

Лисак Г.Є., 21ПТ,

Науковий керівник: Арестенко Т.В., к.е.н., доц.

Таврійський державний агротехнологічний університет

**Постановка проблеми.** В умовах розвитку вільної конкуренції на ринку, перед підприємствами та фірмами постає питання можливості залучення клієнтів та капіталу якнайбільшою кількістю способів. Одним з найбільш ефективних з них є безпосереднє спілкування з клієнтом. Серед таких останнім часом стає популярним мережевий маркетинг (MLM). Але з розвитком цього напрямку, виникає багато питань щодо його безпечності та ефективності.

**Мета статті.** Дати визначення поняття мережевого маркетингу, дослідити його позитивні і негативні аспекти, виявити можливі ризики, пов'язані з даним видом маркетингової діяльності, як для дистриб'юторів, так і для клієнтів. Пояснити відмінність MLM від фінансових пірамід. Визначити перспективи розвитку мережевого маркетингу в Україні.

**Основні матеріали дослідження.** Маркетинг – система управління виробничою і збутовою системами на підприємстві. Мережевий маркетинг (MLM, Multi Level Marketing) – вид збутової діяльності, при якій продукт проходить багаторівневу систему та надходить до споживача через неопосередкований зв'язок з агентом збуту (дистриб'ютором).

Основною ціллю мережевого маркетингу є охоплення якнайбільшої аудиторії розповсюджувачів, а в наслідок – споживачів.

В системі мережевого маркетингу передбачається, що представники кожного рівня купують товар для свого користування з певною знижкою (за оптовою ціною), створюють рівні «під собою» з людей, які також купують товар для власного користування або здійснюють торгіву діяльність. Таким чином, кожен рівень є одночасно і споживачем, і продавцем. В системі вищий рівень отримує прибуток від закупок нижчого, а нижчий – від споживача.

Головними перевагами мережевого маркетингу є:

для споживача:

1. Швидкість постачання товарів – завдяки неопосередкованому контакту з дистриб'ютором є можливість отримувати товар швидко і «з рук в руки»;

2. Можливість отримати необхідну інформацію індивідуально, задати дистриб'ютору уточнюючі запитання;

3. Велика кількість бонусів та акцій, які зазвичай передбачені у компаніях, які здійснюють продаж за системою мережевого маркетингу;

для дистриб'ютора:

1. Можливість купувати товар зі знижкою;

2. При сумлінній праці по збуту або створенню «нижчого рівня» – високий заробіток;

3. Вільний графік та можливість працювати на самого себе;

4. Можливість самому створити команду та знаходити співробітників за власними побажаннями;

5. Бізнес, у який не потрібно інвестувати;

для підприємства:

1. Можливість постійно розширювати збут та збільшувати клієнтську базу опосередковано;

2. Завдання підприємства – виробити товар, встановити ціну для дистриб'ютора та кінцеву ціну («без фірмової знижки»), після чого кожен дистриб'ютор сам відповідає за свій дохід, тобто підприємству не треба платити фіксовану заробітну плату кожному з продавців;

3. Можливість «зробити собі ім'я» опосередковано, через розповсюджувачів, які рекламують товар задля власного прибутку.

Але як і у будь якої системи у мережевого маркетингу є недоліки та ризики: для дистриб'ютора:

1. Нестабільний заробіток;

2. Відповідальність за «нижчі рівні»;

3. Повна відповідальність за свій дохід, коли дохід дорівнює вкладеним силам, особливо на початкових етапах;

Як для споживача, так і для людини яка хоче стати частиною системи найголовнішим ризиком є вірогідність наштовхнутися на шахраїв, що позиціонують себе як компанії, які займаються мережевим бізнесом, і отримавши оплату, не надають товар.

Саме через такі інциденти в Україні панує високий рівень недовіри до даного виду маркетингової діяльності, що дуже перешкоджає її діяльності.

Також, дуже часто MLM плутають з «фінансовими пірамідами». Але між цими системами немає нічого спільного окрім багаторівневої системи, адже «піраміди» офіційно заборонені і створюються не для просування товарів і послуг. У мережевому маркетингу капітал утворюється через реалізацію товарів, а не шляхом внесків «нижчих рівнів» – і це головна відмінність MLM від фінансових пірамід.

Щодня у світі понад 100 тисяч осіб стають незалежними дистриб'юторами компаній. Мережеві компанії існують в 125 країнах світу. Як прогнозують економісти-аналітики, в XXI столітті приблизно 70% товарів в світі буде продаватися саме в системі MLM.[1]

Розвиток та поширення MLM в Україні можливі лише при умові зрушення міфів щодо цієї системи у розумінні вітчизняних споживачів, а також розробки нормативно-правової бази, яка б регулювала даний вид торгівельних відносин та захищала споживача від шахрайства.

**Висновки.** Проаналізувавши усе вищесказане, можемо дійти висновку, що мережевий маркетинг – одна з нових систем збуту, що тільки розвивається в Україні. Вона має безліч переваг як для споживача, так і для дистриб'юторів та виробників. Основними недоліками MLM є великий ризик, пов'язаний з шахрайством та дуже поширене асоціювання з «фінансовими пірамідами». Даний сектор маркетингової діяльності вже набуває популярності в світі, завдяки своїй ефективності, а розвиток його в Україні можливий тільки при умові змінення відношення покупця та розробки нормативно-правової бази для даної структури збуту.

#### **Список використаних джерел.**

1. Мережевий маркетинг: спосіб ведення бізнесу чи «фінансова піраміда». Капітаненко Ю.А., – КФПВНЗ «Європейський університет», – Суми, 2015р.

2. Мережевий маркетинг як спосіб ведення сучасного бізнесу. Александрова В.О., Козлова Ю.Ю., – НТУ «ХП», – Харків, 2015 р.

УДК 339. 138

### **ЗНАЧЕННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

Лунга Д., ст. гр.41МК

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Нехай В.В.**

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

Постановка проблеми. Ринкові умови господарювання вимагають удосконалення управління діяльністю підприємств.