

ПРЯМИЙ ПРОДАЖ ЯК МЕТОД ДИСТРИБ'ЮЦІЇ

Розумей С.Б.

До позамагазинних методів роздрібного продажу товарів відноситься, наряду з іншими, прямий продаж. Він зручний для споживачів, які бажають мати альтернативу купівлі через традиційні заклади роздрібної торгівлі. Перевагами цього методу торгівлі є безпосередній контакт зі споживачем у зручному для нього місці та в зручний час, доступ до широкого спектра товарів та високий рівень сервісу. Основну роль у посередництві між компанією-виробником та кінцевим споживачем виконують незалежні продавці, тобто особи, які хочуть мати власний бізнес та отримувати від нього додатковий чи основний прибуток, що залежить від їх здібностей та витраченого часу і зусиль. Щоб працювати в цій галузі, потрібні невеликі початкові вкладення, немає обмежень за статтю, віком та територією.

Методом прямого продажу може продаватись будь-яка продукція. Найбільшу частку займають косметика і продукція для особистого догляду, товари для домогосподарства та здоров'я. Менший сегмент займають продукти харчування та напої, дієтичні добавки, ювелірні вироби, одяг, книги, іграшки та фінансові послуги. Більшість компаній прямого продажу реалізують продукцію власного виробництва. У 2006 році світовий обсяг продажу в цій галузі склав \$109 млрд., в Україні – \$339 млн. Власним бізнесом у сфері прямого продажу займаються понад 58 млн. незалежних продавців, у тому числі 7 млн. – у Європі, із них в Україні – близько 685 тис. незалежних дистриб'юторів.