



# Gatavs konkurencei

brūndienas

Pēdējos divus gadus SIA Maxima Latvija galvenokārt ir cīnījusies ar Zolitūdes traģēdijas sekām. Ir pienācis laiks fokusēties uz biznesa attīstību, kas uzticēta bijušajam putnu fabriku vadītājam Andrim Vilcmeieram

FOTO - VITĀLIUS STĪPNEKS/DIENAS BIZNES

16.10  
01.10.  
215.50  
11.10.2014  
g.com

Izmaiņas  
gada laikā  
↓ -50.30  
↓ -47.40  
↓ -8.18  
↓ -14.59  
↓ -29.45  
↓ -15.58  
↓ -23.39  
↓ -17.61  
↓ -25.12  
↓ -24.40

Izmaiņas<sup>oo</sup>  
%  
↓ -0.76  
↓ -0.90  
↓ -0.91  
↓ -1.08  
↓ -1.34  
↓ -1.36  
↓ -1.43  
↓ -2.01  
↓ -2.02  
↓ -4.50

Izmaiņas<sup>o</sup>  
• 0.000  
• 0.000  
• 0.000  
• 0.000  
kavējumu)

biržās\*  
maiņas  
ada laikā %  
7.08  
20.97  
-2.30  
-15.96  
3.49  
-1.63  
-37.33  
-22.16  
-12.56  
-5.53  
-22.34

Foyota -  
Ā  
ERV!  
sta 3  
otors.lv  
MSERV

Izmaiņas  
gada laikā  
↓ -3.31  
↓ -5.19  
↓ -9.85  
↑ 5.12  
↑ 10.18  
↑ 1.60  
↑ 17.29  
↑ 2.61  
↑ 45.93

↑ 9.32  
↓ -11.55  
↓ -6.71  
↑ 1.93  
↑ 16.01  
↑ 18.85  
↓ -19.73  
↑ 65.27  
↑ 3.56



10 JAUNĀ KRĒSLĀ *brīvdienas*

**A**ndris Vilcmeiers mazumtirdzniecības biznesā nav iesācējs, viņa pakļautībā vairākus gadus bija a/s *Putnu fabrika Ķekava* veikalu tīkls. Lai arī runāt par konkrētiem biznesa plāniem jaunais *Maxima* vadītājs šobrīd atturas, viņš izrāda uzņēmuma loģistikas saimniecību un pauz gatavību jaunas veikalu ķēdes ienākšanai Latvijā.

**Pirms gada, tiekoties Ķekavas putnu fabrikā, jūs aizrautīgi stāstījāt par plāniem sākt produkcijas eksportu uz Ķīnu. Vai jūsu klūšana par SIA *Maxima Latvija* šefu nozīmē, ka ķīnieši nesapņems kāroto delikatesi – vistu ķepiņas?** (Smejas.) Ķekavas putnu fabrikā palika spēcīga komanda, plāni nav mainījušies. Šobrīd notiek sarežģītākais – administratīvais process, proti, tiek kārtotas visas nepieciešamās formalitātes ar Ķīnas pārtikas un veterināro dienestu, lai varētu sākt produkcijas eksportu.

**Vai ražotāja pārstāvja pāriešana otrā ierakumu pusē – pie tirgotājiem – nav sarežģīta jau no psiholoģiskā aspekta vien?** Nē. Manuprāt, tās nav divas pretējas ierakumu puses. Ir uzņēmējs, kas ražo produkciju, un ir tirgotājs, kas nodrošina tās nonākšanu pie patērētājiem, visu loģistiku, lai šī produkcija varētu būt veikala plauktā. Ja šīs abas puses nesadarbojas vai karo, tur nekas labs nevar sanākt. Šim abām pusēm nepārtraukti jādomā, kas ir tas, ko patērētājs vēlas, kādus jaunus produktus, kādas jaunas garšas īpatnības. Protams, starp šīm abām pusēm – ražotājiem un mazumtirgotājiem – ir jābūt veselīgai diskusijai par sadarbību, bet tas ir normāls biznesa process, kurā katra puse cenšas realizēt savas intereses. Nenoliedzami, šis process ietekmē produkta cenu.

**Vai tas, ka esat pabijis ražotāja pusē, palīdzēs jums jaunajā amatā?**

Pilnīgi noteikti. Es zinu tās problēmas, kas ražotājam var rasties, izpildot pasūtījumu vai virzot jaunu produktu tirgū. Šī pieredze ir ļoti vērtīga. Ne ražotājam, ne tirgotājam nevajadzētu baidīties runāt par tām lietām, kas neizdodas, bet gan biežāk sanākt kopā un tās izrunāt. Tas, manuprāt, ir tāds mentāls lūzums, kas jāpārvar. Bieži vien tās lietas, kas man šķiet nesvarīgas, maniem sadarbības partneriem ir svarīgas.

**Kāpēc jūs izvēlējāties pāriet darbā uz *Maxima Latvija*?**

Sākšu ar to, ka *Maxima* cilvēki mani uzrunāja. Būtisku lomu nopelēja fakts, ka šis bizness ir vairākas reizes lielāks, nekā bija Ķekavas putnu fabrikā. *Maxima Latvija* ir viens no lielākajiem uzņēmumiem Latvijā un *Maxima Grupe* – viens no lielākajiem koncerniem Baltijā. Man tas bija izaicinājums profesionālajā ziņā – saskatu izaugsmes iespējas. Tie jautājumi, kas šobrīd jārisina, man personīgi šķiet ļoti saistoši. Protams, ir vēl pāris papildu faktori, kas jāņem vērā. Nekad neesmu bijis putnkopības speciālists, tā nav mana profesija. *Putnu fabrikā Ķekava* es nokļuvu, lai stabilizētu uzņēmuma darbību. Kopā ar jaunajiem akcionāriem mēs izstrādājām putnu fabrikas attīstības plānu un sākām to īstenot. Varbūt mani ir palicis neliels rūgtums par to, ka neizdevās šo attīstības plānu līdz galam realizēt, taču esmu pārliecināts, ka arī šeit, *Maxima*, ir daudz lielu un interesantu lietu.

**Kādi būs pirmie darbi, ko plānojat paveikt?**

Pirmais darbs ir iepazīties ar kolektīvu, iekšējo kultūru, darba vidi, darbinieku profesionalitāti un tikai tad izstrādāt tālāko attīstības stratēģiju. Daži attīstības scenāriji šobrīd jau ir manā galvā, bet domāju, ka vēl par ātru ar tiem dalīties.

**Cik liela ir jūsu lēmumu pieņemšanas brīvība? Vai pamatā tie netiek pieņemti *Maxima Grupe* vadības līmenī?**

*Maxima Grupe* ir holdingkompānija, kurai pieder uzņēmumi piecās valstīs – Latvijā, Lietuvā, Igaunijā, Polijā un Bulgārijā. Katrā valstī par šīs grupas uzņēmumiem atbild konkrētās valsts uzņēmuma vadītājs, kas izstrādā un realizē attīstības stratēģiju. Protams, visi būtiskie lēmumi visu valstu līmenī tiek pieņemti *Maxima Grupe*. Katras valsts uzņēmuma vadītājs pieņem un īsteno lēmumus savā valstī, taču tie, protams, nevar būt pretrunā ar grupas vadlīnijām. Kas attiecas uz *Maxima* zīmola politiku, tur *Maxima* vadītāji dažādās valstīs neko pēc saviem ieskatiem nevar mainīt, taču jautājumi, kas saistīti ar uzņēmuma attīstības stratēģiju un preču sortimentu, ir katras valsts un tā vadītāja kompetence.

**Vai tas nozīmē, ka tagad Ķekavas putnu fabrikas produkcija būs tajos redzamākajos plauktos?**

(Smeida.) Es nedomāju, ka šajā ziņā kaut kas būtiski mainīsies. Jau līdz šim Ķekavas produkcija bija ļoti pārstāvēta *Maxima* plauktos. Ja pēkšņi ievērojami mainīsies kvalitāte vai cena, nekādas izmaiņas droši vien nenotiks. Lielā mērā tas būs atkarīgs no pašas fabrikas, cik tā būs proaktīva, ar kādām jaunām idejām un risinājumiem nāks.

**Publiski izskanējis, ka *Maxima* sāk jaunu attīstības posmu – par ko tieši ir runa?**

Tā kā *Maxima* saknes ir meklējamas Lietuvā, ienākot Latvijā, veikalu tīkls tika attīstīts pēc lietuviešu redzējuma un nacionālajām īpatnībām. Pēc bēdīgajiem notikumiem Zolitūdē *Maxima Latvija* izgāja cauri ļoti grūtam posmam. Šajā laikā lielāka uzmanība tika pievērsta uzņēmuma iekšējās vides sakārtošanai, īstenojot pārmaiņu plānu, nevis uzņēmuma attīstībai. Šobrīd ir jāspēr nākamie lieli soļi biznesa attīstībā. Daudzas lietas jāmaina, daudz kas jādarā savādāk. To sagaida no manis.

**Vai tiek meklēti jauni virzieni lielveikala konceptā? Vai tiek domāts par jauniem pakalpojumiem, kādā virzienā?**

Viena no *Maxima* lielākajām priekšrocībām ir tā, ka mums ir trīs dažāda līmeņa veikali – X, XX un XXX formāta. Katrs no šiem veikaliem piedāvā dažādu preču sortimentu. Mums ir iespēja ne tikai variēt ar sortimentu, bet arī ar cenām – ir dažādas akcijas, kas ļauj fokusēties uz dažādām klientu grupām. Ir izstrādāti *Maxima Grupe* kopīgie standarti, kas nosaka, kādam katram no šiem veikaliem ir jāizskatās, kam tur ir jābūt iekšā. Tāpēc šobrīd aktīvi strādājam, lai šie veikali atbilstu grupas noteiktajiem standartiem. Klienti jau zemapziņā zinās, kādus produktus viņi vēlas, un attiecīgi ies uz X, XX vai XXX veikaliem. Šobrīd Latvijā ir 147 *Maxima* veikali un internetveikals *e-maxima.lv*. Lielākā daļa ir X formāta veikalu – to ir 121.

**Vai *Maxima* palielinās veikalu skaitu? Cik jaunus veikalus plānots atvērt šogad?**

Esam atvēruši vienu jaunu veikalu Imantā, savukārt vēl plānojam atvērt divus, viens būs Rīgā, otrs – Pļaviņās. Regulāri tiek veikta esošo veikalu rekonstrukcija – tie tiek padarīti klientiem pievilcīgāki. Vairāki X formāta veikali tiek pārveidoti par XX formāta veikaliem.

**Demogrāfiskā situācija Latvijā pasliktinās, taču tiek atvērti arvien jauni un jauni veikali? Vai to darbība ir rentabla?**

Aprēķini liecina, ka tirdzniecības platība uz vienu iedzīvotāju Latvijā ir vismazākā, salīdzinot ar pārējām Baltijas valstīm. Pēc 2014. gada nogales datiem, Latvijā tā ir 0,30 m<sup>2</sup> uz vienu iedzīvotāju, kamēr Lietuvā 0,32 m<sup>2</sup> un Igaunijā – 0,40 m<sup>2</sup>.

**Cik lielu daļu produktu *Maxima* veikalos veido vietējā produkcija? Vai šī attiecība varētu mainīties, ņemot vērā, piemēram, situāciju piena nozarē?**

Tas lielā mērā atkarīgs no sortimenta, kurā konkrētais produkts ietilpst. Ja runājam par rūpniecības precēm, lielākais īpatsvars noteikti būs importētajām precēm. Kas attiecas uz pārtikas produktiem, īpaši tiem, kuriem ir īsāks realizācijas termiņš, šajā segmentā noteikti dominēs vietējā produkcija. Dažās sortimenta grupās tās īpatsvars būs pat 90%. *Maxima* atbalstīja piena nozares pārstāvju iniciatīvu, kas pavasarī tika īstenota sadarbībā ar Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameru, kad piena produktu cenas veikalu plauktos saruka līdz pat 30%, atkarībā no produktu veida. Cenu

„Konkurence ir pietiekoši sīva, lai patērētājiem nebūtu nekāda pamata sūdzībām, ka tirgus dalībnieki ļaunprātīgi izmanto savu stāvokli.

samazināšana ne vienmēr ir noteicošais faktors, lai glābtu kādu konkrētu nozari jo, piemēram, piena produktu patēriņa grozs ir tik liels, cik tas ir. Samazinot produktu cenu, novērojams lielāks pieprasījums, taču tas jebkurā gadījumā nav bezizmēra. Tas, kas mani personiski biedē, – kas notiks tad, kad piena nozare atgūsies? Protams – varam vien izteikt prognozes, ka piena produktu cenas nākotnē varētu mainīties, bet to nedrīkst darīt vienā dienā, tas jādarā pakāpeniski, ražotājiem vērtējot pircēju iespējas. Varam apliecināt, ka iespēju robežās vienmēr centīsimies piedāvāt pircējiem pieejamāko cenu un apsvēsim atbalsta iespējas iniciatīvām, kas to varētu palīdzēt nodrošināt.

**Kā jūs komentētu ražotāju pārmetumus par to, ka lielveikalu tīkli, saglabājot dominējošo lomu plaukta cenas noteikšanā, atbalsta vienus ražotājus, bet tos, kam nav kādu īpašu vienošanos ar tīklu, apzināti nogremdē?**

Tam gan es īsti negribētu piekrist. Ražotājam ir iespēja strādāt ar daudzjiem un dažādiem lielveikalu tīkliem. Latvijā *Maxima* kopā ar *Rimi* veido tikai aptuveni 50% no apgrozījuma mazumtirdzniecībā, bet ir ļoti daudz citu spēlētāju, ļoti spēcīgi, kas labi pārstāvēti reģionos. Ražotājiem nav nekādu problēmu tikt iekšā šajos tirdzniecības tīklos un realizēt savu produkciju. Cita lieta ir ražotāju spēja piegādāt produkciju nepieciešamajos apjomos un noteiktajos termiņos. Runas par to, ka ir kaut kādas slepenas vienošanās, ir absurdas, man pat grūti tās komentēt. Latvijā pastāv pietiekoši nopietna normatīvā bāze, kas liedz šādas vienošanās.

**Kā Jūs vērtējat Latvijas lielveikalu tīklu konkurenci, kuru nereti dēvē par oligopolu?**

Šobrīd Latvijā ir izveidojusies situācija, ka divas lielveikalu ķēdes ir ar lielāku atrāvienu, bet tām visnotaļ nopietnu konkurenci sagādā virkne mazo tīklu, kuri arī nepārtraukti attīstās – gan *Top*, gan *Elvi* atver jaunus veikalus. *Rimi* un *Maxima* varētu salīdzināt ar lielākajām bankām banku sektorā – *Swedbank* un *SEB*, kas sniedz plašu pakalpojumu spektru, līdz ar to mazākajiem tīkliem ir jādomā, kā būt pievilcīgiem, kas būs tas īpašais, ar ko tās piesaistīs pircējus. Oligopols pats par sevi jau nav nekas slikts, ja tas netiek ļaunprātīgi izmantots. Uzskatu, ka konkurence ir pietiekoši sīva, lai patērētājiem nebūtu nekāda pamata sūdzībām, ka tirgus dalībnieki ļaunprātīgi izmanto savu stāvokli.

**Vai *Maxima Latvija* būtu gatava jauniem konkurences apstākļiem, ja tirgū ienāktu jauna spēcīga ķēde?**

Protams. Tirgus ir piesātināts, ir daudz tirgus dalībnieku. Nākot iekšā Latvijā, jaunajiem spēlētājiem jāreķinās ar relatīvi ļoti lielām investīcijām. Labu vietu, kurās var uzbūvēt veikalus, ir tik, cik to ir. Latvijā pēdējā laikā ir gājusi cauri dažādām nekustamā īpašuma tirgus turbulencēm. Tādu vietu, kur Rīgas centrā uzbūvēt labu veikalu, īpaši daudz nav. Otrs jautājums, kas ir ne mazāk svarīgs, saistīts ar segmentāciju, proti, jābūt skaidrai izpratnei par to, kas būs mērķa auditorija, kādā tirgus segmentā ietiek. Mūsu priekšrocība noteikti ir tā, ka esam noseguši visas patērētāju grupas ar X, XX un XXX formāta veikaliem. *Maxima* seko līdzīgi tirgus situācijai un īpaši plāno, kurās vietās atvērt jaunus veikalus, analizējot gan tranzīta, gan patērētāju plūsmas. Nav izslēgts, ka Latvijā ienāks vēl kāda liela veikalu ķēde. Zinām, ka Lietuvā nākamajā gadā ienāks jauns lielveikalu tīkls no Vācijas – *Lidl*, šī kompānija Lietuvā jau ir uzbūvējusi lielu loģistikas centru. *Lidl* ir specializējušies tā sauktajā *discount* (atlaizū) segmentā, tam ir primitīvi aprīkoti veikali, kuros precēm ir zema cena. Šāda tipa veikaliem jāreķinās ar to, ka vietējie ražotāji nebūs gatavi tik ļoti nolaist cenas, savukārt pircēji nebūs apmierināti ar apkalpošanu. Paskatīsimies, kas notiks Lietuvā, kur *Maxima* ir lielākais lielveikalu tīkls, un tad redzēsim, kam mums vajadzēs gatavoties. Domāju, ka lielākam satraukumam par jaunas tirdzniecības ķēdes ienākšanu Latvijā vajadzētu būt mazajiem tirgus dalībniekiem.

**Pērn *Maxima Latvija* apgrozījuma pieaugums bija tikai 0,13%, salīdzinot ar periodu iepriekš, kad tas bija 5,10%. Vai šos finanšu rezultātus ir ietekmējuši Zolitūdes traģēdija?**

Nenoliedzami – prātam neaptveramā nelaime Zolitūdē ir ietekmējusi arī uzņēmuma finanšu rezultātus. Kopumā, ņemot vērā situācijas nopietnību, izaugsmes tempu samazinājums ir salīdzinoši neliels un, manuprāt, šie ir visnotaļ labi finanšu rādītāji, jo apgrozījuma pieaugums, lai arī salīdzinoši mazāks, tomēr tas ir bijis. Noteikti vēl daudz jāpaveic, taču šogad apgrozījuma pieaugumam vajadzētu būt lielākam.

**Kāda ir Jūsu personiskā attieksme pret Zolitūdes traģēdiju? Vai kāds no jūsu tuviniekiem, paziņām ir tajā cietis?**

Nē, mani tuvinieki šajā traģēdijā nav cietuši. Notikušais Zolitūdē ir viens no atjaunotās neatkarīgās Latvijas lielākajiem traģiskajiem notikumiem. Šādi notikumi atstāj dziļu iespaidu uz sabiedrību kopumā. Strādā parlamentārā izmeklēšanas komisija, ir notikušas izmaiņas likumos, un jācer, ka šis darbs tiks turpināts. Te ir runa ne tikai par normatīvās bāzes sakārtošanu, bet arī par pārvaldes funkcijām, – cik uzņēmums pats ir gatavs, cik gatavi ir mūsu civilās aizsardzības dienesti, kas ir tās jomas, kurās nepieciešami uzlabojumi? Ļoti ceru, ka tiks izdarīts viss iespējams, lai šādi notikumi nākotnē neatkārtotos!

**Kas izdarīts *Maximā*, lai novērstu jebkādas negadījumus?**

Pārmaiņu plāna ietvaros uzņēmumā kā prioritāte tika noteikta klientu un darbinieku drošība. Darbs notika vairākos virzienos, ietverot celtniecības un enerģētikas, kā arī ugunsdrošības standartu pārbaudes. Piesaistot sertificētus un neatkarīgus ekspertus, *Maxima Latvija* veica padziļinātas visu veikalu ēku konstrukciju ārpuskārtas pārbaudes atbilstoši noteiktam grafikam – šādas pārbaudes un apsekošanas ir veiktas visos veikalos un ir saņemti sertificēti būvzinātnieku atzinumi, ka ēkas ir drošas ekspluatācijai. Izveidots arī diennakts tehniskais dispečerdienests, lai operatīvāk novērstu kādas tehniskas problēmas, kas ikdienas darba gaitā veikalos var rasties. Vienlaikus risinām dažādus tehniskos jautājumus, kas saistīti ar ekspluatāciju un apstākļu uzlabošanu ēkās. Ēku tehniskā stāvokļa apsekošanā un pilnveidē investēti aptuveni 1,7 miljoni eiro. Tāpat esam izvērtējuši un pilnveidojuši ar ugunsdrošību saistītos procesus uzņēmumā, kas sevī ietver ar ugunsdrošību saistītās procedūras jeb rīcības plānu, darbinieku praktiskās apmācības, kā arī ugunsdrošības signalizāciju tehniskā stāvokļa novērtējuma un uzlabošanas darbus. Kopumā ugunsdrošības jautājumu pilnveidē un apmācībās investēti vairāk nekā 900 tūkstoši eiro.

**Ja jums šobrīd būtu jānovērtē drošība *Maximas* veikalos no 1 līdz 10 ballēm, uz cik ballēm to novērtētu?**

Drošībai vienmēr ir jābūt visaugstākajā līmenī un, ņemot vērā visu to, kas ir izdarīts un pie kā mēs nepārtraukti strādājam, šim vērtējumam ir jābūt 10 balles.

**Vai pēdējā laikā *Maximā* ir veikti klientu lojalitātes mērījumi? Vai Jūsu rīcībā ir dati par to, kā tā ir mainījies pēdējo divu gadu laikā?**

Ir dažādi veidi, kā var analizēt. Viens veids ir *Paldies* kartes, kuras šobrīd izsniegtas vairāk nekā 800 tūkstošiem *Maxima* klientu. Ja skatāmies uz pārdošanas rezultātiem, tie ir ar pieaugošu tendenci. Cilvēki saprot, ka nelaime var notikt ar katru, bet, protams, uzņēmumam jāspēj krīzes situācijā atbilstoši rīkoties un mērķtiecīgi virzīties tālāk. Pētījumi liecina, ka parasti klienti ir lojāli vienam mazumtirdzniecības tīklam, viņi parasti zina, ko viņi var no tā sagaidīt, tāpēc pāreja uz citu tīklu nenotiek pārāk bieži. Protams, pircējs var pa retam ieiet arī kādas citas lielveikalu ķēdes veikālā, bet lielākoties viņš meklēs savējo. Kopumā ņemot, klientu lojalitātē ir notikušas izmaiņas, bet nevaru teikt, ka tās ir negatīvas, drīzāk gan pozitīvas. Tie cilvēki, kas aizgāja projām, sagaida no mums rīcību un komunikāciju publiskajā telpā par to, ka esam mainījušies. Mums ir jābūt cienīgiem viņus acināt un pieņemt atpakaļ. Un pie tā arī aktīvi strādāsim.



**Vai visas lojalitātes kartes ir aktīvas?**

Jā, protams, tās ir vairāk vai mazāk aktīvas. Regulāri *Paldies* kartes izmanto vairāk nekā 600 tūkstoši pircēju.

**Kādas ir investīcijas uzņēmuma attīstībā? Vai, attīstoties tehnoloģijām, uzņēmumā ir ieviesti kādi mūsdienīgi risinājumi?**

Ir lietas, ko pircēji var pamanīt, ieejot veikalos, bet ir arī daudzas citas lietas, kuras viņi redzēt nevar, bet kas ir ieviestas un veiksmīgi darbojas. *Maxima* iet līdzī laikiem, ievieš modernās tehnoloģijas, kas padara darbu efektīvāku, preces veikalā plauktos – cenu ziņa pircējiem draudzīgākas. Šogad esam ieviesuši jaunu noliktavu pārvaldes sistēmu, kas ievērojami atvieglo loģistikas procesus un noliktavu darbinieku darbu, padarot to ērtāku un efektīvāku. Jaunums, ko var redzēt veikalos, ir pašapkalpošanās kases, kas šobrīd ir ieviestas piecos *Maxima* veikalos. Pats pamēģināju iepirkties ar šīs kases palīdzību – teikšu godīgi, pirmo reizi gāja grūti, bet tagad, kad zinu, kas ir jādara, tas nebūt nav sarežģīti. Pie šīm kasēm pircējus sagaida konsultanti, kas palīdz veikt maksājumus. Arī bērni un seniori veiksmīgi ir apguvuši šo jauno maksāšanas veidu. Ar laiku visos lielajos *Maxima* veikalos šādas kases tiks ieviestas. Šo kasu attīstībā šogad esam investējuši aptuveni 300 tūkstošus eiro.

**Maxima Latvija ir lielākais darba devējs Latvijā. Kāda situācija uzņēmumā šobrīd ir ar darbaspēku?**

Šobrīd uzņēmumā strādā 8444 darbinieki un ir 522 brīvas vakances. Mums galvenokārt trūkst kasieru un apsargu, arī ofisa darbinieku. To trūkums un lielā kadru mainība zemāk apmaksāto profesiju segmentā nav tikai *Maxima* problēma, tā ir viena no fundamentālām problēmām Latvijas darba tirgū.

**Ko Jūs darāt lietas labā, skatāties imigrantu virzienā?**

Imigranti lielā mērā ir un būs Latvijas sabiedrības problēma. Tie, kuri noliedz šīs problēmas esamību vai potenciālās sekas, dzīvo kaut kādā iluzorā pasaulītē. Visai Latvijas sabiedrībai, iesaistoties pašvaldībām un uzņēmējiem, tā kopā būs jārisina. Tam, ka viņi šeit dzīvos, saņems pabalstus un neko nedarīs, ilgtermiņā būs negatīvas sekas. Tāpēc jādomā, kā veicināt viņu nodarbinātību, lai kļūtu par pilnvērtīgiem mūsu sabiedrības locekļiem, ja viņi izlemtu šeit palikt ilgākā laika termiņā. Kā uzņēmums, kuram trūkst darba roku, skatīsimies arī šajā virzienā, bet tā nekad nebūs prioritāte, jo strādājam apkalpošanas sfērā un ļoti svarīgas ir labas valodas zināšanas. Ilgtermiņā, iespējams, tas arī varētu būt

**CV**

**Andris Vilcmeiers**

**Darba pieredze**

- Kopš 2015. g. septembra SIA *Maxima Latvija* valdes loceklis
- 2011.–2015. g. a/s *Putnu fabrika Kekava* valdes priekšsēdētājs
- 2014.–2015. g. SIA *Lielzeltiņi* valdes priekšsēdētājs
- 2008.–2014. g. a/s *ALA Investments* padomes priekšsēdētājs
- 2009.–2010. g. a/s *Ventspils nafta* valdes loceklis
- 2008.–2010. g. a/s *Latvijas kuģniecība* padomes priekšsēdētāja vietnieks
- 2008.–2010. g. a/s *Ventspils nafta termināls* padomes loceklis
- 2008.–2010. g. SIA *LatRosTrans* padomes priekšsēdētājs
- 2006.–2009. g. a/s *Ventspils nafta* padomes priekšsēdētāja vietnieks
- 2005.–2008. g. a/s *ALA Investments* valdes priekšsēdētājs
- 2002.–2012. g. a/s *LSF Holdings* valdes loceklis, finanšu direktors
- 2001.–2002. g. *PricewaterhouseCoopers Latvija* darījumu konsultants

**Izglītība**

- 1994.–1998. g. Latvijas Universitāte, Sociālo zinātņu bakalaura grāds vadībzinātnē
- 1998.–2002. g. Latvijas Universitāte, Sociālo zinātņu maģistra grāds ekonomikā

**Hobiji**

- vasarā – golfs, pludmales volejbols, ritenbraukšana un skriešana
- ziemā – slēpošana un snobboards

„Ļoti labi saprotam, ka atgūt sabiedrības uzticību varam tikai ar reāliem darbiem, nevis reklāmas budžetiem.

risinājums, ja veiksmīgi integrēsim šos cilvēkus mūsu sabiedrībā – viņi bērni ies mūsu skolās, apgūs valodas, kāpēc gan lai tas nebūtu risinājums? Uz tiem amatiem, kas nav saistīti ar klientu apkalpošanu, piemēram, apkopējas un atslēdznieki, imigranti varēs pretendēt, ja, protams, viņiem būs atbilstoša kvalifikācija un nepieciešamās iemaņas.

**Kā vērtējat biznesa vidi Latvijā, kādu izaugsmi plānojat?**

Domāju, ka Latvijas ekonomika pēc krīzes gados ir gājusi pareizā virzienā. Ir bijusi strikta finanšu disciplīna, un Latvijā izaugsme ir acīmredzama gan rūpniecībā, gan pakalpojumu sektorā. Arī prognozes tuvākajiem diviem, trijiem gadiem ir visnotaļ pozitīvas. Domāju, ka Baltijas valstīs izaugsme turpināsies. Protams, nav sagaidāms tāds tīģera lēcieni, kāds tas bija buma laikā, bet izaugsme 3–4% ietvaros noteikti būs. Ir vairāki riska faktori, kas jāņem vērā, un Krievijas faktors ir viens no būtiskākajiem. Mēs paši – *Maxima* – esam noskaņoti uz optimistiski reālistisko izaugsmi, to plānojam mērenu, augot līdzī tirgum. Ja pēdējie divi gadi bija tādi *struggling* (cīkstēšanās), tad turpmāk mērķtiecīgi tiks attīstīts bizness, celta uzņēmuma reputācija, tostarp, strādājot pie uzņēmuma iekšējās kultūras uzlabošanas, kā arī veicināta klientu lojalitāte.

**Cik lielas investīcijas Maxima šobrīd iegulda sava publiskā tēla uzlabošanai?**

Protams, mums tāpat kā citiem uzņēmumiem ir gan reklāmas, gan mārketinga budžets. *Maxima* ir arī savs labdarības budžets. Domājam par sabiedriskajām attiecībām, izmantojam gan iekšējos resursus, gan ārpalpojumu. Reputācijas celšanai budžets, salīdzinot gan ar 2013., gan 2014. gadu, nav būtiski mainījies. Arī nākamajā gadā tas būtiski palielināts netiks. Iespējams, pamainīsies kādi aspekti komunikācijā ar mērķa auditorijām. Ļoti labi saprotam, ka atgūt sabiedrības uzticību varam tikai ar reāliem darbiem, nevis reklāmas budžetiem. Lai būtu, par ko pastāstīt, šie darbi ir jāpadarā. Pēc šāda principa uzņēmums ir strādājis pagājušā gadā, turpina šogad un uz šādu pieeju koncentrēsimies arī turpmāk.

**Kāds ir galvenais Maxima ziņojums mērķa auditorijām?**

Galvenais ziņojums, ko gribētu nodot visiem – *Maxima Latvija* ir uz pārmaiņu ceļa. Vēlamies, lai klientiem esam veikals, kur iespējams ērtāk un izdevīgāk iepirkties un kur pieejams plašs un kvalitatīvs produktu sortiments, savukārt dažādiem sadarbības partneriem esam uzticams un godīgs sabiedrotais. Kā lielākais privātais darba devējs Latvijā, darbiniekiem vēlamies nodrošināt labu darbu vidi, tādēļ pilnveidojam iekšējo kultūru, iedzīvinām jaunas vērtības. Vēlamies, lai sabiedrība saredz mūsu darbu augļus, kas radušies, ieviešot pārmaiņas uzņēmumā, taču arī jāsaprot, ka kompānijā ar 8500 strādājošajiem tas prasa ilgu un mērķtiecīgu darbu.

Kristīne Stepiņa

LATVIJAS NACIONĀLĀ OPERA UN BALETS

OKTOBRIS 2015



Brīvā Skulptūra VILKAČU MANTINIECE

01	○	TRAVIATA	Īpašs sastāvs
02	B	RAIMONDA	
03	○	FIGARO KĀZAS	
04	B	KOPĒLIJA	
05	IP	OPERAS SĀKUMI	■
07	B	ROMEO UN DŽULJETA	
08	○	VILKAČU MANTINIECE	Vienīgā izrādē
09	B	BAJADĒRA	
10	○	NABUKO	
11	IP	BALETA PASAULĒ	■
11	○	MADAMA BUTTERFLY	Īpašs sastāvs
19	IP	Sarunas pirms pirmizrādēm. BOLERO...	■
22, 23	B	BOLERO...	Pirmizrāde
24	○	PUTNU OPERA	
25	○	TRUBADŪRS	Īpašs sastāvs
28	○	MANONA LESKO	Īpašs sastāvs
29	B	BAHČISARAJAS STRŪKLAKA	
30	○	VĪLAS. DŽANNI SKIKI	
31	B	KARLSONS LIDO...	

○ - opera | B - balets | ■ - Jaunā zāle

BIĻETES: Biļešu Paradīzes un LNO kasēs Aspazijas bulvārī 3, Rīgā; (+371) 67073776; boxoffice@opera.lv; www.bilesuparadize.lv

www.opera.lv