



LATVIJAS INSTITŪTS

**VALSTS AĢENTŪRAS
„LATVIJAS INSTITŪTS”**

**2008. GADA
PUBLISKAIS PĀRSKATS**

Rīgā, 2009. gada jūnijā

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 2008. gadā.....	3
2. Aģentūras darbības rezultāti un to izpildes izvērtējums	3
2.1. Galvenās prioritātes un to īstenošana 2008. gadā	3
2.2. Budžeta programmu un apakšprogrammu rezultātīvo rādītāju izpildes analīze....	8
2.3. Informācija par pakalpojumiem	9
2.4. Informācija par īstenotajām jaunajām politikas iniciatīvām 2008. gadā.....	10
2.5. Pārskats par Aģentūras vadības un darbības uzlabošanas sistēmām.....	11
3. Informācija par budžetu	11
3.1. Valsts budžeta finansējums un tā izlietojums.....	11
3.2. Sadarbības partneru finansēto programmu un ārvalstu ieguldījumu programmu ietvaros īstenoto projektu sasniegtie rezultāti un līdzekļu izlietojums.....	12
4. Personāls.....	12
5. Komunikācija ar sabiedrību.....	12
5.1. Pasākumi, kas veikti sabiedrības informēšanai un izglītošanai.....	12
5.2. Pasākumi sabiedrības viedokļa izziņošanai par apmierinātību ar Aģentūras darba kvalitāti un to rezultāti	13
5.3. Sadarbība ar nevalstisko sektoru	14
5.4. Konsultatīvās padomes darbības rezultāti.....	14
6. Aģentūras plāni 2009. gadam	14
6.1. Nākamā gada prioritātes	14
6.2. Iestādes finanšu saistības	14
6.3. Starptautiskie projekti.....	14
6.4. Plānotie pētījumi	14

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, Tūrisma likumu, iepriekš minētajiem MK noteikumiem un citiem normatīvajiem aktiem.

Aģentūras struktūru un darba organizāciju nosaka 2008. gada 16. janvārī 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 kontakttīklu 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 2008. gadā

Lai nodrošinātu sekmīgu Aģentūras darbības mērķu sasniegšanu un uzdevumu īstenošanu, pārskata gadā Aģentūra pilnveidoja tās administratīvo darbību. Gada laikā notikušas divas reorganizācijas, kuru rezultātā pilnveidota Aģentūras struktūra.

2. Aģentūras darbības rezultāti un to izpildes izvērtējums

2.1. Galvenās prioritātes un to īstenošana 2008. gadā

2.1.1. Valsts tēla vadlīniju principu ieviešana Latvijā un ārvalstīs

2008. gada sākumā pasūtīti vairāki pētījumi par 2007. gadā izstrādātajām zīmolvedības stratēģiskajām vadlīnijām, organizētas vairākas prezentācijas mērķauditorijām dažādu konferenču un diskusiju ietvaros.

Balstoties uz piedāvāto metodoloģiju, pētījumu rezultātiem un notikušo konsultāciju un diskusiju secinājumiem, valsts ilgtermiņa un ilgtermiņīgās 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 tūrisma 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 organizējot ārvalstu plašsaziņas līdzekļu vizītes – **ar dažādu metožu palīdzību tiek stiprināti minētie zīmola elementi, veidojot vienotu ārējo komunikāciju visos līmeņos.**

Latvijas reputācijas veicināšanai ārvalstīs Aģentūra ir **organizējusi 27 žurnālistu vizītes** (skat. 2.1.3. sadaļu), kā arī **regulāri sniegusi konsultācijas** ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem un organizējusi saziņu ar nepieciešamajām kontaktpersonām, lai nodrošinātu veiksmīgu to darbu Latvijā. Papildus Aģentūra sadarbībā ar ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem gatavoja nepieciešamās publikācijas (skat. 2.1.3. sadaļu).

Aģentūra ir piedalījies vairāku projektu organizēšanā, kas vērsta uz ārvalstu auditoriju. Kā piemērus var minēt interaktīvās kartes „House of Europe” sagatavošanu, pielikuma žurnālam „Scientific American” izstrādi, daļību „Latvia Inside: virtuālais ceļvedis par Latviju internetā” projektā (skat. 2.1.3. sadaļu).



Viens no piemēriem, kas parāda **Aģentūras nozīmīgo lomu kā vienas pieturas punktam**, kur ātri un operatīvi var rast palīdzību saviem projektiem gan Latvijas, gan ārvalstu interesenti, ir atbalsts galda spēles „Monopols” veidotājiem. Pēc vairākkārtējas sazināšanās ar Rīgas domi, Kultūras ministriju un Valsts prezidenta kanceleju spēles veidotāji nonāca pie Aģentūras, kur dažu dienu laikā tika atrisināti visi nepieciešamie juridiskie jautājumi, lai Rīga parādītos spēlē.

Bez līdzdalības projektos Aģentūras pārstāvji ir piedalījušies **dažādās konferencēs un diskusijās** ar ārvalstu partneru daļību, informējot par Latviju, tās tēlu un zīmolu dažādos aspektos. To skaitā var minēt apaļā galda diskusiju – semināru „Thinking regionally, acting globally – creating a brand image for the Baltic sea region”, Centrālās Baltijas jūras programmas konferenci, Gēteborgas grāmatu tirgu u.c.



2008. gadā Aģentūra saskaņā ar Ministru kabineta uzdevumu **koordinēja informatīvā ziņojuma par Latvijas daļību „World Expo 2010” Šanhajā, Ķīnā, izstrādi**. Tika izveidota darba grupa ziņojuma sagatavošanai, kurā piedalījās vairākas valsts pārvaldes iestādes, Rīgas dome, Latvijas Pašvaldību savienība, tika sagatavots informatīvais ziņojums un izsludināts Valsts sekretāru sanāksmē. 16. septembrī informatīvais ziņojums tika izskatīts Ministru kabinetā. Turpmāka daļības pasākumā koordinācija uzticēta Latvijas Investīciju un attīstības aģentūrai, kuru Aģentūra informēja par interesi turpmāk piedalīties pasākuma norises organizēšanā.

Papildus tam Aģentūra pastāvīgi **nodrošina drukāto un elektronisko informatīvo materiālu atjaunošanu un izplatīšanu**, kā arī informācijas pieprasījumu apstrādi (skat. 2.1.4. sadaļu).

Kā viens no zīmolvēdības stratēģisko vadlīniju darbības virzieniem iezīmējies **darbs ar Latvijas sabiedrību**. Valsts tēlu veido vislabākā un vissliktākā pieredze gan valstī, gan saistībā ar tās publiskā sektora un sabiedrības pārstāvjiem, vislabākā un sliktākā reklāma, interesantākie notikumi un sliktākie pārpratumi. Tādējādi valsts atpazīstamību un reputāciju veido katrs atsevišķais indivīds ar savu viedokli un priekšstatiem, tāpēc būtiski ir sabiedrību informēt par Latvijas sasniegumiem, par lietām un cilvēkiem, ar kuriem varam lepoties un ar ko esam īpaši pasaulē.

Jaunieši ir svarīga Aģentūras aktivitāšu mērķauditorija, jo tā atvērta un aktīva sabiedrības daļa, kas gan ar personīgās komunikācijas palīdzību, ceļojot, studējot un darbojoties citās valstīs, gan satiekoties ar vienaudžiem Latvijā, gan izmantojot informācijas un komunikācijas tehnoloģiju instrumentus, veido nākotnes ārvalstu sabiedrības pārstāvju un līderu priekšstatu par Latviju.



Aģentūra ir **organizējusi un piedalījusies vairākās konferencēs** ar mērķi diskutēt un popularizēt Latvijas zīmola elementus. Īpaši jāatzīmē diskusija „Zīmolvedības stratēģija Latvijai: tūrisms” starptautiskajā tūrisma gadatirgū „Balttour 2008” un konference „Konkurētspējīga identitāte Latvijai: vide, zinātne, kultūra?” festivāla „ADwards” ietvaros ar Valsts prezidenta un izglītības un zinātnes ministres dalību u.c.. Minētie pasākumi guva atsaucību un interesi plašsaziņas līdzekļu vidū.

Nākamie 90

Aģentūra **aktīvi piedalījās Latvijas Republikas 90. gadadienas jubilejas pasākumu rīkošanā**. Aģentūra organizēja jubilejas devīzes izstrādi, Aģentūras direktors regulāri publicēja rakstus pasākumu oficiālajā mājas lapā, piedalījās jubilejas logo žūrijā, kā arī Aģentūra īstenoja vienu svinību projektu „Nākamie 90” – organizēja 90 talantīgu bērnu atlasu simboliskai valsts proklamēšanas atveidošanai Latvijas Nacionālajā teātrī 2008. gada 17. novembrī ar Valsts prezidenta dalību. „Nākamie 90” bija lielākais līdz šim organizētais Aģentūras projekts, kas uzrunāja un saviļņoja ne tikai tos, kas projektā iesaistītajiem bērniem un jauniešiem ir apkārt ikdienā, bet arī līdzcilvēkus, Latvijas Televīzijas skatītājus, prominences un Valsts prezidentu. Pasākums nodrošināja plašu publicitāti gan nacionālajos, gan reģionālajos masu plašsaziņas līdzekļos, kā arī piesaistīja plašu sponsoru un veicināja Aģentūras sadarbību ar pašvaldībām un skolām.

Tāpat **Aģentūras direktors ir lasījis lekcijas un teicis uzrunas dažādu vidusskolu un augstskolu audzēkņiem** par tēmām, kas ir saistītas ar Latvijas tēla veidošanu un katra indivīda ieguldījumu valsts reputācijas veidošanā.

Aģentūras pārstāvjus kā ekspertus aicina piedalīties dažādās darba grupās un projektos, lai saņemtu konsultācijas un viedokli par dažādiem ar zīmolvedību saistītiem aspektiem. To skaitā var atzīmēt Reģionālās attīstības un pašvaldību lietu ministrijas Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijas izstrādes un Aizsardzības ministrijas patriotisma veicināšanas darba grupas, kā arī dalību diskusijā par Rīgas zīmola izstrādi un žūrijā, kas izvērtēja piedāvātos Rīgas kā pilsētas un Rīgas pašvaldības zīmola vizuālos risinājumus. Papildus tam Aģentūras direktors piedalās vairāku žūriju darbībā ar mērķi popularizēt tos Latvijas sasniegumus, kuriem būtu īpaša pievienotā vērtība arī ārvalstu auditorijas acīs.

Sadarbības partneru informēšanai par Aģentūras aktualitātēm 2008. gadā 3 reizes izsūtīts **informatīvs apkārtraksts**. Īpašs uzsvars likts uz sadarbības ar reģionālajiem plašsaziņas līdzekļiem veicināšanu. Par Aģentūras un zīmolvedības aktivitātēm tiek informēti plašsaziņas līdzekļi, tiek sniegtas prezentācijas un lekcijas dažādām auditorijām.

2.1.2. Ārējās komunikācijas koordinācijas mehānisma izstrāde un īstenošana

Zīmolvedības ekspertu padomes sēdēs, kas veltītas starpinstitucionālās sadarbības un administratīvajiem jautājumiem, tika pārrunāti institucionālie mehānismi ārējās komunikācijas un zīmolvedības stratēģisko vadlīniju ieviešanai. Notikušas individuālas konsultācijas ar Valsts kancelejas komunikāciju departamentu, kas strādā pie valsts iekšējās komunikācijas pamatnostādņu īstenošanas. Nodrošinātas konsultācijas par ārējās komunikācijas jautājumiem dažādos projektos ar privātā un nevalstiskā sektora organizācijām, kā arī fiziskām personām (īpaši studentiem).

Minētie priekšlikumi un ekspertu viedokļi, kas iegūti vairākkārtēju konsultāciju un diskusiju laikā, ir apkopoti un iestrādāti zīmolvedības stratēģisko vadlīniju ietvaros.

Aģentūra regulāri konsultējas ar ekspertiem formālu sanāksmju un neformālu tikšanos ietvaros, lai vispusīgi analizētu Aģentūras darbību, saņemtu ieteikumus projektu realizācijā un iegūtu ārēju analīzi par notikumiem un iespējamo turpmāko darbību.

Tāpat Aģentūra ikdienā kontaktējas ar Ārlietu ministriju, pastāvīgi saskaņojot sadarbību ar ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem, plānojot vizītes un uzturot aktivitāšu kalendāru.

Papildus Aģentūra ir izveidojusi starpinstitucionālu darba grupu mājas lapas www.latvia.lv satura pilnveidošanai, pārklāšanās ar citām tīmekļa vietnēm novēršanai un sadarbības veicināšanai ar citām valsts un pašvaldības iestādēm, kuras ir iesaistītas informācijas sniegšanā ārvalstu auditorijām par Latviju.

2.1.3. Saskaņota darba ar ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem organizēšana

2008. gadā uzturēti un veidoti kontakti ar žurnālistiem no dažādām valstīm, sniegtas rakstiskas un telefoniskas konsultācijas. Aģentūra noorganizējusi 27 žurnālistu vizītes kopumā vairāk nekā 50 žurnālistiem un palīdzējusi rīkot ārvalstu žurnālistu vizītes citām valsts un pašvaldību iestādēm.

Ierobežoto Aģentūras finanšu un cilvēkresursu dēļ nav iespējams atbildēt visiem plašsaziņas līdzekļu pieprasījumiem vizīšu programmu organizēšanā, kā arī pilnībā nodrošināt ārvalstu žurnālistu vajadzības uzturēšanās laikā Latvijā. Ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem vizītes tiek rīkotas galvenokārt žurnālistiem no Tūrisma attīstības valsts aģentūras mārketinga stratēģijā 2006. – 2010. gadam identificētajām prioritārajām un perspektīvajām valstīm, Ārlietu ministrijas noteiktajām prioritārajām attīstības sadarbības palīdzības saņēmējvalstīm, kā arī sadarbībā ar Ārlietu ministriju un Latvijas vēstniecībām un pastāvīgajām pārstāvniecībām izvērtētajiem plašsaziņas līdzekļiem.

Lai nodrošinātu pilnvērtīgāku un vispusīgāku žurnālistu vizīšu norisi, Aģentūra regulāri piesaista finanšu atbalstītājus, kas nodrošina ēdināšanas, transporta, ekskursiju, naktsmītnu izdevumu segšanu. Kā lielākos var minēt Latvijas Dzelzceļu, Schenker, Grindex, Albert Hotel, Pure Chocolate, airBaltic, Tūrisma attīstības valsts aģentūru, Latvijas Investīciju un attīstības aģentūru, pilsētu domes (Rīgas, Jūrmalas, Ventspils) un augstskolas.



Ņemot vērā to, ka izglītība un zinātne ir viena no prioritārajām zīmolvēdības jomām, 2008. gadā Aģentūra sadarbībā ar Izglītības un zinātnes ministriju, Latvijas Universitāti un Rīgas Tehnisko universitāti realizēja 4 lpp. pielikuma ASV izdotam žurnālam „Scientific American” sagatavošanu, kas tika publicēts žurnāla jūlija numurā un tīmekļa vietnē. Pielikuma par Latvijas izglītību un zinātne makets ir Aģentūras rīcībā tālākai tipogrāfiskai tīrāžēšanai pēc nepieciešamības.

Aģentūra sadarbībā ar Latvijas vēstniecību Ķīnā veicināja Latvijas atpazīstamību, organizējot vērienīgu Ķīnas žurnālistu vizīti valstī, piedaloties divu publikāciju par Latviju veidošanā „Business International Daily” un sadarbībā ar Ķīnas Globālās ekonomiskās un kultūras attīstības centru „Lookwe” sagatavojot visaptverošu izdevumu par Latviju. Aģentūras direktors vairākkārt tikās ar Ķīnas diplomātiem un žurnālistu delegācijām no Ķīnas.

Aģentūra koordinēja ekonomiska rakstura izdevuma „European Times” pārstāvju vizīti, kas veidoja īpašu pielikumu par ekonomikas attīstību Latvijā. Izdevumu plānots publicēt 2009. gada sākumā.



Kā ilglaicīgs projekts ar vērā ņemamu ieguldījumu Latvijas reputācijas veicināšanā ir jāmin mēnesi gara visa veida palīdzības sniegšana žurnālistam B. Preseram (B. Presser), kura vizītes mērķis bija sagatavot jaunu sadaļu par Latviju ceļvedim pa Baltijas valstīm populārajam tūrisma izdevumam par tūrisma iespējām pasaules valstīs „Lonely Planet”.

2.1.4. Vienotas valsts vizuālās un informatīvās identitātes izstrāde

Jaunu un aktualizētu informatīvo materiālu sagatavošana un izdošana ir viens no Aģentūras piedāvātajiem pamata pakalpojumiem. Piešķirto valsts budžeta finanšu līdzekļu ietvaros 2008. gadā četrās valodās iztulkoti un tiražēti Aģentūras pieprasītākie materiāli, kas satur pamatinformāciju par Latviju – bukleti „Latvija īsumā” un „Latvijas nacionālie simboli”. 2008. gadā nodrukātas atkārtotas tirāžas brošūrām „Latvijas virtuve”, „Latvija šodien” un „Mana Latvija”.



2008. gada jūlijā izsludināto ideju atlasē konkursu rezultātā tapa jauns teksts un izstrādāts makets bērnu brošūrai „Galamērķis Latvija”, brošūrai „Atzīmē Latviju” par Latvijas izcilākajām personībām un sasniegumiem un brošūrai „Latviešu tautas apģērbi”. Gada nogalē tika tiražētas un elektroniski sagatavotas ievietošanai mājas lapā pie drukātiem materiāliem brošūras „Galamērķis Latvija” un „Atzīmē Latviju”.



Faktu lapai „Latviešu valoda” tika aktualizēts teksts, mainīts dizains un tā tika atkārtoti tiražēta.

2008. gadā izplatīti 66 074 eks. informatīvo materiālu, no tiem 63 406 eks. bez maksas un 2 668 eks. par maksu. Līdzīgi kā iepriekšējos gados, arī 2008. gadā visvairāk informācijas materiālu pieprasījumu tika saņemti no valsts iestādēm, lielākā daļa no Latvijas vēstniecībām un pastāvīgajām pārstāvniecībām ārvalstīs. 2008. gadā aktīvāk informatīvos materiālus pieprasīja biedrības, dažādas jauniešu organizācijas, skolas un augstskolas.



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 ziņām par nozīmīgiem pozitīviem notikumiem Latvijā, kā arī tiek atjaunota pamatinformācija par valsti.

Aģentūras mājas lapai š.g. 2. pusgadā ir sagatavoti jauni teksti par mūziku, sportu, latviešu tautas apģērbiem, tradīcijām un Latvijas vēsturi, kurus 2009. gada sākumā paredzēts ievietot mājas lapā, kā arī aktualizēta jau esošā informācija par valsti, gadskārtu svētkiem un tradīcijām, valodu, kultūras un dabas bagātībām.

2008. gada decembrī mājas lapā www.latvia.lv ievietotā pamatinformācija par Latviju tika iztulkota spāņu valodā un papildinātas franču, vācu un krievu valodas sadaļas.



Mājas lapas multimediju sadaļa papildināta ar jaunu elektronisku prezentāciju par Latviju, kura piedāvā vispārīgu informāciju par valsti, īsumā izklāstot nozīmīgākos faktus un datus. E-prezentācija ilustrēta ar attēliem, kas atspoguļo Latvijas dabas, arhitektūras un kultūras mantojuma skaistumu un tradīcijām bagāto kultūras pasākumu iespaidīgumu.

2008. gadā tika izveidota jauna mājas lapas sadaļa – Aģentūras direktora emuārs ar komentāriem par būtiskākajiem notikumiem Latvijā.

Aģentūras mājas lapas fotogalerija ir būtiski papildināta un šobrīd tajā atrodas vairāk nekā 100 fotogrāfijas par Latviju, Rīgu, kultūru, arhitektūru, ekonomiku, pilsētām, sabiedrību un dabu. Fotogrāfijas ir paredzētas izmantošanai nekomerciālos valsts atpazīstamības veicināšanas pasākumos un starptautiskos projektos, kā arī ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem u.c.

Par apm. 43% ir pieaudzis mājas lapas apmeklējumu skaits un par 477% - skatīšanās apjoms. Kopumā Latvijas institūta mājas lapa www.latvia.lv / www.li.lv 2008. gadā tika apmeklēta 855 102 reizes, kopumā skatot 21 634 722 lapas.

2008. gadā notikusi sistemātiska Aģentūras interneta resursa popularizēšana Latvijā un ārvalstīs veicot saišu un reklāmjoslu apmaiņu, ticis īstenots Aģentūras interneta resursa popularizēšanas process svarīgākajos interneta meklētājos.

Aģentūras Informācijas nodaļa, kuras kompetencē ir informācijas par Latviju sagatavošana un izplatīšana, regulāri konsultējusi pašmāju un ārvalstu interesentus dažādos jautājumos, kas saistīti ar ziņu par valsti sagatavošanu (interneta lapas, drukātie u.c. materiāli) un izplatīšanu.

2008. gadā nodaļa piedalījās arī dažādos projektos. Kā vienu no interesantākiem piemēriem var minēt sadarbībā ar SIA „Pilsētas līnijas” decembra mēnesī veikto pilotprojektu, kur viena trolejbusa maršrutā tika demonstrēts video „Welcome to Latvia” (“Sveicināts Latvijā!”) un projekta „Nākamie 90” bērnu vīzijas.

2008. gada nogalē ir uzsākts darbs pie mājas lapas www.latvia.lv tehniskās pilnveides, uzlabojot dizainu un vienkāršojot nepieciešamās informācijas atrašanu, t.sk. arī cilvēkiem ar īpašām vajadzībām.

2.2. Budžeta programmu un apakšprogrammu rezultātīvo rādītāju izpildes analīze

Aģentūra veikusi 2008. gadam plānotos pasākumus saskaņā ar 2008. gada darba plānu, izpildot noteiktos kvantitatīvos rādītājus kopumā vidēji vairāk par 100%, atsevišķās jomās ievērojami pārpildot plānoto, savukārt atsevišķās jomās gada plāna kvantitatīvie rezultāti nav pilnībā sasniegti.

Nr.	Darbības rezultāts / rezultatīvais rādītājs	2008. gads	
		Plānotais	Izdarītais
	Izstrādātas un īstenotas valsts tēla stratēģiskās vadlīnijas		
1.	Valsts zīmolvēdības programmas izstrāde	1	0
2.	Pētījumi, sabiedriskās domas un partneru aptaujas	2	2
3.	Organizēti vai atbalstīti Latviju popularizējoši pasākumi un projekti (skaits gadā)	10	11
	Izstrādāts ārējās komunikācijas koordinācijas mehānisms		
4.	Konsultācijas publiskā un privātā sektora institūcijām par Latvijas atpazīstamības veicināšanas pasākumiem un projektiem (dalība darba grupās vai individuāli)	15	24
5.	Pārskati par tiešās pārvaldes iestāžu gatavoto un izplatīto informāciju svešvalodās (drukāti, elektroniski)	2	2

6.	Lekcijas, semināri un publikācijas par valsts tēlu un zīmolvēdi (skaits gadā)	12	15
7.	Aģentūras informatīvais ikmēneša apkārtraksts (adresātu skaits)	200	250
8.	Informatīvas konsultācijas par Latviju un saistītām tēmām vietējiem un ārvalstu interesentiem (skaits gadā)	1000	1000
9.	Publikācijas plašsaziņas līdzekļos par Latvijas sabiedrībai aktuāliem jautājumiem, ieskaitot Aģentūras darbību (veicināto publikāciju skaits, t.sk. preses relīzes)	80	277
10.	Ikgadēja konference par valsts atpazīstamības jautājumiem	1	2
	Saskaņots darbs ar ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem		
11.	Ārvalstu žurnālistu vizītes uz Latviju (organizēto un koordinēto vizīšu skaits gadā)	20	27
12.	Ārvalstu žurnālistu kontakttīkls (skaita pieaugums gadā)	45	49
13.	Sagatavotas publikācijas vai informācija ārvalstu plašsaziņas līdzekļiem (skaits gadā)	15	7
	Izstrādāta ārējās kultūrpolitikas programma		
14.	Starptautisku un ārvalstu kultūras iniciatīvu, kuros piedalās Latvija, skaita dinamika (atbalstītie projekti)	2	2
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)	50	90
17.	Informatīvo materiālu izplatīšana (eksemplāru skaits gadā, tūkstoši)	50	66
18.	Mājas lapas www.latvia.lv apmeklējumu skaita pieaugums gadā (tūkstoši)	100	255
19.	Mājas lapas www.latvia.lv informatīvo materiālu valodu skaits	4	5

* Tieši atkarīgs no Ārlietu ministrijas organizēto diplomātu apmācību semināru skaita gada laikā

2.3. Informācija par pakalpojumiem

2.3.1. Sniegto pakalpojumu veidi

2.3.1.1. Aģentūras nodaļas īsteno šādus pakalpojumus:

- ✓ Ārējo sakaru nodaļa sagatavo un vada ārvalstu plašsaziņas līdzekļu pārstāvju vizītes uz Latviju, sniedz palīdzību dažādu valsts mārketinga pasākumu / projektu rīkošanā un konsultē par jautājumiem, kas saistīti ar Latvijas tēlu;
- ✓ Informācijas nodaļa gatavo drukātus un elektroniskus informatīvos materiālus par Latviju un informāciju mājas lapai www.latvia.lv, izplata informatīvos materiālus par Latviju;
- ✓ Administratīvā nodaļa sniedz informāciju interesentiem par Latviju, sniedz palīdzību dažādu administratīvu jautājumu risināšanā valsts pozitīvas atpazīstamības veicināšanas pasākumos/projektos.

2.3.1.2. Aģentūras publiskie maksas pakalpojumi

2008. 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”.

Nr. p.k.	Pakalpojuma veids	Mērvienība	Izcenojums (Ls)	PVN (Ls)	Cena ar PVN (Ls)
1.	Buklets (10 x 21 cm)	1 gab.	0,38	0,02*	0,40
2.	Brošūra (14 x 12,5 cm)	1 gab.	0,86	0,04*	0,90
3.	Brošūra (21 x 21 cm)	1 gab.	1,43	0,07*	1,50
4.	Grāmata (21 x 21cm, cietos vākos)	1 gab.	4,76	0,24*	5,00

5.	Videoklips "Welcome to Latvia" (CD-ROM)	1 gab.	1,69	0,31**	2,00
6.	Faktu lapa (21 x 29,7 cm)	1 gab.	0,085	0,015**	0,10
Piezīmes. * PVN likme 5%; ** PVN likme 18%					

2.3.2. Uzlabojumi pakalpojumu pieejamības un kvalitātes nodrošināšanā

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

Aģentūras mājas lapa tiek pastāvīgi uzlabota un tajā ir pieejama izsmeļoša informācija par piedāvājumiem 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 2008. gadā

2008. gadā valsts budžeta līdzekļi tika piešķirti divām prioritātēm: LVL 45 000,- „Informatīvo materiālu par Latviju svešvalodās nodrošināšana”: LVL 10 300,- „Mājas lapas www.latvia.lv attīstība”. Piešķirtais finansējums izlietots pilnā apmērā un iniciatīvu ietvaros paveikts sekojošais.

1) Prioritāte „Informatīvo materiālu par Latviju svešvalodās nodrošināšana”:

- ✓ brošūras "My Latvia" papildtirāžas druka 3 000 eks.;
- ✓ brošūras "The Cuisine of Latvia" papildtirāžas druka 10 000 eks.;
- ✓ video „Welcome to Latvia” papildtirāžēts 5 000 eks.;
- ✓ video „Sounds like Latvia” papildtirāžēts 5 000 eks.;
- ✓ aktualizēta brošūra "Latvia Today" un nodrukāta papildtirāža 5 000 eks.;
- ✓ bukletam "Latvian National Symbols" sagatavots jauns teksts angļu valodā, tas tulkots krievu, vācu un franču valodās un nodrukāti 18 000 eks.;
- ✓ bukletam "Latvia in Brief" sagatavots jauns teksts angļu valodā, tas tulkots krievu, vācu, franču un ķīniešu valodās, izstrādāts jauns dizains un nodrukāti 28 000 eks.;
- ✓ jaunas brošūras bērniem "Destination Latvia" izstrāde un druka 3000 eks.;
- ✓ jaunas brošūras "Bookmark Latvia" (par slaveniem cilvēkiem no Latvijas un viņu sasniegumiem dažādās jomās) izstrāde un druka 3000 eks.;
- ✓ aktualizēta fakto lapa "Latvian Language", uzlabots tās vizuālais noformējums un nodrukāti 10 000 eks.;
- ✓ brošūras "Latvian Folk dress" maketa izstrāde;
- ✓ žurnāla "Scientific American" pielikuma par Latvijas zinātņi maketa izstrāde (žurnāla druku apmaksāja Izglītības un zinātnes ministrija, Latvijas Universitāte un Rīgas Tehniskā universitāte).

2) Prioritāte „Mājas lapas www.latvia.lv attīstība”:

- ✓ sagatavoti jauni teksti "Latvian Folk dress", "Music in Latvia", "Sport in Latvia", "Latvian Seasonal Holidays and Traditions" un "History of Latvia";
- ✓ aktualizēti teksti "Education in Latvia", "Economy of Latvia" un "Latvia – the Economic Keystone of the Baltic";
- ✓ fotogalerija papildināta ar 92 fotogrāfijām, piedāvājot iespēju tās nodot trešajām personām izmantošanai nekomerciālos nolūkos;
- ✓ veikts pasūtījums mājas lapas tulkošanai spāņu valodā (14 teksti), kā arī atsevišķu tekstu tulkošana angļu (1 teksts), vācu (8 teksti), franču (11 teksti) un krievu (11 teksti) valodās;
- ✓ fotogrāfiju iegāde projektam "House of Europe" Zviedrijā;

- ✓ organizēta latviešu tautas tērpu fotosesija.

2.5. Pārskats par Aģentūras vadības un darbības uzlabošanas sistēmām

2008. gadā izstrādāts Aģentūras reglaments un jauna struktūra.

Līdz 2008. gada 19. jūnijam tika ieviesti visi Ārlietu ministrijas Iekšējā audita departamenta veiktā audita ieteikumi, kā rezultātā veikti dažādi Aģentūras iekšējās kontroles sistēmas uzlabojumi.

2008. gadā ieviests no Valsts kontroles saņemtais ieteikums par pamatlīdzekļu uzskaites un faktiskā stāvokļa salīdzināšanas pārbaudēm.

3. Informācija par budžetu

3.1. Valsts budžeta finansējums un tā izlietojums

Saskaņā ar finansēšanas plānu Aģentūrai tika paredzēti resursi izdevumu segšanai LVL 245 071 apmērā, no tiem LVL 235 071 dotācija no vispārējiem ieņēmumiem un LVL 10 000 ieņēmumi no sniegtajiem maksas pakalpojumiem.

Papildus ieņēmumiem no valsts budžeta dotācijas un pašu ieņēmumiem, 2008. gadā LI saņēma arī ziedojumus LVL 1 637 apmērā, kā arī atsevišķā kontā saņēma Latvijas Republikas proklamēšanas gadadienas projektam paredzētos līdzekļus LVL 50 950 apmērā. Jāatzīmē, ka ziedojumu apjoms pilnā mērā neuzrāda Aģentūras piesaistīto līdzekļu apjomu, jo ar ārvalstu žurnālistu vizīšu organizēšanu saistītais atbalsts ticis tieši apmaksāts no atbalstītāju līdzekļiem.

Kopējā Aģentūras finansēšanas plāna izpilde 2008. gadā bija 96,5%. Šāda izpilde skaidrojama ar to, ka ieņēmumu no sniegtajiem maksas pakalpojumiem plāns tika izpildīts tikai par 32%, kā arī ar to, ka gada beigās nebija iespējas izlietot atalgojumiem paredzētajā fondā atlikušos līdzekļus sakarā ar prēmiju izmaksas aizliegumu – atalgojumu fonds tika izlietots par 98%.

Gada nogalē strādāts pie 2008. un 2009. gadu budžetu samazinājuma projektiem.

1. Pamatbudžeta līdzekļi	
Ieņēmumi –kopā	238314
t.sk.:	
budžeta dotācija	235071
pašu ieņēmumi no informatīvo materiālu realizācijas	3243
Izdevumi -kopā	236445
no tiem:	
atalgojumi	82644
valsts sociālās apdrošināšanas obligātie maksājumi	18691
darba devēja apmaksātie veselības izdevumi	3176
darbinieka atlaišanas pabalsts	1733
komandējumu izdevumi	1571
pakalpojumu samaksa-kopā	121214
t.sk.:	
konferenču, semināru un diskusiju izdevumi	1267
pasta, telefona, u.c. sakaru pakalpojumi	7430
pētījumi un konsultācijas zīmolvedības jautājumos	2931
informatīvo materiālu izdošana	54879
izdevumi ārvalstu žurnālistu uzņemšanai	1391
mājas lapas uzturēšana	561
telpu noma, telpu un biroja inventāra uzturēšana	41650
transportlīdzekļa noma un uzturēšana	3393
maksas par komunālajiem pakalpoj., dzeramo ūdeni	3503
arhīva pakalpojumi	1148
preses un lietišķās informācijas izdevumu abonēšana	697
darbinieku kvalifikācijas celšanas izdevumi	1588
darba piedāvājuma sludinājumi	326
vizītkaršu druka	230

pārējie pakalpojumi iestādes darbības nodrošināšanai	220
materiālu un inventāra (vērtībā līdz 150 Ls par 1 vienību), videoierakstu un žurnālu iegāde	3621
t.sk.:	
biroja, saimniecības preces un inventārs	2870
benzīna iegāde	546
preces reprezentācijas vajadzībām	126
videoieraksti un žurnāli	79
pamatlīdzekļu iegāde	3795
Slēgtie budžeta asignējumi gada beigās	1869
2. Dāvinājuma (ziedojumu) līdzekļi	
Atlikums uz 01.01.2008.	1724
Ieņēmumi	1637
Izdevumi	1749
t.sk. brošūras „The Cuisine of Latvia” izdošanai	131
singla „Iedezies par Latviju” izdošanai	1118
ārvalstu žurnālistu uzņemšanai	500
3. Līdzekļi Latvijas Republikas proklamēšanas 90. gadadienas pasākumiem	
Ieņēmumi	50950
Izdevumi	50950

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

2008. gadā Aģentūra nav iesaistījies sadarbības partneru vai ārvalstu ieguldījumu finansētās programmās.

4. Personāls

Aģentūrā 2008. gada sākumā tika veikta strukturāla reorganizācija, kuras rezultātā tika izveidotas 3 nodaļas, samazināts direktora vietnieku skaits un pārdalīti pienākumi esošo darbinieku starpā. Aģentūrā bija 14 štata vietas.

Gada nogalē strādāts pie atkārtotas reorganizācijas, lai nodrošinātu štatu samazināšanu par 2 darba vietām. 2008. gada beigās Aģentūrā bija 12 štata vietas. 2009. gadā varētu būt nepieciešams likvidēt vēl vienu.

Kadru (štata darbinieku) mainība 2008. gadā bijusi 25%, taču, ņemot vērā likvidētās štata vietas, 2 darbinieču atgriešanos no bērna kopšanas atvaļinājuma un uz laiku pieņemto darbinieku atbrīvošanu no darba, reālā darbinieku mainība ir bijusi gandrīz 60% (gada laikā atbrīvotie darbinieki / štata vietas gada beigās x 100%).

Ņemot vērā darba vietu likvidāciju un ierobežotās budžeta iespējas pieņemt darbā ārštata darbiniekus, kā arī saņemt ārpakalpojumus, esošajiem darbiniekiem bez papildu atlīdzības nākas veikt pienākumus ārpus amata aprakstā noteiktā.

Lai nodrošinātu papildus darbaspēku, gada garumā Aģentūra veiksmīgi iesaistījusi savā darbā praktikantus un brīvprātīgos, kopumā 13 jauniešus

5. Komunikācija ar sabiedrību

5.1. Pasākumi, kas veikti sabiedrības informēšanai un izglītošanai

2008. gadā sabiedrība informēta par Aģentūras darbību, nosūtot preses relīzes plašsaziņas līdzekļiem, ievietojot informāciju Aģentūras mājas lapā, piedaloties preses konferencēs, lasot lekcijas, uzstājoties dažādās konferencēs, sniedzot intervijas, kompetences ietvaros atbildot uz Latvijas un ārvalstu plašsaziņas līdzekļu pārstāvjus un iedzīvotājus interesējošajiem jautājumiem.

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 izziņošanai 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 108 respondentiem – Latvijas vēstniecībām un pastāvīgajām pārstāvniecībām, valsts institūciju darbiniekiem un citām juridiskām un fiziskām personām. Tika saņemtas 65 aizpildītas anketas (60%), pārsvarā no vēstniecībām (31%), sadarbības partneriem no privātā sektora (31%), valsts iestādēm (28%) un izglītības iestādēm (7%). Aģentūra vērs uzmanību, ka procentuāli visaugstākais saņemto atbilžu skaits pret izplatītajām anketām ir no privātā sektora, kas apliecina Aģentūra reputāciju sabiedrības acīs un organizēto projektu un darbības novērtējumu.

Visbiežāk minētie izmantotie Aģentūras pakalpojumi ir informatīvie materiāli, sadarbība ārvalstu žurnālistu vizīšu organizēšanā un Aģentūras konsultācijas par informatīviem materiāliem, valsts tēlu, zīmolvēstības jautājumiem. Tātad Aģentūras pamata funkcijas nav nepieciešams pārskatīt, jo klientiem ir būtiski visi piedāvāti pakalpojumi.

Visvairāk informāciju par Aģentūras aktivitātēm un piedāvātajiem pakalpojumiem respondenti ieguvuši Aģentūras mājas lapā, kā arī personīgi kontaktējoties ar Aģentūras darbiniekiem un no plašsaziņas līdzekļiem. Īpaši jāatzīmē augstā mājas lapas atpazīstamība arī latviešu auditorijas vidū (48%), kas norāda uz to kā būtisku informācijas avotu par valsti.

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

Nemot vērā to, ka lielākā daļa respondentu neatrodas Latvijā, Aģentūras zīmolvēstības aktivitātēs vairākums nav piedalījušies. Aģentūras dalību / vadību darba grupās, konkursu žūrijās, ekspertu sanāsmēs labi novērtējuši 88% no aptaujas respondentiem, kam bijusi šāda sadarbības pieredze.

Novērtējot Aģentūras sniegto konsultāciju kvalitāti un noderību, 79% respondentu ir izmantojuši Aģentūras piedāvātos informācijas materiālus par Latviju un no tiem 78% tos ir atzinuši par labiem. Minētais Aģentūras pakalpojums ir arī populārākais respondentu vidū. Attiecībā uz drukātajiem materiāliem 81% respondentu atzinīgi novērtē to tematu un saturu, kā arī 82% atzīmē to veiksmīgo vizuālo noformējumu. 71% ir apmierināts ar pieejamo valodu izvēli. 66% respondentiem drukāto informatīvo materiālu pieejamība šķiet laba. Minēto rādītāju ir grūti uzlabot, ņemot vērā drukāto materiālu izplatīšanas īpatnības Latvijas vēstniecībām un pastāvīgajām pārstāvniecībām un valsts institūcijām, kā arī faktu, ka ārpus valsts institūcijām materiāli ir jāiegādājas par maksu uz vietas, kā to nosaka Ministru kabineta noteikumi.

Pusei respondentu ir bijusi sadarbības pieredze ar Aģentūru konsultāciju par Latvijas tēlu un zīmolvēstību, kā arī radošu ideju un projektu atbalsta jomā, un attiecīgi 71% un 64% respondentu Aģentūras sniegtās konsultācijas novērtē kā labas. 71% respondentu nav bijusi pieredze ārvalstu vizīšu organizēšanā ar Aģentūru, taču no pārējiem 79% sadarbību ir atzinuši par labu.

Lielākā daļa aptaujāto Aģentūras uzturēto mājas lapu www.latvia.lv / www.li.lv novērtējuši kā labu. 82% no aptaujātajiem, kas izmanto mājas lapu, uzskata, ka informācijas apjoms un mājas lapas saturs ir pietiekamā līmenī, arī valodu izvēli un skaitu 79% aptaujāto vērtē labi. Uztveramību un funkcionalitāti ar labi novērtējuši attiecīgi 75% un 67% respondentu.

No mājas lapā www.latvia.lv / www.li.lv pieejamiem Aģentūras gatavotajiem elektroniskajiem materiāliem vispazīstamākais un acīmredzot arī visiemīlotākais ir video "Welcome to Latvia", jo tikai 7% respondentu to nav izmantojuši, savukārt no pārējiem to pozitīvi novērtējuši 86% respondentu. Būtiski neatpaliek arī video "Sounds like Latvia", kuru labi novērtējuši 77% aptaujāto. Mazāk pazīstams Aģentūras elektroniskais produkts ir e-

prezentācijas – 38% to nav izmantojuši vispār, taču no pārējiem 70% tās ir atzinuši par labām. Aģentūras bezmaksas attēlu fotogaleriju nav izmantojuši 28% aptaujāto, savukārt 72% no izmantojušajiem respondentiem to vērtē labi.

Respondenti tika lūgti novērtēt arī Aģentūras organizēto projektu "Latvija. Nākamie 90". No atbildes sniegušajiem respondentiem konkursu 92% novērtējuši ar „labi” un 80% atzinuši projekta ieguldījumu patriotisma veicināšanā jauniešos.

Aģentūras darbinieku atsaucību 86% respondentu novērtē pozitīvi, savukārt kompetenci un efektivitāti – attiecīgi 99% un 94% respondentu vērtē pozitīvi vai drīzāk pozitīvi.

Kopumā Aģentūras darbība, ņemot vērā vidējo novērtējumu pa darbības jomām, novērtēta labi (vidēji 80% no visiem respondentiem).

5.3. Sadarbība ar nevalstisko sektoru

Aģentūra regulāri sadarbojas ar nevalstisko sektoru, konsultējot dažādu projektu īstenošanā, piem., nodibinājumu „dabisks.lv” par projektu „dabisks.lv”, biedrību „Creativus” par projektu „Latvijas tēls pasaulē” u.c., piedāvājot informatīvos materiālus, uzstājoties ar lekcijām Latvijas Universitātē, Rīgas Stradiņa universitātē u.c.

5.4. Konsultatīvās padomes darbības rezultāti

Konsultatīvā padome tika izveidota 2006. gadā, lai nodrošinātu saikni ar Latvijas sabiedrību, veicinātu Aģentūras uzdevumu izpildi un sniegtu ieteikumus darba pilnveidošanai. Saskaņā ar padomes nolikumu 2008. gadā tā izskatījusi Aģentūras sagatavotās atskaites, darba plānus, apspriedusi budžeta jautājumus, kā arī projektus.

6. Aģentūras plāni 2009. gadam

6.1. Nākamā gada prioritātes

6.1.1. Koordinācijas un politikas plānošanas jomā plānots sagatavot priekšlikumus ārējās komunikācijas politikas plānošanas dokumentu kvalitātes uzlabošanai.

6.1.2. Zīmolvēstības principu ieviešanā būtiski kvalitatīvi realizēt 2008. gada nogalē izstrādāto rīcības plānu Latvijas ārējai komunikācijai krīzes apstākļos „Tomēr varam”.

6.1.3. Informācijas sagatavošanas un izplatīšanas jomā plānots izstrādāt mājas lapas www.latvia.lv uzlabošanas principus un turpināt tīmekļa vietnes funkcionālo pilnveidi, lai ieviestu lietotājiem draudzīgākus risinājumus.

6.1.4. Latvijas publicitātes veicināšanā plānots veikt ārvalstu plašsaziņas līdzekļu monitoringu, apkopojot un analizējot ārvalstīs publicēto informāciju par valsti.

6.1.5. Administratīvajā jomā plānots atbilstoši Ministru kabineta uzdevumiem un ministru prezidenta rīkojumiem veikt tālāku Aģentūras optimizāciju un 2009. gada budžeta samazināšanu.

6.2. Iestādes finanšu saistības

Aģentūrai nav reģistrētas ilgtermiņa finanšu saistības vai kredītsaistības.

6.3. Starptautiskie projekti

Aģentūra 2009. gadā neplāno iesaistīties starptautiskos projektos.

6.4. Plānotie pētījumi

Budžeta ierobežojumu dēļ, 2009. gadā pētījumu pasūtīšana nav paredzēta.