

آمار جهانی میزان فروش مستقیم (بازاریابی شبکه ای)

فروش مستقیم، نوعی از ارائه محصولات و خدمات است که به طور مستقیم و رو در رو (face to face) با مشتری به انجام رسیده و مکان دائمی برای خرده فروشی (retail) محصولات در آن وجود ندارد. در این روش، بازاریابان به عنوان نمایندگان سازمان یا شرکت مورد نظر به معرفی و فروش محصول اقدام می کنند. سازمان جهانی فروش مستقیم (WFDSA)، که مسئولیت هدایت و معرفی فروش مستقیم در سطح جهان را بر عهده دارد، به صورت دوره ای آماری از میزان فروش و درآمد کشورهای مختلف این سازمان با دسته بندی های مختلف منتشر می کند. در حال حاضر این سازمان متشکل از اتحادیه های فروش مستقیم ۵۸ کشور در جهان می باشد. ایران عضویتی در این سازمان نداشته و بنابراین برای دسترسی به آمار فروش مستقیم (بازاریابی شبکه ای) در ایران تنها می بایست به ارزیابی های داخلی از وضعیت این نوع کسب و کار استناد کرد.

هدف از آمارگیری

همزمان با گسترده تر شدن هر چه بیشتر فروش مستقیم در سطح جهان و آمار چشم گیر فعالان در این زمینه، آمارگیری های مستمر و مداوم نیز جایگاه ویژه ای پیدا کرده است. ارزیابی دقیق فاکتورهای گوناگون علاوه بر شفاف سازی جایگاه این کسب و کار در یک کشور، به شرکت ها و سازمان های فعال نیز این امکان را می دهد تا استراتژی تیم های مختلف خود را همسو با تقاضا و نیاز بازار و همچنین در قیاس با روند فعالیت رقبای خود تعیین کنند.

جزئیات ارزیابی ها

آنالیز پیش رو، بر دو اساس به انجام رسیده است؛ نرخ کلی فروش جهانی و نرخ فروش جهانی بر اساس نوع محصول.

فاکتورهایی که در بررسی نرخ کلی فروش جهانی مورد بررسی قرار گرفته اند:

- نرخ فروش در سال ۲۰۱۷ بر اساس واحد پول رایج کشور مورد نظر و دلار آمریکا
- درصد تغییر فروش نسبت به مدت مشابه سال قبل بر اساس نرخ ثابت دلار آمریکا
- نرخ رشد مرکب سالیانه در طول سه سال (۲۰۱۴-۲۰۱۷)، بر اساس نرخ ثابت دلار آمریکا

در بررسی نرخ کلی فروش سالیانه (۲۰۱۷) بر اساس پول رایج کشورها، کره جنوبی با ۱۹,۳۸۸,۰۰۰ میلیون وون (واحد پول کشور کره جنوبی)، اندونزی با ۱۸,۹۴۸,۳۰۰ روپیه، ویتنام با ۹,۸۵۶,۰۰۰ دانگ و کلمبیا با ۶,۹۶۹,۶۴۸ پزو، در رتبه های اول تا چهارم قرار دارند. همانطور که مشاهده می شود، سه رتبه نخست این دسته از کشورهای آسیایی بوده و نرخ اعلام شده دو رده اول اختلاف چشم گیری با سایرین دارند.

علاوه بر این، همانطور که ذکر شد، رقم فروش در سال ۲۰۱۷ بر حسب دلار آمریکا نیز تخمین زده شده و نتایج به دست آمده به ترتیب از برتری ایالات متحده آمریکا با عدد ۳۴,۹۰۰ دلار، چین با عدد ۳۴,۲۹۱ دلار و آلمان با عدد ۱۶,۶۹۹ دلار خبر می دهند. رقم فروش آمریکا و چین در این دسته بندی بیش از دو برابر کشور سوم (آلمان) می باشد. نکته قابل توجه آن است که چین همپا با آمریکا در این رده قرار گرفته و تنها با اختلافی حدود ۶۰۰ دلار رده دوم بیشترین درآمد دلاری از فروش مستقیم را به خود اختصاص داده است. در نمودار ۱,۱ (شکل سمت چپ) نیز به وضوح قدرت جهانی بازارهای چین در دنیا را مشاهده می کنید؛ طبق آنالیز به انجام رسیده، این کشور بزرگ آسیای شرقی، ۱۸٪ از سهم بازار جهانی را در دست داشته و با قدرت بزرگ تجارت غرب برابری می کند.

در بررسی نرخ کلی فروش سالیانه (۲۰۱۶) نیز نام چهار کشور فوق به چشم می خورد. کره همچنان با ۱۹,۵۴۰,۰۰۰ میلیون وون (۱۵۲,۰۰۰ وون بیشتر از سال ۲۰۱۷) در راس درآمدها بوده و پس از آن اندونزی ۱۵,۷۵۰,۹۰۰ روپیه (۳,۱۹۷,۱۰۰ هزار روپیه کمتر از سال ۲۰۱۷)، ویتنام با ۹,۴۵۰,۰۰۰ دانگ (۴۰۶,۰۰۰ یانگ کمتر از سال ۲۰۱۷) و کلمبیا با ۷,۲۹۳,۱۱۷ پزو (۳۲۳,۴۶۹ پزو بیشتر از سال قبل)، در رده های بعدی قرار دارند.

کشورهای پیشرو در رقم فروش دلاری در سال ۲۰۱۶ نیز تفاوت چندانی با سال ۲۰۱۷ نداشته و آمریکا با عدد ۳۵,۵۴۰ دلار، چین با ۳۳,۸۸۸ دلار و کره جنوبی با ۱۶,۸۶۲ دلار در رتبه های اول تا سوم هستند. فاصله آمریکا و چین در این سال نسبت به ۲۰۱۷ بیشتر بوده است.

در بررسی درصد تغییر فروش نسبت به مشابه سال قبل که بر اساس نرخ ثابت دلار در سال ۲۰۱۷ انجام شده است، آرژانتین با ۳۶,۷٪ بیشترین رشد و موفقیت فروش مستقیم را داشته است. بازار آرژانتین تورم بسیار بالایی دارد. در سال ۲۰۱۷، تورم ۲۶٪ و تولید ناخالص ملی آن ۳٪ بر اساس صندوق پول بین الملل افزایش یافته است.

در رده های بعدی این دسته بندی، اندونزی با ۲۰,۳٪ رشد و ترکیه با ۱۷٪ رشد قرار دارند. نرخ مذکور در کشورهای هلند با ۱۴,۴٪- و بلژیک با ۱۰٪-، رشد منفی را شاهد بوده است.

این متغیر در سال ۲۰۱۶ تشابه زیادی با سال بعد از خود داشته است. آرژانتین همچنان نرخ تورم بسیار بالایی داشته اما نام ونزوئلا نیز در کنار این کشور به چشم می خورد که با تورم ۷۲۰٪ و سود ناخالص داخلی ۲٪، بازاری بسیار متلهب را تجربه کرده است. آمارها برای آرژانتین مشابه سال ۲۰۱۷ گزارش شده است. درصد تغییر فروش ونزوئلا ۸۶,۹٪ و آرژانتین ۴۱,۲٪ می باشد.

در رده های بعدی قزاقستان با ۱۹٪ و آفریقای جنوبی با ۱۸,۲٪ رشد مثبت و نیوزیلند با ۱۹,۲٪- و یونان با ۸,۲٪- رشد منفی حضور دارند. نکته جالب توجه آنکه هلند در سال ۲۰۱۶ نرخ مثبت ۱۶,۲٪ را در اختیار داشته که با سال ۲۰۱۷ (رشد منفی ۱۴,۴٪-)، بسیار متفاوت است.

در بررسی نرخ رشد مرکب سالیانه که در سه سال متوالی (۲۰۱۴-۲۰۱۷) مورد بررسی قرار گرفته است نیز آرژانتین با ۳۷٪ بیشترین رشد را داشته و پس از آن قزاقستان با ۲۴,۵٪ رتبه دوم را در اختیار دارد. رتبه های اول و دوم رشد منفی نیز متعلق به یونان با ۸٪- و هونگ کونگ با ۹,۲٪- می باشد.

در بررسی نرخ رشد مرکب سالیانه در سه سال متوالی (۲۰۱۳-۲۰۱۶) ارقام متفاوتی نسبت به سه سال بعدی مشاهده می شود. در این بررسی شاهد رشد ۶۹,۲ درصدی ونزوئلا هستیم و آرژانتین که در آمارهای مربوط به سالهای منتهی به ۲۰۱۷ در صدر است، با اختلاف زیاد و رشد ۳۷,۴٪ جایگاه دوم را دارد. چین در این رده بندی سوم بوده و رشدی معادل ۱۲,۹٪ دارا می باشد.

در نمودار درصد فروش سال ۲۰۱۷ در چهار قاره (نمودار ۱,۱)، شکل سمت چپ)، نیز مشاهده می کنید که بیشترین سهم (۴۶٪) متعلق به قاره آسیا و اقیانوسیه بوده و آمریکا و اروپا با اختلاف کمی نسبت به یکدیگر در رده های بعدی قرار می گیرند و آفریقا نیز با ۱٪، کمترین سهم را دارا می باشد. چین، کره جنوبی، ویتنام و اندونزی به عنوان بازارهای قدرتمند جهانی در فروش مستقیم، در افزایش این درصد به نفع قاره آسیا و اقیانوسیه نقش به سزایی داشته اند.

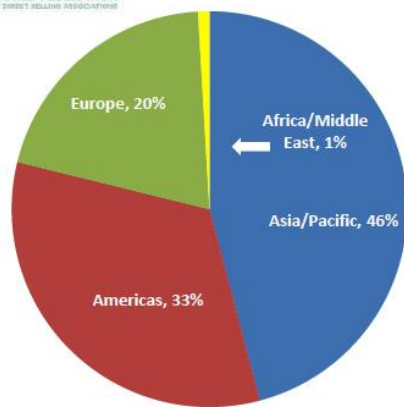
بررسی نمودار درصد فروش سال ۲۰۱۶ در چهار قاره (نمودار ۱،۲، شکل سمت چپ)، ارقامی کاملاً مشابه با سال ۲۰۱۷ را مشاهده می‌کنیم. همچنین بازارهای قدرتمند فروش مستقیم نیز تغییر چندانی نسبت به سال ۲۰۱۷ نداشته و تنها چین و آمریکا، یک درصد کمتر از سال بعد از خود در بازارهای جهانی فعال بوده‌اند؛ اگرچه همچنان همپای یکدیگر به عنوان قدرتمندترین بازارهای جهانی در فروش مستقیم حرکت می‌کنند.



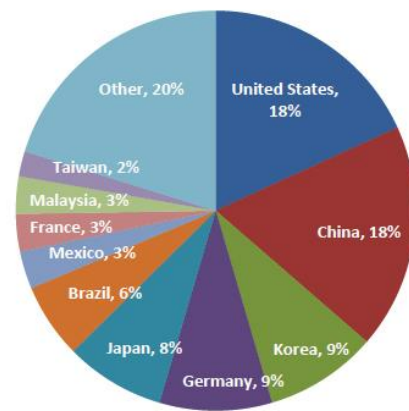
Global Direct Selling - 2017 Retail Sales

Published June 18, 2018

Not for use after May 31, 2019



Regional Sales



Top 10 Global Markets

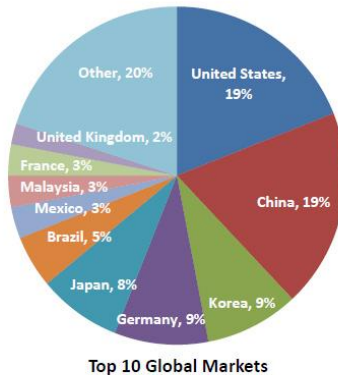
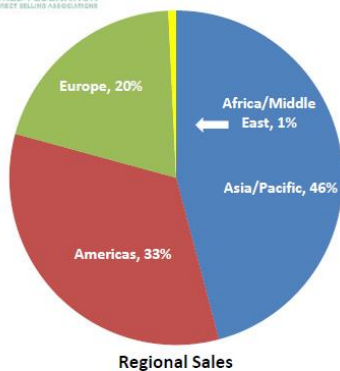
نمودار ۱،۱ درصد فروش در چهار قاره (شکل سمت چپ) و ۱۰ بازار جهانی برتر در فروش (شکل سمت راست)



Global Direct Selling - 2016 Retail Sales

Published June 1, 2017

Not for use after May 31, 2018

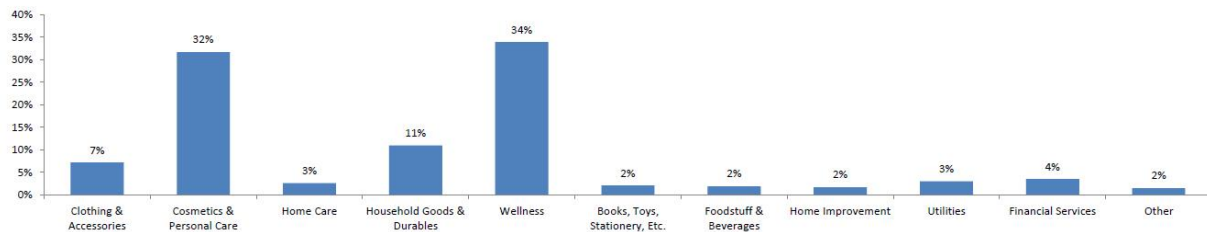


نمودار ۱،۲ درصد فروش در چهار قاره (شکل سمت چپ) و ۱۰ بازار جهانی برتر در فروش (شکل سمت راست)

نرخ فروش جهانی بر اساس نوع محصول

در این نوع داده کاوی، محوریت بررسی بر روی محصول و یا خدمتی است که در هر منطقه بیشترین سهم فروش مستقیم را از آن خود کرده است. سازمان جهانی فروش مستقیم، آنالیز محصولات را در دسته بندی های زیر به انجام رسانده است.

- پوشاک و اکسسوری
- لوازم آرایشی و بهداشتی
- نظافت منزل
- لوازم خانگی و کالاهای غیرمصرفی
- محصولات حوزه سلامت
- کتاب، اسباب بازی و لوازم التحریر
- غذا و نوشیدنی
- دکوراسیون خانگی
- خدمات رفاهی
- سایر



نمودار ۱،۳ نرخ فروش مستقیم بر اساس دسته بندی محصولات در سال ۲۰۱۷

همانطور که مشاهده می شود، بالاترین درصد (۳۴٪) مربوط به محصولات «سلامت» می باشد؛ قاره آسیا و اقیانوسیه ۵۰٪ از این فروش را به خود اختصاص داده است و کشور فیلیپین با در اختیار داشتن ۶۵٪ از سهم فروش بازار محصولات سلامت محور، تاثیر زیادی در بالا بودن این نرخ داشته است.

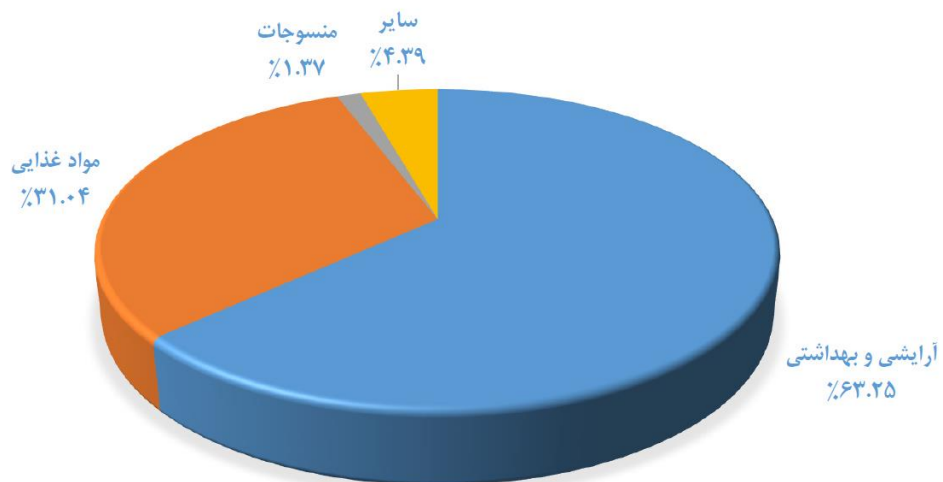
پس از آن «لوازم آرایشی و بهداشتی» با ۳۲٪، رده بعدی سهم بازار را در اختیار دارد. ۳۸٪ از این میزان مربوط به قاره آمریکا است که در میان آن، برزیل با ۸۳٪، بیشترین میزان سهم فروش مستقیم در این دسته بندی را از آن خود کرده است.

لوازم خانگی و اقلام غیر مصرفی با اختلاف بیشتر (۱۱٪)، در رده سوم قرار گرفته است.

کتاب، اسباب بازی و لوازم التحریر، غذا و نوشیدنی و دکوراسیون منزل با ۲٪ سهم بازار فروش مستقیم، کمترین میزان فروش را در این بررسی داشته اند.

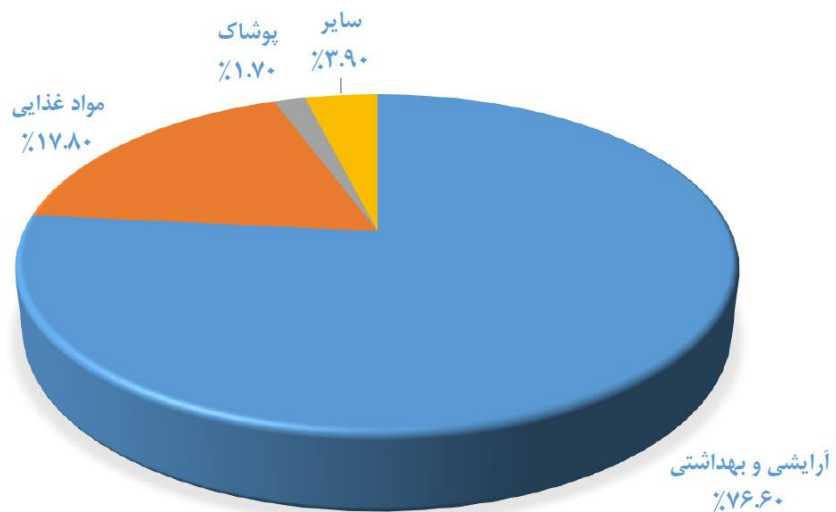
بررسی وضعیت فروش مستقیم (بازاریابی شبکه ای) در ایران

همانطور که پیش از این گفته شد، با توجه به عدم عضویت ایران در فدراسیون جهانی فروش مستقیم و همچنین نبود اتحادیه ای رسمی جهت هدایت شرکت های فعال در این زمینه، آمار و ارقام دقیق که بتوان به صورت قطعی به آن استناد کرد وجود نداشته و تنها اطلاعاتی جزئی که توسط «پایگاه اطلاع رسانی فروش مستقیم» تحلیل و بررسی شده است را می توان به عنوان مرجع مورد استفاده قرار داد. داده ها تنها تا ۶ ماهه ی اول سال ۱۳۹۵ در دسترس بوده و پس از آن تا به حال اطلاعاتی موجود نمی باشد.



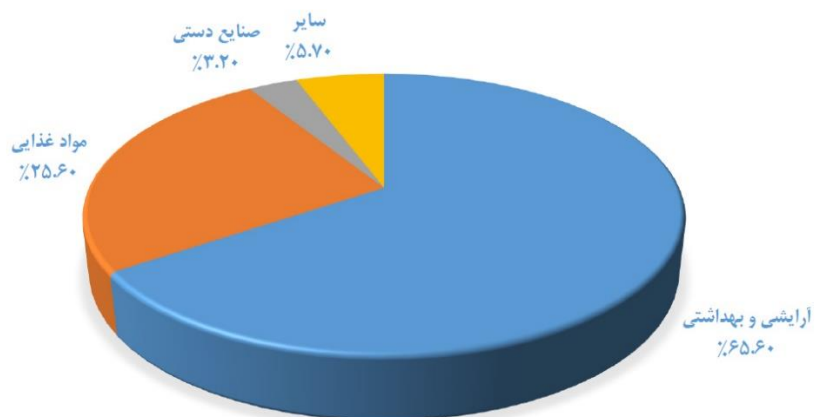
محصولات	درصد فروش محصولات در ۶ ماه اول ۹۵
آرایشی و بهداشتی	63.25%
مواد غذایی	31.04%
منسوجات	1.37%
سایر	4.39%

نمودار ۱،۴ درصد فروش محصولات شرکت های بازاریابی شبکه ای در ۶ ماهه اول سال ۹۵



محصولات	درصد فروش محصولات در سال ۹۴
آرایشی و بهداشتی	76.60%
مواد غذایی	17.80%
پوشاک	1.70%
سایر	3.90%

نمودار ۱،۵ درصد فروش محصولات شرکت های بازاریابی شبکه ای در ۶ ماهه اول سال ۹۴



محصولات	درصد فروش محصولات در سال ۹۳
آرایشی و بهداشتی	65.60%
مواد غذایی	25.60%
صنایع دستی	3.20%
سایر	5.70%

نمودار ۱،۶ درصد فروش محصولات شرکت های بازاریابی شبکه ای در ۶ ماهه اول سال ۹۳

بر طبق نمودارهای بالا، در دو سال منتهی به سال ۹۵، سهم فروش مواد آرایشی بهداشتی و مواد غذایی اختلاف بسیار زیادی با سایر محصولات داشته و این روند تا شش ماهه سال ۹۵ حفظ شده است. آنچه از آمار غیر رسمی فروشندگان مستقیم فعال در ایران و همچنین آمار شرکت های بازاریابی شبکه ای بر می آید، انتظار می رود این روند در حال حاضر نیز حفظ شده و تقاضا برای کالاهای فوق همچنان در صدر باشد.

منابع

<https://wfdsa.org/>

<http://mlmbook.ir>