

Svarīgi būt radošākiem



Aleksandrs Ēmīrovskis,
t/c "Origo" direktors

Jau vairāk nekā pusgadu mūs ik dienu "bombardē" aizvien jauni paziņojumi par inflācijas tempiem, par ekonomikas krīzi un tamlīdzīgām lietām. Tomēr, ja uzņēmums turpinās aktīvi darboties, būs radošs, centīsies izcelties uz citu fona, nevis bailēs sēdēs, gaidot "pasaules galu", sarežģītā ekonomiskā situācija tam nebūs bīstama.

Dati par mūsu apgrozījumu liecina, ka naudas plūsmas apjoms, pretēji preču apgrozījumam, nemazinās – cilvēkiem nauda ir, un viņi to joprojām labprāt tērē, tiesa, vairs ne tik neapdomīgi kā iepriekš. Cilvēki vairs nepērk nederīgus niekus, bet priekšroku dod kvalitatīvai precei, ko var uzskatīt par ilgtermiņa ieguldījumu.

Protams, šodien uzrunāt klientu ir sarežģītāk nekā nosacīti bezrūpīgajā naudas tērēšanas laikā pirms gada, taču, ja šajā jomā veicas, tas liecina par uzņēmuma stabilitāti un spēju darboties ilgtermiņā. Bet tas iespējams, nevis pēkšņi pazeminot kvalitātes latiņu un pārdodot lētus niekus, bet gan ievērojot augstus standartus gan preču sortimentā un kvalitātē, gan arī pakalpojumu sniegšanā.

Aicinu ikvienu t/c "Origo" nomnieku vēlreiz izanalizēt savu preču sortimentu, pārdomāt savus šā brīža darba kvalitātes rādītājus un atcerēties, ka pircējs vēlas, lai viņu sagaida tīras, koptas telpas, lai pārdevējs ir smaidīgs un laipns, bet preces – kvalitatīvas. Esiet radoši, un viss izdosies!

Taču mūsu dzīvi veido ne tikai darbs. Tādēļ aicinu vasaru izmantot arī atpūtai. Pēc pilnvērtīgas atpūtas vieglāk nāks jaunas idejas, bet, tās realizējot, tirdzniecības centrā uzlabosies kā darbs, tā atmosfēra.

"Origo" reklāma saņem radio balvu

Jau otro gadu "European Hit Radio" (EHR) organizē savu labāko reklāmdevēju apbalvošanas pasākumu "Zelta sekunde". T/c "Origo" radio reklāma atzīta par labāko tirdzniecības uzņēmumu kategorijā.

EHR sabiedrisko attiecību speciāliste Indra Ēķe skaidro, ka pasākuma galvenais mērķis ir noteikt labākos reklāmas risinājumus EHR ēterā, apbalvot labākos klientus un sadarbības partnerus, kā arī pateikt reklāmdevējiem par veiksmīgu sadarbību.

Labākie tika noteikti 23 dažādās nominācijās. Lai vērtēšanu padarītu pēc iespējas objektīvāku, vērā tika ņemts ne tikai finansiālais ieguldījums, bet arī radiostacijas klausītāju vērtējums. To jau no gada sākuma klausītāji varēja izteikt radiostacijas interneta mājaslapā.

Apkopojot rezultātus, tika konstatēts, ka tirdzniecības uzņēmumu konkurencē par labāko atzīta t/c "Origo"

radio reklāma, kas tad arī saņēma "Zelta sekundes '07–08" titulu.

T/c "Origo" mārketinga menedžere Liene Karpova atzīst, ka šis ir viens no reklāmas kvalitātes rādītāju novērtējumiem. "Domājot par tirdzniecības centra reklāmas kampaņām, meklējam veidus un komunikāciju kanālus, ar kuru palīdzību mēs visprecīzāk sasniedzam auditoriju. Fakts, ka negaidot esam saņēmuši īpašu balvu, turklāt saņemusi to visai sīvas konkurences apstākļos un pateicoties klausītāju balsojumam, liecina, ka t/c "Origo" radio reklāmas ieinteresē auditoriju un to uzrunā. Par sasniegto esam gandarīti un turpināsim strādāt tā, lai mūsu reklāmas tiktu pamanītas arī turpmāk," L. Karpovas balsi saklausāms neviltots prieks.

T/c "Origo" direktors Aleksandrs Ēmīrovskis pateicas ne tikai reklāmas veidotājiem, bet arī tiem nomniekiem, kas aktīvi līdzdarbojas ar saviem ierosinājumiem



Kā vērtējat pavasara sezonu?

Irēna Parfjonova, "Veselības veikals":

Daudzi veikali sūdzas, ka nav pircēju, taču mēs gan par to sūdzēties nevaram. Domāju, ka tas ir preču profila dēļ – funkcionālā pārtika, uztura bagātinātāji, speciālā kosmētika. Cilvēki saprot, ka ir vērts ieguldīt savā veselībā. Klientu ir vairāk nekā iepriekšējos gados, dod, Dievs, lai tā būtu arī turpmāk. Turklāt cenas mums ir ļoti dažādas, un sev kaut ko var atrast visi – gan turīgāki, gan mazāk turīgi.



Aleksejs Gumeņuks, "Divi Turki":

Salīdzinājumā ar ziemas periodu klientu bija mazāk, bet mēs par to nemaz nebrīnāmies – jo siltāks laiks, jo vairāk cilvēki uzturas ārā. Pieļauju, ka ar šo problēmu saskaras visi veikali. Iestājoties vasarai, cilvēki retāk pērk karstos dzērienus, bet biežāk izvēlas kaut ko atspirdzinošu, aukstās tējas. Tomēr pastāvīgie klienti ir palikuši.



Diāna Spedževa, "Duni":

Kopumā pavasarī liela klientu pieplūduma nebija, bet uz svētkiem gan – uz 8. martu, uz Mātes dienu. Tēvi nāca ar bērniem un izraudzījās dāvanas māmiņai. Bet arī ikdienā mums, pārdevējiem, ir daudz darāmā, jo mūsu veikālā var atrast preces jebkuram galda klājumam, jebkuram pasākumam, un cilvēki to novērtē.



Andris Kremkovs, "Mobium":

Klientu ir diezgan maz. Izlaidumu laikā cilvēki laikam naudu tērē citām lietām, lai gan labas dāvanas varētu nopirkt arī pie mums. Man šķiet, ka tās ir tikai inflācijas sekas – cilvēkiem nav naudas, tāpēc katrs rūpīgi apsver, ko un kur pirkt.



Jārūpējas par higiēnu un pārtikas uzglabāšanu

Vasarā pastiprināti jādomā par pārtikas preču uzglabāšanas un higiēnas noteikumu ievērošanu.

Uzņēmumiem, kuru preču klāstā ir pārtika, un, protams, visiem uzņēmumiem, kuri sniedz ēdināšanas pakalpojumus, vasaras periodā īpaša uzmanība jāvelta darba apstākļiem. "Aicinu sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumus un pārtikas produktu tirgotājus karstajā laikā pievērst īpaši lielu uzmanību higiēnas normu un produktu uzglabāšanas temperatūras ievērošanai. Ņemot vērā nesenos nepatīkamos atgadījumus dažos lielajos pārtikas tirdzniecības tīklos, katram

ieteicams pārbaudīt, vai visas normas tiek ievērotas – pārtikas drošība taču ir viena no pamata normām, ko ar pilnām tiesībām pieprasa pircējs, un mums tā ir jānodrošina," uzsver A. Ēmīrovskis. Vienlaikus viņš aicina sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumus parūpēties par pircēju uzmanības piesaistišanu ar īpašiem piedāvājumiem un akcijām. "Mēs atrodamies pašā pilsētas centrā, un daudziem šeit dzīvojošiem un strādājošiem varētu būt ērti pie mums pusdienot. Piedāvājom šodien tik aktuālās biznesa pusdienas, speciālos dienas ēdienus un tamlīdzīgus jaunumus, klientu interese būs noturīgāka."

Pavasārī palielinājusies vidējā pirkuma vērtība

"Pavasārī tirdzniecības centrā "Origo" palielinājās vidējā pirkuma vērtība, palielinājās naudas plūsmas apgrozījums, bet pirkumu skaits ir nedaudz sarucis. Ceru, ka vasarā tirdzniecības centra darbinieki ne vien labi atpūtiesies, bet arī radīs jaunus risinājumus savu preču un pakalpojumu kvalitātes celšanai," tirdzniecības centra "Origo" direktors Aleksandrs Ēmīrovskis ir noskaņots optimistiski.

Analizējot pavasara sezonas rādītājus, A. Ēmīrovskis kā vienu no būtiskākajiem faktoriem min vidējā

pirkuma vērtības palielināšanos. "Aprīlī un maijā tā sasniegusi 3,8 latus. Zinot, ka "Origo" ir ļoti daudz sīko lietu tirgotavu – ir preses tirdzniecības vietas, ir saldējuma un atspirdzinošo dzērienu punkti un līdzīgi mazi veikaliņi, kuros cilvēks parasti ātri ieskrien pa ceļam uz vilcienu, lai izdarītu nelielu pirkumu un steigtos tālāk, – tas ir ļoti labs rādītājs. Taču pirkumu skaits pavasarī ir sarucis, un tas ir jautājums, par ko vajadzētu aktīvi padomāt katram nomniekam," secina A. Ēmīrovskis.

Ziņojumus par draudiem nedrīkst atstāt bez ievērības

“Vairākkārt ir saņemti draudi par “Origo” un stacijas ēkā ievietotām sprāgstvielām. Ne reizi šie paziņojumi nav apstiprinājušies, taču arī turpmāk, lai cik skeptiski mēs justos, uz paziņojumiem par šāda un cita veida draudiem ir jāreaģē, evakuējoties no ēkām,” uzsver t/c “Origo” direktors Aleksandrs Ļemirovskis.

Pēdējā laikā atskanējušie viltus draudi atsevišķos nomniekos raisījuši ne vien dusmas, bet arī neticību līdzīgu zvanu nopietnībai, tādēļ varētu būt arī tādi uzņēmumi, kas nolēmuši turpmāk uz šādiem paziņojumiem vairs nereaģēt. Taču tāda rīcība ir kategoriski nepieļaujama. Pat ja varbūtība, ka draudi ir reāli, ir pavisam niecīga, kaut simtdaļa procenta, uz tiem jāreaģē.

“Var šķist, ka ir apgrūtināsi slēgt ciet veikalus, pārtraukt darbu, iet ārā no tirdzniecības centra un kaut kur nīkt, gaidot kamēr sapieri tirdzniecības centrā beigs savu darbu, taču, ja mēs to nedarīsim, sekas var būt traģiskas. Mēs

nezinām, kurā mirklī draudi var izrādīties patiesi, un tad, ja uz tiem nebūsim reaģējuši, zaudējumi – tostarp cilvēku upuri – būs daudz lielāki nekā tie materiālie zaudējumi, kas rodas, uz brīdi pārtraucot tirdzniecību,” uzsver A. Ļemirovskis.

Kā pozitīvo ziņu anonīmo viltus draudētāju sakarā A. Ļemirovskis piemin to, ka visos gadījumos, kad kāds ir nolēmis ļauni pajokot, policijai ir izdevies zvanītāju ātri noskaidrot un arī saukt pie likumā noteiktās atbildības. Izmantojot mūsdienu tehnoloģijas, policijai ir iespējams identificēt zvanītāju. Kamēr sapieri meklē neesošo sprāgstvielu, policijai jau ir zināms numurs, no kura zvanīts, kā arī personas, kas to darijušas.

“Tas, ka ļaundariem par saviem jokiem var nākties dārgi samaksāt – tostarp ar kriminālatbildību –, mums var dot cerības, ka nākotnē šādu viltus signālu būs aizvien mazāk,” tā A. Ļemirovskis.

9. maijā tika saņemts kārtējais zvans par sprāgstvielu t/c “Origo”. Policija ātri atklāja, ka zvans ir mal-

dinošs, bet divpadsmitgadīgais pusaudzis, kas šādi pajokoja, tika noskaidrots jau pēc pusstundas. Valsts policijas Preses un sabiedrisko attiecību biroja priekšniece Ieva Reksņa informē, ka zvans par tirdzniecības centrā ievietoto spridzekli tika saņemts 9. maijā pulksten 19.57 policijas dežūrdalā pa tālruni 02. Nekavējoties no tirdzniecības centra un dzelzceļa stacijas tika evakuēti visi cilvēki. Tika apturēta arī vilcienu satiksme.

Taču jau aptuveni pēc 30 minūtēm policijas darbinieki noskaidroja, ka zvanītājs ir 12 gadus vecs zēns, bērnunama audzēknis. Ar savu muļķošanas viņš bija radījis apmēram 3000 latu lielus zaudējumus. Zēns turpmāk paliks policijas redzeslokā, tiek arī risināts jautājums, kā viņš var atlidzināt savas muļķības dēļ radītos zaudējumus.

Taču fakts, ka vēl maijā policija Rīgā ir aizturējusi personas, kuru dzīvesvietā atrastas sprāgstvielas, tostarp troļļi, arī turpmāk liek būt modriem, un, saņemot ziņu par iespējamo spridzekli, no ēkas nāksies evakuēties.

Sāks darboties jauna nomnieku apziņošanas sistēma ārkārtas gadījumos

Jūlijā būs pabeigts darbs pie jaunās nomnieku apziņošanas sistēmas ārkārtas gadījumos. Tā paredz: ja t/c “Origo” radīsies bīstama situācija, nomnieki par draudiem tiks informēti ar īsziņu mobilajā telefonā.

“Jaunā informēšanas sistēma paredz, ka, saņemot informāciju par apdraudējumu – piemēram, par ugunsgrēku, tirdzniecības centrā ievietotām sprāgstvielām vai cita veida bīstamību, visiem nomniekiem tiks centralizēti nosūtīti īsziņas ar īsu informāciju par pastāvošajiem draudiem un uzsāktu evakuāciju. Pēc tam, kad risks būs novērsts, nomnieki saņems nākamo īsziņu ar paziņojumu par evakuācijas pārtraukšanu un darba atsākšanu,” skaidro t/c “Origo” direktors Aleksandrs Ļemirovskis. Ja riska situācija ietilpst, nomniekiem tiks nosūtīti arī starpziņojumi par tirdzniecības centrā notiekošo. “Tiesa gan, parasti no brīža, kad izskan paziņojums par draudiem tirdzniecības centrā, līdz brīdim, kad gūts apstiprinājums,

ka draudi likvidēti vai arī to nemaz nav bijis, paiet 30 minūtes līdz divas stundas. Tas nav īpaši ilgs laiks, tādēļ prognozējam, ka starpziņojumi varētu tikt sūtīti tajos gadījumos, ja briesmu draudi saglabājas krietni ilgāku laiku,” tā A. Ļemirovskis.

Sakarā ar jaunās sistēmas ieviešanu t/c “Origo” administrācija aicina visus nomniekus pārbaudīt, vai viņi ir iesnieguši precīzu informāciju par atbildīgo kontaktpersonu un kontakttālruni, uz kuru tiks nosūtīti ziņojumi. Pēc šī ziņojuma saņemšanas kontaktpersona tālāk informēs visus savus darbiniekus un vadību par radušos situāciju. “Var gadīties, ka kadru mainības dēļ pie mums ir ziņas par tālruna numuru un personu, kas patiesībā uzņēmumā vairs nestrādā. Tādēļ ir svarīgi katram uzņēmumam vēlreiz pārbaudīt “Origo” administrācijai iesniegtos datus un pārliicināties, ka cilvēks, pie kura atrodas mobilais kontakttālrunis, patiesi strādā uzņēmumā un spēs ātri reaģēt uz paziņojumiem,” uzsver A. Ļemirovskis.

“Silvian Heach” gūst pozitīvu vērtējumu

Klienti vērtē

“Silvian Heach” ir Itālijas zīmols, kas ar 60 veikaliem Eiropā jau iekarojis savu pircēju. Tā mērķauditorija ir jauniešiem un sievietes vecumā no 16 līdz 35 gadiem, taču ko piemērotu un stilīgu sev atradīs gan jaunākas, gan arī vecākas pircējas. Kopš maija sākuma Baltijā darbojas pirmais “Silvian Heach” veikals, un tas atrodas t/c “Origo” Brand Stock stāvā – B mājas trešajā stāvā.

Veikals pamatā piedāvā ikdienas apģērbus, turklāt ne tikai jauniešiem piemērotus – pārstāvēts ir arī klasiskais stils. Tē ir kostīmi, lietas, kas nekad nezaudē aktualitāti, kā, piemēram, lina bikses, un šīs lietas vienlīdz labi var būt kā pēdējās, tā iepriekšpēdējās un pat pagājušā gada sezonas kolekcijas preces. Atsevišķi ir izvietots stends ar tā saucamajām luksusa klases precēm – tās gan ir dārgākas, taču iepirkas tikai dažos eksemplāros un darinātas no augstākās klases materiāliem, tādēļ, iegādājoties apģērbu no šī plaukta, pircēja var būt droša, ka ieguvusi kvalitatīvu apģērbu, turklāt ir praktiski neiespējami, ka gadīsies sastapt pretimnācēju, kas tērpusies tādās pašās drēbēs kā viņa. Veikalā tirgo arī aksesuārus.

Uzrunājot “Silvian Heach” sastptos pircējus, “Z-atskaite” piedāvāja viņiem kļūt par ekspertiem, kas vērtē veikala iekārtojumu, preces, ērtību un apkalpošanas kvalitāti.

Ridziniece Dace Rancāne Brand Stock stāvā esot nokļuvusi pirmo reizi. “Silvian Heach” veikalā viņa vispirms jau uzsvera tā vizuālo noformējumu. “Tē ir košas krāsas, kas saista uzmanību, veikals nešķiet liels, taču telpas ir labi izmantotas,



Aptaujātie klienti ir novērtējuši gan košo divāniņu ar žurnālu galdiņu, gan arī augstpapēžu kurpes katrā pielaiķošanas kabīnē – tagad, pielaiķojot kleitu, vairs nevajag celties pirkstgalos un mēģināt iztēloties, kā tā izskatīsies kopā ar augstpapēžu kurpēm

prece labi pārskatāma. Nekā sliktā pateikt nevaru. Varbūt pārdevējam varētu būt zīmītes ar vārdu – tas ļautu viņas atšķirt. Varbūt viņām varētu būt stilīgas darba formas, bet tas nav obligāti,” spriež Dace.

“Es nezinu, kurā vēl veikalā pielaiķošanas kabīnē būtu noliktas augstpapēžu kurpes, taču tā ir ļoti laba ideja – ja sieviete ikdienā staigā zemos apavos bez papēža, bet te pielaiķo kleitu, tad viegli var saprast, kā izskatīsies šī kleita kopā ar augstpapēžu kurpēm, un sievietei vairs nav jāstāv uz pirkstgaliem. Protams, tas ir sīkums, bet ļoti patīkams, tāpat ir labi, ka veikala pielaiķošanas kabīnes aizkars sniedz līdz zemei, arī ķebļītis vairo ērtības,” spriež Agnese Dēdele un piebilst, ka plaša ir arī

apģērbu izvēle. Savukārt viņas draudzene Margarita Smiskova kā labāko šī veikala lietu nosauc ērto koši rozā divāniņu, kas lieti noder kāju atpūtināšanai, kamēr draudzene laiko apģērbus. “Tē ir kur apsēsties, ir žurnāli, ko palasīt, turklāt viss izkārtots tā, ka es te nevienu netraucēju un pircēji netraucē mani – ļoti ērti. Es noteikti veikalam dodu vairākus plusus,” pārliecināti noteic Margarita.

Nomnieka viedoklis

Evelīna Ginzburga, “Veselības pasaule” mārketinga un reklāmas menedžere

Mēs piedāvājam sporta un diētikos uzturu cilvēkiem, kas nodarbojas ar sportu un piekopj aktīvu dzīvesveidu. Latvijā kopumā ir pieci veikali – četri Rīgā un viens Ventspilī. No tirdzniecības centriem esam ne tikai “Origo”, bet arī “Alfā” un “Galerijā Centrs”. Katrā no tiem ir sava klientūra, bet kopumā mums visur klājas labi. “Origo” mūsu klienti lielākoties ir jauni cilvēki, tā, šķiet, ir galvenā atšķirība no citiem centriem. Mums ir daudz pastāvīgo klientu, jo preces paredzētas konkrētam cilvēku lokam – tas nav kā “Narvesen”, kur cilvēks iet garām un kaut ko nopērk. Līdz ar to atrašanās vietai nav tik lielas nozīmes – tie, kam interesē sporta uzturs, zina, kurā vietā “Origo” mēs atrodamies.

Tādēļ arī lielā cilvēku plūsma “Origo” mūs tieši neietekmē, tomēr es šo faktoru vērtēju drīzāk pozitīvi, jo daudz cilvēku staigā garām un viņi vismaz zina, ka mēs te esam. Jāteic, ka pagaidām Latvijā diezgan maz cilvēku interesējas par sporta uzturu, ļoti maz cilvēku apmeklē sporta klubus. Daudzi arī īsti neizprot, ko nozīmē sporta uzturs. Tas nav domāts tikai tiem, kas trenāzīeru zālē *pumpē* muskuļus. Pēdējā laikā parādījušies daudzi produkti sievietēm, tostarp tādi, kas domāti tievēšanai, dažādi vitamī-



“Sporta uzturs atvieglo darbu un palīdz sasniegt rezultātus,” saka “Veselības pasaule” mārketinga un reklāmas menedžere Evelīna Ginzburga

ni. Domāju, ka mūsu veikalā katrs var kaut ko atrast savai veselībai.

Konkurence šajā segmentā nav ļoti liela, bet tomēr tā pastāv. Tāpēc visu laiku jāattīstās.

Nesen veicām remontu, un tagad visi veikali ieturēti vienotā stilā. Lai popularizētu veikalu, sadarbojamies ar airētāju Jefimu Klementjevu, piedalāmies visos pasākumos, kas saistīti ar bodibildingu un fitnesu.

Sporta uzturs atvieglo darbu un palīdz sasniegt rezultātus. Tomēr jāatceras, ka mēs nepiedāvājam klientiem iedzert vienu tableti un kļūt skaistiem, nē, mēs nevienam nemaldinām – bez fiziskās slodzes rezultāta nebūs. Un nav arī tā, ka pēc treniņu pārtraukšanas viss pārvēršas taukos. Ja jūs ēdat tomātus un tad pārtraucat tos lietot, vai tad kaut kas notiek? Nē! Tāpat ir arī šajā gadījumā.

Paldies kafejnīcai “Sala”

25. maijā “Origo” laukumā uzstājās Rīgas skolu labākie radošie kolektīvi festivāla “Mēs esam tavi talanti, Latvija” ietvaros.

T/c “Origo” administrācija, Eiropas slāvu kultūras centrs “Lira” un, protams, bērni, kuri piedalījās bērnu un jauniešu pašdarbības pulciņu noslēguma koncertā, saka lielu PALDIES par gardajiem cienastiem, kurus koncerta dalībniekiem gādīgi sarūpēja kafejnīca “Sala”.

Deja uzvar stacijas steigu



Šogad t/c "Origo" notika festivāla atklāšana un īpašā fotoizstāde

Jau 13 gadus Starptautiskais Baltijas baleta festivāls priecē dejas mīlētājus Latvijā. Arī šogad tas savu dejas maratonu sāka tradicionāli – ar atklāšanas ceremoniju tirdzniecības centrā "Origo" un dzelzceļa stacijas starptautiskajā pasažieru zālē, pulcējot simtiem cilvēku.

"Tas ir fantastiski, ka vienmēr ļoti steidzīgā, saspringtā un nervo-

zā dzelzceļa stacijas vide, kur cilvēki nemitīgi kaut kur skrien, pēkšņi sastingst un uz mirkli bauda deju. Pēkšņi nevienu vairs neinteresē steiga, cilvēki dod iespēju sev atvilkt elpu, baudot ko fantastisku, un man ir neapraķstāms prieks, ka šīs burvības tapšanā esam iesaistījušies arī mēs – tirdzniecības centrs "Origo", kas nu jau ir tradicionāls baleta festivāla atbalstītājs un atklāšanas ceremonijas organizators," par aprī-

ļa nogalē un maijā notikušo baleta festivālu stāsta t/c "Origo" direktors Aleksandrs Ēmirovskis. Šajā gadā "Origo" bija ne tikai tradicionālā festivāla atklāšanas vieta – maija nogalē, festivālam noslēdzoties, te bija izvietota arī tā īpašā fotoizstāde.

"Baleta festivāls tā direktores, horeogrāfes un primabalerīnas Litas Beiris vadībā sniedz skatītājiem iespēju iepazīties ar pasaules baleta zvaigžņu un izcilāko deju grupu sniegumu. Festivāls šo gadu gaitā kļuvis par vienu no vērienīgākajiem dejas notikumiem ne vien Latvijā, bet arī visā Baltijā, un mēs esam lepi par stabilo sadarbību, kāda mums izveidojusies ar festivāla organizatoriem," stāsta A. Ēmirovskis. Viņš gan atzīst, ka šajā reizē festivāla atklāšanu aptumšoja jaunieši, kas anonīmi paziņoja par stacijā ievietotu sprāgstvielu, tādējādi izpostot jauko noskaņojumu, kas allaž pavadā festivāla atklāšanu. "Vainīgie ātri tika noskaidroti, dejas burvība spēja nomierināt satrauktos prātus, un, lai arī nepatīkamā incidenta aptumšots, baleta festivāla pasākums tirdzniecības centrā tomēr notika," stāsta A. Ēmirovskis.

Folkloras festivāls uzņem apgriezienus

Šogad "Origo" folkfestivāls svinēja piecu gadu jubileju. "Šis festivāls negaidīti kļuvis par notikumu ar starptautisku skanējumu, to gaida visdažādāko grupu cilvēki, par to saņemam lieliskas atsauksmes, tam piesakās sponsori. Tas liecina, ka pirms pieciem gadiem uzsāktais pasākums ir publikai un arī pašiem māksliniekiem nepieciešams," pārliecināts ir t/c "Origo" direktors A. Ēmirovskis.

"Šis sākotnēji nelielais folkfestivāls, ko organizējām sevis un mūsu apmeklētāju priekam, ir uzņēmis jaunus apgriezienus. Tas, gluži kā mozaīka, kas salikta pa gabaliņam, pēkšņi iegūst jaunus apriņķus un jaunu vērienu, un šobrīd aizvien jauni sponsori paši izrāda vēlmi to atbalstīt. Turklāt pozitīvas un sajūsminātas atsauksmes saņemam no cilvēkiem, kuri, kā šķita, ar folkloru neaizraujas. Tas ir fantastiski, ka esam spējuši parādīt to, cik dažāda un daudzkrāsaina ir tautas daiļrade, cik interesanta un daudzveidīga tā ir dažādām tautām un arī dažādām vecuma grupām," tirdz-



Pirms pieciem gadiem uzsāktais "Origo" folkfestivāls ir nepieciešams publikai un arī pašiem māksliniekiem

niecības centra "Origo" direktors Aleksandrs Ēmirovskis neslēpj prieku.

Ņemot vērā sponsoru un potenciālo atbalstītāju apbrīnojamo interesi par festivālu, nākamajā gadā tas iegūs vēl plašāku skanējumu. A. Ēmirovskis uzsver, ka kvalitatīva māksla ir vajadzīga un tai nav

grūti aizsniegties līdz skatītāju un klausītāju sirdīm.

"Zinot īpašo gaisotni, kas festivāla norises laikā valdīja pie "Origo", esmu pārliecināts, ka tas spēja cilvēkus darīt labākus un priecīgākus. Man nav pierādījumu, bet ticu, ka festivāla laikā noziedzības līmenis laukuma apkārtnē būtiski saruka," tā A. Ēmirovskis.

Spēkavīri sajūsmināti par "Origo" laukumu

Maija sākumā "Origo" laukumā risinājās "Hipolizings" Pasaules Spēkavīru komandu kausa Eiropas posms (WSF Riga World Cup 2008). Spēkavīri bija sajūsmināti par plašo pasākuma apmeklētību un izteica cerības, ka līdzīgi sporta pasākumi šeit notiks arī turpmāk.

Spēkavīru turnīrā piedalījās atlēti no septiņām valstīm, kuri sacentās spēkā dažādās disciplīnās. Skatītāji varēja vērot šādam turnīram tradicionālo "Fermera pastaigu", kur iespējami tālu jāaiznes 450 kg smagi bluki; "Herkulesa tvērienu", kur iespējami ilgi jānotur ieslēpi novietotas

divas automašīnas – ar katru roku jātur viena mašīna; stafeti, kur bija jānes 360 kg smagi nēši, jāvel milzīgas riepas un jāiztur vēl daudzi citi pārbaudījumi. Bet, protams, viena no iesaistīgākajām disciplīnām bija 7,5 tonnas smagās automašīnas "Volvo" vilkšana 20 metru distancē.

NVS un Baltijas Spēkavīru federācijas prezidents, spēkavīrs Vladislavs Redkins atzīst, ka šajā reizē turnīram bija izraudzīta lieliska norises vieta. Tā pulcēja simtiem interesentu, sportistiem radās atbalsītāji, un skatītāji bija sajūsmināti. "Ir grūti iedomāties vēl labāku vietu šādu plašu, vizuāli interesantu un

aizraujošu pasākumu organizēšanai. Tādēļ ir uzsāktas sarunas par tālāko sadarbību, kas ļautu laukumu izmantot interesanti un sportiski," stāsta V. Redkins. Viņš atklāj, ka ir uzsāktas sarunas par vēl viena spēkavīru pasākuma organizēšanu pie "Origo" vēl šovasar, taču pagaidām par to neko konkrētu nav iespējams pateikt – pasākums kalendārā nebija ielānots, un šobrīd tā norise lielā mērā ir atkarīga no tā, cik sekmīga būs sponsoru piesaiste.

Taču jau tagad ir droši zināms, ka arī nākamajā gadā Pasaules Spēkavīru komandu kausa Eiropas posms risināsies tieši pie "Origo".

Satikties pie "Origo" pulksteņa ir moderni

"Var jau būt, ka tikties pie Laimas pulksteņa ir tradicionālāk vai romantiskāk, bet pie "Origo" tas noteikti ir modernāk un ērtāk, tādēļ pēdējos gados savus randiņus parasti nosaku šeit, pie lielā "Origo" pulksteņa," skaidro Vasilis. Viņš ir viens no daudzajiem, kuras darba dienas pievakarē satiekam pie tirdzniecības centra ar ziediem rokās.

Vasilis skaidro, ka viņam norunāta tikšanās ar meiteni no Ogres. Viņa galvaspilsētā orientējoties gana labi un itin viegli varētu aiziet arī līdz tradicionālajai randiņu vietai – Laimas pulkstenim, taču tas neesot īsti praktiski. "Vienojamies, ka šovakar iesim uz kino. "Origo" pulkstenis ir kinoteātrim tuvāk, turklāt arī meitenei ir ērtāk iznākt no stacijas un uzreiz šeit satikties, nevis iet līdz Vecrīgai un pēc tam atkal nākt atpakaļ," racionālo randiņa vietu pamato jaunietis. Viņš piebilst, ka šeit ir ērtāk tikties arī tādēļ, ka tirdzniecības centrā līdz pat vēlam vakaram iespējams iegādāties ziedus, jo kas tas par randiņu bez ziediem. Vēl viens pluss ir tas, ka "Origo" piedāvā plašas iespējas atrast kādu omulīgu kafējnicu pasēdēšanai. Vasilis varētu vēl turpināt uzskaitīt tos iemeslus, kuru dēļ nu jau krietni pasen viņš randiņus norunā pie "Origo" pulksteņa. Viņš arī zina, ka līdzīgi rīkojas daudzi citi. "Vispār tikties pie "Origo" ir modernāk. Laimas pulkstenis – tā jau ir pagātnē aizejoša klasika," lietišķi rezumē puišis.

Tepat pie "Origo" pulksteņa darba dienas novakarē satiekšanos ar senām skolasbiedrenēm bija norunājušas arī rīdzinieces Līgita un Irēna. Abas dāmas stāsta, ka sen neredzētās skolasbiedrenes nav rīdzinieces, tādēļ grūti iedomāties vēl ērtāku vietu, kur norunāt satikšanos. "Protams, satiekoties reizēm mums gribas pacelt

kādu vīna vai šampanieša glāzi. Lai arī mūsu klasesbiedrenes ir dāmas ar automašīnām, šajā reizē vienojamies, ka praktiskāk būs braukt ar vilcienu, lai tikšanās laikā nav jāatsakās no glāzes laba vīna, bet pēc tam jālauza galva par to, kā nu tikt mājās. Tā arī visas vienojušās, ka šajā reizē izmantos vilcienu un satiksies tepat pie stacijas. Ņemot vērā, ka "Origo" atrodas tik daudzas kafējnicas un restorāni, mums nemaz nekur tālāk nav jāiet – pie centra satiekamies, centrā pasēžam un tepat arī katra iekāpjam savā vilcienā," stāvēt pie Rīgas vareņākā pulksteņa un gaidot skolasbiedrenes stāsta Līgita.

Savukārt Marija un Andris kā priekšrocību randiņiem pie "Origo" nosauc iespēju vienmēr paslēpties tirdzniecības centrā, ja pēkšņi pārsteidz lietuvus vai pārāk spēcīgs vējš. "Šeit var pastaigāt pa veikaliem, pasēdēt kafējnicās un nebaidīties, ka frizūra būs pagalam," Marija ir ļoti praktiska. Bet Andris smeļ, ka lielais pulkstenis vienmēr ļauj sekot līdzi laikam un redzēt, par cik minūtēm draudzene nokavējusies šajā reizē.

To, ka laukums pie tirdzniecības centra "Origo" lielā pulksteņa kļūst aizvien populārāka randiņu vieta, pamanījusi arī t/c administrācija. Tā uzsver, ka turpmāk aizvien vairāk uzmanības tiks pievērsts tam, lai tirdzniecības centrs būtu ne vien laba satikšanās, bet arī laika pavadīšanas vieta. "Šobrīd jauniešu ļoti iecienīts ir veikals "Sportland", kas arī vizuāli ir krāšņs un vilinošs. Ir arī vairāki apģērbu veikali, kas orientējas uz jauniešiem, protams, arī kafējnicas. Un fakts, ka "Origo" kļūst aizvien iecienītāka tikšanās vieta gan jaunu, gan ne tik jaunu cilvēku vidū, mūs iepriecina, tādēļ arī turpmāk strādāsim tā, lai ikviens šeit justos aizvien labāk," rezumē tirdzniecības centra direktors A. Ēmirovskis.

Asinsdonoru centrs: sadarbība ar "Origo" ļoti vērtīga

"Origo" ir viena no vērtīgākajām Valsts asinsdonoru centra izbraukumu pieturvietām – te asinis var nodot arī tie cilvēki, kas nevar aizbraukt līdz asinsdonoru centram. Ceram, ka arī vasarā, kad asiņu trūkums ir īpaši aktuāla problēma, cilvēki "Origo" laukumā atsauksies mūsu aicinājumam palīdzēt," atzīst Valsts asinsdonoru centra Sabiedrisko attiecību nodaļas vadītāja Daina Krūmiņa.

Valsts asinsdonoru centrā (VADC) asinis trūkst praktiski visu laiku, tādēļ cilvēku aktivitātes vairošanai regulāri tiek rīkoti izbraukumi uz dažādām iestādēm un rajoniem. "Vērtējot šos izbraukumus, jāatzīst, ka "Origo" ir viena no rezultatīvākajām VADC pieturvietām," stāsta D. Krūmiņa un piebilst, ka tas saistīts ar milzīgo cilvēku plūsmu tirdzniecības centrā un laukumā pie tā. "Maksimums, ko spējam uzņemt izbraukumus, ir 45 cilvēki. Pie "Origo" vienā izbraukuma reizē

asinis nodod 25–30 un pat vairāk cilvēku.

Vesels cilvēks var ziedot asinis četras līdz piecas reizes gadā, ievērojot divu mēnešu intervālu starp asins nodošanas reizēm. Vienā asins nodošanas reizē donors ziedo 450 mililitrus asiņu. Tas nav kaitīgi vesela cilvēka veselībai, gluži otrādi – asinis organismā nemitīgi atjaunojas, turklāt donori retāk sīgst ar hroniskām kaitēm.

Lai nodotu asinis, donoram jābūt veselam, pieļaujama vecums – 18 līdz 65 gadi. Donoram jāsver vismaz 50 kilogrami. Pirms asins došanas donoram jāatpūšas. Nav vēlams nodot asinis pēc nakts maiņas, saspringta darba vai liela emocionāla pārdzīvojuma. Pirms procedūras nedrīkst smēķēt un lietot alkoholu.

Pēc asins nodošanas donors saņem trīs latu naudas kompensāciju pusdienām, brīvdienas asins došanas dienā un nākamajā dienā, saglabājot vidējo izpeļņu. Lai saņemtu brīvdienas, asins ziedošana gan iepriekš jā-saskaņo ar darba devēju.

Brand Stock stāvs pilnībā nokomplektēts

Kopš aprīļa "Origo" B mājas trešajā stāvā preces aktīvās atpūtas cienītājiem piedāvā jaunais "Brand Stock" veikals. Līdz ar to *Brand Stock* koncepts B ēkas 3. stāvā ir pilnībā nokomplektēts un pircējiem piedāvā sportam, ikdienai un pat atpūtai nepieciešamo.

Jaunais "Brand Stock" veikals pircējiem piedāvā šajā segmentā labi pazīstamu zīmolu – "F2", "686", "Fanatic", "Santa Cruz" un citu – produkciju, kas aktīvās atpūtas cienītājiem ļauj atrast visu sev nepieciešamo.

Brand Stock stāvā vēlamies īpaši izcelt jauno veikalu "Silvian

Heach", kur plašā piedāvājumā ir aktuāli sieviešu apģērbi un aksesuāri no Itālijas. Lai arī veikals apmeklētājiem durvis vērā tikai 9. maijā, tas aktīvi iesaistās tirdzniecības centra rīkotajās akcijās un tādēļ jau šobrīd ir iemantojis aizvien pieaugošu popularitāti tirdzniecības centra apmeklētāju vidū.

"Lattelecom" jauns izskats un jauna koncepcija

Pēc rekonstrukcijas durvis apmeklētājiem vērīgs "Lattelecom" klientu centrs un veikals. Tas atrodas stacijas ēkas otrajā stāvā ejā virs starptautiskās zāles.

"Lattelecom" savu veikalu atvēra gan tikai pagājušā gada nogalē, un jau pēc pavisam nēilga laika sākās rekonstrukcija – tas esot bijis saistīts gan ar vienkāršu vēlmi pamainīt telpu noformējumu, gan arī ar jauna koncepta izstrādi uzņēmumā. "Iepriekš "Lattelecom" centra telpas "Origo" bija koši sarkanas un garās telpas galā atradās milzīga kase. Var jau būt, ka kā-



dam košā krāsa arī patika, taču visu dienu strādāt tādās apstākļos bija nogurdinoši, tādēļ, rūpējoties par darbiniekiem, visos "Lattelecom" veikalos tiek īstenotas pārmaiņas, kas paredz vienota stila ieturesānu

gaišos toņos," stāsta "Lattelecom" klientu konsultants Roberts Bērziņš. Tomēr būtiskākais esot tas, ka šobrīd "Lattelecom" klientu centrā veikala un kases zona ir nodalīta no klientu centra zonas. Būtiski arī, ka pēc rekonstrukcijas viss veikalā nopērkamais ir sadalīts pa preču grupām. Tagad savs plaukts ir telefoniem, savs – televizoriem, savs plaukts arī fotoaparātiem. "Pārdevējiem gaišajās telpās ir vieglāk strādāt, bet pircējiem šeit noteikti ir vieglāk orientēties un atrast sev nepieciešamo," vērtējot pārmaiņas, stāsta R. Bērziņš.

"Veselības pasaule" gaišākos toņos

Pēc nopietniem remontiem "Origo" A mājas otrajā stāvā durvis vērīgs veikals "Veselības pasaule", kas tagad piedāvā iegādāties uztura bagātinātājus, sporta, fitnesa un diētas produktus ērtākos apstākļos. Mainījies ne tikai veikala vizuālais izskats, lielākais jaunums ir sporta apģērbu klāsta būtiska paplašināšana.

Veikala pārdevēja Valērija Karpicka stāsta, ka iepriekš veikals bijis koši oranžā krāsā un "lecis ārā" no

pārējo tirdzniecības centra veikalu noformējuma. "Tagad esam mierīgākos, nosvērtākos un gaišākos toņos, ko pozitīvi novērtē mūsu apmeklētāji," klasiskā melnbaltā noformējuma izvēli pamato pārdevēja. Viņa atzīst, ka apmeklētājiem sevišķi patīkot melnbaltie plakāti ar sportojošajiem cilvēkiem, kā arī pieaugošais sporta apģērbu piedāvājums. "Tagad apģērbam ir atrasta sava vieta, kur pircējam tas viegli pieejams – iepriekš viss ap-



ģērbs stāvēja plauktos, bet īsti tam nemaz nebija tur vietas. Pārmaiņas noteikti ir pozitīvas," vērtē V. Karpicka.

"Ūdensnesējs" vienmēr formā!

Lai nerastos problēmas ar siltumtīkliem, kanalizāciju un ūdensapgādi, "Origo" jau septiņus gadus sadarbojas ar uzņēmumu "Ūdensnesējs".

Uzņēmums "Ūdensnesējs" ir specializējies iekšējo un ārējo kanalizāciju, siltumtīklu, ūdens apgādes jautājumos, tāpat tas veic arī celtniecības un remonta darbus. Firma dibināta 1991. gadā, bet ar "Origo" tā sadarbojas kopš 2001. gada. Uzņēmumā strādā vairāk nekā 200 cilvēku, tas apkalpo arī citus tirdzniecības centrus. "Ūdensnesēja" darbinieku profesionalitāte un spēja reaģēt operatīvi ir izpelnījusies klientu visaugstāko atzinību.

"Ūdensnesēja" un "Origo" sadarbība aizsākās jau tad, kad notika "Origo" jaunās (tagadējās A) ēkas celtniecība. "Sākām visam sekot līdzi, lai pēc tam tirdzniecības centru varētu labāk apkalpot. Celtniecības darbu laikā konstatējām vairākas problēmas – tehniskajos rasējumos uzzīmēts viens, bet realitātē viss ir nedaudz citādāk. Tas palīdzēja iegūt pieredzi, un šobrīd firmas, ceļot un apsaimniekojot tirdzniecības centrus, jau zina, ka šajos jautājumos var ar mums sadarboties," teic uzņēmuma "Ūdensnesējs" Rīgas ie-



"Origo" mums ir prioritāte, – teic uzņēmuma "Ūdensnesējs" Rīgas iecirkņa vadītāja vietnieks Vjačeslavs Kapustins

cirkņa vadītāja vietnieks Vjačeslavs Kapustins.

Šā brīža aktuālākais projekts ir saistīts ar "Origo" sabiedriskajām tualetēm. Interesanti, ka problēma savā saknē ir nevis tehniska rakstura, bet gan cilvēciska. Runa ir par mūsu neaudzinātību. V. Kapustins: "Podā tiek mests viss, ko vien var iemest, tādēļ tualetēs bieži vien rodas

aizsprostojumi. Nolēmām uzstādīt modernākas ierīces ar nažiem, kas visu sasmalcina. Esam apguvuši pat detektīva iemaņas. Nesen kopīgi ar apsardzi izdevās notvert jauniešus – viņi bija sadomājuši tualetes podus piepildīt ar celtniecības putām." Tualešu apkopē notiek cieša sadarbība ar uzņēmumu "P. Dussmann", kas rūpējas par tīrību "Origo".

"Ūdensnesēja" redzeslokā ir arī kafejnīcas, restorāni un citas ēstuves, jo katru nepieciešams aprīkot ar tauku uztvērēju – speciālām ierīcēm, kas tiek uzstādītas zem izlietnes un neļauj taukvielām nokļūt kanalizācijā. Ja šādu ierīču nav, agrāk vai vēlāk radīsies nopietnas problēmas.

V. Kapustins norāda, ka tirdzniecības centru sektorā "Ūdensnesēja" prioritāte ir tieši "Origo". "Te mums darba netrūkst. Te ir centrs un milzīga cilvēku masas. Piemēram, nelielajā "Origo" "Rimi" ir tikpat daudz klientu vai pat vairāk nekā lielajā "Alfas" "Rimi" hipermarketā." Lai netraucētu tirdzniecības centra darbu, reizēm nākas strādāt arī naktī. Vēloties saglabāt konkurētspēju un uzlabot apkalpošanas līmeni, "Ūdensnesējs" ir iegādājies modernas tehnoloģijas un savā darbā izmanto arvien modernākus un labākus materiālus.

Āra kafejnīcas atdzīvina laukumu pie t/c "Origo"



Sākoties siltajam laikam, ir atdzīvojušies laukums pie t/c "Origo", kur darbu jau sākušas restorāni "IL Patio" un "Gan Bei" āra kafejnīcas, bet tuvākajā laikā savu āra terasi te izvietos arī "Double Coffee"

Ik vasaru laukums pie t/c "Origo" kļūst par aizvien iecienītāku atpūtas vietu. Nereti te notiek dažādi sporta un izklaides pasākumi, bet arī tad, kad tādu nav, ir iespējams patīkamā atmosfērā brīdi atpūsties pie kafijas tases. "Ir gādāts par to, lai laukums būtu skatam patīkams – ierīkoti apstādījumi un ziedi dažbrīd pat ļauj aizmirst, ka atrodamies pilsētas centrā – dzīvā satiksmes krustpunktā. To apzinās arī mūsu kafejnīcas un restorāni, kas siltajā sezonā labprāt ierīko vasaras terases," stāsta A. Ēmirovskis.

Jau jūnija sākumā āra kafejnīcas atklāja restorāni "IL Patio" un "Gan

Bei", kas turklāt parūpējušies arī par ūdensizturīgu nojumi virs galdiņiem.

"Origo" šā brīža jaunums sabiedriskās ēdināšanas jomā ir "Double Coffee" darbības uzsākšana "Chicko Chicken" ātrās ēdināšanas uzņēmuma vietā pie dzelzceļa stacijas starptautiskās pasažieru zāles. Plānots, ka 10. jūlijā savu āra kafejnīcu laukumā izvietos arī "Double Coffee".

A. Ēmirovskis atzīst, ka līdz ar to "Origo" laukumā sev piemērotāko atpūtas vietu varēs atrast cilvēki ar visdažādāko gaumi.

No skolas uz darbu

Celtnieks, pavāra palīgs, pārdevējs konsultants... – Antonam Jarovojam ir tikai 19 gadu, bet viņš jau ir sevi pārbaudījis dažādos arodos. Šobrīd viņš jau pusgadu strādā veikalā "636 Viss Datoram", vienlaicīgi veltot laiku mācībām, lai absolvētu Rīgas 72. vidusskolu.

No rīta skola, pēcpusdienā – darbs. Vaicāts, vai nav grūti visu apvienot, Antons pasmaida: "Bet nauda taču ir vajadzīga." Esot sapratis, ka pietiek sēdēt citiem uz kakla, jāsāk pašam pelnīt. Viņš naudu tērē gan izklaidēm, gan arī praktiskām lietām, piemēram, apģērbam. "Netāceros, kā notērēju pirmo algu, bet šobrīd krāju konkrētam mērķim – vasaras beigās kopā ar draudzeni gribam aizbraukt ceļojumā uz Itāliju."

Darbs veikalā "636 Viss Datoram" Antonam patīk, jo ir labs kolektīvs un strādāšanu var savienot ar mācībām. Ir ar ko salīdzināt, jo šī nav Antona pirmā darba pieredze. Pagājušajā vasarā viņš piepelnījies celtniecības darbos, bet gadu pirms tam Anglijā strādājis par pavāra palīgu.

Maija beigās un jūnija sākums skolēniem bija karstākais eksāmenu laiks. Angļu valoda ir viņa mīļākais mācību priekšmets un īpašas problēmas nesagādā. Vēl Antonam jākārto eksāmens matemātikā, latviešu valodā un fizikā.

19 gadus vecajam jauniešim patīk eksaktās zinātnes, tāpēc viņš plāno apgūt profesiju, kas saistīta ar tehnoloģijām, telekomunikācijām.



Antonam Jarovojam patīk tehniskas lietas, tāpēc darbs veikalā "636 Viss Datoram" grūtības nesagādā