

## Priamy predaj ovplyvňuje inflácia, napriek tomu sú tržby stabilné

BRATISLAVA – Priamy predaj vo svete zaznamenáva stabilitu, aj napriek miernemu medziročnému poklesu tržieb. Reflektujú to výsledky priameho predaja za rok 2022, ktoré zverejnila Svetová federácia priameho predaja WFDSA. Priamemu predaju sa stále darí aj na Slovensku. Tržby sa za minulý rok vyšplhali na 165 miliónov eur, pričom priamym predajom sa živí alebo si prostredníctvom neho privyrába takmer 200-tisíc nezávislých priamych predajcov.

Priamy predaj v globálnom ponímaní zaznamenal vlani 1,5-percentný pokles a celkové tržby sa stabilizovali na takmer 173 miliardách dolárov. Nezávislých priamych predajcov bolo pritom vo svete takmer 115 miliónov. **Mierny pokles obratu si Svetová federácia priameho predaja WFDSA vysvetľuje ako stav po „koronakríze“, počas ktorej zákazníci nakupovali viac z pohodlia domova, v kombinácii s vysokou infláciou, ktorá sužuje celý svet.** Medzi TOP 3 globálne trhy priameho predaja patria USA (23%), Kórea (11%), Nemecko (10%) a Čína (9%).

Čo sa Európskej únie týka, celkové tržby presiahli 28,6 miliárd eur. **Aj naďalej hrá v tomto regióne prvé husle Nemecko, ktoré je zároveň aj tretím najväčším trhom v priamom predaji na svete, a to s obratom vyšším ako 17 miliárd eur.** Druhým najväčším hráčom v EÚ je v tejto oblasti predaja Francúzsko s tržbami vyššími ako 4 miliardy eur a európsku TOP 3 uzatvára Taliansko s 2,7 miliardovým obratom.

### Najväčšie trhy podľa obratu 2022 v EU

		mld. EUR
1.	<b>Nemecko</b>	17 080
2.	<b>Francie</b>	4 352
3.	<b>Taliansko</b>	2 745
4.	<b>Poľsko</b>	979
5.	<b>Španielsko</b>	688
6.	<b>Česká republika</b>	370

## Kozmetika na vzostupe

Klesajúci trend zaznamenal aj priamy predaj na Slovensku, tržby medziročne klesli o 10,8 % na 165 miliónov eur. **„Rok 2021 bol rekordný v mnohých ohľadoch, tržby priameho predaja vtedy narástli najmä kvôli obmedzeniam spojeným s pandemiou koronavírusu. V porovnaní s obdobím z pred pandémie, predstavuje pokles len 0,6 %,“** vysvetľuje generálna sekretárka Združenia priameho predaja (ZPP), Lenka Mrázová. **„Aj z tohto pohľadu sú výsledky za rok 2022 skvelé,“** dodáva pani Mrázová.

**Priamym predajom sa na Slovensku vlni živilo alebo si v tomto segmente privyrábalo 203 734 nezávislých priamych predajcov a aj naďalej je drvivá väčšina z nich, takmer 90 %, ženského pohlavia.** Výsledky ďalej ukázali, že Slováci prejavujú čoraz viac záujem o kozmetické výrobky a výrobky patriace do kategórie osobnej starostlivosti (53 % oproti 43 % v roku 2021), populárnymi zostávajú aj wellness výrobky a výživové doplnky (22%) a 19-percentný podiel majú výrobky určené pre domácnosť.

## Prím hrá osobný kontakt

Zaujímavé skutočnosti priniesol aj socioekonomický prieskum o priamom predaji, ktorý zrealizovala v tomto roku Európska asociácia priameho predaja SELDIA a spoločnosť IPSOS v 12 krajinách Európy. **Do online prieskumu sa zapojilo takmer 26-tisíc nezávislých priamych predajcov, z toho 1 482 zo Slovenska.**

Aj tento prieskum potvrdzuje skutočnosť, že priamemu predaju na Slovensku sa venuje oveľa viac žien (takmer 90 %) ako mužov (takmer 10 %). **„Zaujímavosťou je, že až 50% našich nezávislých priamych predajcov sa tejto oblasti predaja venuje už viac ako 10 rokov, čo svedčí o ich lojalite a najmä spokojnosti,“** hovorí Lenka Mrázová. **„1 až 3 roky sa v priamom predaji pohybuje takmer 20% predajcov, 13 % predajcov sa tejto práci venuje 4 až 6 rokov,“** dodáva. Tieto skutočnosti potvrdzuje aj fakt, že 45 % predajcov označilo, že sú vo svojom podnikaní celkovo spokojní.

To, že priamy predaj zostal naozaj „priamym“, a to aj v dnešnej modernej digitalizovanej dobe, zas potvrdzuje skutočnosť, že nezávislí priami predajcovia stále úplne najčastejšie využívajú ako nástroj predaja osobný kontakt so zákazníkom, (až 71 %). Keďže pokrok sa ale zastaviť nedá, druhým najčastejším spôsobom spojenia predajcov a kupujúcich je mobil (40 %), tretím moderné sociálne siete (28 %) a nezaostáva ani populárna a praktická e-mailová komunikácia (27 %). Zaujímavé je, že na Slovensku sa stále ukazuje ako veľmi účinný nástroj predaja tradičný tlačný katalóg či brožúra.

**„Veľkou motiváciou slovenských nezávislých priamych predajcov zotrvať v tomto segmente sú jednoznačne výrobky, ktoré predávajú. Výrobky sa im páčia a stotožňujú sa aj s hodnotami značky, ktorú predávajú svojim zákazníkom,“** hovorí Lenka Mrázová a zároveň dodáva, že dlhodobým a stálym motivátorom je aj naďalej možnosť privyrobiť si a zlepšiť kvalitu života seba a svojej rodiny, rovnako ako aj časová flexibilita či nezávislosť. Viac ako pätina nezávislých priamych predajcov si pochvaľuje socializáciu a stretávanie nových ľudí. V zelených číslach zostáva aj celkové hodnotenie spoločnosti, ktorú zastupujú, úroveň odbornej prípravy či podpory.

## **O Združení priameho predaja**

Združenie priameho predaja (ZPP) je hlavným predstaviteľom priameho predaja na Slovensku. Združenie bolo založené v roku 1995 a je členom európskej asociácie priameho predaja SELDIA aj svetovej federácie WFDSA. ZPP združuje viac ako 200-tisíc priamych predajcov a obhajuje záujmy ich zákazníkov, ako aj svojich členských firiem - Amway, Herbalife Nutrition, Just, Mary Kay, Nu Skin, Oriflame a PartyLite.