



Рисунок – Различия сетевой пирамиды и сетевого бизнеса

МЛМ – это одна из разновидностей партнёрского маркетинга. Многие крупнейшие мировые компании применяют в своей деятельности партнёрскую программу. Например, Amazon, Ozon, Ali Express, Ebay. Вышеуказанные компании платят комиссионное вознаграждение людям за то, что они продвигают и продают их продукцию. Например, если вы станете партнёром Amazon и кто-то купит их товар, перейдя по вашей реферальной ссылке, то вы получите комиссию около 5 %. Сетевой маркетинг – это интеллектуальная доставка продукции потребителю. Задача дистрибьюторов – пропаганда товаров компании. Суть МЛМ бизнеса – это получение процента с товарооборота, который создают клиенты. Таким образом, клиенты – это стабильность, а партнеры – расширение географии и развитие кампании.

ЛИТЕРАТУРА

1. МЛМ-бизнес в интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/wiki/mlm/>- Дата доступа: 08.04.2021 г.
2. Сетевой маркетинг или МЛМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.provest.com/2021/03/setevoy-marketing-mlm-что-это.html>- Дата доступа: 08.04.2021 г.

УДК 339.13

Студ. А.Н. Прокопович
 Науч. рук. Доц. П.Д. Горобец
 (кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ ИКЕА

Ежедневное стремление к повышению качества своей продукции, снижению затрат на производство, созданию конкурентных преимуществ перед другими компаниями – это основополагающие приоритеты деятельности предприятий на современном рынке. Чтобы добиться колоссального успеха, многие компании вводят ряд особенностей в свою деятельность, тем самым улучшая свои экономические

показатели. Всемирно известная компания – производитель товаров для дома – ИКЕА в своей деятельности стремится к простоте, комфорту и запредельной экономии. Именно поэтому специфический подход к ведению бизнеса дает возможность считать ИКЕА конкурентоспособной и процветающей организацией мирового масштаба. Во многом успеху компании способствуют удобство, стиль и покупательная доступность товаров для потребителя.

В этом случае основа успеха лежит не только в фирменной ценовой политике, которой уделяется особое внимание, но и в формировании себестоимости продукции, уровень которой для отрасли можно считать достаточно низким. Это, в первую очередь, вызвано тем, что данный производитель изделий из дерева пользуется ресурсами низкого стоимостного уровня. К примеру, для продукции с экологическими характеристиками, создания визуального эффекта древесного массива с высокими прочностными свойствами, используют тамбурат, поскольку к внедрению в процесс производства дорогих пород дерева компания в настоящее время не готова в связи с определенными сформировавшимися взглядами на сформировавшуюся финансовую систему. О низких ценах ИКЕА красноречиво свидетельствуют часто встречающиеся рекламные баннеры на всей территории фирменных магазинов компании. Важную роль играет место расположения гипермаркетов фирмы, которые, как правило, находятся не в черте города, а в их пригороде, что сокращает не только затраты на аренду, но и снижает цену земли, на которой выстроены фирменные магазины. Соотношение качества, цены и доступности дает возможность быть конкурентоспособным и вызывать повышенный интерес у потребителей.

Тема экологии – это одна из самых тревожных и обсуждаемых проблем современности. Решение данной проблемы касается как мировой экономики, так и крупного бизнеса. В данном случае компания Ингвара Кампрада – основателя мебельного предприятия-гиганта, не осталась в стороне. Большое число людей по всему миру делают свой выбор в пользу продукции ИКЕА, потому что никто другой не заботится о природе так, как это делает данная шведская компания.

Пункты приемы использованных батареек, экологичная упаковка, тара в плоском виде, мобильное приложение с советами об изменениях действий в отношении природы, продажа товаров, которые сделаны из вторсырья, возможность возврата устаревшей, сломанной или уже не актуальной для интерьерера мебели – это все делается для того, чтобы призвать людей к ответственному потреблению и вниманию к окружающему нас миру. Тем самым, обеспокоенность человечества об экологических катастрофах делает пиар-кампании ИКЕА в

глазах потребителей более удачным вариантом для совершения покупок и создает лояльность к самому бренду.

Немаловажной особенностью успешного функционирования ИКЕА является и то, что компания осознанно экономит на транспортной логистике. Мебель продается в разобранном виде, компактна при перевозке и быстро собирается, что приводит к экономии предприятия на издержках в целом и тем самым к возможности управления ценовой политикой. Не обходится в компании и без учета налаженной и успешной корпоративной культуры, которая способствует достижению значимых результатов и эффективного функционирования: моральное и материальное поощрение за труд в виде возможности профессионального обучения, развития и карьерного роста. Существует в коллективе компании и чувство причастности к общему делу, сплоченность и единство, которые составляют основу доверительных взаимоотношений между сотрудниками и руководством. Корпоративная культура в ИКЕА сводится к созданию общих ценностей, правил и принципов. Чувство значимости каждого работающего в компании – это один из приоритетов для ИКЕА. Отношение к людям выстраивается так, чтобы интересы других людей ставить выше своих собственных. Это относится не только к работникам, но и к клиентам. В ИКЕА нет отдельных кабинетов для менеджеров, потому что корпоративная культура подразумевает совместное принятие решений и устранение проблем. Прививая ценности внутри предприятия работникам, ИКЕА показывает своим потребителям, что для компании всегда будет приоритетным.

Взяв во внимание самые приоритетные для человека вещи, мебельная компания по производству товаров для дома создает все условия ради совершения осознанной и желанной покупки. ИКЕА для этого предоставляет все возможности: апробирование мебели, чтобы потенциальный клиент смог принять решение о покупке; воспользоваться услугами собственного кафе компании, потому что, по мнению владельца компании, сытый человек может принести ему больше денег, чем голодный; оставить под присмотром специалистов своего ребенка в детской комнате, которые есть в каждом магазине ИКЕА. Скромность и простота – это два основных элемента успеха, которыми компания уже много лет руководствуется и покоряет людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. ИКЕА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ikea.com/>. – Дата доступа: 26.03.2021
2. Жизнь в стиле ИКЕА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aikea.by/>. – Дата доступа: 29.03.2021