

14 Eksportspēja

Lielzeltiņi izvērsās Zviedrijā

► Arī zviedru klienti meklē zelta vidusceļu un nestrādā tikai ar vienu partneri. Mēs aizņemam savu segmentu, kurš nav pats lētākais, bet nav arī pats dārgākais, atklāj Lielzeltiņu valdes priekšsēdētājs Igors Zolotarjovs



Putnu gaļas ražotājs SIA Lielzeltiņi rod jaunus partnerus eksportā uz Zviedriju

Pašlaik uzņēmuma eksporta apjomi ir aptuveni 10-15% no kopējā saražotā produkcijas apjoma. Lai arī uzņēmums vēlētos audzēt eksporta apjomus, pagaidām tas nav iespējams ierobežoto jaudu dēļ.

Sadarbība ar pirmo Zviedrijas klientu produkcijas eksporta jomā tika sākta pirms pieciem gadiem. Tagad uzņēmumam jau ir vairāki klienti, kas pamatā ir pārtikas ražošanas uzņēmumi, kā arī vairumtirgotāji. Konkrētus sadarbības partnerus uzņēmums nevēlējās atklāt, aizbildinoties, ka tā ir komercinformācija.

Galvenais Lielzeltiņu eksporta produkts ir saldēta vistas fileja, ko sadarbības partneri

izmanto kā izejvielu. Zviedrijā rasts arī sadarbības partneris, kam tiek piegādāta cepta vistas fileja, kas Latvijā, visticamāk, krīzes un cenas dēļ tā sauktajā HoReCa segmentā nav īpaši pieprasīta.

Skrupulozi izvērtē

«Koncentrējamies galvenokārt uz vietējo tirgu, pārējo eksportējam,» stāsta uzņēmuma valdes priekšsēdētājs Igors Zolotarjovs. Skaidrojot sadarbības nianšes ar skandināviem, viņš kā piemēru klāsta, ka sarunas par potenciālo eksportu ar Zviedrijas klientu sāktas pirms pusotra gada un tikai tagad vainagojušās ar rezultātu. Klients bija ieinteresēts sadarbībā, bet bijis ļoti piesardzīgs. «Viņi cīnās ne tikai par cenu, bet arī par produkta kvalitāti. No zviedru firmām pie mums brauca komisija, kas vērtēja mūsu darbu gan paškontroles, gan kvalitātes jautājumos un deva savus komentārus, un ti-

kai pēc kāda laika vēstīja, ka varētu sākt sadarbību. Zviedru uzņēmumi ļoti nopietni izturas pret jauniem klientiem, un tad, kad sadarbība ir sākta, tā kļūst stabila un ilglaicīga,» tā I. Zolotarjovs. Pateicības vārdus uzņēmuma vadība velta Gateway Baltic speciālistiem, norādot, ka tas ir tilts starp ražotāju un klientu, ne vien palīdzot atrast jaunus sadarbības partnerus, bet arī atbalstot ikdienas darbā. «Viņi mērķis ir meklēt potenciālos sadarbības partnerus, rīkot tikšanās, izstrādāt stratēģijas, turklāt viņi pārzina dažādas nianšes, kas skar Zviedrijas tirgu,» saka I. Zolotarjovs.

Zelta vidusceļš

Lai arī Lielzeltiņu jaudas ir ierobežotas, uzņēmuma vadītājs uzskata, ka atrasts savā ziņā zelta vidusceļš – proti, to apjomu, ko vēlas klienti, uzņēmums nodrošina, bet gadījumā, kad pasūtījumi pieaug,

uzņēmums pārdala piegādes. Jautāts, vai uzņēmums spēj konkurēt ar cenu citu ārvalstu kompāniju vidū, valdes priekšsēdētājs uzsver, ka cena un kvalitāte interesē visus. Zviedru klienti, protams, arī vēlas vairāk vai mazāk lētāku produktu, tomēr pret Baltijas tirgu viņi iztuoties lojālāk nekā pret salīdzinoši lētākas preces piegādātājiem no Āzijas valstīm. «Arī viņi meklē zelta vidusceļu un nestrādā tikai ar vienu klientu, tādējādi viņi var izvēlēties vienā gadījumā zemāku cenu, citā – kvalitatīvāku preci. Mēs aizņemam savu segmentu, kurš nav pats lētākais, bet nav arī pats dārgākais. Jāatzīst, ka visdārgākā Zviedrijā ir vietējo ražotāju prece,» biznesa nianšes skaidro I. Zolotarjovs.

Skata jaunu tirgu

Turpmākās ieceres eksportā uzņēmums saista ar jaunu klientu un noieta tirgu rašanu pārstrādes produktiem ar pievienoto vērtību – tās ir kotletes, cepta fileja, t.s. nagešes, ko Latvijā sevišķi nepieprasa, savukārt Igaunijā patērē vairāk. Uzņēmuma vadība domā, ka tas saistīts ar pircēju mentalitāti un vēlmi pašiem mājās pagatavot maltīti. Arī HoReCa sektorā Latvijā pieprasījums pēc šiem produktiem būtiski sarucis. «Viss ir savstarpēji saistīts. Pircējs arvien vairāk skatās uz pro-

dukta cenu, un mums ir jāpieļūgojas viņa vēlmēm,» skaidro uzņēmuma vadītājs.

Krīze netraucē ieguldīt

Runājot par krīzes ietekmi uz procesiem, Lielzeltiņu vadītājs norāda, ka eksporta apjomus tā būtiski nav ietekmējusi, savukārt ieviesusi korekcijas pašmāju tirgū, proti, produkcijas realizācijas apjomus izdodas noturēt, pateicoties tirdzniecības veicināšanas pasākumiem. Tiesa, produkcijas cena ir samazinājusies. Kompānija veikusi restrukturizācijas pasākumus administrācijas līmenī, kā arī regulāri pārskata dažādu izmaksu pozīcijas, kas ļauj kompensēt cenu samazinājumu, ko raisījusi krīze ne vien Latvijā, bet visā pasaulē.

Lai nodrošinātu uzņēmuma stabilu darbību nākotnē, arī krīzē jāveic investīcijas uzņēmuma modernizācijā, jaunos produktos, tādējādi uzlabojot produkcijas kvalitāti un konkurētspēju tirgū, pārliecināts I. Zolotarjovs. Kā piemēru viņš min iepriekšējos gados izbūvētās bioloģiskās attīrīšanas iekārtas, jaunu putnu māju celtniecību, kā arī pašreizējo kautuves modernizāciju. Uzņēmuma vadība uzsver, ka projektu realizācija nebūtu iespējama bez Lauku atbalsta dienesta līdzdalības.

Sandra Dieziņa
sandra.diezina@dienasmediji.lv

Biznesa fakti

- **Nosaukums:** SIA Lielzeltiņi
 - **Apgrozījums:** 12,5 milj. Ls (2009. g.)*
 - **Peļņa:** 851,7 tūkst. Ls (2009.)
 - **Īpašnieki:** B. Doļinskis (24,83%), A. Solomka (24,83%), a/s Sortinvest (24,33%) u.c.
 - **Ražošana:** 700 t vistu gaļas produkcijas mēnesī
 - **Eksports:** 10-15% no saražotā
 - **Strādājošo skaits:** 380
- *finanšu gads no 01.01.2009. līdz 30.09.2009.
- AVOTS: LIELZELTIŅI, LURSOFT

Viedoklis

Nozīmīgi – jauni klienti

Tatjana Solomka, AS Putnu fabrika Ķekava valdes locekle:

» Atzinīgi vērtējam uzņēmuma Lielzeltiņi lēmumu uzsākt eksportu uz Zviedriju.

Darbojoties eksporta tirgū, Putnu fabrika Ķekava apzinās, cik nozīmīga ir jaunu klientu piesaiste un veiksmīga sadarbība ārpus mūsu valsts robežām. Arī mūsu prioritāte ir vietējais tirgus un klienti, taču arī eksporta tirgū aktīvi darbojamies. Mums ir zināmi un uzticami klientiem.



Būve & Īpašums

19. jūlijā – Siltināšana
26. jūlijā – Sastatņu un būvtehnikas noma

Reklāma: Vija Spīķe – zvaniet 67063120, e-pasts: vija.spike@dienasmediji.lv

