

Viens no Amberwood
īpašniekiem Ivars Akerfelds
agrāk bija pasniedzējs Latvijas
Lauksaimniecības universitātes
kokapstrādes katedrā



Teksts — Sanita Jemberga
Foto — Mārtiņš Zilgalvis, F64

Kad vēl neesi Sprīdītis

Eksports paglāba cēlka grīdu ražotni *Amberwood* no bankrota, kad vietējais būvniecības bums beidzās. Šogad tā pretendēja uz *Sprīdiša* balvu mazajiem un inovatīvajiem uzņēmumiem

DIENĀ, KAD viesojamies Jaunsvirlaukas pagasta grīduražotnē *Amberwood*, viens no tās īpašniekiem Ivars Akerfelds ir nikns. Viņa sašutuma iemesls droši vien atrastu daudz dzirdīgu ausu arī citos uzņēmumos. *Amberwood* saņēmis piedāvājumu apstrādāt 8000 kubikmetru kļavas dēlišu Latvijas Nacionālās bibliotēkas grīdām, kam koku ievēdis no Kanādas (mēroga izpratnei – uzņēmums teorētiski mēnesī var apstrādāt 10 000 kubikmetru, bet parastā jauda ir aptuveni puse no tā).

«Nacionālajā bibliotēkā, ko ceļ par mūsu iedzīvotāju naudu, liek Kanādas kļavu, kas pēc būtības ir alksnis – pilnīgs štrunts, mīksta koksne! Un tas saucas mūsu nacionālais patriotisms! Reāls sviests un pretvalstiska

Lieliem apjomiem ozolu ir grūti iegūt – Latvijas birzis cirvis neceļas

ricība tā ir, un tāpēc arī mēs esam tādā pēcpusē,» viņš saka, pirkstos nepacietīgi virpinot telefonu kā cilvēks, kam grūti nosēdēt uz vietas.

Akerfelds neslēpj – nezina, kā sauc bibliotēkas arhitektu un kāpēc izvēlēta Kanādas kļava (strīdi par apdares materiālu adekvātumu nav jaunums, 2009.gadā pēc *Delnas*



AMBERWOOD
PĀRSTRĀDĀ VISU
BAĻĶI – TO, KAS
PALIEK PĀRI PĒC
DĒLIŠU IEGŪŠANAS.
SASMALCINA UN
RĀŽO BRIKETES
KURINĀMAJAM

pasūtījuma veiktā ekspertizē sertificēts būvzinieris apšaubīja apdares materiālu izvēli virknē tāmes pozīciju, bet Kultūras ministrija pārmetumus noraidīja, norādot, ka ēka ir arhitekta Birkerta izveidots kopsoms no meta līdz iekšējai apdarei). Pasūtījumu *Amberwood* neņemšot, jo esot pārāk aizņemti.

VECĀS ZĀGĒTAVAS VIETĀ

Stāstu par *Amberwood* vērts sākt ar šo epizodi, lai parādītu, cik dažādi ir Latvijas eksportspējīgie uzņēmumi. Tie visi nebūt nav jaunas rūpnīcas ar biznesa maģistru studijās gludi runāt samācītiem menedžieriem.

Jaunsvirlaukas pagasta Mežciemā izvietotajā «cēlka grīdu rūpnīcā» 2003.gadā, kad Akerfelds kopā ar biznesa partneri Mārtiņu Rugāju nodibināja uzņēmumu, bija pussabrukusi zāgētava. Vecās ēkas kalpo vēl šobaltdien, un to pirmajā stāvā nekas sevišķi nav mainījies. ▶

Remontu piedzīvojušas administrācijas telpas augšstāvā, kur pie sienām izvietotajos paraugos var redzēt grīdu nodiluma, degšanas testu rezultātus un apskatīt, kā dažādus klājumus ietekmēs izliets vīns, tinte, piena produkti un citi traipi.

Iekārtu tirgotājs Rugājs un Latvijas Lauksaimniecības universitātes kokapstrādes katedras mācībspēks Akerfelds zāģētavu iegādājušies «sākumā kā hobiju, lai dzīve nav tik garlaicīga». Tuvojās Latvijas iestāšanās ES, metāllūžņu cenas bija augstas, iztirgojuši vecās iekārtas un lauzījuši galvas, ko likt to vietā. Nolēmuši ražot cēlka grīdas no oša un ozola

Viens no produkcijas izplatīšanas kanāliem ir Latvijas viesstrādnieki, kuri ārzemēs strādā celtniecībā

un kā marketinga instrumentu izmantot faktu, ka tās top tikai no Latvijā augušiem kokiem. Rūpniecības darba sākums sakritis ar treknajiem gadiem, kad būvniecība vietējā tirgū sīta augstu vilni. Tas Amberwood radīja zināmas priekšrocības.

Pēc Akerfelda domām, neviens ražotājs nevar uzreiz sākt darbu ar eksportspējīgu produktu. Ir nepieciešams trenēties vietējā tirgū, iemācoties precīši saražot bez defektiem un meklējot labāko veidu, kā pārdot un saprast pieprasījumu. Latvijas nelaime gan ir nelielais tirgus, kurā jaunam ražotājam grūti sasniegt kritisko masu, lai tas spētu cenas ziņā konkurēt ar ievestajiem ražojumiem.

Tad atnāca krīze, un uzņēmums gandrīz nomira.

Akerfelds pameta koksnēs žāvēšanas pasniedzēja darbu universitātē

3 biznesa principi

1



Administrācija ir ar augstāko izglītību mezinātnē, kas palīdz produktu radīšanā

2



Kritiskā brīdī neignorēja banku un nemēģināja «apmest»

3



Strādājot ar gala patērētāju, mazāks risks nekā ar starpniekiem

– gan tāpēc, ka uzņēmuma glābšana prasīja daudz vairāk uzmanības, gan tāpēc, ka pasniedzēja darbs esot apnicis i studentu kvalitātes dēļ (vienbrīd nākuši tikai «pārpalikumi» no sociālo zinātņu studijās neuzņemtajiem), i zudusi ticība «universitātei kā feodālai institūcijai netokrātījas (interneta pārvaldes – red.) laikmetā, kas ir nomainījis kapitālismu».

OZOLS EIROPĀ PATĪK

Jau sākumā īpašnieki nolēma, ka strādās ar cēlka – oši un ozolu. Ozols ir ciets koks, un grīda vienkārši skaitās ar kvalitātes zīmi. Lieliem apjomiem Latvijā to ir grūti iegūt – ozolu birzīs cirvis neceļas gan koka nozīmes dēļ latviešu pasaules uzskatā, gan tāpēc, ka arī pasaulē ekoloģiskais labums no ozolu birzīm tiek vērtēts augstāk nekā skaista mēbele. Tomēr vairāk nekā puse Eiropas koka grīdu esot no ozola. Savukārt oši ir Skandināvijā iecienīts materiāls, pārējā Eiropā mazāk.

«Mēs cenšamies nevis pārstrādāt milzīgus daudzumus kuba, bet no katra radīt maksimālu vērtību,» saka uzņēmuma līdzīpašnieks.

Lai gan interjera dizaineri Eiropas izstādēs valdošās tendences atved arī uz Latviju (pašlaik grīdu modē esot gaišozola tonis: balts, eļļots koks), atšķirība gaumēs tomēr pastāvot. Latvietim vienmēr vajagot visu to perfektāko – dēlīti bez plaisas vai zara, lai nevainojams kā plastmasa. Ārzemēs tieši otrādi – īstu koksnēs tekstūru, lai var redzēt, ka dabas materiāls.

«Tā mēs Latvijā nespējam novērtēt daudzas lietas, kas mums ir. Noniecināšana mūsu sabiedrībā ir kaut kas mistisks,» saka Akerfelds un kā piemēru min pozitīvās emocijas, kas hojeka arēnā virmojušas pēc *Dinamo* uzvaras pār maskaviešiem, un negatīvos komentārus internetā pēc zaudētajām spēlēm ar *Lokomotiv*. «Kā uzvar, tā visi ekstāzē – super, super! Kā zaudē, tā otrs grāvis: lūzeri. Krit eiforijā un skumst, bet neanalizē, kāpēc notiek, kas un kā notiek. Tas pats politikā – ir taču tur cilvēki, kas nav slikti un strādā, bet dažu dēļ visi ir cūkas un korumpanti. Objektīvā skatījumā Latvijā bieži trūkst.»

Taču uzņēmuma īpašnieki paši joko, ka viņiem ir ne vien veiksmes, bet arī neveiksmes stāsts. Tā kā uzplaukuma gados vietējā būvniecība griezās rūkdama, viņi nespēja pabeigt iecerēto projektu – kā uz dēļiem jau rūpniecā uzklāt ekoloģiski tirus apdares materiālus, piemēram, eļļas vai vasku, lai tas nebūtu jādara klienta mājās. To ar ES fondu



Ivars Akerfelds novērojis, ka latvieši dod priekšroku perfekcijai – dēļiem bez plaisas vai zara, lai nevalnojams kā plastmasa. Ārzmēs tieši otrādi – istai koksnes tekstūrai, lai var redzēt, ka dabas materiāls

atbalstu pabeiguši tikai pērn. Eiropā tas neesot nekas jauns, bet vajadzēja pašiem saprast, kā un ar kādiem produktiem strādāt.

EKSPORTA GLĀBIŅŠ

Krīzē Amberwood izvilka eksports, turklāt neraucot degunu par katru klientu un klapatām – paši gan materiālus gādāja, gan ieklāja grīdas Latvijā, gan piegādāja līdz klientu namdurvim Itālijā, Vācijā, Skandināvijā. «Interneta klikšķinātājiem ir vienalga, no kurienes atved, ja prece ir forša un atbilstoša cenai,» saka Akerfelds.

Salīdzinājumā ar citiem kokrūpniekiem krīze Amberwood esot trāpījusi drusku mazāk tieši tāpēc, ka uzņēmums orientējies uz gala patērētāju, nevis pārdevis starpniekiem, kuri līdz ar ekonomikas lejupslīdi vairs neko jaunu nepirka un iztirgoja noliktavās stāvošos materiālus, bet piegādātājiem nereti apgalvoja, ka bijis brāķis un pārdots par puscenu.

Taču trāpījums tik un tā bija pietiekami smags, lai 2009.gada pārskatā norādītu, ka nepilnu 21 tūkstoti latu zaudējumu vai nu segs no nākamo gadu peļņas, vai «dodoties darbā uz Lielbritāniju», liecina Lursoft atrodamais dokuments.

2010.gadā uzņēmuma apgrozījums esot dubultojies līdz aptuveni 600 000 latu, šogad to plānots dubultot vēlreiz, sasniedzot 1,2 miljonus.

Lai veiksmīgāk darbotos ārvalstu tirgos, uzņēmums piesaistīja arī eksporta eņģelus – konsultantus.

Gateway Baltic vadītāja Inese Andersone stāsta, ka projekts sakritis ar laiku, kad Zviedrijā ekonomiskās lejupslīdes dēļ pieprasījums bijis mazs, taču izdevies atrast sadarbības partneri: grīdu rūpniecību. «Eksporta veiksmi noteica tas, ka uzņēmums ieguldīja līdzekļus klientu piesaistē, un tas vainagojās ar rezultātu,» viņa saka. «Amberwood ir profesionāla vadības komanda, kas izprot, ka ir



2010.GADĀ
PAPLAŠINĀJA
EKSPORTU UZ
ZVIEDRIJU UN
IGAUNIJU.
SĀKUŠI UZ DĀNIJU,
NORVĒGIJU UN
VĀCIJU. IR KLIENTI
ARĪ CITĀS VALSTĪS

jāiegulda ne tikai jaunās iekārtās, bet arī mārketingā un pārdošanā. Jo šodienas apstākļos saražot nav māksla, māksla ir pārdot.» Stiprās puses bijušas arī izdevīgā cena un spēja uzņemties nelielus pasūtījumus, ko grūtāk izdarīt, ja klients ir ģeogrāfiski tālu.

No Akerfelda izdzirdu arī vienu izplatīšanas kanālu, ko līdz šim, rakstot par biznesa veiksmēm, nebiju saklausījis. Viens no uzņēmuma produkcijas izplatīšanas kanāliem ir Latvijas viesstrādnieki, kuri ārzmēs strādā celtniecībā. «Tie, kas aizbrauc, bieži ir tie, kas bija visdarbīgākie – labākā, perspektīvākā Latvijas tautas daļa. Tur var atrast daudzus, kas gatavi palīdzēt un ieinteresēti sadarboties,» uzskata Akerfelds.

RECEPTES NAV

Kokrūpniecība bija pirmā no Latvijas ekonomikas svarīgajām nozarēm, kas pēc krīzes sāka atgūties jau 2009.gada sākumā (pēc nozares pārzinātāju teiktā, pateicoties valdības lēmumam atļaut valsts mežos palielināt ciršanas apjomu). Pērn eksportēto produktu vērtība pārsniegusi miljardu latu – tikpat, cik bija treknajā 2007.gadā. Kokrūpniecībā eksports nav izņēmums, bet gan ikdiena – ap 70% saražotās produkcijas izved no Latvijas un ne tikai primitīvajā baļķu un dēļu veidā. Eksportē mēbeles, granulas, dažādus nišas produktus, par kādām uzskatāmas arī Amberwood grīdas, stāsta Kokrūpniecības federācijas izpilddirektors Kristaps Klaus. Amberwood nišā Latvijā darbojoties maz uzņēmumu.

«Var jau runāt par augstām tehnoloģijām un neizņem, bet realitātē ir jāizmanto tas, kas ir pieejams, un mežs mums ir,» pārliecināts Akerfelds. «Kokrūpniecības tirgus ir tik liels, ka mums vienkārši dabiski atlec procenti: Mēs esam šīņi un neesam sasnieguši neko, pat Sprīdītī vēl ne. Viņam bija lāpsta, mums – lāpstiņa.» Kokrūpniecībā katrs mazaizs uzņēmums varot atrast savu vietu – kaut vai skaldīt malku, ja to dara labi un pasūtītājs ir apmierināts ar pakalpojumu un piegādi. Svarīgāk esot nemētāties starp malakas skaldīšanu, zāģēšanu un biešu audzēšanu tāpēc, ka šķiet – kaimiņa nodarbe ir ienesīgāka un steigšus jāpārmetas uz to.

Runājot par veiksmes iemesliem, viņš atminas multfilmu *Kung Fu Panda*. «Atceries pandas īpašo zupas recepti? Nekādas īpašas receptes nav! Tikpat labi grīdu vietā mēs varētu taisīt jebko citu.» ●