

«спаде» минимизировать расходы на оплату труда, например, нанимать по договору подряда (или по иному договору) дополнительную рабочую силу в «сезон».

ЛИТЕРАТУРА

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alibaba.com/product-detail/Digital-inkjet-printer-UV-flatbed-printing_60204629448.html. – Дата доступа: 23.01.2019.

2. Alibaba.com [Электронный ресурс] / Printing Shop Machines – Ханчжоу, 2010. – Режим доступа: https://www.alibaba.com/product-detail/Digital-inkjet-printer-UV-flatbed-printing_60204629448.html. – Дата доступа: 23.01.2019.

УДК 339.13

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*И.А. Семенюк, студент группы 10503118 ФММП БНТУ
научный руководитель – преподаватель А.В. Забавская*

Резюме – В современном мире предпринимательство считается одной из самых прибыльных сфер деятельности. Каждый индивидуальный предприниматель стремится максимизировать прибыль, в то время как обычные люди ищут способ дополнительного заработка. Сетевой маркетинг является, в какой-то степени, решением этих двух проблем. Если смотреть глобально, то данная концепция может стать одним из способов развития малого бизнеса в стране, особенно с использованием IT технологий, что существенно укрепит национальную экономику и, соответственно, повысит уровень качества жизни населения, улучшит положение государства на мировой арене.

Resume – In the modern world entrepreneurship is considered to be one of the most profitable spheres of activity. Each individual entrepreneur seeks to maximize profits, while ordinary people are looking for a way to earn extra money. Network marketing is, to some extent, the solution to these two problems. If you look globally, this concept can become one of the ways to develop small business in the country, especially with the use of IT technologies, which will significantly strengthen the national economy and, accordingly, improve the quality of life of the population, improve the state's position on the world stage.

Введение. В современном мире множество людей задаются вопросом: как можно преувеличить свой доход при помощи дополнительного источника. И многие находят ответ, открывая для себя такой способ заработка, как сетевой маркетинг.

Сетевой маркетинг появился в 30-е годы прошлого столетия и первым человеком, который воспользовался данной концепцией реализации своего товара был Карл Ренборг. С течением времени это развилось в большую индустрию, своего рода бизнес «с нуля», поскольку сетевой маркетинг требует минимальных вложений, что делает данный способ заработка очень привлекательным. Если обобщить все выше сказанное, то сетевой маркетинг - это способ построения бизнеса, без каких-либо больших вложений, суть которого заключается в привлечении посредников в свою сеть с целью увеличения продаж.

Основная часть. МЛМ (англ. MultilevelMarketing) невероятно популярен во всем мире, о чем говорит мировая статистика реализации товаров через сетевой маркетинг. В настоящее время насчитывается более 4000 крупных компаний, использующих метод сетевого маркетинга. Из них 2500 находится в Америке, 800 – в малой Азии и 700 – в Европе. Так же, множество крупных мировых компаний, таких как: Lipton, Coca-Cola, Colgate и Canon стали активно использовать сетевой маркетинг для реализации своей продукции.

Сетевой бизнес или МЛМ (англ. MultilevelMarketing) очень привлекателен по своей структуре. Данный бизнес базируется на: человеческом ресурсе, продукте и маркетинг-плане. Одним из главных преимуществ МЛМ является малый начальный капитал, по сравнению с другими стартапами. В системе данного бизнеса есть только две юридически независимые единицы: производитель и продавец. Это означает, что продавец не нанимается по трудовому договору в организацию.

Затратами, связанными с развитием бизнеса, будут издержки на урегулирование всех юридических вопросов, закупка товара и разработку маркетингового плана. Согласно маркетинговому плану производитель изготавливает товары и организует мероприятия по их перевозке и складированию, а сетевая структура реализовывает продукцию компании при помощи методов МЛМ. Фирмы данной индустрии не вкладывают средства в рекламу, которая идет на продвижение продукции, поскольку эту роль выполняют посредники. Все участники сети заинтересованы в увеличении количества работников, так как СМ обладает схожим подобием со структурой пирамиды, то есть, чем больше человек реализовал продукции и, чем больше людей привлек в сеть, тем больше он зарабатывает.

МЛМ подразумевает обучение сотрудников, опять же, с целью максимизации выручки. Для успешной работы в качестве промоутера в МЛМ не нужно высшее образование. Процесс обучение осуществляется путем проведения различных тренингов. Это является неотъемлемой частью подобных организаций, поскольку посредники должны осуществлять индивидуальную работу с каждым потребителем, вла-

дея знанием продукта, техникой продажи и психологией общения. Слоган многих маркетинговых сетей: «Научился сам – научи другого» [1].

Если говорить о привлечении посредников, то тут главным фактором выступает финансовая независимость. Это означает, что каждому распространителю предоставляется возможность заработать столько, сколько он сможет. По сути, заработок в маркетинговой сети определяется количеством часов, которые человек тратит, работая в ней. Разумеется, он так же зависит от эффективности работы и не является фиксированным. Плюс, с каждого привлеченного посредника заработок идет в процентах и основателю сети, и человеку, привлечшему физическое лицо на данную работу.

Таким образом, можно выделить одну из основных характеристик МЛМ: основной заработок получают люди, находящиеся в структуре «пирамиды» выше, чем остальные, а люди, находящиеся у основания, соответственно, получают меньший доход.

Реализовываемый продукт маркетинговой сети должен обладать определёнными свойствами: уникальной потребительской способностью, высоким оборотом товара и конкурентоспособной ценой относительно брендовой продукции. В основном, с помощью сетевого маркетинга распространяют разнообразные товары всеобщего пользования: косметику, парфюмерию, продукты питания, биодобавки, витамины и бытовую химию. Крупнейшие МЛМ организации: Oriflame, MaryKay, Avon, Faberlic, Amway. Это одни из известнейших мировых лидеров в сфере торговли косметикой. Прибыль от реализации продукции в данных компаниях достаточно высока. Если рассматривать компанию Faberlic, то тут прибыль дистрибьютера составляет 26% от прямых продаж, так же, в нее входят вознаграждения за работу по маркетинг-плану и процент прибыли от привлеченных посредников. Доходы лидеров (человек, который привлек в качестве консультантов более 300 человек) в разы выше: за товарный оборот в 6 тыс. рублей, лидер получает за 3 недели от 800 до 1000 рублей [2].

Маркетинговые сети достаточно привлекательны в качестве способа дополнительного заработка, однако есть множество нюансов. Первый фактор, который отталкивает многих людей влиться в МЛМ – это возможность попасть в финансовую пирамиду. Безусловно настораживают и финансовые вложения в данную сеть. Многие компании требуют от своих дистрибьютеров приобретения продукции сети каждый месяц на определенную сумму. Нестабильная прибыль тоже является негативным фактором. Согласно статистике, на развитие собственной клиентской базы уходит от 2 до 4 месяцев, а на привлечение достаточного количества посредников около 6 месяцев. В условиях жесткой конкуренции внутри маркетинговой сети уже есть множество опытных сотрудников с собственной клиентской базой, поэтому конкурировать с ними, не имея особых навыков и познаний, будет трудно и, соответственно, это может осложнить получение прибыли.

Заключение. МЛМ – это отличный способ дополнительного заработка, поскольку он практически не подвержен кризису, а также множеству других внешних факторов. Однако, в большинстве случаев, участие в маркетинговой сети не может выступать в качестве основного способа заработка, так как требует значительных временных затрат и, у большинства организаций, определенного количества денежных вложений со стороны дистрибьютеров.

ЛИТЕРАТУРА

1. PROBUBUSINESS.IO / Портал про бизнес. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io>. – Дата доступа: 20.02.2019.
2. NEXT24 – Бизнес портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://n24.by>. – Дата доступа: 20.02.2019.

УДК 330

РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В БЕЛАРУСИ

*Д.А.Смирнов, студент группы 10503218 ФММП БНТУ
научный руководитель – преподаватель А.В. Забавская*

Резюме – Современный мир непрерывно и стремительно развивается. Сфера платежей и разнообразных финансовых услуг не является исключением. Благодаря развитию компьютерных технологий, человечество открыло для себя возможность совершать различные операции, связанные с валютой, через интернет. Невероятное множество возможностей проведения транзакций значительно упрощает жизнь как физических, так и юридических лиц.

Resume – The modern world is continuously and rapidly developing. The sphere of payments and various financial services is no exception. Thanks to the development of computer technology, mankind has discovered the ability to perform various operations related to the currency through the Internet. The incredible variety of opportunities for transactions greatly simplifies the lives of both individuals and legal entities.

Введение. В настоящее время человечество не может представить свою жизнь без сети интернет. Эта инновация способствует использованию и распространению электронной коммерции во всем мире. Так