

## Zákazníkov získavame väčšinou len na trhoch. Ako zvládajú koronakrízu najmenší predajci?

**Pokles príjmov, strata zákazníkov, náhly presun do online sveta. Aj s tým sa musia potýkať lokálni predajci, ktorí svoj tovar ponúkali na trhoch a iných podujatiach. Na štátnu pomoc nemajú nárok, preto až osem percent uvažuje o ukončení podnikania. Vyplýva to z prieskumu, ktorý v apríli tohto roka medzi svojimi predajcami urobil Dobrý trh.**

Zákaz verejných podujatí zasiahol aj Dobrý trh, ktorý sa pôvodne mal konať v apríli. Okrem oživovania susedstiev je jeho hlavným cieľom aj podpora lokálnej ekonomiky, miestnych producentov, lokálne značky a malých predajcov, zvyknutých na živý kontakt s návštevníkmi.

Na nich koronakríza doľahla najviac.

Podľa prieskumu sa spomedzi 140 predajcov, ktorí sa prihlásili na Dobrý trh na Jakubáku, predstavuje výpadok jedného trhu v priemere 1000 eur. Najväčšie tržby, o ktoré by predajci prišli po zrušení Dobrého trhu, sú až 4500 eur. Nemožnosť predávať kvôli pandémie koronavírusu na trhoch a iných podujatiach prinútila osem percent predajcov premýšľať o ukončení podnikania. "Veľmi citlivo vnímame situáciu našich predajcov. Pre veľa z nich je Dobrý trh jedným z významných zdrojov príjmu," hovorí Illah van Oijen, spoluzakladateľka podujatia Dobrý trh.

Viac ako 40 percent predajcov nie je spokojných s pomocou štátu, nepomôže im. Opatrenia sa ich veľakrát netýkajú, až tretina nemá zamestnancov. Kritizujú, že pomoc je nasmerovaná na veľké firmy, nie na malé rodinné podniky a živnostníkov. Zle sú na tom aj slobodní umelci, nedosiahnu na OČR ani iné kompenzácie. *"Som mama troch detí, ktoré žijím sama. Fungujem ako slobodný umelec, som závislá na predaji vlastnoručne vyrobených výrobkov z vlny a kurzov. Žiadne z ekonomických opatrení sa na mňa zatiaľ nevzťahuje a každá zrušená predajná akcia mi znemožňuje aj ten malý príjem, ktorý dokážem generovať. Zatiaľ ma zachraňujú objednávky od klientov, aby sme mali čo jesť. Čo bude, ak nebudú ani trhy, ani kurzy a ani nepríde objednávka, neviem."*

Dobrý trh sa snaží aspoň čiastočne svojim predajcom vykompenzovať stratu. Presúva sa do online priestoru. Virtuálne stánky trhovníkov budú dostupné na webstránke od 25. Mája. Nebudú chýbať ani populárne balíčky s prekvapením Mačka vo vreci. Ich kúpou podporia návštevníci online vydania Dobrého trhu lokálnu ekonomiku a živé susedstvá. *"Produkty do Mačky vo vreci venovali trhovníci a susedské prevádzky z okolia Jakubáku,"* hovorí Barbara Zavorská, organizátorka Dobrého trhu. Aspoň čiastočne sa tak snažia trhovníkom vykompenzovať stratu. Viacerí predajci s trhom totiž rátajú vopred: *"Na Dobrý trh sa pripravujeme už pri výsadbe v januári. Zrušenie by znamenalo, že značná časť úrody vyjde nazmar,"* hovoria predajci.

Trhy sú pre nich dôležitým miestom na kontakt so zákazníkmi. *"Neúčasť na Dobrom trhu nie je len stratou financií, ale aj budovania si dobrého vzťahu so zákazníkmi,"* hovoria predajci.

Najmä pre tých, ktorí nemajú kamennú prevádzku sú trhy reklamou. Ďalšími prínosmi sú nové kontakty, následné objednávky a spolupráce či spätná väzba od zákazníkov. *“Prídeme o príležitosť predstaviť sa desiatkam až stovkám ľudí, ktorých dizajnová tvorba zaujíma a oceňujú ju. Strata je predovšetkým aj v nových potenciálnych zákazníkoch a v priamej propagácii značky.”* Z trhov pochádzajú aj stáli zákazníci, ktorí sa vracajú. Vyše 60 percent predajcov hovorí, že zaznamenalo zvýšený záujem o ich produkty po každom Dobrom trhu. *“Na trhoch sa prezentujeme ako značka. Je pre nás lepšie byť pri zákazníkovi a tvárou v tvár mu vysvetliť benefity, nemáme rozpočet na rozsiahlu online reklamu, trhy a jarmoky riešili túto situáciu.”*

Pre mnohých malých predajcov bola forma predaja na trhoch jedinou príležitosťou na prezentovanie sa verejnosti. Skoro 70 percent predajcov z Dobrého trhu nemá kamennú predajňu. Skoro tri štvrtiny predajcov má fungujúci eshop, sedem percent ho spustilo po vypuknutí pandémie. *“Len sme začali, normálny predaj to nepokrýva.”* Aj zabehnutý online predaj ide horšie, nižšie tržby zaznamenala tretina predajcov. *“Myslím, že všetci predajcovia sú smutní. Atmosféru Dobrého trhu nie je možné nahradiť žiadnym internetom. Systém prídem, oňuchám, ohmatám, kúpim, je nenahraditeľný.”*