

KAI MAISTO MAGIJA UŽSIIMINĖTI NĖRA REIKALO: VERSLO PAMATAS – PAŽADO LAIKYMASIS

*Interviu su UAB “Giedrupė” direktoriumi **Artūru Merkiu** ir
UAB “Giedrupė” investuotoju ir verslo vystytoju
Giriumi Merkiu*

Justas Gavėnas, EKT

**Artūras Merkys****Išsilavinimas:**

- VU (1999-2001). Fizika. Magistras

Profesinė karjera:

- UAB “Giedrupė” direktorius (nuo 2009)
- LR Krašto apsaugos ministerija, LR Švietimo ir mokslo ministerija, skyrių / poskyrių vedėjas (1998 – 2008)
- LRT 1 - osios radijo programos direktorius (1997 - 1998)
- Privačių verslų vystytojas (1993 - 1997)
- Vilniaus r. savivaldybės Vyriausybės įgaliotinis (1991-1993)
- Mokslų akademijos Fizikos instituto jaunesnysis mokslinis bendradarbis (1984-1990)

Pasiekimai:

- Lietuvos radijas: įvykdyta modernizacija, įdiegta kompiuterizuota radijo laidų rengimo sistema, pertvarkytas radijo laidų tinklas, kurio pagrindu transliacijos vyksta ir šiandien (1998)
- Vilniaus rajono savivaldybė: pradėta žemės reforma ir privatizavimas, išplėtotas lietuviškų mokyklų tinklas, suprojektuotos pagrindinės Vilniaus priemiesčio gyvenvietės
- Savanoris, Savanorių organizatorius. Apdovanotas Sausio 13 - osios atminimo medaliu (2002)

Išsilavinimas:

- VU (2007-2009). Neurobiologija. Magistras
- VU (2003 - 2007). Biofizika. Bakalauras

Profesinė karjera:

- UAB “Giedrupė” investuotojas ir verslo vystytojas (nuo 2009)
- Thermo Fisher Scientific (buvęs UAB “Fermentas”) verslo plėtros skyriaus vadybininkas (2009 – 2012)
- Ekologijos plėtros centro “gamtos idėjos” specialistas (2007 – 2012)
- Vilniaus universiteto Studentų atstovybės Rinkodaros vadovas (2006-2007)

Pasiekimai:

- UAB “Fermentas”: metų darbuotojo apdovanojimas už nestandartinių užsakymų valdymo sistemą (2010)
- Vilniaus savivaldybės jaunimo reikalų tarybos narys (2008)
- Vilniaus universiteto Studentų atstovybė: daugiau kaip 10 apdovanojimų ir padėkų už puikius veiklos rezultatus, pagalbą ir mokymus (2006 – 2013)

**Girus Merkys**

Justas Gavėnas,
EKT: "Jūsų įmonė
įkurta
2009.03.12.
Aktyvią prekybą
šamais pradėjote
2011.01.12.
Kokios 2 - 3
esminės
priežastys lėmė
Jūsų pasirinkimą
veisti šamus ir
juos
pardavinėti?"

Artūras Merkys: "Tiesą pasakius, pirmą mintį kuriant verslą buvo apie technologiją, o ne apie žuvį. Pats esu fizikas, bet dar nuo paauglystės tyrinėju povandeninį pasaulį: keliauju, nardau, studijuju literatūrą. Taigi, versle suderinau abi savo aistras – domėjimąsi mokslu ir žuvimis. Žinojau, kad vakaruose jau nuo 1967 m. naudojama moderni technologija, kuri leidžia auginti vandens gėrybes uždarose patalpose pilnai kontroliuojant vandens parametrus. Taip galima turėti produkciją ištisus metus. Mano svajonė buvo atgabenti šią technologiją į Lietuvą ir čia ją taikyti. Pradėjau nuo mokslinės literatūros, bet vėliau supratau, kad laboratorijoje gauti rezultatai retai pritaikomi pramoninėje skalėje. Ėmiausi vizituoti įmones užsienyje: Suomija, Danija, Latvija, Lenkija, Estija. Pasiruošiamieji darbai truko beveik 4 metus. Pirmąją įrangą įsigijau iš žmogaus, kuriam šamų verslas nepasisėkė, ir jis pasitraukė. Viską finansavome šeimos lėšomis, kurių pradžia reikėjo apie 300 tūkst. Lt".

Girius Merkys: "Šia technologija išauginta žuvis yra brangesnė, nei vidaus vandenyse sugautos žuvies, todėl yra pakankamai ribotas sąrašas žuvų, kurias verta taip auginti. Pasirinkti, kurią žuvį auginti buvo nelengva. Svėrėme visus už ir prieš. Rinkomės iš ungurio, eršketo, upėtakio ir šamo. Iš pradžių patraukliausiai atrodė unguris, nes yra atsparus ligoms, turi didelę paklausą, klientas yra "premium" klasės, todėl mažai jautrus kainai. Visgi, sužinojome, kad yra pakankamai sudėtinga įsigyti mailių, nes dar nesukurta technologija, kuri leistų veisti ungurius dirbtinėmis sąlygomis. Eršketas buvo patraukus dėl įžymiųjų ikry, o upėtakis traukė savo populiarumu ir paprastumu. Šamą pasirinkome dėl jo savybių, kurios, tikėjome, patrauks kliento akį. Žmonėms patinka, kad šamas neturi ašakų, nereikia skusti, o skoninės savybės tiesiog puikios. O didžiausias šamo minusas yra mažas jo žinomumas. Žmonės nežino nieko apie šią žuvį: nei kokia ji, nei kaip ją pasigaminti <...>."

Girius Merkys: “<...> Taigi, pasirinkę šamą rizikavome, tačiau rizika buvo pasverta. Mes žinojome, kad sugebėsime Lietuvos žmonėms papasakoti, kokia tai puiki žuvis, ir kaip mes ją sąžiningai užauginame. Daug dirbome, kad kliento patirtis su “Merkio Šamu” būtų tik pati geriausia”.

“Žinoma, verslas kaime turi ir savų minusų. Didžiausias jų – darbuotojų trūkumas. Liūdna, bet yra daug geriančių žmonių, kurių atsakingam darbui samdyti neįmanoma. Kita kaimo problema yra didelis atstumas iki miesto. Tai labai sumažina lankstumą, todėl būtinas ypatingas planavimas”
(A. Merkys)

Justas Gavėnas, EKT:
“Kaip iš verslininko pozicijų Jūs vertinate verslo aplinką?”

Artūras Merkys: “Verslo aplinka Lietuvoje nėra visur vienoda. Dabar labai džiaugiamės, kad pasirinkome plėtoti verslą kaime. Jaučiame, kad iniciatyva čia tikrai vertinama. Sulaukiame ir kritikos, ir pagalbos. Esame skatinami pasinaudoti ES fondais, dalyvauti darbo vietų steigimo projektuose. Ir nors tai nedideli pinigai, smagu jausti, kad prisidedi prie vietos bendruomenės stiprinimo. Žinoma, verslas kaime turi ir savų minusų. Didžiausias jų – darbuotojų trūkumas. Liūdna, bet yra daug geriančių žmonių, kurių atsakingam darbui samdyti neįmanoma. Kita kaimo problema yra didelis atstumas iki miesto. Tai labai sumažina lankstumą, todėl būtinas ypatingas planavimas”

ATVIRI SEMINARAI IR VIDINIAI MOKYMAI

- Verslui
- Viešojo sektoriaus atstovams
- Individualiems asmenims



www.ektmokymai.lt

Justas Gavėnas, EKT:

„Mažmeninei prekybai šamais pasirinkote nestandartinį sprendimą – prekiauti per taip Jūsų vadinamus „Maisto Ambasadorus“. Kokios priežastys lėmė šį pasirinkimą?“

Girius Merkys: *“Pirmieji keli prekybos metai buvo labai sudėtingi, nes pagrindinis mūsų klientas buvo ne galutinis vartotojas, bet perpardavinėtojas, kuriam reikėdavo suteikti papildomą nuolaidą. Juokinga, bet 10 kilogramų perkantis turgaus prekeivis jau buvo laikomas labai svarbiu klientu - didmenininku. Buvo gaila matyti, kaip mūsų šamus turguje pardavinėdavo po 15 - 16 Lt/kg. Žinojome, kad mūsų produktas vertas daugiau, o didmeninė rinka kainai negailestinga: pigūs šamai pasiekdavo iš Lenkijos, taip pat dažnai tekdavo konkuruoti ir su nelegaliai dirbančiais vietiniais augintojais, kurie šamus augindavo tiesiog garaže.*

“Žinojome, kad mūsų produktas vertas daugiau, o didmeninė rinka kainai negailestinga: pigūs šamai pasiekdavo iš Lenkijos, taip pat dažnai tekdavo konkuruoti ir su nelegaliai dirbančiais vietiniais augintojais, kurie šamus augindavo tiesiog garaže“ (G. Merkys)

Taigi, aplinkybės vertė patiems eiti pas vartotoją. Įsigijome autoparduotuvę. Ėmėmės didesnėse Vilniaus įmonėse ieškoti žmonių, kurie galėtų papasakoti kolegoms, kuo ypatinga mūsų žuvis. Pradėjome organizuoti ekskursijas. Susikūrė nedidelė bet entuziastinga komanda, kuriems ši žuvis buvo didelis atradimas. Jie tapo produkto specialistais ir mielai dalinosi savo žiniomis ir patirtimi apie “Merkio Šamus”. Pavadinome šiuos žmones Maisto Ambasadoriais, nes ateityje planuojame turėti ir kitų aukščiausios kokybės ir šviežių produktų. Šiuo metu visus užsakymus suorganizuoja Maisto Ambasadoriai. Planuojame, kad per 2013 m. būtent šių žmonių pagalba išprekiausime 35 tonas žuvies“.

Justas Gavėnas,

EKT: „Ar nekilo pagunda pasinaudoti jau egzistuojančia prekybos infrastruktūra specializuotoje ar nspecializuotoje prekyboje?“

Artūras Merkys: „Pačioje verslo pradžioje svarstėme tokią galimybę, bet greitai atmetėme. Toks sprendimas buvo priimtas, nes turime palyginus mažus pajėgumus ir negalime milžiniškų lėšų skirti reklamai. Prekybos centrą ar turgaus prekystalį mes matome kaip sandėlį, kur prekė guli, o praeinantis klientas ja susigundo arba ne. O kas lemia tokio kliento sprendimą? Taigi, žinojome, kad be reklamos pirkimų nebus, nes produktas yra naujas Lietuvos žmonėms. Jie apie jį žino mažai arba išvis nežino. Taip pat svarstėme turėti specializuotas savo parduotuves, bet mūsų skaičiavimais tai kol kas nepateisintų mūsų lūkesčių“.

„Prekybos centrą ar turgaus prekystalį mes matome kaip sandėlį, kur prekė guli, o praeinantis klientas ja susigundo arba ne. <...> Taip pat svarstėme turėti specializuotas savo parduotuves, bet mūsų skaičiavimais tai kol kas nepateisintų mūsų lūkesčių“ (A. Merkys)

Justas Gavėnas,

EKT: „Kiek tų „Maisto ambasadorių“ Jūs turite?“

Girius Merkys: „Šiandien per visą Lietuvą jau yra apie 200 Maisto Ambasadorių. Tai - mūsų prekės fanai ir lojaliausi klientai. 2011 metų pradžioje jų buvo vos 20 ir tie tik iš Vilniaus. Augimą lėmė kryptingas prezentacijų - degustacijų įvairiuose miestuose organizavimas. Bet kuris žmogus panorėjęs gali tapti Maisto Ambasadoriumi. Nėra jokių sąlygų ar apribojimų. Svarbiausia noras bendrauti ir padėti. Maisto Ambasadoriai padeda savo aplinkos žmonėms užsisakyti „Merkio Šamus“. Stipriausios bendruomenės šiuo metu yra Vilniaus, Šiaulių, Klaipėdos krašte, bet neatsilieka ir Kaunas su Panevėžiu. Mažesniuose miestuose įsitvirtinti sunkiau, nes paprastai ten gyvenantys žmonės turi mažesnes pajamas, nors yra miestelių, kurie viršija visus lūkesčius. Vienas tokių – Kuršėnai. Šis pavyzdys rodo, kad stiprus Maisto Ambasadorius nepriklausomai nuo aplinkybių gali pasiekti gerų rezultatų <...>“.

Girius Merkys: *“Visgi, visko Maisto Ambasadoriams nepatikime. Pastebėjome, kad organizuojant išankstinį užsakymų surinkimą į naują miestą, labai svarbu, kad prieš tai ten patys atvyktume ir padarytume susitikimą su klientais ir Maisto Ambasadoriais. To nepadarius, net ir puikus miestas su gausiu ambasadorių ir klientų bendruomene, neužsakys tiek žuvies, dėl kiek verta važiuoti”.*

“2012 metais išauginome virš 11 tonų žuvies, ir tai buvo 46% daugiau nei 2011. Dėl padidėjusio žuvies poreikio iš galutinių klientų, paėjusiais metais buvo atsisakyta didmeninių klientų” (A. Merkys)

Justas Gavėnas, EKT:

“Esate santykinai jauna įmonė. Statistika, kad sėkmingai išgyvensite pirmuosius trejus ar penkerius metus negailestinga... Kokie Jums buvo 2012 – ieji ir ko tikėtės 2013 – aisais?”

Justas Gavėnas, EKT: *“Iš pirmo žvilgsnio Jūsų produkcija atrodo brangi. 20 Lt / kg gyvo šamo ar net 40 Lt / kg rūkyto šamo ne visiems prieinama kaina...”*

Artūras Merkys: *“2012 metais išauginome virš 11 tonų žuvies, ir tai buvo 46% daugiau nei 2011. Dėl padidėjusio žuvies poreikio iš galutinių klientų, paėjusiais metais buvo atsisakyta didmeninių klientų. 2012 metai buvo taip pat rekordiniai įmonės publikacijų žiniasklaidoje skaičiumi. Žurnalas "Panelė" apdovanojo mus užėmus 1 -ą vietą jų organizuotame konkurse "Verslo idėjų bankas". Garbinga komisija vienbalsiai išrinko mus, kaip geriausią verslo idėjų 2012 metais”.*

Artūras Merkys: *“Taip, kaina yra aukštesnė nei prekybos centre, bet ir vertė, kurią klientas gauna įsigydamas prekę yra didesnė. Esame labai orientuoti į kokybę. Mūsų versle tai reiškia švariai, sveikai užauginta žuvį, kuri yra pristatoma visada šviežia, o klientas yra maloniai aptarnautas. Šalia to, mes siekiame, kad kliento patirtis su mūsų produktu būtų tik pati geriausia. Čia labai padeda Maisto Ambasadoriai, kurie palaiko artimą ryšį su klientu ir pasirūpina, kad jis gautų visą reikalingą informaciją, kaip žuvį laikyti, paruošti, pagaminti ir pajausti”.*

“Mes “Merkio Šamų” atvežame tik tiek, kiek užsakyta, todėl maisto magija užsiiminėti nėra reikalo. Laikome tai mūsų stiprybė” (A. Merkys)

Artūras Merkys: *“Mūsų klientas žino, ką valgo. Taip, jis gali už 20 Lt/kg įsigyti jau skrostą šamą prekybos centre, bet vieną dieną jis ten gali būti atitirpdytas iš ledo, o kitą dieną atgabentas iš Lenkijos, kur juos augina elektrinės jėgainės aušinimo vandenyje. Paprastai mes rekomenduojame gerai apžiūrėti, kaip atrodo tos žuvis, kurias prekybos centras sandėliuoja ant ledo. Jos būna išbalusios, dėmėtos, akys apsiblaususios, o kartais jau su specifiniu kvapu. Dažnas nesusimąsto, kur jie tas žuvis deda, kai neįstengia parduoti. Mes “Merkio Šamų” atvežame tik tiek, kiek užsakyta, todėl maisto magija užsiiminėti nėra reikalo. Laikome tai mūsų stiprybė”.*

Justas Gavėnas,
EKT: *“Nesate didelė tarptautinė įmonė ar šiais dideliais marketingo biudžetus valdanti bendrovė. Kaip pasisekė įsitvirtinti rinkoje?”*

Girius Merkys: *“Taip, mūsų rinkodaros biudžetas mažas. Gal 500 Lt (juokiasi). Pasirinkome kitą kelią – gerą žinių paleisti iš lūpų į lūpas. Taip ir atsirado Maisto Ambasadoriai, kurie yra mūsų produktų fanai ir lojaliausi klientai. Jie taip pat padeda savo aplinkos žmonėms užsisakyti mūsų žuvį. Už šią pagalbą mes jiems padarome nuolaidą. Akivaizdu, kad Maisto Ambasadorius palaiko mūsų entuziazmas ir džiaugsmas būti reikalingiems savo bendruomenei. Dar labai svarbu yra kokybiška prekė su "Wow!" efektu. Yra tikrai sunku sukurti ir palaikyti tokią sistemą. Maisto Ambasadoriai yra ne tik pagalba, bet ir didelė atsakomybė. Jie pirmieji išgirsta klientą ir reikalauja iš mūsų būti nuolat pasitempusiems, rodyti progresą. Svarbu suprasti, kad vien Maisto Ambasadorių nepakanka. Organizuojame susitikimus su klientais, ekskursijas į šaminę – vietą, kur auginame “Merkio Šamus”. Labai pasiteisino bendradarbiavimas su maisto tinklaraščių (angl. blog). Jie mums padėjo paruošti gausybę receptų”.*

Justas Gavėnas,
EKT: *“Kaip reaguoja potencialūs pirkėjai, sužinoję, kad vykdote prekybą šamais?”*

Artūras Merkys: *“Kaip taisyklė, visi klientai mano, kad žuvis auginame tvenkiniuose. Įsivaizduoja, kad važiuos pro šalį, užsuks, ir mes čia pat jam ją pagausime (juokiasi). Pasitaiko ir tokių, kurie nori auginti šamus pas save tvenkinyje, ko Lietuvos klimatu padaryti neįmanoma, nes ši žuvis išgyvena tik tropinėse sąlygomis. Dar vienas klaidingas stereotipas, kad šamas yra labai didelė žuvis, kuri yra labai riebi ir dumblėta. Daug kam “Merkio Šamai” asocijuojasi su Merkio upe. Pasitaiko sulaukiame klientų pasipiktinimų, kaip Utenos rajone gali būti Merkio šamai; juk Merkio upė yra Dzūkijoje. Tačiau paaiškinus, kad tai pavadinimas kilęs nuo augintojo pavardės, už tokią gudrybę jie mums atleidžia (juokiasi)”.*

“Didžiulei mūsų nuostabai, Klaipėda mūsų žuvį priėmė su džiaugsmu. Vien to, kad tokios žuvies jūroje nėra, įtikti klaipėdiečiams būtų nepakakę. Sėkmė Klaipėdos krašte tai dar vienas įrodymas, kad kokybės ir šviežumo strategija mums pasiteisina” (A. Merkys)

Girius Merkys: *“Dažnas žmogus lieka nustebintas, kaip apskritai galėjo kilti idėja auginti šamus. Paprastai visus suintriguoja “Merkio Šamo” savybės, ir jie užsiori paragauti, o galiausiai lieka labai maloniai nustebinti. Daugeliui tai būna atradimas. Pasitaikė ir atveju, kai vegetarai pradėdavo daryti išimtį ir įtraukdavo mūsų žuvį į savo maisto racioną. O didžiausias išbandymas mums buvo Klaipėda, kur yra stipri žuvies valgymo kultūra. Buvo nuogąstavimų, kad klaipėdiečiai žuvies turi daug, ir “Merkio Šamui” dėmesio gali neatsirasti. Didžiulei mūsų nuostabai, Klaipėda mūsų žuvį priėmė su džiaugsmu. Vien to, kad tokios žuvies jūroje nėra, įtikti klaipėdiečiams būtų nepakakę. Sėkmė Klaipėdos krašte tai dar vienas įrodymas, kad kokybės ir šviežumo strategija mums pasiteisina”.*

Justas Gavėnas, EKT:

“Tai visgi, su kuo Jūs konkuruojate?”

Girius Merkys: *“Bendraja prasme konkuruojame su paukštiena, kiauliena, karpiu, lašiša, upėtakiu, šamais iš Lenkijos, vietiniais augintojais. Pirkėjai labai įvairiai vertina. Vieni lygina maistines savybes, kiti ieško ne produkto, bet kainos. Visgi, net palyginus mūsų “Merkio Šamą” ir geriausią afrikinį šamą iš likusių, mes turime bent kelis svarbesnius pranašumus. Ir nors konkurencinė aplinka yra priimtinoje ribose, neleidžiame sau užmigti. Sėkmė mums leidžia pirmiems pamatyti, kur link turime pasukti toliau, kokį produktą ar paslaugą pasiūlyti, kur investuoti, kad augintume savo verslą”.*

“Mūsų veiklą į priekį veda atsakomybės jausmas, kuris ypač susijęs su duotu žodžiu. <...> Tam būtinas pasitikėjimas, pagarba, susikalbėjimas. Šios vertybėmis ir yra mūsų verslo pamatas” (A. Merkys)

Justas Gavėnas, EKT:

“Prisipažinsiu... Mane asmeniškai labiausiai „papirko“ tai, kad Jūs visuomet laikotės duoto žodžio. Kai ieškojau, kaip gauti šamų nestandartinėje situacijoje, pažadėjote, kad susisieksite su manimi. Nors ir vėlai, bet savo pažadą išpildėte. Vakare gavau žinutę, kad kai kurie dalykai neįmanomi. Kiek Jums svarbus pažadas klientui?”

Girius Merkys: *“Labai teisingai pastebėjote. Mūsų veiklą į priekį veda atsakomybės jausmas, kuris ypač susijęs su duotu žodžiu. Stengiamės visose situacijose rasti susitarimą, išsiaiškinti, kas kiekvienai pusei yra svarbu. Tam būtinas pasitikėjimas, pagarba, susikalbėjimas. Šios vertybėmis ir yra mūsų verslo pamatas. Stengiamės, kad jos būtų ir mūsų aplinkoje: darbuotojai, partneriai, klientai. Taigi, mūsų veikla neapsiriboja vien tik pelno siekimu. Mums svarbu, kaip tikslas yra siekiamas. Kaip pasakė vienas mano mokytojas – tikslas turi būti ekologiškas, t. y. nekenksmingas aplinkai”.*

Justas Gavėnas, EKT:

“Aukšta produkcijos kokybė, pristatymas sutartu laiku... Visa tai Jūsų stipriosios pusės. Ar ir kuo žadate pirkėjus nustebinti ateityje?”

Girius Merkys: *“Staigmenų savo klientams tikrai esame numatę. Pirmiausiai, patobulinsime jau esamus produktus. Jau netrukus įsigysime geresnę rūkymo įrangą, kad rūkymas “Merkio Šamas” būtų dar skanesnis, sveikesnis ir dailesnis. Manome, kad žalios žuvies pardavimai padidės pasiūlius klientams įsigyti filė. Tam vėl reikalinga papildoma įranga. Investicijos būtinos ir naujiems produktams iš “Merkio Šamo”. Tai - ikrai, užtepėlės, delikatesiniai konservai. Ateityje numatome plėsti vandens gėrybių asortimentą. Planuose ne tik kitos žuvys, bet ir vėžiagyvių auginimas. Šiek tiek domimės akvaponikos galimybėmis, todėl yra tikėtina, kad per Maisto Ambasadorius galėsime pasiūlyti ir šviežių uogų ar daržovių”.*

APIE UAB “GIEDRUPĖ”:

- UAB “Giedrupė” – lyderiaujanti ūsuotųjų šamų augintoja Lietuvoje
- Įmonė įkurta 2009 metais ir specializuojasi vandens apytakinių sistemų technologijose. Šiame įmonė žengia į žuvies perdirbimo sritį
- 2012 metais išaugino virš 11 tonų šamų
- Produkciją pristato į 14 Lietuvos miestų.
- Valdo prekės ženklą “Merkio Šamas”
- Vykdo Maisto Ambasadorių programą, kurioje dalyvauja virš 200 Lietuvos žmonių
- Laimėjo 1-ą vietą žurnalo “Panelė” konkurse “Verslo idėjų bankas 2012”\
- Daugiau informacijos: www.giedrupe.lt



Strategija. Efektyvumas. Vertė

UAB “Ekonominės konsultacijos ir tyrimai”

J. Jasinskio g. 16B, Vilnius, LT - 01112

Tel.: (+370 5) 25 26 225

Faks.: (+370 5) 25 26 226

El. paštas: ekt@ekt.lt

www.ekt.lt