



PART-FINANCED BY THE EUROPEAN UNION
(EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND AND EUROPEAN NEIGHBOURHOOD AND
PARTNERSHIP INSTRUMENT)



PĒTĪJUMS

„FILMU, STARPMEDIJU UN INTERAKTĪVO SPĒĻU ATTĪSTĪBAS POTENCIĀLS LATVIJĀ”

Pētījuma ziņojums

Pētījuma pasūtītājs:

Valsts tiešās pārvaldes iestāde
Nacionālais kino centrs
Reģ. Nr. 90000022100
Peitavas iela 10/12, Rīga, LV 1050
tālr.: 67358878, fakss: 67358877
e-pasts: nfc@nfc.gov.lv

Pētījuma izpildītājs:

Biedrība
„Zināšanu un inovāciju sabiedrība”
Reģ. Nr. 40008142094
Vasaras iela 6, Jūrmala, LV-2008
tālr.: 22073143
e-pasts: zinis@zinis.lv

Rīga – 2012

SATURS

Ievads	4
1 Esošās situācijas apraksts un analīze	6
1.1 Esošā situācija filmu nozarē	6
1.1.1 Vispārējs nozares raksturojums	6
1.1.2 Izvēlēto piemēru analīze	7
1.2 Esošā situācija starpmediju un interaktīvo spēļu nozarē	12
1.2.1 Vispārējs nozares raksturojums	12
1.2.2 Esošie atbalsta instrumenti: to apguves rezultāti un trūkumi.....	13
1.2.3 Cilvēkresursu un zinātības pieejamība nozarē	14
1.2.4 Izvēlēto piemēru analīze	15
1.2.5 Dānijas un Somijas pieredzes analīze	18
2 Ieteikumi un rekomendācijas.....	20
2.1 Ieteikumi un rekomendācijas izglītības politikas veidotājiem un mācību iestādēm	20
2.2 Ieteikumi un rekomendācijas institucionālā un finanšu atbalsta pilnveidošanai	20
2.3 Ieteikumi un rekomendācijas sadarbības veicināšanai nozares un starpnozaru līmenī.....	21
Pielikumi	Error! Bookmark not defined.

Sīkāka informācija par Pielikumu saturu- intervijām ar pētījuma respondentiem pieejama Nacionālajā Kino centrā.

IEVADS

Pētījums „Filmu, starpmediju un interaktīvo spēļu attīstības potenciāls Latvijā” tika izstrādāts Baltijas jūras valstu reģiona programmas First Motion ietvaros.

Pētījuma pasūtītājs ir Nacionālais Kino centrs (turpmāk: NKC), pētījuma izpildītājs ir biedrība „Zināšanu un inovāciju sabiedrība”. Izstrādājot pētījumu, par pamatu tika ņemti pasūtījuma tehniskajā specifikācijā noteiktie pētījumā atbildamie jautājumi, mērķi, uzdevumi, virzieni un prasības.

Pētījumā ietvaros tika rastas atbildes uz šādiem jautājumiem:

- 1) Kādi ir priekšnoteikumi (resursu, tehnoloģiju, zināšanu) starpmediju projektu un interaktīvo spēļu attīstīšanai un veiksmīgai virzīšanai tirgū – īpaši globālā digitālā vidē?
- 2) Cik lielā mērā identificētie priekšnoteikumi šobrīd jau pastāv Latvijā – kuri ir nepietiekoši, kuri stiprināmi?
- 3) Cik veiksmīgi jau pastāvošie valsts atbalsta mehānismi atbilst nozares prasībām un kādi jauni atbalsta virzieni būtu attīstāmi nākotnē?
- 4) Kādi ir spēlētāji šai nozarē Latvijā?

Saskaņā ar tehnisko specifikāciju pētījuma **mērķis** ir veikt filmu, starpmediju un interaktīvo spēļu attīstības potenciāla noskaidrošanu Latvijā, apkopot informāciju par esošo situāciju, kā arī izstrādāt un sniegt Pasūtītājam rekomendācijas nepieciešamajiem valsts atbalsta pasākumiem turpmākai rīcībai, lai Latvijā attīstītu jaunus audiovizuālus, interaktīvu spēļu un starpnozares projektus un produktus, kā arī veicinātu starpnozaru sadarbību un attīstītu jaunas sadarbības formas un ietvarus.

Saskaņā ar tehniskajā specifikācijā norādītajiem uzdevumiem, pētījums tika veikts šādos virzienos:

- 1) esošās situācijas izpēte;
- 2) cilvēkresursu un zinātības pieejamība;
- 3) tehnoloģisko līdzekļu un aprīkojuma pieejamība;
- 4) pastāvošie finansiālie atbalsta mehānismi interaktīvo spēļu projekta un produkta izstrādes posmā – to apguves rezultāti, trūkumi;
- 5) pastāvošie finansiālie atbalsta mehānismi interaktīvo spēļu izplatīšanas un mārketinga jomā – to apguves rezultāti, trūkumi;

- 6) iespējamie audiovizuālo un interaktīvo spēļu komercializācijas virzieni un mehānismi;
- 7) rekomendācijas Pasūtītājam turpmākai rīcībai.

Pētījumā tika izmantotas šādas pētījuma metodes: statistikas datu u.c. informācijas apkopošana un analīze, intervijas un fokusgrupu diskusijas. Pētījuma metožu izmantošanu ietekmēja pieejamo datu un informācijas ticamība, precizitāte un kvalitāte vai tās trūkums un nevēlēšanās to sniegt (piemēram, filmu studiju komercinformācija).

Pētījums tika veikts laika posmā no 2012. gada 1. martam līdz 30. aprīlim.

Pētījumu izstrādāja: pētījuma koordinators Dr.man.cand. Kaspars Šteinbergs un pētniece kultūras, radošo industriju un ekonomikas jautājumos Dr.com.cand. Renāte Cāne.

1 ESOSĀS SITUĀCIJAS APRAKSTS UN ANALĪZE

1.1 Esošā situācija filmu nozarē

1.1.1 *Vispārējs nozares raksturojums*

Visiem komersantiem, kuri vēlas veikt filmu producēšanu Latvijā, Ministru kabineta noteikumi Nr. 586 paredz reģistrēšanos filmu producentu reģistrā. Uz 06.03.2012. reģistrēto filmu producentu skaits ir 87 juridiskās personas, kuras saimnieciskās darbības statistiskajā klasifikatorā NACE (2.red.) lielākoties ir reģistrējušās 59.11. sadaļā „Kinofilmu, video filmu un televīzijas programmu producēšana”. Biežāk sastopamais vēl cits darbības veids ir 59.13. „Darbības pēc kinofilmu, video filmu un televīzijas programmu producēšanas”.

Analizējot filmu producentu Peļņas un zaudējumu pārskatus par attiecīgo laika periodu (pieejami Lursoft), kā arī NKC datus par valsts dotāciju sadali filmu projektiem un citus finansējuma avotus (piem., „Eurimages” u.c.), redzams, ka no visiem reģistrētajiem producentiem laika periodā no 2008. līdz 2011. gadam vairāk vai mazāk aktīvi producējuši filmas apmēram divas trešdaļas no kopējā producentu skaita, pārējie vai nu saimniecisko darbību nav veikuši nemaz, vai arī to darījuši nenozīmīgos apmēros. Izvērtējot producentu neto apgrozījumu (rādītājs, kas parāda producenta saimniecisko aktivitāti un finanšu plūsmas apjomu gadā), skaidri iezīmējas vairākas tendences. Pirmā – nozarē ir izteikts „projektu princips”. Ja kāda no studijām realizē lielāku filmas projektu, tas atspoguļojas finanšu plūsmā kā nozīmīgs pieaugums konkrētā gadā vai divos, taču uzreiz pēc filmas beigām apgrozījums atkal strauji samazinās (raksturīgs piemērs – SIA „FA filma”, SIA „Filmu studija Deviņi”). Tas liecina par salīdzinoši nestabilu studiju finansiālo situāciju un nespēju plānot procesus ilgtermiņā. Šī iemesla dēļ daļa studiju meklē iespējas papildināt ieņēmumus ar citiem saimnieciskās darbības veidiem, kas ne vienmēr ir tieši saistīti ar pamatdarbību (piem., SIA „Screen Vision”, kas veido jauno aktieru apmācību, vai SIA „Kinolats”, kas sniedz datorizaina pakalpojumus). Citas savukārt samazina darbību līdz minimumam (SIA „Kompānija Hargla”, SIA „Subjektīvfirma”, SIA „Studija Centurms” u.c.).

Otra tendence norāda to, ka ir iespējams atrast arī komerciāli veiksmīgas jomas, kas studijām nodrošina visai nopietnus ienākumus. Kā veiksmīgākās iezīmējas reklāma un filmēšanas nodrošināšanas pakalpojumi (tehnikas īre, filmēšanas vietu un

aktieru atlase u.c. – t.s. „servisi”). Studijas, kas sasniegušas nopietnus panākumus šajā jomā, ir SIA „Film Angels Studio” un SIA „Film Angels Production”, kuru apgrozījums 2010. gadā pārsniedza pat 2 milj. Ls, arī SIA „Baltic Pine Films” kopš savas izveidošanas 2008. gadā ir parādījusi strauju un stabilu apgrozījuma kāpumu. Abu šo uzņēmumu komerciāli veiksmīgo studiju pamatdarbības veids (pašu definētais) ir cieši saistīts gan ar vienu, gan otru no minētajām darbības jomām. Iespējams, ka tas devis ierosmi arī citu studiju vadītājiem mēģināt attīstīt šos darbības virzienus. To intervijās atzinuši producenti Laima Freimane, Roberts Vinovskis.

Trešā pozitīvā tendence parāda, ka tik tiešām – Latvijas eksportspējīgākais filmu segments ir animācijas filmas. Abi lielie spēlētāji – SIA „Filmu studija Rija” un SIA „Animācijas brigāde” ir stabili tirgus spēlētāji, kuru veiksmes pamatā ir rūpīgs darbs, tai skaitā kopā ar ārvalstu sadarbības partneriem.

Kopumā ir secināms – neskatoties uz to, ka finansējums filmu nozarei kopš 2008. gada ir samazinājies vairāk kā trīs reizes, kas sāpīgi ietekmē arī atbalstīto filmu skaitu un līdz ar to arī daudzu studiju darbību, lielākā daļa producentu tomēr aktīvi meklē dažādus risinājumus filmu studiju pastāvēšanai un attīstīšanai. Tostarp redz attīstības potenciālu arī jaunu jomu apgūšanā, ieskaitot darbību multimediju vidē.

1.1.2 Izvēlēto piemēru analīze

Padziļinātai filmu studiju darbības analīzei tika izvēlēti pieci producenti, kas kopumā pārstāvēja septiņas filmu studijas: SIA „Screen Vision”, SIA „Animācijas brigāde”, SIA „Film Angels Studio”, SIA „Film Angels Productions”, SIA „Studija Lokomotīve”, SIA „Kinoklubs”, SIA „Filmu studija Deviņi”.

Šie producenti tika izvēlēti, jo ir samērā tipiski filmu nozares raksturīgāko segmentu pārstāvji un šo producentu un viņu studiju darbības analīze palīdzēs veidot kopainu par tendencēm Latvijas filmu producentu darbībā sekojošos jautājumos:

- ✓ studiju pamat- un papildu saimnieciskās darbības veidi, to ieņēmumu struktūra un savstarpējā ietekme uz studijas kopējo darbību,
- ✓ gatavība studijās veidot radošās industrijas produktus, kuri varētu palīdzēt attīstīt studiju darbību.

Būtisks interviju uzdevums ir arī noskaidrot producentu viedokli par filmu nozares attīstības iespējām sadarbībā ar starpmediju produktu un interaktīvā satura veidotājiem.

Laima Freimane, studijas „Screen Vision” vadītāja, atzina, ka, neskatoties uz to, ka reģistrētais pamatdarbības veids ir filmu ražošana, un studijā salīdzinoši regulāri tiek veidotas dažādu žanru filmas, studijai ir arī pietiekami daudz citu darbības virzienu, kas gan lielākoties ir saistīti ar filmu nozari. „Jau sešus gadus mēs veidojam aktieru kursus, un tas jau pat tā kā kļuvis par vienu no pamatdarbības veidiem. (...) Aktieru kursi nedod peļņu, bet dod finanšu apriti un kaut kādu aktivitāti.” Kā īpaši potenciāli efektīvu Laima uzskata t.s. filmēšanas servisa pakalpojumu sniegšanu, tāpēc „pēdējos gados nopietni strādāju pie tā, lai dabūtu arī „servisu”. Es ļoti cenšos uzsākt šo jomu”. Taču ar reklāmu Laima nodarboties nevēlas, lai arī tā varētu sniegt pozitīvu finanšu atbalstu studijai. „Tā ir pilnīgi cita domāšana un iztukšošanās. Kino es redzu lielāku potenciālu.”

Savas studijas ieņēmumu sadalījumu Laima vērtē apmēram šādi – 2011. gadā „servisi” ir devuši apmēram 80%, kursi – tuvu nullei, bet tas nelielais pārējais % ir publiskais finansējums.

Kā ārkārtīgi interesanta ir vērtējama Freimanes jaunākā iecere – veidot studijas iepriekš filmētā materiāla „footage”. „Tie ir tādi mazi filmētā materiāla gabaliņi, kurus samontē un uzliek uz serveriem (jau gatavām platformām) un tirgo interesentiem (lielākoties tie ir filmētāji no dažādām pasaules valstīm, kam ir izdevīgi nevis pašiem kaut kur braukt filmēt dažus kadrus, bet gan nopirkt jau gatavu materiālu). Jau sen to gribēju, bet nebija līdzekļu. Taču tagad sāku izmantot praktikantus to veidošanā, un lieta, lai arī ar grūtībām, bet sāk virzīties uz priekšu. Tas var būt labs veids, kā papildus nopelnīt naudu.”

Lai arī citu radošo industriju produktu ražošanā Laima nesaredz potenciālu, interaktīvā vide, viņasprāt, ir viens no risinājumiem jaunu komerciālu ceļu meklējumos. „Būtībā mūsdienās ir tā, ka jebkura filma pati uzprasās, ja tu gribi viņu labi izreklamēt, uz visādām spēlītēm, blakus produktiem. Taču problēma ir tāda, tam pietrūkst investīciju, finansējuma, jo tas viss prasa naudu. Mums ir arī bijušas pārīs interesantas interaktīvas idejas, bet mums nav izdevies tālāk ar viņām tikt, jo īsti nav fonda, kur ar viņām iet. Bet pašiem vēl nevienam nav tādu resursu, kurus var ieguldīt tajā.”

Māris Putniņš, SIA „Animācijas brigāde” vadītājs, par savas studijas pamatdarbības veidiem atzina 3 – leļļu animācijas filmu, leļļu animācijas reklāmu un leļļu animācijas mācību filmu veidošanu. To, ka studija šajā jomā ir sasniegusi visai atzīstamus panākumus, apliecina gan starptautiskā atzinība festivālos, gan visai

nopietnie filmu izplatīšanas rādītāji visā pasaulē. Papildu saimnieciskās darbības veidu studijai nav, „ja nu vienīgi par papildus saimniecisko darbību var saukt mūsu pašu filmu DVD izdošanu un pārdošanu”, ko vienlaikus varētu pieskaitīt arī pie radošās industrijas produktu veidošanas.

„Animācijas brigādei” ir visai tipisks Eiropas studiju finansējuma modelis – „ārzemju pasūtījumi mums dod apmēram 15% no apgrozījuma, pašfinansējums vidēji 10% (kā tas ir pārsvarā visur Eiropā), pārējais – fondi. Mums ir ļoti paveicies, ka esam izgājuši starptautiskajā tirgū un mums ir nopietni ārvalstu pasūtījumi.”

Interaktīvo vidi Putniņš vērtē kā visnotaļ nopietnu filmu studijas attīstības virzienu. „Mums ir bijuši piedāvājumi darboties šajā jomā, izstrādājot tēlus vai kustības u.tml., bet šie projekti līdz galam nav realizējušies. Iemesls – naudas trūkums, jo datorspēles ir ļoti dārgs produkts. Un es Latvijā tam neredzu jēgu – tirgus ir tik ļoti šaurs, ka neviena datorspēle Latvijas tirgum neatmaksāsies. Taču starptautiskie projekti gan varētu būt perspektīvi, un patiesībā šobrīd mēs esam vienu soli no tā, lai sāktu veidot un pārdot tēlus datorspēlēm. Krievijā mums jau ir interesenti.” SIA „Animācijas brigāde” pieredze tikai apliecina to, ka animācija ir viena no tām kino jomām, kurai ar interaktīvo produktu veidošanu var būt visciešākā saskare.

Interesants modelis, kā veidot uzņēmējdarbību filmu nozarē, redzams **SIA „Film Angels Studio” un SIA „Film Angels Productions”** analīzē. **Jānis Kalējs, abu studiju līdzdibinātājs**, par pamatdarbības virzieniem uzskata divus – reklāma un filmas. Katrs no tiem savukārt sadalās divos apakšvirzienos.

„Reklāmā mēs gan paši veidojam reklāmas (visas lielākās Latvijas reklāmas aģentūras ir mūsu pasūtītāji, un mēs producējam reklāmas no sākuma līdz galam – ideju izstrāde, filmēšana, montāža, viss), gan arī esam kā reklāmas servisa pakalpojumu sniedzēji ārvalstu reklāmas studijām no visas pasaules (mēs piedāvājam filmēšanas vietas, tehniku, aktieru atlasī un visu citu, kas saistīts ar reklāmas veidošanu – pilns serviss ārvalstniekiem). Līdzīgi ir arī ar filmu veidošanu – gan mēs paši veidojam filmas (piem., mūsu lielākais projekts „Vogelfrei”), gan arī sniedzam servisa pakalpojumus ārvalstu filmētājiem Latvijā. Tie jau ir bijuši vairāki nopietni projekti no tādām valstīm kā Krievija, Zviedrija, Somija, Koreja, Japāna, Indija, Vācija, Dānija.”

Ir izveidots tāds kā dalījums starp abām studijām – „Film Angels Productions” ražo vietējās reklāmas un apkalpo starptautiskos reklāmas projektus un mūzikas

video, savukārt „Film Angels Studio” specializācija ir spēlfilmu un dokumentālo filmu veidošana un filmēšanas pakalpojumu sniegšana pašmāju un ārvalstu filmu producentiem. To, ka izvēlētais veids ir veiksmīgs, apliecina fakts, ka abas šīs studijas ir komerciāli visveiksmīgākās Latvijā, ar vislabākajiem finanšu rādītājiem. Kā jau reklāmā un filmēšanas servisu jomā strādājošiem uzņēmumiem, skaidrs, ka arī ieņēmumu struktūra ir praktiski 100% pašu nopelnītais, un tikai retajiem pašu veidoto filmu projektiem tiek lūgts un nedaudz arī saņemts valsts dotācijas finansējums.

Interesanti ir tas, ka Jānis Kalējs atzīst – abas studijas nav domājušas ne par citu papildus radošo produktu veidošanu, ne arī par iespējām izmantot interaktīvās vides sniegtās iespējas. Tas patiesībā nav tipiski uz citu aptaujāto studiju vadītāju fona, un arī filmu nozares fokusgrupas dalībnieku vidū nebija neviena, kas nebūtu vismaz sācis apsvērt šīs jaunās iespējas.

Studiju juridiskais nošķirums vērojams arī **SIA „Studija Lokomotīve” un SIA „Kinoklubs”** gadījumā. Abu studiju **vadītājs Roberts Vinovskis** gan skaidro, ka tas veidots atšķirīgu nekā iepriekšējā gadījumā apsvērumu dēļ. „Mēs paši sev esam definējuši, ka „Studijas Lokomotīve” pamatdarbības veids ir filmu producēšana, bet SIA „Kinoklubs” tie ir filmu u.c. audiovizuālo darbu veidošanas servisa pakalpojumi. Dalījums izskaidrojams ar to, ka filmu veidošanas projekti bieži vien ir saistīti ar valsts finansējumu (dotācijām), tāpēc finanšu plūsma ir mazāka, taču tajā ir nepieciešama lielāka stabilitāte. Savukārt t.s. servisa pakalpojumi ir finanšu ietilpīga darbība, līdz ar to tiek ņemti kredīti un palielinās uzņēmējdarbības risks. Tāpēc abas šīs jomas mums ir nodalītas.” Arī ieņēmumu struktūra abās studijās ir atšķirīga. „Studijā Lokomotīve” attiecība ir 2:1, kur 2 ir pašu līdzekļi, bet 1 – valsts dotācijas. Arī sponsorlīdzekļus filmu projektiem ir izdevies piesaistīt, bet to ir ļoti maz – pa visiem studijas darbības gadiem kādi 3-5% no kopējās finanšu aprites. Savukārt SIA „Kinoklubs” visi līdzekļi ir komercdarbībā nopelnīti.

Vinovskis uzskata, ka šāda studiju specializācija jo īpaši pozitīvi ietekmē „Studiju Lokomotīve”; tā ļauj ietaupīt līdzekļus filmu pabeigšanas procesā, jo to var pabeigt par saviem līdzekļiem, kas ir ievērojami lētāk. Tādējādi studija spēj uzņemt vairāk filmu.

Multimediju un interaktīvās vides sniegtās jaunās iespējas Vinovskis vērtē ļoti pozitīvi. „Es domāju, ka interaktīvās spēles, aplikācijas u.tml. īpaši var būt noderīgas kā filmu promotēšanas rīks. Arī mums ir doma uz rudeni vienai filmai izveidot interaktīvo spēli, saturiskais risinājums mums jau ir, arī datorīki, domāju, mums

izdosies atrast, taču pagaidām mums nav līdzekļu, lai apmaksātu viņa darbu. Taču mēs ļoti vēlamies kaut ko tādu uzsākt."

SIA „Filmu studija Deviņi” ir viena no vecākajām filmu studijām Latvijā. Tās **vadītājs Jānis Juhņēvičs** norādīja, ka par saviem pamatdarbības veidiem studija uzskata četrus virzienus – pirmais un nozīmīgākais ir filmu ražošana un izplatīšana. Nākamais ir tehnikas īre, tad filmēšanas grupu nodrošināšana (jau minētie „servisi”) un reklāmu ražošana. „Vārdu sakot – viss, kas saistīts ar video un kino. Bet papildus darbības veidu mums nav”.

Latvijas studijām netipiski, lielākā daļa finansējuma studijai nāk no investoriem un sponsoriem – varētu būt 35-40%. Savukārt fondu nauda un pašu nopelnītais ir apmēram puse uz pusi – tāpat pa kādiem 30% katrs, atzīst Juhņēvičs. Iespējams, tas saistās ar to, ka beidzot ir pabeigta filma „Mona”, kuras izstrāde ilga 7 gadus, un tieši filmas beigu posmā šādi ir atrasti papildus līdzekļi filmas pabeigšanai.

Intervijas noslēgumā studijas vadītājs atzina, ka studija vēl nav sākusi izvērtēt interaktīvās jomas iespējas filmu studijas darbības attīstīšanā. „Mēs neesam domājuši par to. Animācijai būtu vieglāk pieslēgties šai interaktīvajai videi, bet mēs ar animāciju nenodarbojamies. Taču laikam jau būs jāsāk vien domāt – viss pamazām mainās...”

Ar šiem Jāņa Juhņēviča vārdiem var noslēgt pētījuma pirmo daļu un loģiski pāriet pie esošās situācijas izpētes starpmediju un interaktīvo spēļu nozarē, kā arī identificēt nozīmīgākos abu nozaru saskarsmes punktus.

1.2 Esošā situācija starpmediju un interaktīvo spēļu nozarē

1.2.1 Vispārējs nozares raksturojums

Starpmediju produktu un interaktīvo spēļu veidotāju apzināšana tika veikta, apkopojot publiski pieejamo informāciju par šādu produktu radītājiem. Diemžēl šādu uzņēmumu identificēšana nav iespējama, izmantojot saimniecisko darbību statistisko klasifikatoru (NACE 2.red.), kurā vienīgā atbilstošā darbība ir „58.21 Datorspēļu tīražošana”, un šādu darbības veidu ir norādījis tikai viens uzņēmums¹. Nozīmīgu daļu no starpmediju produktu un interaktīvo spēļu tirgus veido komersanti, kas veido spēles un aplikācijas portālā draugiem.lv². Šādā veidā tika apzināti ap divdesmit³ šādu komersantu (ieskaitot pašnodarbinātas personas), kas ar dažādu aktivitātes līmeni nodarbojas ar šādu produktu veidošanu. Apkopojot Lursoft datu bāzēs pieejamo informāciju par šiem komersantiem, iezīmējās dažas raksturīgas iezīmes. Pirmkārt, lielākā daļa šo komersantu ir sākuši savu darbību laika posmā no 2009.-2011. gadam, tātad uzskatāmi par jauniem uzņēmumiem, kas savu darbību ir sākuši ekonomikas recesijas (t.sk. krīzes) laikā. Otrkārt, lielākā daļa šo komersantu kā savus pamatdarbības veidus ir norādījuši *datorprogrammēšana* un *citi informācijas tehnoloģiju un datoru pakalpojumi* (abi pieder pie 62. nodaļas NACE 2.red. klasifikatorā). Līdz ar to lielākā daļa interaktīvo spēļu veidotāju (interneta un mobilajā vidē) ir salīdzinoši jauni informāciju tehnoloģiju (IT) nozares uzņēmumi. Analizējot šo uzņēmumu citus rādītājus, piemēram, nodarbināto skaitu, apgrozījumu, radītos produktus, to starpā ir daudz atšķirību. Daļa šo uzņēmumu uzskatāmi par mikrouzņēmumiem – to nodarbināto skaits nepārsniedz 1-10 darbiniekus, dažos uzņēmumos tiek nodarbināti vairāki desmiti darbinieku, pie tam arī vairākās pasaules valstīs, piemēram, SIA „Amber Games”, SIA „Innowate”. Apskatot radītos produktus, daži uzņēmumi ir radījuši tikai vienu sociālo tīklu spēli, kas darbojas portālā draugiem.lv, bet ir arī uzņēmumi, kas izstrādā vairākas spēles dažādās platformās un vidēs (CD, internets, sociālie tīkli, mobilās aplikācijas u.c.), un tās tiek izplatītas visā pasaulē, piemēram, ASV, Brazīlijā, Krievijā, Eiropas Savienībā u.c. Arī radīto produktu daudzveidība ir liela: spēles sociālajos tīklos, stratēģiskās spēles,

¹ SIA „Spellless”

² sk: <http://www.draugiem.lv/applications/list/games>

³ sk. pielikumu 50.lpp.

online kāršu, sporta spēles u.c. Radīto spēļu u.c. produktu skaits nemitīgi pieaug, tā piemēram, pēdējo trīs gadu laiku portālā draugiem.lv ir radītas vairāk kā 100 dažādas spēles un cita veida aplikācijas, tiesa, daļa no tām ir pārtraukušas savu darbību⁴.

Bez komerciālo spēļu veidotājiem interneta (sociālo tīklu) un mobilajās vidēs, Latvijā darbojas arī bērniem domātu, izglītojošu, kultūras u.c. spēļu un starpmediju produktu veidotāji. Tomēr kā komerciālo, tā nekomerciālo starpmediju produktu un interaktīvo spēļu veidotāju kopskaitu precīzi nav iespējams noteikt.

Veiktās intervijas ar nozares pārstāvjiem parādīja būtiskākās kopējās nozares problēmas:

- ✓ nozares dalībnieku savstarpēja nezināšana, komunikācijas trūkums, kopējo problēmu risināšana individuālā ceļā;
- ✓ starpnozaru (piemēram, kino, māksla) sadarbības trūkums un vājums;
- ✓ sabiedrības neviennozīmīgais viedoklis par datorspēļu nozari, uzsverot tikai datorspēļu negatīvo iedarbību vai to nenopietnību, nevis nozares radīto pievienoto vērtību ekonomikā;
- ✓ neinformētība par šādu produktu radītāju darbību un tās iespējām, kopēja nozares mārketinga trūkums;
- ✓ atbilstoši sagatavotu speciālistu trūkums, izglītības programmu trūkums un nepilnības.

1.2.2 Esošie atbalsta instrumenti: to apguves rezultāti un trūkumi

Esošo atbalsta instrumentu analīze tika veikta, balstoties uz publiski pieejamo informāciju, īpaši Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras (LIAA) ikmēneša publikācijām „Pieejamie atbalsta instrumenti uzņēmējiem”⁵ un apkopoto informāciju par atbalsta instrumentiem. Apkopojot šo informāciju, nākas secināt, ka **vienīgais īpaši iezīmētais finanšu atbalsta instruments starpmediju produktu un interaktīvo spēļu veidošanai ir starptautiskās Baltijas jūras valstu reģiona programmas „First Motion” konkursu finansējums.** Šīs programmas 1. kārtas konkursā finansējumu ieguva Latvijas projekts: studijas „Avantis Promo” projekts „15 Young By Young” (atbalsta summa LVL 19 965⁶), kas ir dokumentālu īsfilmu sērija ar animācijas segmentiem un interaktīviem stāsta elementiem interneta vidē. 2. kārtas konkursā finansējumu ieguva divi Latvijas projekti: studijas „Jetmedia” projekts

⁴ sk: <http://www.draugiem.lv/applications/list/games>

⁵ sk: http://www.liaa.gov.lv/lv/sakumlapa/jaunumi/atbalsta_instrumenti/

⁶ sk: <http://www.nfc.lv/news/view.php?id=425>

„Brīnumputns” un studijas „Atom Art” projekts „Lupatiņi”. Abi projekti bija paredzēti kā datorspēles bērniem, kuras paredzēts izplatīt dažādās platformās, piemēram, mobilajos telefonos, internetā, u.c., un abi projekti tika atbalstīti ar LVL 20 000 lielu finansējumu⁷ (projekts „Brīnumputns” detalizēti aplūkots 1.2.4 apakšnodaļā).

Pārējo atbalsta instrumentu vidū jāizceļ tie, kas īpaši domāti arī radošo industriju un IT sektora uzņēmumu atbalstam, piemēram, biznesa inkubatori, pasākumi ideju attīstīšanai un *start-up* uzņēmumiem. Rīgā, Andrejsalā izveidotajā radošo industriju inkubatorā „Creative Andrejsala” SIA „Vizla” radīja un attīstīja datorspēli „Kinopilsēta”⁸, Kurzemes biznesa inkubatora Kuldīgas filiālē darbību ir uzsācis uzņēmums SIA „Bool Games”, kas veidos mobilo spēļu aplikācijas, inkubatorā „TechHub” darbojas tādi spēļu un to platformu veidotāji, kā SIA „MightyFingers” un SIA „Innowate”. Pasākumos *start-up* ideju attīstīšanai atzinumus ir guvušas vairākas starpmediju produktu un interaktīvo spēļu idejas, piemēram, pasākumos „Garage 48” atbalstītas šādas idejas un produkti „Garage Tanks”, „Mustache Ninja”⁹, „Startup sauna” warm-up pasākumā atbalstīta jau pieminētā SIA „MightyFingers” spēles platformas ideja.

Diemžēl maza aktivitāte ir vērojama citu atbalsta instrumentu izmantošanā, piemēram, LIAA programmā „Ārējo tirgu apgūšana”, kas varētu atbalstīt šādu produktu veidotāju dalību starptautiskās izstādēs un konferencēs.

1.2.3 Cilvēkresursu un zinātības pieejamība nozarē

Cilvēkresursu un zinātības pieejamība tika novērtēta, ņemot vērā padziļinātājās intervijās un fokusgrupu diskusijā pausto viedokli. Starpmediju produktu un interaktīvo spēļu veidošanā vispārīgi ir nepieciešami šādi speciālisti: programmētājs, māksliniecisks tēlu radītājs / mākslinieks, idejas / satura attīstītājs, produkta virzītājs tirgū un projekta vadītājs. Datorspēles izveidei vēl nepieciešams ir arī spēles dizainers un spēles testētājs. Konkrētās situācijās atsevišķus pienākumus var apvienot un to realizēšanu veikt viens cilvēks, piemēram spēles satura attīstīšanu un dizaina izstrādi vai spēles virzīšanu tirgū un projekta vadīšanu. Ir būtiski atzīmēt, ka, no vienas puses, Latvijas Profesiju klasifikatorā nav izdalīta neviena specifiski ar

⁷ sk: <http://www.nfc.lv/news/view.php?id=535>

⁸ sk: <http://www.draugiem.lv/applications/15003093/>

⁹ sk: <http://www.mustacheninja.com/>

datorspēļu izveidi saitīta profesija¹⁰, un, no otras puses, Latvijā nav nevienas vidējās un augstākās izglītības mācību programmas, kurā tiktu sagatavoti speciālisti ar datorspēļu izstrādei nepieciešamajām specifiskajām zināšanām un prasmēm, piemēram, spēles dizaina izstrāde, spēles testēšana u.c.

Intervijas un fokusgrupu diskusijas ļāva iegūt priekšstatu par būtiskākajām problēmām cilvēkresursu un zinātības pieejamībā nozarē:

- ✓ visa veida speciālistu (programmētāju, mākslinieku, satura attīstītāju u.c.) sagatavotība neatbilst nozares prasībām, izglītības pārāk izteiktais „akadēmiskums”;
- ✓ speciālistu, kas pārvaldītu nozares specifiskās zināšanas un prasmes, trūkums (piemēram, mārketinga speciālisti, kas pārzinātu šādu produktu virzīšanā tirgū izmantojot sociālos tīklus);
- ✓ nepieciešamo speciālistu, piemēram, programmētāju nepieejamība (aizņemtība ar spēļu izstrādi nesaistītā pamatdarbā, pārāk augsta atalgojuma gaidas);
- ✓ informācijas trūkums par starpmediju produktu un interaktīvo spēļu izveidē un attīstīšanā iesaistāmo speciālistu pieejamību (idejas autoriem nav informācijas par piesaistāmiem programmētājiem, un otrādi, spēļu programmētājiem nav informācijas par iespējamiem satura radītājiem);
- ✓ darbam nozarē piesaistāmo speciālistu nevēlēšanās strādāt projektu „eksperimentālā rakstura”, nepastāvīguma, „nenopietnības” u.c. faktoru dēļ;
- ✓ jaunāko tehnoloģiju, platformu un programmu nepārzināšana.

1.2.4 Izvēlēto piemēru analīze

Pētījuma laikā tika identificēti vairāki starpmediju produkti un interaktīvās spēles, bet plašākai analīzei tika izvēlēti divi: SIA „Jetmedia” projekts „Brīnumputns” un SIA „Next Level” projekts „Okeānija”. Šo divu projektu salīdzinājums tika izvēlēts to atšķirīgo iezīmju dēļ: projekta mērķauditorija, finansējums, izstrādes laiks un process u.c.

¹⁰ sk: <http://www.lm.gov.lv/text/80>

SIA „JETMEDIA” PROJEKTS „BRĪNUMPUTNS”



Attēls 1. Spēle "Brīnumputns" (projekta "First Motion" publicitātes materiāli)

Projekts „Brīnumputns” ir tapis studijā „JetMedia”, un paredzēts, ka ietvers datorspēli interneta mājas lapā un tās turpinājumu – mobilo aplikāciju izmantošanai iPad. Spēles pamatā ir latviešu pasakas par dzīvniekiem un brīnumpasakas. Spēles mērķauditorija ir pirmskolas vecuma bērni 5-8 gadu vecumā un viņu vecāki. Spēle tiek veidota apzinoties, ka bērni iepazīst pasauli, iegūst informāciju, rotaļās izmanto aizvien vairāk digitālo vidi, t.sk. arī datorspēles. Tādēļ spēle radīta ar vēlmi izveidot bērniem domātu datorspēli, kuras pamatā būtu Latvijas kultūras vērtība – pasaka un tās tēli, nodrošinot spēles augstu māksliniecisko un estētisko risinājumu. Spēles izstrāde ir uzsākta 2007. gadā, un tās veidošana notikusi atsevišķos posmos vairāku gadu garumā, tās pabeigšana paredzēta 2012. gada beigās. Spēles idejas, animācijas, sižeta un programmēšanas pamatu sagatavošanai izmantots VKKF programmas ”Tradicionālā kultūra” piešķirtais finansējums piemēram, 2007. gadā – 2000 lati, 2008. gadā – 2780 lati. Spēles attīstīšanai, programmēšanai un pilnveidošanai 2011. gadā ir saņemts programmas First Motion konkursu finansējums 20 000 latu apmērā. Šobrīd projekta pabeigšanai – spēles izlaišanai – nepieciešami aptuveni 2000-3000 latu. Projekta izstrādē un realizēšanā ir ieguldīts skaitliski nenovērtējams pašu ieguldījums – projekta izstrādātāju darbs. Projekta beigās paredzēts izstrādāt datorspēli interneta mājas lapā ar vienu varoni un trim spēles līmeņiem, kas būs pieejama bez maksas, un spēles turpinājums (ar nākošajiem līmeņiem) iPad vidē būs iegādājams „Apple App Store”. Samaksa būs par aplikācijas iegādi, bet turpmāko līmeņu spēlēšana būs bez maksas. Spēles sākotnējās mārketinga aktivitātes veidos

publikācijas vecākiem domātos preses izdevumos un internetā, kā arī vispārēji publicitātes materiāli. Projekta turpmākos posmos ir iespējams izstrādāt e-grāmatu, materiālus izkrāsošanai u.c. blakus produktus. Projekta galvenās izstrādes problēmas ir pārāk ilgais izstrādes posms, finansējuma trūkums, tā sadrumstalotība un speciālistu (programmētāja) nepieejamība¹¹.

SIA „NEXT LEVEL” PROJEKTS „OKEĀNIJA”



Attēls 2 Spēle "Okeānija" (spēles publicitātes materiāli draugiem.lv)

SIA „Next Level” projekts ir datospēle sociālajā portālā draugiem.lv: www.draugiem.lv/okeanija/. Spēles idejas pamatā ir Robinsona Krūzo piedzīvojumi, kuras laikā spēlētāji mēģina izdzīvot uz vientuļas salas, to apgūt un veidot savu salu valsti. Spēle izstrādāta četru mēnešu laikā no 2010. gada novembra līdz 2011. gada februārim, kad spēle tika palaista testēšanas režīmā. Spēles izstrādes izmaksas bija 2000-3000 latu, tās veidoja spēles veidotāju (4 cilvēku komanda) atalgojums un programmatūru iegāde. Spēle ir domāta ikvienam spēlētgribētājam, bet tās galvenā mērķauditorija ir sievietes vecumā no 40-60 gadiem. Šobrīd spēli vidēji mēnesī spēlē 70 000-80 000 spēlētāju, no kuriem 60-70% spēlētāju par tās spēlēšanu nemaksā neko (taču nodrošina spēles popularitāti), bet lielākā daļa no spēlētājiem, kas par spēlēšanu maksā, mēnesī tam iztērē 5-10 latus, un parasti iesaistās spēlē pāris reizes dienā. Vidēji spēle dod 14 000-16 000 latu lielus ieņēmumus un to apjomam ir pieaugoša tendence. Spēle 2012. gada martā tika palaista Lietuvas iepazīšanās portālā draugas.lt un maijā paredzama tās palaišana Krievijas un Polijas sociālajos portālos. Ārējo tirgu apgūšana notiek, izmantojot vietējo spēļu publicēšanas pakalpojumu sniedzēju pakalpojumus. Spēles mārketinga aktivitātes notiek, izmantojot spēles forumu (spēlētāju iesaukšana un atgriezeniskās saites veidošana), lapu draugiem.lv,

¹¹ Avots: intervija ar spēles projekta vadītāju Ingu Prauliņu

uzņēmuma kontu Twitter (konts: nextlevellv, sekotāju skaits – 57) un spēles Lietuvas versijas „Facebook” lapu (konts: okeanija, lietotāju skaits – 1605). Spēles virzīšanai tiek izmantots arī cross mārketing – citas SIA „Next Level” vai ārvalstu spēles publicētāju izstrādātas spēles un to lietotāju forumi¹².

Aplūkotie piemēri – SIA „Jetmedia” spēle „Brīnumputns” un SIA „Next Level” spēle „Okeānija” parāda, ka nekomerciālu, bet mākslinieciski un idejiski augstvērtīgu produktu izstrādāšana saskaras ar vairākām problēmām (nespēja piesaistīt speciālistus, projekts velkas vairākus gadus, netiek atrasti pareizie tehnoloģiskie risinājumi u.c), kas izriet no nepietiekošā finansējuma, turpretī komerciālu produktu izstrādei bieži pietiek ar pavisam mazu starta kapitālu, lai īsā laikā izveidotu komerciāli veiksmīgu un oriģinālu produktu, kas tai skaitā veiksmīgi darbojas arī ārējos tirgos.

1.2.5 Dānijas un Somijas pieredzes analīze

Dānijā pēdējo piecu gadā ir darbojušies vairāki finansiālā atbalsta instrumenti, kas ir sekmējuši starpmediju produktu un īpaši interaktīvo datorspēļu rašanos un attīstību. Laika posmā no 2007.-2010. gadam Dānijas Filmu institūta (*Det Danske Filminstitut*) Filmu līguma ietvaros datorspēļu projektu izveide bērniem un pusaudžiem tika atbalstīta 12 miljonu DKK (Dānijas kronu) jeb 1,6 miljonu eiro apmērā. Filmu līguma 2011.-2014. gadam ietvaros šādu spēļu izveidei (idejas izstrādei, prototipēšanai, demo versiju izstrādei) ir paredzēti jau 20 miljoni DKK (2,6 miljoni eiro). Spēles idejas attīstībai ir iespējams saņemt līdz pat 750 000 DKK, bet spēles projekta izstrādei līdz pat 1,5 miljoniem DKK (pieprasītais finansējums nedrīkst pārsniegt 60% no kopējām projekta izmaksām) un pieteikumu izskatīšana notiek divas reizes gadā¹³.

Spēļu u.c. eksperimentālu radošo produktu izstrādei finansējums ir paredzēts Dānijas Kultūras un pieredzes ekonomikas centra 2009.-2012. atbalsta programmā 24,8 miljonu DKK apmērā. Viens projekts var pretendēt uz atbalsta summu 750 000-1 400 000 DKK apmērā, un vidēji katrā gadā ir atbalstīti 4-7 šādi projekti, starp kuriem ir arī atsevišķi starpmediju produkti, piemēram, Mixed Reality Art Schools u.c.¹⁴ Šādu finansējumu pieejamības rezultātā Dānijā 2010. gadā strādāja 80 datorspēļu

¹² Avots: intervija ar SIA „Next Level” līdzīpašnieku Raimonu Ūdri

¹³ sk: http://www.dfi.dk/Branche_og_stoette/Spilordningen.aspx

¹⁴ sk: <http://www.cko.dk/pulje>

veidošanas uzņēmumu, kas kopumā nodarbināja 552 darbinieku, un industrijas kopējais apgrozījums bija 51 miljons EUR¹⁵.

Somijā datorspēļu industrija ir mērķtiecīgi atbalstīta pēdējo desmit gadu laikā, ieskaitot arī TEKES (*Finnish Funding Agency for Technology and Innovation*) finansiālo atbalstu vairākās programmās: VERSO (*Vertical Software Solutions 2006-2010*), FENIX (*Interactive Computing 2003-2007*) u.c. vecākās programmās (USIX, SPIN). Visu programmu kopējais apjoms datorspēļu industrijas atbalstam mērāms vairākos miljonos eiro gada laikā (piemēram, 2009. gadā tas bija ~6,5 miljonu eiro apmērā)¹⁶. Rezultātā datorspēļu izstrādātāju skaits pieaudzis no divdesmit 2000. gadā līdz 70 – 2011. gadā, nozares kopējais gada apgrozījums no 40 miljoniem eiro 2004. gadā līdz 165 miljoniem eiro 2011. gadā, un nodarbināto personu skaits no 400 – 2002. gadā līdz 1264 – 2011. gadā¹⁷.

Abu valstu – Dānijas un Somijas – spēļu veidotājiem ir iespēja izmantot Ziemeļvalstu spēļu programmā pieejamo finansējumu. Piemēram, 2012. gadā datorspēļu projektiem bija pieejams finansējums 5 miljonu DKK apjomā, kur mazākais viena projekta finansējuma apjoms varēja būt 100 000 DKK, bet lielākais – 600 000 DKK (kopumā nepārsniedzot 75% no kopējā projekta budžeta). Noslēdzoties projektu iesniegšanai, tika saņemti 159 pieteikumi, no kuriem tikai 10% būs iespēja saņemt finansējumu. No saņemtajiem pieteikumiem 50 pieteikumu bija no Dānijas, 37 – no Somijas spēļu veidotājiem.

¹⁵ sk: <http://nordicgameprogram.org/docs/TheNordicGameFacts.pdf>

¹⁶ sk: http://www.tekes.fi/en/community/Success_stories/416/Success_story/667?name=Successful+gaming+industry+one+of+Finlands+strong+points

¹⁷ The Finnish Games Industry 2010 – 2011 - <http://www.hermia.fi/neogames/>

2 IETEIKUMI UN REKOMENDĀCIJAS

2.1 Ieteikumi un rekomendācijas izglītības politikas veidotājiem un mācību iestādēm

- 1) Atvērt jaunas mācību (studiju) programmas, kas sagatavotu speciālistus darbam datorspēļu nozarē, pie tam vairākās specializācijās: spēļu programmētāji, spēļu producenti u.c. Apmācībai jānotiek vairākos līmeņos: vidusskolās, profesionālajās skolās, augstskolās koledžas, bakalaura un maģistra līmeņa studijās.
- 2) Šādām programmām ir jābūt profesionāli orientētām – tajās ir jāparedz prakses spēļu veidotāju un saistīto jomu uzņēmumos, un mācību laikā ir jāizstrādā reāli datorspēļu projekti.
- 3) Augstskolu studiju programmām ir jābūt starptautiski orientētām, daļa studiju ir jāapgūst ārvalstu augstskolās, jāveido kopīgi lietišķie un praktiskie pētījumi.
- 4) Esošajās augstskolu studiju programmās šādos virzienos – informācijas tehnoloģijas, māksla, radošās industrijas – ir jāiekļauj studiju kursi saistībā ar datorspēļu veidošanu.
- 5) Jāsekmē visa veida sadarbība ar datorspēļu nozares uzņēmumiem: ne tikai sadarbībā ar specifiskajām studiju programmām, bet arī attīstot starpdisciplīnu sadarbību.
- 6) Izglītības un zinātnes ministrijai ir jāsekmē datorspēļu kā mācību līdzekļa izmantošanu apmācību procesos bērnudārzos, vispārizglītojošās un profesionālajās skolās.

2.2 Ieteikumi un rekomendācijas institucionālā un finanšu atbalsta pilnveidošanai

- 1) Nepieciešams izveidot finanšu atbalsta instrumentu starpmediju produktu un datorspēļu izstrādei un attīstībai, paredzot finansējuma pieejamību šādu produktu izveidei izglītības un kultūras jomās. Šāda finanšu atbalsta instrumenta administrēšanu var uzticēt:

- a. Nacionālajam kino centram – šajā gadījumā grozot NKC nolikumu un paredzot atsevišķu finansējuma konkursu šādu produktu izveidei;
- b. Valsts Kultūrkapitāla centram – šajā gadījumā izveidojot jaunu projektu konkursu programmu.

Šādu finanšu atbalsta instrumentu **nav iespējams izveidot esošā** kino nozares atbalstam un kultūras projektu atbalstam paredzētā **finansējuma ietvaros**.

- 2) Nepieciešams sekmēt starpmediju produktu un datorspēļu veidotāju pieteikšanos esošajiem atbalsta instrumentiem, piemēram, ārējo tirgu apgūšanai, dalībai biznesa inkubatoros, *start-up* uzņēmumu pasākumos, riska kapitāla izmantošanai u.c.

2.3 Ieteikumi un rekomendācijas sadarbības veicināšanai nozares un starpnozaru līmenī

- 1) Nepieciešams sekmēt starpmediju produktu un interaktīvo spēļu nozares dalībnieku sadarbību, veidojot asociāciju (kopēju interešu pārstāvēšanai, problēmjaūtājumu risināšanai, lobēšanai u.c).
- 2) Asociācijai sadarbojoties ar citām valsts, nevalstiskām un izglītības iestādēm, organizēt informatīvus, izglītojošus seminārus, konferences, konkursus u.c. veida pasākumus, iesaistot arī saistīto nozaru (filmu, IT, dizaina) pārstāvjus kopēju projektu īstenošanai (piemēram, ideju attīstīšanai, finansējuma piesaistei u.c.). Daļai pasākumu jāveicina un jānodrošina starptautiskās sadarbības attīstība.
- 3) Asociācijai sadarbojoties ar nozares un saistīto nozaru speciālistiem, nepieciešams izveidot speciālistu un uzņēmumu datu bāzi pieejamo kompetenču apkopošanai.
- 4) Asociācijai īstenot aktivitātes, kas paaugstinās nozares reputāciju, atpazīstamību vietējo un ārvalstu uzņēmumu, investoru, (individuālo un biznesa) klientu un citu iesaistīto pušu skatījumā.

Pielikums: Interaktīvo spēļu veidotāju saraksts un kontaktinformācija

Nosaukums	Izstrādātie projekti	Kontaktinformācija			
		Adrese	Telefons	E-pasts	Mājaslapa
IK "Smartsoft"	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vārdu meklētājs ▪ Atmini Zīmējumu ▪ Labirints ▪ Mana Dzīve ▪ Pilsēta ▪ Detektīvkomiksu spēle 	Augusta Deglava 108/2-36, Rīga	26357191	info@smartsoft.lv	www.smartsoft.lv
SIA "Amber Games"	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Āfrika ▪ Shards of the Dreams ▪ Rančo ▪ 1100AD ▪ 1pirat (First Pirate) ▪ Dark Swords 	Brīvības gatve 214M—2, Rīga, LV-1039	26110660	info@ambergames.com	www.ambergames.com
SIA "Armniko"	<ul style="list-style-type: none"> ▪ WarCity 	Eržepoles iela 69, Viļaka, Viļakas nov., LV-4583	26129538	support@armniko.lv	www.armniko.lv
SIA "Aurum Social"	<ul style="list-style-type: none"> • Zole • Kuģi • Bura 	Kr. Valdemāra iela 100, Rīga, LV-1013	29243386	maris@aurumsocial.com	
SIA "Berjoza"	<ul style="list-style-type: none"> • Kviz • Spilvenu cīņas • Draugu Fabrika • Liekulis • Deputāts 	Atpūtas iela 2-60, Rīga, LV-1002	29535746		
SIA "Binde"	<ul style="list-style-type: none"> • Sudoku cīņas • Kāršu Cīņas 	Skolas iela 4-29, Ķegums, Ķeguma nov., LV-5020	29152703	toms@binde.lv	www.binde.lv
SIA "BRAIN"	<ul style="list-style-type: none"> • Ferma 	Liepāja, Pasta iela 4, LV-3401	63421803	info@brainclub.com	http://brainclub.com

Pētījums "Filmu, starpmediju un interaktīvo spēļu attīstības potenciāls Latvijā"

SOLUTIONS"	<ul style="list-style-type: none"> • Brain • Lielpilsēta • Zvaigžņu pirāti • Saspēle • Zelta ferma • Lidojošās olas • Skola • Gāzi grīdā • Bārmenis • Lidojošie saldējumi • Erudīts • Svētku egle • Trakais ezis • Kauja par nākotni • Puzles piramīdas • Draugturis • Yams • Krustvārdu mīklas • Ūdens pasaule • Eksotiskā ferma 				
SIA "CDI"	<ul style="list-style-type: none"> • Dārgumu mednieks • Hotelis 	Lāčplēša iela 75-4, Rīga, LV-1011	63487034	info@cdi.lv	http://www.cdi.lv/
SIA "Cinis"	<ul style="list-style-type: none"> • Jūras Kaujas 	Raunas iela 14, Cēsis, Cēsu novads, LV-4101	64121583	info@cinis.lv	http://www.cinis.lv/
SIA "ENEstudios"	<ul style="list-style-type: none"> • Nakts un Asinis 	Baznīcas iela 7-2, Rīga LV-1010			
SIA "Eware"	<ul style="list-style-type: none"> • Metropole 	Nometņu iela 13-3, Rīga, LV-1048	26334302		
SIA "Farcore"	<ul style="list-style-type: none"> • Hokejs • Kapteinis • Bagātnieks • Laimes liešana • Dārznieks • Vārdu spēle • Veiksmes spēle 	Gulbenes novads, Druvienes pag., "Dārziņi"	20008899	guntis@farcore.com	http://farcore.com

Pētījums "Filmu, starpmediju un interaktīvo spēļu attīstības potenciāls Latvijā"

	<ul style="list-style-type: none"> Uzmini nu Zvejnieks Tuksneša Pērles 				
SIA "Fubla"	<ul style="list-style-type: none"> Burtiņspēles Tauriņu Mednieks Vārdu Kaujas 	Rīgas-Siguldas šosejas 11 km, Bergi, Garkalnes novads, LV-1024	29166755		
SIA "innoWate"	<ul style="list-style-type: none"> Mana Valsts Burbuļkauja Suši Pasaule 	Ūnijas iela 12a, LV-1084, Rīga			
SIA "Jūrmalas Īpašumi"	<ul style="list-style-type: none"> Mafia Rules 	Dzintaru prospekts 13/15, Jūrmala, LV-2015	67285282		
SIA "Komunikāciju Aģentūra"	<ul style="list-style-type: none"> Akvārijs Puķkopis 	Elizabetes 33-4, Rīga, LV-1010,	67201460	agentura@ka.lv	http://www.ka.lv/
SIA "Lasvegasa"	<ul style="list-style-type: none"> Engēļi un Dēmoni Ideālā pasaule Vegasa 	Ciemupes iela 1/4, Rīga, LV-1024	29188333		
SIA "Liberta"	<ul style="list-style-type: none"> Burtu Draugi 	Zaķu muiža, Ikšķile, Ikšķiles nov., LV-5052	65067708		http://www.sula.lv
SIA "MS-IDI"	<ul style="list-style-type: none"> Outlaws Global Conflict 	Piemīņas iela 4, Audriņu ciems, Rēzeknes novads, LV-4611	29100236	info@ms-idi.eu	http://www.ms-idi.lv/
SIA "Muzikantiem LV"	<ul style="list-style-type: none"> Burtu Juceklis 	Kr. Valdemāra iela 123-35, Rīga			
SIA "Next Level"	<ul style="list-style-type: none"> Fikss Okeānija 	Dainu iela 8, Ikšķile, Ikšķiles nov., LV-5052		andrejs@nextlevel.lv	
SIA "NG technology"	<ul style="list-style-type: none"> Lidosta 	Jūrmalas gatve 101-92, Rīga, LV-1029	26726957		
SIA "Pirmā Formula"	<ul style="list-style-type: none"> Dambrete 	Baložu iela 28-16, Rīga, LV-1048	29808505	info@1formula.lv	http://www.1formula.lv/
SIA "RATE Business Solutions"	<ul style="list-style-type: none"> Rollix Akvāriju pasaule Wormix BINGO! 	Skolas iela 4-12, Ķegums	26616111	info@rate.lv	http://www.rate.lv/lv

Pētījums "Filmu, starpmediju un interaktīvo spēļu attīstības potenciāls Latvijā"

	<ul style="list-style-type: none"> • Skaitļu spēle 				
SIA "Tehnio"	<ul style="list-style-type: none"> • Zīmē un Mini • Burtnieks 	Grīvas prospekts 4-15, Ogre, Ogres nov., LV-5001	29653332	tehnio@tehnio.lv	http://tehnio.lv/
SIA "VIZLA"	<ul style="list-style-type: none"> • Kinopilsēta 	Brīvības iela 72 k-1, Rīga, LV-1011	27097879		
SIA "Wonderland Media"	<ul style="list-style-type: none"> • Novadu kari 	Aptiekas iela 8-48, Rīga, LV-1005	26322774		
SIA „World Technology Frontier"	<ul style="list-style-type: none"> • Krītiņš 	Gaujas iela 5, Rīga, LV-1026	26457260	info@wtf.lv	http://www.wtf.lv/
SIA „ZVM"	<ul style="list-style-type: none"> • Zini vai mini • Burgerland • Onewar.lv • 66.rajons 	Prūšu iela 8, Mārupe, Mārupes novads, LV-2167			