

EKOLOGIŠKUMAS: ILGALAIKĖ TENDENCIJA AR ATSITIKTINĖ SVEIKO GYVENIMO BŪDO MADA?

*Interviu su UAB "Sveiki produktai"
valdybos nare **Guoda Azguridiene***

Justas Gavėnas, CMC

EKT MOKYMAI IR SEMINARAI**Mažmeninė
prekyba****Marketingas ir rinkos
tyrimai****Kūrybiškumas ir
verslumo ugdymas****Pirkimai ir derybos****Pardavimai ir
klientų
aptarnavimas****Psichologija ir
koučingas****Organizacijos,
personalo valdymas,
vadovavimas****Veiklos efektyvumas
ir kokybės vadyba****Asmeninis efektyvumas,
laiko planavimas ir
užduočių valdymas**

Justas Gavėnas, EKT:
“Gal galėtumėte trumpai papasakoti apie UAB „Sveiki produktai“ atsiradimą ir vystymąsi?”

Guoda Azguridienė: *“UAB “Sveiki produktai” buvo įkurta dviejų šeimų 2007 m. Mes norėjome, kad Lietuvoje būtų didesnis naudingų sveikatai ir saugančių gamtą produktų pasirinkimas. Pradžioje turėjome vieną parduotuvę (Jakšto g., Vilniuje), labiau linkome į ajurvedą, bet jau labai greitai pasukome į ekologiškų produktų rinką. Viena pirmųjų mūsų prekių buvo iš Didžiosios Britanijos vežami skalbimo rutuliai, kurie leidžia išskalbti rūbus be cheminių miltelių ar skysčių, neteršia vandens, idealiai tinka alergiškiems. Apie metus realiai niekas jų nepirko, tik kraipė galvą ir stebėjosi, bet mes užsispyrusiai juos siūlėme toliau. Šiandien tokio tipo skalbimo prekių rinka užversta pigiais (visomis prasmėmis) analogais iš Kinijos. Tad skalbimo rutuliais nebeprekausime. Bet šią istoriją prisiminti smagu – kaip lėtai nauji dalykai įsitvirtina rinkoje, kiek reikia užsispyrimo ir pasitikėjimo jų platintojams, ir kaip greitai tai gali tapti masiniu produktu ir iškristi iš “žaliosios” rinkos”.*

“Į prekybos centrų lentynas “Sveiki produktai” prekių netiekia - manome, kad mūsų prekėms reikalingas pardavėjas konsultantas” (G. Azguridienė)

Justas Gavėnas, EKT:
“Gal galėtumėte trumpai nupasakoti UAB „Sveiki produktai“ atsiradimo ir vystymosi istoriją?”

Guoda Azguridienė: *“Po maždaug metų nuo įsikūrimo pasikeitė partneriai. Nuo to laiko įmonė priklauso 5 akcininkams, verslo naujokams, kurie susitarė dėl vertybių ir strategijos, kurių laikosi ir dabar. Augo tik mastas: per 2008 rudenį atidarėme 4 naujas parduotuves, 2009 m. dar dvi, 2010 – vieną, 2011 - tris. Nuo pernai metų vidurio, mažmeninei verslo daliai įgavus tvirtumo, didesnę dėmesį skiriame prekybai internetu ir didmeninei prekybai. Į prekybos centrų lentynas “Sveiki produktai” prekių netiekia - manome, kad mūsų prekėms reikalingas pardavėjas konsultantas”.*

Justas Gavėnas, EKT:

“Jeį procentiškaį turėtumėte išreikšti, kokia dalis Jūsų artimos aplinkos žmonių palaikė idėją ir kiek iš jų sakė, kad tai nesąmonė?”

Justas Gavėnas, EKT:

“Tai buvo racionaliaį suplanuotas verslas su tikslia verslo planu, investicijų atsipirkimu ar labiau aklas tikėjimas idėja ir tuo, kad pasiseks?”

Guoda Azguridienė: *“Sunku įvertinti. Visų pirma dėl to, kad nelabai kam pasakojome. Antra, mūsų aplinkoje žmonės mandagūs, tai neišsiduoda. Nors buvo ir aiškiai palaikančių, ir akivaizdžiai netikinčių”.*

Guoda Azguridienė: *“Labiau neaklas tikėjimas, kad pasiseks. Dar tiksliau, tikėjimas, kad reikia pabandyti. O ar pasiseks, tai jau antras klausimas. Tik vėliau, kai verslas ūgtelėjo, susiformavo kolektyvas, atsirado daugiau baimės, kad gali nepasisekti ir tai, kas sukurta, gali būti prarasta”.*

“Jeį nori turėti gerus produktus ir gerą asortimentą, turi juos rinktis ir vežtis pats. O tam reikia išplėsti prekybos mastus” (G. Azguridienė)

Justas Gavėnas, EKT:

“Kaip Jūs ketinate išmatuoti pradinę sėkmę, t. y. įvertinti, ar Jūsų idėja kurti sveikų produktų prekybos tinklą pasiteisino, ar ne?”

Guoda Azguridienė: *“Pradžioje net nebuvo tikslo sukurti prekybos tinklą. Buvo tik tikslas atvežti sveikų produktų į Lietuvą. Sėkmė mes laikėme ir tebelaikome tai, kad žmonėms mūsų prekės patinka - juos džiugina, leidžia išvengti kai kurių sveikatos problemų.*

Mintis apie tinklą atsirado tik suvokus masto būtinumą: jeį nori turėti gerus produktus ir gerą asortimentą, turi juos rinktis ir vežtis pats. O tam reikia išplėsti prekybos mastus. Be to vienas mūsų partnerių atėjo iš nekilnojamo turto rinkos, tai jis niekaip neįsivaizdavo verslo be aktyvios tinklo plėtos”.

Išsilavinimas:

- Socialinių mokslų ekonomikos krypties daktaro disertacija (2005)
- VGTU (1992 - 1994). Civilinė inžinerija. Magistras
- VU (1987 - 1992). Matematikos fakultetas. Taikomoji matematika

Profesinė karjera:

- TSPMI docentė (nuo 2010)
- UAB "Sveiki produktai" valdybos narė (nuo 2007)
- Atviros Lietuvos fondo valdybos narė (2005 - 2006)
- Lietuvos laisvosios rinkos instituto (LLRI) viceprezidentė (2001 – 2007)
- Lietuvos laisvosios rinkos instituto (LLRI) ekspertė (1997 – 2000)
- Bendros Lietuvos – Danijos įmonės UAB "Litdania" direktoriaus pavaduotoja (1995 - 1996)
- IĮ "Paslaugų centras" programuotoja (1993 - 1994)

Kūrybinė veikla:

- Arti dviejų šimtų straipsnių ir pranešimų ekonominėmis, socialinėmis, sveikos gyvensenos temomis autorė
- 2010 m. išleido ekonominių - filosofinių esė rinkinį „Auksinės žuvelės ilgesys“ (Aidai, 2010)
- Nuo 1999 m. religijos, kultūros ir visuomenės gyvenimo mėnraščio „Naujasis židinys“ nuolatinė autorė

**Guoda Azguridienė**

Justas Gavėnas,
EKT: "Koks buvo
 Jūsų planas B
 nesėkmės atveju?"

Guoda Azguridienė: "Išparduoti sandėlj, susimokėti kam skolingi (mūsų skaičiavimais to turėjo užtekti visada) ir pradėti mąstyti, ką veikti gyvenime iš naujo. Beje, ši grėsmė krizės metais buvo tikrai reali. Teko priimti sunkių sprendimų: kardinaliai sumažinti darbuotojų ir savo atlyginimus, atsisakyti suplanuotos plėtros ir naujų produktų, uždaryti ir keisti prekybos taškus ir pan."

"Teko priimti sunkių sprendimų: kardinaliai sumažinti darbuotojų ir savo atlyginimus, atsisakyti suplanuotos plėtros ir naujų produktų, uždaryti ir keisti prekybos taškus ir pan." (G. Azguridienė)

Justas Gavėnas,
EKT: " Rinkoje iki šiol tebediskutuojama ir vieningo sutarimo nėra: ar sveikas gyvenimo būdas, polinkis į ekologiją, natūralumą tai jau tendencija ar tik užsitęsusi mada. Kūrimosi stadijoje Jūsų tikslinė rinka turėjo būti nykstamai maža arba sunkiai išmatuojama. Kaip pavyko susidoroti su šiuo veiksmu?"

Guoda Azguridienė: "Manau, kad nėra nei kalbos apie nykstamai mažą rinką. Priešingai, ji yra auganti ir dėl objektyvių (ligų ir alergijų) ir dėl subjektyvių (didesnio žmonių domėjimosi šia tema, informacijos gausėjimo) priežasčių. Beje, vaikai mokyklose sveikos gyvensenos klausimais yra gerokai labiau išprusę nei mes buvome savo metais. Užsienyje gyvenę žmonės taip pat net nekvestionuoja tokių produktų poreikio. Be to, visai nebūtinai turi būti sveikuolis, kad pas mus pirktum. Mes savo parduotuvių lentynose nelaikome produktų tik dėl to, kad jie ekologiški ar biodinaminiai. Jie visų pirma turi būti skanūs (jei tai maistas) ir veiksmingi (jei tai švaros, higienos ar kosmetikos prekės). Mes renkamės geriausius produktus ir aukščiausius standartus.

Apie tai, kad didės poreikis švariems ir kokybiškiems produktams, aš mažiau dar dirbdama Lietuvos laisvosios rinkos instituto ekonominės politikos analitike (kodėl, išėitų atskiras interviu, o trumpai – buvo poreikis kokybiškiems produktams, o pasiūlos - ne, taip ilgai trukti neturėjo). Vis stebėjaisi, kaip niekas to nepastebi. Intelektualiai, kaip ir nebuvo kitos išėities, kaip pačiai tuo užsiimti".

Justas Gavėnas, EKT:

„Šiuo metu UAB „Sveiki produktai“ turi 11 parduotuvių, organizuojamas produktų pristatymas internetu... Galima Jus vadinti tikru prekybos tinklu. Pagal kokius kriterijus Jūs renkatės prekybos taškų vietas?“

Guoda Azguridienė: *“10 parduotuvių yra mūsų, viena frančizė. Šiaip frančizių mes nedaliname, ši vienintelė atsirado tik dėl to, kad gerai pažinojome vadovą. Visas patalpas mes nuomojame, savo nekilnojamojo turto neturime.*

Prekybos vietas renkamės visų pirma pagal žmonių srautus. Atsižvelgiame į tai, ar tai „mūsų“ klientas, ar nelabai. „Mūsų“ tai klientas ar ne mūsų atskiriame labiau intuityviai.

Renkamės vietas šalia žmonių, nes esame realistai – suvokiame, kad net dideli mūsų fanai nevažiuos pas mus ten, kur jiems nepatogu. O to pasirinkimo nėra tiek jau daug – gerų prekybos vietų nori visi, o jų būna retai”.

“Renkamės vietas šalia žmonių, nes esame realistai – suvokiame, kad net dideli mūsų fanai nevažiuos pas mus ten, kur jiems nepatogu. O to pasirinkimo nėra tiek jau daug – gerų prekybos vietų nori visi, o jų būna retai“ (G. Azguridienė)

Justas Gavėnas, EKT:

“Kokius pagrindinius sunkumus teko patirti įmonei pastarųjų penkerių metų bėgyje ir kaip su jais pavyko susidoroti?“

Guoda Azguridienė: *“Manau, kad patyrėme visus standartinius sunkumus. Visų pirma savininkų – turėjom pakeisti partnerius, įstatus ir pan. Antra, startinio kapitalo, to apyvartinių lėšų, gerų darbuotojų trūkumo, ekonominio nuosmukio ir paklausos kritimo. Tiesa, kritimo mes nejautėme, nes buvome tik pradėję veikti, tad problema greičiau buvo nepakankamas augimas. Taip pat reguliuojančių institucijų formalizmo bei absurdo. Labai menko pasirinkimo tarp kitų reikalingų paslaugų bei prekių tiekėjų Lietuvos rinkoje, išskyrus vežėjus – šių paslaugų pasirinkimas tikrai geras. Visgi maža ir jauna rinka turi daug silpnybių”.*

APIE UAB "SVEIKI PRODUKTAI"

- UAB "Sveiki produktai" yra didžiausias ekologiškais gaminiais prekiaujančių parduotuvių tinklas Lietuvoje
- Įmonė įsteigta 2007 m. Veiklą pradėjo nuo vienos parduotuvės, per ketverius metus išaugo iki 11
- Įmonė be mažmeninės prekybos vykdo ir didmeninę prekybą
- Šiuo metu įmonėje dirba 49 darbuotojai. Apyvarta 2011 metais buvo per 6 mln. Lt
- UAB "Sveiki produktai" savo vartotojams siūlo apie 1.000 pavadinimų įvairių ekologiškų ir natūralių produktų – maisto, kosmetikos, higienos bei švaros prekių. Asortimentas kruopščiai atrenkamas iš patikimų tiekėjų, atsižvelgiant į produkto kokybę, efektyvumą, įmonės vertybines nuostatas
- UAB "Sveiki produktai" išimtinėmis teisėmis atstovauja 32 Europos ir Amerikos gamintojus. Prekės taip pat tiekiamos ir iš lietuviškų gamintojų
- Įmonė vykdo ir šviečiamąją veiklą – klientams organizuojami seminarai ir paskaitos apie sveiką mitybą, saikingą vartojimą, sveiką gyvenimo būdą
- Įmonės moto – gyvenimo kokybė kasdien

Guoda Azguridienė: *“<...> Su sunkumais susidoroti niekam iki galo nepavyksta. Dorojamės. Jau atrodo subalansuojame finansus, tada iškyla darbuotojų trūkumo problema, priimame naujų, vėl reikia žiūrėti, kad finansai sueitų. Tik nusistovi personalas, tai kas nors išvažiuoja į užsienį ar šiaip pakeičia gyvenimo būdą, vėl ieškoti iš naujo. Tik nusiperkame naujus stelažus, po kurio laiko prekės vėl nebetelpa – reikia samdyti sandėlio paslaugas, keisti biurą į didesnį ir t.t. Tai verslo kasdienybė, ypač augančio”.*

“Su sunkumais susidoroti niekam iki galo nepavyksta. Dorojamės. <...> Tai verslo kasdienybė, ypač augančio” (G. Azguridienė)

Justas Gavėnas, EKT:
“Kas yra UAB „Sveiki produktai“ šiandien?”

Guoda Azguridienė: *“Žvelgiant iš šalies, šiandien “Sveiki produktai” yra didžiausias ekologiškų, biodinaminių ir natūralių prekių tinklas Lietuvoje. Mūsų apyvarta (be PVM) pernai siekė 6 mln., užpernai 3,7 mln., o 2008 m. - tik 0,6 mln. Lt. Asortimente – virš 1.000 prekių. Išskirtinėmis teisėmis atstovaujame 32 tiekėjus iš Europos ir JAV, daugiausia iš Vokietijos, Italijos ir Didžiosios Britanijos. Lietuviškų prekių taip pat turime, bet ne tiek daug.*

„Sveiki produktai“ šiandien taip pat jau yra žinomas ir atpažįstamas prekinis ženklas, žymintis kokybę.

Mums patiems UAB “Sveiki produktai” šiandien visų pirma yra žmonės. Žmonės, kurie mėgsta savo darbą, kurie jam neabejingi. Pas mus kitokie neužsilaiko... Juk jei ieškai lengvesnio darbo jo rinkoje pilna – sveikų produktų asortimentas yra ne pats lengviausias, o šios rinkos vartotojai reiklūs - reikia įgyti daug papildomų žinių. Šiandien “Sveikuose produktuose” dirba arti 50 žmonių”.

Justas Gavėnas, EKT: *“Kaip apibūdintumėte dabartinį Jūsų parduotuvių pirkėją?”*

Guoda Azguridienė: *“Nors mūsų pirkėjai įvairūs, iš esmės jie yra 3 kategorijų. Vieni perka pas mus, nes jiems dėl sveikatos reikalingas specialus maistas (pvz., be glitimo, be laktozės), o jo pasirinkimas rinkoje mažas, natūrali kosmetika ir higienos priemonės. Antri renkasi mūsų produktus dėl ekologiškumo – vengdami pesticidų, potencialiai kenksmingų maisto priedų, GMO, norėdami palaikyti gamtai draugiškesnį ūkininkavimą. Treti yra gero maisto ir šiaip gerų produktų mėgėjai. Mūsų klientai yra paties įvairiausio amžiaus. Nors daugiausia apsipirkti ateina jaunos ir vidutinio amžiaus moterys. Vyrai dažnai ateina su sąrašukais (iš mūsų internetinio puslapio). Mūsų vieni reikliausių klientų yra šeimos su mažais vaikais. Pas mus žmonės taip pat ateina nebanalių dovanų, produktų “kulinariniams vakarėliams” ir pan.”.*

“Prekinis ženklus atrenkame visų pirma pagal kokybę – išsinagrinėjame gamintojo vertybines nuostatas ir produktų sudėtį. Tada, kaip minėjau, tikriname skonį (jei maistas) ir veiksmingumą” (G. Azguridienė)

Justas Gavėnas, EKT: *“Kaip Jūs valdote prekių asortimentą parduotuvėje?”*

Guoda Azguridienė: *“Prekinis ženklus atrenkame visų pirma pagal kokybę – išsinagrinėjame gamintojo vertybines nuostatas ir produktų sudėtį. Tada, kaip minėjau, tikriname skonį (jei maistas) ir veiksmingumą. Taip taip, bandome, ragaujame, lyginame. Maisto produktų asortimentą visose parduotuvėse turime tą patį, yra tik kelios kosmetikos prekių pozicijos, kurių turime ne visose parduotuvėse. Savo asortimentą nuolat tobuliname ir pildome, atsižvelgdami į kainą bei kokybę ir klientų pageidavimus”.*

Justas Gavėnas, EKT:

“Kokios, visgi, yra UAB „Sveiki produktai“ sėkmės priežastys?”

Guoda Azguridienė: *“Mano galva, pagrindinės jos yra 4.*

Pirma, pats produktas. Tikri ekologiškų produktų gamintojai ir augintojai yra ypatingi žmonės. Tą pozityvią energiją ir stiprybę jie perduoda savo partneriams, jei tik jie nori ją perimti. Mes norėjome ir tebenorime. Ir ne tik perimti, bet ir perduoti klientams. Kol šį judėjimą palaikome, tol esu tikra, kad mums seksis.

Antra – komanda. Tiek akcininkai, tiek darbuotojai yra žmonės, kurie ne tik gali dirbti intelekto reikalaujantį darbą, bet ir suvokti subtilesnius dalykus, kuriuos minėjau.

Trečia – ištikimybė principams ir kantrybė. Ekonominės krizės pradžioje visi tik ir tekalbėjo apie pigesnių produktų perspektyvas ir sunkmetį kokybės prekėms. Mes taip nemanėme ir savo asortimentui keliamų kriterijų nepakeitėme.

Ketvirta - vieta ir laikas. Gal būt pataikėme su teisingu produktu tinkamu laiku ir tinkamoje vietoje”.

*“Patarčiau vengti manyti, kad verslas greitai duos apčiuopiamos finansinės grąžos. Priešingai, reikia būti nusiteikus investuoti ir kantriai dirbti”
(G. Azguridienė)*

Justas Gavėnas, EKT:

“Ko palinkėtumėte ir kokių klaidų patartumėte vengti verslininkams, užsiimantiems ar norintiems užsiimti specializuota mažmenine prekyba?”

Guoda Azguridienė: *“Palinkėčiau rasti tokį produktą, kuriuo prekiauti Jums patiems atrodytų prasminga. Ir kurį patys gerai išmanytumėte. Palinkėčiau partnerių, su kuriais mąstytumėte panašiai. Patarčiau vengti manyti, kad verslas greitai duos apčiuopiamos finansinės grąžos. Priešingai, reikia būti nusiteikus investuoti ir kantriai dirbti. Taip pat svarbu suprasti, kad klientų būna labai įvairių. Vienu metu visiems įtikti praktiškai neįmanoma - reikia valingai apsispręsti dėl savo verslo turinio ir stiliaus”*



Strategija. Efektyvumas. Vertė

UAB "Ekonominės konsultacijos ir tyrimai"

J. Jasinskio g. 16, Vilnius, LT - 01112

Tel.: (+370 5) 25 26 225

Faks.: (+370 5) 25 26 226

El. paštas: ekt@ekt.lt

www.ekt.lt