

# Zīmola «Sauna LAB» veiksmes stāsts



Foto no Ginta Dzērves personīgā arhīvā

Gunda Katrīna Vovere

**N**ereti pierobežas zona tiek atainota kā problemātiska vieta, kur viss izmirst, cilvēki aizbrauc un nav nākotnes. Taču tādi uzņēmumi kā "Kuprava Industry" ar savu zīmolu "Sauna LAB", kas ražo saunas Balvu novada Kupravā, pierāda pretējo un tā vietā, lai sūkstītos, rada jaunus darbvietas, ražo vietējo premium klases produktu, kas ir pieprasīts ārzemēs un ceļ novada labklājību. Kas ir "Sauna LAB", kādi ir izaicinājumi pierobežā un kāda ir viņu veiksmes atsēļa, pastāstīja uzņēmuma pārstāvis Gints Dzērve (attēlā).

**Pastāstiet, lūdzu, kas jūs esat un kā radās ideja izveidot uzņēmumu «Kuprava Industry» un zīmolu «Sauna LAB»?**

– Es esmu Gints Dzērve, pirms aptuveni trīs gadiem mani uzrunāja investori, kuri bija iegādājušies vecas ražošanas telpas Kupravā. Jāatzīst gan, ka tobrīd saukt tās par ražošanas telpām būtu visai pārspīlēti... Telpās iepriekš atradās Kupravas drenu cauruļu rūpnīca, un tās tika iegādātas, jo vienīgās bija vēl glābjamā stāvoklī. Sākumā viss izskatījās ļoti slikti, jo kādu laiku telpās darbojās arī plastmasas šķirošanas punkts, tāpēc telpas vispirms vajadzēja atbrīvot un iztīrīt. Mūsu sākotnējā ideja bija ražot saunas, bet šobrīd ražojam arī mājas (*tiny house* jeb sīkmājas). Sākām ļoti pieticīgi, būtībā uzņēmumā strādāju es un ik pa laikam kāds piepalīdzēja. Esmu apguvis rasēšanu, šajā jomā gūta arī pieredzi, tāpēc sāku ar to, ka zīmēj, kas man patīk, un pirmos prototipus pašrocīgi būvēju. Uzstādījums bija, ka mēs ražojam un būvējam īstas un funkcionālas lietas, kuras tepat ārā plāvinā fotogrāfam, nevis klientiem rādām tikai skices vai ar mākslīgo intelektu radītus attēlus. Tā mēs pamazām šo zīmolu «Sauna LAB» radījām un palaidām tautās. Šodien, trīs gadus vēlāk, mēs esam izauguši līdz 14 cilvēkiem uzņēmumā, kuri strādā divās maiņās, un Eiropā par mums zina jau diezgan daudz.

**Kādi ir bijuši lielākie izaicinājumi?**

– Nav tādas dienas, kad to nebūtu. Atskatoties atpakaļ, tas lielākais izaicinājums ir bijis atrast savu darbības nišu. Kad nolēmām, ka būsim saunu ražotājs, es uzskatu, ka izdarījām ļoti pareizi, pieņemot lēmumu būt premium (augstas klases) un dizaina segmentā. Lai ražotu premium klases precis, visiem materiāliem ir jābūt sertificētiem, ir ļoti daudz roku darba un citu lietu. Mums ir tik augsts līmenis, ka šobrīd varētu atskatīties pat par katru izmantoto skrūvi. Tas bija izaicinājums – iet un noturēties šajā nišā, arī neļauties kārdinājumiem, jo bija gana daudz piedāvājumu ražot mucu pirtis, respektīvi ražot lētāku precis un būt vienam no daudzajiem.

Tas ir liels izaicinājums – saglabāt savu identitāti un nesākt ķert un grābt katru piedāvājumu, kas nāk pretī.

**Un cik viegli ir bijis pierobežā atrast uzticamus un profesionālus darbiniekus?**

– Es negribētu nievājoši izteikties par pierobežu, jo, runājot ar sadarbības partneriem Liepājā, Jēkabpilī, Pierīgā, ir skaidrs, ka šī problēma – atrast kvalificētus un uzticamus darbiniekus – ir visur. Ir sajūta, ka visi uzticamie, kvalificētie un prasmīgie cilvēki jau strādā un darba piedāvājumu negaida. Līdz ar to esam nonākuši pie atziņas, ka galvenais ir, lai darbinieks būtu motivēts, jo tādā gadījumā, arī pieņemot darbā cilvēku bez zināšanām un prasmēm, varam pāris mēnešu laikā viņu apmācīt. Praktiski vienmēr šāda pieeja ir izrādījusi daudz veiksmīgāka, nekā pieņemot darbā, piemēram, speciālistu, kas strādājis Zviedrijā, Norvēģijā un kurš ir tik zinošs, ka nespēj pieņemt mūsu prasības. Mēdz būt grūtāk cilvēkam pārmācīt lietas, nekā iemācīt citam no nulles un tā, kā mums vajag. Protams, atrast darbiniekus ir liels izaicinājums, arī šobrīd mums tie ir vajadzīgi, bet sludinājums vairs neliekam. Pēc pašu pieredzes esam sapratuši, ka vislabāk jaunus darbiniekus spēj ieteikt esošie. Līdz ar to mēs nodarbinām tikai vietējos novada iedzīvotājus – daļa ir no Balviem, daļa – no Viļakas, Medņevas un citām tuvējām vietām.

**Jūsu saunas ir guvušas atpazīstamību ārzemēs. Vai tas bija jau jūsu sākotnējais mērķis?**

– Jā, tas jau no paša sākuma bija mūsu mērķis – iekarot tieši ārzemju tirgu. Nekādā veidā negribam noniecināt Latviju, bet gan valsts, gan attiecīgi tirgus šeit ir mazs. Ņemot vērā mūsu nišas produktu, bijām reāli un jau no pirmās dienas apzinājāmies, ka saunas nav pirmās nepieciešamības prece, turklāt tās ir dizaina saunas, nevis vienkārši pirtīņas. Protams, arī Latvijā esam pārdevuši gana daudz savu saunu, tomēr tā īpaši sevi šeit nereklamējam, no pirmās dienas esam koncentrējušies tieši uz ārzemēm, kur tirgus ir lielāks un pirktpēja ir nesalīdzināma.

**Kurā valstī jūsu saunām ir vislielākais pieprasījums?**

– Ja jāmin tikai viena valsts, es teiktu, ka tā ir Islande, bet būtībā Eiropā šobrīd ir tikai pāris valstis, kur mūsu saunu nav. Šobrīd tās atrodas vairāk nekā divdesmit valstīs, mums ir savi līgumizplatītāji, piemēram, Austrijā, Islandē, Zviedrijā, un tur mēs pat nestrādājam ar gala klientu.

**Kāds ir cenu diapazons jūsu saunām? Jūsu mājaslapā atrodami dažādi to paraugi, tomēr uzsverat, ka svarīga ir individuāla pieeja katram klientam.**

– Jā, vismaz pusē gadījumu klientiem ir individuāla pieeja. Šobrīd Eiropā arvien populārāki kļūst «SPA Village» jeb latviski – SPA ciemati, kur darbojas atpūtas centrs ar dažādu izmēru un klasifikāciju saunām. Līdz ar to lielākajā daļā gadījumu mēs strādājam ar specpasūtījumiem, tāpēc arī cenu diapazons mums ir ārkārtīgi plašs – vidēji viena mūsu sauna maksā ap desmit tūkstošiem, bet cena sākas no četriem tūkstošiem, vienlaikus ir bijuši arī projekti, kas izmaksājuši pat četrdesmit tūkstošus.

**«Sauna LAB» saunas atrodas ļoti iespaidīgās un skaistās pasaules vietās. Kurš projekts jums ir īpaši palicis atmiņā?**

– Viennozīmīgi tās ir Lofotu salas Norvēģijā, kur atrodas SPA centrs, tur uzstādījām četras savas saunas. Ja dzīvē ir iespēja ceļot, tad šis ir galamērķis, kuru noteikti iesaku, un, ģeogrāfiski skatoties, mums tas nav nemaz tik tālu. Īstenojot iespaidīgākus projektus, cenšamies dot iespēju mūsu darbiniekiem piedalīties un pie reizes paceļot. Par šo projektu mums tiešām bija liels gandarījums, jo gan lokācija, gan izpildījums, gan aina – viss bija izcili.

**Ar ko jūsu produkts atšķiras un ir īpašs, salīdzinot ar citiem piedāvājumiem?**

– Pirmkārt, ja, piemēram, Google meklētājā ieraksta «dizaina, koka karkasa vai dārza saunas», tad redzams, ka patērētājs ne vienmēr redz reālu produktu, bet gan tikai vizualizācijas. Šobrīd ar mākslīgā intelekta palīdzību ir iespējams radīt ļoti skaistas, realistiskas bildes, taču tajās nav attēlots īsts produkts. Savukārt mums ir īsti un autentiski produkti, mēs nekad neesmu skopojušies vienmēr esam investējuši saunu fotosesijās. Tiesa, ir bijušas situācijas, kad mūsu fotogrāfijas tiek zagtas, bet, ja sākumā centos katram uzrakstīt un aizrādīt, tad tagad to uztveru kā komplimentu. Otrkārt, uz Eiropas fona, mums ir augstas kvalitātes premium produkts, bet priekš Rietumeiropas mūsu cenas ir ļoti draudzīgas. Mēs esam konkurētspējīgāki nekā, piemēram, ražotāji Lielbritānijā vai Vācijā, kuri pārdod uz vienas rokas pirkstiem saskaitāmas saunas gadā par kosmiskām cenām, jo ekoloģisks produkts pie viņiem maksā, piemēram, trīsdesmit piecus tūkstošus, bet pie mums – desmit. Mēs esam konkurētspējīgi arī ar savu elastību. Ņemot vērā, ka esam mazs uzņēmums, mēs joprojām varam atļauties būt elastīgi dažādos specpasūtījumos, komunikācijā, veikt dažādas izmaiņas un sīkumus projektos. Vai tas tā būs ilgi? Jā un nē. Mums, protams, arī ir sapnis kā daudziem, par robotizāciju, masveida ražošanu, bet šobrīd elastība ir viens no mūsu trumpjiem.

**Nupat pievienojāties Latgales speciālajai ekonomiskajai zonai (SEZ). Kādi bija galvenie iemesli, kāpēc nolēmāt to darīt, un kādas priekšrocības sagaidāt, esot SEZ?**

– Vēl pavisam nesen, decembrī, mums bija plāns iekarot Kanādas un pēc tam arī Amerikas tirgu, taču šobrīd tur ir sarežģītā politiskā situācija, tomēr pilnībā šo ideju neesam atmetuši, un Ziemeļamerika ir mūsu ambīciju sarakstā. Galvenais mērķis ir turpināt paplašināties un apgūt arvien lielāku ģeogrāfisko teritoriju, bet te ir daudz izaicinājumu, galvenie – muitas procedūras un loģistika, lai galu galā joprojām spējam palikt konkurētspējīgi. Un te mēs nonākam pie ražošanas optimizācijas, kas tad arī ir tuvākais mērķis – maksimāli optimizēt ražošanu, lai samazinātu izmaksas, kas ļautu turpināt paplašināties. Neizslēdzu, ka nākotnē būsim arī Austrālijā, Okeānijā, Tuvajos Austrumos. Iz-



Publicitātes foto



Publicitātes foto

Saunu uzstādīšanas process un gala rezultāts Lofotu salās



Publicitātes foto

Viens no Sauna LAB piedāvātajiem saunu variantiem

– Viens no iemesliem, kādēļ vēlējamies pievienoties, ir prestiža dēļ. Tev ir jābūt tajā bariņā, lai par tevi zinātu, lai ar tevi rēķinātos, lai būtu lielāks atbalsts. Būšana Latgales SEZ sniedz dažādus bonusus, tai skaitā nodokļu atvieglojumus, iespēju paplašināt sadarbības iespēju tīklu, būt Latgales uzņēmēju kopienā. Tas arī bija mūsu mērķis – ātrāk vai vēlāk pievienoties SEZ. Tikai nupat esam uzņemti, un šobrīd galvenais ir, ka jūtamies pamanīti. Esam vēl tikai visa procesa sākumā, vēl būs jāveic investīciju ieguldījumi, bet jau tagad jūtam atbalstu. Kas būs tālāk, redzēsim pēc kāda pusgada, tad arī, domāju, varētu sniegt plašāku atbildi uz šo jautājumu.

**Kādi ir uzņēmuma mērķi un ambīcijas tuvākā un tālākā nākotnē?**

– Vēl pavisam nesen, decembrī, mums bija plāns iekarot Kanādas un pēc tam arī Amerikas tirgu, taču šobrīd tur ir sarežģītā politiskā situācija, tomēr pilnībā šo ideju neesam atmetuši, un Ziemeļamerika ir mūsu ambīciju sarakstā. Galvenais mērķis ir turpināt paplašināties un apgūt arvien lielāku ģeogrāfisko teritoriju, bet te ir daudz izaicinājumu, galvenie – muitas procedūras un loģistika, lai galu galā joprojām spējam palikt konkurētspējīgi. Un te mēs nonākam pie ražošanas optimizācijas, kas tad arī ir tuvākais mērķis – maksimāli optimizēt ražošanu, lai samazinātu izmaksas, kas ļautu turpināt paplašināties. Neizslēdzu, ka nākotnē būsim arī Austrālijā, Okeānijā, Tuvajos Austrumos. Iz-

acinājumu nav maz, bet tie nav likuši apstāties iepriekš un, domājams, neliks arī turpmāk.

**Vai ir iecerēti arī kādi jauni produkti?**

– Mēs plānojam jaunus produktus saistībā ar saunām. Pēdējo pusotru gadu nepārtraukti izstrādājam un veidojam prototipus, kurus uz vietas arī testējam. Viens no jaunumiem, kuru palēnām sākam laist tirgū, ir DIY (*angl. Do it yourself – latv. Izdari pats*) komplekti – saliekamās saunas. Ik pa laikam būvējam arī privātmājas, precīzāk – *tiny house*, bet šobrīd vairāk plānojam, kā attīstīt un papildināt šo saunu produktu, «SPA and wellness» (*tulk. Spa un labbūtība*) segmentu.

**Esat izauguši ļoti īsā laikā – kāda ir jūsu uzņēmuma un zīmola «Sauna LAB» panākumu atsēļa?**

– Ja godīgi, ir grūti atbildēt. Laikam atkārtosos un teikšu, ka manuprāt, mums vislabāk ir nostrādājis tas, ka jau no paša sākuma esam stingri pieturējušies pie savas idejas un produkta, uzreiz sākot ražot diezgan oriģinālas lietas. Ja ir jautājums, vai es atvēru *Pinterest* un *Instagram*, lai smeltos idejas, pirms es sāku rasēt savas saunas, – protams! Kā zināms, velosipēdu otrreiz izgudrot nav iespējams. Tas tika darīts, lai iedvesmotos no idejām, kuras man patīk, un papildinātu tās ar savējām. Un vēl viena lieta, kurai jābūt jebkura uzņēmuma pamatā, ir lojāli, motivēti darbinieki, kuri redz un tic tavai idejai – bez labas komandas panākumi nav iespējami. ▣

«Projektu finansē Mediju atbalsta fonds no Latvijas valsts budžeta līdzekļiem». «Par projekta raksta «Zīmola «Sauna LAB» veiksmes stāsts» saturu atbild SIA «Vietējā».

MAF  
Mediju atbalsta fonds