

Latvijas biznesa gada pārskats 2024

Firmas.lv  **LETA**
nacionālā informācijas aģentūra



SADARBĪBĀ AR
OXFORD RESEARCH 

**MEDIJI, REKLĀMA,
IZGLĪTĪBA, RADOŠĀS
INDUSTRIJAS**





Mediji, reklāma, izglītība, radošās industrijas

- Elektroniskie mediji • Informatīvie pakalpojumi • Izdevējdarbība • Reklāma, sabiedriskās attiecības
- Dizains, mode, māksla, jaunrade • Izglītība, apmācība

+/- Panākumi un neveiksmes

TV24 pamet bezmaksas apraidi

"TV Latvija" veidotais kanāls TV24 no 2025. gadā pamet bezmaksas apraidi.

Kompānijā skaidro, ka TV kanāls vairs nevar balstīties tikai uz reklāmas ieņēmumiem. Sadarbojoties ar kabeļtelevīzijas operatori un stiprinot satura pieejamību digitālajās platformās, TV24 varēs paplašināt satura piedāvājumu.

NBS saņem kritiku par komunikāciju saistībā ar Latgalē nokritušo Krievijas dronu

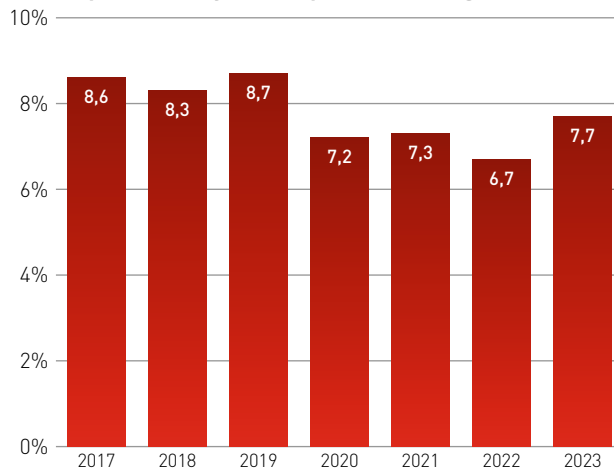
Nacionālie bruņotie spēki (NBS) saņem kritiku par komunikāciju pēc Krievijas palaista ar sprāgstvielu aprīkotā "Shahed" tipa drona nokrišanas Latgalē.

Tostarp NATO Stratēģiskās komunikācijas izcilības centra direktors Jānis Sārts medijiem pauda, ka ir nepieciešams uzlabot komunikāciju, gan sniedzot pietiekamu informāciju sabiedrībai, gan vienlaikus nepasakot par daudz un pār mēru neinformējot Krieviju.

Tāpat LU Ekonomikas un sociālo zinātņu fakultātes dekāns Jānis Iktens un politoloģe Lelde Metla-Rozentāle vērtēja, ka komunikācija saistībā ar notikušo neļāva Latvijas iedzīvotājiem justies droši.

Tendence

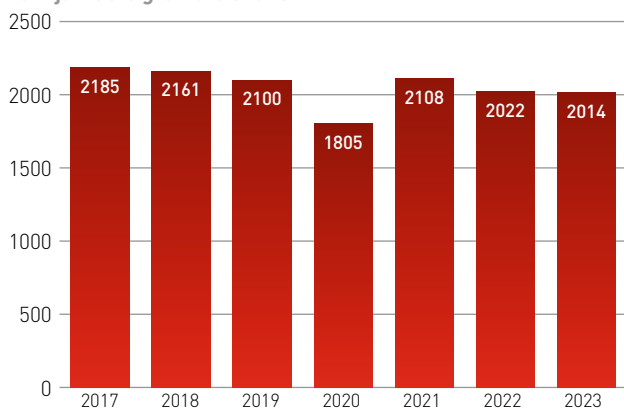
Mācības pārtraukšo jauniešu īpatsvars 18–24 gadu vecumā, %



Dati: Centrālā statistikas pārvalde

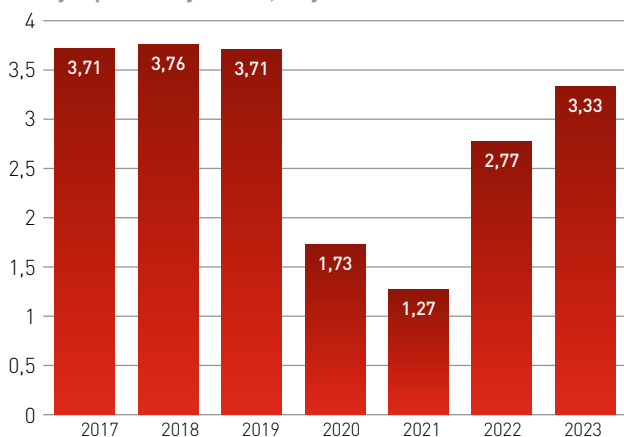
Nozares fakti

Latvijā izdoto grāmatu skaits



Dati: Centrālā statistikas pārvalde

Muzeju apmeklētāju skaits, milj.



Dati: Centrālā statistikas pārvalde

Izaicinājumi un atbalsts

Septiņu mediju projekti varētu saņemt Atveseļošanas fonda atbalstu procesu modernizācijai

Centrālā finanšu un līgumu aģentūra (CFLA) pabeigusi projektu pirmreizējo vērtēšanu par Atveseļošanas fonda atbalstu mediju nozares uzņēmumiem, veicinot to digitālo transformāciju un darbības pielāgošanu mūsdienu tendencēm digitālajā vidē, un par mērķim paredzēto finansējumu – 3,7 miljoniem eiro – varēs īstenot septiņus projektus.

CFLA saņēmusi kopumā 30 projektu iesniegumus, kuros plānotais AF ieguldījums veido 12 219 810 eiro, kas vairāk nekā trīs reizes pārsniedz pieejamo atbalstu, kas ir 3,7 miljoni eiro. Atbalsta saņemšanai virzīti pieci projekti, kuri saņēma maksimālo punktu skaitu projektu iesniegumu kvalitātes kritērijos, kā arī divi projekti, kuri rindojumā bija nākamie un guva priekšroku, jo tos paredzēts īstenot plānošanas reģionā ar mazāko reģionālo iekšzemes kopproduktu uz vienu iedzīvotāju – Kurzemē.

Atveseļošanas fonda finansējumu varēs izmantot mediju uzņēmumu ražošanas procesu digitalizācijai – digitālo risinājumu, auditorijas pētījumu, aparatūras, sensoru, iekārtu, programmatūras, programmatūras licenču un informācijas tehnoloģiju infrastruktūras izstrādes, iegādes, uzstādīšanas un pielāgošanas izmaksu segšanai.

LTV7 turpmāk visu saturu nodrošinās tikai valsts valodā

Atbilstoši Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (SEPLP) veiktajiem grozījumiem Mazākumtautību multimediju platformas koncepcijā LTV7 no 2025. gada. 1. janvāra saturs ir jānodrošina tikai valsts valodā.

Latvijas Televīzijas (LTV) pārstāve Anita Jansone atzīmēja, ka lēmums no 2025. gada visu LTV7 saturu nodrošināt tikai valsts valodā ir pieņemts kopīgās diskusijās ar SEPLP, izvērtējot lineārā kanāla auditorijas sasniedzamības datus.

Līdz šim ziņu raidījums "Šovakar. LSM+ ziņas" bija vienīgais LTV7 regulārais raidījums krievu valodā.

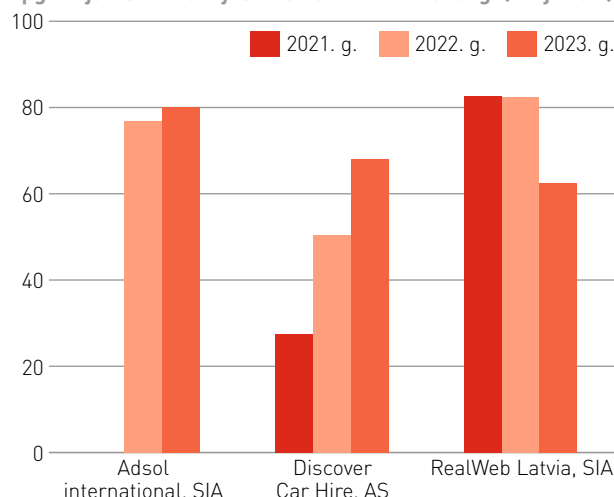
Rādītāju dinamika

Uzņēmumi, kuru apgrozījums ir virs 145 000 EUR

	2021	2022	2023
Apkopoto uzņēmumu skaits	876	991	981
Darbinieku skaits, tūkst.	16	18	16
Apgrozījums, milj. EUR	1260	1440	1489
Rentabilitāte, %	7	8	7
Peļņa, milj. EUR	85	114	107
Apgrozījuma izmaiņas, %	29,79	14,29	3,39

Apgrozījums industrijas līderiem

Apgrozījums industrijas līderiem 2021.–2023. g. (milj. EUR)



Virsnovares skaitļos

	Uzņēmumu skaits			Apgrozījums, peļņa EUR						Darbinieki, skaits kopā	Nodokļi (VID dati)	
	Kopā	Pieaudzis apgrozījums	Jauni atlasē	Neto apgrozījums, tūkst.	23/22	22/21	21/20	Peļņa, tūkst.	Rentabilitāte		Kopā, milj.	VSAOI uz darbinieku, tūkst. EUR
Mediji, reklāma, izglītība, radošās industrijas	981	71	15	1 489 051	3%	13%	23%	106 853	7%	15 989	222	5,65
Dizains, mode, māksla, jaunrade	231	71	25	161 116	6%	33%	21%	12 406	8%	3746	37	4,96
Elektroniskie mediji	32	59	3	106 086	2%	13%	12%	7324	7%	1393	24	7,62
Informatīvie pakalpojumi	84	65	12	198 749	9%	22%	13%	36 261	18%	1940	33	6,72
Izdevējdarbība	75	51	9	67 019	-20%	21%	6%	937	1%	1302	12	4,54
Izglītība, apmācība	160	80	13	164 575	12%	13%	14%	12 338	7%	3906	34	4,44
Reklāma, sabiedriskās attiecības	399	72	13	791 506	3%	5%	30%	37 587	5%	3702	82	6,71

TOP 10

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2023. g. neto apgrozījums, tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2022. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	Adsol international, SIA	Reklāma: vides	80 090	4,33%	0	1
2	Discover Car Hire, AS	Informatīvie pakalpojumi	68 037	34,66%	17	165
3	RealWeb Latvia, SIA	Reklāma	62 554	-24,14%	1	13
4	YM MEDIA EUROPE, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	51 158	0,27%	8	4
5	Data Stories, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	32 203	49,64%	0	1
6	All Media Latvia, SIA	Televīzija	30 255	5,79%	20	217
7	Latvijas Televīzija, Valsts SIA	Televīzija	28 836	1,44%	0	513
8	Httpool Latvia, SIA	Reklāma: vides	22 438	04,02%	30	95
9	Inspired, SIA	Reklāma	19 898	61,69%	2	42
10	Initiative Latvia, SIA	Reklāma	19 648	11,18%	0	27

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Asociācijas viedoklis

Straujā izaugsme nozarē rada konstantu speciālistu trūkumu



Latvijas Komunikācijas asociācijas padomes priekšsēdētāja
Antra Bork-Ržečicka

Nozari raksturo četras pazīmes: izaugsme, speciālistu trūkums, digitālā transformācija, komunikācijas lomas maiņa no atbalsta funkcijas uz stratēģisko.

Nu jau pēdējos piecus gadus nozare piedzīvo izaugsmi, vidēji augot par 20% gadā. Straujā izaugsme nozarē rada konstantu speciālistu trūkumu. Par vieniem un tiem pašiem talantiem cīnās gan komunikācijas aģentūras, gan valsts pārvalde, gan uzņēmumi un nevalstiskais sektors.

Katrai no šobrīd nozari raksturojošām pazīmēm ir iespēju un ēnas puse. Izaugsme liek pārskatīt kvalitātes kontroles mehānismus, bet ļauj paplašināt pakalpojumu klāstu un attīstīt jaunus darbības virzienus. Speciālistu trūkums veicina nozares efektivitāciju – digitālo rīku, mākslīgā intelekta izmantošanu, taču mākslīgais intelekts neaizstāj dabīgo intelektu, bet to papildina.

Digitālā transformācija pilnībā mainījusi informācijas apriti, piešķirot komunikācijas procesiem paātrinājumu – ziņas telefonā, pieaugoša sociālo tīklu nozīme, informācijas pieejamība maina veidu, kā tiek organizēts komunikācijas process, vienlaikus padara pieejamus risinājumus segmentētākai auditorijas uzrunāšanai. Savukārt komunikācijas lomas maiņa no atbalsta funkcijas uz stratēģisko ir sava veida garants tam, ka nozares izaugsme turpināsies, jo jārēķinās ar ātri mainīgām sociālajām un ekonomiskajām realitātēm, un komunikācija vairs nevar būt tikai papildinājums, bet gan būtisks elements, kas nosaka organizāciju panākumus.

Biznesā šī maiņa veicina labāku saziņu starp uzņēmumu un sabiedrību, kā arī vadību un darbiniekiem, veidojot atvērtāku kultūru.

Valsts pārvaldē komunikācijas loma ir vēl svarīgāka, jo tā ietekmē sabiedrības uztveri par valdības rīcību un politiku. Tomēr te ļoti būtiska ir piebilde – arvien biežāk politiķiem rodas kārdinājums nekvalitatīvus lēmumus “norakstīt” uz neizdevušās komunikācijas rēķina, tā gan ir atbildības pārliekšana uz komunikatoru pleciem, īpaši gadījumos, kad komunikācijas speciālisti lēmumu pieņemšanas procesā nemaz nav bijuši iesaistīti. Vienkāršās analogijās runājot, mūsu politikā šobrīd populāri izliet no glāzes ūdeni un pēc tam domāt, kā to “savākt” atpakaļ glāzē. Tāda pieeja pie laba rezultāta novedīs, pretēji savlaicīgai komunikatoru iesaistei kvalitatīvu lēmumu pieņemšanas procesos.

Asociācijas viedoklis

Reklāmas un mediju nozarē nākamajos gados ir gaidāms lēnas izaugsmes periods



Latvijas Reklāmas asociācijas valdes priekšsēdētāja
Baiba Liepiņa

Latvijas reklāmas un mediju nozare līdzīgi kā citas nozares saskaras ar vairākiem būtiskiem izaicinājumiem, kas lielā mērā ir saistīti ar kopējo ekonomisko un ģeopolitisko situāciju. Šādi apstākļi rada zināmu piesardzību reklāmdevēju vidū, jo reklāmdevēji daudz pragmatiskāk un rūpīgāk apsver mārketinga komunikācijas budžetus.

Viens no būtiskākajiem izaicinājumiem ir satura ražošanas izmaksu pieaugums algu un citu izdevumu palielināšanās dēļ, kam ir ietekme uz vietējiem medijiem un platformām, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma. Oriģinālsaturs un saturs latviešu valodā ir pieprasīts, taču, ja izmaksu pieauguma dēļ būs samazinājies kvalitatīva pieejamā satura apjoms un ja cilvēki tādēļ sāks mazāk lasīt, klausīties un skatīties vietējo medijus, tas var radīt negatīvu ietekmi uz reklāmas tirgu.

Šogad papildu izaicinājumu radījusi “TikTok” ienākšana Latvijas reklāmas tirgū, piedāvājot jaunas iespējas, bet vienlaikus arī palielinot konkurenci par reklāmas budžetiem.

Neskatoties uz šīm grūtībām, ir saredzamas vairākas pozitīvas lietas. Pieprasījums pēc vides medijiem, īpaši digitālajiem ekrāniem, turpina pieaugt, jo klienti novērtē šo mediju efektivitāti plašu auditoriju sasniegšanā, tas liek aktivizēties vides reklāmas uzņēmumiem, novedot pie cenu konkurences. Iespējamās izmaiņas normatīvajos aktos sola sniegt pozitīvu ietekmi uz reklāmas tirgu kopumā, piemēram, ir sagaidāma kreditēšanas reklāmas aizlieguma atcelšana, nosakot prasības kreditēšanas reklāmai. Šādas izmaiņas noteikti stimulēs ne tikai finanšu sektora reklāmas aktivitāti, bet arī līzinga pakalpojumu un mazumtirdzniecības piedāvājumu kampaņu atgriešanos reklāmā, radot papildu darbu reklāmas nozarē.

Nākotnes izredzes ir optimistiskas, lai arī nākamajos gados ir gaidāms lēnas izaugsmes periods, tomēr tā būs izaugsme. Nozares spēlētājiem būs jāturpina pielāgoties jaunajām tehnoloģijām, īpaši mākslīgā intelekta klātbūtnē, kura efektīvu izmantošanu pierāda zīmolu un patērētāju pētījumi. Lai veiksmīgi turpinātu attīstību, reklāmas un mediju nozares pārstāvjiem būs jāizmanto jaunākās tehnoloģiskās iespējas, kas palīdzēs uzlabot efektivitāti un nostiprināt konkurētspēju tirgū.

Dizains, mode, māksla, jaunrade



Jāstrādā pie jaunu talantu attīstīšanas

Latvijas Nacionālās operas un baleta vadītājs
Sandis Voldiņš

Ir lietas, kas noteikti ir stiprināmas. Primāri tā ir savlaicīga repertuāra un jauniestudējumu plānošana. Kritiski ir nepieciešamas arī investīcijas gan pašā ēkā, gan tehnoloģijās. Jāstiprina arī tās funkcijas, kas ir saistītas ar talantu attīstību. Mēs līdz šim neesam pietiekami daudz ieguldījuši jaunu talantu attīstībā un viņu karjeras veidošanā. Rezumējot fokuss būs uz izglītību, investīcijām ēkā un mākslinieciskās kvalitātes stiprināšanu, kas iespējama, tikai savlaicīgāk plānojot repertuāru un

jauniestudējumus. Ir arī atsevišķas lietas, kuras mainīšu. Piemēram, pārstrukturēsīm sezonu, un pavasarī notiekošais Operas festivāls būs veltīts tikai operai, neliekot klāt baletu. Nākamo trīs gadu laikā veidosim atsevišķu baleta festivālu. Tajā pašā laikā repertuāra jauniestudējumos neplānoju mainīt proporciju un to skaitu, paliks trīs operu jauniestudējumi un divi baletu jauniestudējumi. Mēs mēģinām profilēt notikumus, piemēram, sezonas atklāšanas koncertā parādīt jaunus māksliniekus.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2023. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2022. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	Diana Svecas, SIA	Daiļamatniecība	14 135	-19,77%	17	215
2 ¹	TheSoul Studio Latvia, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	6 839	2,34%	4	118
3	FORMA PRO FILMS, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	6 199	-32,92%	11	6
4	Latvijas Nacionālā opera un balets, Valsts SIA	Teātri	4 265	36,72%	3	556
5	Dailes teātris, Valsts SIA	Teātri	4 085	33,85%	0	218
6	BDG concerts, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	3 573	9,11%	2	3
7	Biļešu paradīze, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	3 228	47,67%	42	13
8	Trentini, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	3 033	-17,64%	-14	22
9	Brīvdienas, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	2 862	86,06%	3	26
10	Jaunais Rīgas teātris, Valsts SIA	Teātri	2 600	70,93%	1	92
11	Latvijas Nacionālais teātris, Valsts SIA	Teātri	2 548	46,58%	0	181
12 ²	Latvian Theatrical Distribution, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	2 277	-17,65%	4	3
13	Mihaila Čehova Rīgas Krievu teātris, Valsts SIA	Teātri	2 276	63,72%	1	129
14	Dzintaru koncertzāle, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	2 266	40,37%	6	31
15	Latvijas Okupācijas muzeja biedrība	Muzeji	2 006	-29,29%	-2	50
16	DK Pro, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 755	7,67 reizes	17	3
17	Kollektiff, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	1 644	52,93%	1	3
18	MISURA, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 565	16,49%	7	3
19	SEBO BEAUTY, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 476	3,58 reizes	36	25
20	Decco Centrs, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 451	10,11%	67	3
21	Morozov & Son, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 360	-29,38%	-26	9
22	FILM ANGELS STUDIO, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	1 345	138,24%	5	1
23	NEOKLASIKA, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 343	1,85%	1	12
24	Vidzemes koncertzāle, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	1 340	36,23%	0	36
25	APVIENĪBA ARS NOVA, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	1 331	139,60%	30	5

¹ Ir likvidācijas process.

² Atšķirīgs pārskata periods no 01.05.2023. līdz 30.04.2024.

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Elektroniskie mediji



Mediji kļūst par valsts drošības elementiem

Latvijas Televīzijas
valdes priekšsēdētājs
Ivars Priede

Krievijas pilna mēroga iebrukums Ukrainā ir būtiski ietekmējis arī Latvijas mediju nozari. 2023. gadā un jo īpaši 2024. gadā tika sperti nopietni soļi, lai mediji ne tikai deklaratīvi, bet arī faktiski kļūtu par valsts drošības elementiem. Fundamentāli mainījās izpratne – ja līdz šim uz mums skatījās kā uz tehniskiem sabiedrības apziņotājiem krīzes situācijās, tad šobrīd esam būtiska valsts drošību garantējoša sastāvdaļa, kurai ir noteikti uzdevumi.

Ir pieņemts galīgs lēmums par sabiedrisko mediju apvienošanu, un 2025. gadā darbu sāks Latvijas Sabiedriskais medijs. Šī ir loģiska un sen gaidīta divu sabiedrisko mediju apvienošana. Tehnoloģiski attīstīts un jaudīgs sabiedriskais medijs pavērs jaunas sadarbības iespējas ar komercmedijiem, kļūs par pamatu ne tikai visas mediju nozares, bet arī ar to saistīto nozaru ilgtspējīgai izaugsmei, kas šajos ģeopolitiskajos apstākļos ir ļoti būtiski.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2023. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2022. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	All Media Latvia, SIA	Televīzija	30 255	5,79%	20 ■	217
2	Latvijas Televīzija, Valsts SIA	Televīzija	28 836	1,44%	0 ■	513
3	Latvijas Radio, Valsts SIA	Radio	13 463	5,32%	-1 ■	293
4	Helio Media, SIA	Televīzija	12 799	20,55%	1 ■	44
5 ¹	Encompass Digital Media Latvia, SIA	Televīzija	4 481	-10,74%	6 ■	91
6	RADIO SWH, AS	Radio	3 506	0,21%	-1 ■	23
7	Star FM, SIA	Radio	2 006	22,27%	38 ■	5
8	RADIO SKONTO LV, SIA	Radio	1 774	-14,40%	-3 ■	24
9	LIETIŠKĀS KREATIVITĀTES GRUPA, SIA	Televīzija	968	16,41%	1 ■	18
10	TV LATVIJA, AS	Televīzija	791	-%	-23 ■	8
11 ²	SDI Media Latvia, SIA	Televīzija	768	-61,99%	-2 ■	7
12	Eiropas Hitu Radio, AS	Radio	742	64,29%	3 ■	4
13	Re MEDIA, SIA	Televīzija	555	7,23%	0 ■	10
14 ³	RED DOT MEDIA, SIA	Televīzija	450	-13,33%	9 ■	10
15	Radio TEV, SIA	Radio	440	-3,72%	9 ■	10
16	Letmo Ltd, SIA	Televīzija	361	64,68%	-10 ■	2
17	RADIO MARIJA LATVIJA	Radio	361	57,68%	3 ■	7
18	LATVIJAS KRISTĪGĀ RADIO ATBALSTA BIEDRĪBA	Radio	357	9,19%	-7 ■	3
19	KURZEMES RADIO, AS	Radio	316	-2,34%	-11 ■	14
20	GREM	Televīzija	284	44,93%	26 ■	2
21	VĀRDS & CO, SIA	Radio	260	-6,99%	-1 ■	13
22	VIDZEMES TV, SIA	Televīzija	256	10,13%	0 ■	15
23	SILK MILK Media, SIA	Televīzija	255	8,30%	18 ■	10
24	EHR Latviešu Hiti, SIA	Radio	244	-56,26%	31 ■	6
25	Baltic media solution, SIA	Televīzija	224	36,73%	18 ■	2

¹ Atšķirīgs pārskata periods no 01.04.2023. līdz 31.03.2024.

² Ir likvidācijas process.

³ Atšķirīgs pārskata periods no 01.09.2022. līdz 31.08.2023.

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Informatīvie pakalpojumi



Visā pasaulē tiešsaistes mediji cieš no reklāmas aizplūšanas uz globālajām platformām

LETA valdes loceklis
Juris Mendziņš

Kopējie valsts ekonomikas izaicinājumi nav atstājuši neskartu arī mediju pasauli. Divi lielākie tiešsaistes mediji Latvijā 2023. gadā ir strādājuši ar zaudējumiem.

Latvijas situācija nav unikāla: visā pasaulē tiešsaistes mediji cieš no reklāmas resursu aizplūšanas uz globālajām platformām, un pēdējo piecu gadu laikā plaši ieviestie maksas

satura pakalpojumi diemžēl nespēj kompensēt šo izaicinājumu.

Parlaments 2024. gada janvārī galīgā lasījumā pieņēma grozījumus Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumā, kas paredz vienu sabiedrisko mediju no 2025. gada 1. janvāra. Kā tas ietekmēs visu mediju industriju, tostarp žurnālistu resursu pieejamību darba tirgū – rādīs laiks.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2023. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2022. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	Discover Car Hire, AS	Informatīvie pakalpojumi	68 037	34,66%	17 ■	165
2	iPS Media, SIA	Informatīvie pakalpojumi	14 263	109,24%	12 ■	7
3	Webhelp, SIA	Informatīvie pakalpojumi	14 160	22,68%	14 ■	578
4	SS, SIA	Informatīvie pakalpojumi	12 005	8,93%	90 ■	8
5	SF2, SIA	Informatīvie pakalpojumi	8 417	115,53%	17 ■	21
6	Top Media, SIA	Informatīvie pakalpojumi	7 460	25,31%	6 ■	16
7	Cabonline Customer Service Latvia, SIA	Informatīvie pakalpojumi	5 676	12,11%	7 ■	213
8	DELFI, AS	Informatīvie pakalpojumi	5 599	-6,32%	-2 ■	133
9 ¹	LETA, SIA	Informatīvie pakalpojumi	5 072	17,97%	9 ■	119
10	SMS SOLUTIONS, SIA	Informatīvie pakalpojumi	5 005	-52,48%	-5 ■	8
11 ¹	TVNET GRUPA, SIA	Informatīvie pakalpojumi	4 138	8,42%	-4 ■	89
12	NETSHAPE DEVELOPMENT, SIA	Informatīvie pakalpojumi	3 546	158,13%	16 ■	4
13	Latvijas Tālrunis, SIA	Informatīvie pakalpojumi	3 415	8,47%	15 ■	41
14	SEOBROTHERS, SIA	Informatīvie pakalpojumi	2 808	-18,44%	10 ■	25
15	Ibanpay, SIA	Informatīvie pakalpojumi	2 664	-31,00%	-4 ■	73
16	RĪGAS KARTE, SIA	Informatīvie pakalpojumi	2 221	-2,92%	4 ■	5
17	LURSOFT IT, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 941	6,78%	18 ■	36
18	dots.365, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 923	-5,34%	0 ■	36
19	ZOLT, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 544	6,61 reizes	10 ■	5
20	4WARD, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 392	0,70%	18 ■	1
21	Draugiem, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 313	-18,31%	17 ■	19
22	Weby, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 213	11,01%	22 ■	2
23	AgroPlatforma, AS	Informatīvie pakalpojumi	1 006	103,11%	1 ■	2
24	Web Graph, SIA	Informatīvie pakalpojumi	896	-7,83%	2 ■	11
25	Firmas.lv, SIA	Informatīvie pakalpojumi	882	38,04%	18 ■	1

¹ Atšķirīgs pārskata periods no 01.05.2023. līdz 30.04.2024.
Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Izdevējdarbība



Aug preses izdevumu lasītāju skaits digitālajā vidē

AS "Latvijas mediji"
valdes priekšsēdētājs
Guntars Kļavinskis

Drukātās preses nozarei gads ir bijis smags un samērā līdzīgs iepriekšējam.

Kā būtiskāko notikumu varētu izcelt VAS "Latvijas pasta" vadības iecerētā pasta nodaļu dramatiskā skaita samazināšanas plāna apturēšanu, ko kopīgiem spēkiem ar satiksmes ministru Kasparu Briškenu ir izdevies panākt. Diemžēl ir palielināti pasta piegādes tarifi, kas nevar neatstāt ietekmi uz preses abonēšanas gala cenu.

Asāk nekā iepriekš ir iezīmējusies tendence atsevišķās tirdzniecības vietās samazināt preses tirdzniecībai atvēlēto platību,

kas samazina preses pieejamību, sortimenta daudzveidību, un, piemēram, "Lidl" atteikšanās pieņemt tirdzniecībai presi kā tādu.

Kā pozitīvu tendenci var minēt drukātās preses izdevumu satura lasītāju pieaugošo skaitu digitālajā vidē.

Un galvenais, neskatoties uz negatīvajiem faktoriem, preses izdevniecības spējušas turpināt darbību, izņemot divas. Drukātā prese ir saglabājusi lielu lasītāju skaitu, kuri acīmredzot novērtē kvalitatīvu saturu.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2023. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2022. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	Apgāds Zvaigzne ABC, SIA	Izdevniecības, apgādi	15 348	12,57%	5 ■	314
2	ŽURNĀLS SANTA, SIA	Izdevniecības, apgādi	6 173	-2,15%	10 ■	104
3	LATVIJAS MEDIJI, AS	Preses izdevumi	4 192	-2,18%	1 ■	101
4	Latvijas Vēstnesis, Valsts SIA	Izdevniecības, apgādi	2 435	3,13%	0 ■	65
5	Printseekers, SIA	Izdevniecības, apgādi	2 241	3,41 reizes	28 ■	6
6	Press Distribution Center, SIA	Izdevniecības, apgādi	2 168	4,88%	-6 ■	20
7	Imaging Print, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 894	-34,53%	-25 ■	16
8	Jāņa sēta, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 753	-1,36%	5 ■	29
9	Izdevniecība Dienas Mediji, SIA	Preses izdevumi	1 697	2,85%	1 ■	47
10	YM MEDIA PRINT, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 687	20,65%	-33 ■	22
11	DIENAS ŽURNĀLI, Izdevniecība, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 523	-14,72%	-10 ■	27
12	Cīts medijs, AS	Izdevniecības, apgādi	1 395	-13,56%	1 ■	22
13	COLORFAB, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 204	06,05%	6 ■	15
14	Masu mediju grupa, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 164	20,99%	5 ■	5
15	EGMONT LATVIJA, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 115	-4,95%	10 ■	9
16	Dienas bizness, SIA, Izdevniecība	Preses izdevumi	1 037	44,13%	2 ■	16
17	ZĪME, SIA	Izdevniecības, apgādi	972	5,43%	6 ■	19
18	Izdevniecība iŽurnāli, SIA	Izdevniecības, apgādi	883	12,79%	20 ■	19
19	Frank's House, SIA	Preses izdevumi	877	52,64%	2 ■	2
20	KUMA, SIA	Izdevniecības, apgādi	866	-12,47%	3 ■	4
21	KURZEMES VĀRDS, SIA	Preses izdevumi	802	-2,47%	-10 ■	34
22	MEDIJU NAMS, SIA	Preses izdevumi	724	-4,56%	-93 ■	24
23	Nostrum, SIA	Izdevniecības, apgādi	713	*	7 ■	1
24	satura darbnīca TAPT, SIA	Izdevniecības, apgādi	650	-9,74%	5 ■	7
25	JĀŅA ROZES apgāds, SIA	Izdevniecības, apgādi	574	-3,48%	28 ■	6

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Izglītība, apmācība



Starp jauniešiem Latvijā trūkst veselīgas sāncensības

“airBaltic Training”
izpilddirektors
Vilmants Mažons

Baltijas un citu Eiropas valstu jauniešu izglītības profilā nav vērojamas krāsas atšķirības. Studentu loks ir ļoti daudzveidīgs – jaunieši, kuri tikko absolvējuši skolu, mācību vielu apgūst ļoti ātri, savukārt kadeti, kuri ir vecāki, izmanto pieredzi un līdz šim dzīvē jau iegūtās zināšanas, to priekšrocības, vairāk vēloties izprast apgūstamās lietas būtību.

Valodu zināšanu līmeņa ziņā esam gandarīti, ka šīs prasmes Latvijas studentiem ir ļoti labā līmenī. Tiesa, atšķirības novērojamas

sociālajās prasmēs, proti, kā cilvēks sevi pasniedz un prezentē. Jāatzīst, ka ārzemju studenti šajā jautājumā ir atvērtāki, brīvāki.

Lielākais izaicinājums ir saistīts ar konkurences faktu. Respektīvi, Latvijas jauniešu vidū novērojams savstarpējās konkurences, varētu sacīt, veselīgas sāncensības trūkums, lai tiektos sasniegt vairāk, tiektos uz augstāko individuālo attīstību. Tas ir jautājums par motivāciju, kas savukārt pēcāk, strādājot starptautiskā vidē, ļoti noderēs.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2023. gada aproz. tūkst. EUR	Apzīmējuma izmaiņas, pret 2022. g., %	Rentabili- tāte, %	Darbinieku skaits
1	LATVIJAS STARPTAUTISKĀ SKOLA	Izglītība: vispārējā	8 377	10,02%	15 ■	123
2 ¹	King's College Latvia, SIA	Izglītība: vispārējā	8 040	33,14%	15 ■	74
3	Rīgas Tūrisma un radošās industrijas tehnikums, Valsts SIA	Izglītība: profesionālā	6 981	8,76%	0 ■	252
4	HOKEJA AKADĒMIJA, SIA	Apmācība: dažādi	6 587	77,71 reizes	4 ■	9
5 ²	Biznesa, mākslas un tehnoloģiju augstskola “RISEBA, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	6 193	1,58%	6 ■	167
6	Ekziperī SIA, Starptautiskā vidusskola	Izglītība: vispārējā	6 171	20,59%	-14 ■	112
7	Novikontas Jūras koledža, SIA	Apmācība: dažādi	5 844	45,16%	33 ■	48
8	Rīgas Starptautiskā skola	Izglītība: vispārējā	5 527	14,51%	11 ■	80
9	Lielvārds, SIA	Apmācība: dažādi	5 031	1,50%	6 ■	58
10	Air Baltic Training, SIA	Apmācība: dažādi	4 803	89,94%	20 ■	33
11	Novikontas Connect, SIA	Apmācība: dažādi	4 533	48,73%	3 ■	87
12	BUTS, SIA	Apmācība: dažādi	3 872	-17,21%	7 ■	107
13	Bulduru Tehnikums, SIA	Izglītība: profesionālā	3 274	13,79%	1 ■	112
14	STOCKHOLM SCHOOL OF ECONOMICS IN RIGA, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	3 214	11,55%	5 ■	63
15 ³	EnglishOK, SIA	Apmācība: valodu	2 908	188,64%	-2 ■	24
16	Transporta un sakaru institūts, AS	Izglītība: augstākā, augstskolas	2 828	09,07%	-46 ■	123
17	V.V. mācību centrs, SIA	Izglītība: vispārējā	2 807	16,96%	12 ■	50
18	Privātā vidusskola ĀBVS, Biedrība	Izglītība: vispārējā	2 744	14,72%	1 ■	100
19	Akadēmiskās informācijas centrs, Nodibinājums	Izglītība: augstākā, augstskolas	2 330	23,17%	-7 ■	40
20 ⁴	EKONOMIKAS UN KULTŪRAS AUGSTSKOLA, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	2 267	35,55%	19 ■	70
21	Autoskola EINŠTEINS, SIA	Apmācība: autovadītāju, autoskolas	2 148	36,40%	11 ■	25
22	BALTIJAS DATORU AKADĒMIJA, SIA	Apmācība: datorzinību	2 125	58,24%	10 ■	28
23	PRIVĀTSKOLA “LATREIA”	Izglītība: vispārējā	1 857	25,28%	4 ■	47
24	Biznesa vadības koledža, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	1 822	8,53%	8 ■	98
25	Rīgas komercskola, SIA	Izglītība: vispārējā	1 790	4,68%	24 ■	55

¹ Atšķirīgs pārskata periods no 01.09.2022. līdz 31.08.2023.

² Atšķirīgs pārskata periods no 01.08.2022. līdz 31.07.2023.

³ Saimnieciskās darbības apturēšana.

⁴ Izslēgts no PVN reģistra. Atšķirīgs pārskata periods no 01.09.2022. līdz 31.08.2023.

Avots: Firms.lv, licencēti UR dati

Reklāma, sabiedriskās attiecības



Sabiedrisko attiecību nozarē turpinās integrētās komunikācijas dominānce

“LEAD. Korporatīvā komunikācija”
valdes loceklis
Silvestrs Savickis

Šodien nav iedomājamas kampaņas, kurās klienti nesagaidītu vispusīgu komunikācijas instrumentu sintēzi, vai tās būtu mediju attiecības, iniciētā publicitāte vai digitālā komunikācija, tostarp sociālo mediju komunikācija, grafiskie, video un audio risinājumi, kā arī pasākumi un reklāmas laukumu un raidlaiku iegāde tradicionālajos un sociālajos medijos.

Arvien skaidrāk ir saskatāma sabiedrisko attiecību uzņēmumu specializācija, kas salīdzinoši mazajā Latvijas sabiedrisko

attiecību tirgū iepriekš nebija plaši novērota, piemēram, dažādības vadības un ilgtspējas jautājumos vai militārās un aizsardzības industrijas interešu pārstāvēniecībā un citās jomās. Novērojams, ka arvien augstāk novērtētas tiek komunikācijas stratēģijas, kuru izstrāde balstās kvalitatīvos un akadēmiskos pētījumos balstītos datos, kas nozīmē, ka arvien biežāk organizācijas ir gatavas ieguldīt resursus padziļinātai problemātikas izpētei, kas vēlāk nes daudz kvalitatīvākus rezultātus.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2023. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2022. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	Adsol international, SIA	Reklāma: vides	80 090	4,33%	0 ■	1
2	RealWeb Latvia, SIA	Reklāma	62 554	-24,14%	1 ■	13
3	YM MEDIA EUROPE, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	51 158	0,27%	8 ■	4
4	Data Stories, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	32 203	49,64%	0 ■	1
5	Httpool Latvia, SIA	Reklāma: vides	22 438	04,02%	30 ■	95
6	Inspired, SIA	Reklāma	19 898	61,69%	2 ■	42
7	Initiative Latvia, SIA	Reklāma	19 648	11,18%	0 ■	27
8	Havas Media, SIA	Reklāma	15 981	8,80%	3 ■	27
9	Trendmark, SIA	Reklāma	14 198	6,21%	1 ■	28
10	MMS COMMUNICATIONS LATVIA, SIA	Reklāma	12 481	-32,72%	0 ■	38
11	BERLIN-CHEMIE/MENARINI BALTIC, SIA	Reklāma	12 460	5,11%	5 ■	30
12	Dentsu Latvia, SIA	Reklāma	11 933	-15,31%	1 ■	40
13	Media House, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	10 589	22,05%	1 ■	27
14	PrintPack Service, SIA	Reklāmas izejmateriāli un iekārtas	9 974	-21,78%	1 ■	41
15 ¹	3M Latvija, SIA	Reklāmas izejmateriāli un iekārtas	9 744	12,01%	15 ■	7
16	DIGITAL HOLDING, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	8 962	8,31 reizes	1 ■	16
17	Intense Media Baltic, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	7 855	25,15%	2 ■	14
18	GALAKSION GROUP, SIA	Reklāma	7 621	28,73%	5 ■	5
19	Mobnx, SIA	Reklāma	6 943	-54,01%	3 ■	1
20	Baltic Fert, SIA	Sabiedriskās attiecības	6 628	-29,72%	3 ■	3
21	Reprise, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	6 416	29,13%	-1 ■	33
22	Nord Media Group, SIA	Reklāma	6 371	-6,39%	2 ■	14
23	Wonderland Media, SIA	Reklāma	6 069	-56,20%	0 ■	99
24	HBS Latvia, SIA	Reklāma	5 687	13,88%	1 ■	11
25	UngAds, SIA	Reklāma: vides	5 648	17,79%	0 ■	4

¹ Ir likvidācijas process.

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Pūcuks

PRIVĀTĀ PIRMSSKOLAS
IZGLĪTĪBAS IESTĀDE



SPĒLĒJIES MĀCIES AUDZ



Radoša un estētiska vide

Iestādes vides iekārtojums, materiālā bāze nodrošina bērnu harmonisku attīstību.



Veselīgs ēdiens

Mēs piedāvājam svaigu, veselīgu, sabalansētu ēdināšanu 3 reizes dienā! Katru dienu ēdienkartē ir svaigi dārzeņi un augļi.



Tradīcijas

Bērnudārzam ir savi tradicionālie svētki – gan gadskārtu, gan nacionālie, gan gadu laikā veidotie, par kuriem var teikt “mūsu”.



Interesu pulciņi

Mēs piedāvājam daudzveidīgas interešu nodarbības, lai jūsu bērns varētu atrast to, ko viņam patīk darīt, un attīstīt savas prasmes.



Sajūtu istaba

Iestādē darbojas “Sajūtu istaba”, kurā ar bērniem nelielās grupās darbojas pedagogs, izmantojot Montesori pedagogijas metodes.



Sadarbība ar ģimenēm

Šobrīd ir izveidojusies laba sadarbība ar vecākiem. Vecāki piedalās dažādās aktivitātēs.

PRIVĀTĀ PIRMSSKOLAS IZGLĪTĪBAS IESTĀDE “PŪČUKS”

Stacijas iela 18, Jelgava • Tāl. 630 20 137, 261 23 171 • www.pucuks.lv



TAUTAS TĒRPU
GATAVOŠANA
UN NOMA
BĒRNU
LINU APĢĒRBI




SIA «ANVI AM»
Tāl. 67 283194
Mob. tālr. 29 419077
E-pasts: anviam@inbox.lv
www.anviam.lv



Latvijas biznesa gada pārskats 2024

13. izdevums.

Vāka foto: shutterstock.com

Sadarbībā ar  **LETA** un informācijas grupu "Latvijas Tālrunis"
nacionālā informācijas aģentūra

Izdevējs **Firmas.lv**

www.firmas.lv

Pērses iela 9/11, Rīga, LV 1011, tālrunis: +371 67 770 757

Informācijai ir izziņas raksturs, un tai nav juridiska spēka.

Pārpublicēšana un visa veida pavairošana aizliegta.

Sadarbības partneri:

