezt szorosan követi a „passzív jövedelemforrás”, és a „saját vállalkozás felépítése” gondolatmenet az emberekben.

1. ábra. Az MLM – ről alkotott vélemények megoszlása (N = 267)

Figure 1. Share of opinions about MLM (N = 267)



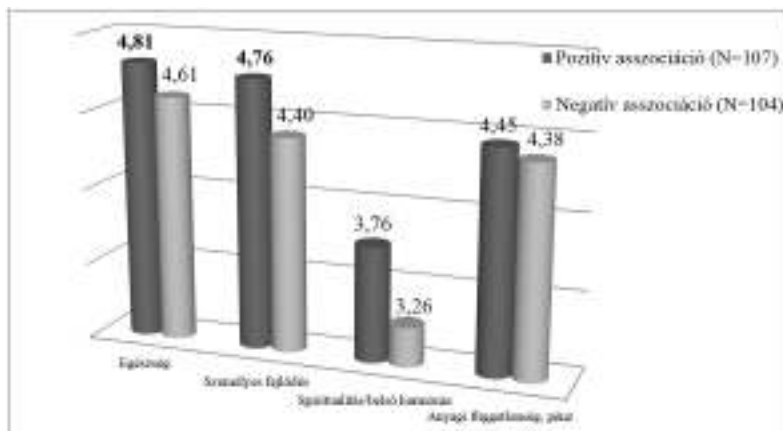
Forrás: saját szerkesztés

Megfigyelhető, hogy a második és harmadik helyen elhelyezkedő válaszokkal, amely az MLM-mel szemben pozitívan támasztott személelmódnak tekinthető, tisztában vannak az emberek és ezek szerint úgy gondolják, hogy egy jól kiépített MLM üzlettel meg is valósíthatják a saját vállalkozásukat. A 2. ábrán az előző eredményekből összekapcsoltam a pozitív és negatív irányultságú válaszlehetőségeket, így kialakultak az MLM-ről pozitívan és a negatívan asszociálók, és megnéztem, hogy az egyes életkerék-területek mennyire fontosak az ő számukra. Az ábrán feltüntetett első 4 fontossági tényező közül most csak az első 3-at emelném ki, amelyet kiemelkedő értékben alátámasztottak a statisztikai eredmények. Látható, hogy az MLM-ről pozitívan asszociálók számára, legfontosabb az egészség és annak megőrzése (átlagosan 4,81). Viszont ezt szorosan követi a személyes fejlődés fontossága, átlagos 4,76-al, majd pedig harmadikként megjelenik a spiritualitás/belső

harmónia fontossága. Viszonyítva ezen eredményeket a negatívan asszociálókhoz, látható, hogy ezek az értékek számukra kevésbé fontosak. Azonban még azt megemlíteném, hogy az anyagi függetlenség/pénz szerepe volt a negyedik a fontosságot tekintve függetlenül a két asszociációtól (átlagosan 4,45 és 4,38-al). Tehát itt nem tapasztalható lényegi eltérés.

2. ábra. Az egyes életkerék – területek fontossága az MLM-hez fűződő viszony szerint (1–5 Likert-skála)

Figure 2. The importance of aspects in the wheel of life in relation to MLM (Likert scale 1–5)



Forrás: saját szerkesztés és Berke Szilárd (2010. április 14.): Az életkerék és a TLS életstílusmodell szerepe a személyes hatékonyságban. Tanulás, tudás, gazdasági sikerek – avagy a tudásmenedzsment szerepe a gazdaság eredményességében.

Ezt követően az összes kérdőívet kitöltő személy részvételével 11 db változóval mértem fel azt, hogy kinek mi fontos az életében, ez látható az 1. táblázatban. A 11 változó faktoranalízis segítségével 4 faktorba tömörítettem a Kaiser-kritérium alapján. A következő négy faktor a változók közötti jelentős összefüggések alapján alakult ki, amely a táblázatban feltüntetett, adott faktorban lévő értékek közötti csekély különbségek is alátámasztják. Így beszélhetünk a harmonikus élet fontossága, a feltöltődés/kikapcsolódás fontossága, a közügyek fontossága, végül pedig az anyagiak/karrier fontossága faktorokról.

1. táblázat. Faktorok szerinti csoportosítások és a factorsúlyok abszolút értéke fontosság szerint

Table 1. Grouping by factors and the absolute value of factor weights according to their relevance

Fontossági szempontok	1	2	3	4	Faktorok szerinti csoportosítás
1.Családi harmónia	0,79				1. Harmonikus élet fontossága
2.Egészség	0,79				
3.Személyes fejlődés	0,64			0,48	
4.Szabadidő, hobbi		0,69		0,35	2. Feltöltődés és kikapcsolódás fontossága
5.Természeti környezet épsége		0,68	0,32		
6.Baráti kapcsolatok		0,60		0,33	
7.Spirituális/vallás		0,49			
8.Politikai nézetek			0,86		3. Közügyek fontossága
9.Lakóhely közügyei			0,80		
10.Munka, karrier				0,79	4. Anyagiak és a karrier fontossága
11.Anyagi függetlenség, pénz				0,62	

Forrás: saját szerkesztés

Tovább haladva a kérdőív következő fejezetében, megnéztem, hogy a kérdőívet kitöltők közül hány személy foglalkozott már az élete során hálózatépítéssel és foglalkozik jelenleg is MLM-mel üzletszerűen. Mivel a kutatásom egyik fő szempontja, hogy a jelenlegi hálózatépítőkről szerezzek bővebb információkat, így ezt követően már csak az ő rájuk vonatkozó kérdések feldolgozásával és értékelésével folytattam a továbbiakban. Az említett 91 fő (jelenlegi hálózatépítő) leginkább abban értett egyet – átlagosan 4,48-cal –, hogy folyamatos fejlődésre, önképzésre van szükség, és az oktatási anyagoknak óriási szerepe a hálózatépítésük sikerességében. Ehhez általában a következő oktatási anyagokat használják fel, mint tréningek, céges rendezvények, könyvek, cd-/dvd-k..., amelyeket rendszerint az ő általuk képviselt cég ajánl fel számukra. Csak kellő tudással a háttérben nyerhetnek elegendő önbizalmat ahhoz, hogy sikeres hálózatépítők lehessenek.⁹ Viszont ezzel szemben „nem minden Network Marketing cég támogatja igazán a képzést. Vannak, ahol csak taszigálják az embereket: csak azt akarják, hogy menjenek, és adjanak el a számukra, és nem igazán törődnek azzal, hogy tanítsanak is nekik valamit.”¹⁰ Ezért kell óvatosan, megfontoltan választani MLM és MLM között. Ami meglepő volt, ezt követte 4,14-es átlaggal az, hogy a megkérdezettek tapasztalatai szerint Magyarországon sok olyan MLM cég van, amely nem megbízható. Ez pontosan azt jelzi, hogy a kitöltő személyeknek már volt részük kellemetlen tapasztalatokban, amikor MLM vállalkozást választottak. Érdekességként, a Közvetlen Értékesítők Szövetségének honlapján talált 2014. 05. 29-ei cikkben írtak szerint, elvégeztek egy 24 országra kiterjedő reprezentatív felmérést, amelyben hazánk is részt vett, és meglepő adatként szolgált, hogy a magyarok „kimondottan vállalkozás ellenesek”, ellentétben az USA, Ausztrália lakosságával. A megkérdezettek többsége a csódtól és a gazdasági válság hatásaitól tart leginkább. Ennek ellenére az utóbbi 2 évtizedben egyre inkább színre lép – kezdő vállalkozási formaként – a közvetlen értékesítés. A Szövetség megközelítő adatai szerint ebben az ágazatban „megközelítőleg 870 ezren dolgoznak, akik évről évre 50 milliárd forint forgalmat generálnak. A statisztikák alapján a többségük (73%) nő, a 49%-uk részmunkaidőben végzi ezt a tevékenységet ...”¹¹ A sorban – a harmadik átlagérték – 4,11-gyel abban értettek egyet a válaszolók, hogy „Bárki megcsinálhatja a szerencséjét az MLM-ben.” A Haszon magazin, Nógrádi Bence által nyilatkozott cikkében azt olvashatjuk, hogy tapasztalatok szerint a többség nem ér el csúcspozíciókat az MLM-ből, viszont „a hagyományos vállalkozások esetében semmivel sem nagyobb a siker aránya, mint az MLM szakmában.” Az MLM szakma előnyének tudható viszont az, hogy „az induláshoz viszonylag kis befektetés szükséges... és nem kell hozzá tapasztalat, vagy különleges képzettség.”¹² Az előbb említettekkel szemben a legkisebb átlagokat a következő lehetőségek adták: „Ha találkoznék egy jobb lehetőséggel, már holnap másik MLM cégre váltanék” (átlag = 1,61), illetve „Mára már elértem mind azt, amit el szeretnék érni az MLM-ből” (átlag = 1,78). Mindezek után részletgazdagabban kitérnék az MLM sikeresség felmérésére vonatkozó kérdések elemzésére, mint, hogy milyen elemeket tart fontosnak és miket alkalmaz a saját hálózatában azaz üzletépítő, aki az általa képviselt céget prezentálja.

Legelőször a 2. táblázat segítségével bemutatom a leíró statisztikából kapott adatok összehasonlításával, hogy melyek azok, amit fontos elemi tényezőnek tartanak a hálózatépítés folyamata során, és melyek azok, amelyeket a gyakorlati életükben is előszeretettel alkalmaznak. Most csak az első 5 eredményt tüntettem fel az összehasonlításban, itt is az 5 fokozatú Likert-skálát minősítési sorrendjét alkalmaztam. Egyedül a cég termékeinek fogyasztásánál jelenik meg azonos sorrend, a többi esetben már változások tapasztalhatóak. pl.: Látható, hogy a cég üzleti tervének használata fontossági szempontból csak a 4. lett, viszont alkalmazás terén felkerül a 2. helyre.

2. táblázat. Az MLM üzletben fontos és alkalmazott szempontok átlagok szerinti sorrendje
Table 2. The order of the important and applied aspects in the MLM business according to their average

Összehasonlítási szempontok	Sorrend	Fontos	Sorrend	Alkalmazza
A cég termékeit fogyasztom.	1.	4,67	1.	4,67
A szponzor segítségét igénybe veszem (konzultációk).	2.	4,41	3.	4,09
Segítek az új üzlettársnak, hogy megfelelően induljon el.	3.	4,39	5.	4,03
Alkalmazom a cég üzleti tervét (meghívás, üzlet és termék bemutatása).	4.	4,36	2.	4,15
Névlistán bővíttem, folyamatosan új emberekkel ismerkedem.	5.	4,34	-	-
Szinte kivétel nélkül ott vagyok valamennyi céges rendezvényen.	-	-	4.	4,06

Forrás: saját szerkesztés

4. Következtetés

A kutatásom következtetéseképpen a következő eredmények születtek a hipotéziseimet tekintve. A H1 hipotézisemet, miszerint az MLM-et piramis rendszerként titulálják legtöbbször, ezt elfogadtam. A H2-t részben fogadtam el, hiszen láthattuk, hogy nem az anyagi függetlenség a legfontosabb a hálózatépítők számára. A H3 és H4 hipotézisemet elfogadtam, mert az eredmények kimutatták, hogy a hálózatépítőknek a személyiségfejlődés fontosabb, mint akik nem érdekeltek MLM üzleti vállalkozásban, és az oktatás is kimagasló szerepet játszik náluk. A H5 hipotézist részben fogadtam el, mert látjuk, hogy a fontosság/alkalmazás sorrendjében azért voltak eltérések.

5. Összefoglalás

Összegzésként elmondható, hogy a válaszolók többsége még mindig „piramis rendszerként” vélekedik az MLM-ről. A hálózatépítők véleménye alapján, a személyiségfejlődés igazán fontos szerepet játszik az életükben, és nem sajnálják a pénzt, időt és energiát arra, hogy a teljesítményüket növeljék annak érdekében, hogy eredményesebbek legyenek az üzletépítésben. Továbbá alkalmazzák, az úgy mond „elvárt” hálózatépítési technikákat. Az is nyilvánvaló a válaszokból, hogy a hálózatépítés téma körül igazán széles körben megosztott a vélemény, Balogh Ottó elmondása szerint: mielőtt igazi, teljes képet kap valaki, már sokféle véleményt, részinformációt hall, amely megzavarhatja objektív értékelését a Network Marketing szakmát tekintve.¹³ Áttekintve az eddig leírtakat, nehéz lenne megfejtetni, hogy valaki miért tudja megcsinálni a szerencséséjét az MLM-ben, míg más belebukik. Az MLM magazin egyik számában lévő interjú pár sora, amely leginkább megfogalmazza a véleményemet a témában, azaz, hogy: Az emberek többsége keresi a sikerének titkát, miközben „a sikernek nem titka van, hanem ára.”¹⁴ Valamint egy biztos: csak akkor javasolt belevágni a hálózatépítésbe, ha igazán akarjuk és tudjuk, mi a célunk vele, ami mellett folyamatosan kitartunk.

Jegyzetek

1. Dévényi László (2013): Mi az MLM? MLM Akadémia Kft. Budapest. 10. old.
2. USA Today (2011): Why Direkt Selling Works. http://directsellingnews.com/pdfs/USA_Today_DSN_preview.pdf (letöltve: 2014. 08. 30.)
3. Tonk Emil (2006): Üzleti Patika 2. Stúdium 2000 Bt. Budapest. 24–27. old.
4. Randy Gage, (2011): Hogyan építsünk MLM pénzgyárat. Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest. 16. old.
5. MLM – Cafe – Minden ami fontos, minden ami MLM (2013): Növekedés vagy zsugorodás: az MLM piac kilátásai hazánkban. <http://www.mlm-cafe.hu/gazdasag/novekedes-vagy-zsugorodas-az-mlm-piac-kilatasai-hazankban> (letöltve: 2014. 08. 27.)
6. John C. Maxwell (2014): Akinek vezetői ismeretei valóban aranyat érnek. Interjú. Az üzleti magazin MLM nem csak hálózatépítőknél. 5. évf. 1. negyedév. 46–48. old.
7. Eric Worre (2013): MLM Sikeresen (7 lépés a sikeres network marketing útján). Z-Press Kiadó Kft. Miskolc. 35. old.
8. Sajtó László–Mitev Ariel (2007): SPSS Kutatási és Adatelemzési Kézikönyv. Alinea Kiadó. Budapest. 245–282. old.
9. Dévényi, László (2012): Önbizalom növelés az MLM-ben. MLM Akadémia Képzési központ. Budapest. 9–20. old. <https://docs.google.com/file/d/0B7wslCDIKPzhWHllNnBKUEhWMIU/edit> (letöltve: 2014. 08. 28.)
10. Robert T. Kiyosaki (nincs dátum): Válassz bölcsen! Profi MLM. Minden ami MLM. http://www.profilmlm.com/valassz_bolcsen (letöltve: 2014. 08. 20.)
11. DSA, Közvetlen Értékesítők Szövetsége (2014): A 2014 május 29-ei sajtótájékoztató háttéranyagaként kiadott sajtóközlemény: Az önfoglalkoztatás lehetne a magyar gazdaság húzóágazata. <http://www.dsa.hu/hireink/> (letöltve: 2014. 08. 28.)
12. Mehlhoffer Tamás és Kolozsi Gábor (2009. 10. 01.): MLM a nagy üzlet. <http://www.haszon.hu/cimlap/1396-mlm-a-nagy-uezlet.html> (letöltve: 2014. 08. 20.)
13. Mehlhoffer Tamás és Kolozsi Gábor (2009. 10. 01.): MLM a nagy üzlet. <http://www.haszon.hu/cimlap/1396-mlm-a-nagy-uezlet.html> (letöltve: 2014. 08. 20.)
14. Varga Róbert (2012): Az új életem. Interjú. Az üzleti Magazin MLM nem csak hálózatépítőknél. 3. évf. 2. negyedév. 38–39. old.

Felhasznált irodalom

- Berke Szilárd (2010. április 14.): Az életkerék és a TLS életstílusmodell szerepe a személyes hatékonyságban. Tanulás, tudás, gazdasági sikerek – avagy a tudásmenedzsment szerepe a gazdaság eredményességében. Győr. 357-359 ISBN 978-963-06-9109-3
- Dévényi László (2013): Mi az MLM? MLM Akadémia Kft. és mondAt Kft. Budapest 10. old.
- Dévényi László (2012): Önbizalom növelés az MLM-ben. MLM Akadémia Képzési központ. Budapest. 9–20. old. <https://docs.google.com/file/d/0B7wslCDIKPzhWHllNnBKUEhWMIU/edit> (letöltve: 2014. 08. 28.)
- DSA, Közvetlen Értékesítők Szövetsége (2014): A 2014 május 29-ei sajtótájékoztató háttéranyagaként kiadott sajtóközlemény: Az önfoglalkoztatás lehetne a magyar gazdaság húzóágazata. <http://www.dsa.hu/hireink/> (letöltve: 2014. 08. 28.)
- Eric Worre (2013): MLM Sikeresen (7 lépés a sikeres network marketing útján). Z-Press Kiadó Kft. Miskolc. 35. old.
- John C. Maxwell (2014): Akinek vezetői ismeretei valóban aranyat érnek. Interjú. Az üzleti magazin MLM nem csak hálózatépítőknél. 5. évf. 1. negyedév. 46–48. old.
- Király Zoltán (nincs dátum): Statisztika II. Egyetemi jegyzet. Debreceni Egyetem. Debrecen. http://psycho.unideb.hu/munkatarsak/hidegkuti_istvan/targyak/Kiraly_Zoltan_Statisztika_2_jegyzet_2.pdf (letöltve: 2014. 02. 25.)

- Mehlhoffer Tamás és Kolozsi Gábor (2009. 10. 01.): MLM a nagy üzlet. <http://www.haszon.hu/cimlap/1396-mlm-a-nagy-uezlet.html> (letöltve: 2014. 08. 20.)
- MLM – Cafe – Minden ami fontos, minden ami MLM (2013): Növekedés vagy zsugorodás: az MLM piac kilátásai hazánkban. <http://www.mlm-cafe.hu/gazdasag/novekedes-vagy-zsugorodas-az-mlm-piac-kilatasai-hazankban> (letöltve: 2014. 08. 27.)
- Randy Gage (2011): Hogyan építsünk MLM pénzgyárat. Bagolyvár Könyvkiadó. Budapest. 16–19. old.
- Robert T. Kiyosaki (nincs dátum): Válassz bölcsen! Profi MLM. Minden ami MLM. http://www.profimlm.com/valassz_bolcsen (letöltve: 2014. 08. 20.)
- Sajtos László–Mitev Ariel (2007): SPSS Kutatási és Adatelemzési Kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest. 245–282. old.
- Tonk Emil (2006): Üzleti Patika 2. Stúdium 2000 Bt. Budapest. 24–27. old.
- USA Today (2011): Why Direkt Selling Works. http://directsellingnews.com/pdfs/USA_Today_DSN_preview.pdf (letöltve: 2014. 08. 30.)
- Varga Róbert (2012): Az új életem. Interjú. Az üzleti Magazin MLM nem csak hálózatépítőknék. 3. évf. 2. negyedév. 38–39. old.