

KRYZYS SŁUŻY firmom sprzedaży bezpośredniej. Notują one wzrost obrotów

Akwizycja ma się dobrze

Z wyliczeń Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej wynika, że do końca grudnia wartość sprzedaży kosmetyków, środków dietetycznych, AGD czy środków chemicznych przekroczy 2,4 mld zł i będzie o 5 proc. większa niż rok temu.

– Dobre wyniki to zasługa m.in. trudnej sytuacji na rynku pracy – wyjaśnia Mirosław Luboń, prezes PSSB. – Utrzymujące się bezrobocie sprawia, że w rekordowym tempie rośnie armia sprzedawców.

Tylko w tym roku ich liczba wzrosła o 15 proc. i dziś jest bliska miliona.

O ile jeszcze 2 – 3 lata temu ponad 85 proc. handlowców traktowało pracę dla sieci jako dodatkową chałturę, to teraz coraz czę-

ściej jest to podstawowe źródło dochodów. W 2006 r. prawie 80 proc. handlowców poświęcało na sprzedaż tylko 5 – 12 godzin tygodniowo.

Obecnie rośnie liczba liderów (z 5 do 15 proc.), którzy pracują po 40 godzin na tydzień – ci zarabiają nawet 10 tys. zł.

Pozostali pracują po kilka, czasem kilkanaście godzin tygodniowo, część z nich nie rejestruje nawet działalności gospodarczej, a produkty sieci kupuje tylko na własne potrzeby, wykorzystując 20 – 30-proc. rabat.

Ten rok może być jednak ostatnim rokiem szybko rosnących zastępów sprzedawców, a co za tym idzie – wysokich obrotów firm sprzedaży bezpośredniej.

Z rządowych prognoz wynika, że już w przyszłym roku bezrobocie zacznie powoli spadać: w grudniu 2011 r. ma wynieść 9,9 proc., a w 2012 r. 8,5 – 9 proc., czyli tyle, ile w czasach prosperity gospodarczej z 2006 i 2007 r.

Koncerny szukają sposobów na utrzymanie wyników. Część z nich (m.in. Avon, Oriflame czy Herbalife) planuje ekspansję w małych miejscowościach, gdzie nasycenie rynku jest najmniejsze. Inne, jak np. Amway, tną koszty, likwidując oddziały finansowo-księgowe w ponad 20 oddziałach narodowych i uruchamiając jedno międzynarodowe centrum logistyczno-finansowe – w Polsce, pod Krakowem.

EWA WESOŁOWSKA