

# 16 Sekojot idejai

## MĒS TICAM UZŅĒMUMU ATTĪSTĪBAI

Valsts atbalsta programmu aizdevumi uzņēmumu izaugsmei



GAIRĒNĪBAS FAKTORĀRĒTĪTĀJAS UN IZVEIKOŠANAS PROGRAMMAS ATŪVAJOS



Hipotēku banka

# Paklāju krējums Krievijas sirdī

## Latvijas uzņēmēji paplašina darbību ne vien vietējā tirgū, bet iestrādājas arī Maskavā

Interjera salona *Krassky* īpašnieki Maskavas centrā atvēruši salonu divos stāvos. Tā kā Latvijā uzņēmums sāka biznesu ar flīzēm, loģiska šķita doma arī Maskavā iesakņoties ar tām. «Kad sākotnēji aizbraucām uz Maskavu, izrādījās, ka flīžu un santehnikas tirgus ir ļoti piesātināts – mēs ne ar ko īpašu nevaram pārsteigt.

Izanalizējot tirgus struktūru, secinājām, ka tur neeksistē dizaina paklāji – neviens no godalgotajiem paklāju dizaineriem, ko mēs 2009. gada jūnijā atvedām uz Latviju, tur nav pārstāvēts. Tā rezultātā atvērām salonu *Kovēr Büro* Maskavā, kur pārstāvēts krējuma krējums – visvairāk godalgotie pasaules dizaina paklāji,» saka Aigars Zelmenis, SIA *Krassky* līdzīpašnieks.

Juridiski pērnajā vasarā atvērtais salons ir atsevišķs Krievijā reģistrēts uzņēmums, taču visas kompetences vēl arvien saglabājas Latvijā – mārketingš, iepirkumi, izvēle, uzņēmuma vadība. Te uzņēmumam ir divi vadītāji un katrs no viņiem vismaz reizi mēnesī aptuveni nedēļu ir Maskavā, kur uz vietas ir tikai pārdošanas komanda – četri darbinieki. Aigars skaidri norāda uz iemesliem – Maskavā ir kvalitatīvu cilvēkresursu trūkums. Lai arī Rīgā par to uzņēmēji laiku pa laikam sūdzas, Maskavā šī problēma ir pastāvīga un to nav iespējams atrisināt ātri.

### Apgāz stereotipus

Uzņēmējs uzskata, ka pirmais gads Krievijas galvaspilsētā bijis veiksmīgs. «Esam sapratuši, ka mums ir milzīga vieta izaugsmei. Mūsu aizspriedumi par maskaviešu gaumi un dzīvesstilu nav piepildījušies,» atzīst Aigars. Agrāk licies, ka krievi dzīvo zelta pilis ar purpura pārklājumiem, tāpēc, atlasot sortimentu, viņi izvēlējās klasiskākas, dižciltīgas krāsu gammās, taču stereotipi izklicējās diezgan ātri – Maskavas krieviem patīk viss, kas mūsdienīgs un skaists.

Tagad viņš apliecinā, ka Maskava ir viena no lielākajām pasaules metropolēm ar absolūti kosmopolītisku gaumi – tik dažādi pasūtījumi, klienti, gaumes, krāsas. «Patiesībā tur cilvēki ir daudz vairāk atvērti pret visu jauno nekā šeit, Latvijā,» pārsteigts ir Aigars. Tāpat viņu priecē profesionālās preses atzinība par salona dizainu, ko veidoja dizainere Lelde Ozoliņa.



► Spilgts interjera salona *Krassky* princips ir izvēlēties spēcīgākos nišas spēlētājus un piedāvāt tos saviem klientiem, stāsta salona līdzīpašnieks Aigars Zelmenis. FOTO – EDMUNDS BRENCIS, DIENAS MEDIJI

Izdzirdot apzīmējumu «dizaina paklāji», neviens vienrodas ne visai pozitīvas asociācijas ar sienas paklājiem, bet tieši šajā segmentā *Krassky* ir procentuāli vislielākais kāpums. «Šis ir segments, ko Latvijā esam uzraudzējuši no nulles. Dizaina paklājus ļoti labi novērtē gan vietējie, gan arhitekti un dizaineri,» saka Aigars.

### Pērk mājas un iekārto tās

Nosacītais krīzes laiks Latvijā nav bijis viegls, un Aigars teic, ka to varētu salīdzināt ar amerikāņu kalniņiem, taču tajā pašā laikā izdevās sakārtot vairākus procesus uzņēmuma iekšienē, piemēram, ieviest pārdošanas atbalsta programmu. Vēl arvien tirgus lielākoties balstās uz privātajiem klientiem, bet

tajā pašā laikā notiek attīstība arī komercsektorā. Aigars uzskata, ka Eiropā krīze nav beigusies. Ekonomisti izsaka dažādas prognozes, arī par krīzes otro vilni un, viņaprāt, pat, ja otrs vilnis būs, Latvijai to būs relatīvi vieglāk pārdzīvot nekā, piemēram, Itālijai, kas pirmo tik ļoti neizjuta.

«Šis gads bijis daudz veiksmīgāks par iepriekšējo,» saka Aigars. Tas gan nav tāpēc, ka būtu uzlabojusies ekonomiskā situācija – cilvēki ir sapratuši, ka sliktāk nebūs un šis varētu būt drošs moments, kad veikt uzlabojumus. Novērojumi liecina, ka, pateicoties pastāvīgās uzturēšanās atļaujām, ir ļoti daudz klientu no bijušās Padomju savienības valstīm, kas nopirkuši nekustamo īpašumu Rīgā, Jūrmalā

un citur Latvijā un grib to attiecīgi iekārtot.

### Ietur stilu

Veiksmes pamatā ir arī šogad atklātais audumu salons, kur pieejami interjera audumi aizkariem, mēbelēm, spilveniem, gultas pārvalkiem, tapetēm utt. «Kad gatavojām tapetšu nodaļu, tikāmies ar vairākiem tapetšu ražotājiem Lielbritānijā un Francijā. Katru reizi viņi mums prasīja – kā tad ar audumiem? Nebeidzamie jautājumi no ražotāju puses piespieda par to domāt un atklājās līdzīga situācija kā ar flīzēm un santehniku – spēcīgākie nišas spēlētāji Latvijā nav pārstāvēti. Kad zvanījām ražotājiem un teicām, ka vēlamies izskatīt viņu audumu sortimentu, visi kā viens teica – zinājām, ka tā notiks,» ar

smaidu atminas Aigars. Viņam sākotnēji audumi bija visai nesaprotams darba lauks, taču tagad par katru viņš var pastāstīt kā no grāmatas. Viņš pats ir meklējis audumu, ar ko pārvilkt divānu, un ir sapratis, ko nozīmē izvēlēties mazāko no ļaunumiem, nevis to, kas patīk un iedvesmo. Tas ir bijis viens no iemesliem, kāpēc *Krassky* darbojas šajā virzienā.

Salīdzinot, cik daudz laika vajadzēja, lai «palaistu» paklāju, flīžu un santehnikas un audumu nodaļu, Aigars aprēķinājis, ka audumu salons prasījis vismazāk laika. Vaicāts par nākotnes plāniem, viņš ietur stilu – tāpat kā iepriekš, par to uzņēmējs runā nelabprāt, bet sola, ka jaunumi būs drīz.

Anda Asere

### Biznesa fakti

#### SIA Krassky

Dienas Bizness par Krassky rakstīja 01.04.2010.



#### Ar viduvējību nav mierā



- Nozare: dizaina apdares materiālu mazumtirdzniecība
- Dibināšanas gads: 2005.
- Īpašnieki: Aigars Zelmenis, Edgars Zaduško
- Darbinieki: 12
- Atrašanās vieta: Rīga

AVOTS: SIA KRASSKY

db.lv



Ar šo kodu jums ir iespējams apskatīt tendences mājas tekstila un flīžu modē – fotogalerija db.lv

### Viedoklis Ekspertē konceptu

► Inese Andersone, eksporta konsultāciju un tirgus izpētes uzņēmuma GatewayBaltic direktore:

«Krassky gadījums ir interesants, jo viņi eksportē konceptu, nevis tikai dizaina paklājus. Tāpēc biznesa modelis prasa gan salonu, gan pašiem tur ikdienā būt klāt, lai nodotu savu pārdošanas kultūru un zināšanas. Citi uzņēmumi varētu mācīties – pārdot ne vien produktu vai pakalpojumu, bet servisu. Krievijā ir lieli kontrasti gan no patērētāju, gan sadarbības partneru puses. Birokrātiskie šķēršļi nav salīdzināmi ar ES, un lielākais šķērslis ir robeža un muiža, kas attur lielu daļu uzņēmumu, kuri vēlētos sadarboties ar Krieviju.