

Latvijas biznesa gada pārskats 2025

Firmas.lv

LETA
nacionālā informācijas aģentūra



**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

Abonētās preses piegādes izmaksas

2026. gadā nepalielināsies

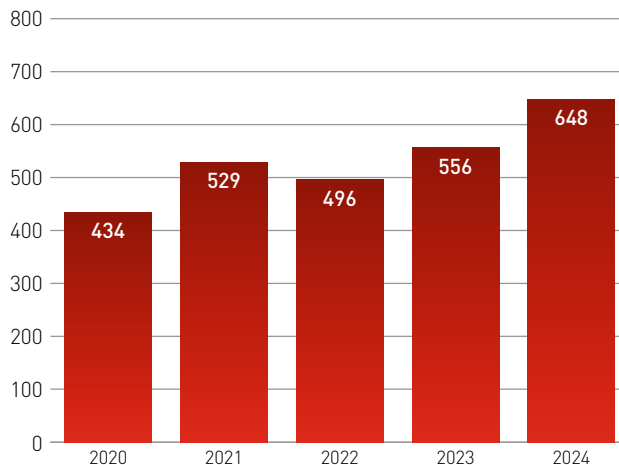
Satiksmes ministrija un Latvijas Preses izdevēju asociācija vienojusies, ka 2026. gadā abonētās preses piegādes izmaksas izdevējiem paliks šī gada līmenī. Tiek apsvērta iespēja no 2027. gada pāriet uz piegādi trīs reizes nedēļā, lai mazinātu slogu uz valsts budžetu.

Atceļ samazināto PVN krievu valodā izdotām grāmatām un preses izdevumiem

No 2026. gada grāmatām un preses izdevumiem, kas nav izdotas latviešu, lībiešu vai latgaliešu rakstu valodā, kā arī Eiropas Savienības un Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas dalībvalstu vai kandidātvalstu valodās, Latvijā piemēros standarta 21% pievienotās vērtības nodokļa (PVN) likmi. PVN standartlikme tiks attiecināta arī uz preses izdevumu un publikāciju, tostarp interneta vietnēs, piegādi un abonēšanu. Tas galvenokārt ietekmēs krievu valodā izdotas grāmatas un presi. Savukārt latviešu, lībiešu, latgaliešu, kā arī ES un OECD valstu valodās izdotām grāmatām un preses izdevumiem saglabāsies samazinātā 5% PVN likme.

Tendence

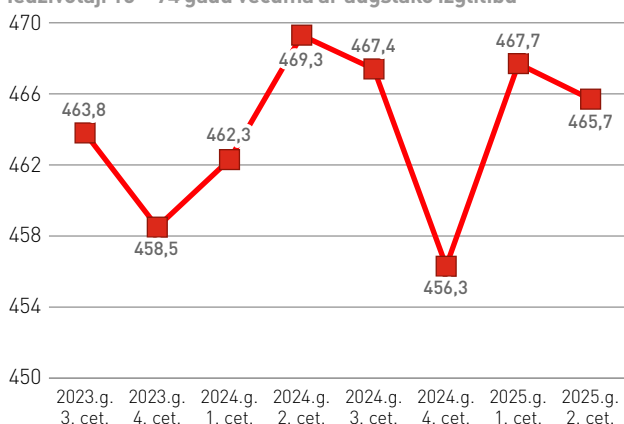
Latviešu valodā tulkoto grāmatu skaits



Dati: Centrālā statistikas pārvalde

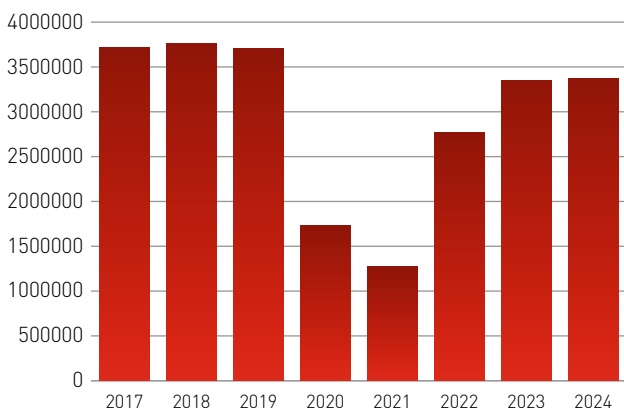
Nozares fakti

Iedzīvotāji 15 – 74 gadu vecumā ar augstāko izglītību



Dati: Centrālā statistikas pārvalde

Akreditēto muzeju apmeklētāju skaits



Dati: Centrālā statistikas pārvalde

Izaicinājumi un atbalsts

No 2026. gada ievieš modelī "Programma skolā"

Valdība ir vienojusies no 2026. gada septembra pilnā apmērā ieviest jauno skolu finansēšanas modeli "Programma skolā". Reformai nepieciešamos līdzekļus plānots rast nākamā gada valsts budžeta veidošanas procesā, un tās īstenošana ir izvirzīta kā viena no trim 2026. gada budžeta prioritātēm.

Izglītības un zinātnes ministrijas (IZM) aprēķini liecina, ka 2026. gadā reformai būs vajadzīgi papildu 35,7 miljoni eiro no valsts budžeta, bet no 2027. gada un turpmāk ik gadu būs nepieciešami 107,24 miljoni eiro. Šie aprēķini balstīti uz aktuālajiem datiem par skolēnu skaitu, izglītības iestāžu tīklu un to struktūru 2024./2025. mācību gadā.

Modelis paredz, ka valsts mērķdotācijas pedagogu algām pilnā apmērā saņems tās pašvaldības, kuru skolu tīkls būs sakārtots atbilstoši IZM noteiktajiem skolēnu skaita kritērijiem. Minimālais izglītojamo skaits klašu grupās tiks noteikts pēc optimālās klases pieejas, ņemot vērā izglītības iestādes atrašanās vietu, četras klašu grupas un reģionālās īpatnības.

Kultūras ministrija piedāvā jaunu mediju atbalsta modeli

Kultūras ministrija (KM) sagatavojusi izmaiņas Sabiedrības integrācijas fonda administrētā Mediju atbalsta fonda Nacionālā mediju konkursa nosacījumos. KM rosina atteikties no līdzšinējā finansējuma sadalījuma pa mediju veidiem – drukātajai presei, radio, televīzijai un interneta medijiem – un ieviest vienotu konkursu visiem nacionālajiem medijiem.

Tas nozīmē, ka turpmāk mediji konkurētu vienā grupā, un galvenais vērtēšanas kritērijs būtu sabiedriski nozīmīga satura kvalitāte un ietekme, nevis medija formāts. Priekšlikuma mērķis ir veicināt godīgu konkurenci un pielāgot mediju atbalstu mūsdienu vides realitātei, kur robežas starp mediju tipiem ir izplūdušas.

Piedāvāto modeli atbalsta lielākie Latvijas interneta mediji un Latvijas Žurnālistu asociācija, savukārt Latvijas Raidorganizāciju asociācija, Latvijas Preses izdevēju asociācija un Latvijas Reģionālo mediju asociācija iebilst.

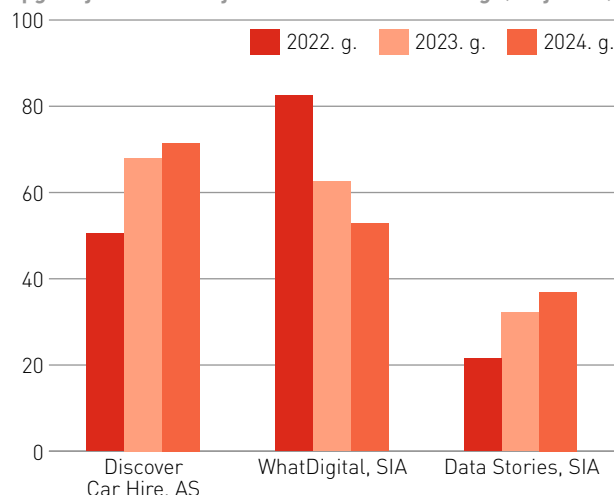
Rādītāju dinamika

Uzņēmumi, kuru apgrozījums ir virs 145 000 EUR

	2022	2023	2024
 Apkopoto uzņēmumu skaits	991	984	967
 Darbinieku skaits, tūkst.	18	16	15
 Apgrozījums, milj. EUR	1440	1492	1361
 Rentabilitāte, %	8	7	8
 Peļņa, milj. EUR	114	108	109
 Apgrozījuma izmaiņas, %	14,29	3,62	-8,78

Apgrozījums industrijas līderiem

Apgrozījums industrijas līderiem 2022.–2024. g. (milj. EUR)



Avots: Firmas.lv

Virsnoszares skaitļos

	Uzņēmumu skaits			Apgrozījums, peļņa EUR						Darbinieki, skaits kopā	Nodokļi (VID dati)	
	Kopā	Pieaudzis apgrozījums	Jauni atlasē	Neto apgrozījums, tūkst.	24/23	23/22	22/21	Peļņa, tūkst.	Rentabilitāte		Kopā, tūkst.	VSAOI uz darbinieku, tūkst. EUR
Mediji, reklāma, izglītība, radošās industrijas	967	61	16	1 361 359	-9%	3%	13%	109 312	8%	15 420	227	6,05
Dizains, mode, māksla, jaunrade	230	64	22	150 428	-7%	7%	33%	16 402	11%	3 638	43	5,58
Elektroniskie mediji	26	65	12	65 454	-38%	2%	13%	9 066	14%	577	17	7,72
Informatīvie pakalpojumi	85	65	20	226 160	14%	8%	22%	42 977	19%	2 521	41	6,91
Izdevējdarbība	79	52	11	78 439	17%	-26%	21%	3 174	4%	1 385	13	4,95
Izglītība, apmācība	136	66	10	147 713	-10%	11%	13%	12 940	9%	3 639	39	5,45
Reklāma, sabiedriskās attiecības	411	59	14	693 165	-13%	3%	5%	24 752	4%	3 660	75	6,69

TOP 10

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2024. g. neto apgrozījums, tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2023. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	Discover Car Hire, AS	Informatīvie pakalpojumi	71 424	4,98%	25 	197
2	WhatDigital, SIA	Reklāma	52 812	-15,57%	1 	14
3	Data Stories, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	36 937	14,7%	0 	1
4	YM MEDIA EUROPE, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	36 532	-28,59%	0 	3
5	All Media Latvia, SIA	Televīzija	31 547	4,27%	25 	217
6	Initiative Latvia, SIA	Reklāma	20 105	2,33%	1 	29
7	Concentrix Latvia, SIA	Informatīvie pakalpojumi	17 436	23,13%	16 	669
8	Apgāds Zvaigzne ABC, SIA	Izdevniecības, apgādi	15 395	0,3%	3 	314
9	Havas Media, SIA	Reklāma	15 275	-4,42%	3 	27
10	MMS COMMUNICATIONS LATVIA, SIA	Reklāma	14 499	16,17%	0 	39

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Asociācijas viedoklis

Grāmatu nozarē cenu kāpums ir zemāks par vidējo inflāciju



Latvijas Grāmatizdevēju asociācijas valdes priekšsēdētāja
Renāte Punka

Grāmatu izdevējiem 2025. gads ir stabils. Nav signālu, ka būtu kādas milzīgas problēmas. Protams, metieni augstas kvalitātes uzzīņu grāmatām pēdējos gados ir ļoti sarukuši, īpaši latviešu oriģināldarbiem. Izdevēji ir piesardzīgi, negrib veidot lielus krājumus, neizmanto līdzfinansējumu, un īpašnieki negrib iesaldēt līdzekļus šādos projektos. Līdz ar to šo grāmatu pieejamība varētu būt plašāka.

Kopumā interese par grāmatām ir stabila. Pārdoto eksemplāru skaits un tirāžas turas nedaudz virs diviem miljoniem ik gadu. Tas nozīmē, ka šāds apjoms gadā arī apgrozās Latvijas grāmatnīcās.

Ar kolēģiem Eiropas Grāmatizdevēju federācijā esam secinājuši, ka izdevēji ļoti cenšas rēķināties ar pircēju pirkstspēju un

nodrošināt grāmatu pieejamību. Cenu kāpums nozarē ir daudz lēnāks nekā vidējā inflācija Eiropā. Latvijā ir ļoti līdzīgi. Pircējiem tas, protams, ir labi, bet pašai nozarei tas ir smags slogs. Tas ir slogs arī bibliotēku budžetiem, jo finansējums grāmatu iegādei nepalielinās, līdz ar to eksemplāru skaits bibliotēkās ir mazāks. Redzam, ka cilvēki labprāt lasītu vairāk bibliotēkās, bet grāmatu pieejamība, īpaši populāru, ir ierobežota.

Savukārt runājot par individuālajiem pircējiem, inflācijas dēļ pieaug arī cilvēku ienākumi, lai arī ne tik strauji. Tomēr nav tā, ka cilvēki, kas pirka grāmatas, tagad vairs tās nevarētu atļauties. Grāmatas joprojām ir viņu iepirkumu grozā.

Kā sabiedrībā veicināt lasīšanu ir miljons dolāru jautājums. Par to domā ne tikai Latvijā, bet visā pasaulē. Latvijā diemžēl redzam, ka lasītprasmes rādītāji pēdējos gados strauji krītas. Tas ir ļoti satraucoši. Tāpēc arī ir kustības "Laiks lasīt", "Restarts lasīšanai". Par to daudz runā, bet ar runāšanu vien nepietiek. Problēma ir arī tā, ka sabiedriskie mediji salīdzinoši maz runā par jaunākajām grāmatām, literatūru, par lasīšanas lomu. Katru gadu iznāk ap 2000 jaunu nosaukumu grāmatu, bet informācijas ir mazāk nekā, piemēram, par citiem kultūras notikumiem.

Satraucoši ir arī tas, ka jaunā paaudze sociālo tīklu iespaidā bieži lasa angliiski, nevis latviski. Ģimenei un skolai ir jābūt piemēram, arī pašiem lasot gan vecākiem, gan skolotājiem.

Asociācijas viedoklis

Reklāmdevēji kļuvuši piesardzīgāki un rūpīgāk izvēlas stratēģijas



Latvijas Reklāmas asociācijas valdes priekšsēdētāja
Baiba Liepiņa

2025. gads reklāmas nozarei līdz šim ir bijis izaicinājumu pilns – stagnējošs tirgus, ko ietekmē gan ārējie, gan iekšējie faktori. Latvijas Reklāmas asociācijas apkopotie pirmā pusgada dati rāda nelielu izaugsmi salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu, taču izmaiņas nav būtiskas. Palielinājies radošo projektu īpatsvars medijos, kampaņu sezonālitate kļuvusi vienmērīgāka. Nākamgad ir sagaidāma neliela izaugsme, īpaši digitālā interneta video un radio segmentos, kamēr televīzija, visticamāk, saglabās esošo līmeni. Nozares uzņēmumu prioritātes šobrīd ir komandu stiprināšana un vienlaikus optimizācija pārmaiņu laikos, kā arī jaunu ieņēmumu avotu attīstība.

Ekonomiskā situācija ir bremzējusi reklāmas tirgus izaugsmi – pirmo reizi pēc vairākiem gadiem tā bijusi lēnāka nekā valsts ekonomikā kopumā. Reklāmdevēji ir kļuvuši piesardzīgāki, rūpīgāk izvērtē stratēģijas un izvairās no ilgtermiņa saistībām nenoteiktības apstākļos. Šāda tendence turpinās jau vairākus gadus, un arī 2025. gads nav bijis izņēmums. Interneta video reklāmas formāti un radio piedzīvo izaugsmi, kamēr televīzija stagnē. Reklāmdevēji ikdienas aktivitātēs arvien biežāk izvēlas sociālos medijus un dažādus digitālos kanālus ar zemāku kontakta cenu un tūlītējiem un tieši izmērāmiem rezultātiem. Pārējie mediji saglabā nozīmīgu lomu zīmola veidošanā, tos arvien izmanto satura projektiem, kas kļūst arvien iesaistošāki. Žurnālos pieaug sadarbības projektu skaits starp konkurentiem – kopīgi produkti, apskati un diskusijas, kas bagātina saturu un palielina tā vērtību auditorijai.

Lielākie reklāmas nozares uzņēmumu izaicinājumi šobrīd ir augstas ražošanas izmaksas, zemāks pieprasījums un spēcīga starptautisko digitālo mediju konkurence, kā arī likumdošanas ierobežojumi, kas rada spiedienu uz nozari. Reklāmas budžeti tiek optimizēti, taču reklāmdevēju prasības pieaug, tāpēc nepieciešami arvien lielāki resursi, lai sasniegtu iepriekšējo ieņēmumu līmeni.



Latvijas vietējais saturs diktē augstāku latīņu starptautiskajiem straumēšanas pakalpojumiem

“Warner Bros. Discovery”
Biznesa attīstības un
izplatīšanas viceprezidente
Keneči Beluseviča

Latvijā vietējā satura ražošana ir spēcīga, augsti novērtēta, un skatītāji ir pieraduši pie kvalitātes, kas arī starptautiskajām straumēšanas platformām liek celt latīņu. To nevar teikt par daudziem citiem tirgiem. Nevarētu teikt, ka straumēšanas platformu izaugsmē šobrīd ir iestājusies pauze. Neskatoties uz traģiskajām pandēmijas sekām, tas bija izšķirošs brīdis daudziem uzņēmumiem, it īpaši mūsu nozarē, jo tas burtiski vienas

nakts laikā mainīja cilvēku uzvedību. Protams, mēs vairs neredzam tik strauju pieaugumu, kāds bija tajā laikā, bet šis ieradums ir palicis un turpinās. Pat tie, kuri iepriekš nedomāja izmantot straumēšanas vai video pēc pieprasījuma pakalpojumus, tagad arvien vairāk virzās uz tiem. Tajā pašā laikā viņi turpina skatīties lineāro televīziju. Pasaule ir kļuvusi tāda, kur šie abi formāti var pastāvēt līdzās un darboties kopā.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2024. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2023. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	Diana Svecas, SIA	Daiļamatniecība	13 877	-1,83%	21 ■	236
2	Latvijas Nacionālā opera un balets, Valsts SIA	Teātri	5 170	21,23%	1 ■	561
3	Dailes teātris, Valsts SIA	Teātri	4 522	10,71%	0 ■	191
4	Biļešu paradīze, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	3 614	11,97%	36 ■	14
5	Jaunais Rīgas teātris, Valsts SIA	Teātri	3 493	34,33%	1 ■	90
6	Trentini, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	3 483	14,83%	-7 ■	22
7	Latvijas Nacionālais teātris, Valsts SIA	Teātri	2 822	10,73%	0 ■	177
8	Mihaila Čehova Rīgas Krievu teātris, Valsts SIA	Teātri	2 679	17,72%	0 ■	128
9	Brīvdienas, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	2 622	-8,38%	-6 ■	34
10 ¹	Latvian Theatrical Distribution, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	2 459	8,01%	2 ■	3
11	Morozov & Son, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	2 355	73,19%	8 ■	12
12	NEOKLASIKA, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	2 306	71,66%	1 ■	12
13	FILM ANGELS STUDIO, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	2 125	57,95%	4 ■	2
14	Dzintaru koncertzāle, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	2 109	-6,91%	6 ■	31
15	APVIENĪBA ARS NOVA, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	1 743	31%	9 ■	5
16	xcelsior, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 534	-13,99 reizes	5 ■	10
17	Bergmane Production, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	1 530	23,4%	1 ■	1
18	RUUME arhitekti, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 499	56,65%	5 ■	16
19	Decco Centrs, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 479	1,95 reizes	387 ■	3
20	Munchhausen Productions, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	1 374	106,76%	9 ■	4
21	deBusul Music, SIA	Mūzikas izdevniecības, skaņu ierakstu studijas	1 367	14,83%	-1 ■	2
22	Latvijas Koncerti, Valsts SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	1 300	1,71%	0 ■	116
23	Comfort group plus, SIA	Dizains un interjers; modes dizains, stilisti	1 249	6,41%	10 ■	5
24	Vidzemes koncertzāle, SIA	Koncertu, izrāžu organizēšana	1 218	-9,1%	2 ■	39
25	light lab, SIA	Filmu studijas, filmēšana, dublēšana, lokalizācija	1 209	-0,82%	0 ■	7

¹ Atšķirīgs pārskata periods no 01.05.2024. līdz 30.04.2025.

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Elektroniskie mediji



Sabiedriskie mediji pielāgojas straumēšanas laikmetam un jaunām auditorijām

Latvijas
Sabiedriskā medija
valdes priekšsēdētāja
Baiba Zūzena

Sabiedriskā medija uzdevums ir veidot kvalitatīvu, sabiedriski nozīmīgu, sabiedriskā labuma vērtībās balstītu saturu, un būt ar šo saturu tajās platformās un formātā, kur ir auditorija, piemēram, lai mēs varētu sarunāties arī ar bērniem un pusaudžiem. Tas ir virziens, kurā mums jādomā gan par konkrētām auditorijām, gan arī tas, kā mēs stāstām par to, kā dzīve notiek reģionos vai dažādās kopienās.

Jaunā pieeja satura plānošanai, veidošanai un izplatīšanai paredz to, ka mēs tiešām saprotam, kas ir tās auditorija, ko līdz šim neesam uzrunājuši, kas ir tās tēmas, par ko neesam pietiekami daudz runājuši, un pēc tam domāt par to, kā sasniegt šīs auditorijas. Būtiski mums ir jāpilnveido straumēšanas serviss, kas ir "Replay.lv", un mērķtiecīgi, pārdomāti jāveicina arī citu platformu izmantošana, kas ir sociālie tīkli. Video straumēšanu cilvēki vēlas skatīties uz lielajiem ekrāniem, tāpēc šo iespēju jāpilnveido.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2024. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2023. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	All Media Latvia, SIA	Televīzija	31 547	4,27%	25 ■	217
2	Helio Media, SIA	Televīzija	14 124	10,35%	1 ■	51
3	RADIO SWH, AS	Radio	3 462	-1,26%	-1 ■	21
4	ANIVIA, SIA	Televīzija	2 550	*	20 ■	1
5	RADIO SKONTO LV, SIA	Radio	1 849	4,25%	-7 ■	25
6	LIETIŠKĀS KREATIVITĀTES GRUPA, SIA	Televīzija	954	-1,46%	-5 ■	18
7	TV LATVIJA, AS	Televīzija	840	6,17%	0 ■	10
8	Eiropas Hitu Radio, AS	Radio	712	-4,04%	0 ■	12
9 ¹	WM Latvija, SIA	Televīzija	702	9%	-1 ■	1
10	EHR Latviešu Hiti, SIA	Radio	628	157,86%	13 ■	7
11	Re MEDIA, SIA	Televīzija	609	9,6%	0 ■	9
12 ²	RED DOT MEDIA, SIA	Televīzija	577	28,2%	1 ■	9
13	XO Media Group, SIA	Radio	537	3,19%	88 ■	2
14	Radio TEV, SIA	Radio	525	19,31%	-3 ■	10
15	EHR SuperHits, SIA	Radio	452	117,15%	1 ■	6
16	KURZEMES RADIO, AS	Radio	383	21,32%	2 ■	13
17	VĀRDS & CO, SIA	Radio	247	-4,96%	-1 ■	10
18	Baltic media solution, SIA	Televīzija	226	0,71%	17 ■	2
19	RADIO SKONTO VIDZEME, SIA	Radio	222	10,93%	-12 ■	9
20	VIDZEMES TV, SIA	Televīzija	207	-19%	1 ■	11
21	SILK MILK Media, SIA	Televīzija	207	-19,17%	7 ■	13
22	Kurzemes televīzija, SIA	Televīzija	204	9,23%	5 ■	7
23	LATGALES REĢIONĀLĀ TELEVĪZIJA, SIA	Televīzija	182	-14,88%	0 ■	6
24	EHR Plus, SIA	Radio	178	149,21%	1 ■	4
25	Zemgales Reģionālā televīzija, SIA	Televīzija	161	-4,75%	-15 ■	6

¹ Atšķirīgs pārskata periods no 01.05.2024. līdz 30.04.2025.

² Atšķirīgs pārskata periods no 01.09.2023. līdz 31.08.2024.

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Informatīvie pakalpojumi



Reklāmas tirgus Latvijā šogad stagnē

SIA "All Media Latvia"
izpilddirektore un
valdes priekšsēdētāja
Ginta Salmane

Mediju tirgus galvenās tendences gan Latvijā, gan pasaulē ir līdzīgas. Patērētājam tiek piedāvātas ļoti plašas satura skatīšanās un klausīšanās iespējas dažādās platformās. Mediju izaicinājums ir nodrošināt auditorijai kvalitatīvu saturu un iespējas pie tā piekļūt ērtā vietā un laikā, tajā pašā laikā veidojot satura patēriņa "dienaskārtību" un salāgojot to ar auditorijas interesi. Reklāmas tirgus Latvijā šogad stagnē. Pirmajā pusgadā novērota nepilna 1% izaugsme un diemžēl daļai no medijiem,

kas ražo saturu, reklāmas ieņēmumi ir zem pagājušā gada līmeņa. Ņemot vērā arvien pieaugošās ražošanas izmaksas, tas ir liels izaicinājums. Turpmākie gadi solās būt tik pat izaicinoši kā šis gads. Izdzīvot spēs tie, kas apvienos platformas, uzrunās auditoriju tai ērtā veidā un spēs pielāgoties. Mediju attīstību sekmē valsts atbalsts, tāpat ir nepieciešams domāt par lielāku sinerģiju starp komerciālajiem medijiem un valsts finansēto Sabiedrisko mediju.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2024. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2023. g., %	Rentabili- tāte, %	Darbinieku skaits
1	Discover Car Hire, AS	Informatīvie pakalpojumi	71 424	4,98%	25 ■	197
2	Concentrix Latvia, SIA	Informatīvie pakalpojumi	17 436	23,13%	16 ■	669
3	Top Media, SIA	Informatīvie pakalpojumi	12 819	71,83%	5 ■	15
4	SS, SIA	Informatīvie pakalpojumi	12 452	3,72%	72 ■	10
5	iPS Media, SIA	Informatīvie pakalpojumi	11 343	-20,47%	27 ■	7
6	TRANSCOM WORLDWIDE LATVIA, SIA	Informatīvie pakalpojumi	9 958	-11,13%	6 ■	415
7	SF2, SIA	Informatīvie pakalpojumi	8 297	-1,43%	31 ■	24
8	Cabonline Latvia, SIA	Informatīvie pakalpojumi	7 177	26,45%	3 ■	249
9	DELFI, AS	Informatīvie pakalpojumi	5 535	-1,14%	11 ■	115
10 ¹	LETA, SIA	Informatīvie pakalpojumi	5 175	2,03%	10 ■	119
11 ²	TVNET GRUPA, SIA	Informatīvie pakalpojumi	4 584	10,77%	1 ■	91
12	SMS SOLUTIONS, SIA	Informatīvie pakalpojumi	4 445	-11,18%	1 ■	8
13	SEOBROTHERS, SIA	Informatīvie pakalpojumi	4 007	42,7%	7 ■	50
14	heise marketing, SIA	Informatīvie pakalpojumi	3 747	9,71%	12 ■	42
15	ZOLT, SIA	Informatīvie pakalpojumi	2 451	58,78%	-7 ■	7
16	Ibanpay, SIA	Informatīvie pakalpojumi	2 240	-15,94%	-3 ■	54
17	RĪGAS KARTE, SIA	Informatīvie pakalpojumi	2 226	0,25%	6 ■	5
18	Revpana Media, SIA	Informatīvie pakalpojumi	2 164	3,22 reizes	53 ■	18
19	LURSOFT IT, SIA	Informatīvie pakalpojumi	2 042	5,18%	20 ■	34
20	Files.fm, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 883	18,87%	15 ■	12
21	Media 24, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 685	4,3%	39 ■	14
22	4WARD, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 585	13,87 reizes	0 ■	2
23	dots.365, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 566	-18,57%	-1 ■	36
24	NETSHAPE DEVELOPMENT, SIA	Informatīvie pakalpojumi	1 558	-56,06%	-15 ■	3
25	AgroPlatforma, AS	Informatīvie pakalpojumi	1 316	30,82%	-50 ■	3

¹ Atšķirīgs pārskata periods no 01.05.2024. līdz 30.04.2025.

² Atšķirīgs pārskata periods no 01.05.2024. līdz 30.04.2025.

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Izdevējdarbība



E-grāmatu un audiogrāmatu tirgus Latvijā ir ļoti niecīgs

Izdevniecības "Jānis Roze"
izpilddirektore
Renāte Punka

Pieprasījums pēc e-grāmatām un audiogrāmatām latviešu valodā ir ļoti neliels. Piedāvājums ir plašs, ir iespējas lasīt arī bibliotēkās, bet, salīdzinot ar citām valstīm, Latvijā e-grāmatu īpatsvars pārdošanas apjomos ir ļoti niecīgs. Tāda pati situācija ir ar audiogrāmatām. Šāda tendence ir vērojama arī pasaulē, jo cilvēki, noguruši no datoriem un digitālās vides, labprātāk izvēlas fizisku, drukātu grāmatu. Turklāt jāpatur prātā arī tas, ka reizēm izskan kļūdainais viedoklis, ka drukātā grāmata ir nedraudzīgāka

videi nekā elektroniskā. Patiesībā jaunākie pētījumi liecina pretējo – Eiropā jau ir tendence izmantot videi draudzīgus materiālus grāmatu drukāšanai, un papīrs nāk no uzticamiem avotiem. Līdz ar to drukātās grāmatas "oglekļa pēda" faktiski ir mazāka nekā serveriem, kuros tiek glabātas elektroniskās grāmatas. Grāmatu nozarē ir jāpastāv visiem formātiem, katram no tiem ir savas pozitīvās īpašības. Latvijas nelielajā tirgū drukātās grāmatas ir īpaši jāsaudzē.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2024. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2023. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	Apgāds Zvaigzne ABC, SIA	Izdevniecības, apgādi	15 395	0,3%	3 ■	314
2	ŽURNĀLS SANTA, SIA	Izdevniecības, apgādi	6 129	-0,71%	11 ■	98
3	IZDEVNIECĪBA RĪGAS VILŅI, SIA	Izdevniecības, apgādi	5 537	-3,81%	1 ■	93
4	Printseekers, SIA	Izdevniecības, apgādi	4 285	91,16%	31 ■	21
5	LATVIJAS MEDIJI, AS	Preses izdevumi	3 958	-5,6 reizes	1 ■	100
6	Latvijas Vēstnesis, Valsts SIA	Izdevniecības, apgādi	2 436	0,02%	3 ■	65
7	Press Distribution Center, SIA	Izdevniecības, apgādi	2 194	1,17%	1 ■	21
8	Imaging Print, SIA	Izdevniecības, apgādi	2 151	13,57%	9 ■	14
9	YM MEDIA PRINT, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 892	12,15%	-23 ■	22
10	Nostrum, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 869	162,11%	10 ■	1
11	Cits medijs, AS	Izdevniecības, apgādi	1 593	14,19%	1 ■	22
12	Izdevniecība Dienas Mediji, SIA	Preses izdevumi	1 568	-7,63%	-14 ■	43
13	Jāņa sēta, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 509	-13,89%	0 ■	29
14	DIENAS ŽURNĀLI, Izdevniecība, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 505	-1,2%	-5 ■	26
15	Black Bird, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 292	-21,9%	1 ■	13
16	Kid press, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 141	2,26%	11 ■	8
17	ALSERG, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 092	3,53%	11 ■	2
18	COLORFAB, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 054	-12,45%	-2 ■	14
19	V-Media, SIA	Izdevniecības, apgādi	1 000	147,04%	6 ■	11
20	Frank's House, SIA	Preses izdevumi	989	12,8%	2 ■	2
21	Dienas bizness, SIA, Izdevniecība	Preses izdevumi	984	-5,13%	10 ■	15
22	Izdevniecība iŽurnāli, SIA	Izdevniecības, apgādi	950	7,59%	21 ■	18
23	MEDIJU NAMS, SIA	Preses izdevumi	896	23,72%	-19 ■	21
24	ZĪME, SIA	Izdevniecības, apgādi	885	-8,9%	7 ■	19
25	KUMA, SIA	Izdevniecības, apgādi	841	-2,85%	6 ■	3

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Izglītība, apmācība



Valsts valodas centram vispirms jābūt atbalsta un konsultāciju iestādei

Valsts valodas centra
(VVC) vadītāja
Inese Muhka

Latvijā ir tikai viena valsts valoda – latviešu valoda. Par to nedrīkst būt nekādu šaubu, tas ir mūsu Satversmes pamats, pie tā mēs turamies, un tā ir neapstrīdama patiesība.

Manuprāt, viena no valsts valodas aizsardzības un attīstības pamatlietām, ir sapratne, ka valoda ir nepārtrauktā attīstībā. Arī tiesiskais regulējums ir nepārtrauktā attīstībā, jo mēs maināmies gan valodā, gan regulējumā līdz ar sabiedrību un sabiedrības vajadzībām. Ne vienmēr ir jāmaina likumi – likumi ir labi. Arī Valsts

valodas likums ir labs, un ar to viss ir kārtībā. Stāsts ir par to, kā mēs šīs normas pildām un piepildām ar saturu.

Tas, ko es redzu kā vienu no prioritātēm – mums nedaudz jāmaina fokuss. Līdz šim VVC ir uztverts kā absolūta kontroles iestāde, kurai ir tikai sodīšanas funkcija. Tā nav. Mums ir jābūt atvērtiem sabiedrībai. VVC funkcija ir veidot šo samērīgumu, dot iespēju visiem veidot kopīgu platformu, jo valoda ir kopīgā platforma, kas mūs vieno.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2024. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2023. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1 ¹	King's College Latvia, SIA	Izglītība: vispārējā	9 992	24,28%	21 ■	78
2 ²	Biznesa augstskola Turība, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	9 265	20,53%	8 ■	359
3	Rīgas Tūrisma un radošās industrijas tehnikums, Valsts SIA	Izglītība: profesionālā	8 022	14,9%	0 ■	250
4 ³	Biznesa, mākslas un tehnoloģiju augstskola "RISEBA", SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	6 978	12,68 reizes	13 ■	195
5	Ekziperī SIA, Starptautiskā vidusskola	Izglītība: vispārējā	6 461	4,71%	-6 ■	116
6	Novikontas Jūras koledža, SIA	Apmācība: dažādi	6 002	2,7%	29 ■	47
7	Air Baltic Training, SIA	Apmācība: dažādi	5 417	12,79%	4 ■	39
8	Lielvārds, SIA	Apmācība: dažādi	5 355	6,45%	8 ■	53
9	Novikontas Connect, SIA	Apmācība: dažādi	4 637	2,29%	2 ■	84
10	Transporta un sakaru institūts, AS	Izglītība: augstākā, augstskolas	3 786	33,87%	-15 ■	121
11	STOCKHOLM SCHOOL OF ECONOMICS IN RIGA, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	3 589	11,66%	5 ■	60
12	Autoskola EINŠTEINS, SIA	Apmācība: autovadītāju, autoskolas	3 314	54,25%	28 ■	26
13	V.V. mācību centrs, SIA	Izglītība: vispārējā	3 239	15,38%	11 ■	53
14	Bulduru Tehnikums, SIA	Izglītība: profesionālā	3 221	-1,63%	4 ■	117
15 ⁴	EKONOMIKAS UN KULTŪRAS AUGSTSKOLA, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	2 938	29,59%	24 ■	80
16	BUTS, SIA	Apmācība: dažādi	2 571	-33,59%	-22 ■	107
17 ⁵	Rīgas Juridiskā augstskola, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	2 164	16,76%	-5 ■	29
18	Eiropas Tālmācības centrs, SIA	Izglītība: vispārējā	1 951	22,17%	5 ■	45
19	Biznesa vadības koledža, SIA	Izglītība: augstākā, augstskolas	1 917	5,22%	0 ■	99
20	Rīgas komercskola, SIA	Izglītība: vispārējā	1 917	7,09%	22 ■	56
21	Rīgas Tālmācības vidusskola, SIA	Izglītība: vispārējā	1 886	22,8%	10 ■	47
22	Mācību centrs LIEPA, SIA	Apmācība: dažādi	1 692	3,32%	7 ■	35
23	Greenline Energy, SIA	Apmācība: dažādi	1 451	24,37%	88 ■	5
24	Crosshill Global Solutions, SIA	Apmācība: dažādi	1 421	-1,64%	13 ■	9
25	ANT, SIA	Izglītība: vispārējā	1 384	7,93%	11 ■	96

¹ Atšķirīgs pārskata periods no 01.09.2023. līdz 31.08.2024.

² Atšķirīgs pārskata periods no 01.07.2024. līdz 30.06.2025.

³ Atšķirīgs pārskata periods no 01.08.2023. līdz 31.07.2024.

⁴ Izslēgts no PVN reģistra, Atšķirīgs pārskata periods no 01.09.2023. līdz 31.08.2024.

⁵ Atšķirīgs pārskata periods no 01.07.2024. līdz 30.06.2025.

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Reklāma, sabiedriskās attiecības



Talantu piesaiste un noturēšana kļūst par galveno sabiedrisko attiecību nozares izaicinājumu

Sabiedrisko attiecību aģentūras
"Repute" dibinātāja
Iveta Dzērve

Straujā tehnoloģiju attīstība, mainīgie patērētāju paradumi, pieaugošā konkurence raksturo Latvijas sabiedrisko attiecību tirgu 2025. gadā. Latvijas tirgū ienāk jaunas aģentūras, kas ir pozitīva tendence, jo liek sasparoties pārējiem. Sliktā ziņa – daudzās jaunās un pagaidām vēl mazās aģentūras kā pamata darbaspēku izmanto tā saucamo "freelance" pakalpojumu. Cerība, ka mazās aģentūras nostiprinās pozīcijas un neturpinās tradīciju, izmaksas samazināt uz nodokļu rēķina. Šodien aģentūru dienas

kārtībā ir divi jautājumi – kā atrast pieredzējušus speciālistus un kā šos talantus noturēt? Šis ir mūsu kopējais izaicinājums. Arvien pieaugoša tendence ir, ka nav problēmu atrast darbinieku asistentu un jaunāko projektu vadītāju līmeni. Te darba tirgū ir liela konkurence. Problēma ir darbinieki ar labu rakstu valodu, kam mūsu nozarē ir izšķiroša nozīme, un izpratni par pašu nozari, sociāli ekonomiskajiem un politiskajiem jautājumiem.

Nozares TOP 25 uzņēmumi

N. p. k.	Nosaukums	Darbības joma	2024. gada apgroz. tūkst. EUR	Apgrozījuma izmaiņas, pret 2023. g., %	Rentabilitāte, %	Darbinieku skaits
1	WhatDigital, SIA	Reklāma	52 812	-15,57%	1 ■	14
2	Data Stories, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	36 937	14,7%	0 ■	1
3	YM MEDIA EUROPE, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	36 532	-28,59%	0 ■	3
4	Initiative Latvia, SIA	Reklāma	20 105	2,33%	1 ■	29
5	Havas Media, SIA	Reklāma	15 275	-4,42%	3 ■	27
6	MMS COMMUNICATIONS LATVIA, SIA	Reklāma	14 499	16,17%	0 ■	39
7	Inspired, SIA	Reklāma	14 481	-27,22%	2 ■	42
8	Media House, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	13 841	30,72%	1 ■	27
9	Trendmark, SIA	Reklāma	13 703	-3,49%	1 ■	34
10	BERLIN-CHEMIE/MENARINI BALTIC, SIA	Reklāma	13 234	6,22%	2 ■	30
11	Dentsu Latvia, SIA	Reklāma	12 366	3,63%	3 ■	37
12	Intense Media Baltic, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	11 377	44,84%	2 ■	14
13	PrintPack Service, SIA	Reklāmas izejmateriāli un iekārtas	10 500	5,27%	2 ■	40
14	DOAFF, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	9 799	160,49%	16 ■	5
15	Nutrameg, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	9 720	4,64%	2 ■	28
16	GALAKSION GROUP, SIA	Reklāma	9 353	22,74 reizes	-2 ■	6
17	Imarketing Group, SIA	Reklāma	7 918	110%	0 ■	15
18	Visual Media Group, SIA	Reklāma	7 516	59,86%	10 ■	14
19	Nord Media Group, SIA	Reklāma	6 797	6,67%	3 ■	13
20	4.vara, SIA	Reklāma	6 083	15,5%	5 ■	8
21	UngAds, SIA	Reklāma: vides	5 912	4,69%	1 ■	4
22	Reprise, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	5 882	-8,32%	-1 ■	23
23	LeadProm Media, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	5 779	101,21%	7 ■	1
24	Sparta Media, SIA	Reklāma	5 778	26,43%	3 ■	15
25	MEDIA FLOW, SIA	Reklāmas un mediju aģentūras	5 625	57,96%	2 ■	7

Avots: Firmas.lv, licencēti UR dati

Latvijas biznesa gada pārskats 2025

14. izdevums.

Vāka foto: shutterstock.com

Sadarbībā ar  **LETA** un  **heise marketing**
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.