

Ieklausās

eksporta maratonistu pieredzē



SEB un LETA rīkotā konference
"Vadītāja izaicinājums - eksportspējīgs uzņēmums"

Pirms startēt pašiem ar savām eksporta aktivitātēm vai tās paplašināt, tie mūsu uzņēmēji, kuri patiešām ir ieinteresēti attīstīties, nevis tikai sūkstīties par to, ka viņiem to neļauj darīt, labprāt ieklausās citu uzņēmēju pieredzē. Šim nolūkam lieti noderēja arī nesenā LETA un SEB bankas Eksporta konference ciklā *Vadītāja izaicinājums*. Ar *Kapitāla* starpniecību piedāvājam spilgtākajās Baložu kultūras namā izskanējušajās domās ielūkoties arī mūsu lasītājiem.

BIG Event rīkotajā konferencē septembra sākumā Baložu pilsētā

uzstājās gan par eksporta veicināšanu atbildīgo valsts institūciju pārstāvji, gan daudzi zināmi uzņēmēji, kuri labprāt dalījās ne vien ar saviem eksporta veiksmju, bet arī ar kļūdu un pat neveiksmju stāstiem, ko piedzīvojuši daudzu gadu garumā, strādājot ārējos tirgos. Klātesošo uzņēmēju aktivitāte paneldiskusijās liecināja, ka šie stāsti uzrunā vislabāk un tajos ieklausās kā nenovērtējamā pieredzē.

Ar konferences prezentācijām ir iespējams iepazīties organizatoru mājas lapā tīmeklī: <http://www.bigmedia.lv/bigevent/archive/>.

Andris Lubiņš,
granulu apkures katlu ražotāja
SIA *Grandeg* valdes loceklis

„Ja eksportā skatāmies uz tuvākajiem kaimiņiem lietuviešiem,

tad tur tik tiešām kvalitāte nav tik nozīmīga. Piekrītu kolēģiem, kuri atzīst, ka pircēji Lietuvā [oti uztraucas par cenu un lētākas cenas dēļ] piever acis, izvērtējot produkta kvalitāti.

Tiem, kuri iet uz jauniem tirgiem, silti iesaku: nebaidieties jautāt! Tiksit sodīti, ja nejaudāsiet par to, ko neizprotat vai nezināt. NVS valstīs Latvijas produkcijai ir apmēram tādi pati slava kā Vācijas ražojumiem. Kvalitāte! Tāpēc mūs tur gaida.

Sākumā, kad Krievijā [oti bieži] pakļāvāmies dīleru spiedienam, zaudējām daudz naudas, bet tagad – deviņtajā gadā – jau sākam diktēt paši savus noteikumus. Mūsu reputācija iet mums pa priekšu.”

Jānis Ošlejs,
ekonomists, betona grīdu ražotāja
SIA *Primeks* valdes priekšsēdētājs

„Jāpiekrīt, ka viens no lielākajiem vadītāju izaicinājumiem eksportspējīga uzņēmuma rašanās ir personiska līdzdalība potenciālo tirgu izpētē. Tāpēc sākām ar ģeogrāfiski tuvākajiem eksporta tirgiem, uz kuriem ir vieglāk aizbraukt. *Pirkstu sajūtu* var iegūt, tikai pats turp braucot. Ir pašam jāaizlido uz jauno tirgu, lai iegūtu izjūtu par to, kas un kā tur notiek, mēģinot saprast, kā tur ir iespējams darboties un ar kuriem pārdošanas mehānismiem kaut ko piedāvāt.

Par partneriem mēs izvēlamies cilvēkus, kuri ir ieinteresēti mūsu panākumos. Mūs iesaka tie starpnacionālie tirgotāji, kuri piegādā mums izejvielu komponentes.



SIA Stenders pārstāvniecības vadītāja Krievijā **Aleksandra Novinska** dalās ar savu pieredzi, strādājot dažādās biznesa kultūrās.

Mūsu ārvalstu filiāļu jeb pārdošanas uzņēmumu vadībā ir cilvēks no Latvijas, kuram ir laba saikne ar centru un kurš ir integrēts uzņēmuma kultūrā, izņemot gadījumus, kad pieejams izcils ārzemnieks ar Latvijas saknēm, saitēm vai pieredzi. Viņam padotie darbinieki ir vietējie.

Tālākā nākotnē, iespējams, izmantosim franšīzes mehānismu, kas ļauj panākt ātru izplešanos bez kapitāla ieguldījumiem, taču šaubāties, vai izdosies nodrošināt kvalitāti bez tiešas pakļautības. Turklāt betona grīdu nozarē vēl nav franšīzes precedents...

Lielākais ieguvums no eksportēšanas? Tik daudz jaunu ideju sava produkta uzlabošanai! Pārdot tagad ir arvien vieglāk, jo mūsu produkts kļūst arvien labāks."

Aleksandra Novinska,
SIA Stenders partnere, uzņēmuma pārstāvniecības vadītāja Krievijā:

„Par labāko veidu, kā iekārot ārvalstu tirgus, izvēlējamies franšīzi, ņemot vērā to, ka mūsu rīcībā nav tik lielu finanšu resursu

kā mūsu konkurentiem globālajā kosmētikas tirgū. Mūsu preču zīme ir reģistrēta gandrīz visos mums interesantajos tirgos. No 180 mūsu veikaliem 160 ir mūsu partneru veikali, kur tirgo tikai mūsu preci. 30% uzņēmuma apgrozījuma veido pārdošana Krievijā, bet 25% – Ķīnā.

Tas ir mīts, ka Krievijā *papīri* nedarbojas. Kopumā tur cilvēkiem nepatīk darboties pēc noteikumiem, taču tad, kad pastāv iespēja atsaukties uz konkrētu līguma punktu, tas labi iedarbojas. Taču, slēdzot līgumu, vienmēr nepieciešama uzņēmuma īpašnieka klātbūtne.

Vēl Krievijā ir ārkārtīgi svarīgi pievērst uzmanību imidžam – *sejai* jābūt dārgai. Ar partneri Voronežā ir pilnīgi normāli, ka divas stundas runājam pa tālruni par to, ko ar Maskavas partneri nokārtojam piecu minūšu laikā."

Jānis Ende,
SIA Karavela mārketinga daļas vadītājs:

„Pārstāvu Latvijas zivju pārstrādes nozari, kura ar savu pro-



Ekonomists **Jānis Ošlejs** konferencē runāja par dažādiem eksporta organizēšanas modeļiem.

dukciju ir pārstāvēta pilnīgi visos bijušās *padomijas* tirgos. Lielākajā daļā no tiem esam līderi, Krievijas un Ukrainas importā Latvijas pārstrādātājiem ir vismaz 60%.

Eksportam vispirms ir nepieciešams, lai uzņēmuma īpašnieki un vadītāji ir pilnībā vienoti par šo mērķi. Ja tas tā nav, visi eksporta mēģinājumi būs vējā izšķiesta nauda. Pats par sevi finansējums nevirza eksportu, jo, salīdzinot ar Rietumu ražotājiem pieejamajiem līdzekļiem, mūsu iespējas ir niecīgas. Tomēr ar ambīcijām un ticību, arī ar nelielu izstādes stendu ir iespējams panākt diezgan daudz.

Mūsu pieredze liecina, ka Austrumu tirgos valda privātā atbildība, jo darījums tiek kārtots ar īpašnieku, nevis uzņēmumu. Tur, ja gribam būt konkurētspējīgi, mēs strādājam bez līgumiem. Kā vienu no mums visinteresantākajām valstīm varu minēt Azerbaidžānu, kur joprojām valda sava veida kastu sistēma un augstākā vara ir noteicošā, arī biznesā. Ja aizbrauksiet tur kopā ar mūsu prezidentu, visi ceļi būs vaļā."