

**VALSTS SIA
LATVIJAS TELEVĪZIJA**

**VIDĒJA TERMIŅA DARBĪBAS
STRATĒGIJA**

2017-2019

APSTIPRINĀTA
ar NEPLP
26.01.2017. LĒMUMU NR. 24

Rīgā, 2017

Stratēģijas pamatnostādnes

Vispārējais stratēģiskais mērķis

Latvijā ietekmīgākais medijs

LTV 2020 gadā ir vispieprasītākais medijs (TV un WEB) nozarē, līderis sasniegto unikālo auditoriju jomās un kvalitātes etalons mediju raidījumu satura un formātu jomā.

Misija

Kalpot Latvijas sabiedrības interesēm

LTV veicina Latvijas sabiedrības un valsts attīstību kopumā (demokrātiju, ekonomiku, izglītību, kultūru, tehnoloģijas).

Vīzija

Latvijas Televīzija ir atbildīgs, neatkarīgs un izcils uzņēmums, kurš iedvesmo, informē, izglīto un izklaidē sabiedrību

LTV kā organizācija nodrošina visaugstāko medija satura kvalitāti, ir politiski neatkarīga. LTV spēj piesaistīt labākos nozares žurnālistus un multimediju speciālistus (vadība, radošie un tehniskie).

Vērtības

Neatkarība – rīkojamies atklāti, ieklausamies citu viedoklī, esam ar stingru mugurkaulu;

Atbildība – godīgi, kalpojam sabiedrībai, ir svarīga ilgtermiņa sadarbība ar sabiedrību;

Izcilība – esam radoši, veidojam kvalitatīvu produktu, esam vērsti uz izaugsmi.



LTV kā organizācijai ir 3 stratēģiskie attīstības scenāriji:

- 1) Palikt esošā situācijā – nodrošināt LTV1, LTV7 un Interneta platformām oriģinālsaturu un raidlaikus, taču ņemot vērā konkurences pieaugumu, paredzams, ka ilgtermiņā sabiedriskais medijs zaudēs sasniegto auditoriju apjomus.
- 2) Optimizēties – samazināt kanālu skaitu un fokusēties uz lineārās TV kanālu un pārējo saturu ražot un apraidīt interneta platformās
- 3) Attīstīties – ražot vairāk oriģinālsaturu dažādām auditorijām, dažādās TV un Interneta platformās

LTV piedāvā 3 scenāriju - Attīstība, kas nozīmē ražot vairāk oriģinālsaturu dažādām auditorijām un dažādām multimediju platformām.



LTV SVID analīze

Esošās situācijas izvērtējuma galvenās atziņas ir atspoguļotas SVID

(stiprās, vājās puses, iespējas un draudi) analīzes veidā.

Iekšējie faktori	
Stiprās puses	Vājās puses
<ol style="list-style-type: none"> 1) Pieredzes bagātākais Sabiedriskais medijs; 2) Kvalificēts un profesionāls personāls; 3) Laba reputācija, atpazīstams zīmols; 4) Valsts finansējums; 5) Jaudīga tehniskā bāze. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mērķiem neatbilstošs finansējuma apjoms saturam un politiski atkarīgs finansējuma modelis (vadošās koalīcijas un FM lēmumi budžeta jautājumos); 2) Novecojusi infrastruktūra (ēka un mediju darba rīki, studijas, IT); 3) Sarežģīti piesaistīt jaunus multimediju speciālistus; 4) Atšķirīgā sabiedrības viedokļi par sabiedrisko mediju misiju un uzdevumiem; 5) Nepietiekoša komunikācija ar krievvalodīgo auditoriju.

Ārējie faktori	
Iespējas	Draudi
<ol style="list-style-type: none"> 1) Jauni satura virzieni un kanāli (RUS auditorijas, WEB platformas); 2) Jauns un politiski neatkarīgs medija finansēšanas modelis (jauna nodeva par sabiedriskā medija pakalpojumiem, skatīt EBU citu valstu piemērus); 3) Jauna infrastruktūra (ēka, HD TV un IT aprīkojums) 4) Apvienošana ar LR (ienākumu un izmaksu sinerģijas, multimediju attīstības potenciāls); 5) Sadarbība ar neatkarīgajiem producentiem un citām TV kanāliem (efektīvāka satura ražošana). 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Komercediju ietekme uz Sabiedriskā pasūtījuma uzstādījumiem, sabiedriskā pasūtījuma budžeta sadaļa; 2) Finansēšanas modeļa maiņa (100% valsts finansējums) vai izeja no reklāmas tirgus bez garantētas valsts budžeta kompensācijas; 3) Pieaugoša politiskā ietekme uz medija vadību un satura prioritātēm (jaunās sabiedriskā medija padomes izveide ar būtisku politiku iesaisti); 4) KM iniciatīvas jaunās mediju politikas jomā (jaunais EPLL un Sabiedrisko mediju uzraudzības likums, kas rada papildus riskus sabiedriskā medija satura un finanšu neatkarībai; 5) Nepietiekama finansējuma apstākļos var nākties slēgt LTV7 kanālu; 6) Nekomunicējot ar krievvalodīgo un jauniešu auditorijām LTV kļūs par nišas mediju.



Uzdevumi, nefinanšu mērķi, KPI

Ja LTV būtu pieejams papildus finansējums 3 gados 24M EUR, tad būtu iespējams sasniegt sekojošus mērķus:

Nr.	Mērķis	2016	2017	2018	2019	Komentāri
1	LTV kanālu sasniegtā unikālā auditorija weekly reach), Av WkRch%	41%	41%	41%	40%	Eiropas sabiedrisko mediju reach KPI standarts ir AvWkRch%. Šis rādītājs vidējā termiņā samazināsies, jo tāda ir kopējā lineārās TV reach tendence. 2015. g. LTV AvWkRch% = 43,0%. Palielinot jauniešu saturu LTV7 un izveidojot atsevišķu kr.v. kanālu ir iespējams nedaudz 'piebremzēt' šo tendenci.
2	LTV kanālu kopējo skatīšanās laika daļa (CSOV%, 4+)	16,5%	16,5%	17,0%	17,5%	Ja palielina jauniešu saturu LTV7 un izveidojot atsevišķu kr.v. kanālu CSOV ir iespējams palielināt, bet konkrētais cipars būs ļoti atkarīgs arī no konkurentu aktivitātēm un vairāk kā gadu uz priekšu to plānot ir grūti. Fakts: 2015. g. LTV1+LTV7 CSOV% ir 16,7%
3	Interneta platformas LSM.LV vidējā mēneša sasniegtā auditorija (internet reach), t.sk. LTV, LSM, Replay un citas sadaļas domēnā lsm.lv	20%	22%	24%	28%	Jau pašlaik visi sab. Mediju portāli/platformas ir zem domēna lsm.lv. Palielinot saturu jauniešu un krievu v. auditorijai 5 gadu laikā ir iespējams palielināt mēneša sasniegto auditoriju līdz 30 - 35%.
4	LTV skatītāju apmierinātība ar satura kvalitāti (Apmierinātības indekss, %)	vismaz 70%	vismaz 70%	vismaz 75%	vismaz 75%	Eiropas sabiedrisko mediju standarts šajā jomā ir Appreciation Index vai vidējais apmierinātības vērtējums skalā (0-10).

Ja LTV, realizējot attīstības scenāriju ar papildus 12M EUR finansējumu 3gados, varētu sasniegt šādus mērķus:

Nr.	Mērķis	2016	2017	2018	2019	Komentāri
1	LTV kanālu sasniegtā unikālā auditorija weekly reach), Av WkRch%	40%	39%	39%	37%	Eiropas sabiedrisko mediju reach KPI standarts ir AvWkRch%. Šis rādītājs vidējā termiņā samazināsies, jo tāda ir kopējā lineārās TV reach tendence. 2015. g. LTV AvWkRch% = 43,0%. Palielinot jauniešu saturu LTV7 un izveidojot atsevišķu kr.v. kanālu ir iespējams nedaudz 'piebremzēt' šo tendenci.
2	LTV kanālu kopējo skatīšanās laika daļa (CSOV%, 4+)	16,5%	16%	15,5%	14,5%	Ja palielina jauniešu saturu LTV7 un izveidojot atsevišķu kr.v. kanālu CSOV ir iespējams palielināt, bet konkrētais cipars būs ļoti atkarīgs arī no konkurentu aktivitātēm un vairāk kā gadu uz priekšu to plānot ir grūti. Fakts: 2015. g. LTV1+LTV7 CSOV% ir 16,7%
3	Interneta platformas LSM.LV vidējā mēneša sasniegtā auditorija (internet reach), t.sk. LTV, LSM, Replay un citas sadaļas domēnā lsm.lv	20%	22%	23%	24%	Jau pašlaik visi sab. Mediju portāli/platformas ir zem domēna lsm.lv. Palielinot saturu jauniešu un krievu v. auditorijai 5 gadu laikā ir iespējams palielināt mēneša sasniegto auditoriju līdz 30 - 35%.
4	LTV skatītāju apmierinātība ar satura kvalitāti (Apmierinātības indekss, %)	vismaz 70%	vismaz 70%	vismaz 70%	vismaz 70%	Eiropas sabiedrisko mediju standarts šajā jomā ir Appreciation Index vai vidējais apmierinātības vērtējums skalā (0-10).

Jāņem vērā, ka mērķi Nr.1-4 ir cieši saistīti ar LTV budžeta pieaugumu, jo tikai jauns oriģinālsaturs apjoms un kvalitāte un efektīva reklāma spēj palielināt auditoriju.

Ņemot vērā, ka LTV 2016 ir piešķirts sekojošs papildus finansējums ~5 M Eur 2017-2019, LTV plāno sasniegt šādus mērķus:

Nr.	Mērķis	2016	2017	2018	2019	Komentāri
1	LTV kanālu sasniegtā unikālā auditorija weekly reach), Av WkRch%	>40%	>39%	>37%	>35%	2019. g. LTV jāatsakās no LTV7 apraides, jo esošais finansējums neļauj nodrošināt sporta notikumu pārraides un saturu krievu valodā atbilstošā apjomā. Šie līdzekļi jāinvestē LTV1 oriģinālsaturā.
2	LTV kanālu kopējo skatīšanās laika daļa (CSOV%, 4+)	>16,0%	>15%	>14,0%	>13,0%	Ja palielina jauniešu saturu LTV7 un izveidojot atsevišķu kr.v. kanālu CSOV ir iespējams palielināt, bet konkrētais cipars būs ļoti atkarīgs arī no konkurentu aktivitātēm un vairāk kā gadu uz priekšu to plānot ir grūti. Fakts: 2015. g. LTV1+LTV7 CSOV% ir 16,7%
3	Interneta platformas LSM.LV vidējā mēneša sasniegtā auditorija (internet reach), t.sk. LTV, LSM, Replay un citas sadaļas domēnā lsm.lv	20%	21%	22%	22%	Jau pašlaik visi sab. Mediju portāli/platformas ir zem domēna lsm.lv. Palielinot saturu jauniešu un krievu v. auditorijai 5 gadu laikā ir iespējams palielināt mēneša sasniegto auditoriju līdz 30 - 35%.
4	LTV skatītāju apmierinātība ar satura kvalitāti (Apmierinātības indekss, %)	vismaz 70%	vismaz 65%	vismaz 65%	vismaz 60%	Atšķirībā no Latvijas Radio, Eiropas sabiedrisko mediju standarts šajā jomā ir Appreciation Index vai vidējais apmierinātības vērtējums skalā (0-10). Domājams, ka jāiet uz šo. KPI. NPS var izmantot paralēli, bet ne kā KPI. Sasniegt 80% būs grūti, jo šāds līmenis ir, piemēram, BBC.



Vidēja termiņa LTV satura kanālu attīstības uzdevumi:

Periods	Kanālu attīstības virzieni	Komentāri
2017. – 2018.	<ul style="list-style-type: none"> • LTV1 oriģinālsatura apjoma un kvalitātes palielināšana • LTV7 jaunā pozicionējuma attīstība. • Multimediju satura platforma interneta vidē jauniešu un ekonomiski aktīvu iedzīvotāju auditorijai krievu valodā. • Apvienotas bērnu satura sadaļas attīstība uz LTV.LV, LSM.LV un Latvijas Radio satura resursu bāzes. • Multimediju satura platforma interneta vidē jauniešu auditorijai latviešu valodā 	<p>Lai turpinātu attīstīt LTV7 pozicionējumu, nepieciešams:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Atdalīt raidījumus krievu valodā un turpināt to attīstību atsevišķā interneta/TV multimediju satura platformā, – Būtiski palielināt jauniešu oriģinālsaturam pieejamo finansējumu. <p>Krievvalodīgo kanāla izveidei ir nepieciešams politisks lēmums. Pozitīva lēmuma gadījumā šādu kanālu varētu veidot sadarbībā ar <i>ERR</i> un <i>Deutsche Welle</i>, ar kuriem LTV ir noslēgti sadarbības memorandi šajā satura jomā.</p> <p>Esošā LSM.LV sadaļa krievu valodā ir veidota kā informatīvs ziņu portāls, pie tam daļa tā satura pārklājas ar portāla latviešu valodas sadaļas saturu. Lai paplašinātu sasniegto auditoriju Latvijas krievvalodīgo vidū, nepieciešams būtiski palielināt tā video un audio satura klāstu veidojot to par modernu multimediju satura platformu.</p> <p>Papildus LTV un Latvijas Radio raidījumiem ir jāveido interaktīvs izglītojošs un izzinošs saturs, spēles, kā arī mediju lietošanas pamatprasmes veicinošs saturs.</p> <p>Lai paplašinātu sasniegto jauniešu auditoriju, nepieciešams uz LSM.LV un pieci.lv bāzes veidot jaunu modernu multimediju satura platformu ar būtisku video satura īpatsvaru.</p>



Periods	Kanālu attīstības virzieni	Komentāri
2018. – 2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Turpināt attīstīt LTV1 oriģinālsatura uzlabojumus • Turpināt attīstīt jauniešu multimediju kanālu (LTV7, WEB) • Turpināt attīstīt RUS multimediju kanālu (Baltijas kanāla izveides virziens) 	<p>Nepieciešams turpināt oriģinālsatura apjoma palielinājumu.</p> <p>Ir jāturpina sarunas ar Igaunijas un Lietuvas sabiedriskajiem medijiem par ideju veidot vienotu mediju kanālu (iespējams sākumā vienotu ziņu raidījumu sēriju bloku).</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Bērnu un jauniešu portālu tālāka attīstība 	<p>Nepieciešams būtisks oriģinālsatura apjoma pieaugums.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Uz diasporas kanāla bāzes plānot jaunas multimedijas kultūras satura platformas attīstību. 	<p>Nepieciešams būtisks oriģinālsatura apjoma pieaugums.</p>

