

МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*ПАХАРЕНКО О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МАМАЙ Б.В., СТУДЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО
ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ*

Актуальність мережевого маркетингу пов'язана з тим, що з кожним днем з'являється велика кількість компаній, які використовують його у своїй діяльності. Це один із найефективніших з усіх існуючих на сьогоднішній день засобів розповсюдження продукції. Адаже велика кількість людей сьогодні намагається заощадити свій час та кошти і при цьому отримати прибуток. І саме мережевий маркетинг допоміг мільйонам людей покращити своє життя та здобути успіху у бізнесі.

Мережевий маркетинг або MLM – це маркетингова концепція, що припускає створення мережевої (багаторівневої) організації, покликаної просувати товари та послуги від виробника до споживача, використовуючи прямий контакт людини з людиною [1].

Уперше про мережевий маркетинг заговорив Карл Ренборг, який створив перший в світі ланцюговий механізм з дистриб'юторами, котрі розвинулися і стали поширюватися по всьому світу. Зараз 20 % мільйонерів в США отримали значні прибутки саме завдяки MLM [2].

Також існує міф що мережевий маркетинг це шахрайство. Так сталося тому що, багато пірамід стали маскуватися під MLM-проекти. Але потрібно чітко розрізняти що мережевий маркетинг – це бізнес, а фінансові піраміди – це шахрайство.

З популяризацією Інтернет-технологій цей вид маркетингу став ефективнішим. Мережевий маркетинг заснований на концепції реалізації товарів і послуг за допомогою створення мережі незалежних торгових агентів. Використання мережі Інтернет скорочує кількість проміжних учасників у процесі реалізації товарів чи послуг, тим самим створюючи прямий зв'язок «виробник – покупець». До того ж, Інтернет-технології дають можливість не тільки реалізовувати свій товар або послугу безпосередньо, а й знаходити новітні способи збуту продукції. Таким чином, ці комунікації у мережевому маркетингу мають величезну широту охоплення і необмежені можливості передачі інформації.

Мережевий маркетинг був покликаний вирішити наступні завдання:

- знизити вартість товару для кінцевого споживача;
- прискорити процес поставки товару до кінцевого споживача;
- виключити підробки товару;
- мотивувати співробітників компанії грошима і бізнес-можливостями [3].

Концепція багаторівневого маркетингу передбачає, що фірма відбирає першу групу людей (4 чи 5 чоловік), які називаються спонсорами, які в свою чергу відбирають 4 чи 5 помічників (дистриб'юторів) для збуту продукції, яку вони закупають у спонсорів. Дистриб'ютори створюють власну збутову мережу 4 чи 5 чоловік (супервізори), які в свою чергу знаходять собі помічників (супервайзерів) і останні підшуковують 4 чи 5 помічників (координаторів). Така схема організаційної структури є типовою для більшості мережевих компаній [4].

Спробуємо розглянути переваги та недоліки MLM для того, щоб краще зрозуміти, чи доцільно брати участь у такій діяльності.

Отож, серед переваг можна виділити:

1. Унікальність продукції.
2. Маркетинг-план. Ти можеш спрямувати свій бізнес так, як вважаєш за потрібне, що ти вважаєш найбільш корисним для себе.
3. вигідне придбання. Ти можеш купувати продукцію, користуючись наданою компанією знижкою.
4. Зручний графік роботи. Це один з найліпших варіантів, і для людей, які мають змогу працювати декілька годин на день або в тиждень, і для тих, хто має наміри завзято працювати задля досягнення фінансового благополуччя.
5. Кар'єра. Тут можна досягти навіть найвищої кар'єрної сходинки, незважаючи на твій вік, стать, освіту та кваліфікаційний рівень.
6. Згуртований колектив.

До недоліків, доречно віднести:

1. Очевидна подібність MLM з оманю або шахрайськими схемами. Необхідність відчувати тонку межу при поясненні потенційним співробітникам ризиків.

2. Непродуктивні затрати на первинній стадії: витрати на платні семінари та лекції, спеціалізовану літературу, відповідний одяг і аксесуари.

3. Відсутність професійного мислення. Адже до співробітництва залучаються кадри без спеціальної освіти.

4. Численні зустрічі з клієнтами без надання чіткої інформації щодо потенційних фінансових ризиків.

5. Для того, щоб розширити мережу, залучають нових учасників нижнього рівня, зазвичай, зі шкодою для зростання реальних продажів.

6. Моральне навантаження.

Отже, незважаючи на всі недоліки мережевого маркетингу, він отримав абсолютно заслужене визнання, адже зараз тисячі людей досягають фінансової незалежності саме за допомогою MLM. Врегулювання цієї діяльності в Україні сприятиме зростанню робочих місць та отриманню додаткових коштів в бюджет, що так необхідно нашій країні.

Література.

1. Мережевий маркетинг і MLM.
URL: <https://www.education.ua/articles/436/>
2. Данніков О.В. Теорія і практика маркетингу в Україні.
К.: КНЕУ. 2005. 479 с.
3. Що таке мережевий маркетинг; повний огляд MLM-бізнесу для новачків. URL: <http://bigenergy.com.ua/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1138-shho-take-merezhevij-marketing-mlm--oglyad-biznesu-prikladi.html>
4. Заячковська Г.А. Мережевий маркетинг. К.: ТНЕУ. 2016. 21 с.

УПРАВЛІННЯ РИНКОМ ТЕХНІКИ ДЛЯ ПОЛЬОВОГО КОРМОВИРОБНИЦТВА

***ПЕТРОВ В.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Польове кормовиробництво відіграє важливу роль в економіці сільськогосподарських підприємств, що здійснюють великотоварне виробництво продукції тваринництва. Практично кожні 2,0 % зниження собівартості кормів зменшують на 1,0-1,4 % виробничу собівартість м'яса і молока. З урахуванням великої вартості сучасних засобів механізації для кормовиробництва та наявності стійкої тенденції до її зростання останніми десятиліттями, ефективність комплектування та експлуатації парків відповідних машин суттєво впливає не тільки на показники економічної ефективності виробництва продукції тваринництва, а й на результати господарської діяльності суб'єктів господарювання у цілому.

Складна система годівлі тварин та її сезонність потребує залучення до технологічного процесу кормовиробництва великого