

Isiūlyti prekę iš rankų į rankas - vis sunkiau

Eglė MARKEVIČIENĖ

Šalyje išaugus nedarbiui ir mažėjant dirbančiųjų atlyginimams, vis daugiau žmonių išitraukia į tiesioginės prekybos verslą. Tačiau gausėjant pardavėjų, o visuomenės perkamajai galiai sumenkus, daugumai prekeivių pavyksta uždirbti vis kukliau.

"Ekonomikos krizė, dėl sumažėjusio vartojimo skaudžiai kirtusi visai mažmeninei prekybai, tiesioginės prekybos verslą irgi palietė, bet ne taip skausmingai, kaip mažmeninės", - LŽ tvirtina Lietuvos tiesioginės prekybos asociacijos (LTPA) generalinis sekretorius Gintautas Zaleckas.

Tiesioginė prekyba apibūdinama kaip prekių ir paslaugų pardavimas tiesiogiai vartotojui, paprastai vykdomas vartotojo namuose, jo darbovietėje ar kitose, ne prekybai skirtose patalpose.

Vadinamuoju tiesioginės prekybos kanalu Lietuvoje galima nusipirkti įvairiausių prekių, ir plačiai žinomo prekės ženklo, ir vos girdėto, - įvairių odos priežiūros ir kosmetikos priemonių, namų apyvokos daiktų, patalynės, virtuvės įrangos, maisto papildų ar net prašmatnių dulkių siurblių.

LTPA, šiuo metu vienijanti tiesioginio pardavimo bendroves "Avon Cosmetics", "Oriflame kosmetika", "EASTCON", "GNLD International" ir "Herbalife", suskaičiavo, kad 2009 metais jos narių apyvarta (be pridėtinės vertės mokesčio), palyginti su 2008 metais, sumažėjo 19 proc. ir siekė 87 mln. litų.

Tuo tarpu visų Lietuvos mažmeninės prekybos įmonių apyvarta pernai, Statistikos departamento duomenimis, nuo 2008-ųjų sumenko beveik 28 proc., bene labiausiai visoje Europos Sąjungoje (ES).

"Pastebime, kad per ekonomikos krizę į tiesioginės prekybos verslą išitraukia daugiau žmonių nei anksčiau, todėl per krizę tiesioginis pardavimas smuko mažiau nei visa mažmeninė rinka. Vieni šio verslo imasi praradę pagrindinį darbą, kiti ieško papildomo uždarbio, nes ši verslo schema siūlo galimybę padirbėti greta pagrindinės veiklos", - aiškina G.Zaleckas.

Šiūmečių pardavimo duomenų asociacija sako dar neturinti, bet pastebi, kad pardavimas išlieka gana stabilus. Tiesa, sumenkęs ir atsargesnis vartojimas mažino brangesnių prekių, tokių kaip namų apyvokos daiktai, pardavimą, tuo tarpu asmens priežiūros, kosmetikos pardavimas krizės poveikio beveik nepajuto.

Prekiautojų daugėja, užsakymų - ne

G.Zaleckio manymu, tiesioginės prekybos verslas turėtų atsigauti greičiau nei prekyba parduotuvėse, nes dėl ekonomikos nuosmukio gausėjant norinčiųjų užsidirbti papildomai, bendra pardavimo apimtis išlieka palyginti stabili.

Asociacija skaičiuoja, kad šiame versle besisukančių pardavėjų pernai pagausėjo beveik 8 proc., palyginti su ankstesniais metais. Vadinasi, pernai daugiau nei 31 tūkst. Lietuvos gyventojų vertėsi tiesiogine prekyba, šiemet tokių pardavėjų skaičius toliau augo.

"Negalėčiau sakyti, kad mūsų produkcija domisi daugiau žmonių - tiesiog tapome gerokai aktyvesni: organizuojame daugiau akcijų, per kurias kviečiame prisijungti prie mūsų konsultantų. O daugėjant konsultantų, pardavimas jeigu ne didėja, tai bent išlieka stabilus", - LŽ sako UAB

"Oriflame kosmetika" generalinė direktorė Galina Kėkštienė. Anot jos, šiemet pardavimas tik truputį mažesnis nei pernai, o metus bendrovė tikisi baigti pasiekusi panašių rezultatų kaip 2009-aisiais.

Didėjant pardavėjų ratui, o pardavimui neaugant, uždirbtų pinigų pyragą tenka dalyti daugiau burnų - prekes siūlantys konsultantai vidutiniškai uždirba mažiau nei anksčiau.

Bendrovės neatskleidžia duomenų, kiek šiuo metu vidutiniškai parduoda vienas pardavėjas, tačiau pripažįsta, kad pirkėjų krepšeliai šiemet atrodo kukliau nei ankstesniais metais. "Vidutinis užsakymas mažesnis nei seniau, prekių krepšelis kiek pasikeitęs: žmonės atsisako brangesnių serijų gaminių, gal neperka brangesnio kremo, o nusiperka pigesni. Tačiau vis tiek visi prausiasi, valo dantis, puoselėja odą. Mažesni vidutinį užsakymą kompensuoja didesnis konsultantų skaičius", - tendencijas nurodo G.Kėkštienė.

Anot jos, ne itin didelį uždarbį žmonėms kompensuoja galimybė bendrauti, susirasti bendraminčių, dalyvauti renginiuose. Kai kurie tampa konsultantais ne norėdami pardavinėti produktus, o nupirkti jų pigiau sau ar savo šeimai.

Ir per socialinius tinklus

Prekėms parduoti konsultantai pasitelkia įvairiausias priemones, kai kurie tai daro aktyviai, o kai kurie - net įkyriai. Populiariausias prekybos būdas - platinti informaciją apie produktus vietose, kur dirba ar nuolatos lankosi daug žmonių: prie parduotuvių, grožio salonuose, įstaigose. Moterys, nešinos kosmetikos ar namų priežiūros priemonių katalogais, pasirodo beveik kiekvienoje valdiškoje kontoroje. Neretai įsigyti vieną ar kitą kosmetikos prekę pasiūlo kirpėja ar manikiūrininkė, o katalogėlių su indų rinkiniais ar kosmetika eilėje sėdintiems pacientams pametėja poliklinikoje dirbanti medicinos sesuo.

Produktų reklama ir prekyba jau seniai persikėlė į virtualią erdvę. Informacija apie produktus, kuriais prekiaujama iš rankų į rankas, jau pasirodo ir socialiniuose tinkluose, daugeliu produktų aktyviai prekiaujama ir internetinėse parduotuvėse. Aštrios diskusijos apie vienos ar kitos firmos prekes verda ir interneto forumuose - akivaizdu, kad šis informacijos kanalas irgi aktyviai naudojamas, siekiant pagirti, tarkime, ypatingas "Amway" šluosčių ar valiklių savybes.

G.Zaleckas tvirtina, kad galimybė užsidirbti, tiesiogiai platinant prekes, priklauso ne vien nuo situacijos rinkoje, bet ir nuo kiekvieno pardavėjo sugebėjimų ir laiko, kurį jis gali skirti šiam darbui. "Vieniems pardavėjams sekasi labai gerai, kitiems vidutiniškai. Rezultatai priklauso nuo to, kaip žmogus dirba - ar aktyviai pasitelkia pažįstamų ratą, ar šis ratas platus, ar jis teikia informaciją per socialinius tinklus. Turi įtakos ir asmenybės savybės", - aiškina jis.

Neretai tiesiogine prekyba žmonės susižavi prisiklausę sėkmės istorijų, įtiki jiems žadama finansine laisve. Tačiau rinkodaros specialistai sako, kad stebuklingų sėkmės istorijų nėra. Tuo labiau, kad pradedant platinti kai kuriuos produktus, dažnai siūloma įsigyti gan brangų pradinį prekių rinkinį, už kurį sumokėtus pinigus ne kiekvienam pradedančiajam pavyksta susigrąžinti.

Daugiausia - su verslo liudijimais

Pasak pašnekovų, dauguma pardavėjų, platinančių produktus iš rankų į rankas, dirba įsigiję verslo liudijimą arba pasirinkę individualios veiklos formą, todėl žinias apie valdžios planus keisti tokios veiklos apmokestinimo tvarką jiems kelia nerimą. "Pagal Ūkio ministerijos siūlomą planą, verslo liudijimų turėtų lyg ir nelikti. Mes manome, kad iš pradžių reikia pasižiūrėti, kaip veiks nauja tvarka, tik paskui naikinti dabartinę. Nesinorėtų, kad žmonės ir vėl nukentėtų", - aiškina asociacijos vadovas.

Anot jo, padidėję mokesčiai, dvigubas apmokestinimas ir prievolė mokėti sveikatos draudimo įmoką dalį žmonių atgrasė nuo šios veiklos ir atėmė galimybę papildomai užsidirbti. Pasitraukė ir kai kurie pensinio amžiaus žmonės, paaiškėjus, kad dėl papildomo, dažniausiai kuklaus uždarbio, jie netenka

dalies pensijos.

Kita problema, kad ne visi prekeiviai dirba legaliai ir išvengia gyventojų pajamų mokesčio nuo gautų pajamų, kurių jiems privalu mokėti. Kaip LŽ nurodo Valstybinės mokesčių inspekcija (VMI), šiemet jau išduota 17 198 verslo liudijimai, suteikiantys teisę verstis išnešiojamąja ir išvežiojamąja ne maisto produktų prekyba, o nuo jų mokėtina mokesčių suma - 1817,610 tūkst. litų.

VMI per šiuo metų pirmąjį pusmetį nustatė 274 neregistruotą veiklą vykdančius asmenis. Pasitaikė ir kuriozinis atvejis: į Vilniaus apskrities VMI Patikrinimų skyrių užsuko įvairių prekių siūlantis prekeivis, kuris nebuvo įregistravęs individualios veiklos ir neturėjo įsigijęs verslo liudijimo.

Žmonėms, kurie vykdo tokią veiklą tinkamai jos neįregistravę VMI arba neišsigiję verslo liudijimo, gresia bauda nuo 500 iki 1000 litų, o jeigu pažeidimas nustatomas pakartotinai, asmeniui skiriama bauda siekia nuo 1000 iki 2000 litų.

Per mažai informacijos

Kai kurios iš rankų į rankas parduodamos prekės, tokių tikrai gausu Lietuvos rinkoje, į šalį patenka prekiautojų asmeninėms pastangomis, oficialių gamintojų atstovybių lyg ir nėra. Štai "Amway" buitinės chemijos ir kūno higienos produktus mažmeniniai pardavėjai jau ne vienus metus gabena iš sandėlių Lenkijoje, nes JAV kompanija dar tik rengiasi oficialiai įžengti į Baltijos valstybių rinką.

LTPA nariai yra pasirašę etikos kodeksą, jie įsipareigojo ginti vartotojų teises ir suteikti jiems pakankamai informacijos, todėl jų platinamos produkcijos pirkėjai tarsi ir labiau apsaugoti nei perkantieji iš savarankiškai dirbančio platintojo.

"Amway" nuo kitų metų žada įsijungti į asociacijos veiklą, nes žada pradėti čia veiklą oficialiai. Tikimės, kad nuo kitų metų LTPA asociacijos nariais taip pat taps "Mary Kay", "Faberlic", galbūt ir kitos kompanijos", - viliasi G.Zaleckas.

Lietuvos vartotojų instituto prezidentė Zita Čeponytė LŽ tvirtina, kad tiesioginės prekybos forma Lietuvoje yra gana griežtai reglamentuota, todėl vartotojams ypatingų problemų paprastai nekyla, o ir skundų gaunama vos vienas kitas. Perkant prekių daugiau nei už 200 litų, pardavėjas privalo pateikti išsamią informaciją apie prekių grąžinimo sąlygas, terminus, nurodyti savo koordinates. Pirkėjas turi teisę per 7 dienas nutraukti sutartį ir grąžinti pirkinį.

Z.Čeponytės nuomone, didžiausia problema, kad pardavėjai apie save pateikia per mažai informacijos, tad, pavyzdžiui, nepatikus prekei, pirkėjas neturi kur kreiptis. Kita problema, kad dėl prekybos netradicinėje aplinkoje pirkėjas neturi galimybės palyginti siūlomos ir panašios prekės kokybės bei kainos.

"Tiesiogiai pirksdamas žmogus negali lyginti tos pačios rūšies prekių, kartais jis tiesiog užklumpamas namuose ar prekių pristatyme. Ir tik vėliau palyginęs pamato, jog už tą pačią kainą galėjo įsigyti aukštesnės kokybės pirkinį arba tą patį, bet daug pigiau", - kalbėjo Z.Čeponytė.