

**СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Студент гр.113626 Т.А. Лис,  
канд. экон. наук, доцент П.В. Мелюшин

*Белорусский национальный технический университет*

На современном этапе белорусский рынок становится более конкурентным. Победителем выходит не тот, у кого хорошая коммерческая служба, а тот, кто демонстрирует превосходство в области маркетинговых стратегий. Отсутствует налаженная маркетинговая деятельность в компаниях – рост продаж происходит в силу того, что рынок растет, но не в силу эффективности маркетинговой деятельности. Увеличивая продажи, компания теряет свою долю на рынке. Продавать стало значительно тяжелей, т.к. нужна осмысленная маркетинговая стратегия, нужна маркетинговая системность.

На ком же держится настоящий профессиональный маркетинг? На рынке полно всяких ресурсов, кроме одного – толковых людей, обладающих необходимыми навыками. Когда компания не управляет потребителями, и они предоставлены самим себе в принятии решений о покупке и просто приобретают "тот товар, который кажется более хорошим", то это означает, что в один прекрасный момент они выберут того, кто, наконец, объяснит им, почему они должны приобретать именно его товар. Сетевой Маркетинг (СМ) – это маркетинговая концепция, которую можно применить почти к любому товару или услуге. Он начинается с производителя товара, который он хочет продать потребителям. Основная причина, по которой новые компании выбирают СМ – избежать многомиллионных расходов на внедрение на рынок нового продукта, существенно снижая при этом начальные затраты и возможность пускать больше денег на исследование и разработку товара. Концепция СМ предоставляет собой: современные компьютерные и информационные технологии, комплексные системы распространения и логистики и соответствующие программы поддержки; эффективный подход и поддержка международного рынка с помощью различных технологий; комплекс мероприятий, способных быстро и эффективно продвигать и распространять новый продукт на рынке. Сетевой маркетинг и Интернет представляют собой оптимальную комбинацию, т.к. сетевой интернет – мощное средство для передачи информации, обучения и администрации операций.

Сетевой Маркетинг будет продолжать становиться мощным каналом распространения в последующее десятилетие и все больше традиционных компаний начнут использовать сетевой маркетинг в качестве дополнительного канала к уже существующим видам маркетинга. А также СМ будет предлагать прекрасные возможности предпринимательства.