

**12.08.2008**

**Informatīvais ziņojums par radošo industriju un tās  
politiku Latvijā**

## Satura rādītājs

1	Ievads .....	3
2	Radošās industrijas definīcija un konteksts .....	4
3	Radošā industrija Eiropā .....	6
3.1	Radošās industrijas atbalsta virzieni un instrumenti .....	7
3.2	Līdzšinējās attīstības piemēri atsevišķās valstīs .....	8
3.3	Līdzšinējā radošās industrijas jautājumu virzība Eiropas Savienības mērogā..	11
3.4	Pārnacionālo organizāciju loma radošās industrijas izpratnes sekmēšanā pasaulē .....	13
4	Radošā industrija Latvijā .....	13
4.1	Līdzšinējā radošās industrijas jautājuma virzība Latvijā .....	13
4.1.1	Radošās industrijas nozari reglamentējošie politikas dokumenti Latvijā.	16
4.1.2	Radošās industrijas institucionālās sadarbības shēma Latvijā .....	19
5	Atbalsta virzieni, kuros nepieciešams īstenot noteiktu valdības politiku radošajā industrijā .....	19
5.1	Izglītības kvalitāte un pieejamība, izpratnes veidošana par radošo industriju..	19
5.2	Komercedarbības attīstība .....	22
5.3	Jaunās tehnoloģijas .....	25
5.4	Dati un analīze, normatīvie dokumenti .....	26
6	Atsauces .....	28

## 1 Ievads

2007.g. 20.decembra Deklarācijā par Ivara Godmaņa vadītā Ministru kabineta iecerēto darbību kā viens no neatliekamajiem uzdevumiem paredzēts radošās industrijas atbalsta politikas izstrāde. Pamatojoties uz radošās industrijas jautājumu aktualitāti gan Eiropas Savienības (turpmāk – ES), gan Latvijas mērogā, Kultūras ministre iesniedz izskatīšanai Ministru kabinetā informāciju par radošo industriju un tās politiku Latvijā. Ņemot vērā to, ka radošās industrijas jautājumi ir jauni gan Latvijas, gan citu valstu kontekstā, informatīvajā ziņojumā skaidrotas definēšanas problēmas, sniegta apkopojoša informācija arī par radošās industrijas jautājumu virzību starptautiskā mērogā. Informatīvajam ziņojumam pievienoti pielikumi ar pētījumu rekomendācijām, statistiku, piemēriem utt. Informatīvā ziņojuma galvenais mērķis ir iezīmēt galvenos atbalsta virzienus, kādos ir nepieciešams īstenot īpašu valsts atbalsta politiku radošajā industrijā.

20. un 21. gadsimtu mijā pasaules sabiedrība ir konfrontēta ar tādiem jauniem fenomeniem kā *blogi*, *iPodi*, *podkāsti*, tiešsaistes sociālie tīkli, digitālais saturs utt., kas kopumā nosaka arī jaunu, atšķirīgu dzīvesveidu. Visā pasaulē pazīst tādus zīmolus kā *IKEA*, *APPLE*, *Yahoo*, *Disney* un daudzus citus, kas izveidojušies un nostiprinājušies tieši radošas komercdarbības un radošo produktu patēriņa rezultātā. Pētnieki novēro, ka šis fenomens jo īpaši sastopams vietās, kur koncentrējas visvairāk radoši aktīvu cilvēku – pilsētās. Tāpat pasaulē plaši ir atzīts, ka radošā ekonomika var attīstīties tikai ciešā sinerģijā ar valsts ieguldījumu radošā vidē – kultūrizglītībā, infrastruktūrā, radošajā procesā.

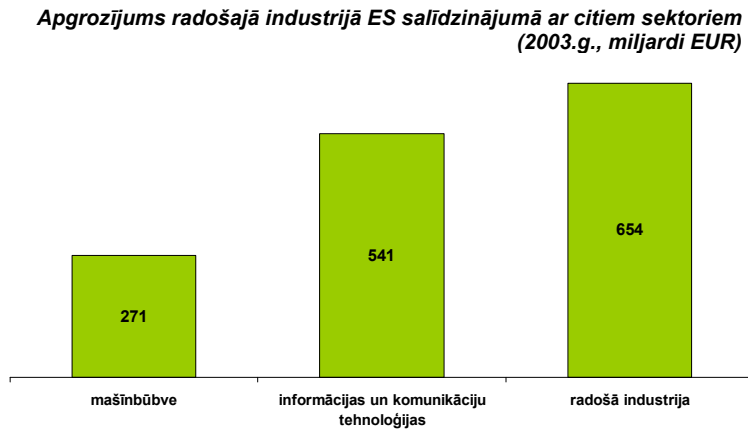
Ekonomikas un globalizācijas jaunās tendences visā pasaulē izraisa paliekošas izmaiņas tautsaimniecības organizācijā, piedāvājuma un pieprasījuma modeļos, patēriņa struktūrā, tirgu apjomos un veidošanās nosacījumos utt. Mainoties ekonomikas paradigmai, „radošā industrija” kā ekonomikas subjekts mūsdienās atrodas daudzu attīstīto tautsaimniecību centrā. Kultūras „ekonomizēšanās” no vienas puses un ekonomikas „kulturalizēšanās” no otras rada nepieciešamību plānot un īstenot atbilstošu publisko politiku radošās industrijas jomā.

Ja ir kāds nopietns risks Latvijas nākotnei, tad tā ir iespēja, ka Latvija kļūst par lēta darbaspēka zemi, jo tas nozīmētu, ka būsīm lemti provinciālai, garlaicīgai un trūcīgai dzīvei Eiropas nomalē. Par laimi, Latvijā valsts atbalsts radošumam jau izsenis ir viena no valdības prioritātēm. Mēs lepojamies ar saviem talantiem, ar ievērojamām kultūras institūcijām, ar Valsts Kultūrkapitāla fonda regulāro ieguldījumu radošā procesa nodrošināšanā, tomēr līdz šim augstā līmenī maz ticis vispusīgi un profesionāli diskutēts par to, kāda patiešām ir kultūras un radošuma loma tautsaimniecības attīstībā vispār.

Pēdējos gados arī Latvijā var novērot, ka ekonomisks potenciāls piemīt ne tikai produktu autoriem, bet arī auditorijai, kas ir kvalificēta un gaida kvalitatīvu piedāvājumu. Varam uzskatīt, ka tieši kultūrizglītības plašā izplatība ir sekmējusi to, ka Latvijas iedzīvotājiem ir laba gaume un vēlme pēc kvalitatīva patēriņa. Stendera ziepes, Lido virtuve, Madaras kosmētika, Nakts mēbeles vai Draugiem.lv ir tikai daži no zīmoliem, kas radušies un nostiprinājušies Latvijā un ir plaši pazīstami arī citur. Valsts atbalsts sociālajai reklāmai iezīmē jaunu virzienu reklāmas nozares komunikācijā ar sabiedrību. Piemēram, Ceļu satiksmes drošības direkcijas, Satiksmes un Iekšlietu ministriju kopīgā satiksmes drošības kampaņa bērniem "Piesprādzē! Neriskē!", kampaņa "Skarbās Jāņu dziesmas" ar Iekšlietu

ministrijas, Satiksmes ministrijas ceļu policijas un portāla Draugiem.lv. atbalstu vai arī Latvijas Valsts mežu *Cūkmena* kampaņa un citas.

EK<sup>1</sup> 2006. gadā publicētajā pētījumā apkopotie dati par ES valstīm rāda, ka radošās industrijas nozaru apgrozījums 2003. gadā bija 654 miljardi eiro (EUR) (kamēr, piem., Informācijas un komunikāciju tehnoloģiju (turpmāk – IKT) ražotāju apgrozījums bija 541 miljardi EUR), bet



nodarbinātība no 2002. līdz 2004. gadam pieauga par 1.85% (kamēr kopējā nodarbinātība ES kritās). Sektora ieguldījums iekšzemes kopproduktā (turpmāk – IKP) bija 2,6%. (Salīdzinājumam: nekustamā īpašuma tirgus – 2,1%; pārtikas un dzērienu rūpniecība – 1.9%; tekstilrūpniecība – 0.5%). Savukārt Latvijā 2003.g. sektora ieguldījums bija 1,8% no IKP, bet vidējais gada apgrozījuma pieaugums no 2002. līdz 2005. gadam bija 17,3%. 2005. gadā radošajā industrijā strādāja 4,8% nodarbināto.<sup>2</sup> Turklāt starptautiskie pētījumi rāda, ka labvēlīgos apstākļos arī radošās industrijas produktu eksportspēja stipri pārsniedz tradicionālo rūpniecības nozaru izstrādājumu eksportu. Latvijā šis potenciāls vēl būtu jāstiprina un jāizmanto.

## 2 Radošās industrijas definīcija un konteksts

Radošums ir iedzimta un izkopta indivīda īpašība un spēja radīt oriģinālas un jaunas nozīmes un tēlus. Radošā darbība palīdz atklāt jaunas iespējas un formas labākiem kopā dzīvošanas un darbības modeļiem, piemēroties jauniem apstākļiem un pārveidot esamību ar radošās iztēles un iniciatīvas palīdzību. Radošums attiecināms ne tikai uz jaunu mākslas priekšmetu vai stilu radīšanu, bet arī uz problēmu risināšanu jebkurā iespējamā jomā.

Lai gan par radošo industriju šobrīd pārliecinoši interesējas visā pasaulē, tomēr visos ar radošo industriju saistītajos dokumentos un pētījumos kā Latvijā tā ārvalstīs ir izceltas problēmas un grūtības definēt radošās industrijas. Runājot par līdzīgām parādībām un pēc būtības apzīmējot vienus un tos pašus fenomenus, tiek lietoti apzīmējumi „kultūras industrijas”, „izklaides industrijas”, „autortiesību industrijas”, „pieredzes industrijas” vai „satura industrijas” un citi nosaukumi.

Lai gan šie apzīmējumi ir samērā jauni, nevar noliegt, ka tas, ko tagad apzīmē ar radošo industriju vai tamlīdzīgi, ir pastāvējis vienmēr. Vairākas no atsevišķajām radošās industrijas nozarēm var identificēt arī ekonomikas tradicionālajā kontekstā. Piemēram, tādas nozares kā izdevējdarbība, televīzija vai kino. Radošās industrijas savā ziņā ir mākslīgi radīts ekonomikas “sektors”, jo kā priekšstats par šo nozaru nozīmi jaunajā ekonomikā tas apvieno ļoti dažādas nozares. Turklāt nozaru „komplekts” no valsts uz

valsti, tāpat arī dažādos radošās industrijas diskursa attīstības laika posmos vienā valstī, var atšķirties.<sup>3</sup>

Lai radošās industrijas jautājumus padarītāku skaidrākus gan profesionāļiem, gan plašākai sabiedrībai, publiskajā telpā nereti izskan prasība pēc stingri noteiktas radošās industrijas definīcijas. Latvijā samērā īsā laikā radušās un tiek izmantotas jau trīs tikai mazliet atšķirīgas, savstarpēji papildinošas definīcijas, kam pamatā ir Lielbritānijas Kultūras, mediju un sporta departamenta (*Department of Culture Media and Sport - DCMS*)<sup>4</sup> 1998. gadā publikotā definīcija.

Valsts kultūrpolicies vadlīnijas (2005/2006) <sup>5</sup>	Nacionālais attīstības plāns (2006) <sup>6</sup>	Pētījums „Radošās industrijas Latvijā” (2007) <sup>7</sup>
<i>Radošās industrijas ir aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā un kurām, radot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls veidot produktus ar augstu pievienoto vērtību. Tās aptver arhitektūru, reklāmu, mākslas un kultūras industrijas, dizainu (ieskaitot modi, grafisko dizainu un lietišķo mākslu), filmu, datorspēles un interaktīvās programmatūras, mūziku, jaunus medijus, izdevējdarbību, radio un televīziju.</i>	<i>Radošās industrijas - aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā un kurām, izveidojot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls celt labklājību un radīt darba vietas. Tās aptver arhitektūru, reklāmu, mākslas un kultūras industrijas, dizainu (ieskaitot modi, grafisko dizainu un lietišķo mākslu), filmu, datorspēles un interaktīvās programmatūras, mūziku, jaunus medijus, izdevējdarbību, radio un televīziju u.c. Radošās industrijas produktu ražošana ir sarežģīts process, kura ietvaros, sadarbojoties publiskajam, privātajam un nevalstiskajam sektoram, mijiedarbojas idejas radīšana, īstenošana un publiskošana.</i>	<i>Radošās industrijas ir tautsaimniecības nozares, kas balstās uz individuālo vai kolektīvo radošumu, prasmēm un talantu un spēj celt labklājību un radīt darba vietas, radot un/vai izmantojot intelektuālo īpašumu. Radošās industrijas rada, attīsta, ražo, izmanto, izrada, izplata, saglabā produktus, kam piemīt ekonomiska, kultūras un/vai izklaides vērtība. Šajā pētījumā definīcijai atbilstošas un NACE klasifikatorā norādītās nozares iedalītas deviņos sektoros: (1) literatūra, prese un poligrāfija, (2) vizuāla māksla, (3) audiomāksla, (4) audiovizuālā māksla, (5) TV, radio un interaktīvie mediji, (6) reklāma, (7) izpildītājmāksla, (8) kultūras saglabāšana, izplatīšana un izglītība, (9) atpūta, izklaide un citas kultūras darbības.</i>

Salīdzinot šīs trīs definīcijas, var konstatēt, ka tajās iekļauti būtiski parametri, kas raksturo radošās industrijas izpratnes attīstību daudzās valstīs, t. sk. Latvijā:

- 1) uzsvērts gan individuālais, gan kolektīvais radošums, gan arī intelektuālā īpašuma aspekts, kas norāda uz **nodarbināto** loku radošajās industrijās;
- 2) reflektēts par radošo produktu **ražošanas procesa** īpatnībām;
- 3) ietverts priekšstats par privātā, publiskā un nevalstiskā sektora mijiedarbības lomu radošās industrijas attīstībā – tātd par **privāto un publisko preču un pakalpojumu** ražošanu;
- 4) tiekšanās iekļaut orientējošu **ražošanas struktūru** – nozaru sarakstu, kas kalpo gan ilustratīviem, gan statistikas uzskaites mērķiem;
- 5) ietverts priekšstats par radošās industrijas **potenciāliem** saistībā ar nodarbinātību un konkurētspēju, plašākā nozīmē – labklājību.

Pirmkārt, veidojot koncepciju par radošo industriju kā par vienotu tautsaimniecības sektoru un kā par rīcībpolitikas virzienu, jāņem vērā arī fakts, ka kultūras nozares ekonomiskie un nodarbinātības politikas aspekti tradicionālajās tautsaimniecībās gadu desmitiem ilgi nav pietiekami analizēti vai ir pat ignorēti.<sup>8</sup> Respektīvi, Eiropas akadēmiskajā tradīcijā ekonomikas un kultūras jomas ir izteikti nošķirtas, un šis

nošķirums politikas dalībnieku apziņā apgrūtina starpsektoru un starpinstitūciju sadarbību, veidojot mūsdienīgas tautsaimniecības sistēmas. Līdz ar to radošās industrijas attīstības jautājumi mūsdienās jāskata ciešā kontekstā ar kultūras sociālekonomiskās ietekmes pētījumiem, kā arī ar pamatojumiem un apsvērumiem par valsts intervenci kultūrā. Turklāt jāizprot, ka radošās industrijas pastāvēšanas priekšnoteikums ir privātā, valsts un nevalstiskā sektora sinerģētiska sadarbība.

Otrkārt, radošās industrijas sektoram ir maz kopīgo pazīmju, kas ļautu runāt par stingrām robežām – izņemot radošuma, kultūras un satura klātbūtni, autortiesību objekta un cilvēka talanta izmantošanu, kā arī straujo izaugsmi un konkurētspējas potenciālu. Tas, kas radošo industriju izceļ citu ekonomikas sektoru vidū, ir tās spēja izmantot un pārvaldīt intelektuālo kapitālu, pievienot ražošanas procesam nozīmīgi jaunas zināšanas, radošas idejas un jaunievedumus. Radošās industrijas sektors produkcijas procesa rezultātā nemateriālos resursus pārvērš tādos produktos, kam pievienotas simboliskas vērtības un sociālā nozīme. Tādējādi daudzas valstis, plānojot atbalsta politiku, drīzāk runā par radošo industriju kā par liecību ekonomikas struktūras vispārējām izmaiņām.

Treškārt, ņemot vērā sektora sarežģīto struktūru, pastāv praktiska problēma – radošo industriju ir grūti uzskaitīt gan datu pieejamības, gan metodoloģijas nepilnību dēļ. Valsts statistikā ekonomikas nozares un organizāciju darbības veidus raksturo tikai vispārējās ekonomiskās darbības klasifikācijas NACE kodi, kas nepilnīgi izdala radošo industriju nozares un pie tam bieži arī neatspoguļo uzņēmumu reālās aktivitātes. Tā kā NACE klasifikatora sistēma radusies diezgan sen, jaunās nozares tajā vai nu nav iekļautas, vai arī atrodas nodaļās zem nosaukuma “cita darbība” u.tml. Tādēļ diezgan daudzas radošās nozares nav izdalāmas četru ciparu NACE kodos. Valstīs ar bagātāku radošās industrijas analīzes tradīciju izmanto sešu ciparu NACE kodus vai vēl sīkāku dalījumu. Tas tomēr problēmu atrisina tikai daļēji, jo eksistē nozares (īpaši jaunās ekonomikas nozares, kā arī vairākas radošās un kultūras nozares), kas NACE klasifikatorā nav pārstāvētas vispār.

Šie – ekonomikas uzskaites un klasifikācijas līdz šim izveidoto standartu interpretācijā tomēr visai neprecīzie – priekšstati tad arī parasti kalpo par pamatu šāda kopuma definēšanai statistikā un rīcībpolitikā, kuras mērķis ir celt ikviena sabiedrības locekļa materiālo un sociālo dzīves līmeni.

### **3 Radošā industrija Eiropā**

Jēdzienu „kultūras industrija” 20. gs. trīsdesmitajos gados pirmo reizi lietoja Frankfurtes filozofijas skolas pārstāvis Teodors Adorno, apzīmējot un kritizējot tolaik pieaugošās masu kultūras produktu patēriņa parādības, piem., filmas un mūzikas ierakstu industriju. Savukārt mūsdienu izpratnē šis jēdziens Eiropā un pasaulē tiek intensīvi lietots tikai kopš 20. gs. deviņdesmitajiem gadiem, kad tautsaimniecības pārmaiņu un politisku uzstādījumu rezultātā Lielbritānijā sāka runāt par kultūras un radošo industriju kā par konceptuāli atsevišķu nozaru grupu. Ir valstis, kurās par radošo industriju runā galvenokārt t. s. „pieredzes ekonomikas” kontekstā. Vienlaikus ar izpratni par radošo industriju un kultūru kā vitālu tautsaimniecības sastāvdaļu pasaulē veidojās un nostiprinājās arī priekšstati par zināšanu, intelektuālā īpašuma, ideju, inovāciju un satura būtisko lomu tehnoloģiju attīstībā, nodarbinātības un konkurētspējas sekmēšanā un ekonomikas izaugsmē. Pēdējo gadu laikā pasauli ir satricinājušas Amerikāņu pētnieka Ričarda Floridas atziņas par jauno „radošo šķiru” un nākotnes ekonomikas dzinējspēkiem

– tehnoloģijām, talantu un toleranci.<sup>9</sup> R.Florida savās grāmatās un rakstos uzsver, ka tieši radošums ir resurss, kas nosaka ikvienas nozares un arī visas nācijas attīstību, jo tas ir pārspējis dabas resursu un fiziskā kapitāla lomu kā primāro ekonomiskās izaugsmes dzinuli.<sup>10</sup>

### **3.1 Radošās industrijas atbalsta virzieni un instrumenti**

Lai izveidotu atbilstošu radošās industrijas politiku un atbalsta instrumentus, daudzas valstis vispirms analizē radošās industrijas attīstības faktus ne tikai savā tuvākajā apkārtnē, bet arī plašākā starptautiskā arēnā. Piemēram, jaunākās radošās industrijas politikas tendences aplūkotas Nīderlandes valdības pasūtījumā veiktajā pētījumā<sup>11</sup> par astoņpadsmit pasaules valstīm. Pētījuma rezultātā izdalītas astoņas tipiskākās pieejas radošās industrijas politikā:

- 1) inovāciju sekmēšana;
- 2) komercdarbības veicināšana;
- 3) tirgu attīstība;
- 4) radošās industrijas komercdarbības stimulēšana;
- 5) atbalsts radošajiem komersantiem piekļuvē riska kapitālam;
- 6) atbalsts komersantiem vietējo un ārējo tirgu apgūšanā;
- 7) radošo klasteru attīstības veicināšana;
- 8) intelektuālā īpašuma tiesību nodrošināšana radošuma sekmēšanai un atlīdzības garantēšanai autoriem.

Savukārt Zviedrijā veiktajā pētījumā<sup>12</sup> aplūkotas starptautiskās tendences attiecībā pret dažādajām izpratnēm radošās industrijas kontekstā, secinot, ka nav nozīmes, vai konkrētajā valstī runā vairāk par pieredzes, kultūras, autortiesību vai izklaides un citām tamlīdzīgām industrijām, jo politikas mērķi visos gadījumos ir līdzīgi:

- 1) Izcelt šo industriju ekonomisko nozīmi un popularizēt tās, veidojot precīzākus priekšstatus sabiedrības un politikas izpratnē.
- 2) Iedibināt šo industriju svarīgumu un iekļaut tās politikas dienas kārtībā.
- 3) Veidot sadarbību starp uzņēmumiem latentu sinerģiju mobilizēšanai.
- 4) Organizēt produktīvus darba tirgus ar augstu prasmju līmeni un zināšanām.
- 5) Izmantot vietējos industriālā radošuma un inovāciju resursus.

Lai šos mērķus sasniegtu, daudzviet ar valsts atbalstu tiek īstenoti šādi pasākumi:

- 1) Tiek organizēti pētījumi šo industriju potenciāla izpētei.
- 2) Tiek veidotas valdības darba grupas publiskā sektora atbalsta koordinācijai.
- 3) Tiek veidotas klasteru organizācijas.
- 4) Tiek veidoti tehnoloģiju attīstības un dizaina izaugsmes centri.
- 5) Tiek rīkotas tālākizglītības atbilstošas programmas nodarbinātajiem, kā arī veidoti īpaši konsultāciju centri uzņēmumiem.
- 6) Tiek organizētas izstādes un īstenoti eksporta veicināšanas pasākumi.
- 7) Tiek īstenoti sociāli un juridiski atbalsta pasākumi, sekmējot vietējo produktu konkurētspēju (nodokļu atvieglojumi utt.).
- 8) Tiek sniegta palīdzība intelektuālā īpašuma aizsardzības jomā.

Turklāt Ziemeļu inovāciju centra 2006. gadā veiktajā pētījumā piedāvāti šādi virzieni radošās industrijas atbalstam:<sup>13</sup>

- 1) Kopīgi publicitātes, virzīšanas tirgū un zīmolešanas pasākumi.
- 2) Kombinēta eksporta popularizēšana.
- 3) Vietējo tirgu apvienošana un pārrobežu tirdzniecības veicināšana.
- 4) Ražotāju kontakti Ziemeļvalstu distribūcijas kanālu kopīgai izmantošanai.
- 5) Viena reģiona lielo un mazo uzņēmumu sadarbība.
- 6) Kopīgas infrastruktūras izveide un eksistējošo institūciju kapacitātes apvienošana.
- 7) Izglītības nozares attīstīšana.
- 8) Darbinieku un prasmju pilnveide.
- 9) Tehnoloģijas un pētniecība un attīstība (*R&D*).
- 10) Inovācijas un informācijas izplatīšana.

Tātad, lai nonāktu pie konkrētu intervences jomu identificēšanas radošajā industrijā, dažādās pasaules valstīs šī jautājuma virzība ir risinājusies atšķirīgi. Taču visām valstīm raksturīgi ir tas, ka šī starpdisciplinārā tēma nozīmē izaicinājumu gan politiķiem, gan pētniekiem, gan ekonomikas, kultūras, izglītības un finanšu nozaru profesionāļiem, gan citām ieinteresētajām un iesaistītajām pusēm kā publiskajā, tā privātajā un nevalstiskajā sektorā.

### 3.2 *Līdzšinējās attīstības piemēri atsevišķās valstīs*

LIELBRITĀNIJAS Kultūras, mediju un sporta departaments (turpmāk – *DCMS*) deviņdesmito gadu vidū izveidoja īpašu komisiju radošās industrijas jautājumos (*Creative Industries Task Force*), kas identificēja sešas politiskās intervences jomas: eksports, zināšanas un izglītība, pieeja finansējumam, nodokļu sistēma, intelektuālā īpašuma tiesības un reģionāli jautājumi. 1998. gadā *DCMS* publicēja pirmo radošās industrijas kartēšanas pētījumu<sup>14</sup>, radot precedentus gan izpētes metodēm, gan definīcijai daudzās pasaules valstīs, tai skaitā Latvijā:

*„aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā un kurām, radot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls veidot produktus ar augstu pievienoto vērtību. Tās aptver šādus galvenos sektorus: reklāma, arhitektūra, mākslas un antikvitāšu tirgus, dizains, mode, filmas, interaktīvās programmatūras, mūzika, skatuves mākslas, izdevējdarbība, radio un televīzija.”*

*“those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property. These have been taken to include the following key sectors: advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software and television and radio.”*

*DCMS* politikas plānošanā un īstenošanā sadarbojas ar Uzņēmējdarbības departamentu, īpaši digitālā satura attīstības jomā. Lielbritānijas Tehnoloģiju attīstības programmas ietvaros 2008. gadā ir paredzēts izveidot Radošās industrijas zināšanu pārneses sadarbības tīklu.<sup>15</sup>

2007. gadā ir izdots jaunākais Lielbritānijas radošās industrijas pētījums „Paliekot priekšgalā: Lielbritānijas radošās industrijas ekonomiskie rādītāji” (*Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*)<sup>16</sup>, kura atziņas tiks ņemtas vērā jaunā radošās industrijas politikas dokumenta tapšanā. Lai sniegtu rekomendācijas valdības politikai, 2005. gadā *DCMS* sadarbībā ar atbildīgajiem valdības departamentiem, reģionālās attīstības aģentūrām un ekspertiem uzsāka darbu pie Radošās

ekonomikas programmas.<sup>17</sup> Darba grupas strādāja 8 jomās: izglītība un zināšanas, konkurētspēja un intelektuālais īpašums, tehnoloģijas, finanšu pieejamība un atbalsts komercdarbībai, daudzveidība, infrastruktūra, dati un analīze. Lielbritānijas radošās industrijas politika ir apstiprināta 2008. gadā. Līdz 2013. gadam tā tiks īstenota šādos virzienos: „Visiem bērniem radošo izglītību”, „Pārvērtīsim talantus profesijās”, „Atbalsts pētījumiem un inovācijām”, „Palīdzība un finanšu piesaiste radošās komercdarbības izaugsmei”, „Intelektuālā īpašuma aizsardzība un attīstīšana”, „Atbalsts radošajiem klasteriem”, „Virzīsim Lielbritāniju kā pasaules mēroga radošo centru”, „Pastāvīga šīs stratēģijas aktualizēšana”.<sup>18</sup>

VĀCIJAS FEDERATĪVAJĀ REPUBLIKĀ (turpmāk - VFR) pirmās aktivitātes radošās industrijas jomā notika Ziemeļreinas-Vestfālenes federālajā zemē, kur jau kopš 1992. gada Ekonomikas ministrijas (turpmāk – EM)<sup>19</sup> pasūtījumā tiek veikti padziļināti pētījumi un monitorings atsevišķās radošās industrijas nozarēs. Ziemeļreina-Vestfālenē radošās industrijas aplūko īpaši vietējās tautsaimniecības struktūras izmaiņu kontekstā, palielinoties pakalpojumu nozaru nozīmei.

Taču Federācijas līmenī radošās industrijas jautājumi dienas kārtībā ienākuši aptuveni kopš 2003. gada, kad notika pirmais, tagad ikgadējais, Vācijas radošās industrijas forums (*Jahrestagung Kulturwirtschaft*). Valdībā turpinās diskusijas par radošās industrijas politikas dokumentu nepieciešamību VFR.<sup>20</sup> Pirmais aptverošais ziņojums par radošo industriju VFR izdots 2006. gadā.<sup>21</sup> Atsevišķās Vācijas pavalstīs un lielākajās pilsētās tiek veidoti patstāvīgi radošās industrijas pētījumi, kā arī attīstības stratēģijas.<sup>22</sup> 2008. gadā VFR valdība uzsākusi īpašu iniciatīvu radošajai ekonomikai”<sup>23</sup>

Berlīnē 2004. gadā uzsāktā ES mēroga vērienīgā iniciatīva „Dvēseli Eiropai”<sup>24</sup> iezīmē pavērsieni kultūras izpratnē politiķu un kultūras profesionāļu aprindās un sabiedrībā kopumā. Pateicoties vācu teorētiķu, praktiķu un politiķu veikumam, tieši VFR ES prezidentūras laikā 2007. gadā tika panākts ievērojams progress radošās industrijas jautājumu virzībā ES līmenī (sk. punktu 2.4.).<sup>25</sup>

AUSTRIJĀ kopš 1998. gada ir ieviests kultūras statistikas standarts *LIKUS (LänderInitiativeKulturStatistik)*, kas ļauj vākt un analizēt salīdzinošus kultūras nozares datus visā Austrijā un ir saskaņots arī ar *Eurostat* metodoloģiju. Nopietni radošās industrijas pētījumi tiek veikti kopš 2003. gada, kad vadošo kultūras un ekonomikas nozaru ministriju un Austrijas Tautsaimniecības kameras pasūtījumā tika publicēts pirmais radošās ekonomikas kartēšanas pētījums Austrijā.<sup>26</sup> Tajā uzsvērtas trīs sektoru (publiskā, privātā un nevalstiskā) sadarbības un pārklāšanās nozīme radošās industrijas attīstībā, kā arī analizēti esošie valsts atbalsta instrumenti un iezīmēti izveidojušies klasteri radošās industrijas nozarē Austrijā. 2005. gadā izveidota valsts atbalsta programma radošajai industrijai<sup>27</sup>, bet 2006. gadā izdots otrais ziņojums par radošās industrijas stāvokli valstī. Valsts intervences iespējām radošajā industrijā tajā rekomendēti šādi virzieni: izpratnes veidošana sabiedrībā un sadarbības stiprināšana radošās industrijas jomā, atbalsts radošo uzņēmumu dibināšanai, starptautiskā sadarbība un eksports, kā arī finanšu pieejamība. Nopietni radošās industrijas nozaru un potenciāla pētījumi publisko institūciju uzdevumā veikti arī lielākajās pilsētās - Vīnē, Grācā un Lincā.<sup>28</sup> Koordinējošās funkcijas valsts līmenī kopš 2003. gada deleģētas biedrībai *AGRE creativ wirtschaft austria*.<sup>29</sup>

Nozīmīgi radošās industrijas pētījumi un valsts politikas darbības pēdējos gados veikti arī ŠVEICĒ,<sup>30</sup> kur kopš 2001. gada visu valsts ieinteresēto pušu sadarbībā notiek ikgadējais nacionāla līmeņa kultūras un ekonomikas forums – „*Forum Kultur und Ökonomie*.”<sup>31</sup> Līdzīgi kā VFR un Austrijā, arī Šveicē tiek uzsvērts radošās industrijas novietojums starp valsti, komercdarbību un sabiedrību, respektīvi, publiskā, privātā un nevalstiskā sektora mijiedarbes nozīme radošās industrijas attīstībā.

Tā kā SOMIJĀ jau kopš 20. gs. 80. gadiem veiksmīgi attīstās informācijas un komunikāciju tehnoloģijas, tad radošās industrijas jautājuma virzība lielā mērā saistīta ar saturu un inovācijām tehnoloģiju un digitālajā vidē. Īpašs projekts ir *Arabianranta* rajons Helsinkos,<sup>32</sup> kur ir apzināti mēģināti izveidot radošiem cilvēkiem piemērotu vidi. Šobrīd Somijā radošās industrijas produktu ražošanu uzlūko kā ekonomiskās izaugsmes resursu. Radošās industrijas attīstības procesos Somijā plaši iesaistītas universitātes<sup>33</sup>, kuru tuvumā koncentrējas nozīmīgi radošās industrijas klasteri un inkubatori. Piemēram, 2001. gadā Helsinku kompetences centrā *Culminatum*<sup>34</sup> tika izveidots pirmais satura industriju klasteris, vēlāk sāka darboties arī izglītības uzņēmumu un digitālā biznesa klasteri.<sup>35</sup>

Somijas atbildīgo ministriju (Izglītības un kultūras un Ārlietu) sadarbībā ir veikta izpēte un izveidoti atbalsta mehānismi kultūras eksportam, īstenojot kultūras eksporta attīstības programmu 2007. – 2011.<sup>36</sup> Savukārt 2005. gadā darbu sāka valdības veidota starpministriju darba grupa, lai sniegtu rekomendācijas kultūras sociālekonomiskās ietekmes statistiskās informācijas uzkrāšanai. 2006. darba grupa iesniedza ziņojumu valdībai, kas, ņemot vērā esošās ekonomikas klasifikācijas nepilnības un citus faktorus, rekomendē veidot kultūras satelītkontu sistēmu Somijā. (sk. skaidrojumu par satelītkontu sistēmas būtību šī ziņojuma 27. lpp.) 2007. gadā darba grupai pilotprojekta veidā ir jāizstrādā satelītkontu makroinformācijas modelis.<sup>37</sup>

IGAUNIJĀ pēc Ekonomisko pētījumu institūta (*Eesti Konjunkturiinstituut*) 2003. gada datiem<sup>38</sup> radošajā industrijā nodarbināti 3% jeb 20 000 no darbspējas vecumā esošajiem iedzīvotājiem. Darbojas 2307 uzņēmumi un 2500 privātas saimnieciskās organizācijas ar nozares apgrozījumu 9 miljardu Igaunijas kronu, kas sastāda 3% no kopējā IKP. Radoši industriju Igaunijā raksturo, piemēram, veiksmīgi mēbeļu zīmoli kā „*T&T Mang*”, „*Standard*”, „*Thulema*”, „*ClassXFurniture*” vai „*4ROOM*”, plastikāta apstrādes tehnoloģijas, attīstot ergonomiku un dizainu, ļauj konkurēt medicīnas, higiēnas un sporta aprīkojuma jomā, bet viena no vecākajām igauņu apģērbu fabrikām „*Baltika*”, pateicoties veiksmīgai stratēģijai, ir pārvērsta par populāro zīmolu „*Monton*”, kam seko „*CHR*” un „*Baltman*”. Radošās industrijas attīstības sekmēšanai valsts līmenī Igaunijā noteikti četri prioritārie rīcības virzieni: Radošās komercdarbības vides attīstība; Izglītība – radošo indivīdu komercdarbības prasmju attīstīšana; Jaunās tehnoloģijas – digitalizācija; Statistika un izpratnes veidošana kā priekšnoteikums attīstībai nākotnē. Pēc veiksmīgas radošo uzņēmumu darbības Tallinas biznesa inkubatoros, Tallinā tiek plānots atvērt arī īpašu radošās industrijas inkubatoru.<sup>39</sup> 2008. gadā īpašu radošās industrijas stratēģiju ir izstrādājusi un īsteno arī Tartu pilsēta.<sup>40</sup> ES struktūrfondu plānošanas periodā 2007. - 2013. gadam Igaunijā līdzās parastajiem komercdarbības atbalsta instrumentiem plānota arī atsevišķa Ekonomiskās vides attīstības operacionālās programmas aktivitāte radošās industrijas atbalstam no ERAF (pasākumā pieejami 7,5 milj. EUR).<sup>41</sup>

DĀNIJĀ par radošo industriju runā galvenokārt kultūras un pieredzes ekonomikas kontekstā, kuras galvenie raksturlielumi ir: simboliska satura radīšana, organizācija

sadarbības tīklu ekonomikas veidā, prasmīga un intensīva tehnoloģiju izmantošana ražošanas procesā, tendence strādāt klasteros, attiecības ar publisko sektoru un saistība ar autortiesību jomu.<sup>42</sup> Radošās industrijas izpēte cieši saistīta ar augstākajām mācību iestādēm.<sup>43</sup> 2000. gadā Dānijas EM un Kultūras ministrijas (turpmāk – KM) sadarbībā tika izstrādāts pirmais valdības rīcības plāns „Dānijas radošais potenciāls – kultūras un komercdarbības politikas ziņojums 2000” (*Denmarks Creative Potential- Culture and Business Policy Report 2000*)<sup>44</sup>, bet 2003. gadā ziņojums – „Dānija kultūras un pieredzes ekonomikā – 5 jauni soļi” (*Denmark in the Culture- and Experience Economy – 5 new Steps*).<sup>45</sup> Pieredzes ekonomika ir nozīmīga tēma arī Dānijas lielāko pilsētu politiku plānošanā un ieviešanā. Piemēram, valdība ir stimulējusi *Musicon Valley*<sup>46</sup> izveidošanos Roskildē.

1999. gadā Zināšanu fonds<sup>47</sup> sāka pirmās aktivitātes radošās industrijas atbalstam ZVIEDRIJĀ. Šodien kultūra Zviedrijā ir kļuvusi par neatņemamu labklājības valsts un tautsaimniecības sastāvdaļu. Lai gan līdz šim valsts līmenī nav izveidota īpaša politika, stratēģijas vai rīcības plāni, intensīva un mūsdienīga radošās industrijas prakse un fakti sastopami gan izglītības un pētniecības, gan komercdarbības jomās visdažādākajās iniciatīvās. Līdzīgi kā Dānijā, arī Zviedrijā par radošo industriju runā pieredzes ekonomikas kontekstā. Pieredzes ekonomikas kartēšanu un izpēti veic gan Zviedrijas Zināšanu fonds<sup>48</sup>, gan citas organizācijas<sup>49</sup>. Zināšanu fonda atbalstītajā Pieredzes ekonomikas tīklā Zviedrijas reģionu lielākajās pilsētās sastopami izcili radošās industrijas koncentrācijas paraugi: Hultsfredā (mūzika, mediji un tūrisms) Trollhetanā (kino un mediji), Karlshamnā (datorspēles), Pitā (tūrisms), Malmē (jaunie mediji un dizains) un Gēteborgā (dizains un tirgus komunikācijas) un Stokholmā (mode un dizains).<sup>50</sup>

Skandināvijas un Ziemeļvalstis Eiropas kontekstā izceļas ar redzamiem sadarbības radošās industrijas tīkliem. Skandināvu dizaina fenomens un Ziemeļu inovāciju centra aktivitātes radošās industrijas atbalstam ir visplašāk pazīstamie piemēri šai sadarbībai.<sup>51</sup> 2007. gada nogalē Ziemeļu inovāciju centrs publicēja politikas dokumentu ar rekomendācijām radošās ekonomikas politikai reģionā.<sup>52</sup>

### **3.3 Līdzšinējā radošās industrijas jautājumu virzība Eiropas Savienības mērogā**

ES līmenī par radošās industrijas jautājumu īpašā intensitātē runā dažāda līmeņa dokumentos kopš deviņdesmito gadu vidus. Piemēram, 1995. gada 4. aprīlī tika pieņemti Padomes secinājumi „Kultūra un audiovizuālie mediji” (OJ C 247, 23.9.1995, p. 1.); 1999. gada 17. septembrī – Padomes secinājumi par radošo industriju un nodarbinātību (2000/C 8/07). 2003. gada 4. septembrī tika pieņemta Eiropas Parlamenta rezolūcija par kultūras industriju (2002/2127(INI)). Kā jau sākumā minēts, 2006. gada 15. novembrī tika publicēts EK pasūtījumā veiktais pētījums “Kultūras ekonomika Eiropā”. Pētījumā secināts, ka:

- kultūras jaunrades darbs un ar to saistītās ekonomikas nozares jau šobrīd sniedz tiešu un ievērojamu ieguldījumu ekonomikas izaugsmē un nodarbinātībā;
- kultūras nozarē šobrīd ir lielāka izaugsme nekā ekonomikā kopumā, un nodarbinātības līmenis kultūras nozarē ir pieaudzis straujāk nekā tautsaimniecībā kopumā;

- kultūras pasākumi un tādas radošās industrijas nozares, piem., vizuālā un izpildītājmāksla, kultūras mantojums, filmas un video, televīzija un radio, jaunie un vēl topošie plašsaziņas līdzekļi, mūzika, grāmatas un prese, dizains, arhitektūra un reklāma ir svarīgas jauninājumu un tehnoloģiju veicināšanā;
- augstas kvalitātes jaunrades pieejamība ir būtiski svarīga, lai īstenotu jaunās tehnoloģijas, jo īpaši, platjoslas internetu, digitālo televīziju un mobilo sakaru tehnoloģijas;
- pašnodarbināto, mikrouzņēmumu un mazo un vidējo uzņēmumu (MVU) attīstību kultūras nozare ietekmē vēl vairāk nekā citas nozares;
- ņemot vērā kultūras ekonomikas ciešo saistību ar īpašo kultūras un valodas vidi un izteiktās reģionālās tradīcijas, kultūras nozares preču un pakalpojumu ražošana nav vienkārši pārņemama un tādējādi veido stabilu un ilgtspējīgu pamatu vietējās un reģionālās ekonomikas izaugsmes un sociālās kohēzijas stratēģijām.

2007. gada 8. maijā tika pieņemti ES Izglītības, jaunatnes un kultūras ministru padomes secinājumi par kultūras un jaunrades nozares ieguldījumu Lisabonas mērķu sasniegšanā (9021/07), 2007. gada 10. maijā tika pieņemts EK paziņojums par Eiropas darba kārtību kultūrai augošas globalizācijas apstākļos”.

2007. gads bija īpaši nozīmīgs, jo uz daudzkārt pieminēta pētījuma pamata ES līmenī tika izstrādāti un pieņemti vairāki nozīmīgi dokumenti kultūras jomā, kuros ES Padome tiek aicināta atzīt kultūras nozīmi daudz plašāk Lisabonas stratēģijas jaunajā ciklā, savu darbu atsāks EUROSTAT darba grupa kultūras statistikas datu apkopošanā, kā arī tiek runāts par radošo industriju un MVU kultūras un jaunrades sektorā attīstību un atbalsta iespējām un kultūras izglītības sistēmas pilnveidošanu. 2007. gada 16. novembrī tika pieņemta Padomes rezolūcija par Eiropas kultūras plānu laika periodam no 2008. līdz 2010. gadam stratēģiskajos mērķos cita starpā ietilps šādas prioritāras darbības: izstrādāt datus, statistiku un metodoloģiju kultūras jomā un uzlabot to salīdzināmību; pēc iespējas palielināt kultūras un radošo nozaru, jo īpaši MVU potenciālu.

2008. gada 10. aprīlī Eiropas Parlamentā pieņemtā rezolūcija „Par kultūras nozarēm”<sup>53</sup> atzīst kultūras un radošuma nozīmīgo lomu izaugsmes un nodarbinātības veicināšanā, lai īstenotu Lisabonas Stratēģijā noteiktos mērķus, uzsverot, ka radošās industrijas ir dinamiskas un zināšanās balstītas ekonomikas pamats, kas sniedz ievērojumu ieguldījumu ES un katras tās dalībvalsts konkurētspējā. Eiropas Komisija (turpmāk – EK) un dalībvalstis tiek aicinātas:

- nodrošināt nozarei atbilstošus finansiālus instrumentus, jo īpaši nodokļu atlaižu un samazinātu pievienotās vērtības nodokļa (PVN) likmju piemērošanu kultūras produktiem;
- par ES atbalsta programmām - nodrošināt kultūras un radošo nozaru piekļuvi struktūrfondu un 7. ietvarprogrammas finansējumam, un pilnveidot pastāvošās ES atbalsta programmas, kas motivētu un atbalstītu arī mūzikas industriju, teātru un izdevniecību darbību, kā arī popularizētu grāmatas un profesionālo izglītību, sniegt atbalstu tulkošanai;
- dalībvalstis tiek aicinātas pievērst īpašu uzmanību sieviešu atalgojuma līmenim kultūras industrijās, nodrošināt labāku saziņu starp radošajām industrijām un finansējuma sniedzējiem.

Lisabonas Stratēģijas Integrēto pamatnostādņu 2008.-2010. gadam 8. vadlīnijā (Veicināt visu veidu inovācijas) noteikts, ka Eiropas ekonomikas dinamiskums ir atkarīgs no tā radošuma un inovāciju kapacitātes. Jaunu inovāciju ieviešanu bieži aizkavē finansiālo līdzekļu trūkums. Pasākumiem, lai veicinātu radošumu un inovatīvu uzņēmumu skaita palielināšanos, tai skaitā uzlabojot pieeju finansu resursiem, vajadzētu paaugstināt inovatīvo aktivitāti. Kā ietvaros ES dalībvalstīm jāpievērš pastiprināta uzmanība – uzlabojumiem inovāciju atbalsta pakalpojumiem; starpvalstu zināšanu pārneses veicināšanai (ieskaitot ārvalstu tiešās investīcijas); labākai piekļuvei pašmāju un starptautiskajām finansēm; efektīgiem līdzekļiem, lai realizētu intelektuālā īpašuma tiesības. 9. vadlīnijas (Veicināt IKT izplatību un efektīvu izmantošanu un veidot pilnībā iekļaujošu informācijas sabiedrību) ietvaros veicināt plašu IKT lietošanu publiskajos pakalpojumos, MVU un mājsaimniecībās; veicināt IKT un satura industrijas attīstību un funkcionējošus tirgus. 15. vadlīnijas (Veicināt komercdarbības kultūru un nodrošināt MVU atbalstošu vidi) ietvaros jāuzlabo pieeja finansu resursiem, lai veicinātu MVU veidošanu un izaugsmi; stiprināt ekonomiskos stimulus un MVU inovatīvo potenciālu.

### **3.4 Pārnacionālo organizāciju loma radošās industrijas izpratnes sekmēšanā pasaulē**

UNESCO (Apvienoto Nāciju Izglītības, zinātnes un kultūras organizācija) jau 1980. gadā nāca klajā ar iniciatīvām prognozēt un vērtēt kultūru industrijas attīstību Eiropā un pasaulē.<sup>54</sup> UNESCO devusi arī nozīmīgu ieguldījumu ar radošās industrijas saistītā kultūras statistikas jautājuma aktualizācijā un profesionālajā virzībā pasaulē.<sup>55</sup> Savukārt UNCTAD (Apvienoto Nāciju Tirdzniecības un attīstības konference) 2004. gada 13. – 18. jūnijā rīkoja augstākā līmeņa paneldiskusijas par radošās industrijas lomu pasaules ekonomiku attīstībā.<sup>56</sup> OECD (Pasaules Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija) 2006. gadā izdeva nozīmīgu pētījumu par starptautiski salīdzināmu kultūras sociālekonomiskās ietekmes mērījumu iespējām un problēmām pasaulē.<sup>57</sup> Arī WIPO (Pasaules intelektuālā īpašuma organizācija) pēdējos gados izstrādājusi metodoloģiju intelektuālā īpašuma nozaru pievienotās vērtības mērīšanai, un tā lietota vairākās pasaules valstīs, tai skaitā Latvijā.<sup>58</sup> Arī PASAULES BANKA un EIROPAS PADOME savā darba plānā regulāri iekļauj radošās industrijas jautājumus.<sup>59</sup>

## **4 Radošā industrija Latvijā**

### **4.1 Līdzšinējā radošās industrijas jautājuma virzība Latvijā**

Latvijā kopš 2005. gada radošās industrijas jautājumus publiskās politikas līmenī īpaši uzņēmusies virzīt KM – gan pasūtot pētījumus, gan iniciējot to iekļaušanu visos nozīmīgākajos politikas plānošanas dokumentos, gan iepazīstinot ar radošās industrijas problemātiku dažādas auditorijas utt. KM galvenā motivācija, iesaistoties radošās industrijas jautājumu virzīšanā Latvijā, ir cieši saistīta gan ar politikas prioritāti kultūrizglītībā, gan ar pārliecību par kultūras investīciju nozīmi tautsaimniecībā kopumā. Piemēram, jau šobrīd uzņēmumā *Lattelecom Technology* digitālā dizaina jomā veiksmīgi strādā galvenokārt Latvijas Mākslas akadēmijas (turpmāk – LMA) absolventi. Tādējādi arī KM ir skaidri jāzina, kādas ir ražotāju prasības izglītībai. Ir skaidrs, ka lielā mērā no radošās industrijas attīstības būs atkarīgs, vai Latvija arī nākotnē pārsvarā nodarbosies ar

apaļkoku vai drīzāk tomēr ar mēbeļu eksportu. Eksporta iespējas savukārt ir Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras (turpmāk – LIAA) kompetencē, ar ko KM sadarbība pēdējo gadu laikā ir pozitīvi nostiprinājusies. Eksporta veicināšana nozīmē atbalstu arī radošās industrijas nozaru dalībai nozīmīgākajos pasaules tirgos, piemēram, mūzikai (MIDEM), grāmatniecībai (Frankfurtes grāmatu mese) vai dizainam (Milānas meses). Lai izvērtētu situāciju, kultūras ministre Helēna Demakova personīgi ir vairākkārt apmeklējusi radošās industrijas dažādu nozaru uzņēmumus, identificējot, kāds valsts atbalsts tiem būtu visvairāk nepieciešams, un kādus pamatus komercdarbības attīstībai iespējams nodrošināt tieši no KM puses.

Laika posmā no 2005. līdz 2008. gadam galvenās ar KM iesaisti notikušās aktivitātes radošās industrijas jomā ir bijušas šādas:

- Ministru kabineta 15.04.2008. sēdē apstiprināts KM izteiktais ierosinājums EM iesniegtajam „Informatīvajam ziņojumam par pasākumiem makroekonomiskās situācijas stabilizācijai 2008.-2009.gadam”: informatīvais ziņojums papildināms, 2.10.sadaļā par zināšanu ietilpīgas ekonomikas veidošanu iekļaujot atsauci arī uz radošās industrijas nozari;
- Mainīts Valsts Kultūrizglītības centra nosaukums un paplašinātas funkcijas: Kultūras un radošās industrijas izglītības centrs (turpmāk – KRIIC) (2008);
- KM izveidota konsultatīvā Dizaina padome (2006); Panākta vienošanās ar EM par Dizaina padomes darba turpināšanu EM paspārnē (2008);
- NAP ekspertu darba grupā "Uzņēmumu tehnoloģiskā izcilība un elastība" regulāri tiek analizēta radošās industrijas situācija Latvijā;
- 2007. gada valsts budžeta grozījumos radošās industrijas atbalstam paredzēti līdzekļi 100 000 Ls apmērā jaunu mācību programmu izstrādei dizaina jomā, tai skaitā jaunas Dizaina koledžas plānošanai un dokumentācijas izstrādei Liepājā. (2007/2008);
- 2007. gada maijā KM tika izveidota starpinstitutionāla darba grupa radošās industrijas politikas pamatnostādņu izstrādei. Darba grupu vada Inese Pētersone, kas pārstāv Dizaina Informācijas centru (turpmāk – DIC) un Rīgas Dizaina un mākslas skolu. Darba grupā pārstāvētas EM, IZM, LIAA, Nacionālais Kino centrs, KRIIC, LMA un Radošās ekonomikas institūts;
- 19.11.2007. KM organizēta starptautiskā konference „Digitālās bibliotēkas izglītībai” ar mērķi pārrunāt nacionālo bibliotēku turpmāko lomu un iespējas sabiedrības izglītības pilnveidošanā;
- 07.11.2007. KM organizēta starptautiskā konference “Radošs prāts – vislielākais aktīvs” ar mērķi veicināt izpratni par radošuma pienesumu tautsaimniecības attīstīšanā un radošās industrijas lomu Latvijas izaugsmei;
- 05.10.2007. DIC un KM organizēta starptautiskā konference “No Lielvārdes jostas līdz mūsdienu dizainam”, kur iztirzāta dizaina nozīme un loma ekonomikas attīstībā, uzsverot dizaina izglītības attīstības nepieciešamību;
- 08.06.2007. LIAA un KM organizēts seminārs par atbalstu eksportam grāmatniecības nozarē “ES līdzfinansētās valsts atbalsta programmas komercdarbības veicināšanai”;
- 28.-29.06.2006. KM un Dānijas kultūras institūta organizēta konference “Radošais potenciāls mākslinieku un komersantu sadarbībā, izglītojoties 21. gadsimta izaicinājumiem”;

- 02.05.2006. LIAA un KM kopīgi organizēts seminārs “Valsts atbalsta iespējas radošo industriju pārstāvjiem”;
- 14.12.2005. KM organizēta konference “Kultūras ieguldījums ekonomikā”;
- 27.05.2005. KM un Dānijas kultūras institūta organizēta konference “Radošās industrijas un to nepieciešamība Latvijā”.
- 2005.gadā Latvijas Mākslas akadēmijā izveidota Digitālo tehnoloģiju laboratorija, uzlabots tehniskais aprīkojums multimediju apguves programmās, veidojot priekšnosacījumus jauna tipa pētniecisko studiju procesam un aktīvai radošo personību līdzdalībai starptautiskos mākslas pasākumos, palielinot studentu konkurences spēju modernajā darba tirgū.
- Kopš 2005.gada Latvija piedalās pasaulē lielākajā starptautiskajā mūzikas industrijas gadatirgū MIDEM Francijā, Kannās.
- 2005. gada 8. februārī Tallinā noslēgts visu triju Baltijas valstu kultūras ministriju līgums par sadarbības platformas *Baltic Films* izveidošanu, veidojot vienotu zīmolu ar mērķi sekmēt Baltijas audiovizuālās produkcijas izplatīšanu un atpazīstamību pasaulē, veicināt Baltijas valstu kino ražošanas attīstību un stiprināt valstu sadarbību.
- Ar 2003.gada 24.decembra Ministru kabineta rīkojumu Nr. 817 izveidotās Kultūra ministrijas pārraudzībā esošās valsts aģentūras „Kultūras informācijas sistēmas” īstenotie liela mēroga kultūras resursu un informācijas digitalizācijas projekti:
  - o Valsts Vienotā Arhīvu Informācijas sistēma - projekta ietvaros veikta elektronisko dokumentu arhivēšana un programmatūras izstrāde, notiek darbs pie infrastruktūras izveides un lietotāju apmācības vienotās sistēmas lietošanai;
  - o Valsts Vienotā Bibliotēku Informācijas Sistēma jeb Gaismas tīkls, kura ietvaros pašvaldību publiskajās bibliotēkās izveidota tehniskās infrastruktūras bāze, reģionu galvenajām bibliotēkām piegādāti serveri reģionu kopkatalogu veidošanai, organizēti semināri, veiktas bibliotekāru apmācības, attīstīta bibliotēku informācijas sistēma. Projekta ietvaros paredzēts vienotā integrētā bibliotēku tīklā iekļaut arī skolu bibliotēkas. 2006. gada 11. novembrī parakstīta vienošanās starp LR KM un Bila un Melindas Geitsu Fondu (ASV) par Latvijas pašvaldību publisko bibliotēku attīstības projekta „Trešais tēva dēls” īstenošanu, kam fonds piešķīris 16,2 miljonu ASV dolāru ziedojumu. Projekta ietvaros, papildinot VVBIS projektā uzsākto, visās 857 pašvaldību publiskajās bibliotēkās izveidots vienots datu pārraides tīkls kvalitatīvi jaunā līmenī un nodrošināta datortehnika bibliotēkas lietotājiem, tostarp speciālā tehnika vājredzīgiem lasītājiem, izveidoti 10 reģionālie apmācību centri, kuros veiktas visu bibliotekāru apmācības.
  - o Turpinās 2001.gadā Bibliotēku informācijas tīklu konsorcijs uzsāktais projekts „Elektroniskās publikācijas Latvijas bibliotēkām” ar mērķi nodrošināt elektronisko datu bāzu un materiālu pieejamību Latvijas bibliotēkās;
  - o Vienotā Lasītāju karte - projekta mērķis ir radīt lietotājiem jaunas iespējas izmantot citu tīklā esošo bibliotēku informācijas resursus un izveidot pastāvīgu sadarbības modeli lasītāju datu apstrādē un apkalpošanā starp

valsts nozīmes zinātniskajām bibliotēkām. Tiek veidota vienota lasītāju datu bāze, no 2001. gada 1. jūnija ieviesta Vienotā lasītāja karte;

- Nacionālā muzeju krājuma kopkatalogs – projekta ietvaros pabeigts darbs pie NMKK programmatūras izstrādes, 110 Latvijas akreditētajos muzejos izveidota tehniskā infrastruktūra, muzeju darbinieki apmācīti darbam ar jauno NMKK programmatūru un digitālajiem fotoaparātiem, uzsākta datu ievadīšana NMKK un veikta datu konvertācija no muzeju lokālajām sistēmām uz NMKK;
- Latvijas reģionu digitālā kultūras karte <http://www.kulturaskarte.lv>: projekta ietvaros izveidota datu bāze ar kultūras iestāžu pamatinformāciju un portāls ar Latvijas karti, kas parāda kultūras iestāžu pārklājumu valstī, datu bāze tiek papildināta ar kultūras jomas analīzei nepieciešamo papildus informāciju un sociālekonomiskajiem rādītājiem, uzsākta datu bāzes analīzes sistēmas izstrāde.

#### **4.1.1 Radošās industrijas nozari reglamentējošie politikas dokumenti Latvijā**

Pirmo reizi Latvijas radošās industrijas jēdziens minēts Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006.-2015.gadam. Patlaban rīcības virzieni radošās industrijas attīstībai iekļauti vairākos valstiskas nozīmes plānošanas dokumentos, kā Latvijas Nacionālajā attīstības plānā 2007.-2013.gadam, politikas pamatnostādnes “Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.-2015.gadam. Nacionāla valsts”, Latvijas Nacionālajā Lisabonas programmā 2005.-2008.gadam, Deklarācijā par Ivāra Godmaņa vadītā Ministru kabineta iecerēto darbību (2007.g. 20.decembrī), MK 2007. gada 21. marta rīkojumā Nr. 157 „Par vidēja termiņa budžeta mērķiem un prioritārajiem attīstības virzieniem 2008.-2010.gadam”.

**Deklarācija par Ivāra Godmaņa vadītā Ministru kabineta iecerēto darbību** (2007.g. 20.decembrī) kā vienu no neatliekamiem uzdevumiem paredz radošās industrijas atbalsta politikas izstrādi. Radošās industrijas attīstībai, kultūras un komercdarbības sintēzei paredzēti šādi uzdevumi:

- sekmēt moderno tehnoloģiju izmantošanu radošo produktu izstrādē un atbalstīt šo produktu eksportu;
- veidot radošās industrijas kopu, iesaistot radošās savienības, izglītības iestādes, un saistītās nozares;
- izstrādāt un īstenot jaunas dizaina mācību programmas visos izglītības līmeņos;
- sekmēt tālāku nacionālā kino atdzimšanu, konsekventi palielinot mērķdotāciju filmu uzņemšanai, kā arī audiovizuālās nozares aktīvu līdzdalību ES programmā Media 2007;
- ņemot vērā jauno mediju straujo attīstību un izplatību, radīt Jauno mediju augstākās izglītības apmācības programmu, kas spētu nodrošināt Latvijas tautsaimniecību ar augstas klases speciālistiem;
- turpināt veidot sabiedrības izpratni par kultūru un jaunradi kā zināšanu ekonomikas pilnvērtīgu sastāvdaļu, papildinot tradicionālo uzskatu par kultūru kā patērējošu nozari.

**MK rīkojums Par vidēja termiņa budžeta mērķiem un prioritārajiem attīstības virzieniem 2008. – 2010. gadam** (MK 21.03.2007. Rīkojums Nr. 157 ) kā vienu no

veicamajiem pasākumiem sabalansētai un līdzsvarotai ekonomikas attīstībai nosaka radošo industriju attīstību (punkts 4.2.1. ).

**Latvijas Nacionālā Lisabonas programma 2005.-2008.gadam** (MK 19.10.2005. Rīkojums Nr.684) nosaka šādus pasākumus inovāciju un konkurētspējas stiprināšanai (8. un 10.pamatnostādne):

- izstrādāt valsts programmu intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzībai un nodrošināšanai un uzsākt tās īstenošanu;
- veicināt radošo (autortiesību un blakus tiesību) industriju attīstību, sekmējot radošo laboratoriju un biznesa inkubatoru izveidi, kā arī palielinot komersantu izpratni par intelektuālā īpašuma aizsardzību.
- sniegt atbalstu klasteru attīstībai ar mērķi stimulēt uzņēmumu konkurētspējas un produktivitātes paaugstināšanu, sekmējot to savstarpējo kooperāciju un sadarbību ar izglītības, zinātnes un pētniecības un citām saistītajām institūcijām (2005.-2008.gads).

KM ir ierosinājusi Latvijas Nacionālās Lisabonas programmas 2008. – 2010. gadam ietvaros iekļaut pasākumus radošās industrijas atbalstam atbilstoši Integrēto pamatnostādņu 2008. – 2010. gadam vadlīnijām. Saskaņā ar 8.vadlīniju, kas paredz veicināt visa veida inovācijas, tai skaitā netehnoloģiskās, kas ir ļoti būtiski arī kultūras un jaunrades nozarei, kā arī Eiropadomes secinājumos Latvijas Nacionālajā Lisabonas programmā 2008. -2010. gadam piedāvāto prioritāro jomu par komercdarbības potenciāla atraisīšanu, uzsverot mazo un vidējo komercdarbību, KM ir ierosinājusi šīs prioritātes sasniegšanai kā vienu no mērķiem paredzēt labvēlīgu priekšnosacījumu veidošanu radošās industrijas attīstībai un potenciāla atraisīšanai. Šī mērķa īstenošanai noteikti šādu uzdevumi:

- veidot valsts atbalsta politiku, izstrādājot radošās industrijas atbalsta politikas dokumentu;
- uzlabot radošās industrijas izglītības kvalitāti un pieejamību, izstrādājot mūsdienīgas, darba tirgus vajadzībām atbilstošas radošās industrijas izglītības sistēmu, izveidojot starpdisciplināras studiju un tālākizglītības programmas un bāzi dizaina studijām;
- pilnveidot kultūrvides sociālekonomiskā potenciāla izpēti un monitoringu, īstenojot pētījumus un organizējot izglītojošas konferences un seminārus, izstrādājot valsts programmu kultūras nozaru un procesu pastāvīgai pētniecībai;
- īstenot atbalsta pasākumus prioritāro radošās industrijas jomu attīstībai, nodrošinot valsts atbalsta pieejamību pasākumiem dizaina un audiovizuālo mediju un multimediju jomā.

Saskaņā ar 9. vadlīniju, kas aicina dalībvalstis veicināt IKT izplatību, sekmējot plašu IKT pielietojumu sabiedrībā un veicinot informācijas pieejamību, tiek attīstīti šādi Latvijas Nacionālās Lisabonas programmas 2005.-2008. gadam ietvaros uzsākti pasākumi:

- izstrādāta Vienotā valsts arhīvu informācijas sistēma;
- izstrādāta Valsts vienotā bibliotēku informācijas sistēma;
- īstenots Latvijas valsts un Bila un Melindas Geitsu fonda līdzfinansētais Latvijas publisko bibliotēku attīstības projekts;

- attīstīts Latvijas digitālās Kultūras kartes projekts, izveidojot un nostiprinot Kultūras karti par nozīmīgu kultūras politikas plānošanas resursu un kultūras analīzes instrumentu.

**Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2007. – 2013. gadam** (MK 04.07.2006. Noteikumi Nr.564) nosaka šādus risināmos uzdevumus radošās industrijas attīstībai:

- veidot radošās komercdarbības kultūru sabiedrībā un veicināt izpratni par radošo industriju specifiku, struktūru un potenciālu Latvijā;
- radīt labvēlīgu vidi un institucionālo atbalstu jauniem radošiem profesionāļiem komercdarbības uzsākšanai un konkurētspējīgas radošās industrijas izveidei, un tās atzīšanai par līdzvērtīgu citām sevi jau apliecinājušām tautsaimniecības nozarēm;
- veidot aktīvu publisko un privāto partnerību radošā potenciāla komercializācijai;
- sekmēt nākotnes tehnoloģiju savlaicīgu iekļaušanu radošo nozaru produktu izstrādē un sadarbību ar citām nozarēm, kur Latvija ir apliecinājusi savu konkurētspēju;
- veicināt divu virzienu starpnozaru kooperāciju apmaiņu: Latvija – ārvalstis un otrādi;
- izveidot radošo nozaru klasteri (puduri), iekļaujot tā nepārtrauktu darbību nodrošinošu MVU daudzumu, iesaistot izglītības iestādes un augstskolas, piegādātājas nozares, valsts institūcijas un izstrādājot nozares ilgtermiņa stratēģiju.

**Ilgtermiņa politikas pamatnostādnes „Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.-2015.gadam. Nacionāla valsts”** (MK 18.04.2006. Rīkojums Nr.264) viens no stratēģiskajiem mērķiem ir: uzlabot saikni starp kultūras un ekonomikas jomām, veicināt Latvijas kultūras daudzveidību un ilgtspējīgu radošas ekonomikas attīstību. Noteiktais akcents kultūrpolitikā: kultūrā un mākslās izkoptais radošums skatāms kā jaunās ekonomikas izaugsmes viens no galvenajiem resursiem: radošās industrijas nodrošina šī resursa izmantošanu preču un pakalpojumu ar augstu pievienoto vērtību radīšanā. Dokuments paredz šādus rīcības virzienus radošās industrijas atbalstam:

- Veikt sistemātisku Latvijas kultūras ekonomiskā potenciāla un kultūras ekonomiskās un sociālās ietekmes pētniecību un monitoringu;
- Veidot labvēlīgus nosacījumus Latvijai raksturīgo radošo un kultūras industriju attīstībai;
- Izveidot starpdisciplināras studiju un tālākizglītības programmas darba tirgū konkurētspējīgu augsti kvalificētu profesionāļu sagatavošanai kultūras un radošo industriju nozarēs;
- Pilnveidot tiesisko bāzi kultūrai un radošo un kultūras industriju attīstībai labvēlīgas nodokļu politikas ieviešanai;
- Īstenot preventīvos pasākumus intelektuālā īpašuma aizsardzībai kultūrā un radošo un kultūras industriju jomā;
- Attīstīt un dažādēt kultūrpolitikas finanšu instrumentus.

**Valsts stratēģiskais ietvardokuments 2007.-2013.gada periodam** (MK apstiprināts 23.10.2007.) citu mērķu un prioritāšu vidū izceļ arī radošās industrijas nozīmi: „Īpaši svarīgs ES fondu atbalsts būtu tām nozarēm, kurās Latvijā ir izveidojies noteikts

izaugsmes potenciāls un ir iespējams piedāvāt starptautiski konkurētspējīgus produktus un pakalpojumus. [...] Kā perspektīvas Latvijā tiek uzskatītas arī tās nozares, kam raksturīga maza dabisko resursu ietilpība un kuras tiek balstītas uz intelektuālo īpašumu (radošās industrijas).”

#### 4.1.2 Radošās industrijas institucionālās sadarbības shēma Latvijā

Lai plānotu un īstenotu radošās industrijas politiku, priekšnoteikums ir mērķtiecīga un efektīva starpnozarju un starpsektoru institucionālā sadarbība.



## 5 Atbalsta virzieni, kuros nepieciešams īstenot noteiktu valdības politiku radošajā industrijā

Balstoties vietējo un starptautisko pētījumu un dokumentu rekomendācijās, Latvijas Dizaina konsultatīvās padomes un KM dibinātās starpinstitucionālās radošās industrijas politikas izstrādes darba grupas ekspertu secinājumos, kā arī NAP ekspertu darba grupas „Uzņēmumu tehnoloģiskā izcilība un elastība” ieteikumos, ir identificēti četri galvenie atbalsta virzieni, kuros jāīsteno īpaša valdības un ES struktūrfondu atbalsta politika, lai veidotu labvēlīgus priekšnosacījumus radošās industrijas attīstībai Latvijā: izglītības kvalitāte un pieejamība, komercdarbības attīstība, jauno tehnoloģiju potenciāla izmantošana un pētnieciskās un normatīvās bāzes stiprināšana.

### 5.1 Izglītības kvalitāte un pieejamība, izpratnes veidošana par radošo industriju

Lai paaugstinātu radošās industrijas esošo un topošo speciālistu profesionālo kompetenci, kā arī, lai veicinātu radošo produktu pieejamību visai sabiedrībai, tādējādi veicinot arī

iespējas attīstīties talantiem un izcilībai, ir jāveic atbalsta pasākumi visu līmeņu formālās un neformālās izglītības satura un organizācijas uzlabošanas jomā.

Apzinot esošo situāciju, secināts, ka patlaban izglītības iespējas nenodrošina darba tirgum vajadzīgo speciālistu sagatavošanu radošās industrijas nozarēs, daļa programmu ir novecojušas, trūkst izglītības pēctecības, trūkst kvalifikācijas celšanas un tālākizglītības iespēju gan akadēmiskajam personālam, gan radošās industrijas profesionāļiem, labākie speciālisti nav motivēti izvēlēties darbu izglītības jomā. Lai realizētu laikmetīgu radošās industrijas izglītību, trūkst telpu un materiāli tehniskās bāzes. Turklāt jāpiebilst, ka trūkst konkurences dizaina studiju piedāvājumā, kā arī trūkst, piemēram, maģistra studiju programmu radošās industrijas jomā.

Lai uzlabotu situāciju radošās industrijas izglītībā, jāuzlabo visu līmeņu mācību iestāžu materiāltehniskais nodrošinājums, mācībspēku resursi un perspektīvās attīstības plāni. Jāveic uzlabojumi esošajās izglītības programmās, saistot tās ar darba tirgus pieprasījumu, jāveido jaunas konkurētspējīgas izglītības programmas profesijās, pēc kurām ir pieprasījums, taču nav apmācības iespēju. Jānodrošina iespēja piesaistīt labākos Latvijas un ārvalstu mācībspēkus. Ir jāizstrādā katras radošās industrijas nozares izglītības koncepcija, ietverot visu līmeņu augstākās izglītības iespējas, kvalifikācijas celšanu un tālākizglītību. Jāpievērš uzmanība izglītības starpdisciplināritātei, ceļot radošās industrijas speciālistu biznesa kompetenci un veicinot sabiedrības izpratni par radošuma nozīmi ekonomikas attīstībā.

ĪUMEPLS izstrādātais Izglītības sistēmas informatizācijas programmas „Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas izglītības kvalitātei” (apstiprināta ar Ministru kabineta 2006. gada 20. oktobra rīkojumu Nr. 812) īstenošanas Rīcības plāns 2007.-2009. gadam (apstiprināts ar Ministru kabineta 2007. gada 12. decembra rīkojumu Nr. 792) ir īstermiņa politikas plānošanas dokuments izglītības sistēmas informatizācijas attīstības politikas ieviešanai. Plānā ietverta arī sadarbība ar KM, jo KM pakļautībā esošā V/a „Kultūras informācijas sistēmas” kopš 2005. gada sākuma veiksmīgi realizē projektus, kas tieši saistīti ar IKT attīstību valsts un pašvaldību iestādēs.

Lai pilnveidotu radošās industrijas izglītības kvalitāti un pieejamību, KM sadarbībā ar IZM, BGLM, EM, kā arī kultūrizglītības un mūzikā izglītības attīstībā iesaistītajām institūcijām: pašvaldībām, kultūras un izglītības iestādēm, biedrībām un nodibinājumiem, kā arī darba devējiem, šobrīd strādā pie „Kultūras un radošās industrijas izglītības attīstības programmas 2009.– 2013.gadam”. Programmas mērķis ir, panākot lielāku kultūras un izglītības sistēmu sinerģiju, paplašināt kultūrizglītības ieguldījumu mūzikā izglītības procesa bagātināšanā, nacionālās kultūras daudzveidības, savdabības un izcilības saglabāšanā un izkopšanā un radošās ekonomikas attīstībā, tādejādi dodot ieguldījumu radošas, sociāli mobilas un kultūratbildīgas Latvijas pilsoniskās sabiedrības veidošanā.

Ar MK rīkojumu „Par vidēja termiņa budžeta mērķiem un prioritārajiem attīstības virzieniem 2008. – 2010. gadam” (MK 21.03.2007. Rīkojums Nr. 157 ) valsts budžeta grozījumos radošās industrijas atbalstam iedalīti līdzekļi 100 000 Ls apmērā jaunu mācību programmu izstrādei dizaina jomā, tai skaitā Liepājas Dizaina un mākslas koledžas (4.profesionālais kvalifikācijas līmenis) izveidei. Jauno mācību programmu izstrāde uzticēta DIC.<sup>60</sup> Viens no galvenajiem virzieniem, kas paredzēts jaunajā izglītības

sistēmā, ir laba sadarbības mehānisma izveidošana ar privātajām struktūrām, tā jau studiju laikā sagatavojot topošos dizainerus reālā darba tirgus prasībām. Ņemot vērā, ka ar budžeta grozījumiem piešķirtā summa radošās industrijas atbalstam ir nepietiekoša, lai nodrošinātu efektīvu radošās industrijas izglītības sistēmas izveidi, izšķirošs ir ES struktūrfondu atbalsts.

ES struktūrfondu atbalsts radošo industriju izglītības attīstībai pieejams visās trīs Valsts stratēģiskā ietvardokumenta darbības programmās.

Darbības programmā „**Cilvēkresursi un nodarbinātība**” noteikts, ka, ņemot vērā tautsaimniecības attīstības prognozes, tuvākajos gados pieaugs pieprasījums pēc kvalificētiem un augsti kvalificētiem speciālistiem, tai skaitā radošo industriju un citās starpdisciplinārās nozarēs.

Programmas 1.1.2.1. aktivitātē „Atbalsts doktora un maģistra studiju īstenošanai” un 1.1.2.2. aktivitātē „Atbalsts augstākās izglītības studiju uzlabošanai” plānots palielināt augsti kvalificētu maģistra un doktora grādu ieguvušo speciālistu skaitu, tai skaitā radošo industriju jomā, kā arī uzlabot studiju programmu saturu un atbilstību tautsaimniecības vajadzībām un izstrādāt jaunas studiju programmas un kursus, īpaši starpdisciplinārās nozarēs augstākajā studiju līmenī un koledžas līmenī, veicinot tautsaimniecības attīstību uz inovāciju pamata un radošo industriju attīstību. Tāpat atbalsts jaunu studiju programmu izveidei un esošo studiju programmu uzlabošanai paredzēts arī profesionālajām kultūrizglītības iestādēm 1.2.1.1.3. apakšaktivitātē „Atbalsts sākotnējās profesionālās izglītības programmu īstenošanas kvalitātes uzlabošanai un īstenošanai.” 1.2.1.1.2. apakšaktivitātē "Profesionālajā izglītībā iesaistīto pedagogu kompetences paaugstināšana” un 1.2.2.1. aktivitātē „Mūzizglītības attīstība” kā viens no finansējuma saņēmējiem noteikts KRIIC, kas īstenos kultūras nozares darbinieku tālākizglītības vajadzības un nodrošinās kultūrizglītībā iesaistīto pedagogu kvalifikācijas celšanu.

Ir nepieciešams izvērtēt iespēju atbalstu radošo industriju izglītībai rast arī 1.2.1.1.4. apakšaktivitātē „Sākotnējās profesionālās izglītības pievilcības veicināšana”, kuras ietvaros būtu iespējams piešķirt mērķstipendijas jauniešiem, kas sekmīgi apgūst radošo industriju programmas profesionālajā izglītības līmenī, tādejādi stimulējot radošo industriju nozares attīstību.

Lai nodrošinātu radošās industrijas izglītības materiāltehniskās bāzes uzlabošanu atbalsts pieejams darbības programmas "**Infrastruktūra un pakalpojumi**" ietvaros, kas īpaši būtisks ir, piemēram, Latvijas Mākslas akadēmijai un Jāzepa Vītola Latvijas Mūzikas akadēmijai.

3.1.1.1. aktivitātē „Mācību aprīkojuma modernizācija un infrastruktūras uzlabošana profesionālās izglītības programmu īstenošanai” un 3.1.2.1.1. apakšaktivitātē „Augstākās izglītības iestāžu telpu un iekārtu modernizēšana studiju programmu kvalitātes uzlabošanai, tajā skaitā nodrošinot izglītības programmu apgūšanas iespējas arī personām ar funkcionāliem traucējumiem” profesionālajām un augstākās kultūrizglītības iestādēm pieejams atbalsts izglītības iestāžu infrastruktūras, tehnoloģiskā aprīkojuma uzlabošanai.

Atbalsts radošās industrijas profesionālās izglītības attīstībai un konkurences sekmēšanai radošās industrijas izglītības jomā nepieciešams arī **Liepājas Dizaina koledžas** (4.profesionālais kvalifikācijas līmenis) izveidei, kas tiek veidota ar mērķi nodrošināt

dizaina un mākslas izglītībā padziļinātu, kvalitatīvu, mūsdienu darba tirgū pieprasītu profesiju apguvi, ko šobrīd nepiedāvā citas izglītības iestādes Latvijā. Plānotais koledžas darbības uzsākšanas laiks – 2009.g. 1.septembris. Tāpat atbalsts nepieciešams arī augsta līmeņa **inovatīvās gastronomijas nozares speciālistu mācību centra** izveidei sadarbībā ar Franču Gastronomijas mākslas skolu „*Ferrandi*”, kura izveidei paredzēta ar IZM, KM un Parīzes Tirdzniecības un rūpniecības palātas 18.12.2007. nodomu protokolu un 14.04.1997. noslēgto LR valdības un Francijas Republikas valdības kultūras, izglītības, tehnikas, zinātnes un tehnoloģijas sadarbības līgumu.

Sabiedrības un profesionāļu izpratnes veidošanā par kultūras nozīmību tautsaimniecībā un par radošu talantu nozīmi ekonomikā svarīgu vietu ieņem informācija un informācijas apmaiņa. Diemžēl dažādu mediju loma un izpratne šajā jomā pagaidām ir vāja. Lai gan pamazām attīstās dažādas kvalitatīvas radošās industrijas tiešsaistes vietnes un komunikācijas platformas kā <http://www.designlatvia.lv>, <http://www.kultura.lv>, <http://www.architektura.lv>, <http://www.a4d.lv>, <http://www.satori.lv> un citas, tomēr kopumā jāatzīst, ka joprojām trūkst īpašu tiešsaistes portālu u.tml. mūsdienīgu sabiedrībai pieejamu informācijas forumu, kas tematizētu radošās industrijas jautājumus dažādām sabiedrības grupām. Drīzumā paredzēts izveidot kultūras un radošās industrijas izglītības portālu. Konferences, semināri, diskusijas un raksti dažādos plašsaziņas līdzekļos, skaidrojoši raidījumi televīzijā un citas aktivitātes ir līdzekļi, kā kļūst maldīgo priekšstatu par kultūru kā nozari, kas tikai patērē, un parādīt radošuma nozīmību ekonomiskās labklājības sasniegšanā.

## 5.2 *Komercdarbības attīstība*

Lai palielinātu radošās industrijas produktivitāti un konkurētspēju vietējā un starptautiskā mērogā, Latvijā ir jāizmanto esošie un jāveido jauni atbalsta instrumenti radošās komercdarbības attīstībai, kā arī mērķtiecīgi jāatbalsta prioritārās radošās industrijas nozares.

Plānojot radošās industrijas atbalsta politiku komercdarbības jomā, īpaši jāņem vērā fakts, ka, piemēram, Igaunijā un citās Baltijas jūras reģiona valstīs jau tiek īstenota mērķtiecīga radošās industrijas atbalsta politika. Lai nezaudētu šajā konkurencē, radošās industrijas atbalsta pasākumiem Latvijā būtu jātiecas sasniegt vismaz kaimiņvalstu līmeni. Jāatzīmē, radošās industrijas sektors Latvijā līdz šim nav saņēmis praktiski nekādu valsts, ES finansu atbalstu (pretēji virknei tādu sektoru kā lauksaimniecība un zvejniecība ar zemāku pievienoto vērtību, nodarbinātību un produktivitāti). Šajā situācijā viens no centrālajiem valdības uzdevumiem ir pēc iespējas novirzīt ES struktūrfondu ietvaros komercdarbības un izglītības atbalstam pieejamo finansējumu sevišķi radošās industrijas attīstībai, jo tas atbilst gan ES, gan Latvijas prioritātēm.

Latvijā veiktie pētījumi radošās industrijas jomā liecina, ka patlaban ekonomisko rādītāju ziņā veiksmīgākās nozares ir reklāma, izdevējdarbība un poligrāfija. Tas liecina par šo nozaru patstāvīgu stabilu attīstību. Balstoties dažādu starptautisku salīdzinošu pētījumu rezultātos, nākotnes prognozēs un esošo valsts atbalsta instrumentu veicinātajos efektos, Latvijas situācijā prioritāras radošās industrijas nozares tomēr ir divas – **dizains**,

**audiovizuālie mediji un multimediji**,\* kurām piemīt vislielākais eksporta potenciāls. Tādējādi valsts un ES struktūrfondu atbalsts būtu jākoncentrē īpaši šo radošās industrijas nozaru atbalstam.

**Dizaina nozare.** Pēc radīto produktu veida dizaina nozari nosacīti var iedalīt produktu dizainā (patēriņa preču dizains, mode, tekstils, industriālais dizains, arhitektūra un pilsētplānošana, interjera dizains), un t.s. komunikāciju dizainā (reklāmas materiālu dizains, grafiskais dizains, tiešsaistes dizains, multimediju dizains, korporatīvā tēla dizains, prezentāciju, pārdošanas stendu dizains utt.). Lai gan Latvijā vēl nav nostiprinājies dizaina produktu tirgus, ir maz starptautiski pazīstamu zīmolu, kā arī trūkst konkurences dizaina studiju jomā un nav attīstīta šīs nozares profesionālā kritika, tomēr tieši dizaina nozare Latvijā ne tikai uzrāda visaugstākās pašorganizēšanās spējas Latvijā, bet arī visuzskatāmākos rezultātus. Lielā mērā tas saistīts arī ar labām iestrādēm dizaina nozares izglītības sistēmas atbalstā no valsts. Tomēr trūkst atbalsta mārketinga veicināšanai un tirgus veidošanai. Dizainam ir izšķiroša nozīme arī visdažādāko produktu eksportspējas veicināšanā. Kopš 2005. gada, tai skaitā, ar KM un VKKF atbalstu, Latvijā ik gadu notiek plašs dizaina nozares forums „Dizains. Nākotne”, kas kļūst ne tikai aizvien populārāks, bet arī uzrāda dizaina nozares potenciālu un nākotnes pozitīvās attīstības tendences Latvijā. Par to liecina arī Latvijas dizaina pārstāvju panākumi starptautiskā arēnā. Būtisks dizaina nozares pamats ir speciālisti, kas sagatavoti Latvijas Mākslas akadēmijas Dizaina nodaļā. LIAA kopš 2007. gada rīko konkursu „Produktu dizaina izstrādes pakalpojumu sniegšana ražošanas komersantiem”, lai sniegtu valsts atbalstu produktu dizaina izstrādei rūpniecības nozaru MVU. Šī projekta galvenais uzdevums ir sekmēt Latvijas MVU konkurētspēju, veicinot jaunu produktu ar dizaina pievienoto vērtību izstrādi, kā arī motivēt komersantus sadarboties ar dizaineriem, realizējot arvien jaunas un perspektīvas idejas. Projektā piedalās uzņēmumi no visas Latvijas, aptverot dažādas nozares – gan tekstila, kokapstrādes, metālapstrādes, poligrāfijas un pārtikas ražotāju sektoru, gan arī biotehnoloģiju nozares uzņēmumus, kas strādā pie specifisku mērinstrumentu un ūdens attīrīšanas iekārtu izstrādes. Projekta gaitā izvēlētajos uzņēmumos tika veikti arī t.s. dizaina auditi, ar kuru palīdzību tika noskaidrots, cik

---

\* Atbilstoši NACE 2. redakcijas kodiem šajās nozarēs ietilpst (sk. arī šī ziņojuma Pielikumu Nr. 1):  
 74.10 Specializētie projektēšanas darbi (izņemot iekštelpu dekoratoru darbība)  
 71.12. Inženierdarbības un ar tām saistītās tehniskās konsultācijas  
 90.02 Mākslas palīgdarbības  
 74.20 Fotopakalpojumi  
 90.03 Mākslinieciskā jaunrade  
 73.11 Reklāmas aģentūru darbība  
 18.20 Ierakstu reproducēšana  
 32.20 Mūzikas instrumentu ražošana  
 59.11 Kinofilmu, video filmu un televīzijas programmu producēšana  
 59.12 Darbības pēc kinofilmu, video filmu un televīzijas programmu producēšanas  
 59.13 Kinofilmu, video filmu un televīzijas programmu izplatīšana  
 59.14 Kinofilmu demonstrēšana  
 59.20 Skaņu ierakstu producēšana  
 60.10 Radio programmu apraide  
 60.20 Televīzijas programmu izstrāde un apraide  
 62.01 Datorprogrammēšana  
 58.21 Datorspēļu tiražēšana  
 62.09 Citi informācijas tehnoloģiju un datoru pakalpojumi

veiksmīgi uzņēmumā tiek izmantots dizains, lai celtu preces pievienoto vērtību, tādējādi ļaujot paaugstināt cenu un labāk nopelnīt. Atsevišķi dizaina nozares pārstāvji – gan jau veiksmīgi komersanti, gan studenti ir izmantojuši arī LIAA atbalstu daļēbai eksportu veicinošos pasākumos. Informatīvu atbalstu dizaina nozares interesentiem sniedz LIAA 2008. gadā izveidotā industriālā dizaina tiešsaistes vietne <http://www.designlatvia.lv>. Tur plašāka auditorija var iepazīties ar nozīmīgiem Latvijas rūpnieciskā dizaina zīmoliem un piemēriem. Apsveicams ir fakts, ka tuvākajā nākotnē LIAA plāno ieviest jaunu atbalsta instrumentu, lai motivētu komersantus sadarboties ar dizaineriem: iecerēts realizēt jaunu projektu, kura gaitā LIAA plāno veicināt dizaineru piesaisti uzņēmumiem, sedzot pusi no viņu darba algas.

**Audiovizuālie mediji un multimediji** ir joma, kurā, izmantojot visdažādākās formas informācijas saturu (teksta, statiskās un animētās grafikas, kā arī audio, video un interaktīvo elementu kopumu) nodarbojas un ražo atbilstošus produktus, kas nepieciešami sabiedrības izglītošanai, informēšanai vai izklaidei. Šādu produktu radīšanai ir nepieciešams plašs, starpdisciplinārs kompetenču loks, sākot no grafiskā un tīmekļa dizaina prasmēm, līdz pat zināšanām programmēšanā, animācijā, skaņas uzbūvē, jauno tehnoloģiju iespējās utt. Pastiprinoties visdažādāko mediju lomai visās sabiedrības dzīves jomās, palielinās arī pieprasījums pēc dažādiem digitāla un audiovizuāla satura produktiem, kas nonāk pie lietotājiem ar dažādu mediju starpniecību, piemēram, interaktīvās spēles, animācija, dažādi tiešsaistes un digitālo resursu pakalpojumi, radio un televīzijas produkcija, tālmācība tiešsaistē, mūzika un mārketinga komunikācijas. Šiem produktiem ir augsta pievienotā vērtība, eksporta un vel neizsmelts inovāciju potenciāls. Eiropas valstīs veiktie pētījumi rāda, ka tieši šajās nozarēs augsti kvalificētu (apvienojot tehniskās un radošās kompetences) nodarbināto skaits (visbiežāk MVU) pieaug visstraujāk, kā arī liela nozīme ir sinerģijai ar valsts finansējumu. Piemēram, Latvijā pēdējo gadu valsts atbalsta pieaugums filmu industrijai ir ievērojami uzlabojis apgrozījumu un filmu izplatīšanas apjomus ārvalstīs, īpaši dokumentālajās filmās un animācijā. Būtisks multimediju nozares pamats ir speciālisti, kas sagatavoti Latvijas Mākslas akadēmijas Vizuālās komunikācijas nodaļā. Multimediju dizaina jomas pārstāvji regulāri gūst profesionālu atzinību arī ārzemēs. Turklāt KM valsts atbalsts pēdējos gados ir bijis mērķtiecīgi vērsts uz plašu kultūrvides resursu digitalizēšanu bibliotēku, arhīvu, muzeju, pieminekļu, kino un citās jomās. V/a „Kultūras informācijas sistēmas” attīstās par nacionāla mēroga kompetenču centru savā nozarē. Multimediju un audiovizuālo jomā Latvijā jau izveidojušies un nostiprinājušies tādi uzņēmumi kā *Lattelecom Technology*, *DD Studio*, filmu studija *Rija* un citi.

Līdzās citiem pasākumiem un aktivitātēm Ekonomikas un Kultūras ministrijai būtu jāvienojas par radošās industrijas atbalsta iespējām un nosacījumiem no ES struktūrfondiem īpaši šādās darbības programmas „**Uzņēmējdarbība un inovācijas**” aktivitātēs:

- 2.1.2.2. „Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde“, aktivitātes ietvaros jāparedz atbalsts arī dizaina un audiovizuālo mediju un multimediju nozarei, kam ir augsts inovāciju, pievienotās vērtības, eksporta un izaugsmes potenciāls.
- 2.3.2.3. aktivitātē „Klasteru programma”, plānojot atbalstu radošo industriju sektoram, jāfokusējas uz radniecīgām produktu līnijām (piem., koncertdarbība un skaņu ieraksti), kopīgiem tirgiem (piem., muzeji un galerijas) vai uz kopīgu resursu

nepieciešamību (piem., aktieri, izpildītājmākslinieki vai dizaineri). Radošās industrijas klasteros jāapvieno dalībnieki ar starpnozarisiskām zināšanām. Var prognozēt, ka pārskatāmā nākotnē Latvijā ir iespējams apzināt un attīstīt radošās industrijas klasterus, ņemot vērā, piem., pieaugošo kultūras un digitalizācijas jautājumu tuvināšanos, jaunas iniciatīvas reģionu lielākajās pilsētās, Andrejostas teritorijas attīstības plānus Rīgā u.tml.

Jāuzsver, ka visiem radošo industriju uzņēmumiem atbalsts pieejams virknē darbības programmas „Uzņēmējdarbība un inovācijas” aktivitāšu. Atbalsts plānots 2.3.2.1. aktivitātē „Biznesa inkubatori”, veicinot jaunu, dzīvotspējīgu un konkurētspējīgu radošo industriju uzņēmumu veidošanos un attīstību Latvijas reģionos, un nodrošinot tos ar uzņēmējdarbībai nepieciešamo vidi, tai skaitā infrastruktūru un konsultatīvajiem pakalpojumiem. Balstoties starptautisku pētījumu atziņās (piemēram, R.Floridas secinājumi par radošās industrijas attīstības potenciāliem pilsētās) par radošās industrijas attīstībai nepieciešamajiem faktoriem (augsti attīstīti radošie resursi, kultūrizglītības kvalitāte un pieejamība, kultūrvides sociālekonomiskā ietekme, augsta sabiedrības radošo slāņu koncentrācija, dzīves stils un citi), vislielākais potenciāls radošās industrijas attīstībai Latvijā ir Rīgā un Liepājā. Tādēļ, veidojot kritērijus biznesa inkubatoru atbalstam, jāņem vērā, ka **radošās industrijas inkubatoram lietderīgāk būtu atrasties Rīgā**, nevis reģionos, kā tas ir plānots citās nozarēs. Jāpiebilst, ka līdzīga pieeja atbalsta plānošanā radošās industrijas inkubatoriem ir arī, piemēram, Igaunijā, Lietuvā, Holandē un Īrijā. Tāpat radošo industriju jomas uzņēmumiem iespējams iesniegt projektu iesniegumus virknē darbības programmu aktivitāšu, piemēram, 2.2.1.1. aktivitātē „Ieguldījumu fonds investīcijām garantijās, paaugstināta riska aizdevumos, riska kapitāla fondos un cita veida finanšu instrumentos“, 2.3.1.1. aktivitātē „Ārējo tirgu apgūšana”, 2.3.1.2. aktivitātē „Pasākumi motivācijas celšanai inovācijām un uzņēmējdarbības uzsākšanai”, 2.3.2.4. aktivitātē "Atbalsts uzņēmējdarbībai ar augstu pievienoto vērtību".

### **5.3 Jaunās tehnoloģijas**

Lai veicinātu mūsdienīga radošā satura paātrinātu un kvalitatīvu izplatību, kā arī pievilcīgu radošo produktu tapšanu mūsdienīgā formātā, Latvijā mērķtiecīgi un intensīvi ir jāsekmē atbalsts pašam jauno tehnoloģiju pielietojumam kultūras un radošās industrijas nozarēs.

Jauno tehnoloģiju joma parastajā izpratnē drīzāk saistās ar t.s. augsto tehnoloģiju nozarēm, kā IKT, specifiskas ķīmijas un farmācijas, materiālu tehnoloģiju apakšnozares utt. Tomēr radošā un zināšanu ekonomika visā pasaulē attīstās uz daudz plašāka tehnoloģiju izmantojuma pamatiem. 21. gadsimtā jaunās tehnoloģijas neatgriezeniski ir ienākušas Latvijas sabiedrības sadzīves un profesionālajā ikdienā. KM, reaģējot uz mūsdienu sabiedrības prasībām pret komunikāciju, saziņu, izziņu, mācībām un atpūtu ir uzsākusi un veiksmīgi īsteno vērienīgus nacionāla mēroga risinājumus digitālā satura un informatizācijas jomā Latvijas bibliotēkās, muzejos, arhīvos, kā arī kino, pieminekļu aizsardzības, kultūrizglītības un citās jomās. (sk. Informatīvā ziņojuma sadaļu 4.1. „Līdzšinējā radošās industrijas jautājuma virzība Latvijā”) Publiskās investīcijas jauno tehnoloģiju nodrošinājumam kultūrā ir viens no būtiskiem priekšnoteikumiem, lai radītu labvēlīgus nosacījumus arī radošās industrijas attīstībai Latvijā. (Sk. arī

Informatīvā ziņojuma sadaļu 5.2. „**Uzņēmējdarbības attīstība**” - Audiovizuālie mediji un multimediji )

Jauno tehnoloģiju attīstībai radošās industrijas jomā izšķirošs ir bijis ES struktūrfondu atbalsts. 2004.-2006.gada ES struktūrfondu plānošanas periodā 1.3.1. aktivitātes „Elektroniskās pārvaldes infrastruktūras bāzes attīstība un pilnveidošana” ietvaros tika atbalstīti un realizēti V/a „Kultūras informācijas sistēmas” administrētie projekti – „Valsts vienotās bibliotēku informācijas sistēmas”, „Valsts vienotās arhīvu informācijas sistēmas” un „Nacionālo muzeju krājuma kopkatalogs”, kopā radošo industriju nozares jauno tehnoloģiju attīstībai piesaistot gandrīz 4 miljonus latu.

Jauno tehnoloģiju attīstību radošās industrijas kontekstā nepieciešams arī turpmāks valsts un ES struktūrfondu atbalsts 2004.-2006.gada perioda projektu turpināšanai, kā arī kultūrizglītības iestāžu informatizācijai, lai nodrošinātu kultūrizglītības atbilstību mūsdienu prasībām un sinerģētiski sasaistītu šī investīcijas gan ar prioritārajām jomām, gan ar valsts radītajiem priekšnoteikumiem ar citu atbalsta veidu starpniecību.

Nodrošinot radošās industrijas atbalstu darbības programmas „**Infrastruktūra un pakalpojumi**” 3.2.2.1.1.apakšaktivitātes „Informācijas sistēmu un elektronisko pakalpojumu attīstība” ietvaros, būtu iespējams turpināt informācijas sistēmu un pakalpojumu attīstību kultūras nozarē, nodrošinot gan piekļuvi informācijas resursiem, gan šo resursu saglabāšanu, kultūras mantojuma un atmiņu institūciju attīstībai, kā arī integrētās valsts informācijas sistēmas pilnveidošanai. Nodrošinot atbalstu radošajai industrijai 3.2.2.1.2.apakšaktivitātes “Izglītības iestāžu informatizācija” ietvaros, būtu iespējams kultūrizglītības iestādes nodrošināt ar atbilstošu IKT infrastruktūru, lai notiktu plašāka un efektīvāka IKT izmantošana kultūrizglītības iestādēs un kultūrizglītības procesā, uzlabojot kultūrizglītības kvalitāti un efektivitāti.

#### **5.4 Dati un analīze, normatīvie dokumenti**

Starptautiskajā praksē radošās industrijas ekonomiskās ietekmes mērījumiem tiek izmantots vispārējās ekonomiskās darbības klasifikācijas kodu saraksts, ko izmanto arī pētījumos Latvijā. (Sk. Informatīvā ziņojuma Pielikumu Nr. 1 „Radošo industriju nozaru atlase pēc NACE klasifikatora 2. redakcijas”, Pielikumu Nr. 5 „Latvijas radošo industriju monitoringa principi” un Pielikumu Nr. 6 „Radošo industriju ieguldījuma noteikšana Latvijas tautsaimniecībā”). Lai arī pašreiz nepilnīgie un grūti mērāmie statistikas dati liecina par strauji pieaugošu radošās industrijas nozīmi ekonomiskajā izaugsmē, tomēr gan ES, gan Latvijā un citās valstīs pētnieki atzīst, ka nepieciešams būtiski pilnveidot statistikas instrumentus, kas būtu vajadzīgi kultūras sektora ieguldījuma mērīšanai ekonomikā valsts vai starptautiskā līmenī. Piemēram, EK iesniegtajā priekšlikumā Eiropas Parlamenta un Padomes Lēmumam par Kopienas statistikas programmu no 2008. līdz 2012. gadam ir atzīts, ka nākotnē „būs jākonsolidē statistika par kultūru, lai izveidotu ilgstošu regulāru datu apkopošanas sistēmu (pamatojoties uz dažādiem datu avotiem). Turklāt drīzāk ir nepieciešams visaptverošs metodikas darbs, piemēram, lai labāk noteiktu kultūras sociālo ietekmi un kultūras nozīmi uz zināšanām balstītā ekonomikā.” [COM(2006) 687; 2006/0229 (COD)]. Atsevišķās valstīs (piem., Austrija, Igaunija un citas) ir izveidotas atsevišķas nacionāla līmeņa kultūras statistikas datu sistēmas.

Starptautiski par efektīvu pieeju kultūras datu apkopošanai tiek atzīta arī kultūras satelītkontu sistēmas veidošana.<sup>†</sup>

Līdztekus datu kvalitātes un ieguves sistēmas uzlabošanai, regulāri jāturpina radošās industrijas un kultūras nozaru monitorings, pieprasījuma un piedāvājuma attiecības, apgrozījums, finansējums utt. Lai iegūtu kvalitatīvu un pilnīgāku informāciju, svarīgi pēc iespējas apvienot privātā, valsts un nevalstiskā sektora datus par radošās industrijas aktivitātēm, kas ir savstarpēji papildinošas. Lai nodrošinātu kultūras sociālekonomiskās ietekmes un radošās industrijas datu un analīzes kvalitāti, KM un Centrālajai statistikas pārvaldei būtu jāveido īpaša augsta līmeņa kultūras statistikas jautājumu darba grupa, kurā piedalītos labākie speciālisti savā nozarē.

Radošās industrijas pamatu veido indivīdu intelektuālās darbības, kuras rezultējas produktos ar augstu pievienoto vērtību. Indivīda oriģinālais radošais ieguldījums nereti ir autortiesību objekts, kura iemiesto materiālā formā aizsargā autortiesības, kuras ir daļa no intelektuālā īpašuma tiesībām, kas radītas tiesību sistēmā, lai vairotu jaunradi un

†

Terminu „satelītkonti” kopš 1970. gadu beigām lieto Francijā, lai apzīmētu statistisko datu uzskaiti, kas pamatojas uz statistisko kontu principu, bet skar jomas, kuras nav iekļautas nacionālo kontu sistēmā, bet neapšaubāmi ir to daļa. Satelītkonti ir koncepcija, kas paplašina nacionālo kontu sistēmu, tiecoties apvienot informāciju par subjektu demogrāfiskajiem, sociālajiem, ekonomiskajiem un psihogrāfiskajiem faktoriem. Kultūras satelītkonti tiek veidoti, lai aprakstītu un savstarpēji saistītu visas pašreizējās ražošanas un patērēšanas aktivitātes ekonomikā, pielietojot naudas vērtībā izteiktu statistiku. Kultūras sektora satelītkonti ietver šādu informāciju:

- Informācija, kas raksturo dažādas kultūras aktivitāšu dimensijas – kultūras, ekonomikas, finansu, sociālo, demogrāfisko etc.;
- Informācija, kas attiecas uz visām kultūras šķautnēm, piem., patērētāji, ražotāji, ieguldījumi, atdeve, atbalsta institūciju aktivitātes;
- Informācija par faktoriem, kas ietekmē kultūras preču un pakalpojumu piedāvājumu un pieprasījumu.

Kultūras satelītkontu mērķi:

- Attēlojums statistiskajai uzraudzības sistēmai, kas nepieciešama, lai uzraudzītu kultūras politikas un ar industriju saistītos jautājumus;
- Konceptu, metodoloģiju un definīciju standartizēšana, lai nodrošinātu datu konsekveci;
- Saskaņot kultūras datus ar pamata nacionālā konta datiem;
- Identificē kopsakarības, kas pastāv kultūras nozarē un kuras nepieciešams uzraudzīt apkopojot informāciju un novērtējot tās kvalitāti;
- Izceļ jomas, kur nepieciešama papildus informācija, lai likvidētu nekonsekvences vai informācijas trūkumu;
- Satelītkontu lietotāji ir valsts institūcijas, kas saistītas ar kultūras politikas attīstīšanu, kultūras nozares „individuālie spēlētāji” un grupas, kas asociējas ar kultūru, piem., kultūras nozares asociācijas).

Satelītkontiem vajadzētu ietver 5 līmeņus – 1. līmenis - pārskats par pašreizējām kultūras aktivitātēm – pašreizējo un patstāvīgo cenu salīdzināšanu dažādām kultūras aktivitātēm. 2. līmenis – dažādu kultūras aktivitāšu kvantifikācija – identificē kultūras aktivitāšu daudzumu un apjomu (uzņēmumu skaits, produkti, nodarbinātie, patērētāji). 3. līmenis – kultūras aktivitāšu individuālo komponentu raksturojums – raksturots katra 1. un 2. līmeņa vērtība un apjoms. 4. līmenis – nodrošina mērķtiecīgu un specializētu analīzi – izpētot, saskaņojot, aplūkojot kopsakarības no 1. un 2. līmeņa rādītājiem, ilustrē panākumus gūstošas iespējas specifiskiem ar kultūru saistītiem elementiem. 5. līmenis – nodrošina stratēģisko informāciju, kas nepieciešama plānošanas procesā. (*Avots: OECD/ Gordon, John C./ Beilby-Orrin, Helen. National Accounts and Financial Statistics. International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture. OECD (Paris) STD/NAFS(2007)1*)

aizsargātu sākotnējā radītāja īpašumtiesības. Līdz ar to autortiesības ir saistošas kā individuāliem tā korporatīviem radošās industrijas pārstāvjiem. Autortiesību pārkāpumi interneta vidē jeb pirātisms internetā ir viena no aktuālākajām problēmām ar kuru cīnās visā pasaulē. Vienlaikus tieši interneta vide ir ārkārtīgi nepieciešama radošās industrijas attīstībai. Šos un citus ar autortiesībām un radošo industriju saistītos pretrunīgos jautājumus regulāri aplūko arī dažādas ES instances, taču Latvijas uzdevums šajā procesā ir sniegt priekšlikumus, kas sekmētu mūsdienīgas komercdarbības un informācijas aprites iespējas radošajās nozarēs. Atbildīgajām institūcijām regulāri ir jāvēic informācija un jāveic pētījumi, lai pārliecinātos, ka Latvijā spēkā esošie normatīvie dokumenti netraucē veiksmīgu radošās industrijas attīstību.

## 6 Atsauces

- 1 KEA European Affairs (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture) [http://ec.europa.eu/culture/eac/sources\\_info/studies/economy\\_en.html](http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html)
- 2 Miķelsone, A./ Gubins, S./ Vanags, A. Radošās industrijas Latvijā. Rīga: BICEPS/ KM/ VKKF. 2007
- 3 Sk. izvērstu pētījumu par radošās industrijas vēsturisko attīstību [http://www.re-creatievflaanderen.be/srv/pdf/srcvwp\\_200602.pdf](http://www.re-creatievflaanderen.be/srv/pdf/srcvwp_200602.pdf)
- 4 Sk. tiešsaistē: <http://www.culture.gov.uk>
- 5 LR KM. *Politikas pamatnostādnes „Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas „Nacionāla valsts” 2006. - 2015. gadam”*. Rīga, 2006. 24. lpp. (publicēts tiešsaistē: <http://www.km.gov.lv/ui/imagebinary.asp?imageid=3124>)
- 6 LR Reģionālās attīstības un pašvaldību lietu ministrija. *Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2007-2013*. Rīga 2006. 21. lpp. (publicēts tiešsaistē: <http://www.nap.lv>)
- 7 Miķelsone, A./ Gubins, S./ Vanags, A. *Radošās industrijas Latvijā*. Rīga: BICEPS/ KM/ VKKF. 2007. 3. lpp.
- 8 Wiesand, A. *Kultur- oder "Kreativwirtschaft": Was ist das eigentlich?* // Laikraksta *Das Parlament* pielikums *Aus Politik und Zeitgeschichte* – 34 - 2006
- 9 Sk., piem.: Florida, R. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books. 2002 vai arī Florida, R./ Tinagli, I. „*Europe in the Creative Age*” tiešsaistē: <http://www.demos.co.uk/files/EuropeintheCreativeAge2004.pdf> un <http://www.creativeclass.com>; R.Floridas atklājumu gaisotnē kopš 2004. gada tiek veikta pētījumu sērija par „radošo šķiru” Dānijā. Piem., sk. tiešsaistē ziņojumu angļu val. „*The Geography of the Danish Creative Class*”: [http://www.kreativeklasse.dk/uploads/media/Rapport\\_The\\_GeographyoftheDanishCreativeClass.pdf](http://www.kreativeklasse.dk/uploads/media/Rapport_The_GeographyoftheDanishCreativeClass.pdf)
- 10 Sk., piem.: Florida, Richard. *The New American Dream*. // *Washington Monthly*, March 2003, Vol. 35 Issue 2, p. 26–34. vai Florida, Richard. *Regions and Universities Together Can Foster a Creative Economy*. // *Chronicle of Higher Education*, 9/15/2006, Vol. 53, Issue 4, 55.lpp.
- 11 Braun, Erik/ Lavanga, Mariangela. *An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries*. European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR) for the Ministry of Education, Culture and Science of the Netherlands. Rotterdam, 2007. i. lpp. Skat. tiešsaistes vietni: [http://www.euricur.nl/content\\_assets/National%20Policies%20for%20Creative%20Industries%20Quickscan.pdf](http://www.euricur.nl/content_assets/National%20Policies%20for%20Creative%20Industries%20Quickscan.pdf)
- 12 VISANU. *International Competitiveness and Experience Industries*. Stockholm, 2005 (tiešsaistē: <http://www.vinnova.se/upload/EPiStorePDF/InternationalCompetitivenessAndExperienceIndustries.pdf>)

- 13 Power, D./ Jansson, J. *Creative Directions – a Nordic framework for supporting the creative industries*. SIK The Swedish Institute for Food and Biotechnology Nordic Innovation Centre, 2006
- 14 *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS, 1998; tam sekoja *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS, 2001
- 15 Sk. tiešsaistes vietni <http://www.technologyprogramme.org.uk>
- 16 [http://www.culture.gov.uk/Reference\\_library/Publications/archive\\_2007/stayingahead\\_epukci.htm](http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2007/stayingahead_epukci.htm)
- 17 <http://www.cep.culture.gov.uk/index.cfm?fuseaction=main.viewSection&intSectionID=334>
- 18 Sk. tiešsaistes vietni: <http://www.culture.gov.uk/NR/rdoonlyres/096CB847-5E32-4435-9C52-C4D293CDECFD/0/CEPFeb2008.pdf>
- 19 Sk. tiešsaistes vietnes <http://www.wirtschaft.nrw.de> un <http://www.kreativwirtschaft.nrw.de>
- 20 Sk., piem., VFR Tautsaimniecības un tehnoloģiju ministrijas priekšlikumus tiešsaistē: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. Berlin - 19. 10. 2007 - <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/J-L/konzept-kulturwirtschaft,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>
- 21 Friedrich-Naumann-Stiftung/ Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft. (Hrsg.). *Kulturwirtschaft 2005*
- 22 Piem.: Wirtschaftssenat Berlin (Hrsg.). *Kulturwirtschaft in Berlin*. 2005
- 23 Sk. tiešsaistē: <http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Wirtschaft/Branchenfokus/kultur-kreativwirtschaft,did=246488.html>
- 24 Sk. tiešsaistes vietni <http://www.berlinerkonferenz.eu>
- 25 Sk. tiešsaistes vietnes <http://www.eu2007.de> un <http://www.european-creative-industries.eu>
- 26 KMU FORSCHUNG AUSTRIA - Austrian Institute for SME Research/ Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien (IKM). *Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht*. Wien, 2003
- 27 Sk. tiešsaistē: <http://www.impulsprogramm.at>
- 28 Piem., Demel, K./ R.Falk/ R.Harauer/ G.Landsteiner/ H.Leo/ V.Ratzenböck/ G.Schwarz. *Untersuchung des ökonomischen Potentials der „Creative Industries“*. Wien, 2004
- 29 Sk. tiešsaistē: <http://www.creativwirtschaft.at>, tur iespējams lejupielādēt arī abus lielākos Austrijas radošo industriju kartēšanas pētījumus
- 30 Sk. tiešsaistē: <http://www.kulturwirtschaft.ch>, kā arī pētījumus: Weckerle, C./ M.Söndermann. *Kreativwirtschaft Zürich. Studie I*. Zürich, 2005; Held, T./ C.Kruse. *Kreativwirtschaft Zürich. Studie II*. Zürich, 2005; Weckerle, C./ M.Söndermann. *Kultur. Wirtschaft. Schweiz – Das Umsatz- und Beschäftigungspotenzial des kulturellen Sektors: erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz*. Zürich, 2003; Weckerle, C./ M.Gerig/ M.Söndermann. *Kreativwirtschaft Schweiz. Daten. Modelle. Szene*. Basel: Birkhäuser, 2007
- 31 Sk. tiešsaistē: <http://www.kulturundoeconomie.ch>
- 32 <http://www.arabianranta.fi>
- 33 Sk. tiešsaistē, piem., Helsinku mākslas un dizaina universitātes Mediju centrs „Lume” [http://www.lume.fi/lumenet.nsf/paasivut/base\\_eng](http://www.lume.fi/lumenet.nsf/paasivut/base_eng)
- 34 Sk. tiešsaistē: <http://www.culminatum.fi>; šī organizācija koordinēja arī 2007. gadā noslēgto Baltijas jūras metropoļu, t. sk. Rīgas, INTERREG atbalstīto projektu „Baltmet Inno”, sk. tiešsaistē: <http://inno.baltmet.org>
- 35 Sk. tiešsaistē: <http://www.contentbusiness.fi> un <http://www.learningbusiness.fi>, kā arī, piem., <http://www.diges.info>
- 36 Sk.: Koivunen, H. *Staying Power to Finish Cultural Exports*. Helsinki, 2005 (tiešsaistē: [http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaistut/2005/liitteet/opm\\_251\\_opm09.pdf](http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaistut/2005/liitteet/opm_251_opm09.pdf)) un

- Tuomi-Nikula P./ Aulake, K./ Timo, H. *Do Finnish Cultural Exports Have Staying Power? YES! Proposal for Finland's Cultural Exports Promotion Programme*. Helsinki, 2007
- 37 Sk. tiešsaistē darba grupas ziņojuma „Kulttuurin arvo? Kulttuurin kansantaloudellisia vaikutuksia selvittäneen työryhmän raportti” kopsavilkumu angļu val.:  
[http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2006/Kulttuurin\\_Arvo?lang=en](http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2006/Kulttuurin_Arvo?lang=en)
- 38 Eesti Konjukturiinstituut. *Mapping and Analysis of Estonian Creative Industries*. Tallinn, 2005  
<http://www.kul.ee/webeditor/files/loomemajandus/CreativeIndustriesEstonia.doc>
- 39 <http://www.inkubaator.ee/?pid=91&lang=2>
- 40 <http://www.tartu.ee/data/creative-industries-strategy-of-tartu.pdf>
- 41 [http://www.struktuurifondid.ee/public/OP3\\_21juuni2007\\_ENG.pdf](http://www.struktuurifondid.ee/public/OP3_21juuni2007_ENG.pdf)
- 42 Sk. tiešsaistē: <http://www.experienceconomy.dk>, kas ir kopīgs Tuborg fonda un Kopenhāgenas biznesa skolas radošo industriju izpētes centra „Imagine...” (<http://www.cbs.dk>) vairākgadu projekts pieredzes ekonomikas izpētē.
- 43 Sk. tiešsaistē, piem., pieredzes ekonomikas, radošo industriju un tehnoloģiju centru “Excite” Ālborgas universitātē [www.excite.aau.dk](http://www.excite.aau.dk) vai pieredzes ekonomikas izpētes centru Roskildes universitātē [http://ruc.dk/cbit\\_en/research/centres/cer](http://ruc.dk/cbit_en/research/centres/cer)
- 44 Sk. tiešsaistē: <http://www.kum.dk/sw4459.asp> un <http://www.oem.dk>
- 45 Sk. tiešsaistē: <http://www.kum.dk/sw8166.asp> un <http://www.oem.dk>
- 46 Sk. tiešsaistē: <http://www.musiconvalley.dk>
- 47 Sk. tiešsaistē: <http://www.kks.se>
- 48 KK-stiftelsen. *Upplevelseindustrin 2003 – Statistik och jämförelser*. Stockholm, 2003
- 49 VISANU. *International Competitiveness and Experience Industries*. Stockholm, 2005 (tiešsaistē: <http://www.vinnova.se/upload/EPiStorePDF/InternationalCompetitivenessAndExperienceIndustries.pdf>); Nielsen, T. *Understanding the experience industry. A Swedish Perspective on Creativity*. Stockholm: QNB. 2004  
 (tiešsaistē: <http://www.designindaba.com/advocacy/downloads/experience.pdf>  
 un <http://www.qnb.se>)
- 50 Sk. tiešsaistē, piem.: <http://www.rockcity.se>; <http://www.iuchultsfred.nu>; <http://www.hellefors.se>;  
<http://www.netport.se>, kā arī <http://www.upplevelseindustrin.se>
- 51 Sk. tiešsaistē: <http://www.scandesign.org> un <http://www.nordicinnovation.net/article.cfm?id=1-834-716>
- 52 Nordic Innovation Centre. *A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region*. 2007. Sk. tiešsaistē:  
[http://www.nordicinnovation.net/\\_img/a\\_creative\\_economy\\_green\\_paper\\_for\\_the\\_nordic\\_region3.pdf](http://www.nordicinnovation.net/_img/a_creative_economy_green_paper_for_the_nordic_region3.pdf)
- 53 <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0063+0+DOC+XML+V0/LV#title2>
- 54 UNESCO. *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*. Paris 1982. Sk. tiešsaistē:  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000402/040272eb.pdf>
- 55 Sk., piem.: *International Symposium on Culture Statistics which was held in Montreal, 21-23 October 2002*. <http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/proceedings.pdf>  
*International Flows of Selected Cultural Goods, 1980-98* - by UIS with Phillip Ramsdale  
 Unesco Institute for Statistics. *International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003* [http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows\\_EN.pdf](http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows_EN.pdf)  
*Understanding Creative Industries - Cultural statistics for public-policy making* (UNESCO)  
[http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural\\_stat\\_EN.pdf/cultural\\_stat\\_EN.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf)

- 
- 56 High-level Panel on Creative Industries. Sao Paulo 13.-18.06. 2004.  
[http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf)
- 57 „*International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*”.  
[http://www.oecd.org/document/41/0,3343,en\\_2825\\_495684\\_37151785\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/41/0,3343,en_2825_495684_37151785_1_1_1_1,00.html)
- 58 Intellectual Property, A Power Tool for Economic Growth: Copyright and the Cultural and Information Industries, Chapter 6, [http://www.wipo.int/about-wipo/en/dgo/wipo\\_pub\\_888/index\\_wipo\\_pub\\_888.html](http://www.wipo.int/about-wipo/en/dgo/wipo_pub_888/index_wipo_pub_888.html), o.J., (31.08.2006).
- 59 Sk., piem.: Yusuf Shahid, Nabeshima Kaoru: Urban Development Needs Creativity; How Creative Industries Can Affect Urban Areas, p. 2, Worldbank, 2003.  
<http://www1.worldbank.org/devoutreach/nov03/textonly.asp?id=221>, 2003 un  
<http://www.culturalpolicies.net>
- 60 <http://www.dic.lv>

**1.pielikums**

Radošās industrijas nozaru atlase  
pēc NACE klasifikatora 2. redakcijas

Pasūtītājs: **Latvijas Republikas  
Kultūras ministrija**

Autors: **Anda Miķelsone**, Baltijas  
starptautiskais ekonomikas un politikas  
pētījumu centrs  
**BICEPS (2008)**

**Saturs**

Ievads	29
Radošo industriju sektori un nozares	29
Literatūras sektors	29
Vizuālā māksla	29
Audiovizuālā māksla	29
Audiovizuālie mediji	29
Tirgus komunikācijas	29
Māksla, izglītība un kultūras atbalsts	29
Daļēji atbilstoši (saistīti) sektori	29
Sports, atpūta un izklaide	29
Tūrisms	29
Tekstils	29
Mēbeles	29
Nespecializētās saistītās nozares	29
Papīra ražošana	29
Krāsu ražošana	29
Informācijas un sakaru tehnoloģijas	29
Būvniecība	29
Atsevišķu klašu sīkāka analīze	29
Radošajās industrijās iekļautas nozares	29
Radošajām industrijām daļēji atbilstošas nozares	29
Radošajās industrijās neiekļautas nozares	29

## IEVADS

Ar 2008. gadu mainās saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija Eiropas Kopienā (2008). Līdz šim lietotās klasifikācijas NACE 1.1. redakcijas vietā stājas NACE 2. redakcija. Līdz ar to ir radusies iespēja pārskatīt operacionālo radošo industriju (RI) definīciju (t.i., iekļauto nozaru sarakstu). Lai arī klasifikācijas uzlabojumi jaunajā redakcijā neatrisina lielāko daļu problēmu, kas saistītas ar statistikas (konkrēti, NACE klasifikatora) izmantošanu radošo industriju pētniecībā, tā tomēr uzlabo kvantitatīva pētījuma spēju atspoguļot realitāti.

Šī projekta mērķis ir atvieglot radošo industriju monitoringu un nākotnes pētījumus, kas ietver statistisko datu analīzi, piedāvājot priekšlikumu aktuālās RI operacionālās definīcijas (nozaru saraksta) mainīšanai. Veikta radošo industriju nozaru atlase pēc statistiskās klasifikācijas NACE 2.red.<sup>60</sup>, balstoties uz BICEPS pētījumā “Latvijas radošās industrijas”<sup>60</sup> izstrādātās RI definīcijas un izmantoto darbības veidu sarakstu pēc NACE 1.1.red. Iekļautas ne tikai nozares, kas atbilst iepriekš iekļautajām nozarēm, bet arī citas, kas atbilst RI konceptuālajai definīcijai. Bez tam jaunajā redakcijā iespējams labāk definēt RI sektorus (nozares, kas saistītas vienotā piegādes ķēdē vai radniecīgas pēc saistības ar kādu kultūras nozari).

Saskaņā ar radošo industriju stratēģijas izstrādes darba grupas ieteikumu, starp šīm nozarēm atsevišķi izdalītas radošās un atbalstošās nozares pēc šajos darbības veidos iesaistītā talanta, radošuma un specifisku prasmju kultūras jomā intensitātes. Radošo nozaru darbībā kultūras komponente ir nozīmīga un nepieciešama. Tās rada vai ražo produktus, kas ir autortiesību objekti. Atbalstošās nozares kopā veido šo produktu nepieciešamo pilno piegādes ķēdi, kas nodrošina industriju (vai nozaru sektoru) funkcionēšanu, sākot no izejvielu iegūšanas un iekārtu ražošanas un beidzot ar tirdzniecību. Sarakstā iekļautas tikai tās nozares, kas ir specifiskas (t.i., attiecas tikai vai gandrīz tikai uz radošo industriju produktu apriti).

Atsevišķā nodaļā piedāvāti izskatīšanai darbības veidi, kas apvienoti radošajām industrijām daļēji atbilstošos sektoros. Citas valstis radošajās industrijās nereti iekļauj sportu, azartspēles, tekstila industriju, mēbeļu ražošanu un tūrismu, taču šīs nozares 2007. gada pavasarī ekspertu diskusijas dalībnieki nolēma neiekļaut Latvijas radošo industriju sarakstā. Atpūtas un izklaides sektors šobrīd ir iekļauts, jo tas izplata un popularizē kultūras produktus.

Saistītās nozares – papīra un krāsu ražošana, informācijas un sakaru nozares, kā arī būvniecība – ir nespecializētas ar radošajām industrijām saistītas nozares. Tāpat kā atbalsta nozares tās iekļaujas piegādes ķēdē, taču tās apkalpo arī citas sfēras. Kultūras un estētiskā vērtība šo nozaru produktiem nav izšķiroša (lai arī bieži var būt nozīmīga), tomēr radošo industriju pastāvēšanai tās ir būtiskas. Šo nozaru identifikācija varētu būt noderīga radošo industriju pētījumu veikšanā, kā arī rīcībpolitikas veidošanā.

Noslēgumā piedāvāti dažu darbības veidu klašu atbilstības sīkāka analīze. Šīs klases ietver gan radošajām nozarēm piederošas, gan nepiederošas darbības, un tika vai netika iekļautas radošo industriju sarakstā, vadoties pēc aprakstos minētajiem kritērijiem un piemēriem.

## **RADOŠO INDUSTRIJU SEKTORI UN NOZARES**

### **1.1 Literatūras sektors**

#### **1.1.1 Radošās nozares**

Grāmatniecība, prese, izdevējdarbība

- |   |
|---|
| 58.11 Grāmatu izdošana                        |
| 58.13 Laikrakstu izdošana                     |
| 58.14 Žurnālu un periodisko izdevumu izdošana |

#### **1.1.2 Atbalstošās nozares**

Tirdzniecība un poligrāfija

- |  |
|--|
| 47.61 Grāmatu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos                       |
| 47.62 Avīžu un kancelejas piederumu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos |
| 18.11 Laikrakstu iespiešana  |
| 18.12 Cita veida izdevumu iespiešana   |
| 18.13 Salikšana un iespiedformu izgatavošana                                   |
| 18.14 Iesiešana un ar to saistītas palīgdarbības                               |

### **1.2 Vizuālā māksla**

#### **1.2.1 Radošās nozares**

Fotogrāfija, arhitektūra, dizains, lietišķā māksla, dekoratīvi izstrādājumi, juvelierizstrādājumi

- |   |
|---|
| 32.12 Juvelierizstrādājumu un līdzīgu izstrādājumu ražošana           |
| 32.13 Juvelierizstrādājumu imitāciju un līdzīgu izstrādājumu ražošana |

71.11 Arhitektūras pakalpojumi 74.10 Specializētie projektēšanas darbi 74.20 Fotopakalpojumi
--

### **1.2.2 Atbalstošās nozares**

Industriāla ražošana, tirdzniecība un remonts

17.24 Tapešu ražošana 23.69 Citu betona, ģipša un cementa izstrādājumu ražošana 32.11 Monētu kalšana 46.48 Pulksteņu un juvelierizstrādājumu vairumtirdzniecība 47.77 Pulksteņu un juvelierizstrādājumu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos 58.19 Citi izdevējdarbības veidi 95.25 Pulksteņu un juvelierizstrādājumu remonts
---

## **1.3 Audiovizuālā māksla**

### **1.3.1 Radošās nozares**

Mūzika, kino, video, televīzijas programmas

59.20 Skaņu ierakstu producēšana 59.11 Kinofilmu, video filmu un televīzijas programmu producēšana 59.12 Darbības pēc kinofilmu, video filmu un televīzijas programmu producēšanas
--

### **1.3.2 Atbalstošās nozares**

Mūzikas instrumenti, audio un video ierīces, reproducēšana un izplatīšana

32.20 Mūzikas instrumentu ražošana 47.43 Audio un video ierīču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos 47.63 Audio un video ierakstu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos 18.20 Ierakstu reproducēšana 59.13 Kinofilmu, video filmu un televīzijas programmu izplatīšana 59.14 Kinofilmu demonstrēšana 77.22 Videoierakstu un disku iznomāšana
---

## **1.4 Audiovizuālie mediji**

TV, radio, interaktīvā apraide. Satura izstrāde (radošā darbība) nav nodalāma no izplatīšanas

60.10 Radio programmu apraide 60.20 Televīzijas programmu izstrāde un apraide 63.12 Interneta portālu darbība
---

## **1.5 Tirgus komunikācijas**

### **1.5.1 Radošās nozares**

Reklāma, tirgus izpēte, sabiedriskās attiecības

70.21 Sabiedrisko attiecību un komunikāciju vadības pakalpojumi
73.11 Reklāmas aģentūru darbība

### **1.5.2 Atbalstošās nozares**

Starpniecība, izpēte

73.12 Starpniecība reklāmas izvietošanā masu informācijas līdzekļos
73.20 Tirgus un sabiedriskās domas izpēte

## **1.6 Māksla, izglītība un kultūras atbalsts**

### **1.6.1 Radošās nozares**

izpildītājmāksla, radošas darbības, izglītība

90.01 Mākslinieku darbība
90.02 Mākslas palīgdarbības
90.03 Mākslinieciskā jaunrade
63.91 Ziņu aģentūru darbība
85.52 Kultūras izglītība

### **1.6.2 Atbalstošās nozares**

Izplatīšana, demonstrēšana, saglabāšana, patēriņa nodrošinājums

26.40 Sadzīves elektronisko iekārtu ražošana
90.04 Kultūras iestāžu darbība
91.01 Bibliotēku un arhīvu darbība
91.02 Muzeju darbība
91.03 Vēsturisku objektu un līdzīgu apmeklējuma vietu darbība

## **DAĻĒJI ATBILSTOŠI (SAISTĪTI) SEKTORI**

Šajā nodaļā uzskaitītas tās saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas NACE 2.red. klases, kas pieder RI definīcijai daļēji atbilstošiem, vairākās valstīs RI iekļautiem sektoriem: 1) sportam, atpūtai un izklaidei, 2) tūrisma sektoram, 3) tekstila sektoram, 4) mēbeļu sektoram. Šo nozaru iekļaušana radošajās industrijās ir diskutabla. Šīs darbības saistītas ar autortiesību objektu izmantošanu, izplatīšanu un popularizēšanu, taču nav radošas – visas nozares uzskatāmas par atbalstošām. Radošas darbības nozīmīgā apjomā varētu būt ietvertas spēļu un rotaļlietu ražošana (NACE 32.40) un atrakciju un atpūtas parku darbība (NACE 93.21). Pirmie divi sektori galvenokārt izmanto izpildītājmākslas un audiovizuālās mākslas produktus, bet otrie divi – produktu dizainu (vizuālās mākslas sektora nozare “Specializētie projektēšanas darbi”, NACE 74.10).

## **1.7 Sports, atpūta un izklaide**

Spēkā esošajā Eiropas saimniecisko darbību statistiskajā klasifikācijā NACE 2.red. sports ir apvienots ar atpūtu un izklaidi vienā grupā, un atbalstošajās nozarēs (piem., aprīkojuma tirdzniecība) nav nodalāms. Lielbritānijas valsts pārvaldē kultūra, mediji un sports ir apvienots. Mūsdienās veselības uzturēšanas nozīme sportā samazinās, bet pieaug atpūtas un izklaides, dzīvesveida, identitātes, laika pavadīšanas un arī izrādes nozīme.

### **1.7.1 Atpūta un izklaide**

77.21 Atpūtas un sporta priekšmetu iznomāšana un ekspluatācijas līzings  
93.21 Atrakciju un atpūtas parku darbība  
93.29 Cita izklaides un atpūtas darbība

### **1.7.2 Spēles un rotaļlietas**

32.40 Spēļu un rotaļlietu ražošana  
47.65 Spēļu un rotaļlietu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos  
58.21 Datorspēļu tirāžēšana

### **1.7.3 Sports**

32.30 Sporta preču ražošana  
47.64 Sporta preču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos  
93.11 Sporta objektu darbība  
93.12 Sporta klubu darbība  
93.13 Fitnesa centru darbība  
93.19 Citas sporta nodarbības

### **1.7.4 Azartspēles**

92.00 Azartspēles un derības

## **1.8 Tūrisms**

Tūrisms, ceļojumi, izmitināšana (pilnībā iekļauta 79. nodaļa).

79.11 Ceļojumu biroju pakalpojumi  
79.12 Tūrisma operatoru pakalpojumi  
79.90 Citi rezervēšanas pakalpojumi un ar tiem saistītas darbības  
81.30 Ainavu veidošanas un uzturēšanas darbības  
55.10 Izmitināšana viesnīcās un līdzīgās apmešanās vietās  
55.20 Izmitināšana viesu mājās un cita veida īslaicīgas apmešanās vietās  
55.30 Kempingu, atpūtas transportlīdzekļu laukumu un apdzīvojamo autopiekabju laukumu

## **1.9 Tekstils**

Tekstila un ādas izstrādājumi un apavi (pilnībā iekļauta 14. un 15. nodaļa).

13.10 Tekstilšķiedru sagatavošana un vērpsana

- 13.20 Tekstilmateriālu aušana
- 13.30 Tekstilmateriālu apdare
- 13.91 Adīto un tamborēto audumu ražošana
- 13.92 Gatavo tekstilizstrādājumu ražošana, izņemot apģērbu
- 13.93 Paklāju un grīdsegu ražošana
- 13.99 Citur neklasificētu tekstilizstrādājumu ražošana
- 14.11 Ādas apģērbu ražošana
- 14.12 Darba apģērbu ražošana
- 14.13 Pārējo virsdrēbju ražošana
- 14.14 Apakšveļas ražošana
- 14.19 Cita veida apģērbu un apģērbu piederumu ražošana
- 14.20 Kažokādu izstrādājumu ražošana
- 14.31 Trikotāžas zeķu ražošana
- 14.39 Pārējo trikotāžas izstrādājumu ražošana
- 15.11 Ādu micēšana un apstrāde; kažokādu apstrāde un krāsošana
- 15.12 Ceļojuma piederumu, somu un līdzīgu izstrādājumu, zirglietu piederumu ražošana
- 15.20 Apavu ražošana
- 28.94 Mašīnu ražošana tekstilizstrādājumu, apģērbu un ādas izstrādājumu ražošanai
- 46.16 Tekstilizstrādājumu, apģērbu, apavu un ādas izstrādājumu vairumtirdzniecības starpnieku darbība
- 46.24 Jēlādu un izstrādātu ādu vairumtirdzniecība
- 46.41 Tekstilizstrādājumu vairumtirdzniecība
- 46.42 Apģērbu un apavu vairumtirdzniecība
- 46.64 Tekstilrūpniecības iekārtu, šujmašīnu un adāmmašīnu vairumtirdzniecība
- 47.51 Tekstilizstrādājumu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos
- 47.71 Apģērbu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos
- 47.72 Apavu un ādas izstrādājumu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos
- 47.82 Tekstilizstrādājumu, apģērbu un apavu mazumtirdzniecība stendos un tirgos
- 95.23 Apavu un ādas izstrādājumu remonts

### **1.10 Mēbeles**

- 31.01 Biroju un veikalu mēbeļu ražošana
- 31.02 Virtuves mēbeļu ražošana
- 31.03 Matraču ražošana
- 31.09 Citu mēbeļu ražošana
- 46.47 Mēbeļu, paklāju un apgaismes ierīču vairumtirdzniecība
- 46.65 Biroja mēbeļu vairumtirdzniecība
- 95.24 Mēbeļu un dzīvokļu iekārtu remonts

## **NESPECIALIZĒTĀS SAISTĪTĀS NOZARES**

Šajā nodaļā uzskaitītas nozares, kam ir liela nozīme atsevišķu radošo industriju piegādes ķēdēs. Saistītās nozares ir diezgan plašas un nespecializētas: tās piedalās arī citās piegādes ķēdēs, un radošās industrijas tām nav vienīgie vai galvenie sadarbības partneri.

### **1.11 Papīra ražošana**

- 17.11 Celulozes (papīrmasas) ražošana
- 17.12 Papīra un kartona ražošana
- 17.23 Rakstāmpapīra ražošana
- 28.95 Mašīnu ražošana papīra un kartona izgatavošanai

### **1.12 Krāsu ražošana**

- 20.12 Krāsvielu un pigmentu ražošana
- 20.30 Krāsu, laku un līdžīgu pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošana

### **1.13 Informācijas un sakaru tehnoloģijas**

- 26.11 Elektronisko komponentu ražošana
- 26.12 Elektronisko plašu ražošana
- 26.20 Datoru un perifēro iekārtu ražošana
- 26.30 Sakaru iekārtu ražošana
- 26.80 Magnētisko un optisko datu nesēju ražošana
- 46.51 Datoru, to perifēro iekārtu un programmatūras vairumtirdzniecība
- 46.52 Elektronisko ierīču, telekomunikāciju iekārtu un to daļu vairumtirdzniecība
- 47.41 Datoru, to perifēro iekārtu un programmatūras mazumtirdzniecība specializētajos veikalos
- 47.42 Telekomunikāciju iekārtu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos
- 58.29 Citu programmatūru tiražēšana
- 61.10 Kabeļu telekomunikācijas pakalpojumi
- 61.20 Bezvadu telekomunikācijas pakalpojumi
- 61.30 Pavadoņu telekomunikācijas pakalpojumi
- 61.90 Citi telekomunikācijas pakalpojumi
- 62.01 Datorprogrammēšana
- 62.02 Konsultēšana datoru pielietojumu jautājumos
- 62.03 Datoriekārtu darbības pārvaldīšana
- 62.09 Citi informācijas tehnoloģiju un datoru pakalpojumi
- 95.11 Datoru un perifēro iekārtu remonts
- 95.12 Sakaru iekārtu remonts

### **1.14 Būvniecība**

Iekļauta visa F sadaļa (41., 42. un 43. nodaļa)

41.10	Būvniecības projektu izstrādāšana
41.20	Dzīvojamo un nedzīvojamo ēku būvniecība
42.11	Ceļu un maģistrāļu būvniecība
42.12	Dzelzceļu un metro būvniecība
42.13	Tiltu un tuneļu būvniecība
42.21	Ūdensapgādes sistēmu būvniecība
42.22	Elektroapgādes un telekomunikāciju sistēmu būvniecība
42.91	Hidrotehnisko objektu būvniecība
42.99	Citur neklasificēta inženierbūvniecība
43.11	Ēku nojaukšana
43.12	Būvlaukuma sagatavošana
43.13	Pētniecisko urbumu veikšana
43.21	Elektroinstalācijas ierīkošana
43.22	Cauruļvadu, apkures un gaisa kondicionēšanas iekārtu uzstādīšana
43.29	Citu inženiersistēmu montāža
43.31	Apmetēju darbi
43.32	Galdnieku darbi
43.33	Grīdas un sienu apdare
43.34	Krāsotāju un stiklinieku darbi
43.39	Citas būvdarbu pabeigšanas operācijas
43.91	Jumta seguma uzklāšana
43.99	Citur neklasificētie specializētie būvdarbi

## ATSEVIŠĶU KLAŠU SĪKĀKA ANALĪZE

Lai pārliecinātos par dažu darbības veidu klašu piederību radošajām industrijām, šajā nodaļā dota sīkāka to aprakstu analīze. Izvērtēti gan kritēriji, gan konkrētu darbības veidu piemēri, kas doti NACE klasifikācijas aprakstā<sup>60</sup>. Izmantotie apzīmējumi:

v	atbilst radošajām industrijām
x	neatbilst radošajām industrijām
~	daļēji atbilst radošajām industrijām

### 1.15 Radošajās industrijās iekļautas nozares

#### 1.15.1 18.12 Cita veida izdevumu iespiešana

Šajā klasē ietilpst:

v	– to žurnālu citu periodisko izdevumu iespiešana, kurus izdod mazāk kā četrrēiz nedēļā;
---	---

~	– grāmatu un brošūru, mūzikas un mūzikas manuskriptu, karšu, atlantu, reklāmas katalogu, prospektu un citu iespiestu reklāmas materiālu, pastmarku, dokumentu par nodokļu uzlikšanu, īpašumtiesību dokumentu, čeku un cita aizsardzības papīra, viedkaršu, albūmu, dienasgrāmatu, kalendāru un citu iespiestu komerciālu materiālu, individuālo kancelejas preču un citu iespieddarbu iespiešana ar augstspiedi, ofsetu, dobspiedi, fleksogrāfiju, sietspiedi un citām drukas spiedēm, kopēšanas un pavairošanas mašīnām, datoru printeriem, dobspieduma aparātiem u.c. līdzekļiem, kā arī operatīvā poligrāfija (quick printing);
v	– uzdrukāšana tieši uz tekstilizstrādājumiem, plastmasas, stikla, metāla, koka un keramikas.

Iespieddarbi parasti ir aizsargāti ar autortiesībām.

Šajā klasē ietilpst arī:

v	– etiķešu apdruka (litogrāfija, dobspiede, fleksogrāfija u. c. veidi).
---	--

### 1.15.2 23.69 Citu betona, ģipša un cementa izstrādājumu ražošana

Šajā klasē ietilpst:

~	– citu betona, ģipša, cementa vai mākslīgā akmens izstrādājumu ražošana:
v	• skulptūras, mēbeles (soliņi), bareljefi un ciļņi, vāzes, puķu podi u.c.

### 1.15.3 26.40 Sadzīves elektronisko iekārtu ražošana

Šī klase ietver

v	elektronisko audio un video aparatūras ražošanu izklaidei mājās, mehāniskajiem transportlīdzekļiem, skaļruņu sakaru sistēmām un mūzikas instrumentu pastiprinātājiem.
---	---

Šajā klasē ietilpst:

v	– kasešu videomagnetofonu un pavairošanas iekārtu ražošana;
v	– televizoru ražošana;
v	– televizoru ekrānu un displeju ražošana;
v	– skaņas ierakstīšanas un pavairošanas sistēmu ražošana;
v	– stereoaparātūras ražošana;
v	– radiouztvērēju ražošana;
v	– skaļruņu sistēmu ražošana;
v	– mājas videokameru ražošana;
v	– mūzikas automātu ražošana;
v	– mūzikas instrumentu un skaļruņu sakaru sistēmu pastiprinātāju ražošana;
v	– mikrofonu ražošana;
v	– kompaktdisku atskaņotāju un DVD disku atskaņotāju ražošana;
v	– karaokes skaņas un video vadības tehnikas ražošana;
v	– austiņu (piemēram, radio, stereo, datoru) ražošana;
v	– videospēļu pulšu ražošana.

### 1.15.4 58.19 Citi izdevējdarbības veidi

Šajā klasē ietilpst:

~	– šādas iespiedprodukcijas izdošana (ieskaitot tiešsaistes režīmā):
---	---

X	• katalogi;
V	• fotogrāfijas, gravīras un pastkartes;
V	• apsveikuma kartes;
X	• veidlapas;
V	• plakāti, mākslas darbu reprodukcijas;
V	• reklāmas materiāli;
~	• cita iespiedprodukcija.
X	– statistisko datu un citas informācijas publicēšana tiešsaistes režīmā.

### 1.15.5 63.91 Ziņu aģentūru darbība

Šajā klasē ietilpst:

V	– ziņu aģentūru un sindikātu darbība, kas plašsaziņas līdzekļiem piegādā ziņas, attēlus un rakstus.
---	---

### 1.15.6 74.10 Specializētie projektēšanas darbi

Šajā klasē ietilpst:

V	– audumu, apģērbu, apavu, rotaslietu, mēbeļu, citu interjera priekšmetu un citu modes preču, kā arī personīgo un saimniecības preču modelēšana un dizains;
~	– rūpnieciskais dizains, t.i., jaunu rūpniecības produktu paraugu un specifikāciju izveide, kuri pilnveido produkta izskatu, vērtību un lietošanu, ieskaitot materiālu, mehānismu, formas, krāsas un produktu virsmu apstrādes noteikšanu, ņemot vērā cilvēka rakstura īpašības un vajadzības, drošību, tirgus pievilcību produktu sadalē, lietošanā un ekspluatācijā;
V	– grafisko dizaineru pakalpojumi;
V	– iekštelpu dekoratoru darbība.

### 1.15.7 90.02 Mākslas palīgdarbības

Šajā klasē ietilpst:

V	– izpildītājmākslas palīgdarbības, ko veic, lai veidotu teātra izrādes, koncertus un operas vai horeogrāfiskus un citus skatuves iestudējumus;
V	• režisoru, producentu, skatuves dekorāciju veidotāju un uzstādītāju, skatuves strādnieku, gaismotāju u.c. darbinieku darbība.
V	Šī klase ietver arī mākslas pasākumu režisoru vai uzņēmēju darbību, ar vai bez aprīkojuma.

## 1.16 Radošajām industrijām daļēji atbilstošas nozares

Šajā nodaļā ar “V” apzīmēta piederība attiecīgajam sektoram (kas daļēji atbilst RI definīcijai)

### 1.16.1 13.99 Citur neklasificētu tekstilizstrādājumu ražošana

Šajā klasē ietilpst:

V	– filca ražošana;
V	– tilla un citu plīvurveida audumu, metrāžas vai gabalveida mežģiņu un izšuvumu ražošana;

X	– spiedienjūtīgu lupatu lenšu ražošana;
V	– tekstilmateriāla kurpju saišu ražošana;
V	– pūderslotiņu un dūraiņu ražošana.

### 1.16.2 14.19 Cita veida apģērbu un apģērbu piederumu ražošana

Šajā klasē ietilpst:

V	– zīdaiņu apģērbu ražošana, treniņtērpu, slēpošanas kostīmu, peldkostīmu u.c. ražošana;
V	– platmaļu un cepuru ražošana;
V	– cita apģērba piederumu ražošana: cimdi, jostas, šalles, kaklasaites, matu tīkliņi u.c.

Šajā klasē ietilpst arī:

V	– kažokādu galvassegu ražošana;
V	– adītu un tamborētu apavu (bez pazolēm) ražošana;
V	– uzskaitīto izstrādājumu daļu ražošana.

### 1.16.3 79.90 Citi rezervēšanas pakalpojumi un ar tiem saistītas darbības

Šajā klasē ietilpst:

V	– citi ar ceļojumiem saistīti rezervēšanas pakalpojumi:
V	• rezervēšanas pakalpojumi, kas saistīti ar transporta, viesnīcu, restorānu rezervēšanu, automašīnu nomu, izklaides un sporta pasākumiem utt.;
X	– laikalības īpašuma tiesību apmaiņas pakalpojumi ( <i>time- share exchange</i> );
*	– teātra, sporta, un citu izklaides pasākumu biļešu izplatīšanas darbība;
V	– tūristu atbalsta pakalpojumi:
V	• tūristu nodrošināšana ar ceļojuma informāciju;
V	• tūristu gidu darbība;
V	– tūrisma veicināšanas darbība.

\* neietilpst tūrisma sektorā, taču ietilpst radošajās industrijās – izpildītājmākslas (māksla, izglītība un kultūras atbalsts), kā arī sporta un izklaides (sports, atpūta un izklaide) nozarēs.

### 1.16.4 81.30 Ainavu veidošanas un uzturēšanas darbības

Lai arī šajā klasē ietilpstošās darbības nav orientētas tikai un vienīgi uz tūrisma veicināšanu, tās būtiski ietekmē tūrisma (vides pievilcību).

Šajā klasē ietilpst:

~	– augu stādīšana un apkopšana parkos un dārzos;
~	• privātām un sabiedriskām ēkām;
~	• privātām un daļēji sabiedriskām ēkām (skolām, slimnīcām, administratīvajām ēkām, baznīcām u.c.);
~	• pašvaldību zemēm (parkos, zaļajās zonās, kapos u.c.);
~	• apstādījumiem gar satiksmes maģistrālēm (autoceļiem, dzelzceļa un tramvaja sliežu līnijām, kanāliem, ostām);
~	• rūpnieciskām ēkām un tirdzniecības ēkām;

~	– apstādījumi:
~	• ēkām (jumta dārzi, fasāžu apstādījumi, iekštelpu dārzi u.c.);
~	• sporta laukumiem (futbola laukumi, golfa laukumi u.c.), spēļu laukumiem, sauļošanās zālājiem un citiem atpūtas parkiem;
~	• stāvošam un plūstošam ūdenim (rezervuāriem, mainīgi mitrām zonām, dīķiem, peldbaseiniem, grāvjiem, ūdenstecēm, notekūdeņu attīrīšanas sistēmām);
~	– augu stādīšana un ainavu veidošana aizsardzībai pret troksni, vēju, eroziju, redzamību un apžilbināšanu.

### 1.16.5 93.29 Cita izklaides un atpūtas darbība

Šī klase ietver šādas citur neklasificētas darbības, kas saistītas ar izklaidi un atpūtu (izņemot atrakciju parkus un tematiskos parkus):

~	– ar monētu darbināmu spēļu automātu darbība (izmantošana);
✓	– atpūtas parku darbība (bez izmitināšanas);
✓	– atpūtas transporta infrastruktūras, piemēram, ostu, ekspluatācija;
✓	– slēpošanas trašu darbība;
✓	– atpūtas un izklaides aprīkojuma iznomāšana kā atpūtas un izklaidēšanas vietu darbības neatņemama daļa;
✓	– atpūtai paredzētie gadatirgi un izstādes;
✓	– pludmaļu darbība, kā arī tāda aprīkojuma iznomāšana kā pirtis, slēdzami skapīši, krēsli u.c.;
✓	– deju zāļu darbība.

Šī klase ietver arī

~	pasākumu producentu vai uzņēmēju darbību, izņemot sporta sacīkstes vai mākslas pasākumus, izmantojot aprīkojumu vai bez tā.
---	---

### 1.17 Radošajās industrijās neiekļautas nozares

Šajā nodaļā apskatīti darbības veidi, kuros ietvertas arī radošajām industrijām raksturīgas darbības, taču tās nav pārsvarā.

#### 1.17.1 16.29 Pārējo koka izstrādājumu ražošana; korķa, salmu un pīto izstrādājumu ražošana

Šajā klasē ietilpst:

~	– dažādu koka izstrādājumu ražošana:
✗	• koka rokturi un korpusi instrumentiem, slotām, sukām;
✗	• zābaku un kurpju koka liestes un statņi, apģērbu pakaramie;
✗	• mājsaimniecības instrumenti un virtuves piederumi no koka;
✓	• koka statuetes un ornamentu, koka izstrādājumi ar mozaīku un inkrustāciju;
✗	• koka kārbas juvelierizstrādājumiem, griešanas rīkiem un tamlīdzīgiem priekšmetiem;
✗	• koka spoles, saivas, spolītes, diegu spolītes un līdzīgi virpoti koka izstrādājumi;
~	• citi koka izstrādājumi;
✗	– dabiskā korķa presēšana, aglomerēta korķa ražošana;
✗	– dabiskā vai aglomerēta korķa izstrādājumu ražošana, ietverot grīdsegas;

~	– pinumu un pīto materiālu izstrādājumu ražošana: pīteņi, mašas, aizslietņi, kārbas u.c.;
v	– grozu un pinumu ražošana;
x	– malkas pagaļu un granulu ražošana enerģijai no presēta koka vai aizstājējmateriāliem, piemēram, kafijas vai sojas pupu biežumiem;
v	– spoguļu un gleznu koka rāmju ražošana;
v	– rāmju ražošana gleznu audumu uzstiepšanai;
x	– kurpju koka daļu (piemēram, papēžu un liestu) ražošana;
x	– lietussargu, spieķu rokturu un līdzīgu izstrādājumu ražošana;
x	– pirmsagatavju ražošana pīpju izgatavošanai.

### 1.17.2 17.29 Cita veida papīra un kartona izstrādājumu ražošana

Šajā klasē ietilpst:

v	– etiķešu ražošana;
x	– filtrpapīra un kartona ražošana;
x	– papīra un kartona spolišu, spoļu, saivu u.c. izstrādājumu ražošana;
x	– olu paliktņu un citu formētu iepakojuma izstrādājumu u. tml. ražošana no celulozes;
v	– dizaina papīra izstrādājumu ražošana;
x	– papīra vai perfokaršu ražošana izmantošanai uz žakardmašīnām.

### 1.17.3 23.41 Sadzīves un dekoratīvo keramikas izstrādājumu ražošana

Šajā klasē ietilpst:

x	– keramikas galda piederumu un citu mājtsaimniecības vai tualetes piederumu ražošana;
v	– keramikas statuešu un citu dekoratīvu izstrādājumu ražošana.

### 1.17.4 26.70 Optisko instrumentu un fotoaparātūras ražošana

Šī klase ietver

x	optisko instrumentu un lupu, piemēram, binokļu, mikroskopu (izņemot elektronu, protonu), teleskopu, prizmu un lēcu (izņemot oftalmisko) ražošanu; lēcu (izņemot oftalmisko) pārklāšanu vai pulēšanu; lēcu (izņemot oftalmisko) uzstādīšanu
v	un tādas fotoaparātūras ražošanu kā fotokameras un luksmetri.

Šajā klasē ietilpst:

x	– optisko spoguļu ražošana;
x	– optisko ieroču novērošanas ierīču ražošana;
x	– optisko pozicionēšanas ierīču ražošana;
~	– optisko palielināšanas instrumentu ražošana;
x	– mehāniķu optisko precīzijas instrumentu ražošana;
x	– optisko komparatoru ražošana;
v	– kinokameru un digitālo fotokameru ražošana;
v	– kinofilmu un diapozitīvu projektoru ražošana;
x	– kodoskopu plēvju ražošana;

~	–optisko mērīšanas un pārbaudes ierīču un instrumentu (piemēram, ugunsgrēka kontroles ierīču, fotogrāfijā izmantojamo luksmetru, tālmēru) ražošana;
x	– lēcu, optisko mikroskopu, binokļu un teleskopu ražošana;
x	– lāzeru komplektu ražošana.

### 1.17.5 46.43 Elektrisko mājsaimniecības ierīču vairumtirdzniecība

Šajā klasē ietilpst:

x	– mājsaimniecības elektroierīču vairumtirdzniecība;
v	– radio un televīzijas aparatūras vairumtirdzniecība;
~	– fotopreču un optisko preču vairumtirdzniecība;
x	– elektrisko sildīšanas ierīču vairumtirdzniecība;
v	– ierakstītu audiolenšu un videomagnetofona lenšu, kompaktdisku, DVD disku vairumtirdzniecība.

### 1.17.6 47.59 Mēbeļu, apgaismes ierīču un cita veida mājsaimniecības piederumu mazumtirdzniecība specializētajos veikalos

Šajā klasē ietilpst:

~	– mēbeļu mazumtirdzniecība;
x	– apgaismes ierīču mazumtirdzniecība;
~	– mājsaimniecības instrumentu, galda piederumu, māla un stikla trauku, porcelāna un keramikas izstrādājumu mazumtirdzniecība;
~	– koka, korķa izstrādājumu un pīto izstrādājumu mazumtirdzniecība;
x	– neelektrisko mājsaimniecības ierīču mazumtirdzniecība;
v	– mūzikas instrumentu un partitūru mazumtirdzniecība;
x	–elektrisko drošības sistēmu mazumtirdzniecība, piemēram, bloķēšanas ierīces, seifi un seifglabātavas, bez ierīkošanas vai apkopes pakalpojumiem;
~	– citur neklasificētu mājsaimniecības preču un iekārtu mazumtirdzniecība.

### 1.17.7 47.78 Citur neklasificēta jaunu preču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos

Šajā klasē ietilpst:

~	– fotoaparātūras, optisko iekārtu un augstas precizitātes instrumentu mazumtirdzniecība;
x	– optometrijas pakalpojumu sniegšana;
v	– suvenīru, amatnieku izstrādājumu un reliģiskā kulta priekšmetu mazumtirdzniecība;
v	– komerciālo mākslas galeriju darbība;
x	– mājsaimniecībās lietojamā šķidrā kurināmā, balonu gāzes, akmeņogļu un malkas mazumtirdzniecība;
x	– ieroču un munīcijas mazumtirdzniecība;
~	– pastmarku un monētu mazumtirdzniecība;
v	– komerciālo mākslas galeriju mazumtirdzniecības pakalpojumus;
x	– citur neklasificētu nepārtikas preču mazumtirdzniecība.

### 1.17.8 55.90 Pārējo apmešanās vietu darbība

Šī klase ietver

~	naktsmītnu nodrošināšanu īslaicīgas vai ilgākas uzturēšanās mērķiem atsevišķās vai kopējās istabās studentiem, viesstrādniekiem un citiem indivīdiem.
---	---

Šajā klasē ietilpst:

x	– studentu mītnes;
x	– skolēnu mītnes mācību laikā;
x	– viesstrādnieku dienesta viesnīcas;
x	– mēbelētas istabas un internātskolas;
~	– vilcienu guļamvagoni.

### 1.17.9 62.01 Datorprogrammēšana

Šī klase ietver

~	programmatūras izstrādi, pārveidošanu, testēšanu un atbalsta nodrošināšanu.
---	---

Šajā klasē ietilpst:

~	– struktūras un satura projektēšana un/vai kompilācija, kas nepieciešama, lai izveidotu un ieviestu:
x	• sistēmas programmatūru (ieskaitot uzlabojumus un precizējumus);
~	• lietojumprogrammas (ieskaitot uzlabojumus un precizējumus);
x	• datu bāzes;
v	• mājas lapas;
x	– datora programmatūras pielāgošana, t.i. esošo lietojumprogrammu pārveidošana un konfigurēšana, lai tās spētu funkcionēt pircēja informācijas sistēmas vidē.

### 1.17.10 74.90 Citur neklasificēti profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi

Šī klase ietver

~	ļoti dažādus pakalpojumus, ko pārsvarā sniedz tirdzniecības klientiem. Tā ietver darbības, kuru veikšanai vajadzīgas augstākas profesionālās, zinātniskās un tehniskās prasmes, bet neietver pastāvīgu, rutīnas uzņēmējdarbību, kas parasti ir īslaicīga.
---	---

Šajā klasē ietilpst:

x	– uzņēmējdarbības mākleru darbība, t.i., starpniecība mazo un vidējo uzņēmumu pirkšanā un pārdošanā, ieskaitot profesionālo praksi, izņemot nekustamā īpašuma mākleru darbību;
x	– patentu mākleru darbība (patentu pirkšanas un pārdošanas organizēšana);
x	– novērtēšanas operācijas, izņemot tos, kas saistītas ar nekustamo īpašumu un apdrošināšanu (senlietu, juvelierizstrādājumu u.c. priekšmetu novērtēšana);
x	– rēķinu iekasēšana un kravas vedmaksas likmju informācija;
x	– laika apstākļu prognozēšana;
x	– konsultācijas drošības jautājumos;
x	– konsultācijas agronomijas jautājumos;
x	– konsultācijas vides jautājumos;
x	– citas tehniskas konsultācijas;

X	– konsultantu darbība, izņemot lauksaimniecības, inženierbūvniecības un vadības konsultantu darbību;
X	– normētāju darbība.

Šajā klasē ietilpst arī:

V	– aģentu un aģentūru darbība, ko veic klientu uzdevumā un kas parasti saistīta ar angažementa iegūšanu, lai piedalītos kinofilmās, teātra izrādēs vai citos izklaides vai sporta pasākumos, un grāmatu, spēļu, mākslas darbu, fotogrāfiju u.c. materiālu nodošanu izdevējiem, producentiem u.c.
---	---

### 1.17.11 77.29 Cita veida individuālās lietošanas un mājsaimniecības priekšmetu iznomāšana un ekspluatācijas līzings

Šajā klasē ietilpst:

X	– visu veidu mājsaimniecības piederumu vai individuālās lietošanas priekšmetu iznomāšana mājsaimniecībām vai rūpniecības nozarēm (izņemot atpūtas un sporta aprīkojumu):
~	• tekstilpreces, apģērbi un apavi;
X	• mēbeles, keramika un stikla izstrādājumi, virtuves un galda piederumi, elektroierīces un mājsaimniecības piederumi;
V	• juvelierizstrādājumi, mūzikas instrumenti, dekorācijas un kostīmi;
V	• grāmatas, laikraksti un žurnāli;
~	• iekārtas un aprīkojums, ko izmanto amatieri vai hobijsam, piemēram, instrumenti mājas remontam;
X	• ziedi un augi;
X	• elektroniskās iekārtas lietošanai mājsaimniecībās.

### 1.17.12 79.90 Citi rezervēšanas pakalpojumi un ar tiem saistītas darbības

Šajā klasē ietilpst:

X	– citi ar ceļojumiem saistīti rezervēšanas pakalpojumi:
~	• rezervēšanas pakalpojumi, kas saistīti ar transporta, viesnīcu, restorānu rezervēšanu, automašīnu nomu, izklaides un sporta pasākumiem utt.;
X	– laukdalības īpašuma tiesību apmaiņas pakalpojumi (time- share exchange);
V	– teātra, sporta, un citu izklaides pasākumu biļešu izplatīšanas darbība;
X	– tūristu atbalsta pakalpojumi:
X	• tūristu nodrošināšana ar ceļojuma informāciju;
X	• tūristu gidu darbība;
X	– tūrisma veicināšanas darbība.

02/02/2009 11:52  
3762  
I.Cire, 67078159  
ieva.cire@km.gov.lv

## 2.pielikums

### Latvijas radošās industrijas piemēri

**“AERODIUM”** – Austrumeiropā pirmais vertikālais vēja tunelis, kas ļauj saraut saites ar gravitāciju. Lidotāju paceļ un notur gaisa plūsma ar ātrumu 180–200 km/h.

Uzņēmuma mērķis ir izveidot populāru vidi treniņiem – izpletņlēcējiem, dažādu sporta veidu komandām un militārajām vienībām, kā arī korporatīvajām saspēles (*team-building*) programmām un vienkārši draugu loka izklaidēm. Aerodium komanda iesaistās dažādos starptautiskos pasākumos un ir vairākkārt veidojuši akrobātiskus šovus: gan Holivudas filmas prezentācijai Itālijā, gan Pasaules čempionātam zirgu skriešanās sacīkstēs Dubajā, gan neaizmirstamo sniegumu Turīnas olimpisko spēļu noslēguma ceremonijā. Ir izveidots “AERODIUM” meitas uzņēmums Turcijā. Uzņēmums dibināts 2004. gadā. Darbinieku skaits – 25.

**„Klippan-Saule”** – dibināts uz jau padomju laikos augsti novērtētās rūpnīcas “Saule” bāzes. Pārsteidzoši dažāds ir uzņēmuma ražoto tekstila izstrādājumu piedāvājums un niansētā un bagātā krāsu palete, atšķirīgās faktūras un krāšņie zīmējumi. Ieviest jauno ir gatava gan vadība, gan meistari cehos, ļoti veiksmīgi strādā dizaineri. *Klippan-Saule* apzinās, ka mūsdienīga un konkurētspējīga produkta radīšanai nepieciešamas zināšanas ne tikai savā jomā, bet arī citās, kā tehnoloģija, mārketinga un ekonomika. Kaut arī uzņēmumam nav īpašas eksperimentālās laboratorijas, kur izveidot un pārbaudīt jaunus paraugus, ir rastas iespējas tos izmēģināt tieši cehos, nepārtraucot ražošanu. Uzņēmumam ir stabili sadarbības partneri Skandināvijā, Lietuvā, Krievijā un citās valstīs. Veiksmīgas sadarbības pamatā ir spēja respektēt atšķirīgas prasības, augsta izstrādājumu kvalitāte un darba organizācija. Uzņēmums dibināts 1997. gadā.

**„Stendera Ziepju Fabrika”** vāra ziepes pēc senām tradīcijām, gatavo dabisku, augstvērtīgu vannas kosmētiku un vannas piederumus. “Stenders” piedāvā vairāk nekā 70 veidu ar rokām gatavotas ziepes un burbuļbumbas, vannas pienus un vannas sāļus ar visdažādākajiem aromātiem, masāžas sviestus, ēteriskās un masāžas eļļas, sāls skrubjus, vannas ekstraktus un putas, kā arī vannas un pirts piederumus. 2007. gadā SIA “Stendera Ziepju Fabrika” saņem laikraksta “Lietišķā Diena” apbalvojumu nominācijā “Nozares veiksminieks 2007.” „Stendera Ziepju Fabrikas” veikali atrodami ne vien Latvijā, bet arī

---

Krievijā, NVS, Igaunijā, Lietuvā, Polijā, Ungārijā, Somijā, Nīderlandē, Ķīnā, Japānā un Spānijā. Uzņēmums dibināts 2001. gadā. Darbinieku skaits – 114.

„**Emīla Gustava šokolāde**”, kas starptautiskā apritē pozicionēts ar vārdu „*Emihls Gustavs chocolate*” ir sirsnīgi šokolādes veikaliņi un kafejnīcas, kuru plauktos sagūlušas trifeles un konfektes, un gaiss smaržo pēc rūgtām kakao pupiņām, riekstiem un kafijas. Šokolādes oāzes ir izkaisītas pa visu Rīgu. It visur šokolāde ir nopērkama uz svara un tiek pasniegta ar zīda cimdu. „*Emihls Gustavs chocolate*” šokolāde gatavota ar rokām – dažviet izveidotas īpašas meistardarbnīcas, kur pa logu var vērot, kā rosās prasmīgi meistari. Īpašais šo vietu šarms ir detaļas – interjerā un dizainā, pārdevējas smaidā, garšas niansēs. „*Emihls Gustavs chocolate*” piedāvā arī ekskursijas, kuru laikā iespējams atklāt patiesi labas šokolādes noslēpumu un uzzināt leģendas un mītus, kas apvij šo izcilo produktu. „Emīla Gustava šokolāde” ir „Stendera Ziepju Fabrika” meitas uzņēmums, kas darbojas arī Igaunijā. Uzņēmums dibināts 2003. gadā. Darbinieku skaits – 85.

„**Lattelecom Technology**” ir vadošais informācijas tehnoloģiju koncerns Latvijā, kas klientiem spēj nodrošināt pilnu integrētu IT risinājumu un pakalpojumu spektru. Izveidots pirms vairāk nekā 15 gadiem, *Lattelecom Technology* bijis viens no pirmajiem IT uzņēmumiem Baltijas valstīs. *Lattelecom Technology* ir projektu un ārpakalpojumu uzņēmums. Kompetence un uzkrātā pieredze īpaši Baltijas valstu tirgū ļauj uzņēmuma klientiem piedāvāt kā atsevišķus programmaproduktus, tā arī specializētu un konkrēta pasūtītāja vajadzībām atbilstošu IT risinājumu izstrādi un ieviešanu. Tajā skaitā, iespējama IT infrastruktūras izveide, dažādu uzņēmumu pārvaldīšanas risinājumu izstrāde, ārpakalpojumu nodrošināšana, strādājošo vai IT speciālistu apmācība, nepārtraukts serviss, garantējot IT risinājumu darbību 24 stundas dienā un septiņas dienas nedēļā. Šāds pakalpojumu un servisa piedāvājums ļauj *Lattelecom Technology* nodrošināt gandrīz jebkuras valsts vai privātā sektora korporatīvo klientu vajadzības IT jomā, sākot no klienta vajadzību izpēti, līdz IT sistēmu izveides un pilnīgai to darbības nodrošināšanai. *Lattelecom Technology* pašlaik nodarbināti vairāk kā 350 strādājošo.

„**MOOZ!**” (līdz 2007. gadam „**ZOOM!**”) ir pilna servisa reklāmas aģentūra ar filiāli Vācijas galvaspilsētā Berlīnē, ar pirmo klientu MTV. ZOOM! ir radoši spēcīgākā aģentūra Baltijā, kuras vārdu pazīst visā Austrumeiropā. Aģentūras kontā ir gan atzinība globālajos Kannu, EPICA un „GoldenDrum” festivālos, gan pašmāju reklāmas festivālā „Golden Hammer”. Kopš 2000. gada aģentūra īsteno arī daudzus no Latvijas aizraujošākajiem projektiem, t.sk., sociālās reklāmas jomā, sākot ar kampaņu par Latvijas dalību Eiropas Savienībā, Eirovīzijas konkursu līdz Cūkmena tēlam.

Kinopilsēta "**Cinevilla**" ir Baltijas valstīs vienīgā tik plaša mēroga kino dekorācija brīvā dabā, kas piedāvā kinopilsētas apmeklētājiem ielūkoties kino tapšanas aizkulisēs un paver plašas iespējas kinoindustrijā. Kinopilsētā ir iespējams sajūst pagājušā gadsimta pilsētvides raksturīgākās iezīmes.

**Arhitektu birojs „Sīlis, Zābers un Kļava”** pazīstams ar daudziem ievērojamiem projektiem, tā arhitekti projektējuši *Mercedes* centru, *Bowlero* centru, kokteiļbāru *Martini*

---

Mārupē, villu *Mākoņi*, *Šokolādes māju*, daudzstāvu dzīvojamo māju kompleksu *Solaris Imantā*, uzvarējuši starptautiskā Rīgas akustiskās koncertzāles skiču projektu konkursā, kurā piedalījās daudzi pasaulē slaveni arhitektu biroji.

**Projektēšanas birojs „ARHIS”** ir dibināts 1988. gadā. Galvenais darbības virziens ir būvprojektu izstrāde, tajā skaitā arhitektūras, dizaina, kā arī projektu inženierdaļu izstrāde, kas notiek sadarbībā ar inženieru birojiem vai atsevišķiem inženieriem, slēdzot apakšlīgumus un vadot projektēšanas procesu. Projektēšanas birojā patlaban strādā 35 darbinieki. Projektēšanas birojs uzņemas gan komerciālo objektu, gan arī privātmāju projektēšanu. Taču privātmājas tikai tādos gadījumos, ja tā var kļūt par oriģinālu mākslas darbu — ja vieta ir inspirējoša un ja klients saprot, ka tā būs viņa īstā māja. Tiražējamus, komerciālus privātmāju projektus, kas tiks pārdoti bezpersoniskiem klientiem, uzņēmums neuzņemamies. Taču arī katra komerciālā projekta veidošana ir unikāls darījums. Latvijas arhitektūras 2007. gada Lielās Balvas ieguvēji.

**„MÁDARA” kosmētika** - Latvijā ražota kosmētika no Baltijas augu aktīvajām vielām. Pilnīgi dabīga un nesatur ķīmiskas vielas. Cilvēkam ilgāku laiku dzīvojot vienā ģeogrāfiskajā reģionā, viņa organisms pielāgojas noteiktās vietas apstākļiem. Lietojot preparātus, kas satur šī reģiona augus, cilvēks uzņem piemērotākos vitamīnu, minerālvielu un citu bioloģiski aktīvo vielu kompleksus. Savos produktos MÁDARA izmanto tos augus, kas ir latviešiem tuvāki – gan enerģētiski, gan fizioloģiski. MÁDARA produktu iepakojums, kas darbojas uz vakuuma tehnoloģijas, ir pārdomāti izvēlēts ar nolūku maksimāli saglabāt produktu īpašības un samazināt nepieciešamo konservantu daudzumu. MÁDARA kosmētikas flakoni ir otrreiz pārstrādājami. Lai saudzētu dabu, visiem iepakojuma un drukas materiāliem tiek izmantots FSC sertificētais papīrs *Munken Lynx*, kas nenodara kaitējumu videi. Uzņēmumam atvērti veikali arī Igaunijā, Lietuvā un Lielbritānijā.

Vokālā grupa **„COSMOS”** ar Latvijā līdz šim nedzirdētais skanējumu, kas sasniegts neizmantojot mūzikas instrumentus, ļāva šai grupai sasniegt stabilu vietu Latvijas populārās un akadēmiskās mūzikas virsotnē. Grupas dalībnieku profesionālā muzikālā izglītība un ārkārtīgi plašais balsu diapazons, dod iespēju pilnā mērā izpausties visos žanros, stilos un mūzikas virzienos, sākot no viduslaiku polifoniskajiem dziedājumiem līdz pat mūsdienu džezam un popmūzikai. Grupas profesionalitāti novērtējuši arī ārzemju mūzikas speciālisti. Grupa ir Krievijas televīzijas muzikālā konkursa „Jaunais Vilnis 2004” uzvarētāji, Gorīcijas starptautiskā konkursa laureāti. Grupas koncerti pulcē pilnas koncertzāles ne tikai Latvijā, bet arī citās Baltijas valstīs, Krievijā un Ukrainā. Kā jaunu un interesantu muzikālu parādību grupu regulāri tiek aicina pārstāvēt Latviju starptautiskos pasākumos.

**„LNT”** savas darbības sākumā nebija īpaši orientēta uz kādu noteiktu skatītāju daļu, jo tobrīd tas bija vienīgais nacionālais komerckanāls, nepastāvēja konkurence. Tajā laikā skatītāji labprāt skatījās visu piedāvāto mākslas filmu un sevišķi seriālu klāstu, Krievijas televīziju programmu retranslācijas neatkarīgi no satura, jo iepriekš neviens kanāls Latvijā nebija devis šādu piedāvājumu, nebija vēl izveidots kabeļtelevīziju tīkls. Līdz ar

to LNT darbības sākumā programmā apmēram 40% aizņēma tieši citās valstīs ražoti TV seriāli un autorprogrammas. No pirmās pastāvēšanas dienas LNT ir veidojusi savus ziņu raidījumus, kas ir ietverti LNT programmas koncepcijā. Uzsākot 10. sezonu 2006. gada septembrī, kura tika atklāta Doma laukumā ar aicinājumu veidot visu laiku sirsnīgāko televīzijas logotipu, LNT izvirzīja sev ambiciozu, bet sasniedzamu mērķi – atņemt LTV monopola tiesības ziņu jomā, ko arī sasniedza.

„**Nakts mēbeles**” - dizains un roku darbs izceļ šo uzņēmumu starp citiem mēbeļu ražotājiem. “Nakts Mēbeles” jau vairāk nekā 10 gadus ražo guļamistabas mēbeles no naturāla koka. 7 no tiem paralēli ražo arī mīkstus pēļus zem karaliska un salda miega zīmola “Pils matračī”. Piedāvātās guļamistabas mēbeles ietver pilnu naksnīga komforta komplektu: gulta, naktsskapīši, grāmatu plaukti un kumodes. Mēbeļu dizainu izstrādā uzņēmuma galvenais dizainers, reizēm tiek piesaistīti arī starptautiski dizaineri. Kolekcijas ar latviski skanīgiem nosaukumiem (“Linda”, “Aura”, “Rīga”, “Māra” u.c.) nes Latvijas vārdu pasaulē. Pilnīgai mājīgas nakts vides uzbūšanai tiek piedāvāti arī tekstils un apgaismes ķermeņi (gan vietēju mākslinieku veidoti, gan no Eiropas kolekcijām). Uzņēmumam ir veikali arī Lietuvā.

A/s „**Radio SWH**” dibināta 1993. gadā kā pirmā privātā radiostacija Latvijā ar pašas veidotu programmu. Savā ziņā revolucionārs notikums, kas ievadīja kardinālas pārmaiņas Latvijas mediju un reklāmas tirgū, radot jaunu - privāto mediju sektoru. Kā galvenos a/s Radio SWH ilgstošo panākumu avotus var minēt veiksmīgi izvēlēto „dzīvā radio” formu un menedžmenta spēju izveidot spēcīgu komandu ar ētera personībām, kuru vārdi komentārus neprasa. Radiostaciju mūzikas izvēle pakļauta ļoti rūpīgai atlasei un var piekrist presē izskanējušajam apgalvojumam, ka Radio SWH ietekmē mūzikas biznesu mūsu valstī. Ziņu dienesta darbinieku profesionalitāte radījusi ļoti augstu sabiedrības uzticības līmeni. A/s Radio SWH piesaistījis stratēģisko investoru un kopš 2007. gada 21. jūnija pieder Īrijas mediju uzņēmumam *Communicorp Group Ltd.*, kurš vada vienu no lielākajiem radiostaciju tīkliem Centrāleiropā un Austrumeiropā.

„**Larelini**” ir privāta kompānija ar vairāk nekā 200 strādniekiem, vienīgā Latvijā, kas specializējas līnu pārstrādē. Uzņēmums veic pilnu ražošanas procesu: iepērk līnšķiedru, visu paši pārstrādā, krāso, balina, auž, ir iespējas kalandrēt (tas piešķir līnam zīdainu faktūru), šuj. Uzņēmums ražo dzijas, diegus, auklas, dažādus audumus – tehniskos, palagiem, aizkariem, apģērbiem – un arī šuj mājas tekstilizstrādājumus, pārdod pakulas. Izejvielu piegādātāji ir Beļģija, Lietuva un Polija, jo Latvija nespēj nodrošināt nepieciešamo apjomu, tikai kādi 10% ir Latvijas līni. Uzņēmumā nav dizaineru. Strādā tehnologi un mākslinieki. Visus tehniskos risinājumus tehnologi un mākslinieki izstrādā pašu laboratorijā. Uzņēmums regulāri piedalās tekstila izstādēs Vācijā, Francijā, arī Latvijā. Ir sadarbības partneri dažādās zemēs – Francijā, Vācijā un Spānijā.

Sabiedriskās ēdināšanas tīkls “**LIDO**” ir dibināts 1987. gadā. Šodien firmā “LIDO” strādā vairāk nekā 1500 cilvēku. Veiksmīgi īstenojot G. Ķirsona interjera idejas un apkalpošanas organizēšanu ēdināšanas uzņēmumos, “LIDO” Atpūtas centrs Krasta ielā ir kļuvis par Rīgas vizītkarti. LIDO” Latvijā pievērsies arī starptautiski nozīmīgiem, ar

---

lauku tūrismu saistītiem projektiem. Ir paredzēts attīstīt aktīvai atpūtai nepieciešamo infrastruktūru Gaiziņkalna dabas parkā, veidojot *Lido* atpūtas kompleksu. Paralēli tiek būvēts Dizaina salons - rūpnīca, kurā paredzēti daudzi ražošanas veidi: bistro aprīkojuma izgatavošana, koka karkasa ēku būve, tādu atsevišķu māju sastāvdaļu kā grīdas dēļu, interjera priekšmetu un jumta segumu izgatavošana, kā arī mēbeļu un suvenīru ražošana. Paralēli ražotnes būvniecībai tiek sākta arī dzīvojamo ēku celtniecība.

**„Platforma Music”** desmit darbības gados sevi pierādījusi kā aktīva, strauji augoša un elastīga kompānija, kļūstot par vienu no vadošajām mūzikas ierakstu izdevniecībām Latvijā un no tradicionālas ierakstu kompānijas kļuvusi par digitālās mūzikas servisu, piedāvājot klausītājiem lejupielādei bezmaksas mūziku. Kompānijas pārstāvētie mākslinieki radījuši neskaitāmus Nr.1 hītus, izdevuši Zelta un Platīna statusā pārdotus albumus, kā arī saņēmuši Latvijas mūzikas ierakstu Gada balvas un citas atzinības. Mainoties mūzikas patēriņa tendencēm tirgū, kompānija arī pievērsusies pasākumu organizēšanai un TV šovu producēšanai, mobilās izklaides un digitālā satura nodrošināšanai. SIA Platforma Rekords valdes priekšsēdētājs Rimants Liepiņš izveidojis arī pirmo specializēto latviešu mūzikas telekompāniju LMK (Latvijas mūzikas kanāls).

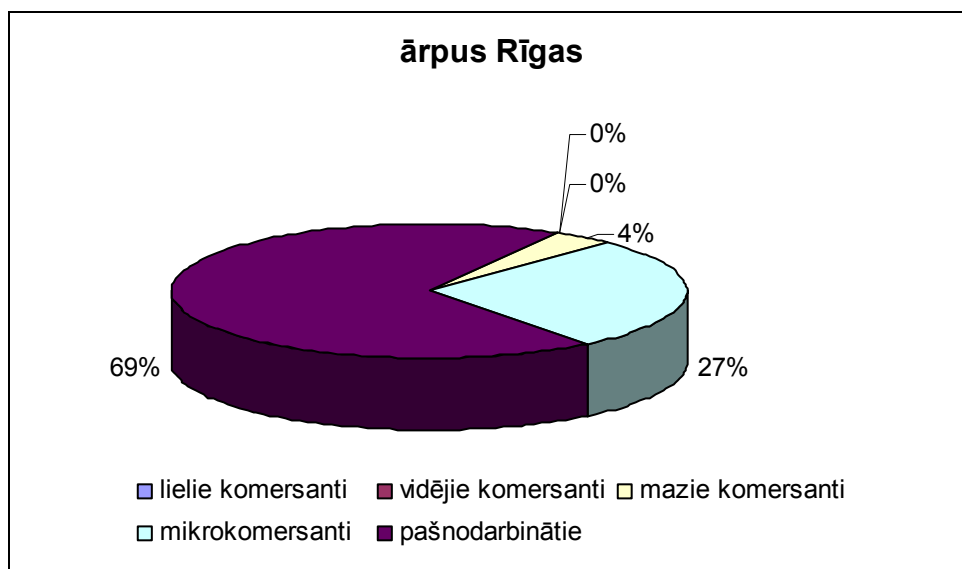
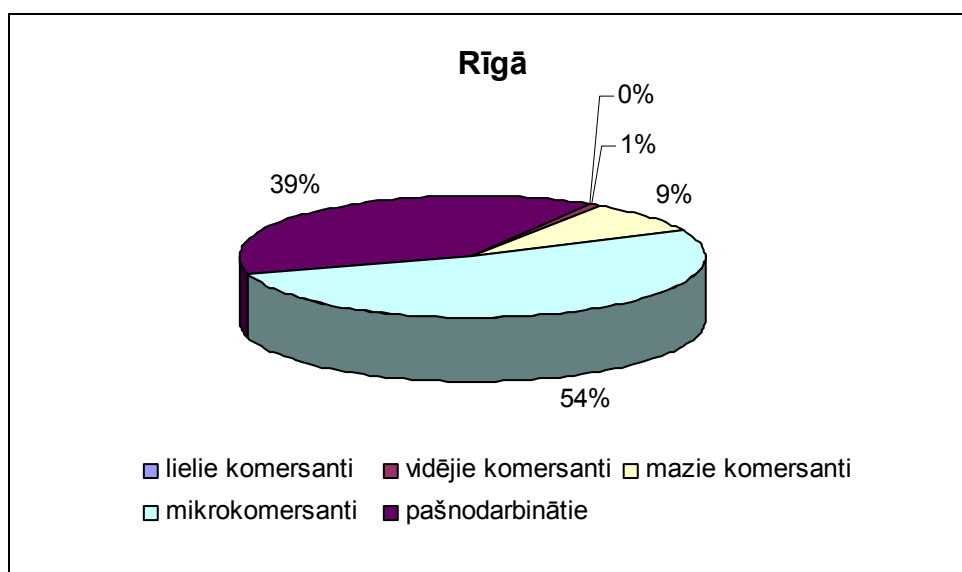
**„Latvijas Finieris”** - izmantojot saplākšņa ražošanas pieredzi un tradīcijas Latvijā, koncerns "Latvijas Finieris" savu darbības attīstības stratēģiju veido ne tikai attiecībā uz koku pārstrādi, bet milzīgu lomu piešķir arī pareizai un ilgtspējīgai meža audzēšanai un atjaunošanai. Sadarbībā ar zinātniekiem ir izstrādātas un aizvien tiek meklētas labākās bērzu audzēšanas metodes, kas ietvertas "Latvijas Finiera" īpašā bērzu audzēšanas programmā. Šo savu pieredzi koncerns vēlas pārnest arī uz kaimiņvalsti. Turklāt šobrīd uzņēmuma prioritāte ir orientēta uz darbu ar klientiem un attīstības veicināšanu, tādejādi būtisks ir jautājums par dizaina uzlabošanu ražotajām precēm. Latvijas Finieris ražo mēbeles un detaļas, kas sastāda 12% no uzņēmuma ražotajām precēm. Tomēr uzņēmums meklē jaunas iespējas produkcijas uzlabošanai un klientu vajadzību izzināšanai.

## 3.pielikums

**Radošās industrijas statistikas tabulas un grafiki****Uzņēmumu skaita dinamika radošajās industrijās un Latvijā kopā**

	2001	2002	2003	2004	2005
Radošās industrijas uzņēmumi	2534	2685	2973	3619	3900
Uzņēmumi kopā	40668	42549	45300	51440	55594
Radošo industriju daļa uzņēmumu skaitā	6.23%	6.31%	6.56%	7.04%	7.02%

Avots: Miķelsone, A. Latvijas radošo industriju apraksts (2007)

**Radošo industriju struktūra pēc komersantu lieluma 2006. gadā**

Avots: Miķelsone, A. Radošo industriju izpēte (2008)

### Radošajās industrijās nodarbināto skaits

	Rīgā	ārpus Rīgas	KOPĀ
2005	39 136	20 782	59 918
2006	43 203	20 308	63 511

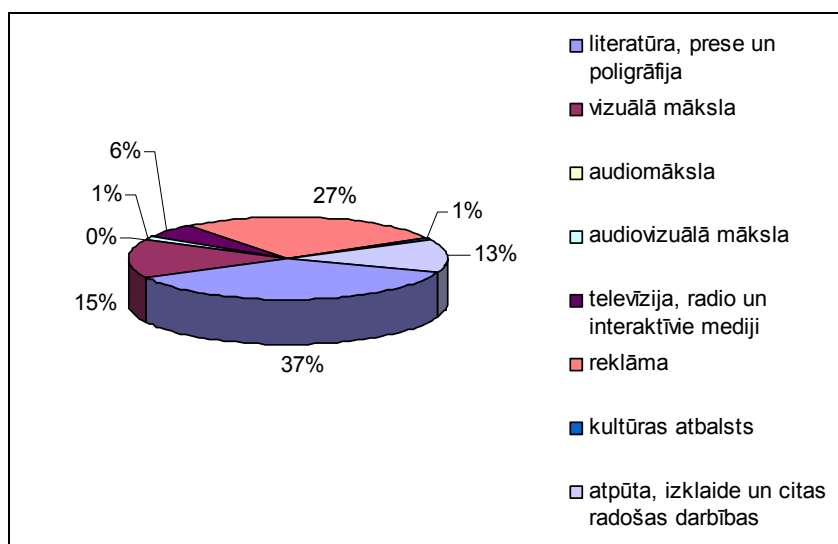
Avots: Miķelsone, A. Radošo industriju izpēte (2008)

### Radošo industriju apgrozījums, tūkst. Ls

	Rīgā	ārpus Rīgas	teritoriālais sadalījums konfidenciāls	KOPĀ
2005	471 821	76 326	11	548 158
2006	618 028	87 879	0	705 907

Avots: Miķelsone, A. Radošo industriju izpēte (2008)

### Radošo industriju apgrozījuma struktūra Latvijā 2006. gadā



Avots: Miķelsone, A. Radošo industriju izpēte (2008)

### Literatūras, preses un poligrāfijas nozares pievienotās vērtības izaugsmes dekompozīcija

Gads	Nodarbinātības izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu	Produktivitātes izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu	Mijiedarbības efekts %, pret iepriekšējo gadu	Pievienotās vērtības izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu
2003	- 2.86	9.70	- 0.28	6.57
2004	10.22	- 8.93	- 0.91	0.38
2005	- 2.01	18.51	- 0.37	16.31

Avots: Miķelsone, A. Latvijas radošo industriju apraksts (2007)

### Arhitektūras un saistītu pakalpojumu nozaru (NACE 7420, 7430) pievienotās vērtības izaugsmes dekompozīcija

Gads	Nodarbinātības izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu	Produktivitātes izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu	Mijiedarbības efekts %, pret iepriekšējo gadu	Pievienotās vērtības izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu
2003	12.44	- 14.95	- 1.86	- 4.37
2004	18.58	- 13.64	- 2.54	2.41
2005	8.43	37.33	3.15	48.91

Avots: Miķelsone, A. Latvijas radošo industriju apraksts (2007)

### Reklāmas nozares pievienotās vērtības izaugsmes dekompozīcija

Gads	Nodarbinātības izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu	Produktivitātes izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu	Mijiedarbības efekts %, pret iepriekšējo gadu	Pievienotās vērtības izmaiņa %, pret iepriekšējo gadu
2003	20.16	3.57	- 0.72	<b>24.45</b>
2004	33.55	- 50.98	- 17.10	<b>- 34.54</b>
2005	- 3.63	74.96	- 2.72	<b>68.60</b>

Avots: Miķelsone, A. Latvijas radošo industriju apraksts (2007)

### Eksporta dinamika, tūkst. Ls

	2001	2002	2003	2004	2005
Literatūra, prese un poligrāfija	19 097,1	18 315,3	7579,3	824,8	11 312,9
Vizuālā māksla	4499,0	578,1	232,5	383,8	1626,5
Audiomāksla	335,7	302,7	476,2	449,6	991,8
Audiovizuālā māksla	979,1	537,5	734,3	571,6	301,1
TV, radio un interaktīvie mediji	2428,1	2659,4	3349,8	5048,6	15 019,3
<b>Radošajās industrijās kopā</b>	<b>27 339,0</b>	<b>22 392,9</b>	<b>12 372,0</b>	<b>14 695,5</b>	<b>29 251,5</b>

Avots: Miķelsone, A. Latvijas radošo industriju apraksts (2007)

### Importa dinamika, tūkst. Ls

	2001	2002	2003	2004	2005
Literatūra, prese un poligrāfija	18 230,3	20 913,6	20 115,2	18 511,0	21 563,9
Vizuālā māksla	12 226,2	12 168,5	14 613,6	17 407,7	24 507,5
Audiomāksla	1970,0	1964,8	3160,3	3230,0	4897,6
Audiovizuālā māksla	3978,4	2777,9	4112,0	2999,2	3671,8
TV, radio un interaktīvie mediji	30 555,1	30 799,4	40 051,5	55 459,1	73 179,9
<b>Radošajās industrijās kopā</b>	<b>66 960,0</b>	<b>68 624,2</b>	<b>82 382,6</b>	<b>97 607,0</b>	<b>127 820,7</b>

Avots: Miķelsone, A. Latvijas radošo industriju apraksts (2007)

#### 4.pielikums

### **Galvenie Latvijā veiktie pētījumi par kultūras sociālekonomisko ietekmi un radošo industriju**

Pēdējos gados ir veikti arī vairāki pētījumi, kas palīdzējuši izprast radošās industrijas jautājumus un devuši rekomendācijas politikas plānošanai un īstenošanai Latvijā.

#### **1) Miķelsone, A./ Gubins, S./ Vanags, A. *Radošās industrijas Latvijā. Rīga: BICEPS/ KM/ VKKF. 2007***

Pētījums veikts pēc KM iniciatīvas ar VKKF atbalstu ar mērķi padziļināt izpratni par radošajām industrijām Latvijā kā vienu no jaunās ekonomikas sastāvdaļām. Pētījums ietver Latvijas radošo industriju definīcijas izstrādi, statistikas datu pieejamības novērtējumu, Latvijas radošo industriju ekonomisko un citu kvantitatīvo rādītāju apskatu, kā arī šo nozaru savstarpējo saikņu identifikāciju. Šis ir pirmais mēģinājums apzināt visu radošās industrijas sektoru.

Pētījuma ietvaros izstrādāta elastīga operacionālā definīcija – Latvijas nozaru saraksts, kas šobrīd atbilst definīcijai un būtu iekļaujamas radošajās industrijās, par pamatu izmantojot NACE klasifikatora nozaru sarakstu, salīdzināti dati par 2001.-2005.gadu.

Pētījuma veicēji uzsver statistikas datu trūkumu radošo nozaru ekonomiskā devuma izpētei. Norādīts, ka statistisko datu pieejamības ziņā problemātiskākās nozares ir tās, kas saistītas jauno ekonomiku, kultūru, tehnoloģiju un komercdarbību reizē – piemēram, kustību animācija, ar internetu saistītās darbības, dizains, kā arī kultūrā centrēti uzņēmumi, kas šobrīd iekļauti tikai valsts/pašvaldību uzskaitē.

Pētījumā secināts, ka radošās industrijas jau šobrīd Latvijā ieņem redzamu vietu, lai gan lielākā to vērtība ir attīstības tempos un nākotnes potenciālā. Salīdzinot ar Latvijas tautsaimniecību kopumā, radošās industrijas rada vairāk darbavietu, uzņēmumu skaits pieaug straujāk, arī apgrozījums ceļas ātrāk. Radošajās industrijās, tāpat kā visā pasaulē, ir liels mikrouzņēmumu un pašnodarbināto personu īpatsvars. Šīs nozares ir salīdzinoši jaunas, tāpēc tās atrodas ļoti dinamiskā attīstības fāzē. Bieži ekonomiskie rādītāji ir ļoti nestabili; Latvijas radošās industrijas ir ļoti atkarīgas no ārējiem satricinājumiem un stimuliem, tai pašā laikā kopumā uzrādot ievērojamus izaugsmes rādītājus.

Pētījumā atzīts, ka, lai gan kultūrizglītībai ir mazs tiešais ekonomiskais devums, tomēr tai ir visaptveroša un neaizstājama ietekme uz radošo speciālistu un kultūras produktu

patērētāju audzināšanu, savukārt reklāma un arhitektūra ir starp komerciāli veiksmīgākajām un augošākajām nozarēm.

Pēc uzņēmumu skaita lielākais sektors ir atpūta, izklaide un citas kultūras darbības. Tam seko arhitektūras nozare, reklāmas nozare, kā arī literatūras, preses un poligrāfijas sektors (14%-17% no radošo industriju uzņēmumiem). Pēc nodarbināto skaita lielākais ir literatūras, preses un poligrāfijas sektors: tajā strādā 40% no radošajās industrijās nodarbinātajiem. Nodarbinātība visstraujāk aug vizuālās mākslas sektorā (pamatā arhitektūra) – 57% (vidēji 12% gadā) un reklāmas nozarē – 52% (vidēji 11% gadā).

Literatūras, preses un poligrāfijas sektors rada vislielāko apgrozījumu (272,56 milj. LVL jeb 43% no radošo industriju apgrozījuma). Seko vizuālās mākslas sektors (galvenokārt arhitektūra) ar 150 milj. LVL (23%) apgrozījumu. Liela apgrozījuma izaugsme bijusi kino nozarēs (vidēji 30% gadā) – īpaši kino un video filmu uzņemšanas un izplatīšanas nozarēs (vidēji 47% gadā). No datos atspoguļotajām nozarēm kā lielākā vērtības pievienotāja jāatzīmē arhitektūras nozare (66,9 milj. LVL), reklāmas nozare (37,6 milj. LVL) un literatūras, preses un poligrāfijas sektors, par kuru ir visvairāk datu (kopā 86,8 milj. LVL).

Visos sektoros imports pārsniedz eksportu, un šis tirdzniecības deficīts samazinās tikai audiovizuālās mākslas sektorā un literatūras, preses un poligrāfijas sektorā.

Radošo industriju uzņēmumiem un nozarēm raksturīgas ciešas saiknes ar citām nozarēm gan radošo industriju lokā, gan ārpus tā. Šīs saiknes rada ekonomiskus blakus efektus: radošās industrijas ir citu nozaru tiešie vai pastarpinātie pircēji un piegādātāji, kas neapšaubāmi ietekmē visa vērtību tīkla pastāvēšanu un attīstību. Jāņem vērā arī netiešie efekti, piemēram, kultūrizglītībai nav būtiska tiešā ekonomiskā ieguldījuma (pievienotās vērtības, apgrozījuma, eksporta), taču tās ieguldījums visu radošo industriju un kultūras nozaru pastāvēšanā ir neapstrīdams: gan speciālistu un darbinieku sagatavošanā, gan sabiedrības izglītošanā un kultūras produktu patērētāju audzināšanā. Plaša netiešā ietekme uz tautsaimniecību ir arī arhitektūras un reklāmas nozarēm un medijiem (prese un izdevējdarbība, TV, radio un interaktīvie mediji). Turklāt radošās industrijas arī pievieno vērtību kultūrvidei, publiskai informācijas telpai, sabiedrības morālai izaugsmei.

Radošajām industrijām pamazām ieņemot arvien nozīmīgāku lomu tautsaimniecības attīstībā un valsts konkurētspējā, radusies nepieciešamība tās pētīt un pastāvīgi sekot to attīstībai.

Radošo industriju monitoringa programmai nepieciešamie principi:

- regularitāte un paredzamība;
- privātā, valsts un nevalstiskā sektora iekļaušana;
- visaptveroši datu avoti;
- cieša sadarbība ar informācijas sniedzējiem;
- vienota datu iegūšanas metodika un datu formāts (salīdzināmība);
- rūpīga nepieciešamo rādītāju atlase, minimāls statistikas slogs;
- rādītāju saistība ar rīcībpolitikas instrumentiem.

**2) Mollerup, P. Design for Latvia. Final Report. Copenhagen, 2004 (publicēts tiešsaistē: <http://www.km.gov.lv/UI/imagebinary.asp?imageid=3494>)**

Pētījums veikts ar mērķi izstrādāt risinājumus dizaina nozares attīstībai Latvijā, veicinot izpratni par dizaina iespējām Latvijas konkurētspējas paaugstināšanā un augstas pievienotās vērtības produktu un pakalpojumu radīšanā. Ziņojumā aprakstīta virkne pasākumu dizaina attīstības veicināšanai, kas galvenokārt vērsti uz izpratnes veicināšanu dažādās mērķauditorijās.

Dizaina profesionāļiem nepieciešama mūsdienīga dizaina izglītība, vairāk sasaistes ar rūpniecisko procesu un vairāk izpratnes par produktu izstrādi un zīmolu veidošanu. Latvijas dizaineriem jāmacās atrast sava vieta tirgū, kam nepieciešamas zināšanas uzņēmējdarbībā. Veicināma uzņēmēju izpratne par dizaina lomu produktu un pakalpojumu ar augstu pievienoto vērtību radīšanā. Tam izmantojamie līdzekļi ir informācija presē, uzziņas materiāli, tikšanās, semināri, auditi, uzņēmējdarbības atbalsta programmas un dizaina balvas. Arī valsts un pašvaldību sektoram nepieciešama motivācija un zināšanas par dizainu, lai īstenotu mērķtiecīgu rīcību dizaina atbalstam.

Pētījuma veicēji uzsver – lai celtu valsts konkurētspēju, jāveicina efektīvs esošo zināšanu un prasmju pielietojums dizaina jomā, kā arī jārada iespēja un motivācija apgūt jaunas prasmes un zināšanas. Ilgtermiņa mērķis starptautiskas auditorijas uzrunāšanai ir veidot Latvijas kā dizaina valsts reputāciju, tas realizējams reizē ar laba dizaina paraugiem Latvijas precēs un pakalpojumos.

Lai ieviestu minētos politikas pasākumus dizaina veicināšanai, pētījuma autori iesaka dibināt dizaina veicināšanas organizāciju – Dizaina informācijas centru<sup>60</sup>. Tā būtu organizācija, kas ieviestu nacionālo dizaina politiku. Dizaina informācijas centram jāpilda trīs uzdevumi: informācijas vākšana, pasākumu organizēšana un mērķa grupu informēšana.

### **3) Pikārds, Roberts G. / Toivonens, Timo E.: Autortiesību un ar tām saistīto nozaru ekonomiskais ieguldījums Latvijā. Rīga: LR Kultūras ministrija. 2005**

Pētījums veikts sadarbībā ar KM, Latvijas Centrālo Statistikas Biroju un Pasaules Intelektuālā Īpašuma Organizācijas, Somijas Izglītības un Kultūras ministrijas un Nīderlandes Autortiesību Federācijas atbalstu. Pētījums aplūko uz autortiesībām bāzētu nozaru ekonomisko ieguldījumu Latvijas ekonomikā 2000. gadā.

Pētījums atklāj, ka galvenās un savstarpēji atkarīgas autortiesību nozares Latvijas ekonomikā 2000. gadā deva 4,0 % ieguldījumu no IKP un radīja 4,4 % nodarbinātību. Drukātie mediji, reklāma, programmatūra un datu bāzes deva nozīmīgāko ekonomisko ieguldījumu. Autortiesību nozares Latvijā sniedz lielāku ieguldījumu IKP nekā Austrijā, Beļģijā, Grieķijā, Īrijā, Luksemburgā, Portugālē un Spānijā. Tā kā nebija pieejami dati par fotomākslu, vizuālo un grafisko mākslu, tad nebija iespējams izvērtēt šo nozaru ekonomisko ieguldījumu. Šāda situācija ir līdzīga ES 15, kur arī atsevišķās nozarēs trūkst pieejamu datu. Galveno un savstarpēji atkarīgo autortiesību nozaru ieguldījums pārsniedz daudzu citu nozaru ieguldījumu Latvijas ekonomikā. Autortiesību nozares radīja:

- 2 ar pusi reizes vairāk vērtības no IKP nekā tekstilpreču ražošana;
- 8 reizes vairāk vērtības nekā mašīnu tehnika un iekārtas ražošana;
- 7 reizes vairāk darba vietu nekā transporta iekārtu ražošana;

- radija gandrīz 9 reizes vairāk darba vietu nekā gaļas izstrādājumu ražošana\*.

Papildus noskaidrotajam galveno un savstarpēji atkarīgo autortiesību nozaru ieguldījumam, citu nozares, kuru aktivitātes ietver ar autortiesībām aizsargātu produktu un preču izmantošanu, transportēšanu un citādu atbalstu, arī sniedz ieguldījumu ekonomikā. Pamatojoties uz aptuveniem aprēķiniem šajā pētījumā, šīs nozares Latvijas ekonomikā sniedz papildus 93,27 miljonu € ieguldījumu pievienotās vērtības un nodrošina darbu 11 218 personām. Ņemot vērā tirdzniecības statistikas raksturu, pilnīga informācija par autortiesību nozarēm nebija pieejama. Tomēr, informācija par četrām lielākajām autortiesību nozarēm atklāj, ka ar autortiesībām saistītais Latvijas eksports sasniedzis 35 miljonus € un tas veido tirdzniecības pārpalikumu gandrīz 17 miljonu € apmērā. Latvijas autortiesību nozares uzrāda negatīvu tirdzniecības bilanci attiecībā uz grāmatām, laikrakstiem un periodiku, bet pozitīvu tirdzniecības bilanci attiecībā uz citiem drukātiem materiāliem un mākslu.

#### **4) Ķīlis, R. Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030.gadam. Pamatziņojums". Rīga: SIA "Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija"**

Ziņojumā norādīts, ka, ņemot vērā radošuma pieaugošo nozīmi pasaules ekonomiskajā attīstībā un tā saistību ar tolerantas un 'jauneklīgas' sabiedrības veidošanos, Latvijā meklējami veidi, kā ilgtermiņā izmantot radošuma idejas. Ziņojuma trešā nodaļa uzstāda radošumu jeb jaunradi kā sociālekonomiskās attīstības dzinuli un izvērtē Latvijas attīstības potenciālu šajā jomā. Ziņojuma autori arī min sabiedrības vēlmi pēc pašrealizācijas kā priekšnoteikumu radošuma un inovāciju uzplaukumam uzņēmējdarbībā. Laimīgas sabiedrības priekšnoteikums ir spēja nodrošināt cilvēkiem dažādas pašrealizācijas iespējas un prasme gūt ekonomisku labumu no viņu kreativitātes izpausmēm. Eiropas ilgtermiņa konkurētspēja meklējama Eiropas kultūrā, kura novērtē radošumu un eksperimentēšanas kāri. Ziņojumā secināts, ka šobrīd Latvijas eksporta struktūrā nenotiek pāreja no resursu un darbaspēka ietilpīgu preču eksporta uz cilvēkkapitāla ietilpīgu preču eksportu. Kaut arī tas nerada īstermiņa problēmas, tomēr ilgtermiņā liek apšaubīt Latvijas konkurētspēju, jo tikai pāreja uz cilvēkkapitāla ietilpīgu preču eksportu var nodrošināt mazas, uz eksportu orientētas ekonomikas stabilu izaugsmi ilgā laika periodā.

Radošums kļūst arvien būtiskāks konkurētspējas resurss. Tas nodrošina tehnoloģiju integrēšanu cilvēku ikdienas dzīvē un tieši spēja radīt jaunas nozīmes tehnoloģijām, nevis pašas tehnoloģijas kļūst izšķirošas saistībā ar komerciālo veiksmi. Šādi piemēri ir arī Latvijā – draugiem.lv, *Aerodium* utt. Pēdējos gados strauji pieaudzis Latvijas izcelsmes reģistrēto preču zīmju skaits, bet nemainās patentu pieteikumu skaits. 2006.gadā tika iesniegti 1455 pieteikumi preču zīmju reģistrācijai, kas ir par 356% vairāk nekā 1992.gadā, bet patentu pieteikumu skaits attiecīgi bija 131, kas ir par 8% mazāk kā 1992. gadā.

*Global Entrepreneurship Monitor 2006* pētījumā tiek runāts par tendenci, ka aptuveni puse Latvijas uzņēmēju ir vismaz daļēji inovatīvi, kā arī, ka vispopulārākais inovāciju veids 2006. gadā bijis nevis jaunu tehnoloģiju izmantošana, bet gan jaunu produktu izveide. Latvijas īpatnība ir tā, ka inovatīvie uzņēmēji vairāk orientēti uz eksportu nekā neinovatīvie uzņēmēji. Līdz ar to var secināt, ka Latvijā pastāv potenciāls radošai

uzņēmējdarbībai, ko nepieciešams atbalstīt valstiskā līmenī gan ar izglītības, gan uzņēmējdarbības politiku.

Neskatoties uz to, ka IZM darbībā tiek uzsvērts atbalsts inovācijām, tas neatspoguļojas ministrijas plānošanas dokumentu pamatnostādņēs. Radošums izglītībā valstiskā līmenī šobrīd vēl nav apzināts un izcelts kā vērtība. Izglītības programmas visām vecuma grupām būtu jāpārfokusē uz radošuma veicināšanu, kas saistīts arī ar komandas darbu un starpdisciplināritāti, nevis tikai specifisku kompetenču apgūšanu. Lai vairāk izmantotu jauniešu potenciālu, augstākajā izglītībā būtu jāveido inovāciju un uzņēmējdarbības atbalsta programmas tajos studiju virzienos, kuros jaunieši izvēlas studēt, kā arī jāveido lielāka starpfakultāšu sadarbība, ļaujot apvienot dažādu studentu radošumu, piemēram, datorzinātņu studenti varētu sadarboties ar komunikācijas zinātņu studentiem, lai attīstītu jaunus pakalpojumus internetā, mobilo tehnoloģiju pakalpojumos vai digitālajā televīzijā.

Ziņojuma autori norāda, ka nepieciešams attīstīt plašas starpdisciplināras sadarbības formas – lielāku sociālo, humanitāro, dabas zinātņu un mākslu sadarbību, lai spētu integrēt tehnoloģijas dažādos jaunos pakalpojumos, kuri apmierina cilvēku sociālās, estētiskās un emocionālās vajadzības, kā arī vēlmi pašrealizēties.

**5) Kīlis, R. Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030.gadam. Ziņojums ekonomikā: konkurētspēja un resursi". Rīga: SIA "Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija" Janvāris, 2008**

Ziņojuma autori norāda, ka tikai pāreja uz cilvēkkapitāla ietilpīgu preču eksportu var nodrošināt mazas uz eksportu orientētas ekonomikas stabilu izaugsmi ilgā laika periodā. Ziņojumā aicināts izvērtēt esošo nozaru potenciālu un to iespējas augstas pievienotās vērtības ražošanā, kā arī attīstīt jaunas nozares, kurām līdz šim nav bijis atbilstoša pieprasījuma tirgū, taču saredzamas lielas attīstības perspektīvas. Ziņojumā radošā ekonomika skatīta kā zināšanu ekonomikas sektors. Kā nepieciešamus nosacījumus radošās industrijas attīstībai pētījuma autori min tiekšanos uz izcilību humanitārajās un radošajās specialitātēs, vietējā radošo produktu tirgus attīstību, kā arī valsts tēla un īpaša „latviska” piedāvājuma pilnveidošanu. Ziņojumā uzsvērtā šāda valsts atbalsta nepieciešamība radošo nozaru attīstībai:

- Ieguldījumi profesionālajā un vispārējā mākslinieciskajā izglītībā;
- Ieguldījumi kultūras infrastruktūrā;
- Ieguldījumi platjoslas sakaru tīklos;
- Atbalsts specializētiem medijiem par radošajām nozarēm, kuri nevar pastāvīgi izdzīvot tirgus apstākļos;
- PR kampaņas par Latviju kā radošo industriju zemi;
- Radošo industriju klastera attīstīšana, atbalstot hipotētiskus „iztrūkstošos posmus”, kas kavē globāli komerciāli konkurētspējīgu radošo produktu radīšanu.

Ziņojumā norādīts, ka jāpaplašina izcilības jēdziens sabiedrībā, pārvietojot uzvaru no materiālā statusa uz radošajam izpausmēm. Izglītības procesam jāveido radošas personības, ar to domājot ne tikai māksliniekus, bet cilvēkus ar izkoptu gaumi un radošu domāšanu, kas spēj rast netradicionālus risinājumus. Ziņojumā kā daļa no zināšanu ekonomikas atsevišķi izdalīta dzīves stila ekonomika: nozares, kas piedāvā produktus un pakalpojumus, kas ietver nozīmīgu zināšanu un mākslinieciskā radošuma komponenti un

palīdz uzlabot dzīves kvalitāti – piemēram, „Stendera” ziepes, „Madaras” kosmētika utml. Norādīts, ka šī ekonomikas nozare lielā mērā saistāma ar valsts zīmola attīstīšanu, kas nākotnē varētu kļūt viens no būtiskākajiem konkurences aktīviem cīņā par tūrisma un investīciju plūsmām, jauniem eksporta tirgiem, kā arī politisko ietekmi..

**6) Baltijas Sociālo Zinātņu institūts. Kultūras pieejamība novados: aptauja un ekspertu intervijas. Rīga, 2007 (publicēts tiešsaistē:  
<http://www.km.gov.lv/UI/imagebinary.asp?imageid=4944>)**

Salīdzinot dažādu kultūras un izklaides pasākumu apmeklētību Latvijas iedzīvotāju vidū 2001.gadā un 2007.gadā, vērojams apmeklētības pieaugums attiecībā uz atsevišķiem kultūras pasākumu veidiem, lai gan kopumā galvenās 2001. gadā novērotās tendences ir saglabājušās. Pēdējo piecu gadu laikā ir kļuvusi intensīvāka gan profesionālo teātru, gan amatieru teātru darbība – to norāda gan eksperti, gan arī iedzīvotāju aptaujas rezultāti, jo būtiski ir pieaudzis to skaits, kas pēdējā gada laikā ir apmeklējuši profesionālo teātri (kopējais pieaugums par 10%), ka arī amatieru teātru apmeklētāju skaits atsevišķos reģionos - Latgalē, Kurzemē un Rīgā.

Kopumā kultūras darbinieki vēlētos augstāku atalgojumu un labākas iespējas turpināt savu izglītību (dažādi tālākizglītības pasākumi un to kvalitāte), tomēr pozitīvu nākotnes skatījumu rada iespējas piesaistīt papildus finansējumu, aizvien labākā sadarbība ar pašvaldībām un lielāka izpratne par kultūras darbinieku vajadzībām no KM puses (salīdzinot ar laiku 90-to gadu sākumā).

Aptaujātie eksperti ļoti pozitīvi vērtē bibliotēku attīstību, veidojot jaunas bibliotēkas, remontējot esošās bibliotēku ēkas. Eksperti atzīst, ka šādu grūdienu bibliotēku attīstībai ir devusi valsts iniciatīva, īstenojot bibliotēku datorizāciju un vienotas bibliotēku informatīvās sistēmas izveidi.

Eksperti ļoti augstu vērtē mākslas un mūzikas skolu pastāvēšanu un lomu dažādos Latvijas reģionos, jo uzskata, ka šīs skolas piedalās sabiedrības inteliģences audzināšanā, kas būs profesionālo pasākumu radītāji un apmeklētāji arī nākotnē.

Attiecībā uz kultūras infrastruktūras attīstīšanu kultūras eksperti uzsver, ka kultūras infrastruktūras uzlabojumi ievērojami palielina cilvēku intereses pieaugumu par kultūras piedāvājumu. Tas ir svarīgs priekšnoteikums, lai pasākumiem un aktivitātēm spētu piesaistīt cilvēkus no dažādām iedzīvotāju grupām un slāņiem un neatpaliktu no vispārējās straujās tehnoloģiju attīstības, un augošajām cilvēku prasībām pēc kultūras produktu kvalitātes un pieejamības. Šāda mērķa sasniegšanai svarīga ir arī kultūras darbinieku tālākizglītība vai jaunu speciālistu piesaistīšana.

**7) Kīlis, R. Kultūras patēriņš: ziņojums par socioloģiskās aptaujas rezultātiem. Rīga: SIA „Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija/ VKKF. 2007 (publicēts tiešsaistē: <http://www.kkf.lv/#1787>)**

Ziņojums par kultūras patēriņa aktivitātēm Latvijā ir veidots, balstoties uz socioloģiskās aptaujas rezultātiem, kas norisinājās 2007.gada jūlijā. Līdztekus šim ziņojumam ir sagatavots arī kultūras ekonomiskās ietekmes izvērtējums. Abi šie ziņojumi kopā sniedz pārskatu par kultūras sociālo un ekonomisko vietu Latvijas sabiedrībā.

Būtiskākie kultūras patēriņa apsekojuma rezultāti ir sekojoši:

- Salīdzinot ar 2005.gadu, vispopulārāko kultūras patēriņa aktivitāšu ‘tops’ nav būtiski mainījies. Līdztekus TV kultūras raidījumu skatīšanai, kas ir masveidīgākā kultūras patēriņa aktivitāte, vairāk kā puse aptaujāto bijuši arī aktīvi grāmatu lasītāji. Populārs ir arī aktīvais kultūras patēriņš – koncertu apmeklēšana un Latvijas apceļošana.
- Būtiski pieaudzis to cilvēku skaits, kas iegādājās mūzikas ierakstus, apmeklēja izklaides parkus, iet uz teātri un noskatās filmas kinoteātrī.
- Samazinājies to cilvēku skaits, kas apmeklējuši tautiskos pasākumus balles, kur spēlē vietējie muzikanti, kā arī devušies pārgājienā.
- Gatavībā maksāt par kultūru un izklaidi jūtamas ienākumu un dzīves stila atšķirības. Cilvēki, kuru ģimenes ienākumi nepārsniedz 200 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, kultūrai un izklaidi nav gatavi veltīt vairāk kā 10,00 Ls, kamēr tie, kuru ģimenes ienākumi ir lielāki kā 200 Ls uz katru tās locekli, būtu gatavi atlicināt summu no 15,00 līdz 20,00 Ls.
- Lielākas naudas summas kultūrai gatavi veltīt arī tie cilvēki, kuru regulāras tēriņu kategorijas ir grāmatas, video un DVD, kino apmeklēšana, mūzikas ierakstu iegāde, arī kafejnīcu un bāru apmeklēšana.

**8) Ķīlis, R. Kultūras sektora ekonomiskā nozīme un ietekme Latvijā. Rīga: SIA „Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija/ VKKF. 2007 (publicēts tiešsaistē: <http://www.kkf.lv/#1787>)**

Pētījuma nolūks ir pētīt kultūras ekonomisko ietekmi, kā arī noskaidrot, kāda ir publiskā finansējuma (valsts un pašvaldību) nozīme, lai varētu pamatot tā piešķiršanas lēmumus. Pētījuma dati uzrāda, ka kultūrai Latvijā ir ekonomiska nozīme ne tikai izmaksu ziņā. Kultūrai ir arī tieša, netieša un izraisīta ekonomiskā ietekme. Šajā pētījumā izmantota klasiskā ielaides–izklaides (*input - output*) metode, ar kuras palīdzību analizēti sekundārie dati (publiski pieejamā statistika) un apjomīgs primāro datu kopums, kas iegūts kultūras organizāciju apsekojuma rezultātā.

Pētījumā secināts, ka kultūra veido nozīmīgus ieņēmumus citās nozarēs, publiskais finansējums piesaista vai izraisa piešķirumus no citiem avotiem un rada nozīmīgu darba vietu skaitu ārpus kultūras sektora.

Kultūras sektora tiešo ietekmi raksturo tas, ka 2005. gadā kultūras sektorā kopumā nodarbināti ir 1,61% no ekonomiski aktīvajiem iedzīvotājiem, bet 2006. gadā - 1,79%. Ieņēmumi kultūras sektorā veidoja 63 082 224 latu 2005. gadā un 96 368 245 latu 2006. gadā. Kultūras sektora netiešo ietekmi raksturo tas, ka ar pakalpojumu starpniecību dažādās ekonomikas nozarēs 2005. gadā radīti papildu ieņēmumi 31 061 055 latu apmērā, bet 2006. gadā – 39 855 608 latu apmērā. Tas nozīmē, ka no katra lata, kas 2005. gadā ieguldīts kultūras nozarē, 0,49 lati novirzīti citu nozaru uzņēmumiem. Līdz ar to katra lata, kas ieguldītas kultūras nozarē, netiešais ieņēmumu efekts ir 1,49.

Kultūras sektora izraisīto ekonomisko ietekmi raksturo secinājums, ka 2005.gadā 1 lats valsts un pašvaldību finansējuma ir piesaistījis 0,59 latus no citiem avotiem jeb valsts un pašvaldību finansējuma izraisītais efekts ir 1,59. Attiecīgi 2006.gadā 1 lats valsts un pašvaldību finansējuma piesaistījis 0,21 latu no citiem avotiem jeb valsts un pašvaldību finansējuma izraisītais efekts ir 1,21. Kas attiecas uz nodarbinātību, katra darba vieta

kultūras sektorā tālāk atbalsta 0,62 (2005) un 0,71 (2006) darba vietas citos ekonomikas sektoros visā valstī jeb 1 darba vieta kultūras sektorā rada valstī kopumā attiecīgi 1,62 un 1,71 darba vietas.

Pētījuma rezultāti ir līdzīgi citu valstu un reģionu kultūras sektora ekonomiskās ietekmes novērtējuma rezultātiem. Pētījuma ieteikums ir attīstīt nozaru ekonomiskās ietekmes novērtēšanu, neatkarīgi no tā, vai tā būtu kultūra vai cita tautsaimniecībai potenciāli svarīga nozare, turklāt šādi pētījumi veicami regulāri, padziļinot analīzi. Autori min nepieciešamību regulāri pētīt kultūras apakšnozares, lai noskaidrotu, kurās jāiegulda vairāk valsts finanšu līdzekļu un kuras pašas sekmīgi piesaista privātā sektora finansējumu saviem projektiem un produktiem.

9) **Caune, A./ Sedlenieks, K./ Veitners, K. Kultūras nozares nozīme Latvijas tautsaimniecībā un ES struktūrfondu izmantošana kultūras vajadzībām.**

**Rīga: SIA „Baltic Project Consulting”. 2006** (publicēts tiešsaistē:

<http://www.esfondi.lv/upload/01->

[strukturfondi/petijumi/Kulturas\\_nozares\\_nozime\\_LV\\_tautsaimnieciba\\_02.pdf](http://www.esfondi.lv/upload/01-strukturfondi/petijumi/Kulturas_nozares_nozime_LV_tautsaimnieciba_02.pdf))

Pētījums veikts ar mērķi noskaidrot kultūras nozares attīstību veicinošos faktoros un esošā potenciāla izmantošanas iespējas sociālo un tautsaimniecības attīstības mērķu sasniegšanai, kā arī atbilstošas informācijas bāzes nodrošināšana nākamā struktūrfondu programmēšanas perioda dokumentācijas izstrādei.

Pētījumā secināts, ka kultūras nozarei pieejamais papildus finansējums ir nozīmīgs nozares attīstībai, tādēļ jāpievērš liela uzmanība šo līdzekļu apgūšanai un efektīvai izmantošanai. Analizējot līdzīgu ES dalībvalstu pieredzi, tika secināts, ka ar struktūrfondu ieguldījumiem kultūras nozarē, kas ir bijuši nenozīmīgi salīdzinājumā ar kopējo struktūrfondu ieguldījumu, nevar panākt ietekmi uz valstu ekonomisko rādītāju izaugsmi (uzlabošanu). Savukārt efektīvi plānojot un investējot nozarē, iespējams panākt sociālekonomisko ietekmi. Struktūrfondu atbalsts būtu jānovirza ne tikai tādām aktivitātēm, kas dod ieguldījumu kultūrvēsturiskā mantojuma izmantošanai tūrisma attīstībā, bet arī strukturālai attīstībai, atbalstot jaunu, izcilību veicinošu vērtību radīšanu. Papildus kultūrvēsturisko vērtību saglabāšanai būtu jāatbalsta jaunu vērtību radīšana arī citās kultūras jomās, piemēram, radošo industriju un kultūras infrastruktūras sakārtošanas kontekstā.

Lai veicinātu radošo industriju aktivitāti un savstarpējo organizētību, KM jāierosina, vai vajadzības gadījumā jāuzņemas iniciatīvu, izstrādājot projektu kādā no pilsoniskās sabiedrības veicināšanas programmām, kura īstenošanā būtu jāiesaistās iespējami plašam radošo industriju pārstāvju lokam. Šāda projekta mērķis varētu būt radošās nozares vienojošas organizācijas izveide, kādas ar nozari saistītas problēmas risinājuma deleģēšana u.c.

10) **Karnīte, R. Kultūras nozares ieguldījuma tautsaimniecībā aprēķināšana.**

**Statistisko rādītāju pilnveidošana. Rīga: BO SIA Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts. 2003**

Pētījumā analizēta kultūras nozares statistiskās uzskaites sistēma Latvijā un salīdzināta ar citām valstīm. Noskaidrots kultūras un kultūrindustrijas teorētiskais pamats, plašāk

pielietotās koncepcijas un norises, identificēta kultūras nozare un tās produkti. Pētījumā izvērtēta statistiskā uzskaitē kultūras jomā Eiropas Savienības valstīs; salīdzināti kultūras pētījumos apkopotie un uzskaitītie dati ar Latvijā pieejamo statistisko informāciju. Lai analizētu nozares ieguldījumu tautsaimniecībā, pētījumā sniegti vispārēji nosacījumi, ar kuriem būtu jāpapildina statistiskā uzskaitē Latvijā, kā arī noteikti indikatori monitoringa veikšanai.

Pētījuma veicēji norāda, ka kultūras statistiskās uzskaites uzlabošana izvirzīta par pasaules mēroga problēmu, tās atrisināšanā iekļāvušās starptautiskas institūcijas, kā UNESCO u.c. Kultūras ietekmes uz tautsaimniecību statistiskai atspoguļošanai precīzākais mehānisms ir satelītkonti. Tā kā procesi, kas notiek kultūrā – komercializācija, industrializācija, savstarpēja kultūras nozaru saplūšana, kultūras nozaru saplūšana ar citām tautsaimniecības nozarēm – ir jauni un straujās tehnoloģiju attīstības ietekmē arī grūti prognozējami, var paredzēt, ka kultūrai piekrītošās daļas identificēšana nebūs ātri paveicams darbs.

Pētījumā pieņemts, ka kultūras ietekmes uz tautsaimniecību analīzei pielietojama pudura (klastera) pieeja. Saskaņā ar šo pieeju klasteri veido:

- Kultūras nozare, kas tiek iedalīta apakšnozarēs,
- Kultūras industrija, kas tiek iedalīta apakšnozarēs,
- Nozares, kuras izmanto kultūras produktu,
- Nozares, kuras apgādā kultūras nozares, to skaitā izglītība un pētniecība.
- Visas nozares pilnīgi vai daļēji tiek attiecinātas uz kādu no kultūras procesa posmiem – radīšana, ražošana, izplatīšana, patērēšana, sociālais efekts.

Eiropā kultūras statistikas vākšanai un apstrādei tiek ieteikti dažādi metodiskie materiāli. Pagaidām nav vienota kultūras statistikas vākšanas un apstrādes metodiskā ietvara visām Eiropas Savienības valstīm.

Pētījumā iezīmēti galvenie virzieni, kuros turpināms darbs:

- Nozares identifikācija,
- Saistīto nozaru identifikācija,
- Statistiskās vienības precizēšana kultūras statistikā ekonomisko rādītāju noteikšanai,
- Kultūras daļas īpatsvara noteikšana saistītajās nozarēs,
- Kultūras un uzņēmējdarbības statistikas saskaņošana, lai varētu aprēķināt kultūras darbībai atbilstošus rezultējošos (izmaksu un ieguvumu) ekonomiskos datus.

Tā kā statistiskās uzskaites uzlabošana ir dalībvalstu kompetencē, Latvijā pašlaik svarīgākais ir panākt saskaņotību savā kultūras statistikas sistēmā. Nav vēlams apgrūtināt statistiku ar lieku rādītāju vākšanu, pielāgojoties visiem iespējamiem starptautiski salīdzināmiem datu apkopošanas mēģinājumiem.

Darbs pie kultūras izpētes uzlabošanas uzsākams šādos virzienos:

- Jāizveido saskaņota kultūras statistikas sistēma,
- Jāuzsāk vienkāršāko ekonomisko datu apkopošana, kas nepieciešama kultūras tautsaimnieciskās ietekmes novērtēšanai.

Vispilnīgākā kultūras statistisko datu krātuve būs kultūras monitorings.

Latvijā ieteicams kultūras statistikas vākšanu uzticēt Latvijas Centrālajai Statistikas pārvaldei, jo tā ir kompetenta organizācija ar profesionālu anketētāju tīklu, turklāt kultūras statistika tiek iekļauta valsts kopējā statistikas sistēmā.

**11) Karnīte, R. Kultūras sektora tautsaimnieciskais nozīmīgums. Rīga: BO SIA Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts. 1999**

Pētījums veikts pēc valsts pasūtījuma. Tajā secināts:

- 1) esošā statistika nenodrošina informāciju par vairākiem svarīgiem kultūras kā tautsaimniecības nozares analīzei nepieciešamiem rādītājiem - nozarē radīto pievienoto vērtību, produkcijas un realizācijas apjomu, strādājošo skaitu, ārējo ekonomisko darbību, kapitālieguldījumiem, ārvalstu investīcijām,
- 2) kultūras nozare kā tāda un tās produkcija nav uzskaitīta vienā nozarē, bet ir izklaidēta vairākās nozarēs, atsevišķi produkcijas veidi vispār netiek uzskaitīti,
- 3) valsts statistiskā uzskaitē par kultūras nozari ir veidota atbilstoši tradicionālai pieejai, kas uztver kultūru kā bezvērtības humanitāra produkta radītāju, tā nav kompleksa un vispārīga,
- 4) neskatoties uz informācijas trūkumu un juceklību, no naturālo rādītāju analīzes ir iespējams konstatēt, ka kultūras nozares tiešais ieguldījums tautsaimniecībā sāk palielināties. Kultūras produkts, tāpat kā citu nozaru produkcija tiek ražots pārdošanai un lietošanai.

Lai nodrošinātu kultūras attīstību ir nepieciešams:

- 1) vienoties par definīcijām - kas ir kultūras nozare un kultūras industrija, kas ir tās produkts, kā to uzskaitīt,
- 2) izdalīt kultūru kā atsevišķu tautsaimniecības nozari valsts statistiskās uzskaites klasifikatoros vai vismaz uzrādīt precīzāk kultūras produkta ekonomiskos rādītājus (ražošana materiālā un vērtības izteiksmē, nodarbinātība, eksports, imports kultūras vajadzībām), panākt pēc iespējas kompleksu un pilnīgu nozares atspoguļojumu pieejamā statistikā,
- 3) uzlabot nozares attīstības ekonomisko aspektu analīzi un novērošanu,
- 4) integrēt kultūras sektoru tautsaimniecības attīstības, reģionālās attīstības un pašvaldību stratēģiskajos plānos,
- 5) pārdomāt un noteikt iedarbīgus finansu pasākumus nozares attīstības veicināšanai, piemēram, mērķtiecīgākus uz tirgus principiem un konkurenci balstītus finansēšanas modeļus, tai skaitā izmantojot nodokļu atvieglojumus, veicot šo pasākumu seku analīzi,
- 6) veicināt investīcijas kultūras sektora attīstībai, saskaņot valsts un privātās intereses un ieguldījumus kultūras sektora attīstībā, pamatojot investīciju nepieciešamību ar tiešā un netiešā ekonomiskā efekta analīzi (*cost-benefit analysis*), kā to jau dara plānojot vides investīcijas,

7) pēc iespējas atvieglot kultūras produkta radīšanu un pārdošanu (izplatīšanu), organizējot kultūras nozari apkalpojošo infrastruktūru (izglītības, biznesa pakalpojumu attīstība utt.),

8) pārskatīt un optimizēt kultūras institūciju darbības formas, lai maksimāli izmantotu radošo cilvēku iniciatīvu papildus finansu piesaistīšanā un darbības organizācijā.

Lai uzlabotu kultūras izmantošanu tautsaimnieciskiem mērķiem, jāpanāk, ka nozarē vēlas darboties spējīgi cilvēki un jāpalielina kultūras produkta piedāvājums. Šajā nolūkā nepieciešams:

1) veikt pasākumus, kas piesaista darbībai kultūras nozarē - kultūras nozares nozīmīguma proklamēšana, laba tēla radīšana, informācija par darbības iespējām un daudzveidību,

2) sekmēt kultūrizglītības attīstību, lai sagatavotu speciālistus un kultūras produkta patērētāju,

3) palielināt kultūras sektora pieejamību - masu kultūras attīstība - festivāli, amatieru kolektīvi u.c.,

4) dažādēt kultūras darba formas, veicināt privāto uzņēmējdarbību kultūras nozarē, mazo un vidējo uzņēmumu veidošanos, tajā pašā laikā saglabājot stingru kultūras profesionalitātes kontroli,

5) ierosināt uzņēmumu veidošanos, kas sniedz uzņēmējdarbības pakalpojumus kultūras nozares dalībniekiem - teorētiskā un tehniskā palīdzība, konsultāciju dienestu attīstība uzņēmējdarbības un nozares specifiskajos jautājumos, starpniecība tirgus jautājumu risināšanā, lai atbrīvotu kultūras darbiniekus tiešajam radošajam darbam,

6) veidot kultūras nozarē institūcijas, kas darbojas pēc biznesa inkubatoru principa, šajā nolūkā izmantojot bijušos tautas namus, klubus un citas institūcijas, kas veicina ar kultūru saistītas darbības uzsākšanu,

7) sniegt teorētisko un praktisko palīdzību projektu sagatavošanā,

8) plašāk sadarboties ar pašvaldībām, tai skaitā iesaistīties pašvaldību projektos, tā papildinot finansu iespējas.

Lai palielinātu kultūras produkta pieprasījumu nepieciešams:

1) regulāri veikt tirgus izpēti par iespējamo kultūras produkta patērētāju, un iepazīstināt ar to kultūras nozares dalībniekus,

2) ievērojami uzlabot reklāmas darbu, pakļaut reklāmas darbu modernām mārketinga koncepcijām, paaugstināt tā profesionālo līmeni, iesaistīt privātos uzņēmējus.

## 5.pielikums

## Latvijas radošās industrijas monitoringa pamatprincipi (Pētījuma „Radošās industrijas Latvijā” ziņojums)

Pasūtītājs: LR Kultūras ministrija

Autors: Alf Vanags, Anda Miķelsone, BICEPS (2007)

- Radošajām industrijām pamazām ieņemot arvien nozīmīgāku lomu tautsaimniecības attīstībā un valsts konkurētspējā, radusies nepieciešamība tās pētīt un pastāvīgi sekot to attīstībai. Šobrīd pieejami vien fragmentāri dati par radošajām industrijām, pie tam privātā, sabiedriskā un nevalstiskā sektora dati nav savstarpēji salīdzināmi un apkopojami. Šajā ziņojumā aprakstīti monitoringa principi, kas atvieglotu radošo industriju regulāru pārskatu.
- Regulārs radošo industriju monitoringa jeb sistematiska novērošana ļautu pamanīt izmaiņas un attīstības tendences, izstrādāt pamatotu rīcībpolitiku šajā jomā, kā arī praktiski administrēt veicināšanas un atbalsta pasākumus.
- Galvenā monitoringa vērtība ir tā *regularitāte un paredzamība*. Informācijas piegādātājiem un apstrādātājiem tas nozīmē sakārtotu, zināmu sistēmu, kas atvieglo datu vākšanu un sistematizāciju. Katru gadu monitoringa informācijas pieprasījums mainās minimāli, un tādēļ to izpildīt ir vienkāršāk. No otras puses, ar pastāvīgu monitoringa programmu var rēķināties dažādi informācijas lietotāji, rodas gaidas un interese. Galvenais monitoringa informācijas lietotājs būs institūcija (speciālists, struktūrvienība) kas nodarbosies ar radošo industriju jautājumiem. Monitoringa regularitāte nodrošina tūlītēju informācijas pielietojamību, jo to var iestrādāt ikgadējā plānošanas ritmā, izmantojot rīcībpolitikas instrumentu izstrādē, novērtēšanā un pārskatīšanā.
- Lai iegūtu kvalitatīvu un pilnīgāku informāciju, svarīgi pēc iespējas *apvienot privātā, valsts un nevalstiskā sektora datus* par radošo industriju aktivitātēm, kas viens otru var papildināt. Šobrīd privātā sektora statistika būtiski atšķiras no valsts un pašvaldību datiem par valsts un pašvaldību uzņēmumiem, aģentūrām un citām institūcijām, kas pēc būtības iekļaujas radošajās industrijās<sup>60</sup>. Pēc iespējas jāizmanto *visaptveroši datu avoti*, lai dati pilnīgāk raksturotu Latvijas radošajās industrijās notiekošo.
- Būtiska ir *sadarbība ar informācijas sniedzējiem*: pašvaldībām, kultūras ministrijas tiešās pakļautības iestādēm, kuru darbība tieši attiecas uz radošajām industrijām, centrālo statistikas pārvaldi, kā arī attiecīgām nevalstiskajām organizācijām, kam ir informācija par radošo industriju subjektiem. M.Kazāks norāda, ka “pašlaik galvenā problēma ir datu iegūšana no privātā sektora”, tādēļ jāstiprina sadarbība ar Autortiesību aģentūru un Valsts ieņēmumu dienestu<sup>60</sup>.

- Monitoringa instrukcijas jāizstrādā rūpīgi un detalizēti, lai nodrošinātu *vienotu datu iegūšanas metodiku un datu formātu*. Datiem jābūt homogēniem, lai tos varētu apstrādāt, un salīdzināmiem ar citu nozaru datiem. Tiem jāraksturo pēc vienotiem kritērijiem atlasīti objekti, jālieto vienādas uzskaites vienības un atskaites periodi, jābūt vienādiem rādītājiem un to uzskaites metodikai. Tā kā informācijas avotiem ir katram atšķirīga pieredze un iestrādes, jāparedz iespēja tos konsultēt pēc vajadzības.
- Monitoringa mērķis ir sniegt vispārēju priekšstatu, uzrādīt nozīmīgas izmaiņas novērojamās nozarēs. Tādēļ jāiekļauj tikai *nozīmīgi un jūtīgi rādītāji*. Papildus svarīgākajiem visaptverošiem rādītājiem atsevišķās nozarēs varētu būt noderīgi dažādi kvalitatīvie jeb funkcionālie rādītāji (piem., uzņemto filmu skaits, teātru apmeklētība, balvas starptautiskās izstādēs/festivālos, konkurences līmenis). Jāizvērtē optimālais vācamo datu apjoms, jo statistikas sloga palielināšana var nopietni kaitēt sadarbībai ar privāto un nevalstisko sektoru šajā jomā<sup>60</sup>. Konkrētu *rādītāju kopums lielā mērā atkarīgs no rīcībspolitikas instrumentiem*, lai monitoringa būtu efektīvi saskaņots ar tās vajadzībām un spētu raksturot šo instrumentu darbības efektivitāti.
- Monitoringa programma var arī sniegt ieguldījumu citos radošo industriju pētījumos, piegādājot vērtīgus datus. Tāpēc tās *rezultātiem jābūt attiecīgi pieejamiem*. Piemēram, noderīgi būtu noteikt radošo industriju ekonomisko ieguldījumu tautsaimniecībā, kā arī periodiski veikt radošo industriju kartēšanu un novērtēt šo nozaru attīstību un kontroles / atbalsta mehānismu efektivitāti. Šādi pētījumi viens otru papildinātu un dotu maksimālu ieguldījumu stratēģisku lēmumu pieņemšanā un konkrētu programmu izstrādē.
- Katru gadu veicot atsevišķus padziļinātus pētījumus divās vai trīs nozarēs, pakāpeniski tiktu aptvertas visas nozīmīgākās nozares, tādējādi palīdzot izstrādāt katras nozares attīstības stratēģiju un adekvātu rīcībspolitiku to attīstības veicināšanai. Šādu pētījumu specifiskie uzdevumi nosakāmi atkarībā no sektora / nozares aktualitātēm un vajadzībām. Būtiskākie jautājumi būtu pētāmā objekta (nozares) nozīmīgums un ieguldījums dažādās sfērās, attīstības potenciāls un barjeras, problēmas un jaunākās attīstības tendences. Šādiem pētījumiem būtu arī jāraksturo pētāmās nozares struktūra, nosakot nozares koncentrāciju un konkurences līmeni.
- Radošo industriju monitoringa programma sniegs vērtīgākus rezultātus, ja tiks ievēroti sekojoši principi:
  - regularitāte un paredzamība
  - privātā, valsts un nevalstiskā sektora iekļaušana
  - visaptveroši datu avoti
  - cieša sadarbība ar informācijas sniedzējiem
  - vienota datu iegūšanas metodika un datu formāts
  - rūpīga nepieciešamo rādītāju atlase, minimāls statistikas slogs
  - rādītāju saistība ar rīcībspolitikas instrumentiem
  -

6.pielikums

## **Radošās industrijas ieguldījuma noteikšana Latvijas tautsaimniecībā**

(Pētījuma „Radošās industrijas Latvijā” ziņojums)

Pasūtītājs: LR Kultūras ministrija

Autors: Alf Vanags, Anda Miķelsone, BICEPS (2007)

1. Ievads 29
2. Statistikas novērtējums 29
3. Agrāko pētījumu apskats 29
  - 1.2 Industriju izvēle 29
  - 1.3 Ekonomiskie indikatori un rādītāji 29
  - 1.4 Izmaksu - izlaides modeļi 29
4. Ekonomiskā ieguldījuma novērtēšana 29
  - 1.5 Radošās industrijas un sektori 29
  - 1.6 Saistītās nozares 29
  - 1.7 Kvantitatīvā analīze 29
  - 1.8 Metodikas kopsavilkums 29

### **1. Ievads**

Radošās industrijas attīstītajā pasaulē un arī Latvijā iegūst arvien lielāku ekonomisko nozīmi un arī politisko uzmanību kā attīstītas valsts konkurētspējas pamats. Latvijas Republikas Kultūras ministrija, pamatojoties uz kultūrpolitikas prioritātēm<sup>60</sup> un pieņemto darbības stratēģiju<sup>60</sup>, 2006. gada nogalē pētījumu centram BICEPS uzdeva veikt pētījumu par radošajām industrijām Latvijā. Viens no šī pētījuma uzdevumiem bija izstrādāt metodiku radošo industriju ieguldījuma noteikšanai Latvijas tautsaimniecībā, kura rezultāti atspoguļoti šajā ziņojumā.

Lai arī ir pieejama dažāda informācija (atsevišķi rādītāji un piemēri), kas norāda uz radošo industriju potenciāli stratēģisko un aizvien pieaugošo lomu Latvijas

tautsaimniecības attīstībā un starptautiskās konkurētspējas stiprināšanā, līdz šim datu trūkuma dēļ nav kvantitatīvi izmērīta to faktiskā ekonomiskā nozīme. Gan klasifikācijas (atlases) problēmu<sup>60</sup>, gan arī datu nepietiekamības dēļ<sup>60</sup> šobrīd nav iespējams aplēst radošajās industrijās ietilpstošo uzņēmumu pievienotās vērtības daļu Latvijas iekšzemes kopproduktā, kas ir visbiežāk lietotais ekonomiskā ieguldījuma mērs. Tādēļ tika izstrādāta īpaša metodika, kas varētu dot ticamu novērtējumu Latvijas radošo industriju ieguldījumam Latvijas tautsaimniecībā dažādos veidos, izmantojot valsts oficiālo statistiku. Lai pilnvērtīgi novērtētu radošo industriju nozīmi, nepieciešams gan uzlabot datu pieejamību un kvalitāti, gan arī sistemātiski vākt primāros datus.

## 2. Statistikas novērtējums

Radošo industriju ieguldījums nacionālajā tautsaimniecībā nav viennozīmīgi mērāms. Blakus kvantitatīvi mērāmiem lielumiem (kuru analīzei šobrīd gan pietrūkst datu) ir arī virkne citu efektu, kas padara radošās industrijas par ekonomikas izaugsmes un valsts konkurētspējas attīstības veicinātājiem. Bez tam tām mūsdienās ir arī nozīmīga sociāli kulturāla funkcija, kas netiešā veidā spēcīgi ietekmē sabiedrības labklājību. Tieši tāpēc nosakot tiešo un netiešo ekonomisko ieguldījumu jāņem vērā arī pārējie blakusefekti, ko šīs modernās nozares var dot valsts attīstībai.

Radošās industrijas ir samērā jauns, izteikti heterogēns, pastāvīgi mainīgs un sevi radošs sektors. Lai arī kultūras un radošās nozares ir pastāvējušas gadsimtiem ilgi, to ekonomiskā nozīme kļuvusi redzama samērā nesen, kā arī nav pagājis ilgs laiks kopš šo atsevišķo nozaru plašas organizēšanās industrijās, kas rada, ražo, izplata, demonstrē un izstāda, arhivē un saglabā kultūras produktus, kā arī veic kultūrizglītības funkciju, veicina izpratni par šiem produktiem<sup>60</sup>. Līdz ar to šī nozaru, industriju kopa ir grūti redzama, jo neparādās tradicionālajos nozaru dalījumos. Tā ir cieši integrēta ar citām tautsaimniecības nozarēm, reizēm pat saplūst ar tām un ir grūti nodalāma. Gan jaunas radošās industrijas (piem., mobilā izklaide, interneta produkti), gan “starp nozarēm” neizdalītas radošās nozares bieži netiek uzrādītas statistikā vēsturiskās konsekvences un no tā izrietošā konservatīvisma dēļ.

Radošās industrijas pastāv vienlaicīgi privātajā, valsts un nevalstiskajā sektorā, tiem savstarpēji simbiotiski sadarbojoties. Tomēr tradicionāli katrā no šiem sektoriem ir savas uzskaites tradīcijas, rādītāji un datu kvalitātes kritēriji, kas rada nopietnas datu salīdzināšanas un analīzes problēmas. Arī starp nozarēm pastāv līdzīgas atšķirības, kas padara vispārēju kvantitatīvu analīzi, kas balstīta uz šiem iepriekš savāktajiem datiem praktiski neiespējamu.

Šobrīd valsts statistikas iespējas radošo industriju jomā ir stipri ierobežotas vairāku iemeslu dēļ:

- Pieejamo kvantitatīvo rādītāju nespēja raksturot daudzveidīgo ieguldījumu Latvijas tautsaimniecībā
- NACE klasifikatora neatbilstība modernām laikmeta prasībām, īpaši radošo industriju jomā
- Datu vākšanas un pieejamības ierobežojumi CSP
- Kultūras statistikas neatbilstība ekonomiskas analīzes vajadzībām

- Dažādu datu avotu kvalitāte un salīdzināmība

Radošo industriju daudzveidīgais ieguldījums kultūras, sociālajā un ekonomikas jomās izsmeltoši aprakstīts šī pētījuma pirmajā ziņojumā “Radošo industriju apskats: definīcija, statistika, ekonomika un savstarpējās saiknes”. Pārējie faktori sīkāk aprakstīti zemāk.

### **1.17.13 NACE klasifikatora neatbilstība**

Valsts statistikā ekonomikas nozares un organizāciju darbības veidus raksturo tikai NACE kodi, kas nepilnīgi izdala radošās industrijas un pie tam bieži arī neatpoguļo uzņēmumu reālās aktivitātes. Tā kā NACE klasifikatora sistēmai ir diezgan gara vēsture, jaunās nozares tajā vai nu nav iekļautas, vai arī atrodas nodaļās zem nosaukuma “cita darbība” u.tml. Līdz ar to ir diezgan daudz radošu nozaru, kuras nav izdalāmas 4-ciparu NACE kodos. Valstīs ar bagātāku radošo industriju analīzes tradīciju izmanto 6-ciparu NACE kodus vai vēl sīkāku dalījumu<sup>60</sup>. Tas tomēr problēmu atrisina tikai daļēji, jo eksistē nozares (īpaši jaunās ekonomikas nozares, kā arī vairākas radošās un kultūras nozares), kas NACE klasifikatorā nav pārstāvētas vispār.<sup>60</sup> (skat. 1. pielikumu).

Ne visi Latvijas uzņēmumi, reģistrējoties uzņēmumu reģistrā / komercreģistrā, uzrādījuši savu pamatdarbības veidu NACE kodu sistēmā, jo šī prasība vairs nav spēkā (skat. sīkāku informāciju 2. pielikumā). Arī uzņēmumu norādītie NACE kodi mēdz neatbilst patiesībai gan dēļ neuzmanības kļūdām, gan dēļ izmaiņām organizācijas pamatdarbībā vai dēļ nespējas izvēlēties starp vairākiem atbilstošiem pamatdarbības kodiem, gan arī dēļ augstākminētajām klasifikatora iekšējām nepilnībām. Vācot statistiskos datus par uzņēmumiem, CSP apsekojumos nosaka aktīvo uzņēmumu pamatdarbības veidu pēc NACE, kas tiek reģistrēts Lursoft uzņēmumu datubāzē. Periodiski tiek apsekoti visi Latvijas aktīvie uzņēmumi, tādējādi reģistrējot izmaiņas vismaz reizi trijos gados.<sup>60</sup>

### **1.17.14 Datu vākšanas un pieejamības ierobežojumi CSP**

Vairākās radošajās nozarēs, kas iekļautas NACE klasifikatorā un pat ir izdalāmas 4 ciparu kodējumā, dati netiek vākti, jo šis darbs nav iekļauts valsts programmā. Bez tam vairākās nozarēs statistiskiem datiem ir ierobežota pieejamība un tie nav iegūstami pat valsts pasūtītu pētījumu mērķiem.<sup>60</sup> Jāatzīmē, ka mūsu valstī pēc likuma jebkuras komercsabiedrības gada pārskati un tajos iekļautā informācija ir publiska, un tā ir pieejama (par maksu) Lursoft uzņēmumu datubāzē. Tomēr pēc valsts statistikas likuma 5.nodaļas 18.panta šie dati tiek uzskatīti par konfidencialiem, jo mazā uzņēmumu skaita dēļ varētu tikt identificēta atsevišķu uzņēmumu komercinformācija.

### **1.17.15 Kultūras statistika**

Par kultūras nozarēm tiek vākta kultūras statistika, taču šeit lielākoties tiek apkopota funkcionālā statistika, nevis dati par ekonomiskiem rādītājiem, pie tam šī informācija neaptver visu sektoru un ir fragmentāra: nodarbinātības statistika bieži ietver vienīgi valsts sektoru, pievienotā vērtība un citi ekonomiskie dati ir pieejami tikai par dažām nozarēm<sup>60</sup>.

2007. gada kultūras statistikas programma ir plašāka (skat. 4. pielikumu), taču tajā joprojām trūkst visaptverošu rādītāju, kas būtu salīdzināmi starp nozarēm un raksturotu šo nozaru ekonomiskās dimensijas. Lai arī situācija ir nedaudz uzlabojusies kopš R.Karnītes veiktā pētījuma par statistiskajiem rādītājiem kultūras ekonomiskajā statistikā<sup>60</sup>, kultūras statistikas programmā joprojām iekļautas tikai atsevišķas nozares.

### 1.17.16 Informācijas avoti un datu homogenitāte

Kā jau minēts, radošās industrijas ir atrodamas gan privātajā, gan valsts, gan arī nevalstiskajā sektorā. Nozaru ekonomiskā statistika šobrīd aptver tikai privāto sektoru (un neietver visus radošo industriju uzņēmumus), valsts kultūras statistika – bieži vien tikai valsts sektoru (bieži uzskaitot grūti salīdzināmus un nepilnīgus datus). Informācija par nevalstiskajām organizācijām, kas arī piedalās kultūras un radošo industriju produktu radīšanā, apritē, uzturēšanā, veicināšanā, ir īpaši izkaisīta un fragmentāra.

Dažāda informācija un dati ir pieejami no dažādiem datu avotiem (piem., profesionālajām asociācijām, nozaru pārvaldēm, pašvaldībām), taču vienotas pieejas trūkuma dēļ tā nav ne visaptveroša, ne salīdzināma. Tā kā nav vienotas statistiskās bāzes, nozaru asociācijas un citas organizācijas visbiežāk vāc datus tikai savām vajadzībām un pēc savas izpratnes. Asociāciju rīcībā visbiežāk ir dati tikai par to biedriem, bet nav visaptverošas informācijas par attiecīgajām nozarēm kopumā. Pie tam šajos datos reti ir informācija par ekonomiskiem rādītājiem – vai arī tā ir konfidenciāla. Līdzīga problēma pastāv arī Igaunijā<sup>60</sup>. Sarežģīti arī novērtēt šādu datu kvalitāti un atbilstību. Piemēram, Igaunijas pētnieki, vācot informāciju no dažādiem šādiem avotiem radošo industriju kartēšanai, konstatēja neatbilstības un pretrunas pat oficiālos datos. Atšķiras ne tikai rādītāji, atskaites periodi, kvalitātes kritēriji un datu vākšanas metodes, bet arī nozares pārstāvniecība. Kopumā var teikt, ka praktiski nav tādu avotu, kas spētu ar pietiekošu ticamību raksturot kādu radošo industriju kopumā, īpaši tas attiecas uz ekonomiskiem rādītājiem.

### 1.17.17 Statistikas problēmas citās valstīs

Datu pieejamība un kvalitāte nav tikai Latvijas problēma. Visā Eiropā, jaunajās un vecajās dalībvalstīs un pat Lielbritānijā, kas ir vadošā radošo industriju apzināšanā un popularizēšanā, joprojām pastāv nopietnas problēmas ticamu un konsekventu statistisko datu iegūšanā un apstrādē kultūras un radošo industriju jomā<sup>60</sup>. Lai gan kopš 1986. gada UNESCO ir pieņemtas detalizētas norādes kultūras statistikas vākšanai, praktiski datu starptautiskā salīdzināšana ir problemātiska (un Eiropas mērogā praktiski neiespējama) trūkstošo datu un atšķirīgās datu kvalitātes dēļ. Pievienotās vērtības aprēķināšanu katram sektoram aprūtinā radošo industriju sarežģītās vērtību ķēdes, kas vairāk raksturīgas pakalpojumu nozarēm, mazāk – produktus ražojošām nozarēm<sup>60</sup>. Eiropā jau gadiem tiek pieliktas pūles, lai harmonizētu statistisko datu vākšanu visā Eiropā, jo ir apzināta konsekventas kultūras statistikas nepieciešamība ar kultūras un ar to saistīto norišu aizstāvībai un arī rezultātu novērtēšanai<sup>60</sup>.

Grūtības radošo industriju datu vākšanā tiek skaidrotas ar sekojošiem iemesliem<sup>60</sup>:

- Vēsturiskais aspekts. Radošās industrijas ir jauns jēdziens; tas attiecas uz nozarēm, kas iepriekš nav bijušas vienkopus kādā plānošanas un rīcībpolitikas lokā. Tādēļ neeksistē vienotas definīcijas, sistēmas, uzskaites vienības un analītiskās metodes.
- Iekšējais aspekts. Pašas radošās industrijas pēc būtības atšķiras no tradicionālajām industrijām un struktūrām; šis sektors ir fragmentēts, neviendabīgs, mainīgs un grūti klasificējams, kas arī padara to grūti izmērāmu un analizējamu ar parastajām statistikas datu avotiem un metodēm.
- Vadības aspekts. Lielā mērā dēļ augstākminētā, trūkst zināšanu un pieredzes, kā

savākt ticamus datus, ko izmantot rīcībpolitikas izveidošanā.

Viena no pirmajām Eiropas Komisijas vadošo ekspertu grupām (LEG) tika izveidota tieši kultūras statistikā 1997.gadā. Tā ir noteikusi kopēju kultūras nozaru sarakstu, kultūras aktivitāšu klasifikāciju (vadoties pēc UNESCO kultūras statistikas sistēmas), nepieciešamo indikatoru definīcijas un ieteikumus kultūras statistikas uzlabošanai. Tomēr grupai izdevās veikt ļoti fragmentāru un ierobežotu statistisko analīzi par kultūru visā Eiropas teritorijā, jo visaptveroši un pietiekoši kvalitatīvi dati vienkārši nebija pieejami<sup>60</sup>. Kultūras statistika tika iekļauta ES kultūras ietvarprogrammā Kultūra 2000, kam ir tikai ieteikuma raksturs. Arī šajā projektā joprojām nav iekļauta daļa radošo industriju.

### **1.17.18 Ieteikumi statistikas uzlabošanai**

Dažādu iniciatīvu, ilgstošu programmu un izpētes projektu pieredze rāda, ka vislabākā pieeja šobrīd ir dažādu datu avotu un dažādu izpētes metožu kombinēšana, lai ņemtu vērā pēc iespējas vairāk faktoru un rādītāju šī sektora un tā neviendabīgās ietekmes raksturošanai. Tai skaitā tiek plaši izmantotas kvalitatīvās izpētes metodes, kas ietver sistemātisku primāro datu vākšanu un tādējādi praktiski necieš no statistisko datu trūkuma.

Ieejot Eiropas kopējā informācijas telpā, Latvijai vajadzētu iekļauties arī kvantitatīvo datu aprītē. Latvija ir apņēmusies “sekmēt Latvijas ieguldījumu starptautiskās kultūras sadarbības veicināšanā, aktīvi līdzdarbojoties starptautiskās kultūrpolitikas veidošanā, vienlaikus nodrošinot nacionālo interešu aizstāvību starptautiskās diskusijās”<sup>60</sup>, kas nav iedomājams bez adekvātas informācijas par kultūras nozari un radošajām industrijām Latvijā. Arī kultūrpolitikas realizēšanas un valsts ekonomiskās attīstības veicināšanai ir būtiski pamatoties uz ticamiem un kvalitatīviem datiem. Raita Karnīte atzīmē, ka Latvijai būtu pat neiespējami pilnībā iekļauties Eiropas standartos šādu vienotu standartu trūkuma dēļ – tādēļ lietderīgi būtu koncentrēties uz statistiskās bāzes sakārtošanu Latvijā, balstoties uz iekšējām vajadzībām.<sup>60</sup> Konkrētu Eurostat uzdevumu pildīšana nodrošinās nepieciešamo iekļaušanos Eiropas statistikā<sup>60</sup>.

Raitas Karnītes pētījumā “Kultūras nozares ieguldījuma tautsaimniecībā aprēķināšana (statistisko rādītāju pilnveidošana)” dotas izsmeļošas rekomendācijas statistiskās bāzes sakārtošanai un uzskaitīti statistikas rādītāji, kas palīdzētu iegūt adekvātu priekšstatu par kultūru kā ekonomikas nozari. Šie ieteikumi visnotaļ attiecas arī uz radošajām industrijām. Kā nozīmīgākos rādītājus, kas tiek izmantoti radošo industriju statistikā un kartēšanā visā pasaulē var minēt pievienoto vērtību, apgrozījumu, nodarbinātību.

Tā kā NACE industriju klasifikators, uz kā balstīta valsts nozaru statistika, ir morāli novecojis un daudzos gadījumos neatbilst mūsdienu realitātei<sup>60</sup> (ne tikai radošo industriju jomā), labākus rezultātus dotu elastīgākas svarīgāko datu vākšanas un sistematizēšanas metodes. Radošo industriju uzskaites sistematizēšanai lietderīgi būtu izmantot 6-ciparu NACE dalījumu (datu vākšanai par atsevišķām nozīmīgām nozarēm) vai arī izveidot speciālus nacionālos kontus, kas daudz precīzāk definētu un atdalītu radošo industriju uzņēmumus un organizācijas. Piemēram, Igaunijas kartēšanas dokumentā atzīmēts, ka “veiksmīgas industriālās valstis ir pārkārtojušas savu ekonomisko statistiku un izveidojušas atsevišķu sektoru” no dažādajām radošajās industrijās ietilpstošajām nozarēm, kas tradicionālajā dalījumā izkaisītas citu nozaru vidū un vietām saplūdušas ar tām<sup>60</sup>.

Pētījumi un ārvalstu pieredze rāda, ka radošajām industrijām ir arvien lielāka nozīme reģionu ekonomiskajā un sociālajā attīstībā, reģenerācijā un konkurētspējas veicināšanā, tādēļ attiecīgās nozares pēc iespējas būtu iekļaujamas valsts pasūtījumā Centrālajai Statistiskajai Pārvaldei kā valstiski svarīgas nozares. Šiem datiem būtu nozīme gan vietējā mērogā, veicot valstiski svarīgus pētījumus, kas nepieciešami pamatotu rīcībpolitiku izstrādei, gan arī potenciāli Eiropas līmeņa statistikas nodrošināšanai un starptautiskiem salīdzinājumiem. Vienlaikus jāstiprina sadarbība ar Valsts ieņēmumu dienestu, kura rīcībā ir daudz analīzei vērtīgu datu, un dažādām nozaru organizācijām, kam ir labs kontakts ar attiecīgo nozaru pārstāvjiem un labs potenciāls datu vākšanā. Lai nodrošinātu kvalitatīvu analītisko bāzi, šai sistēmai jābūt vienotai un jānodrošina homogēni, salīdzināmi dati par visām nozīmīgajām nozarēm.

### 3. Agrāko pētījumu apskats

- Lai izstrādātu metodiku Latvijas radošo industriju nozīmes mērīšanai, vispirms tika izpētīta citu valstu un pieredzējušu pētījumu centru prakse. Latvijā šādi aprēķini ir veikti tikai par autortiesību nozarēm<sup>60</sup> vai arī par kultūru<sup>60</sup>, pie tam visi pēc LR Kultūras Ministrijas iniciatīvas<sup>60</sup>. Jāatzīmē, ka datu trūkuma dēļ tajos sniegtie novērtējumi ir visai aptuveni un/vai atspoguļo tikai daļu no kultūras, resp., autortiesību nozaru ieguldījuma. Arī šī pētījuma “Radošās industrijas Latvijā” pirmajā ziņojumā “Latvijas radošo industriju apskats: Definīcija, statistika, ekonomika un savstarpējās saiknes” šī paša iemesla dēļ bija iespējams sniegt vien daļēju radošo industriju nozīmīguma novērtējumu.
- Pasaulē visos kvantitatīvajos pētījumos, kuru mērķis ir izpētīt radošo industriju, kultūras nozaru vai līdzīgas nozaru kopas ekonomisko ieguldījumu, tiek novērtēta attiecīgo nozaru tiešā ietekme un bieži arī efekti saistītajās tautsaimniecības nozarēs. Tiešās ietekmes aprēķināšanai tiek noteiktas iekļaujamās (un dažkārt arī daļēji iekļaujamās<sup>60</sup>) nozares, kam seko šaurāka vai plašāka loka ekonomisko rādītāju apzināšana, galvenokārt izejot no valsts statistikas un/vai nozaru asociāciju datiem (reizēm, īpaši starptautiskiem salīdzinājumiem, tiek veikta arī specializēta anketēšana, primāro datu vākšana). Netiešo ietekmi parasti mēra ar izmaksu – izlaides (*input – output*) modeļiem. Tiek aprēķinātas nozaru ekonomisko reizinātāju tabulas, lai noteiktu visu tautsaimniecības nozaru savstarpējo ietekmi (resursu piegāde, produkcijas noiets, ekonomiski saistītās nozares) un tādējādi pilnīgāk novērtētu kādas nozares vai sektora nozīmi.
- Netiešo ietekmi iespējams arī raksturot, kartējot saistītās nozares un atsevišķi aprakstot to ekonomisko aktivitāti vai devumu tautsaimniecībā. Ir sastopami arī cita veida pētījumi, taču tie lielākoties nesniedz iespēju apzināt visaptverošu informāciju par aprēķinā iekļaujamo ekonomisko subjektu ietekmi uz tautsaimniecību (piem., pilota tipa pētījumi). Arī pēc kvalitatīvām izpētes metodēm veikti izlases pētījumi var dot vērtīgu ieskatu konkrētu nozaru ieguldījumā, taču kvantitatīvās metodes sniedz iespēju novērtēt ieguldījuma apjomu (konkrētus skaitļus), kā arī nodrošina pierādāmu augstāku ticamību un reprezentāciju..

### 1.18 Industriju izvēle

Lai veiktu ieguldījuma aprēķināšanu, vispirms tiek izveidots nozaru saraksts, kuras tiks iekļautas analizē. Parasti šāds saraksts jau eksistē, ja valsts ir nodefinējusi un strādā ar radošajām industrijām. Reizēm pat aptuvenus, intuitīvus nozaru saraksts tiek dēvēts par *radošo industriju definīciju*, lai gan tas ir tikai raksturojoša indikācija. Vairākos pētījumos uzsvērts, ka iekļauto nozaru saraksts nav galīgs un nemainīgs – atkarībā no tautsaimniecības un radošā biznesa procesu attīstības var tikt pievienotas jaunas nozares vai svītrotas neiederīgās.

Lielbritānijā lietotā industriju klasifikatora SIC nozares ir plašākas nekā nepieciešams radošo industriju analīzei: tādēļ tās lielākoties iekļaujamas tikai daļēji. Pētījuma projekta grupa ir izstrādājusi koeficientus, tādējādi turpmāk analizē iekļaujot fiksētu proporciju no šīm SIC nozarēm<sup>60</sup>. Saistītās nozares ir skaidri identificētas, kartējot radošās industrijas. Piemēram, Lielbritānijā tās ir detalizēti identificētas DCMS pētījumā<sup>60</sup>. Ļoti izsmelīga saistīto industriju analīze ir dota arī Hui et al. pētījumā par Honkongas radošajām industrijām.<sup>60</sup>

### 1.19 Ekonomiskie indikatori un rādītāji

- Novērtējot ietekmi, svarīgi izvēlēties atbilstošus un efektīvus rādītājus. Tā kā izmaksu – izlaides modeļi ir sarežģītāki, parasti tiem izvēlas ne vairāk kā trīs rādītājus, savukārt, vienkārši aprēķinot kopējos rādītājus atbilstošajās nozarēs, ir iespēja aptvert plašāku rādītāju loku. Kā svarīgākie un līdz ar to arī populārākie rādītāji literatūrā minēti pievienotā vērtība, nodarbinātība un apgrozījums, kā arī uzņēmumu skaits un ārējā tirdzniecība.
- Vispopulārākais ekonomiskā nozīmīguma rādītājs ir pievienotā vērtība kā daļa no iekšzemes kopprodukta<sup>60</sup>. Šis rādītājs gan retāk tiek izmantots ASV. Pētījumā par Latvijas autortiesību ekonomisko ieguldījumu, kas veikts pēc pasaules intelektuālā īpašuma organizācijas WIPO metodikas, autori saskārušies ar datu trūkuma problēmu, un pievienotā vērtība novērtēta, izmantojot pieejamos apgrozījuma datus un ES15 vidējo apgrozījuma attiecību pret pievienoto vērtību<sup>60</sup>.
- Praktiski visi pētījumi starp radošo industriju rādītājiem arī ietver nodarbinātību – darbinieku skaitu radošo industriju uzņēmumos un organizācijās, kā arī īpatsvaru kopējā nodarbinātībā<sup>60</sup>. Jāatzīmē, ka blakus radošo industriju darbiniekiem mērījumā jāiekļauj arī pašnodarbinātās personas, kuru īpatsvars radošajās industrijās tipiski ir lielāks nekā tautsaimniecībā kopumā. Nereti tomēr tiek izmantots kāds no profesiju klasifikatoriem, kas uzrāda radošus darbus strādājošo skaitu. Tomēr šis rādītājs vairāk raksturo radošo ekonomiku (t.i., radošās profesijas un aktivitātes visos tautsaimniecības uzņēmumos un nozarēs), nevis tieši radošo industriju nozīmīgumu.
- Nodarbinātības rādītājs tiek tālāk apskatīts reģionālā un sektorālā dalījumā, tiek novērtēta daļēji iekļaujamo nozaru nodarbināto daļa (šos datus nevar sadalīt pa radošo industriju sektoriem), tiek raksturota izaugsme pa sektoriem un reģionāli, kā arī atsevišķi izdalīti radošie un neradošie darbinieki (pēc profesiju klasifikatora). Dažkārt (ASV<sup>60</sup>) tiek atsevišķi novērtēts un aprēķināts saistīto

nozaru ieguldījums nodarbinātībā: radošo industriju radītā pieprasījuma un piedāvājuma efekti.

- Ar nodarbinātību saistīti (tomēr daudz retāk izmantoti) rādītāji ir vidējā alga un kopējie darbaspēka ienākumi (ASV, Austrālija). Šie rādītāji raksturo radošo industriju finansiālo pievilcību darbaspēkam un tādējādi norāda uz sektora dzīvotspēju. Vidējā alga tiek salīdzināta ar vidējo algu vietējā apkaimē (ASV štatā un sīkākās reģionālās vienībās). Arī šie rādītāji tiek salīdzināti reģionāli un sektorāli. Kopējie darbaspēka ienākumi tiek aprēķināti gan radošajās industrijās atsevišķi, gan kopā ar saistītajām nozarēm un industrijām.
- Nozīmīgs ekonomiskais rādītājs ir kopējais apgrozījums, kas raksturo vispārējo ekonomisko aktivitāti sektorā. Šis rādītājs gan ir atkarīgs no tirgus struktūras: liels integrēts koncerns neuzrāda iekšējo apgrozījumu, kamēr daudzu saistītu uzņēmumu savstarpējais apgrozījums atvērtā tirgus struktūrā tiek uzskaitīts. Ja tirgus struktūra būtiski nemainās, šis rādītājs korekti ataino ekonomiskās aktivitātes izmaiņas; tāpat ir iespējams to salīdzināt ar citām valstīm vai reģioniem, ņemot vērā šo nosacījumu. Radošo industriju apgrozījums tiek sīkāk dalīts gan reģionāli, gan sektorāli. Apgrozījums dažādos sektoros var atšķirties būtiski – atkarībā no attiecīgo nozaru specifikas.
- Radošo industriju apjomu un aktivitāti raksturo arī uzņēmumu un NVO skaits<sup>60</sup>, kas tiek sīkāk iedalīts pa rajoniem un sektoriem. Valsts struktūras arī atbalsta radošās industrijas, koordinē, attīsta un reizēm nodrošina atsevišķas funkcijas, tomēr to skaits neraksturo pašu radošo industriju aktivitāti (vai sabiedrības aktivitāti šajā jomā) – tāpēc tiek uzskaitītas privātas un nevalstiskas organizācijas.
- Lai novērtētu radošo industriju devumu tirdzniecības bilances uzlabošanā vai valsts atpazīstamības veicināšanā un konkurētspējas palielināšanā, tiek uzrādīts radošo industriju (resp. produktu) eksports<sup>60</sup>. Tiek aprēķināta radošo industriju produktu daļa kopējā valsts eksportā, kā arī katra atsevišķa sektora daļa kopējā radošo industriju eksportā. Interesants rādītājs ir eksporta intensitāte: eksporta daļa katra sektora (un radošo industriju) kopējā apgrozījumā. Interesanti, ka parasti attiecīgo preču un pakalpojumu imports netiek pieminēts, ne salīdzināts ar eksportu konkrētajās nozarēs. Imports attiecas vairāk uz galaproduktu konkurenci tirgū un kultūras (vai radošo industriju) produktu patēriņu, ne pašām radošajām industrijām, kas ir šo produktu ražotājas un izplatītājas, tomēr nenoliedzami būtiski ietekmē vietējo ražotāju biznesu.
- Finanšu rādītāji nav īpaši populāri dēļ sarežģītās piekļuves ticamiem datiem un/vai dārgā iegūšanas veida. Tomēr Austrālijas valsts statistika atļauj salīdzinoši viegli veikt šādus aprēķinus, tāpēc Austrālijas pētījumos<sup>60</sup> ietvertas arī radošo industriju kopējās izmaksas, pirmsnodokļu peļņa un pat rentabilitāte<sup>60</sup>. Interesants rādītājs ir arī finansējuma avoti: kopējais valsts finansējuma apjoms, tā sadalījums pa radošo industriju sektoriem un finansējuma avotiem (pašvaldību finansējums, administrējošās aģentūras, institūcijas un īpašas finansējuma programmas), kā arī finansējuma avotu

īpatsvars katrā sektorā un nozarē (ienākumi no komerciālās darbības, autoratlīdzības, subsīdijas, ārvalstu fondi, citi ieņēmumi).

### **1.20 Izmaksu - izlaides modeļi**

- Izmaksu – izlaides modeļi visprecīzāk raksturo ekonomiskos efektus, ko kāda nozare vai sektors caur saistītajām nozarēm rada visā valsts ekonomikā – gan caur piegādātājiem (un savukārt to piegādātājiem), gan pircējiem – līdz pat gala patērētājiem un eksportam. Industriju savstarpējās saiknes raksturo produkcijas noiets (eksportā, neradošos sektoros, citos radošos sektoros, patēriņā), kā arī ražošanas izejvielu un materiālu iepirkumi (no citiem radošiem sektoriem, no neradošiem sektoriem, no importa). Izmantojot datus par pilnīgi visiem naudas norēķiniem kādā laika posmā, tiek matemātiski raksturotas savstarpējās tirgus attiecības gan starp konkrētu nozaru uzņēmumiem, gan uzņēmumiem un gala patērētājiem. Tādējādi iespējams precīzi noteikt, kā kādas konkrētas izmaiņas vienā vai vairākos sektoros ietekmētu tautsaimniecību kopumā. Šādi modeļi tiek plaši izmantoti ASV un Austrālijā.<sup>60</sup>
- ASV pētījumā<sup>60</sup> tiek analizēts tiešais, netiešais un ierosinātais ekonomiskais efekts. Tiešais efekts ir tā ekonomiskā ietekme, ko var tieši attiecināt uz pētāmajām nozarēm, piemēram, šajos uzņēmumos radītās darbavietas un izmaksātās algas. Netiešais efekts ir radošo industriju darbības rezultātā palielinātā ekonomiskā aktivitāte to piegādātāju un pircēju nozarēs. Ierosinātais efekts ir tas, kā radošās industrijas ietekmē patērētāju uzvedību un mājsaimniecību (darbinieku) izdevumus palielinātais pieprasījums, ko rada nopelnītās algas radošo industriju uzņēmumu radītajās darbavietās. Kopā šie efekti raksturo radošo industriju ietekmi uz tautsaimniecību. Tomēr šādā veidā nav iespējams paredzēt ilgtermiņa efektus (kas, cita starpā, ietver tirgus struktūras vai tehnoloģijas maiņu) – ilgtermiņīgas konkurētspējas iegūšanu un stiprināšanu, ilgtermiņa radošu attīstību un tās potenciālu.
- Arī Austrālijas pētnieki līdzīgi uzskaita tiešos efektus, taču netiešos efektus viņi iedala ražošanas un patēriņa ierosinātos efektos. No ražošanas puses, pētāmo nozaru uzņēmumi rada papildu izejmateriālu pieprasījumu gan tiešajiem piegādātājiem, gan piegādātāju piegādātājiem. No otras puses raugoties, pētāmo nozaru radītajās darbavietās nopelnītās algas rada papildu pieprasījumu pārtikai, apģērbam, izklaidei, sadzīves priekšmetiem un attiecīgi palielinātu ekonomisko aktivitāti šīs preces ražojošās industrijās.<sup>60</sup>

Izmaksu-izlaides modeļu pamatā ir pieņēmums, ka attiecības starp atsevišķām nozarēm ir relatīvi stabilas un pētāmajā apgabalā (laikā, apjomā) nemainās. Šo savstarpējās ietekmes stabilitāti nosaka tehnoloģijas stabilitāte (nav krasu izmaiņu tehnoloģijā, izejmateriālos) un apjoma efekta trūkums (izmaiņas nozares produkcijas apjomā izraisa tieši proporcionālas izmaiņas izdevumos un neietekmē nozaru savstarpējās ietekmes koeficientus vai reizinātājus).

## **4. Ekonomiskā ieguldījuma novērtēšana**

Pētījuma metodikas mērķis ir sniegt iespēju pēc iespējas precīzāk noteikt radošo industriju ieguldījumu Latvijas tautsaimniecībā, ņemot vērā reālistiskus pieņēmumus par

datu pieejamību, laika un finansiāliem ierobežojumiem. Galvenais jautājums ir tīri ekonomiskie efekti, tomēr jāatzīst arī cita veida radošo industriju ieguldījums tautsaimniecībā. Metodikā nav iekļauta tādu aspektu novērtēšana kā:

- starptautiskais aspekts (piem., pasaules kultūras mantojums);
- mākslas un kultūras attīstības aspekts (piem., jauno mēdiju eksperimentālā māksla);
- kultūrizglītības aspekts (piem., grāmatveikalu skatlogi)
- ģeogrāfiskais aspekts (piem., nozaru koncentrēšanās galvaspilsētā);
- sociālais aspekts (piem., invalīdu integrācija sabiedrībā);
- politiskais aspekts (piem., pilsoniskas sabiedrības stiprināšana caur piedalīšanos);
- dinamiskais aspekts (aktuāla informācija par tendencēm un izmaiņām);
- strukturālais aspekts (piem., tirgus pozīcijas un spēku samēri katras nozares iekšienē);
- varas un kontroles aspekts (piem., valsts sektora vai kāda grupējuma / spēka ietekme)
- u.c.

Lai arī valsts budžeta iestādes un dažādas bezpeļņas organizācijas nenoliedzami spēj dot pozitīvu ieguldījumu attiecīgo nozaru uzturēšanā un attīstībā, ekonomisku ieguldījumu tās tiešā veidā nedod un/vai attiecīgie dati šobrīd ir izkaisīti un grūti savietojami ar uzņēmumu statistiku. Šīs organizācijas tāpēc šajā pētījumā nav iekļaujamas; to ietekme atspoguļosies, novērtējot nozares komerciālā sektora ekonomiskos rādītājus.

### ***1.21 Radošās industrijas un sektori***

Radošo industriju (sektoru) un tajos ietverto nozaru saraksts izstrādājams nozaru ekspertu panelī, par pamatu ņemot darba grupā izveidoto radošo industriju nozaru sarakstu (5. pielikumā) un 1. pielikumu “NACE kodu atbilstība radošo industriju darbības veidiem”. Dažas nozares var piekrist vairākiem sektoriem, dažas – tikai daļēji ietilpt radošajās industrijās. Radošajās industrijās ietilpst arī nozares, kas pašas par sevi nav radošas.

Radošās industrijas rada un izmanto intelektuālo īpašumu – kultūras produktu, kas ir autortiesību objekts (neatkarīgi no tā, vai šie produkti tiešām tiek reģistrēti un patentēti vai ne). Saskaņā ar pētījuma pirmā posma ietvaros notikušo ekspertu diskusiju<sup>60</sup>, tās tiek definētas sekojoši: *“Radošās industrijas ir tautsaimniecības nozares, kas balstās uz individuālo vai kolektīvo radošumu, prasmēm un talantu un spēj celt labklājību un radīt darba vietas, radot un/vai izmantojot intelektuālo īpašumu. Radošās industrijas rada, attīsta, ražo, izmanto, izrāda, izplata, saglabā produktus, kam piemīt ekonomiska, kultūras un/vai izklaides vērtība.”*

Līdz ar to secināms, ka radošās industrijas ietver ne tikai kultūras nozares un radošās nozares (kuras *rada* intelektuālo īpašumu), bet arī virkni atbalstošu un saistītu nozaru (kuras *izmanto* intelektuālo īpašumu). Šīs nozares kopā var veidot ekonomiski pamatotas, ilgtspējīgas un pat pelnošas industrijas. Ne visās sfērās, kas nodarbojas ar autortiesību objektu radīšanu, izmantošanu un apriti, Latvijas mērogā pastāv savstarpēji atkarīgu uzņēmumu sistēma, ko varētu saukt par “industriju”, tomēr ir iespējams definēt sektorus,

kuros potenciāli šādas industrijas varētu veidoties vai arī kuru uzņēmumi ir daļa no starptautiskām radošām industrijām.

Būtiski apzināties, ka iekļaujamas ne tikai radošās nozares, kas tieši rada autortiesību objektus un kultūras produktus, bet arī nozares, kas nodrošina un veicina šo objektu pavairošanu, izplatīšanu, patēriņu<sup>60</sup>. Ikvienu radošu industriju sastāv no uzņēmumiem un nozarēm, kas veic dažādas aktivitātes, sākot no autortiesību objekta (prototipa / idejas) radīšanas, pavairošanas un ražošanas – un beidzot ar pārdošanu, izplatīšanu, demonstrēšanu, patēriņa iespēju nodrošināšanu, saglabāšanu, izpratnes veidošanu un popularizēšanu<sup>60</sup>. Tas nozīmē, ka radošās industrijas var pētīt, vienīgi aptverot visu vērtību ķēdi, no kā atkarīga industrijas pastāvēšana un attīstība. Līdzīga izpratne par radošajās industrijās iekļaujamām jomām ir arī Lielbritānijas kultūras un sporta departamentam, kas šajā jomā tiek viennozīmīgi uzskatīts par autoritāti (skat. 6. pielikumu)<sup>60</sup>.

Piemēram, ķīmiskie fotomateriāli tiek ražoti tikai un vienīgi fotogrāfijas nozarei, šiem produktiem nav cita pielietojuma – tātad šīs nozares ir vai nu kopā iekļaujamas vai arī kopā izslēdzamas no radošo industriju loka. Citi piemēri ir grāmatniecība un grāmatu mazumtirdzniecība, televīzijas darbība un televizoru ražošana un tirdzniecība u.tml. Radošās industrijas nav spējīgas pastāvēt bez šo specifisko neradošo nozaru piedalīšanās.

### 1.21.1 Uzņēmumu atlase Lursoft uzņēmumu datu bāzē

- Radošo industriju nozaru definēšanai un vēlāk ekonomisko datu analīzei nepieciešams atlasīt gada pārskatu datus par aktīviem<sup>60</sup> uzņēmumiem, kuru pamatdarbības veids atbilst nozaru sarakstam pēc NACE klasifikatora. Analīzei nepieciešamas gan pilnīgi, gan daļēji iekļaujamās radošo industriju nozares, kā arī saistītās nozares, ja tās iekļautas pētījuma uzdevumā. Algoritms, pēc kura atlasāmi uzņēmumi Lursoft uzņēmumu datubāzē, dots 7. pielikumā.
- Pamatdarbības nozare pēc NACE klasifikatora bieži tiek norādīta, reģistrējot uzņēmumu. Tomēr tā var neatbilst patiesajai uzņēmējdarbībai vai arī mainīties laika gaitā augstāk iztīrātā iemeslu dēļ. Pie tam noteikta prasība uzrādīt pamatdarbības veidu pēc NACE klasifikācijas, reģistrējot uzņēmumu, bija tikai no 1998. gada līdz 2004. gadam: pārējā laikā tikai daļa uzņēmumu izvēlējās to darīt. Aktīviem uzņēmumiem pamatdarbības nozari periodiski nosaka CSP, kas uzskatāma par ticamāku informāciju, tomēr uzņēmumiem, kas vēl nav uzrādījuši nozīmīgu ekonomisko aktivitāti, var nebūt zināma pamatdarbības nozare, ja tie vēl ne reizes nav bijuši iekļauti CSP apsekojumā.<sup>60</sup>
- Pēc profesionālo asociāciju un nozaru organizāciju datiem iespējams validēt atsevišķu nozaru uzņēmumu sarakstu un pēc šo datu rūpīgas izvērtēšanas iekļaut trūkstošos nozares uzņēmumus (ja tiem nav norādīta vai ir neprecīza pamatdarbības nozare).

### 1.21.2 Daļēji iekļaujamās nozares

- Nozares, no kurām tikai daļa produkcijas saistīta ar radošo industriju produktiem (piemēram, NACE 5247 “Grāmatu, avīžu un rakstāmlietu mazumtirdzniecība”, NACE 2233 “Datorizēta materiāla reproducēšana”), būtu iekļaujamas daļēji. Liela daļa radošo nozaru šobrīd nav izdalāmas NACE

klasifikatorā četru zīmju līmenī: apģērba dizains, piemēram, varētu būt daļēji iekļauts nozarēs NACE 1800 “Apģērbu ražošana; kažokādu apstrāde un krāsošana” un/vai NACE 7484 “Pārējā citur neklasificēta komercdarbība” (skat.1. pielikumu). Nozaru ekspertiem jāizvērtē, kādas NACE klasifikatora nozares varētu ietvert šādu radošu nozaru fragmentus. Visām kaut daļēji atbilstošajām klasifikatora nozarēm piešķirami atbilstoši koeficienti, kas raksturotu, kāda daļa no nozares ir kādas radošas industrijas sastāvdaļa.

Šādus koeficientus iespējams noteikt, apsekojot reprezentatīvu uzņēmumu izlasi no attiecīgās klasifikatorā iekļautās nozares un noskaidrojot, kāda daļa no visiem šīs nozares uzņēmumiem klasificējami kā kādas radošās industrijas uzņēmumi. Sagaidāms, ka Latvijas radošo industriju apskatā<sup>60</sup> iekļautajām nozarēm (3. pielikums) koeficienti (vai koeficientu summa, ja tās iekļautas vairākos sektoros) būs salīdzinoši lieli, kamēr ārpus saraksta esošajām – mazāki.

Lai būtu iespējams noskaidrot atsevišķu radošo industriju sektoru ekonomisko efektu, jāpārstrādā arī radošo industriju daļījums sektoros, attiecinot to arī uz daļēji iekļaujamām nozarēm. Izmantojot koeficientus, iespējams sadalīt arī vairākiem radošo industriju sektoriem piekrītošas nozares, piemēram, NACE 9231 “Literārā un mākslinieciskā darbība”.

Pieņemot, ka nozarē ekonomiskie rādītāji ir homogēni (t.i., uzņēmumu skaita daļa atspoguļo arī attiecīgo darbinieku daļu, apgrozījuma daļu, eksporta daļu utt.), šie koeficienti tālāk lietojami statistisko datu apstrādei. Šāds pieņēmums izmantots arī ārzemju pētījumos. Pretējā gadījumā katrai nozarei būtu jāaprēķina atsevišķi apgrozījuma, nodarbinātības u.tml. koeficienti, taču tas būtiski sarežģītu pētījuma metodi, pie tam sagaidāms, ka tie būtiski neatšķirtos kļūdas robežās.

Šī informācija būs noderīga arī radošo industriju kartēšanā un turpmākos pētījumos, kuros tiks izmantoti valsts statistikas dati. Jārēķinās, ka radošo industriju izaugsmes un tautsaimniecības attīstības rezultātā atsevišķu nozaru īpatsvari var mainīties, tātad koeficienti – tāpat kā radošo industriju nozaru saraksts – pēc laika jāpārstrādā, jāprecizē.

### 1.21.3 Nozaru koeficienti

Lai aprēķinātu nozaru koeficientus, jāapseko reprezentatīva aktīvu uzņēmumu izlase no visām NACE klasifikatora nozarēm, kas daļēji iekļaujamas radošajās industrijās, kā arī radošo industriju nozares, kas iekļaujas vairākos sektoros. No katras nozares veic telefonaptauju desmit procentos aktīvo uzņēmumu, taču ne mazāk kā desmit uzņēmumos. Tipiski nozarē ir salīdzinoši maz lielu uzņēmumu, kas pārstāv lielu daļu nozares apgrozījuma, nodarbinātības u.tml., tādēļ nepieciešama nejauša kvalificēta izlase, kas nodrošinātu reprezentatīvu apgrozījuma atspoguļojumu. Uzņēmumus sakārto pēc apgrozījuma un izlasi veido tā, lai tā būtu vienmērīgi sadalīta visu lielumu uzņēmumos, iekļaujot arī vislielāko uzņēmumu. Tātad nozarē, kurā ir vairāk nekā 100 uzņēmumu, tiks iekļauts pirmais (vislielākais) uzņēmums, vienpadsmitais, divdesmit pirmais... uzņēmums.

Respondentam jābūt stratēģiskā (augstākā) vai vidējā līmeņa vadītājam vai (mazāka uzņēmuma gadījumā) uzņēmuma pārstāvim, kas pārziņā uzņēmuma darbības būtību. Pēc iespējas jācenšas samazināt atteikuma iespēju, uzsverot aptaujas īsumu un nozīmību. Veicot telefonaptauju, vispirms noskaidro, vai uzņēmuma reālais pamatdarbības veids atbilst statistikas datiem (nozarei pēc NACE). Nerezultatīva iznākuma gadījumā (ja uzņēmums nav saņēmis, atsakās atbildēt, ja tā pamatdarbība neatbilst izvēlētajai nozarei vai nav iespējams iegūt ticamu atbildi cita iemesla dēļ), to izslēdz no aptaujas un izlasi papildina ar nākošo attiecīgās nozares uzņēmumu no sakārtotā saraksta (piemēram, ja vienpadsmitais uzņēmums nav saņēmis, tā vietā nāk divpadsmitais).

Aptaujas galvenais uzdevums ir noskaidrot, vai respondentuzņēmums pēc savas pamatdarbības (NACE klasifikatora nozares ietvaros) ir vai nav kādas radošas industrijas (sektora) daļa. Ja uzņēmumam ir vairāki darbības virzieni, jāizvērtē galvenais (stratēģiski nozīmīgākais, uzņēmuma identitāti definējošais) darbības virziens. Šaubu gadījumā izvērtējams darbības virziens, kas rada lielāko apgrozījumu.

Pēc definīcijas, radoša industrija balstās uz individuālo vai kolektīvo radošumu, prasmēm un talantu; tā rada vai izmanto intelektuālo īpašumu, neatkarīgi no tā, vai šis intelektuālais īpašums ir vai nav reģistrēts; tā rada, attīsta, ražo, izmanto, izrāda, izplata, saglabā produktus, kam piemīt ekonomiska, kultūras un/vai izklaides vērtība. Kā minēts iepriekš, ne visi radošās industrijas uzņēmumi ir radoši. Pietiek ar uzņēmējdarbības aktivitāti, kas ir daļa no kādas no iepriekš definēto radošo industriju (sektoru) darbības.

Nozares koeficients iegūstams, izdalot radošo industriju uzņēmumu skaitu ar kopējo aptaujāto uzņēmumu skaitu attiecīgajā nozarē. Tas parādīs, kāda daļa no katras nozares ietilpst radošajās industrijās.

## ***1.22 Saistītās nozares***

- Lai pilnīgāk raksturotu ekonomisko ieguldījumu, varētu novērtēt arī radošo industriju netiešo devumu tautsaimniecībai caur saistītajām nozarēm. To iespējams veikt, izmantojot iepriekš aprakstītos izmaksu – izlaides modeļus vai arī definējot nozīmīgākās saistītās nozares un atsevišķi novērtējot to ekonomisko ieguldījumu (aprēķinot būtiskākos ekonomiskos rādītājus, attiecīgi piemērojot koeficientus, kas piešķirti radošajām industrijām, ar kurām tās saistītas).
- Šobrīd abām šīm metodēm ir būtiski ierobežojumi (adekvātu datu trūkums), kuru dēļ saistīto nozaru ieguldījuma novērtējumam būtu zema precizitāte un ticamība. Radošo industriju ieguldījumu tautsaimniecībā iespējams noteikt bez šīs soļa. Saistīto nozaru analīze veicama vien tad, ja būtiski uzlabojas attiecīgo datu pieejamība vai arī saistīto nozaru ieguldījuma novērtēšana ir tieši nepieciešama konkrētas rīcībpolitikas izstrādei, vai arī tiek definēts šaurāks pētījuma objekts (piem., kādas radošās industrijas vai atsevišķa pudura padziļināta blakusefektu analīze).

### 1.22.1 Izmaksu – izlaides modelis

- Izmaksu – izlaides tabulas visprecīzāk raksturo kādas nozares vai sektora kopējo ietekmi uz tautsaimniecību. Izmantojot šīs tabulas, iespējams aprēķināt ekonomiskos reizinātājus, kas raksturo attiecīgo nozaru savstarpējo ietekmi. Šajā modelī ietvertais pieņēmums, ka tehnoloģija (un līdz ar to arī saistības starp atsevišķām nozarēm) būtiski nemainās īsā termiņā, ir visai reālistisks, un šādas tabulas tiek plaši izmantotas ekonomiskajos pētījumos pasaulē.
- Arī Latvijā tiek sagatavotas šādas tabulas. Statistiskās informācijas valsts programmā 2007.gadam ir iekļautas simetriskās izmaksu-izlaides tabulas par 2004. gadu, atbilstoši Eiropas Savienības prasībām<sup>60</sup>. Tā kā tabula raksturo tikai nozaru savstarpējās attiecības, nevis konkrētus apjomus, dati nav uzskatāmi par novecojušiem. Tomēr cita problēma – datu detalizācijas pakāpe – ir daudz būtiskāka. Radošās industrijas ir grūti adekvāti izteikt 4 zīmju NACE sistēmā, taču izmaksu-izlaides tabulas Latvijā tiek gatavotas tikai 2 zīmju detalizācijas līmenī. Līdz ar to šobrīd šī metode nav izmantojama radošo industriju pētniecībā.

### 1.22.2 Saistīto nozaru noteikšana

- Alternatīvi izmaksu – izlaides modelim, aptaujājot radošās industrijas iekļaujamo un daļēji iekļaujamo nozaru uzņēmumus, jānoskaidro nozares, no kurām uzņēmums visvairāk ir atkarīgs ikdienas uzņēmējdarbībā: telefonintervijā iekļauj jautājumus par tiešajiem pircējiem un piegādātājiem. Nosakot saistītās nozares, būtiski ir noskaidrot tiešo darījumu partneru nozares, nevis konkrētus uzņēmumus.
- Daļa respondentu tiešo piegādātāju un tiešo pircēju būs radošo industriju uzņēmumi, taču no pārējām nozarēm biežāk minētās var uzskatīt par saistītām. Noskaidrotajām saistītajām nozarēm piemēro tos pašus koeficientus, kādi ir respondentu uzņēmumu nozarēm. Detalizētākai analīzei, kā arī nozaru analīzēm noderīga būs informācija par nozaru savstarpējo saistību. Tātad vērtīgi būtu ne vien veidot kopīgu saistīto nozaru sarakstu, bet arī reģistrēt katras radošās nozares saistītās nozares atsevišķi.
- Jāatzīmē, ka šādai saistīto nozaru noteikšanai tomēr ir vairāki ierobežojumi. Tā balstās uz pieņēmumu, ka nozaru ietekme un atkarība ir simetriska (t.i., uzņēmums vienmēr ir starp savu nozīmīgāko piegādātāju nozīmīgākajiem klientiem). Pie tam nozīmīgums ir neviennozīmīgs. Respondentam un arī intervētājam ir grūti objektīvi novērtēt atsevišķu nozaru (sadarbības partneru) relatīvo nozīmīgumu. Arī bez tiešajiem pircējiem un piegādātājiem var būt svarīga savstarpējā ietekme, kas turklāt var arī neizpausties naudas plūsmā (pēc kuras tiek rēķinātas arī izmaksu-izlaides tabulas). Treškārt, sarežģīti reģistrēt saistības pakāpi, kas rada korektas reprezentācijas problēmu.
- Noteikt radošo industriju pastarpināti saistītās nozares (t.i., nozares, kas saistītas ar saistītajām nozarēm, bet ne ar radošajām industrijām), nav praktiski. Pirmkārt, šīm nozarēm ir maza ietekme uz radošajām industrijām un atkarība no tām; otrkārt, ar katru soli būtiski samazinās iegūto datu ticamība. Treškārt, ar

katru soli strauji palielinās iekļauto nozaru skaits un aptvertā tautsaimniecības daļa, kas vairs maz liecinās par radošo industriju ieguldījumu, vien ilustrēs vispārzināmo visu tautsaimniecības nozaru savstarpējo saistību.

### **1.23 Kvantitatīvā analīze**

- Ekonomisko rādītāju kvantitatīvā analīze veicama, izmantojot nozaru koeficientus. Daļai jaunu, aktīvu uzņēmumu nav norādīts (ne arī CSP noteikts) pamatdarbības veids pēc NACE. Kvantitatīvajā analīzē jāiekļauj arī proporcionāla daļa no šādiem uzņēmumiem, pieņemot, ka to vidū radošo industriju daļa ir tāda pat kā tautsaimniecībā kopumā. Tāpat vēlams iekļaut arī datus par fiziskām personām, kas veic saimniecisko darbību attiecīgajās nozarēs.
- Atkarībā no pētījuma uzdevuma var analizēt ekonomisko ieguldījumu ne tikai radošajām industrijām kopumā, bet arī atsevišķi pa radošo industriju sektoriem un nozarēm, lai uzsvērtu to relatīvo nozīmīgumu. Papildus iespējams iekļaut informāciju par saistītajām nozarēm (attiecīgi pa sektoriem). Tāpat interesants ir ģeogrāfiskais aspekts – pa reģioniem (galvaspilsētu izdalot atsevišķi) un visu rādītāju dinamika pa gadiem.

#### **1.23.1 Statistiskie rādītāji**

- Svarīgākie rādītāji, kas raksturo ekonomisko aktivitāti un ieguldījumu tautsaimniecībā, ir uzņēmumu skaits, nodarbinātība, apgrozījums, pievienotā vērtība, eksports. Pēc iespējas aprēķināmi arī faktiski samaksātie nodokļi, ārējās tirdzniecības bilance. Pēc tam attiecīgi aprēķināmi šo rādītāju īpatsvari valsts tautsaimniecībā.

Uzņēmumu skaits un kopējais apgrozījums raksturo ekonomisko aktivitāti, nodarbinātība uzņēmumos un pašnodarbināto skaits – ieguldījumu darbavietu radīšanā. Pievienotā vērtība un faktiski samaksātie nodokļi raksturo ieguldījumu valsts iekšzemes kopproduktā, savukārt ieguldījumu Latvijas ārējā tirdzniecībā rāda eksporta līmenis, kā arī ārējās tirdzniecības bilance.

#### **1.23.2 Datu avoti**

- Pasaules praksē parasti kvantitatīvie dati (gan ekonomiski, gan neekonomiski rādītāji) tiek meklēti dažādos avotos – gan valsts oficiālajā statistikā, gan profesionālās apvienībās un organizācijās. Jāņem vērā, ka neoficiāla statistika var būt gan nepilnīga un nekvalitatīva, gan arī nesalīdzināmi vai grūti salāgojami ar citu statistiku dēļ atšķirībām metodēs. Tādēļ šie avoti izmantojami vien tad, ja sagaidāmais ieguvums (būtiski pilnīgāki un aktuālāki dati) ir lielāks par minētajiem negatīvajiem aspektiem. Latvijā nozaru organizācijām parasti ir novecojuši un fragmentāri dati (piem., tikai par biedriem, nevis visu nozari), pie tam tie bieži nav pieejami pētniecības nolūkiem konfidencialitātes dēļ. Tādēļ ekonomiskā efekta novērtēšanai šobrīd lietojami Centrālās Statistikas pārvaldes un Lursoft uzņēmumu datubāzes dati.
- Lielāko daļu nepieciešamo rādītāju par uzņēmumiem var iegūt, izmantojot Lursoft uzņēmumu datu bāzi (uzņēmumu publisko gada pārskatu dati), kā arī CSP. Dati par fiziskām (pašnodarbinātām) personām pieejami CSP.

- 
- Jāņem vērā, ka ārējās tirdzniecības dati atbilst nevis uzņēmumu, bet gan preču NACE kodiem. Tas nozīmē, ka dati neatspoguļo pētāmo uzņēmumu (nozaru) veikto ārējo tirdzniecību, bet gan konkrētu preču grupu importu un eksportu, neatkarīgi no tā, kādas nozares uzņēmumi šo tirdzniecību veic.
  - Pievienoto vērtību aprēķina CSP, un dati par faktiski samaksātajiem nodokļiem ir Valsts Ieņēmumu dienestam. Abos gadījumos paredzami nozīmīgi konfidencialitātes ierobežojumi. Ja atsevišķās nozarēs pievienotās vērtības dati ir konfidenciali šo nozaru mazā apjoma dēļ<sup>60</sup>, šo problēmu var risināt: neatklājot pievienoto vērtību katrā individuālā nozarē, CSP var apkopot pievienoto vērtību radošo industriju sektoros (vai vismaz radošajās industrijās kopā), izmantojot aktuālo NACE nozaru sarakstu un attiecīgos koeficientus daļēji iekļaujamām nozarēm. Iespējams, valstiski svarīga pētījuma gadījumā arī Valsts Ieņēmumu dienests var sniegt pa nozarēm vai sektoriem apvienotus datus (par nodokļu ieņēmumiem) vai arī uzticēt šo datu apkopošanu un apstrādi Centrālajai Statistikas pārvaldei.

### ***1.24 Metodikas kopsavilkums***

- Veicot ekonomiskā ieguldījuma izpēti, nepieciešams veikt sekojošus soļus:
- nozaru saraksta izstrāde (radošajās industrijās pilnīgi un daļēji iekļaujamās nozares) – ekspertu panelis
- radošo industriju un sektoru definēšana, nozaru klasificēšana tajos (pilnīgi un daļēji iekļaujamās nozares) – ekspertu panelis
- uzņēmumu atlase Lursoft uzņēmumu datubāzē no daļēji iekļaujamām nozarēm – atlases algoritms
- daļēji iekļaujamo nozaru koeficientu aprēķināšana – telefonaptauja
- kopējā radošo industriju uzņēmumu skaita īpatsvara aprēķināšana, lai to piemērotu kā koeficientu uzņēmumu kopai ar nezināmu pamatdarbības veidu
- statistisko datu apstrāde – ekonomisko rādītāju aprēķināšana radošajām industrijām kopā un atsevišķi sektoriem / industrijām