

Uzņēmēja Diena

Ar naudu vien nepietiek

Tiek gaidīti netipiski risinājumi gan **pasākumu satura, gan telpu izvēlē**

PASĀKUMU BIZNESS

Dace Skreija

INFORMĀCIJAS pārbagātības laikmetā pasākumu apmeklētāji kļūst arvien prasīgāki, un vairs nepietiek tikai ir labu pasākuma saturu, bet nepieciešama arī atraktīva pasākuma forma, jāprot radīt spožas emocijas un dažādus pozitīvus pārsteigumus.

Arī uzņēmumi arvien rūpīgāk un aizvien profesionālāk izvērtē gan pasākumu rīkotāju saturisko veikumu, gan tehnisko kvalitāti, skatot to kontekstā ar tērējamo budžetu. Turpmāk sagaidāma dažāda satura, žanru un partnerību sinerģija, norāda pasākumu rīkošanas biznesa pazinēji.

Veido sadarbību

Patlaban vērojama tendence, ka arvien vairāk uzņēmumi savas korporatīvās konferences un pasākumus rīko kopā ar tā dēvētajiem komūnas partneriem jeb sabiedriskajiem partneriem. «Nav jau liela māka noorganizēt augstas klases konferenci ar neierobežotiem naudas līdzekļiem, bet tikai ar naudu vien nevar nopirkt visaktuālāko saturu, piesaistīt plašāko un ietekmīgāko auditoriju, tikai ar naudu vien nevar panākt atpazīstamību, ietekmi un labu reputāciju,» norāda konferences *Reputation Time* un pasākuma *Digital Freedom Festival* rīkotāja Dagnija Lejiņa.



▲ **NAV** liela māka noorganizēt augstas klases konferenci ar neierobežotiem naudas līdzekļiem, bet tikai ar naudu vien nevar nopirkt visaktuālāko saturu un piesaistīt ietekmīgāko auditoriju, uzskata Dagnija Lejiņa.

FOTO - KRISTAPS KALNS, DIENAS MEDIJI

tal Freedom Festival rīkotāja Dagnija Lejiņa.

Turklāt veidot sadarbību ir arī finansiāli izdevīgi. D. Lejiņa vērtē, ka vidēji lielas – ar dažiem simtiem apmeklētāju – korporatīvās konferences noorganizēšanas kopējās pamatizmaksas varētu būt aptuvenās robežās no 50 līdz 100 tūkstošiem eiro un uz augšu,

savukārt konferenču sponsorēšanas izmaksas noteikti ir daudzas reizes zemākas un atdeve un ietekme – daudz lielāka. Piemēram, *Digital Freedom Festival* pasākumu sponsori izmanto kā jaudīgu platformu, uz kuru aicina savus darbiniekus, klientus un sadarbības partnerus.

«Arvien vairāk ir šādu, jā-

teic, gudru uzņēmumu, kas izvēlas pasākumu sinerģijas iespējas. Visi cīnās par atpazīstamību un ietekmi sabiedrībā, un to vairs nevar īstenot uzņēmums viens pats, bet tikai kopā ar spēcīgiem sabiedriskajiem partneriem jeb komūnas partneriem. Tas ir daudz efektīvāk gan no finanšu pielietojuma viedokļa, gan

no darbinieku un klientu lojalitātes sekmēšanas viedokļa, gan reputācijas veidošanas viedokļa,» rezumē D. Lejiņa.

Tāpat pasākumi un to saturs iet roku rokā arī ar jaunākajām personālvadības tendencēm, ar interaktīvu risinājumu izmantošanu darbinieku motivēšanā un iesaistē. Pasākumu aģentūras *3K Mana-*

gement vadītājs Gints Kronbergs teic, ka tā daudzi pasākumi vēl vairāk kļūst par integrētu uzņēmuma iekšējās komunikācijas un mārketinga instrumentu.

Grib ko nebijušu

Protams, pasākumu rīkošanas tendences viena gada laikā kardināli nemainās, aģentūru klienti joprojām ir izslāpuši pēc kaut kā jauna, svaiga, iepriekš Latvijā neredzēta. Viena no nozares sāpīgajām lietām ir pasākumu telpas. «Katru gadu ar telpām ir lielas problēmas, jo klienti telpas vēlas dažādot, bet piedāvājums nebūt nav plašs, drīzāk ierobežots,» stāsta aģentūras *Attach* pasākumu projektu vadītāja Elīna Ērgle. Savukārt bankas *Citadele* ārējās komunikācijas vadītāja Baiba Ābelniece, pārstāvēt aģentūru klientu viedokli, novērojusi, ka šobrīd ir tendence pasākumus rīkot maksimāli netradicionālās vietās – pat angāros un dažādās ikdienā tukšās, pamestās vietās.

Protams, pasākumu veidi atšķiras gan pēc uzņēmumu vērtībām, gan pēc pasākuma galvenā akcenta, bet kopumā dominē tendence, ka patlaban aktualizējas digitālie risinājumi un ar tiem saistītas aktivitātes. E. Ērgle teic, ka tieši lielajiem uzņēmumiem patīk dažādas digitālās lietas, un mudina uzņēmumus būt drošiem un vēl vairāk atļauties iet «ārpus rāmjiem».●

PASĀKUMU RĪKOTĀJI NO VISAS LATVIJAS | PASĀKUMU TEHNISKIE NODROŠINĀTĀJI UN PIEGĀDĀTĀJI | PASĀKUMU NORISES VIETAS

LATVIJAS PASĀKUMU FORUMS

WWW.PASAKUMUFORUMS.LV

LATVIJAS PASĀKUMU FORUMA 2. RUDENS SESIJA IR PLATFORMA, KURĀ PASĀKUMU RĪKOTĀJIEM IESPĒJAMS UZZINĀT PAR JAUNUMIEM PASĀKUMU APRĪKOJUMA JOMĀ

✓ TEHNISKO NODROŠINĀTĀJU JAUNUMI UN PREZENTĀCIJAS

✓ PASĀKUMU GAISMAS APRĪKOJUMS

✓ PASĀKUMU SKAŅAS APRĪKOJUMS

✓ SCENOGRĀFIJA UN NOFORMĒJUMS

✓ SKATUVES UN KONSTRUKCIJAS

✓ BRĪVDABAS PASĀKUMU IEKĀRTOJUMA APRĪKOJUMS

✓ SPECIĀLIE EFEKTI, PIROTEHNIKA

ARĒNA RĪGA, 31. OKTOBRIS

EARLY BIRD
LĪDZ
1. OKTOBRIM

REĢISTRĀCIJA - WWW.PASAKUMUFORUMS.LV

Var just tehnoloģiju attīstību

Pasākumu rīkošanas jomā aug gan starptautiskā, gan vietējā konkurence

PASĀKUMU BIZNESS

Dace Skreija

TRADICIONĀLI uzņēmumu sadarbība ar aģentūrām, kas nodrošina pasākumu organizēšanu, veidojas, sākotnēji nemot vērā citu ieteikumus, bet pēc tam jau novērtējot pašu uzņēmumu gūto pieredzi.

Prasa interesantas idejas

Bankas Citadele Ārējās komunikācijas vadītāja Baiba Ābelniece stāsta, ka vispirms izvēlēto aģentūru iepriekš realizētos darbus, pēc kuriem var spriest, vai konkrēta aģentūra ir radoša savā domāšanā un attieksmē pret pasākumu rīkošanu, vai šis pasākumu rīkošanas aģentūras kolektīvam ir interesantas idejas. «Bankā piesaistām dažādas aģentūras atšķirīgu pasākumu organizēšanai, un tas atkarīgs gan no pasākuma formāta, gan arī no pasākuma mērķiem,» norāda bankas Citadele pārstāve.

Plašu pasākumu organizēšanai tiek izvēlēti cilvēku resursu ziņā lielākas un pieredzes ziņā bagātākas aģentūras, lai var mierīgi uz tām palūgties un arī rēķināties ar pasākuma kvalitāti. Lēmums piesaistīt pasākuma rīkošanai aģentūru vai izvēlēties pašam cilvēku un laika resursus, varēs pasākuma rīkošanu īstenot. Dažkārt ir tādi uzņēmuma iekšējie pasākumi, kur tikai paši uzņēmuma darbinieki var izvēlēties piemērotāko ideju, nonākt pie piemērotākā risinājuma. «Esam vairākkārt pārliecinājušies, ka neviens cits tik precīzi kā mēs paši nepārzina to, kas ir labāk mūsu darbiniekiem,» uzskata B. Ābelniece, piebilstot, ka starptautiskas pasākumu rīkošanas aģentūras piesaistes gadījumā pārsteidza, ka mēs esam vienā līmenī – pasākumus Londonā, Vīnē un Rīgā aģentūras rīko vienādā līmenī.

Vēl viens aspekts – ļoti svarīga ir projektu vadība paša uzņēmuma pusē, kas notur šo pasākumu «uz šķiedrēm», lai nodrošinātu tā mērķim piemērotāko un atbilstošāko risinājumu un arī izpildījumu.

Pieredzējušie pasākumu aģentūru klienti ir vienprātīgi, ka sadarbības panākumu atslēgu galvenokārt nosaka līdzīga izpratne par pasākuma mērķi un kvalitātes standartiem. Ja tas, uzskatot sadarbību, tiek, tā sakot, uzkrēts, tad viss izdodas. Turklāt, pasūtīt pasākuma organizēšanu kādā aģentūrā, pašiem pasūtītājiem skaidri jāzina un jāprot izteikt savas vēlmēs, ir svarīgi definēt dar-



▲ **IECERĒTS**, ka otrs globālais tehnoloģiju jaunuzņēmumu un dzīvesstila festivāls *Digital Freedom Festival* pulcēs vairāk nekā simt runātāju no dažādām valstīm, bet dalībnieku skaits sasnies 1300. Pasākums gaidāms 27. un 28. novembrī. Attēlā – pirmais *Digital Freedom Festival*. PUBLICITĀTES FOTO

Ja strādā ar klientu ilglaiīgi, konkurenci noteikti sanāk izjust mazāk. Elīna Ērgle

ba uzdevumus, kā arī precīzi sadalīt darba pienākumus un atbildības sfēras. Tāpat ir būtiski, izvēloties tēmu, apzināties pasākuma dalībnieku intereses, lai pasākuma dalībnieki justos maksimāli ērti, lai būtu brīva atmosfēra un nekas nebūtu pārspīlēts.

Pieaug skaits

Nozares pārstāvji ir vienprātīgi, ka pasākumu skaits audzis un tāda pati tendence paredzama arī turpmāk. Labs piemērs ir tehnoloģiju un inovāciju nozare, tā attīstās ārkārtīgi strauji visā pasaulē. Tehnoloģiju, inovāciju un jaunuzņēmumu jomā vien pēdējos divos gados pasākumu skaits Eiropā ir divkārties, sasniedzot vairāk nekā 60 tūkstošus dažāda mēroga notikumu, tajā skaitā vairāk nekā 500 ar tehnoloģiju un inovāciju saistītu konferenču. «Tas izskaidrojams ļoti vienkārši – neskatoties uz di-

ģitālajam saziņas iespējām, nav izdomāts efektīvāks formāts, kur koncentrēti iegūt zināšanas par progresīvākajām tendencēm, apgūt praktiskas iemaņas vai izveidot jaunus biznesa kontaktus,» teic konferences *Reputation Time* un pasākuma *Digital Freedom Festival* rīkotāja Dagnija Lejiņa, kā piemēru minot *Digital Freedom Festival*, ko pagājušajā gadā apmeklēja vairāk nekā tūkstoš cilvēku un šogad tiek plānots apmeklētāju skaita pieaugums. «Protams, arī konkurence pasākumu vidū pieaug, jo tie konkurē ne tikai savā starpā Latvijā, bet arī ar pasākumiem citās pasaules vietās. Tāpēc šajā biznesā jau no pašas pirmās dienas jādomā par starptautiskas auditorijas piesaistīšanu,» rezumē D. Lejiņa.

Runājot par lokālo mēroga uzņēmumu pasākumiem, arī to skaits palielinās. «Ir audzis uzņēmumu skaits, kuri ir gatavi rīkot pasākumus, līdz ar to pieaug arī pasākumu skaits. Tas, iespējams, skaidrojams ar uzņēmumu darbinieku skaita pieaugumu, īpaši starptautiskos uzņēmumos un kompānijās, kas savu darbību orientē uz eksportu,» norāda *3K Management* vadītājs Gints Kronbergs, sakot, ka, salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem, pasākumiem atvēlētais budžets ir relatīvi nemainīgs. Budžeta palielinājums novērojams vienīgi proporcionāli dalīb-

nieku skaita pieaugumam pasākumā.

Tam piekrit aģentūras *Attach* pasākumu projektu vadītāja Elīna Ērgle, norādot uz Latvijas mazajiem uzņēmumiem, kuri arvien vairāk vēlas svinēt svētkus, parādīt darbiniekiem kaut ko jaunu, novērtēt darbiniekus, noorganizēt kaut vai mazu, bet īpašu pasākumu. Šāda veida pasākumiem budžets nav liels, bet emocijas pēc tā var būt spēcīgas. «Aptuvenos ciparos runājot – 100 personu darbinieku balle izmaksā 10–15 tūkstošus eiro. Tas ir aptuveni cīpurs, kas dominē Ziemeļvalstīs laikā vidējos uzņēmumos, bet, protams, katram pasākumam tas ir ļoti individuāli,» secina E. Ērgle. Runājot par pasākumu izmaksām, viņa teic, ka uzņēmumi sākuši novērtēt kvalitāti un ir gatavi par kvalitātēm lietāt – piemēram, telpām, vakariņām – arī maksāt atbilstošas summas. Savukārt B. Ābelniece uzsvē, ka pasākumu aģentūru darba cenas pēdējā laikā nav būtiski mainījušas.

Nozare attīstās

Pasākumu rīkotāju vidū nav novērojamas būtiskas izmaiņas. Vadošie nozares spēlētāji, kas lielākoties ir arī Latvijas Pasākumu producentu asociācijas biedri, palikuši tie paši. «Galvenie konkurenti ir tie, kas bijuši konkurenti visu laiku pēdējos gadus. Ja strādā ar klientu ilglaiīgi, kon-

Pasākumu industrijas attīstība pamatojas sadarbībā



MĀRCIS GULBIS
LATVIJAS PASĀKUMU FORUMA DIREKTORS, PASĀKUMU OPERĀTORA UNTITLED VADĪTĀJS
Vēl pirms desmit gadiem nebija iedomājama situācija, kad pasākumu rīkotāji pulcētos kopā, lai dalītos pieredzē,

atklāti vērtētu cits cita darbu un kopīgi meklētu risinājumus nozares problēmām. XX gadsimta deviņdesmitajos gados ievazātie dunči mugurā un intrigas palikušas vēsturē – pasākumu nozares tirgus sakārtojies, nozares dalībnieki kopā ceļ pasākumu kvalitātes latīņu, nozare ir atvērta gados jauniem spēlētājiem un ikvienam ir iespēja ar savu darbu pierādīt, ka pasākumus var organizēt kvalitatīvi un atbildīgi. Tas noteikti ir pasākumu nozares organizāciju nopelns, un man ir prieks, ka pasākumu rīkotāji, piegādātāji un tehniskās kompānijas atrod laiku, lai divas reizes gadā – pavasarī un rudenī – satiktos Latvijas Pasākumu forumā. Man ir prieks, ka pasākumu rīkotājiem tagad skaidrs – tiklošanās ir nepieciešama attīstībai. Jo kopīgi risināmo jautājumu un apspriežamo problēmu ir daudz – izglītība, jaunu speciālistu piesaiste, normatīvo aktu regulējumi un, protams, izaugsme. Ir prieks redzēt, kā Latvijas Pasākumu foruma iniciatīvas tiek realizētas dažādos pasākumos visā mūsu valstī. Ir pienācis laiks iet tālāk – apvienot kopīgi attīstībai un kvalitātes uzlabošanai Latvijas Pasākumu nozares tehniskos piegādātājus. To arī plānojam darīt Latvijas Pasākumu foruma rudens sesijā *Arēnā Rīga* oktobra beigās.

kurenci noteikti sanāk izjust mazāk,» teic E. Ērgle.

G. Kronbergs spriež, ka vērojama pozitīva tendence realizētajiem pasākumiem kļūt saturiski un tehniski kvalitatīvākiem un inovatīvākiem. «Pasākumu nozare attīstās, pasākumu organizatoriem parādās jauni partneri – dekoratori, galdu klājēji, pasākuma telpas ar pilnu aprī-

kojumu,» atzīmē E. Ērgle. «Ņemot vērā, ka Latvijas izklaides industrijas iekšējie resursi ir nelieli, jaunu ideju realizēšanai aģentūrām ir vien lielāka uzmanība jāpievērš dažādu izklaides jomas risinājumu – mākslinieku, performeru, moderatoru, arī tehnisku risinājumu – importēšanai no ārvalstīm,» uzskata G. Kronbergs. ●

Jaunās darba sezonas atklāšana ar iedvesmojošu darbdienu **kūrortpilsētā PĒRNAVĀ!**

Tagad, kad vasara tuvojas beigām un beidzas brīvdienas, ir laiks sevi atkal noskaņot darbam. Tam nav labāka veida, kā savus darbiniekus jaunās sezonas sākumā aizvest uz iedvesmojošu un motivējošu semināru, apmācībām vai darbdienu jūras gaisa piepildītājā Pērnavā.

Pirms diviem gadiem Pērnavā atvērta kūrorta viesnīca ESTONIA Resort Hotel & Spa**** ir sirsniņi uzņēmusi gan spa atpūtnieki, gan korporatīvie klienti. Līdz jaunās viesnīcas konferenču centram ir tikai divu stundu brauciens automašīnā gan no Rīgas, gan no Tallinas, semināru un konferenču klientus viesnīca apbur ar savu kompaktnumu un iespējām. Zem viena jumta atrodas gan spa un saunu centrs, gan daudzfunkcionāls konferenču centrs.

organizēt īpašas svinības, kurās uzsvars likts uz izklaidēm un komunikācijas.

Darbs norisinās putnu dziesmu pavadībā

Aiz katra veiksmīga pasākuma ir nesavtīga organizācijas komanda, kuras sviedriem un asarām jāpaliek neredzamām. ESTONIA Resort Hotel & Spa**** konferenču centrs divu gadu laikā ir noslīpējis savu pakalpojumu, un veiksmīga sadarbība ar klientu sniedz



Pasākumu organizēšanai ir sešas dažāda lieluma konferenču telpas, kas var uzņemt līdz 300 apmeklētājiem konferencēs un mazākos semināros. Liela zāle ar četrām semināru telpām un kluba telpu ļauj papildus kopīgām sanāksmām viegli un raiti organizēt arī grupu darbu.

Konferenču centra vidū esošais vestibils ir lieliska vieta kafijas pauzē apvienošanai ar nozares izstādēm.

Lielajā konferenču zālē var ienest ļoti dažādas prezentāciju materiālus, tur var prezentēt kaut automobili. Konferenču centrā var

rikotājiem iespēju izbaudīt putnu dziesmas, kas skan kā konferenču centra fona mūzika. Konferenču pārdošanas komanda palīdzēs plānot un rast risinājumus arī tām vēlmēm, kas sākotnēji šķiet neiespējamas. Pasākuma laikā vienmēr atbalstīs un izdevošos organizāciju nodrošinās centra tehniskā komanda, ir laba sadarbība ar pieredzējušiem skaņas un gaismas tehnisko pakalpojumu sniedzējiem, kā arī parūpēsies par izklaidi un atpūtu.

Ēdiens ir uzslavas vērts

Viesnīcas restorāns NOOT bieži saņem

ESTONIA RESORT HOTEL & SPA**** KONFERENČU CENTRS

- 1 liela konferenču zāle ar 4 sinhronās tulkotāšanas kabinēm, var uzņemt līdz 300 dalībniekiem
- 4 semināru telpas var uzņemt līdz 48 dalībniekiem
- 1 kluba telpa ar virtuves stūrīti var uzņemt līdz 14 dalībniekiem
- Moderni tehniskie risinājumi
- Ļoti ātrs WiFi



slavinošas atsauksmes no konferenču klientiem. Šefpavāra Rūdolfa Visnapū (Rudolf Visnapuu) – pavāru augstākās medaļas Cordon Bleu īpašnieka Igaunijas mūsdienu virtuves iedvesmotā ēdienkarte rada atpazīšanas prieku un aizrautību. NOOT pavāri ir raduši rēķināties arī ar īpašām diētām.

Restorānā konferenču klientiem pasniedz gan pusdienas, gan vakariņas, un svinīgu pasākumu gadījumā var organizēt izklaides programmas. Restorāna interjers nodrošina mājīgu telpas izkārtojumu gan mazām grupām, gan lieliem pasākumiem ar 250 dalībniekiem.

Vispirms darbs un pēc tam atpūta!

Pēc veiksmīgas semināra vai konferences dienas dalībniekus gaida spa un saunu centrs



Igaunijas Konferenču biroja 2016. gada novatoriskākā konferenču risinājuma speciālbaltu saņēma "Roaster Camp 2016", kas Igaunijā pulcēja 130 kafijas grauzdētājus no 18 valstīm.

*Šī sapņa īstenošanas plāns radās ESTONIA Resort Hotel & Spa****, kad organizatori pagājušajā pavasarī ieradās iepazīties ar konferenču centru. Viņus apbūra kompaktais konferenču centrs un četrzvaigžņu viesnīca ar spa un restorānu.*

Īpašus risinājumus prasījušās konferences vietas izvēlē izšķirošais, kā sacīja organizatori, bija viesnīcas komandas gatavība sadarboties ar organizācijas komandu.

SPA & SAUN, joga nodarbības vai grupas individuālie treniņi un spa procedūras. Papildus saunu aplim, kuru veido deviņas dažādas saunas, var atpūties lielajā baseinu zonā, kopīgi izbaudīt kokteiļus baseina bārā vai spa dzakuzi uz āra terases. Vienīgā iespēja Igaunijā atpūties istā Nāves jūras sālsūdens baseinā. Mazākas grupas gaida privātā sauna ar kadiķa aromātu un pirts rituāli ar ķermeņa procedūrām saunā AR SLOTIŅĀM. Pilnas mājas

pasākumiem piedāvā unikālu iespēju rezervēt visu SPA & SAUNA kompleksu, lai organizētu istu baseina ballīti. Dzīvībai mūzikai uzstādīsim īpašu skatuvi lielā baseina vidū.

Pieredzējušu treneru vadībā var piedalīties joga stundā vai pasūtīt individuālo treniņu savai grupai. Spa procedūru piedāvājumā papildus istām igauņu masāžām un ķermeņa procedūrām var atrast arī Indijas pikantās Sundari procedūras. ■

PAPILDINFORMĀCIJA:

<http://www.spaestonia.ee/resort/en/>
tāl. +372 440 1018
e-pasts events@spaestonia.ee

Naudu nežēlo, bet rēķina gan

Arī ēdiens var izrādīties svarīgs faktors pasākuma atmosfēras veidošanā

PASĀKUMU BIZNESS

Linda Liepiņa

LABI zināms, ka ir divas cilvēku grupas – tie, kuriem patīk rīkot pasākumus un viesības, un tie, kuriem patīk pasākumu un viesību rīkošanu uzticēt citiem. Būtisks kritērijs, pēc kura tiek vērtēts, vai pasākums izdevies, ir ēdiens – gan tā kvalitāte, gan daudzums.

Lai nesanāk gluži kā karikatūrista Herlufa Bidstrupa zīmējumos, kur saimniece, ēdienu gatavojot, tā pārgurusi, ka aizmieg virtuvē viesību jautrākajā brīdī, labs risinājums ir ēdināšanu uzticēt profesionāļiem.

Pastāvēs, kas pārvērtīsies

Par tiem, kas prot sagādāt saimniecēm un viesiem svētkus, vislabākā reklāma ir tā, kas iet no mutes mutē. Latvijā nav daudz tādu, kas nezinātu Krimuldā Ilzi – vai nu būtu paši pie viņas pasūtījuši uzkodas, vai sēdējuši pie galda, ko viņa klājusi. Ar ēdināšanas pakalpojumu nodrošināšanu Ilze Noreika saistīta



▲ **DAUDZOS** pasākumos ēdienu galdi nav iedomājami bez tortes, kūciņas vai deserta. Bieži tortes un kūku noformējumam tiek izmantotas dažādas ogas, un kopumā patlaban vērojama tendence izvēlēties pēc iespējas veselīgākas tortes un kūkas. Veselīga uztura tendence dominē arī citu pasākumiem pasūtīto ēdienu izvēlē.

FOTO - LETA

Nav viegli atrast uzticamus darbiniekus, kam būtu svarīgs uzņēmuma prestižs. Edīte Briede

Dūda. Viņa pieredze liecina, ka klienti pārsvarā pieņem ieteikto ēdienkarti. Protams, ir lietas, ko var mainīt un kas arī tiek darīts. Veģetārisms un bezglutēna diēta jau ir ierastas parādības, un gadās arī gatavot ēdienus gan veģeāniem, gan svaigēdājiem. «Āgrāk bija vieglāka izvēle – zivs vai gaļa, bet tagad jāpiedomā vairāk,» stāsta V. Dūda. Reizēm bijis jāpielāgojas dažādām tematiskajām ballītēm, piemēram, meksikāņu stilā, kad bija jāpiemeklē attiecīgi ēdieni.

Viņš arī ievērojis, ka «vispār ēdienkarte mainījies, tagad prasa veselīgākus ēdienus, tādus, kur, piemēram, mazāk majonēzes».

Punkts uz «i»

Bez tortes, kūciņas vai deserta nav iedomājamas neviens svinības. Latgalē gan ciemiņiem pasniedz skābu kāpostu zupu, ar to netieši pasakot, ka viesības beigušās un laiks doties uz mājām, bet faktiski jau viesošanās beidzas ar kafijas tasi un «ceļakāju».

Par tortēm un gaumi daudz zina stāstīt *Lapsas mājas* īpašniece Liene Zemīte: «Mūsu klientu pirmā izvēle – kvalitātes izvēle, lai kūka būtu garšīga. Ļoti liela uzmanība tiek pievērsta tam, lai kūka būtu pēc iespējas veselīgāka. Protams, kalorijas kūkai būs vienmēr! Taču varam arī sarūpēt kaut ko liesāku.»

Bieži tortes un kūku noformējumam tiek izmantotas ogas – vasarā zemenes, rudeni smiltsērķši un brūklenes. L. Zemīte zina stāstīt, ka prasības pēdējos gados mēdz būt dažādas – tiek pasūtītas kūkas bez olām, bez piena, un bezglutēna produkti kafējnicā jau ir ierasta lieta un ikdiena.

Sarežģītāki konditorejas izstrādājumi ir ar dažādām figūriņām, kāzām bijusi pasūtīta torte ar pāra fotogrāfijām, tas tagad ir modē. Klienti mēdz prasīt arī neparastākus garšu salikumus, piemēram, zemenes ar baziliku. Viena no lielākajām tortēm, ko L. Zemīte gatavojusi, bijusi paredzēta 300 cilvēkiem.

L. Zemītes pieredze rāda, ka nereti ir tā: «Ja svin svētkus, tad – sirsniņi, neskatoties uz to, cik tas maksā.»

gandrīz pusgadsimtu un rīkojusi banketus jau padomju laikā, bet 1996. gadā izveidojusi privāto uzņēmumu *Krimulda*. Biznesa sākums nebija viegls, bet piedāvātās produkcijas un pakalpojumu kvalitāte bija augsta, un pakāpeniski pieaudzis pasūtījumu skaits. Firms menedžere Edīte Briede stāsta: «Esam stabils uzņēmums ar savu klientu loku. Visos laikos cilvēki gribējuši ēst. Protams, krīze vilņveidīgi ietekmējusi arī mūsu rošību, bet cenšamies noturēt savu līmeni, un tas mūsu pakalpojumam palīdz izdzīvot tirgū.» Garšas sajūta ar gadiem tomēr nemainās, un, nobaudojusi suši, tapas, austeres un gliemežus, daudzi Latvijas iedzīvotāji atgriežas pie tradicionālā cepeša un rasola.

Taču radošuma *Krimuldai* netrūkst ne receptu izdomāšanā, ne ēdienu noformēšanā, jo katrs uzskodu šķīvis ir gluži kā glezna. «Klājot galdu, cenšamies ēdienu noformēt kā mazu bildi, uz galda vienmēr ir arī ziedi,» teic E. Briede.

Par aktuālāko problēmu patlaban E. Briede uzskata darbaspēka trūkumu: «Nav viegli atrast stabilus, uzticamus darbiniekus, kas saglabātu darba stilu un kam būtu svarīgs uzņēmuma prestižs.»

Par to, ka šis bizness ir sarežģīts, liecina tas, ka ēdināšanas pakalpojumu sniedzējs SIA *Moora*, kas ir viens no pirmajiem banketu un viesību apkalpotājiem, nonācis finansālās grūtībās. Uzņēmuma īpašniece Emma Moora ir lakoniska: «Turējamies līdz

pēdējam. Rudenī uzņēmumam būtu 25 gadu jubileja, bet... to vairs nesvinēsim. Ar ikdienas viesībām un ikdienas ēdināšanu, ja nav valsts pasūtījuma, nav iespējams izdzīvot.»

Ar pannām un kastrolēm

Ir dažādi varianti pasākumu organizēšanai. «Visi atkarīgi no pasākumam atvēlētā budžeta,» saka krodziņa *Visi savējie* saimnieks Verners Dūda. Ballīte svešās telpās bieži vien izvēršas par oficiālu pasēdēšanu konkrēti atvēlētājā laikā, tāpēc populārs ir variants, kad ēdinātāji ar savām pannām, kastrolēm, ēdienu kastēm dodas uz pasākuma vietu, lai no A līdz Z organizētu viesu ēdināšanu un apkalpošanu.

«Doties pie klienta finansiāli ir izdevīgāk. Tas ir sarežģītāk, taču interesantāk,» uzsver V. Dūda. Pasākumu organizētāju vēlmes gan mēdz būt dažādas – pat aprobežojoties tikai ar to, ka ēdiens tiek pasūtīts un tālāk jau rīkojas paši pasākuma rīkotāji. Optimāla izvēle – viesības apkalpo viesmīli, kas pasniedz ēdienus pakāpeniski, vēro un uzmana pasākuma ēdināšanas sadaļas norisi. Piknika variantā ēdinātāji ierodas ar saviem griliem, lielajām pannām un kastrolēm, lai ciemiņu klātbūtnē gatavotu ēdienu, pat iesaistot viņus un padarot pasākuma gastronomisko sadaļu par šovu.

«Tirgus ir atdzīvojis. Vienu brīdi klienti bija ļoti piesardzīgi, pētīja cenas, kaulējās, bet tagad ēdiena izvēle veic ļoti racionāli,» stāsta V.


RIGA ISLANDE HOTEL

★★★★★

Pilna servisa konferenču centrs un pasākumu organizēšana

- ❖ 4 konferenču zāles ar pilnu tehnisko aprīkojumu
- ❖ Daudzveidīgs pusdienu un kafijas paužu piedāvājums
- ❖ 3 restorāni dažādu formātu pasākumiem:
 - 1.stāva restorāns ar plašu ietīpību
 - 9.stāva restorāns ar panorāmas skatu
 - Jumta terase "Veranda (10)"
- ❖ Ietīpīga autostāvvietā
- ❖ Nakšņošanas pakalpojumi



Ķīpsalas iela 2, Rīga | +371 67608016 | conference@islandehotel.lv