

Стівен Каямбазінту Мсоса

Зворотний бік багаторівневого маркетингу: Виявлення чинників, що ведуть до масового поширення нерегульованих фінансових пірамід у Південній Африці

Це дослідження спрямоване на виявлення чинників, що призвели до масового поширення нерегульованих фінансових пірамід у Південній Африці. У статті застосований дослідницький і метод якісного аналізу. Проведені особисті інтерв'ю з 20 респондентами з використанням методу невипадкової вибірки, також відомої як цілеспрямована вибірка. Респонденти відібрані з цільової групи осіб, які раніше були учасниками нерегульованих фінансових пірамід. Дані проаналізовані з використанням матриці фреймворків Nvivo. Результати цього дослідження показують, що частка осіб, вмотивованих приєднатися до фінансових пірамід через очікувану вигоду або прибуток, становить 40%; серед інших причин можна виокремити наявні економічні умови (30%), рекомендації друзів і сім'ї (15%), бажання швидко розбагатіти (10%) і попередні результати реалізації схеми (5%). Це дослідження зробило внесок у літературу з багаторівневого маркетингу та фінансових пірамід у Південній Африці та країнах, що розвиваються загалом. Надалі результати можуть служити початком для розроблення політики в секторі фінансових послуг.

Ключові слова: фінансова піраміда, даунлайн, шахрайство, схема заробітку грошей, залучення, учасник

Класифікація JEL: M31, D11



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.