



LATVIJAS INSTITŪTS

**VALSTS AĢENTŪRAS
„LATVIJAS INSTITŪTS”**

**2009. GADA
PUBLISKAIS PĀRSKATS**

Rīgā, 2010. gada martā

SATURS

1. Pamatinformācija	3
1.1. Valsts aģentūras „Latvijas institūts” juridiskais statuss un izveidošanas gads	3
1.2. Politikas jomas un darbības virzieni	3
1.3. Izmaiņas Aģentūras darbībā 2009. gadā.....	3
2. Aģentūras darbības rezultāti un to izpildes izvērtējums	3
2.1. Galvenās prioritātes un to īstenošana 2009. gadā	3
2.2. Budžeta programmu un apakšprogrammu rezultatīvo rādītāju izpildes analīze....	8
2.3. Informācija par pakalpojumiem	9
2.4. Informācija par īstenotajām jaunajām politikas iniciatīvām 2009. gadā	9
2.5. Pārskats par Aģentūras vadības un darbības uzlabošanas sistēmām.....	9
3. Informācija par budžetu	10
3.1. Valsts budžeta finansējums un tā izlietojums.....	10
3.2. Sadarbības partneru finansēto programmu un ārvalstu ieguldījumu programmu ietvaros īstenoto projektu sasniegtie rezultāti un līdzekļu izlietojums.....	11
4. Personāls.....	11
5. Komunikācija ar sabiedrību.....	11
5.1. Pasākumi, kas veikti sabiedrības informēšanai un izglītošanai.....	11
5.2. Pasākumi sabiedrības viedokļa izziņāšanai par apmierinātību ar Aģentūras darba kvalitāti un to rezultāti	11
5.3. Sadarbība ar nevalstisko sektoru	13
5.4. Konsultatīvās padomes darbības rezultāti.....	13
6. Aģentūras plāni 2010. gadam	13
6.1. Nākamā gada prioritātes	13
6.2. Iestādes finanšu saistības	13
6.3. Starptautiskie projekti.....	13
6.4. Plānotie pētījumi	13

1. Pamatinformācija

1.1. Valsts aģentūras „Latvijas institūts” juridiskais statuss un izveidošanas gads

Valsts aģentūra „Latvijas institūts” (turpmāk – Aģentūra) tika izveidota 1998. gadā kā bezpeļņas organizācija – valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Latvijas institūts”. Kopš 2004. gada 22. oktobra (Ministru kabineta rīkojums Nr. 790) Aģentūra ir valsts aģentūra Ārlietu ministrijas pārraudzībā.

Aģentūra darbojas saskaņā ar Valsts pārvaldes iekārtas likumu, Publisko aģentūru likumu, Ministru kabineta noteikumiem un citiem normatīvajiem aktiem.

Aģentūras struktūru un darba organizāciju nosaka 2009. gada 1. jūlijā apstiprinātais reglaments.

1.2. Politikas jomas un darbības virzieni

Saskaņā ar nolikumu Aģentūras darbības mērķis ir Latvijas pozitīvas starptautiskās atpazīstamības veicināšana.

Aģentūrai ir šādas funkcijas:

- 1) koordinēt Latvijas tēla veidošanas stratēģijas izstrādi un uzraudzīt tās īstenošanu;
- 2) radīt valsts pārvaldes, pašvaldību, privāto struktūru un privātpersonu (ekspertu), kā arī nevalstisko organizāciju partnerības kontaktīklu Latvijas pozitīvas starptautiskās atpazīstamības veicināšanai;
- 3) organizēt Latvijas tēla popularizēšanas pasākumus Latvijā un ārvalstīs.

Lai īstenotu noteiktās funkcijas, Aģentūra veic šādus uzdevumus:

- 1) katru gadu izstrādā Latvijas pozitīvas starptautiskās atpazīstamības veicināšanas pasākumu plānu;
- 2) sagatavo un izplata informāciju par Latviju kopumā, kā arī par atsevišķām ar Latvijas valsti, zemi un tautu saistītām jomām.

1.3. Izmaiņas Aģentūras darbībā 2009. gadā

Aģentūras budžets 2009. gadam bija plānots 245 071,- Ls apmērā. Ar 2009. gada 1. maiju tika veikta darbības optimizācija, kuras rezultātā **budžets tika samazināts** līdz 116 928,- Ls jeb **par 52%**. **Štata vietu skaits ir samazināts par 67%** (2008. gadā – 14 darbinieki, 2009. gada janvārī – 12, 2009. gada jūnijā – 4 darbinieki). Papildus no 2009. gada maija tika **mainīta biroja atrašanās vieta**, gada telpu nomas maksu samazinot par 71%.

Reorganizācijas rezultātā tika optimizēts Aģentūras darbs un mainītas darbības prioritātes.

2. Aģentūras darbības rezultāti un to izpildes izvērtējums

2.1. Galvenās prioritātes un to īstenošana 2009. gadā

Balstoties uz iepriekš veikto izpētes darbu par Latvijas zīmolu un izstrādāto stratēģiju, valsts ilgtermiņa un ilgtspējīgas attīstības pamatdokumentiem un politikām, kā arī sabiedrības vērtību prioritātēm un vērtību pārmaiņām globālajā pasaulē, ir identificēti zīmola elementi – kultūra, vide un ekoloģija, izglītības, zinātnes un tehnoloģiju sasniegumi, kas jāpopularizē izmantojot RĪgu kā pasaulē atpazīstamāku zīmolu par Latviju un tūrismu kā instrumentus valsts reputācijas celšanai un atpazīstamības nodrošināšanai.

Visu Aģentūras piedāvāto pakalpojumu ietvaros – sniedzot konsultācijas par Latvijas tēlu, izstrādājot drukātos un elektroniskos informatīvos materiālus par valsti un strādājot ar ārvalstu plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem – **ar dažādu metožu palīdzību tiek stiprināti minētie zīmola elementi**, veidojot vienotu ārējo komunikāciju visos līmeņos.

2.1.1. Zīmolvēdības principu ieviešana gan Latvijā, gan ārvalstīs

Aģentūras Latvijas zīmolvēdības stratēģiskās vadlīnijas 2009. gada laikā izmantojusi Vācijas kompānija „Embassy”, izstrādājot Rīgas zīmolu „Live Riga”, Tūrisma attīstības valsts aģentūra, plānojot Latvijas tūrisma mārketinga stratēģiju, Latvijas EXPO 2010 Šanhajā koncepcijas izstrādātāji u.c..



Lai veicinātu zīmolvēdības vadlīniju ieviešanu, Aģentūra **aktīvi piedalās dažādās darba grupās un vērtēšanas komisijās**, lai sniegtu savu ieguldījumu un redzējumu dažādu projektu un iniciatīvu attīstībā kā, piemēram, Tūrisma attīstības valsts aģentūras Konsultatīvās padomes darbībā, Latvijas Ilgtspējīgas attīstības stratēģijas sanāksmēs, Eksporta un inovācijas balvas 2009 žūrijā u.tml..

Lielu atsaucību klātienē un plašu atspoguļojumu plašsaziņas līdzekļos izsauca kārtējā **Aģentūras organizētā diskusija** 4. radošās izcilības festivāla „ADwards” ietvaros, kas cieši saistīta ar šobrīd ikvienam politiķim, amatpersonai, sabiedrisko attiecību speciālistam un aktīvam iedzīvotājam aktuālo jautājumu „Latvijas tēls: ko sakām, ja nav ko teikt?”. Diskusijas rezultātu kopsavilkums un pilnais transkripts ir pieejams Aģentūras mājas lapā.

ADWARDS ★
LATVIAN ART DIRECTORS CLUB AWARD



Ņemot vērā finansējuma un cilvēkresursu samazināšanos, Aģentūrai ir bijušas ierobežotas iespējas atbalstīt un iesaistīties potenciāli **ar Latvijas atpazīstamību saistītu projektu realizēšanā**, taču, no otras puses, dažādu piedāvājumu skaits ekonomiskās situācijas valstī dēļ arī ir būtiski samazinājies. Aģentūra iesaistījās Latvijas iestāšanās 5. gadadienas Eiropas Savienības pasākumos, koordinējot Latvijas tēls izveidi 2009. gada 1. maija „Dārza svētku” ietvaros. Cita starpā Aģentūra piedalījās konferences „Latvia: More Than You Would Expect” organizēšanā

Londonā, Lielbritānijā, kā arī koordinēja Latvijas pārstāvju tikšanās un žurnālistu klātbūtni Baltijas attīstības foruma ietvaros Stokholmā, Zviedrijā.



Ņemot vērā pieejamās iespējas, izvērtējot piedāvājumus, Aģentūra **sniegusi atbalstu 5 projektiem**, piem., Baltijas Metropoļu tīkla projektam „BaltMet Promo Project”, „Tildes” projektam „Interaktīvs kultūrvēsturisks Jūrmalas tūrisma ceļvedis”, kā arī E. Rukas projektam „15 jukušas avis”. Tāpat notikušas **62 konsultācijas par Latvijas tēlu** veidojošiem pasākumiem un projektiem gan valsts pārvaldes iestādēm, piem., Harvardas Melnās jūras drošības programmas sanāksmei Rīgā, gan nevalstiskām un privātām iniciatīvām, piem., konferencei „Berlin in Riga”, „RealSoundLab” un „Aerodium”.

Bez līdzdalības projektos Aģentūras direktors ir piedalījies **17 dažādās konferencēs un diskusijās ar ārvalstu partneru dalību** ar mērķi diskutēt un popularizēt Latvijas zīmola elementus, t.sk. sniedzot atklāšanas uzrunu konferencē „The International Conference on Diversity in Organisations, Communities and Nations”, piedaloties „Dienas” diskusijā „Ko darīt, ja Tavu zīmolu skārusi krīze?” un Valsts prezidenta un Stratēģiskās analīzes komisijas diskusijā par Latvijas ārpolitiku.

Tāpat notikušas **15 dažādas augsta līmeņa tikšanās sadarbības veicināšanai ar organizācijām un iestādēm Latvijas tēla veidošanai**, t.sk. ar V. Dombrovski, Latvijas Republikas ministru prezidentu, N. Melngaili, Parex bankas valdes priekšsēdētāju, par turpmāko sadarbību bankas attīstībai, ar T. Backteman, Swedbank viceprezidentu korporatīvajos jautājumos, par sadarbības iespējām Latvijas tēla uzlabošanai Zviedrijā un I.

Guļčaku, Baltic International Bank valdes priekšsēdētāju, par sadarbības iespējām projekta par Latvijas tēla uzlabošanu Lielbritānijā ietvaros.

Būtiska darba daļa ir saistīta ar Latvijas atpazīstamības veicināšanu starpvalstu līmenī, nodrošinot ikdienas saziņu ar Latvijas un ārvalstu diplomātiskā korpusa pārstāvjiem, sniedzot konsultācijas, izplatot informāciju par ekonomiskajām un politiskajām aktualitātēm angļu valodā. Papildus 2009. gadā notikušas 33 tikšanās ar ārvalstu diplomātiskā korpusa pārstāvjiem par sadarbības veicināšanu dažādās jomās un Aģentūras direktors vadījis 6 ekskursijas diplomātiskā korpusa pārstāvjiem un militārpersonām.

Jaunieši ir ļoti būtiska Aģentūras mērķauditorija, jo tā ir aktīva un atraktīva sabiedrības daļa. Aģentūra savā darbā iesaistījusi 6 stažierus – 4 Latvijas un 2 ārvalstu studentus. Aģentūras direktors ir sniedzis 9 lekcijas skolēniem un studentiem gan pēc individuāla uzaicinājuma, gan „Iespējamās misijas”, „Uz skolu – Eiropas Savienībai 5” un Ārlietu ministrijas projektu ietvaros. Papildus sniegtas 5 intervijas studentiem un akadēmiķiem pētniecisko darbu veidošanai. Tāpat Aģentūra

Nākamie 90

organizēja atkalredzēšanos projekta „Nākamie 90” dalībniekiem Latvijas valsts karoga 730. gadadienas zīmē,



turpinot uzturēt saikni un sniegt informāciju un zināšanas tiem bērniem un jauniešiem, kas ar savu darbību ir gatavi iedegties par Latvijas nākotni un ar savu vīziju un darbību spēj iedvesmot arī citus.

2.1.2. Saskaņota darba ar ārvalstu plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem organizēšana

Nemot vērā ekonomisko situāciju valstī, Aģentūra ir izstrādājusi savu ārējās komunikācijas rīcības plānu Latvijas valsts ārējai komunikācijai ekonomiskās krīzes apstākļos „**Tomēr varam...**”. Tā mērķis ir delikātā veidā noteiktu ārēji sniedzamās ziņas toni, radot ticamu, saskaņotu, realitātei atbilstošu uz pozitīviem faktiem balstītu ārējo komunikāciju. Tas atspoguļo Aģentūras prioritāšu maiņu, pieejamo resursu ietvaros orientējot darbību uz optimālu pakalpojumu sniegšanu Aģentūras klientiem un sadarbības partneriem, kas ir balstīta uz efektīvu informācijas apriti un konsultāciju sniegšanu. Plāns sagatavots un tiek ieviests bez plašāka institucionāla atbalsta un papildus līdzekļiem tā realizēšanai.

Plāna ietvaros notiek intensīva sadarbība ar valsts augstākajām amatpersonām, izpildvaras un likumdevēja varas institūcijām. Lai nodrošinātu ciešu sadarbību starp iesaistītajām institūcijām un nodrošinātu resursu koordināciju, notiek regulāras tikšanās ar dažādām amatpersonām par minēto plānu, t.sk. Saeimas priekšsēdētāju G. Daudzi, ekonomikas ministru A. Kamparu, valsts augstāko amatpersonu un valsts institūciju sabiedrisko attiecību speciālistiem u.c. Aģentūras direktors regulāri piedalās Saeimas Publisko izdevumu un revīzijas komisijas Latvijas finanšu un ekonomikas stabilizācijas procesa uzraudzības sanāksmju darbā un citās būtiskās sanāksmēs un tikšanās, lai sekotu aktuālajai notikumu virzībai un identificētu potenciālos ārvalstu auditoriju interesējošos jautājumus.

Kopš 2009. gada 28. janvāra angļu valodā sagatavotas 188 ziņas: 122 faktu lapas, no 25. maija papildus sagatavotas 40 informatīvas ziņas, kopš 19. jūnija – 11 Aģentūras direktora komentāri. Kopš 2009. gada septembra Aģentūra ir pārņēmusi Ārlietu ministrijas veidotā apkārtraksta „Current Latvia” par ārpolitikas aktualitātēm gatavošanu, to pārveidojot par „Latvia in Review” un papildinot ar ziņām par notikumiem pārvaldē, ekonomikā un sabiedrībā. No 2009. gada 15. septembra ir izdoti 15 iknedēļas ziņu apkopojumi. Izsūtītās ziņas vairākkārt ir tieši pārpublicētas plašsaziņas līdzekļos un dažādās informatīvās mājas lapās, piem., „The Baltic Times”, „Latvians Online”, „Transitions Online” u.c.



THE LATVIAN INSTITUTE

LATVIA IN REVIEW

Informācija tiek nosūtīta 1481 adresātam – ārvalstu žurnālistiem, pētniekiem, diplomātiem, ar nacionālo un starptautisko ekonomisko sadarbību saistītām biedrībām un citiem interesentiem. Daudzkārt minēto informāciju saņēmēji pārsūta daudz plašākam interesentu lokam, piem., Latvijas vēstniecība Amerikas Savienotajās valstīs – apm. 500 adresātiem (pētniekiem domnīcās, lēmumu pieņēmējiem u.c.).

Plāns balstās arī uz 2009. gadā Aģentūras veikto **ārvalstu plašsaziņas līdzekļu monitoringu**, kura ietvaros tiek apkopota un analizēta informācija par publikācijām pasaules plašsaziņas līdzekļos. Gada ietvaros tika uzlabota un paplašināta uzskaites struktūra.

2009. gadā apkopota informācija par 2880 publikācijām. Lielākā daļa ziņu parādās Krievijas, ASV un Lielbritānijas plašsaziņas līdzekļos. Pamatā publikācijas saistītas ar ekonomisko situāciju un valsts ārpolitiku, tomēr plaši tika atspoguļoti arī 2009. gada 6. jūnija pašvaldību un Eiropas Parlamenta vēlēšanas un to rezultāti, kā arī dažādi ar iekšpolitiku saistīti jautājumi. Ņemot vērā situāciju valstī, vairāk kā puse no apkopotās informācijas ir negatīva pēc satura, tomēr arvien vairāk mediji, izņemot Krievijas plašsaziņas līdzekļus, tiecas ziņas pasniegt neitrāli vai tajās paustie viedokļi rada pozitīvas potenciālās attīstības virzību.

Latvijas reputācijas veicināšanai Aģentūra ir **organizējusi 22 ārvalstu žurnālistu vizītes**, no tām 3 programmas tika sastādītas ASV un Itālijas žurnālistiem un pa 2 no Somijas, Nīderlandes, Beļģijas un Japānas, t.sk. pārstāvjiem no „World focus”, „Wall Street Journal” un „Эхо Москвы”. Aģentūras darbinieki **snieguši 73 konsultācijas** ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem gan piedāvājot kontaktinformāciju, gan organizējot saziņu, kā piemērus var minēt „Agence France Presse”, „The Independent”, „The Baltic Times”, Krievijas telekanāls „Domašnij”, „El Pais” u.c. Konsultāciju ietvaros Aģentūras direktors sniedzis virkni interviju, t.sk. „Associated Press”, CNBC un BBC radio.

2.1.3. Vienotas valsts vizuālās un informatīvās identitātes izstrāde

Aģentūrai ir nozīmīga **loma kā vienas pieturas punktam**, kur ātri un operatīvi var rast palīdzību saviem projektiem gan Latvijas, gan ārvalstu interesenti. Kopumā sniegtas 528 konsultācijas pa telefonu un e-pastu gan par ar Latviju saistītiem jautājumiem, gan par Aģentūras informatīvajiem materiāliem, atļauts izmantot 241 fotogrāfiju nekomerciāliem mērķiem Latvijas popularizēšanai, izsniegti 49 801 informatīvo materiālu eksemplārs un mājas lapas apmeklējumu skaits sasniedzis 779 000 reizes un 22,4 miljonus informācijas pieprasījumu.

Tāpat Aģentūra iesaistās **citū fizisku un juridisku personu informācijas materiālu par Latviju gatavošanā**. Kā interesanti piemēri minami sadarbība ar Latvijas goda ģenerālkonsula Norvēģijā Arvida Grundešona kundzi Hēgi Grundešoni viņas un latviešu mākslas zinātnieka Jāņa Kalnača grāmatas norvēģu valodā „Latvija ar Knutu Hamsunu un Kārli Padegu” ilustrēšanā un konsultāciju sniegšanā par vizuālo materiālu iegūšanu, palīdzība Rīgas Brīvostas pārvaldes stenda noformēšanā pasaules lielākajam kruīza kuģiem veltītajā izstādē Maiami, ar radošiem priekšlikumiem Aģentūra piedalījās Okupācijas muzeja gatavotās izstādes „Latvia Return to Europe: from Occupation to Freedom” planšešu satura veidošanā un vizuālā noformēšanā u.c.

2.1.3.1. Drukātie informatīvie materiāli



Piešķirto valsts budžeta finanšu līdzekļu ietvaros 2009. gada nogalē tika tīrāzēta brošūra „Latvian Folk Dress” (4000 eks.), kurai makets tika sagatavots 2008. gadā. Šī gada laikā ir beigušies vairāki pieprasīti informatīvie materiāli: brošūras „Bookmark Latvia”, „Latvian National Holidays”, „Ecotourism in Latvia”, „Latvian National Costumes” un faktu lapa „Latvia's National Holidays and Remembrance Days” angļu valodā.

2009. gadā izplatīti 49 801 eks. informatīvo materiālu, no tiem 48 849 eks. bez maksas un 952 eks. par maksu. Līdzīgi kā iepriekšējos gados, arī 2009. gadā visvairāk informācijas materiālu pieprasījumu tika saņemti no valsts iestādēm, lielākā daļa no Latvijas vēstniecībām un pastāvīgajām pārstāvniecībām ārvalstīs. Arī 2009. gadā aktīvi informatīvos materiālus pieprasīja biedrības, valstu apmaiņas programmu dalībnieki, skolas un augstskolas.

Aģentūra aktīvi sadarbojas ar citām iestādēm šajā jomā – ir apkopota informācija par citu tiešās pārvaldes iestāžu svešvalodās gatavotajiem un izplatītajiem drukātajiem un elektroniskajiem informatīvajiem materiāliem, tādējādi nodrošinot informāciju par materiālu saņemšanas iespējām jebkuram klientam, kuru interesē specifiskākas tēmas par Aģentūras piedāvātajām.

2.1.3.2. Mājas lapas par Latviju svešvalodās www.latvia.lv uzturēšana

Mājas lapa www.latvia.lv (ar piesaistītajiem domēniem www.latvia.eu, www.lettonie.lv, www.lettonie.eu, www.lettland.lv, www.lettland.eu) tiek regulāri papildināta ar aktuālām ziņām (vidēji 1,4 ziņas nedēļā) par nozīmīgiem pozitīviem notikumiem Latvijā.



2009. gadā mājas lapā atjaunota pamatinformācija par Latviju – papildinātas visas valodu versijas kopumā par 52 tekstiem un attiecīgi lapām, sadaļas angļu valodā par ministru prezidentu, svētku dienām, ekonomiku, sagatavots un ievietots jauns teksts par Latvijas vēsturi, sadarbībā ar Latvijas Zinātņu akadēmiju un Rīgas Tehnisko universitāti par zinātni un atjaunoti dati par pilsētām, izveidotas jaunas sadaļas Aģentūras gatavotajām faktu lapām angļu valodā, „Veiksmes stāsti” (15 gab.) un sadaļa par moderno virtuvi, jauna sadaļa „Nākamajiem 90” par atkalredzēšanās pasākumu 2009. gada 4. decembrī. Ar vizuālo materiālu papildināti „Bookmark Latvia”, „Latvian Language”, „National Symbols”, „Latvian Folk Dress”, „Latvia in Brief” un „Sports” teksti.

Uzlabota arī informatīvo materiālu sadaļas pārskatāmība, regulāri ievietoti jauni drukātā teksta un video faili, atjaunoti baneri un saites.

2009. gada sākumā sagatavota mājas lapas www.latvia.lv koncepcija, kurā ietverts lapas apraksts, informācijas lietošanas noteikumi, saišu un baneru izvietojuma kritēriji u.c.

2009. gadā mājas lapa apmeklēta 779 000 reizes, veicot 22,4 miljonus informācijas pieprasījumu.

Pieprasījumi pēc fotogrāfijām par Latviju no mājas lapā ievietotās fotogalerijas kopumā saņemti no 30 valstīm, kā arī vietējiem interesentiem. Apstrādājot pieprasījumus, atļauts izmantot 241 fotogrāfijas nekomerciāliem mērķiem Latvijas popularizēšanai bukletos, brošūrās, presē, televīzijas pārraidēs, dažāda veida pasākumos, informatīvos semināros par Latviju, starptautiskās konferencēs. Saskaņā ar fotogrāfiju izmantošanas noteikumiem, komerciāliem nolūkiem fotogrāfijas netiek atļauts izmantot.

2.1.3.3. Pamatinformācijas par Latviju sniegšana ārvalstu auditorijai

Viens no būtiskiem Aģentūras darbības virzieniem ir konsultāciju sniegšana par Latviju ārvalstu auditorijai. Visbiežāk pieprasījumi ir padziļinātas informācijas lūgumi par Aģentūras mājas lapā aptvertajām tēmām, kā arī pēc dažādiem kontaktiem.

2009. gadā kopumā sniegtas 528 konsultācijas pa telefonu un e-pastu gan par ar Latviju saistītiem jautājumiem, gan par Aģentūras informatīvajiem materiāliem.

2.2. Budžeta programmu un apakšprogrammu rezultatīvo rādītāju izpildes analīze

Aģentūra veikusi 2009. gadā plānotos pasākumus un nodrošinājusi darbības rezultātu sasniegšanu saskaņā ar 2008. gada 19. maija pārvaldes līgumā noteiktajām darbības jomām un 2009. gada darba plānā nospraustajiem uzdevumiem un sasniedzamajiem rezultātiem. Aģentūra izpildījusi kvantitatīvos rādītājus kopumā vairāk kā par 100%, atsevišķās jomās pārpildot plānoto, ņemot vērā Aģentūras darbības prioritāšu maiņu.

Ņemot vērā to, ka ir iestājušies pārvaldes līgumā noteiktie ārējie riska faktori – notikusi Aģentūras reorganizācija un samazināta valsts budžeta dotācija, gada laikā mainījās rezultatīvo rādītāju izpildes apjoms.

Nr.	Darbības rezultāts / rezultatīvais rādītājs	2009 plāns	2009 izpilde
	Izstrādāta un īstenota valsts zīmolvēstības programma		
1.	Valsts zīmolvēstības programmas izstrāde	0	0
2.	Pētījumi, sabiedriskās domas un partneru aptaujas	2	2
3.	Organizēti vai atbalstīti Latviju popularizējoši pasākumi un projekti (skaits gadā)	5	5
	Izstrādāts ārējās komunikācijas koordinācijas mehānisms		
4.	Konsultācijas publiskā un privātā sektora institūcijām par Latvijas atpazīstamības veicināšanas pasākumiem un projektiem (dalība darba grupās vai individuāli)	20	120
5.	Pārskati par tiešās pārvaldes iestāžu gatavoto un izplatīto informāciju svešvalodās (drukāti, elektroniski)	2	2
6.	Lekcijas, semināri un publikācijas par valsts tēlu un zīmolvēstību (skaits gadā)	15	33
7.	LI informatīvais ikmēneša apkārtraksts (adresātu skaits)	250	259
8.	Informatīvas konsultācijas par Latviju un saistītām tēmām vietējiem un ārvalstu interesentiem (skaits gadā)	400	528
9.	Publikācijas plašsaziņas līdzekļos par Latvijas sabiedrībai aktuāliem jautājumiem, ieskaitot LI darbību (veicināto publikāciju skaits, t.sk. preses relīzes)	100	212
10.	Ikgadēja konference par valsts atpazīstamības jautājumiem	1	1
	Saskaņots darbs ar ārvalstu medijiem		
11.	Ārvalstu žurnālistu vizītes uz Latviju (organizēto un koordinēto vizīšu skaits gadā)	20	22
12.	Ārvalstu žurnālistu kontaktīkls (skaita pieaugums gadā)	45	69
13.	Sagatavotas publikācijas vai informācija ārvalstu medijiem (skaits gadā)	80	188
	Izstrādāta ārējās kultūrpolitikas programma		
14.	Starptautisku un ārvalstu kultūras iniciatīvu, kuros piedalās Latvija, skaita dinamika (atbalstītie projekti)	0	0
15.	Diplomātu specializācijas kultūras jomā mācību semināri	0	0
	Izstrādāta vienota valsts vizuālā un informatīvā identitāte		
16.	Informatīvo materiālu par Latviju svešvalodās nodrošināšana (drukāto eks. skaits gadā, tūkstoši)	0	4
17.	Informatīvo materiālu izplatīšana (eksemplāru skaits gadā, tūkstoši)	50	50
18.	Mājas lapas www.latvia.lv apmeklējumu skaita pieaugums gadā (tūkstoši)	100	-21
19.	Mājas lapas www.latvia.lv informatīvo materiālu valodu skaits	5	5

2.3. Informācija par pakalpojumiem

2.3.1. Aģentūra sniedz šādus pakalpojumus:

2.3.1.1. Konsultācijas par Latvijas atpazīstamību;

2.3.1.2. Informācijas par valsti gatavošana un izplatīšana;

2.3.1.3. Latvijas mājas lapas veidošana un uzturēšana;

2.3.1.4. Informācija un palīdzība ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem;

2.3.1.5. Visdažādāko ārvalstu interesentu informācijas pieprasījumu un sadarbības piedāvājumu izskatīšana, apstrāde un atbalsta sniegšana.

2.3.1.2. Aģentūras publiskie maksas pakalpojumi

2009. gadā informatīvo materiālu izplatīšana notika saskaņā ar 2005. gada 20. decembrī Ministru kabinetā apstiprinātajiem noteikumiem Nr.984 „Noteikumi par valsts aģentūras „Latvijas institūts” sniegto publisko maksas pakalpojumu cenrādi”.

Ar 2009. gada 1. janvāri visiem informatīviem materiāliem tika noteikta jauna PVN likme 21% apmērā, savukārt ar 2009. gada 1. augustu bukletiem, brošūrām un grāmatām PVN likme tika samazināta uz 10%.

Nr. p.k.	Pakalpojuma veids	Mērvienība	Izcenojums (Ls)	PVN (Ls)	Cena ar PVN (Ls)
1.	Buklets (10 x 21 cm)	1 gab.	0,38	0,04*	0,42
2.	Brošūra (14 x 12,5 cm)	1 gab.	0,86	0,09*	0,95
3.	Brošūra (21 x 21 cm)	1 gab.	1,43	0,14*	1,57
4.	Grāmata (21 x 21cm, cietos vākos)	1 gab.	4,76	0,48*	5,24
5.	Videoklips "Welcome to Latvia" (CD-ROM)	1 gab.	1,69	0,35**	2,04
6.	Faktu lapa (21 x 29,7 cm)	1 gab.	0,085	0,025**	0,11

Piezīmes. * PVN likme 10%; ** PVN likme 21%

2.3.2. Uzlabojumi pakalpojumu pieejamības un kvalitātes nodrošināšanā

Sadarbības partneri regulāri tiek informēti par pieejamajiem līdzšinējiem un jauniem pakalpojumiem ar elektronisko vēstuli un elektroniskā apkārtraksta starpniecību, kā arī Aģentūras darbinieki par pakalpojumiem ziņo dažādu darba grupu un diskusiju ietvaros.

Lielā mērā Aģentūras sniegtie pakalpojumi ir pieejami digitālā veidā – gan dažāda veida konsultācijas, gan informācija par Latviju, gan aktuālo ziņu saņemšana. Aģentūras mājas lapa tiek pastāvīgi uzlabota un tajā ir pieejama izsmeļoša informācija par piedāvātajiem produktiem un pakalpojumiem, piem., PDF formātā apskatīšanai un lejuplādēšanai pieejami visi drukātie informatīvie materiāli, kā arī e-prezentācijas un videomateriāli.

2.4. Informācija par īstenotajām jaunajām politikas iniciatīvām 2009. gadā

2009. gadā nav piešķirti valsts budžeta līdzekļi jaunajām politikas iniciatīvām.

2.5. Pārskats par Aģentūras vadības un darbības uzlabošanas sistēmām

2009. gadā organizēts iestādes ikdienas uzturēšanas darbs. Saistībā ar Aģentūras optimizāciju maijā nodrošināta biroja telpu maiņa, kā arī pārslēgti regulāro piegādātāju līgumi.

Saistībā ar veikto Aģentūras optimizāciju notikušas izmaiņas Aģentūras personālsastāvā (no 12 štata vietām uz 4), nodrošināts atalgojuma samazinājums darbiniekiem. Veikti arī grozījumi vairākos iekšējos normatīvos aktos kā, piemēram, Arhīva nolikumā un Lietvedības instrukcijā, sagatavots un apstiprināts jauns Aģentūras reglaments.

Cilvēgresursu samazināšanās un pārvākšanās uz ievērojami mazākām telpām (no 318m² uz 77m²) dēļ nodrošināta Aģentūras liekās mantas atsavināšana un bezatlīdzības nodošana citām valsts pārvaldes iestādēm.

2009. gada janvārī veikta kārtējā gada inventarizācija ar Valsts kontroles dalību, kā arī pēc biroja telpu maiņas – ārkārtas inventarizācija. Valsts kontrolei sniegta arī cita nepieciešamā informācija par 2008. gada pārskatu.

Līdz ar Aģentūras optimizāciju izstrādāta jauna darbības rezultātu kvantitatīvo rādītāju uzskaites sistēma, lai izmērītu darba apjoma un laika patēriņu dažādām Aģentūras aktivitātēm.

Gada sākumā izvērtēta maksas pakalpojumu sniegšanas lietderība un, ņemot vērā budžeta situāciju, nolemts 2009. gadā sagalabāt maksas pakalpojumus, lai nodrošinātu Aģentūras papildus ieņēmumus.

3. Informācija par budžetu

3.1. Valsts budžeta finansējums un tā izlietojums

Optimizācijas rezultātā Aģentūras 2009. gada **budžeta izdevumi** (116 928,- Ls) attiecībā pret sākotnēji plānoto ir **samazināti par 52%, savukārt štata vietu skaits par 67%**. Ņemot vērā, ka Aģentūras optimizācija notika 2009. gada maijā, tika paredzēts, ka **2010. gada budžeta izdevumi** salīdzinot ar 2009. gada grozīto budžetu **samazināsies vēl vismaz par 33%**, tādējādi kopējais samazinājums 2010. gadā pret 2009. gada sākotnēji plānoto budžetu būtu 68%. **Tomēr Aģentūras budžets 2010. gadam tika samazināts par 90%, kas nav pietiekami iestādes pastāvēšanas nodrošināšanai visa gada garumā.**

Saskaņā ar apstiprināto finansēšanas plānu pēc budžeta grozījumiem Aģentūrai 2009. gadam tika paredzēti resursi izdevumu segšanai 116 928,- Ls apmērā, no tiem 116 078,- Ls dotācija no vispārējiem ieņēmumiem un 850,- Ls ieņēmumi no sniegtajiem maksas pakalpojumiem. Saskaņā ar Valsts kases pārskatu plānotie resursi izdevumu segšanai 2009. gadā tika izlietoti par 99,99%.

Dotācija no vispārējiem valsts budžeta ieņēmumiem tika saņemta pilnā apmērā, savukārt 2009. gada ieņēmumi no pārdotajiem Aģentūras informatīvajiem materiāliem sastādīja 1359,89,- Ls, tādējādi ieņēmumu no sniegtajiem maksas pakalpojumiem plāns tika izpildīts par 160%.

2009. gadā netika saņemti finanšu līdzekļu ziedojumi Aģentūras darbībai. Tomēr Aģentūras darbība tikusi atbalstīta, apmaksājot dažādus izdevumus Aģentūras rīkotu aktivitāšu ietvaros, kā, piemēram, dažādi uzņēmēji un pašvaldības atbalstīja Aģentūras koordinētās ārvalstu mediju vizītes.

Pamatbudžeta līdzekļi	Ls
Ieņēmumi, t.sk.:	117 240,32
1. Budžeta dotācija	116 078,00
2. Pašu ieņēmumi no informatīvo materiālu realizācijas	1 162,32
Izdevumi, t.sk.:	116 917,44
1. Atalgojumi	62 676,00
2. Darba devēja valsts soc.apdrošināšanas obligātās iemaksas	24 654,00
3. Preces un pakalpojumi, t.sk.:	29 587,44
3.1. Komandējumi	113,03
3.2. Pasta, telefona u.c. sakaru pakalpojumi	4 433,29
3.3. Komunālie pakalpojumi	2 886,02
3.4. Darbības nodrošināšanas izdevumi	4 555,20
3.5. Remontdarbi un uzturēšanas pakalpojumi	2 461,40
3.6. Īre un noma	14 496,99

3.7. Krājumi, materiāli, energoresursi, biroja preces, inventārs	641,51
5. Kapitālie izdevumi	0,00
Dāvinājuma (ziedojumu) līdzekļi	Ls
Atlikums uz 01.01.2009.	1612,00
Ieņēmumi	0
Izdevumi	0
Atlikums uz 31.12.2009.	1612,00

3.2. Sadarbības partneru finansēto programmu un ārvalstu ieguldījumu programmu ietvaros īstenoto projektu sasniegtie rezultāti un līdzekļu izlietojums

2009. gadā Aģentūra nav iesaistījies sadarbības partneru vai ārvalstu ieguldījumu finansētās programmās.

4. Personāls

Saistībā ar veikto Aģentūras optimizāciju notikušas izmaiņas Aģentūras personālsastāvā (no 12 štata vietām uz 4), nodrošināts atalgojuma samazinājums darbiniekiem.

Lai nodrošinātu papildus darbaspēku, gada garumā Aģentūra veiksmīgi iesaistījusi savā darbā praktikantus un brīvprātīgos, kopumā 6 jauniešus

5. Komunikācija ar sabiedrību

5.1. Pasākumi, kas veikti sabiedrības informēšanai un izglītošanai

2009. gadā sabiedrība informēta par Aģentūras darbību, ievieojot informāciju Aģentūras mājas lapā, regulāri izsūtot apkārtrakstu, uzstājoties dažādās konferencēs, sniedzot intervijas, kompetences ietvaros atbildot uz Latvijas un ārvalstu plašsaziņas līdzekļu pārstāvjus un iedzīvotājus interesējošajiem jautājumiem.



2009. gadā Aģentūra uzsākusi izplatīt ziņas arī ar sociālā mikroemuāru tīkla Twitter palīdzību.

Aģentūra regulāri sniedz informāciju ārvalstu un vietējiem sadarbības partneriem, Latvijas un ārvalstu vēstniecībām un diplomātiskajām pārstāvniecībām u.c. institūcijām par Latviju.

5.2. Pasākumi sabiedrības viedokļa izzināšanai par apmierinātību ar Aģentūras darba kvalitāti un to rezultāti

Saskaņā ar Pārvaldes līgumu, lai noskaidrotu Aģentūras apkalpošanas kvalitātes novērtējumu, tika veikta ikgadējā partneru aptauja par Aģentūras darbību un sadarbības pieredzi visās Aģentūras darbības jomās. Kopumā aptaujas anketas tika lūgts aizpildīt 82 respondentiem – Latvijas vēstniecībām un pastāvīgajām pārstāvniecībām, valsts institūciju darbiniekiem un citām juridiskām un fiziskām personām. Tika saņemtas 55 atbildes (67%), pārsvarā no valsts iestādēm (40%) un vēstniecībām (34%).

Vispopulārākie Aģentūras pakalpojumi ir elektroniski izplatītā informācija – faktu lapas (Factsheets) un iknedēļas apskati (Latvia in Review) – par aktuālajiem notikumiem politikā, ekonomikā un sabiedrībā (33%) un Aģentūras gatavotie drukātie un digitālie informatīvie materiāli (brošūras, video, e-prezentācijas, fotogalerija) (29,6%). Salīdzinot ar 2008. gadu samazinājusies sadarbība dažādu projektu, t.sk. informatīvu aktivitāšu, ietvaros (10,4%) un sadarbība ārvalstu žurnālistu vizīšu organizēšanā (10,4%), kas skaidrojams ar Aģentūras reorganizāciju, darbības prioritāšu maiņu un pieejamajiem finanšu un cilvēkresursiem.

Aptaujas dalībnieki tika lūgti novērtēt Aģentūras darbu pa darbības jomām, atzīmējot šādus atbilžu variantus: „ļoti labi”, „labi”, „viduvēji”, „slikti”, „ļoti slikti”, „nav šādas sadarbības pieredzes”.

Vispopulārāko Aģentūras pakalpojumu – elektroniski izplatīto informāciju angļu valodā – faktu lapas (Factsheets) un iknedēļas apskatus (Latvia in Review) – par aktuālajiem notikumiem politikā, ekonomikā un sabiedrībā attiecīgi 86% un 70% respondentu novērtējuši ar labi un ļoti labi. 41% respondentu saņemtos materiālus izplata tālāk saviem sadarbības partneriem, tādējādi nodrošinot vēl plašāku saņēmēju loku.

Otrs populārākais Aģentūras pakalpojums ir Aģentūras izdotie drukātie un digitālie informatīvie materiāli. Aģentūras drukātos materiālus 84% respondentu novērtējuši ar labi un ļoti labi, savukārt to pieejamību atzinīgi novērtējuši 66% respondentu. Ņemot vērā vispārējo finanšu situāciju valstī, materiālu pieejamības rādītāju nebūs iespējams uzlabot, jo Aģentūras materiālu krājums strauji sarūk, kā arī to nogādāšanas iespējas, īpaši vēstniecībām, jau 2009. gadā ir kļuvušas daudz ierobežotākas.

Vēl joprojām Aģentūras izdots video „Welcome to Latvia” ir vispopulārākais no digitālajiem materiāliem – 84% to vērtē ar labi un ļoti labi, savukārt video „Sounds Like Latvia” 72% respondentu vērtē ar labi un ļoti labi, lai gan tas ieguvis prestižas starptautiskas balvas.

Mazāk pazīstami elektroniskie materiāli ir e-prezentācijas par Latviju – 48% tās nav izmantojuši; taču tie, kuri izmanto, 84% gadījumu tās vērtē kā labas un ļoti labas. Bezmaksas attēlu fotogalerijā piedāvātos pakalpojumus pazīst 68% respondentu, no tiem 82% to novērtējuši ar labi un ļoti labi. 2009. gadā fotogalerija papildināta ar sadarbības partneru piedāvātajām fotogrāfijām.

Aģentūras uzturētā mājas lapa www.li.lv / www.latvia.lv kopumā saņēmusi ļoti labu novērtējumu – informācijas apjomu un saturu 84% respondentu vērtē labi un ļoti labi, valodu izvēli un skaitu – 82% vērtē labi un ļoti labi, savukārt funkcionalitāti un uztveramību attiecīgi 80% un 78% novērtējuši labi un ļoti labi. Lai gan 2009. gadā mājas lapa pamatā papildināta tikai ar bezmaksas iegūtiem informācijas resursiem (teksti, fotogrāfijas utt.), tomēr salīdzinot ar 2008. gada novērtējumu, vērojama pozitīva tendence.

Novērtējot Aģentūras sniegto konsultāciju kvalitāti un noderību, 86% respondentu novērtējuši Aģentūras sniegtās informatīvās konsultācijas par Latviju (informatīvie materiāli, plašsaziņas līdzekļi, kontakti) ar labi un ļoti labi, konsultācijas par Latvijas tēlu – 83% vērtējuši ar labi un ļoti labi. Savukārt 52% respondentiem nav bijusi sadarbība ar Aģentūru radošu ideju un projektu jomā, savukārt no tiem, kuriem ir bijusi šāda sadarbība, 75% to vērtē ar labi un ļoti labi.

Aģentūras dalību / vadību darba grupās, konkursu žūrijās, ekspertu sanāksmēs labi un ļoti labi novērtējuši 96% no aptaujas respondentiem, kam bijusi šāda sadarbības pieredze. 54% respondentu nav bijusi sadarbība šajā jomā, kas skaidrojams ar to, ka trešā daļa respondentu ir Latvijas vēstniecību ārvalstīs darbinieki.

64% respondentu nav bijusi sadarbība ar Aģentūru ārvalstu vizīšu organizēšanā, savukārt no tiem, kuriem šāda sadarbība ir bijusi, 75% to atzinuši par labu vai ļoti labu.

Aģentūras publicitāte kopumā 2009. gadā 5 ballu skalā novērtēta ar 4,02, kas ir 6% pieaugums salīdzinot ar 2008. gadu.

Populārākie informācijas avoti par Aģentūras aktivitātēm un piedāvātajiem pakalpojumiem respondenti ieguvuši Aģentūras mājas lapā (33%), kā arī lasot Aģentūras izsūtīto informatīvo apkārtrakstu (27%). Personīgi kontaktējoties ar Aģentūras darbiniekiem, informāciju iegūst 16,7% respondentu. 2009. gadā iezīmējusies Aģentūras sūtītā apkārtraksta

nozīmība informācijas izplatīšanā. Ņemot vērā Aģentūras ierobežotos resursus sabiedrisko attiecību aktivitātēm, jāsecina, ka tas ir efektīvs veids, kā informēt par savu darbību.

Aģentūras darbinieki novērtēti ļoti labi – atsaucību un kompetenci visi (100%) respondenti novērtējuši pozitīvi, efektivitāti – 98%.

Kopumā Aģentūras darbība, ņemot vērā vidējo novērtējumu pa darbības jomām, novērtēta ļoti labi. Īpaši jāatzīmē saņemtais augstais novērtējums visās darbības, neskatoties uz 2009. gadā notikušo reorganizāciju un ievērojamo darbinieku skaita samazinājumu. Aģentūra arī ierobežotas finansiālas un personāla resursu kapacitātes ietvaros ir spējusi nodrošināt kvalitatīvus pakalpojumus.

5.3. Sadarbība ar nevalstisko sektoru

Aģentūra regulāri sadarbojas ar nevalstisko sektoru, konsultējot un piedaloties dažādu projektu īstenošanā, piem., radošās izcilības festivāla „ADwards” un biedrības „Creativus” pasākumu ietvaros u.c., atbalstot ar informatīvajiem materiāliem dažādas biedrības, t.sk., Daugavas Vanagu organizāciju, Latvijas Darba devēju konfederāciju, Latvijas Skautu un gaidu centrālo organizāciju, Latvijas Audžuģimeņu biedrību, Latvijas Zvērinātu revidentu asociāciju u.c., kā arī uzstājoties ar lekcijām ne tikai projekta „Iespējamā misija” sastāvā, bet arī dažādās Latvijas augstākās izglītības iestādēs. .

5.4. Konsultatīvās padomes darbības rezultāti

Konsultatīvo padomi 2006. gadā izveidoja un tās darbu organizē Ārlietu ministrija, lai stiprinātu saikni ar Latvijas sabiedrību, veicinātu Aģentūras uzdevumu izpildi un sniegtu ieteikumus darba pilnveidošanai. 2009. gadā padomes sēdes nav sasauktas.

6. Aģentūras plāni 2010. gadam

6.1. Nākamā gada prioritātes:

- 6.1.1. Izzinošas, operatīvas un saskaņotas informācijas par politiskajām, ekonomiskajām un sabiedrības aktualitātēm valstī angļu valodā gatavošana un izplatīšana;
- 6.1.2. Partnerības nodrošināšana un kontaktu veidošana Latvijas uzņēmēju projektiem un iniciatīvām ārvalstīs;
- 6.1.3. Drukātas un elektroniskas informācijas par Latviju nodrošināšana;
- 6.1.4. Informācija un palīdzība ārvalstu žurnālistiem.

6.2. Iestādes finanšu saistības

Aģentūrai nav reģistrētas ilgtermiņa finanšu saistības vai kredītsaistības.

6.3. Starptautiskie projekti

Skat. 2. sadaļu.

6.4. Plānotie pētījumi

Budžeta ierobežojumu dēļ, 2010. gadā pētījumu pasūtīšana nav paredzēta.