



NOVADI ZAĻO

No sēkļaņas līdz zaķītim

“Domā zaļi! Mīli dizainu! Atbalsti vietējo!” – balstoties uz šīm trim vērtībām, SIA “Wooly World” Liepājā no bioloģiskiem audumiem sāka ražot rotaļlietas, vēlāk arī apģērbu mazuļiem. Kā norāda uzņēmuma īpašniece Madara More, šodien ražotāji vairs nevar tā vienkārši visiem pateikt, ka ir zaļi domājoši. Tas tiešām ir jāpierāda ar rīcību.

Grūta izšķiršanās

“Wooly World”, kura produkcija vietējā un starptautiskā tirgū pazīstama ar zīmolu “Wooly Organic”, ir pirmais uzņēmums Latvijā, kas pirms vairākiem gadiem ieguva Globālo organiskā tekstila standarta (GOTS) sertifikātu. Pagaidām Latvijā šādi sertifikāti esot tikai diviem uzņēmumiem, otrs piešķirts Liepājas ražotnei “ICotton”.

Lai šādu apliecinājumu iegūtu, jāizpilda daudzi nosacījumi. “Šis sertifikāts nozīmē, ka var izsekot visai tekstila ražošanas ķēdei – no kuras saimniecības nākušas kokvilnas sēklas, kur šķiedraugi auguši, kurš šuvējs ražojis produkciju, kādi diegi izmantoti utt. Visai šai struktūrai ir jābūt ļoti caurspīdīgai,” skaidro M. More.

Produkcijas realizācijai Latvijas tirgū šāds starptautiskā standarta apliecinājums gan daudz neko nedodot, bet eksportam to pieprasot visi sadarbības partneri.

Šogad “Wooly World” nosvinēja 10 gadu jubileju. Pirmos četrus gadus tas darbojās kā sociālais uzņēmums, kurā neredzīgi cilvēki filcēja rotaļu lāciņšus. M. More teic, ka tolaik tas viņai bijis drīzāk hobijs, sociālais projekts. Lai tas pāraugtu klasiskā biznesā, bijis jāatsakās no sociālās uzņēmējdarbības, ar kuru nopelnīt vai atpelnīt ieguldījumus nebija iespējams. “Šodien sociālajā uzņēmējdarbībā ir citi likumi, citas paražas un cits atbalsts. Mēs to nesagaidījām,” viņa saka.

Zimola dibinātāja atzīst, ka atteikties no sociālās uzņēmējdarbības bijis emocionāli grūti, turklāt viņai pietrūcis pārliecības, ka rotaļlietu ražošanu var pārvēst biznesā. “Tas bija ļoti grūts posms. Nospriedu, ja aiz-

braukšu uz izstādi un savāksu pasūtījumus par X summu, tad turpināšu. Ja neizdosies, tad nodarbi pārtraukšu. Protams, tā uzņēmuma vēsturē bija visveiksmīgākā izstāde,” viņa smaidot atceras un piebilst, ka pāreja uz nopietnu biznesu prasījusi divus gadus.

Arī pagājušais gads kovidā pandēmijas dēļ bijis smags. “Kādā brīdī gandrīz visus darbiniekus atlaidām, jo mums viena mēneša laikā atteica pilnīgi visus pasūtījumus. Mums krīze sākās ātrāk nekā citiem, jo mūsu lielākais klients ir Itālija (tā Eiropā bija pirmā valsts, kur strauji sāka izplatīties Covid-19). Vienā brīdī sapratām, ka visi klienti ir pateikuši “nē”. Nezinājām, ko solīt darbiniekiem un kas būs nākotnē. Tas uzņēmumam bija pamatīgs transformācijas gads,” pandēmijas ietekmi raksturo M. More. Taču viņa spriež, ka šī krīze uzņēmumam devusi arī daudz pozitīva. Pagājušogad sasniegts vēsturiski vislielākais apgrozījums – 734 000 eiro, un gads noslēdzies ar visaugstāko rentabilitāti.

Daudzi šūšanas uzņēmumi pērn sāka ražot sejas aizsargmaskas, arī “Wooly World” izšķīries par šādu soli, piedāvājot biokokvilnas maskas gan pieaugušajiem, gan bērniem. Tas izrādījies veiksmīgs spilvens krīzes radītajā kritienā un ļāvis uzņēmumam pieņemt atpakaļ darbiniekus. Pasūtījumi no Eiropas valstīm biruši kā no pārpilnības raga, 10 000 masku aizsūtītas pat uz Kanādu.

Atkritumu faktiski nav

“Es laikam sevi nevarētu dēvēt par simtprocentīgi zaļi domājošu cilvēku. Droši vien esmu savas paaudzes vidējais svērtais, bet saskatīju nišu, un man šķita, ka jaundzimušajiem tomēr nepieciešams bioloģisks apģērbs un rotaļlietas,” stāsta M. More.

Par to viņa aizdomājusies pirms 10 gadiem, kad māsai pasaulē nāca pirmais bērniņš. Pētot bērnu preču piedāvājumu veikalos, viņu pārsteidzis tas, kādi materiāli to ražošanā tiek izmantoti – poliesteris, plastmasa utt.

Pēdējā desmitgadē tā dēvētajā eko uzņēmējdarbībā Latvijā startējuši daudzi uzņēmumi, to skaitā rotaļlietu darinātāji, taču



Uzņēmums produkciju eksportē uz vairāk nekā 30 valstīm. Arī vietējā tirgū aug pieprasījums pēc Liepājā ražotiem apģērbiem un rotaļlietām no bioloģiskiem audumiem.



“Manuprāt, eko tendence ar katru gadu Latvijā tikai pieaug. Paaudžu vērtības būtiski mainījušās,” spriež SIA “Wooly World” īpašniece Madara More.

ne visi šajā nišā spējuši izdzīvot. Kā tas izdevās “Wooly World”? Uz to M. More atbild ar Raiņa slaveno domu – pastāvēs, kas mainīsies.

“Manuprāt, eko tendence ar katru gadu Latvijā tikai pieaug. Paaudžu vērtības būtiski mainījušās. Šobrīd tā dēvētās Z paaudzes jaunieši, kas ir vecumā līdz 25 gadiem, uzskats un psiholoģija ir tāda, ka mūsu paaudze ir sabojājusi šo zemeslodi. Viņi ļoti seko līdzi tam, ko ēd, pērk, kādus atkritumus ražo. Jaunie cilvēki daudz vairāk domā par to, kādus nospiedumus vidē atstāj. Manuprāt, tas tikai pieaugs un pastiprināsies,” spriež uzņēmēja.

Būt zaļi domājošam uzņēmumam nemaz neesot tik sarežģīti. “Mūsu gadījumā attīstības ceļš izrādījās vienkāršāks, nekā sākumā šķita. Visas normas ir saprotamas. Sertifikācija šķiet biedējoša līdz brīdim, kad esi to ieviesis. Ja ikdienā ar to strādā no A līdz Z, tas nemaz neprasa ļoti daudz pūļu. Protams, domājot par to, ko un kā ražosim, jau izsijājas tie klienti, kuri mums varētu vai nevarētu būt,” klāsta M. More.

Vienlaikus viņa atzīmē, ka noteiktiem standartiem atbilstošam jābūt it visam “no papēžiem līdz matu galiņiem”, arī produkcijas iepakojumam jābūt ekoloģiskam. “Kā jau minēju, jāvar izsekot visam, arī tam, cik daudz atkritumu saražojam. Mēs, var teikt, atkritumus vispār nesaražojam. Auduma atgriezumus pārdojam vai nododam otrreizējai pārstrādei. Pat pusdienas dar-

biniekiem uz ražotni tiek vestas vairākkārt lietojamās traukos. Kad sākām darbiniekus nodrošināt ar ēdienu, veidojās ļoti liels plastmasas kalns. Sapratām, ka mēneša laikā desmitkārtšojies atkritumu apjoms. Nebija gan viegli atrast uzņēmumu, kas būtu gatavs ar to krāmēties – piegādāt ēdienu vairākkārt izmantojamās traukos un pēc tam tos mazgāt.”

Uzņēmums nepatērē arī pārāk daudz ūdens, lai saražotu produkciju, tāpat nav liels elektroenerģijas patēriņš, jo mūsdienīgas šujmašīnas neēd daudz elektrības.

Būs arī grāmatiņa

Lai gan jau vairākus gadus “Wooly World” ražo arī bērnu apģērbu un aksesuārus, galvenais produkts joprojām ir rotaļlietas – tieši tās atver durvis pie klientiem. “Rotaļlietas ir mūsu unikalitāte, bet apģērbs, kura industrija valda milzīga konkurence, ir sekundārs produkts. Eksperta klienti vispirms iepērk rotaļlietas, bet pēc tam sāk pasūtīt arī apģērbu. Rotaļlietas ir tās, kas pievilina klientus, taču ar katru gadu pieaug arī apģērbu pasūtījumu īpatsvars,” klāsta M. More.

Ražot apģērbu esot desmit reižu vieglāk nekā darināt rotaļlietas. Ja, piemēram, T kreklu var izgatavot desmit minūtēs, tad viena lāciņa uzšūšana prasīs aptuveni stundu. Roku darbs šeit ir daudz lielāks. Arī rotaļlietu šūvējas apmācīt ir grūtāk. “Viņām pārbaudes laiks ar atvieglotām normām ilgst aptuveni gadu,

kura laikā cilvēks tiek apmācīts un ievadīts darbā. Līdz ar to mēs nevaram ātri reaģēt uz lielākiem pasūtījumiem,” skaidro uzņēmēja.

Iepriekš produkcija tapa, sadarbojoties ar ārpakalpojuma sniedzējiem, taču nu jau vairākus gadus rotaļlietas un apģērbu ražo Liepājā, Strautu ielā.

Ap 25 cilvēku lielais kolektīvs rosās ražošanas ēkas trijos stāvos.

Nu jau telpas kļuvušas pa šaurām, un, lai darba vidē samazinātu kovidā izplatības risku, daļa darbinieču pārceļoties uz citu ēku.

Produkciju uzņēmums eksportē uz vairāk nekā 30 valstīm, taču ik gadu noiets pieaug arī vietējā tirgū. Latvijā “Wooly World” lielākais klients ir ilgtspējīga dizaina veikals bērniem “Mr. Bunny Shop”.

“Wooly World” tuvākais mērķis ir paplašināt ražošanu, dažādot piedāvājumu klāstu ar produktiem, kurus paši neražo uz vietas. Novembrī uzņēmumam sadarbībā ar izdevniecību “Zvaigzne ABC” un rakstnieci Eviju Gulbi nāks klajā pirmā kopprodukta grāmata “Zaķēns, kurš meklē vārdus”. Grāmatiņu papildinās “Wooly” zaķēns un puzzle.

Savu uzņēmumu M. More raksturo kā trešo bērnu, kurš radīts ar lielu aizrautību. Vai, darbojoties šajā sfērā, pašai bija no kaut kā jāatsakās? “Nē, drīzāk es vairāk ieguvu. Pirmkārt, tā ir darba vide, kas pašai šķiet interesenta, otrkārt, komanda, ar kuru patiešām prieks kopā strādāt. Tas vairs nav vientuļa celmlauža darbs. Domāju, ka man būtu jāatsakās no kaut kā daudz vairāk, ja strādātu algotu darbu uzņēmumā, kas neatbilst manām vērtībām. Te ir sinerģija un enerģija, ko nevar salīdzināt ar monotonu darbu,” viņa atklāj.



Materiāls tapis ar Latvijas Vides aizsardzības fonda finansiālu atbalstu. Par publikāciju saturu atbild SIA „Kurzemes Vārds” un reģionālās izdevniecības