

Parketu padara par gadsimtu vecāku

Jaunās, inovatīvās tehnoloģijas parketā ļāvušas SIA Vidrižu atvari palielināt pārdošanas apjomu, atgūt daļu no krīzē zaudētā

Ar augstas pievienotās vērtības produkta – parketa – ražošanu SIA Vidrižu atvari nodarbojas kopš 1998. gada. Neraugoties uz jaunām vēsmām tirgū (lamināts un tā dēvētais garais parkets), klasiskais parkets no šajiem dēļiem joprojām ir pieprasīts ne tikai Latvijas, bet arī Eiropas tirgū.

Redzot interesi par senatnīgu koksnes izstrādājumu izmantošanu interjerā, SIA Vidrižu atvari ir uzstādījis koksnes izstrādājumu veicināšanas iekārtu, kas ļauj ražot koksnes izstrādājumus, kuri izskatās kā teju simts gadu veci ķirmitu sagrauzti vai arī – kā jūras izskaloti. Šim solim ir bijusi atdeve, atzīst SIA Vidrižu atvari īpašniece Vija Meļķe.

Padara vecāku

«Stila un modes preces ir pieprasītas pat krīzes laikā, un, sekojot tendencēm, ar ES struktūrfondu atbalstu iegādājāmies ražošanas iekārtu, kura jaunas koksnes izskatu pārvērš vecā, nezaudējot jaunās koksnes īpašības,» stāsta V. Meļķe. Šādu iekārtu noskatījuši vienā no ārvalstu izstādēm. No kopumā vairāk nekā 35 iespējamajiem vecinātas koksnes profiliem uzņēmums izvēlējies divus, kas ir interesanti ne tikai grīdu (īpaši parketa), bet arī interjera (apšuvuma dēļu, brusu) mēbeļu ražošanā, skaidro V. Meļķe.

Tādējādi uzņēmums ieguvis inovatīvu tehnoloģiju un produktus, kas pavēris jaunas iespējas ne tikai Baltijas un ziemeļvalstu tirgū, bet arī citviet, jo īpaši – Dienvidēiropā. «Gan tieši, gan netieši pakāpeniski apgūstam jaunus tirgus, jo vecinātas koksnes izstrādājumi ir realizēti gan Itālijā, gan Francijā, gan arī Zviedrijā,» stāsta V. Meļķe. Vecināti tiekot ne tikai paša uzņēmuma ražojumi, bet arī sniegtas pakalpojums interjera un mēbeļu ražotājiem. Pēc Vidrižu atvaru īpašnieces sacīta, līdzīgas koksnes izstrādājumu vecināšanas iekārtas Baltijā neesot. Tieši, pateicoties šim iekārtām, uzņēmums savus kopējos pārdošanas apjomus palielinājis aptuveni par 20%.

Izmanto parketa trumpi

Vidrižu atvaru pamats ir parkets. Ozolkoka parkets jau senos laikos uzskatīts par varas un pārticības simbolu. «Klasiskais parkets bija, ir un arī būs pieprasīts, lai arī šobrīd par



«Inovātīvās tehnoloģijas, kuras ļauj jaunu koku pēc izskata pārvērst par vecu, ķirmitu sagrauztu vai jūras izskalotu komplektā ar augstas kvalitātes ozola parketu, ir uzņēmuma konkurētspējas pamats tirgū,» atklāj SIA Vidrižu atvari īpašniece Vija Meļķe. FOTO – RITVARS SKUJA, DIENAS BIZNESS

konkurentu tam atzīst t.s. garo parketu, kuram ir gan savas priekšrocības (ātri uzklājams), gan arī savi trūkumi – nevar izveidot tādus rakstus un mozaiku kā klasiskajam parketam. Turklāt klasiskajam parketam, to pareizi ieklājot, nebūs ne spraudziņas, kamēr garā parketa dēļos ir spriegums un tas «grozīsies,» stāsta V. Meļķe. Viņa norāda uz vēl kādu klasiskā parketa priekšrocību – tā kalpošanas termiņu – vismaz 100 gadu. «Tie ir stūrakmeņi, uz kuriem balstās klasiskā parketa tirgus. Savu konkurētspēju stiprinām ar informāciju par to, cik un kādus parketa rakstus iespējams izveidot, kā arī piedāvājam parketa ieklāšanas servisu,» skaidro V. Meļķe.

Uzņēmuma produkcija izmantota daudzviet, tostarp arī Rīgas Latviešu biedrības mājā un Benjamiņu namā. «Ozola un oša zāģbaļķus iepērkam Latvijā no vietējiem mežu apsaimniekotājiem, tos sazāģējam sagatavēs, kuras tiek izmantotas parketa ražošanai,» tehnoloģisko procesu rāda V. Meļķe. Viņa

gan atzīst, ka, pateicoties labai sadarbībai ar zāģbaļķu piegādātājiem un laicīgai apmaksai, sabiedrība nekad nav izjutusi baļķu trūkumu.

Vairāk pērk igauņi

«Pirms krīzes apmēram 60% pārdošanas bija Latvijā, toties tagad tikpat daudz ir eksporta,» tā V. Meļķe. Patlaban uzņēmuma produkcijas lielākie noieta tirgi ir Igaunija, Zviedrija, Norvēģija, arī Vācija, Anglija, Itālija, Francija. «Igaunijā parketa rūpnīca tika slēgta vēl pagājušajā gadsimtā, jo trūka ražošanai nepieciešamo ozola baļķu, šobrīd ir daudz klientu no Igaunijas, kuri pērk nelielus apjomus un tos paši ieklāj – iespējams, Igaunijā, taču nevar izslēgt, ka to dara arī citās valstīs, piemēram, Somijā,» lielākos ārvalstu pircējvalsts klientus raksturo V. Meļķe. Viņa norāda, ka pirms krīzes skandināvi bijuši aktīvāki pircēji, taču pēc krīzes tie vairāk sākuši iegādāties parketu Polijā. «Ir bijuši arī vairāki tā dēvētie vienreizējie pasūtītāji, piemēram, Nīderlandē. Pats

produkts ir labākā reklāma, tāpēc nākas sastapties ar potenciālajiem pircējiem, kuri grib pirkt mūsu produktu, ko viņi redzējuši kādā citā vietā,» stāsta V. Meļķe. Tieši tāpēc uzņēmumam ir liela gatavā parketa noliktava, kas ļauj neliela apjoma pircējam atbraukt un uzreiz iegādāties un vest savu izvēlēto parketu mājās ieklāšanai. «Šāda stratēģija ļāva smagākajā krīzes posmā – 2010. gadā – ne uzbrīdi nepārtraukt tirdzniecību, kaut arī ražošana notika pēc vajadzības katru otro vai trešo mēnesi, taču saglabājot kvalificētos darbiniekus,» atceras V. Meļķe. Savu artavu potenciālo klientu piesaistē ir devusi arī izveidotā produktu mājaslapa, kurā atrodams iespējamo parketu rakstu katalogs.

Ienākumi pieaug

Lai arī Latvijā daudzi makroekonomiskie rādītāji norāda uz krīzi kā pagātni, tomēr V. Meļķe uzskata, ka šī krīze vēl nav beigusies. «Izmaksas atkal pieaug straujāk par ienākumiem, un tas nav nekas iepriecinošs,»

tā V. Meļķe. Pērn uzņēmuma ienākumi pieauguši līdz nepilniem 184 tūkst. latu, kamēr aizpērn bija tikai 115 tūkst. latu, tomēr līdz pirmskrīzes līmenim – 400 tūkst. latu – vēl jāaug. Šobrīd uzņēmumā nodarbināts 21 strādājošais. «Bez kvalificētiem speciālistiem nevar ražot produktus ar milimetra simtdaļas precizitāti, bet kvalitatīvu produktu ražošanas atslēga ir uzņēmuma darbinieki, tāpēc uzņēmumā pat ir istermiņa kredītēšanas trīs līdz sešu mēnešu iespējas,» darbinieku nozīmību un ar to nepieciešamo motivācijas sistēmu rāda V. Meļķe. Lai arī uzņēmumā kopš tā izveides ieguldīti aptuveni 650 tūkst. latu, tomēr uzņēmumam nav kredītu, kas pašreizējos apstākļos ir priekšrocība. «Piesardzība, neatkarība,» tā uz jautājumu par iztikšanu bez kredītiem atbild V. Meļķe. Viņa uzsver, ka uzņēmuma konkurētspējas pamats ir augstas kvalitātes nišas produkts un inovatīvi risinājumi, kas rada jaunus produktus tirgū.

Māris Ķirsons

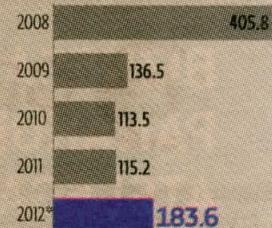
Ideju mežs

LATVIJAS VALSTS MEŽI

Inovācijas meža nozarē aktualizē: **dienas bizness** **VISSnotiek** **HANSA media**

SIA VIDRIŽU ATVARI

Neto apgrozījums, tūkst. Ls



* neaudītie dati Avots: SIA Vidrižu atvari

Viedoklis

Nišas produktu uzvaras gājiens

Andrejs Domkins, Meža un koksnes produktu pētniecības un attīstības institūta direktors:

Grīdas ir pirmais koksnes produkts, kas spēja atkarot tirgu no sintētiskajiem materiāliem. Tādēļ parkets ir ļoti perspektīvs produkts un īstā vieta, kur meklēt nišu mazaizņēmumiem. Tas ir tāpat kā ar apģērbiem – jāmeklē kaut kas tāds, ko nespēj piedāvāt masveida produktu ražotāji.