



KULTUURIMINISTEERIUM



EESTI LOOMEMAJANDUSE OLUKORRA UURING JA KAARDISTUS

Lõpparuanne

Juuni 2025



Kaasrahanud
Euroopa Liit

KANTAR EMOR

Uuringu tegi Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse tellimusel **Kantar Emor** ning uuringut on kaasrahasanud Euroopa Liit.

Uuringu autorid: Anu Varblane, Katariina Mäll, Kertti Elery Kaljuste, Aivar Voog, Anna Petermann

Koondaruande keeletoimetus: Merje Klopets

Kujundus: Maire Nõmmik

Tellijapoolne kontakt: Kadi Haljand (Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus)

Tellijapoolsed koostööpartnerid: Karl Viilmann (Kultuuriministeerium)

Valdkondlikele aruannetele andsid tagasisidet EIS-i esindajad ja Kultuuriministeeriumi vastava valdkonna nõunikud.

Tänu sõnad:

Täname kõiki ettevõtete ja organisatsioonide esindajaid, kes vastasid ankeetküsitlusele ja osalesid vestlusringides ning aitasid meil seeläbi mõista, mis jääb valdkonda iseloomustava statistika taha. Samuti täname valdkonna esindajaid ja eksperte, kes osalesid aruteludes, aitasid tulemusi valideerida ning andsid tagasisidet lõpparuannetele. Teie väärtuslik panus ja koostöö aitasid kaasa sisuka ja põhjaliku ülevaate koostamisele.

Kontaktinfo:

AS Emor

Maakri 21, 10145 Tallinn

www.kantaremor.ee

tel: 626 8500

emor@emor.ee

Sisukord

Sisukord	3
Mõisted ja lühendid	5
Lühikokkuvõte	8
Summary	13
1. Sissejuhatus	18
1.1 Loomemajanduse käsitlus rahvusvaheliselt	18
1.2 Eesti loomemajanduse valdkondade käsitlus	19
1.3 Loomemajanduse sotsiaalmajanduslik mõju ning osalised	20
2. Uuringu metoodika	24
2.1 Uuringu eesmärgid	24
2.2 Uuringu teostamise etapid:	24
2.3 Andmeallikad	30
2.4 Metoodikast ja andmeallikatest tulenevad piirangud	35
2.5 Muudatused võrreldes varasemate kaardistustega	37
3. Loomemajanduse maht Eestis	40
3.1 Loomemajanduse üldnäitajad	40
3.2 Loomeettevõtete regionaalne jaotus	49
4. Loomemajanduse eksport	52
4.1 Ekspordinäitajad	52
4.2 Ekspordivõimekus loomeettevõtete ja -asutuste hinnangute põhjal	54
5. Loomemajanduse toetuste mõju	58
5.1 Toetuste mõju uurimise metoodika	58
5.2 Loomemajanduse toetamine läbi tugistruktuuride ja katusorganisatsioonide	58
5.3 Toetuste mõju loomeettevõtete ja -asutuste hinnangute põhjal	64
6. Loomeettevõtete ja -asutuste ülevaade	71
6.1 Loomevaldkondade ja -ettevõtete vanuseline profiil	71
6.2 Loomeettevõtete enamlevinud ärimudelid	73
6.3 Arengut takistavad tegurid	75

6.4	Asukoht innovatsioonitrepil	77
7.	Soovitused	84
8.	Valdkondade lühikokkuvõtted	89
	Lisad	99
Lisa 1.	Loomesektori tegevusalade võrdlus	99
Lisa 2.	Ettevõtete ankeet	101
Lisa 3.	Eesti loomemajanduse üldnäitajad 2007–2023	109
Lisa 4.	Loomeettevõtete ja asutuste regionaalne jaotus	110
Lisa 5.	Loomeettevõtete maksukulu 2023. a	111
Lisa 6.	Loomeettevõtete küsitluse valimi kirjeldus	112
Lisa 7.	Muuseumide ankeet	113
Lisa 8.	Valdkondade ülevaadete autorid	121

Mõisted ja lühendid

Mõiste / lühend	Selgitus
<i>Designer-maker</i>	Isetootev disainer, kes tegeleb oma toodete disainimise, tootmise ja müümisega.
Loomettevõtja	Ettevõtja, kes tegutseb äriregistri andmetel ühes või mitmes loomemajanduse valdkonnas või sidusvaldkonnas.
Loomeliit	Mittetulundusühing, mille eesmärk on edendada ühte loomeala ja toetada oma liikmeks olevate loovisikute loometegevust.
Loomemajandus	Majandusvaldkond, mis põhineb individuaalsel ja kollektiivsel loovusel, oskustel ja andel, on võimeline looma heaolu ja töökohti intellektuaalse omandi loomise ja peamise müügiargumendina kasutamise kaudu ning kus loovisikud on protsessides kesksel kohal.
Loomemajanduse sidusvaldkond ehk sidus(tegevus)ala	Majandusvaldkond, mis paikneb kultuuri- ja loomeprotsesside väärtusahelas loomise, tootmise, levitamise ja vahendamise ning kättesaadavaks tegemise lülides ning milles peamine lisandväärtust loov sisend tuleb loomemajanduse valdkondadest.
Loomemajanduse tuumikvaldkond ehk tuumik(tegevus)ala ehk põhitegevusala	Loomemajanduse definitsioonis kirjeldatud valdkond.
Loovisik	Autoriõiguse seaduse tähenduses autor või esitaja; loovisikute ja loomeliitude seaduse järgi tegutseb järgmisel loomealal: arhitektuur, audiovisuaalne kunst, disain, etenduskunst, helikunst, kirjandus, kujutav kunst või stsenograafia.
Vabakutseline loovisik	Loovisikute ja loomeliitude seaduse kohaselt loovisik, kes tegutseb seaduses märgitud loomealal ja kes ei ole avalikus teenistuses või ei tööta töölepingu või muu sellesarnase iseloomuga võlaõigusliku lepingu alusel.
ACE	Euroopa Arhitektide Nõukogu (<i>Architects' Council of Europe</i>)
BAFTA	British Academy Film and Television Awards
BFM	Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia ja kunstide instituut
EAK	Eesti Arhitektuurikeskus
EAL	Eesti Arhitektide Liit
EAÜ	Eesti Autorite Ühing
EDK	Eesti Disainikeskus
EDL	Eesti Disainerite Liit
EFA	Eesti Filmi Andmebaas

EFA	European Film Awards
EFAD	European Film Agency Directors
EFI	Eesti Filmi Instituut
EIS	Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus
EKA	Eesti Kunstiakadeemia
EKEL	Eesti Ehituskonsultatsiooniettevõtete Liit
EKGL	Eesti Kujundusgraafikute Liit
EKI	Eesti Konjunktuuriinstituut
EKK	Eesti Kultuuri Koda
EKKAK	Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus
EKL	Eesti Kunstnike Liit
ELIC	Eesti Kirjanduse Teabekeskus (<i>Estonian Literature Centre</i>)
EMAL	Eesti Maastikuarhitektide Liit
EML	Eesti Meediaettevõtete Liit
EMTA	Eesti Maksu- ja Tolliamet
EMTAK	Eesti majanduse tegevusalade klassifikaator
EMÜ	Eesti Maaülikool
EMÜ	Eesti Muuseumiühing
EPÜ	Eesti Planeerijate Ühing
ERDF	Euroopa Regionaalarengu Fond
ERKL	Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liit
ERR	Eesti Rahvusringhääling
ERSO	Eesti Riiklik Sümfooniaorkester
ERÜ	Eesti Raamatukoguhoidjate Ühing
ESL	Eesti Sisearhitektide Liit
ETDM	Eesti Tarbekunsti- ja Disainimuuseum
ETPL	Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit
FIE	füüsilisest isikust ettevõtja
ICOM	Rahvusvaheline Muuseumide Nõukogu (<i>International Council of Museums</i>)
IFI	Rahvusvaheline Sisearhitektide Ühendus (<i>International Federation of Interior Architects/Designers</i>)
IFLA	Rahvusvaheline Maastikuarhitektide Föderatsioon (<i>International Federation of Landscape Architects</i>)
IGDA	Rahvusvaheline Mänguarendajate Ühendus (<i>International Game Developers Association</i>)
IPTV	<i>Internet Protocol TeleVision</i> , televisioonisignaali internetipõhise edastamise viis.
ISSN	rahvusvaheline jadaväljaande standardnumber (<i>International Standard Serial Number</i>)
KIK	Keskkonnainvesteeringute Keskus

KKEK	Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus
KULKA	Eesti Kultuurkapital
KuM	Kultuuriministeerium
MTR	majandustegevuse register
MTÜ	Mittetulundusühing
NACE	Euroopa Ühenduse majanduse tegevusalade klassifikaator (<i>Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne</i>)
RVL	raamatukogudevaheline laenutus
SA	Sihtasutus
SWOT	analüüsimudel (<i>strengths</i> – tugevused, <i>weaknesses</i> – nõrkused, <i>opportunities</i> – võimalused, <i>threats</i> – ohud, takistused)
TAB	Tallinna Arhitektuuribiennaal
TDH	Tallinna Disaini Maja
TLÜ	Tallinna Ülikool
TMW	Tallinn Music Week
TTJA	Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet
TTK	Tallinna Tehnikakõrgkool
TTÜ	Tallinna Tehnikaülikool
TULI	Turundajate Liit
TÜ	Tartu Ülikool
VOD	<i>video-on-demand</i> , videomaterjali vaatamise keskkond

Lühikokkuvõte

Loomemajandus on valdkond, mille keskmeks on loovus kui majanduslik ressurss. Nii ühendab loomemajandus kultuurilised ja ärilised eesmärgid, luues väärtust intellektuaalse omandi kaudu. Loomemajandus ei ole pelgalt kultuuri säilitaja, vaid ka majanduse uuendusmeelne osa, millel on järjest tugevam mõju teistele sektoritele (näiteks disaini, arhitektuuri või audiovisuaalse sisu kaudu). Loomemajanduse olulisust ei määra üksnes selle panus SKP-sse või tööhõivesse, vaid ka selle laiem ühiskondlik mõju. Loomemajanduskonnad tugedavad sotsiaalset sidusust, aitavad kaasa hariduse edendamisele, toetavat vaimset heaolu ning toimivad sageli ühiskondlike uuenduste allikana. Erinevate valdkondade väärtusahelad on mitmekesised ning tehnoloogia areng ja digiplatvormid on muutnud loometöö leviku üha kiiremaks ja piiriülesemaks.

Rahvusvaheliselt määratletakse loomemajandust erinevalt. Selle piiritlemine erineb märkimisväärselt riigiti, peegeldades ühiskondlike prioriteete ja statistilise võrreldavuse keerukust. Euroopas kasutatakse laialdaselt Eurostati klassifikatsiooni, mis hõlmab kümnet kultuurivaldkonda koos loovuse eri funktsioonidega. Samas ka selle rakendamine pole kõikjal ühtne. Eesti lähenemine on selles kontekstis üks laiahaardelisemaid – siinsetes kaardistustes on lisaks põhivaldkondadele (nt muusika, disain, film) esindatud ka mitmed sidusalad, nagu kultuuriharidus ja trükiteenused. Viimaseid paljud teised riigid loomemajanduse alla ei arvesta.

Käesolev loomemajanduse kaardistus on koostatud eesmärgiga pakkuda ajas võrreldavat ja rahvusvaheliselt võrreldavat ülevaadet sektori olukorrast, ulatusest ja arengutrendidest. Varasemate uuringutega võrreldes on kaasatud suuremat hulka väikeettevõtteid. Metoodika muudatuste tõttu (sh erinevused kasutatud andmeallikates, valdkondade määratluses jms) ei ole kõik teemad täielikult võrreldavad eelnevate kaardistustega. Lisaks tugineb suurem osa andmestikust ettevõtete poolt äriregistrile esitatud infole, mille täpsus võib erineda, eriti tegevusvaldkondade ja ekspordinäitajate puhul. Sellest hoolimata loob kaardistus selge aluse loomemajanduse edasiseks analüüsiks ja seireks.

Loomemajanduse maht Eestis

Eesti loomemajandus on mitmetasandiline majandussektor, mille mõju ulatub kultuuriloomest turupõhiste ärimudelite ja rahvusvahelise konkurentsini. **2023. aastal tegutses loomemajanduses kokku 13 760 ettevõtet ja asutust, moodustades 8,8% kõigist Eesti ettevõtetest.** Sektoris oli hõivatud ligi **26 600 töötajat ehk 3,8% kogu töötavast elanikkonnast.** Kuigi loomesektori töötajate arv on võrreldes 2019. aastaga vähenenud ligikaudu 6%, on sektori kogutulu samal ajal jõudsalt kasvanud (37%), ulatudes 2,54 miljardi euron. Selline dünaamika viitab loomevaldkonna tõhususe kasvule ning struktuursetele muutustele, sh suurema lisandväärtuse loomisele väiksema tööjõukuluga.

Loomemajanduses tegutseb väga suur hulk väikeettevõtteid. Keskmises loomemajanduse ettevõttes on 1,9 töötajat, samas kui kogu Eesti ettevõtete keskmine on 2,7 töötajat ettevõtte kohta. Ka tootlikkuse näitajates jäävad loomevaldkonnad üldjuhul Eesti keskmisele alla: 2023. aastal teeniti loomemajanduses töötaja kohta keskmiselt 96 000 eurot tulu, kogu ettevõtluses keskmiselt aga 221 000 eurot. Samas leidub ka erandeid: näiteks reklaamivaldkonnas oli töötaja kohta teenitud tulu 240 000 eurot, mis ületab isegi riigi keskmise. Kõige väiksema töötajate arvuga olid disainiettevõtted (0,7 töötajat keskmiselt) ja kõige väiksema tuluga töötaja kohta käsitöö (21 000 eurot) ja kunst (25 000 eurot).

Valdkondade lõikes on märgata suuri erinevusi. Kõige suurema tuluga valdkond oli reklaam, mille osakaal kogu loomemajanduse kogutulust oli 29%, sellele järgnes kirjastamine 15,4%-ga. Nende kõrval oli oluline ka arhitektuur, kus küll osakaal kogutulust on väiksem, kuid hõivatute arv üks suurimaid. Just kirjastamine, arhitektuur ja reklaam on ka need valdkonnad, kus tööjõud on kõige arvukam. Väikseimad valdkonnad nii

hõivatute kui ka kogutulu mõttes olid meelelahutustarkvara, käsitöö ja kunst. Siiski tuleb arvestada, et nende valdkondade mõju ei avaldu üksnes kvantitatiivsete näitajate kaudu, vaid sageli ka sotsiaalsete, kultuuriliste ja kogukondlike väärtuste kaudu.

Sektori rahastamisstruktuur näitab, et loomemajandus on mitmekesine nii tuluallikate kui ka ärimudelite osas. **2023. aastal moodustas riiklik ja kohaliku tasandi toetus ning muu avalik rahastus 14,6% kogu loomesektori tulust.** Avaliku sektori tuge vajavad eeskätt valdkonnad, mille tegevus ei ole suunatud turupõhisele tulu teenimisele, vaid mille ühiskondlik mõju (nt kultuuripärandi säilitamine, hariduse ja piirkondliku identiteedi edendamine) on laiem ja kaudsem. Nii tuli 99% raamatukogude, 86% etenduskunstide ja 63% muuseumide kogutulust toetustest. Samas mitmes valdkonnas oli riiklik rahastus peaaegu olematu (nt reklaam 0,1%, meelelahutustarkvara 0% ja disain 0,9%), mis näitab, et need tegutsevad turuloogika alusel ning on majanduslikult iseseisvad.

Valdkondade võrdluses ilmneb varieeruvus selles, kui suur tähtsus ja majanduslik mõju on sidusaladel. Mõnes valdkonnas moodustavad sidusalad suure osa kogutulust, nt arhitektuuris annab ehituslik projekteerimine koguni 70% kogu valdkonna tulust ning kirjastamises annavad trükiteenused 59% kogutulust. Muusikavaldkonnas on sidusala roll samuti suur. Sinna kuuluvad näiteks kontserdikorraldajad ja helisalvestiste tootjad, kelle tulu moodustab ligi poole kogu muusikavaldkonna tulust. Seevastu kunstivaldkonnas on sidusala osakaal märksa väiksem (vaid 7% valdkonna kogutulust), viidates sellele, et kunsti peamine majandustegevus toimub valdavalt tuumikvaldkonna siseselt, näiteks kunstnike enda loomingulise tegevuse kaudu.

2023. aastal oli **loomemajanduse lisandväärtus 868,9 miljonit eurot, moodustades 2,3% Eesti SKP-st.** Loomemajanduse lisandväärtuse suhe müügitulusse (34%) ületab Eesti ettevõtluse keskmist (23%), peegeldades sektori tööjõuintensiivsust. Suurima lisandväärtusega valdkonnad olid reklaam (200,1 mln €), kirjastamine (187,3 mln €) ja arhitektuur (149,6 mln €).

Regionaalse jaotuse poolest on **loomemajandus Eestis tugevalt kontsentreerunud Harjumaale**, kus tegutseb ligi kaks kolmandikku kõikidest loomeettevõtetest ja asutustest, sh pisut enam kui pooled Tallinnas. See näitab, et peamine loomeettevõtluse ökosüsteem on koondunud pealinna ja selle ümbrusse. Teistest maakondadest on olulisema osakaaluga Tartu ja Pärnu, ent väiksemates maakondades on loomeettevõtluse osakaal tagasihoidlikum: näiteks Ida-Virumaal ja Võrumaal on loomeettevõtete osakaal madalam kui sealne üldine ettevõtlusaktiivsus. Valdkondade lõikes paistavad silma meelelahutustarkvara, film, disain ja reklaam, mille ettevõtted on peaaegu täielikult koondunud Tallinna ja Tartusse. Samal ajal on käsitööettevõtted, muuseumid ja eriti raamatukogud palju hajusamalt jaotunud, peegeldades nende rolli kohaliku kultuurielu ja teenuste tagamisel kõikjal Eestis.

Tulemuste tõlgendamisel tasub arvestada, et **loomemajanduse ulatus on statistiliselt raskesti haaratav**, kuna lisaks kaardistatud ettevõtetele ja asutustele tegutsevad paljud loovisikud ka teistes majandussektorites (nt IT ja tööstus) ning nende panus jääb senistes ülevaadetes sageli varju. Kuigi loomemajanduse ärimudelite selgus on viimastel aastatel paranenud, leidub valdkondi, kus tegevus ei ole ametlikult registreeritud või kajastub statistikas ebatäpselt (nt FIE-de tulu või OÜ-de tööjõukulud). Et kujundada sihipärast ja mõjusat kultuuripoliitikat, on oluline arendada usaldusväärset statistikat ning soodustada korrektset aruandlust, mis peegeldaks ka väikeste ja projektipõhiste loomeüksuste tegelikku tegevust ja mõju.

Loomemajanduse eksport

Ekspordivõimekuse puhul esineb valdkondade lõikes erinevusi. 2023. aastal ulatus **loomemajanduse kogueksporditulud 567,1 miljoni euroni, kasvades nelja aastaga 62,9%** (2019. a 348,2 mln €). Ekspordi osakaal kogu sektori kogutulust oli 22,3% ning müügitulust 26,5%. Avaliku rahastuse toel tegutsevad asutused (nt raamatukogud ja muuseumid) ei panusta otseselt majanduslikku eksporti, kuigi osalevad rahvusvahelistes koostööprojektides. Samuti panustavad muuseumid eksporti kaudselt läbi väliskülastajate. Seevastu turupõhiselt toimivad valdkonnad (nt reklaam, meelelahutustarkvara, kirjastamine (eriti trükindus), ringhääling ja arhitektuur) on suunatud otseselt välisturgudele ja moodustavad loomevaldkondade ekspordistruktuuri tuumiku.

Eksporditulud on kasvanud eriti kiiresti just digitaalse iseloomuga loomesuundades. Näiteks domineerivad ekspordistruktuuris reklaam ja kirjastamine, mis moodustavad ligi 70% kogu loomesektori eksporditulust.

Märgatavat kasvu on näha ka muusika- ja käsitöövaldkondades, mida võib seostada näiteks e-kaubanduse ja digitaalse levitamise laienemisega. Samal ajal on vähenenud ekspordi osakaal kogutulust valdkondades, mille teenuseid on keerulisem digitaliseerida või skaleerida – näiteks arhitektuur, kunst ja disain.

Ettevõtjad ise hindavad oma ekspordipotentsiaali pigem tagasihoidlikult. Vaid iga viies uuringus osalenud loomeettevõtte on aastatel 2020–2023 ekspordinud. Ehkki mõnes valdkonnas, nagu meelelahutustarkvaras, on eksport sisuliselt ettevõtluse eeltingimus, näeb suurem osa loomeettevõtteid oma peamist tegutsemisruumi koduturul. Rahvusvahelise nõudluse asjus valitseb ebakindlus: enam kui pooled ei osanud seda hinnata ning umbes sama paljud ei teadnud, kas nad tulevikus ekspordiga üldse tegelevad.

Suurem osa ettevõtjatest ei pea eestimaist päritolu eksportimisel oluliseks konkurentsieeliseks, rõhutades pigem toote või teenuse kvaliteeti, mitte selle geograafilist algupära. Erandiks on kultuuripärandi- ja käsitöövaldkond, kus rahvuslik identiteet ja lugu võivad ekspordi puhul olla oluliseks väärtuseks. **Eesti kui sihtriigi ja päritolumaa turundust peab piisavaks 22% uuringus osalenud loomeettevõtetest.** Samas kolmandik ei oska selles küsimuses seisukohta võtta. Hinnangud ei sõltu sellest, kas ettevõttel on ekspordikogemus või mitte.

Ekspordipotentsiaali arendamisel on võtmetähtsusega turuteabe parem kättesaadavus, kontaktvõrgustike loomine ning ekspordisuutlikkust toetavad arengumehhanismid, seda eriti väiksemate ettevõtete jaoks ja neile, kes pole seni oma tegevust osutanud kommertseesmärkidel.

Toetuste mõju

Toetuste mõju loomemajandusele on viimastel aastatel olnud märgatav ning mitmetahuline. Tugistruktuurid ja katusorganisatsioonid on saanud avaliku sektori toel tugevalt areneda, suurendades oma kogutulu, töötajate arvu ja osaliselt ka ettevõtlustulu. Arenduskeskuste ja loomeühenduste roll on seejuures järjest tähtsam: nad aitavad loomeettevõtetel ellu jääda, kasvada ja välisturgudele jõuda. Samas ilmneb andmetest, et vaatamata mõningasele ettevõtlustulu kasvule on **sõltuvus avalikust rahast pigem suurenenud**, eriti katusorganisatsioonide ja tunnustatud loomeliitude puhul.

Erinevat tüüpi organisatsioone võrreldes on tugistruktuurid (nt arenduskeskused ja inkubaatorid) näidanud mõõdukat iseseisvumist: aastatel 2019–2023 kasvas nende ettevõtlustulu 37% ja selle osakaal kogutulust tõusis 12,6% pealt 15,6%-ni. Samal ajal jäi nende toetuste ja annetuste osakaalu tõus tagasihoidlikuks, viidates kergele sõltuvuse vähenemisele. Katusorganisatsioonide puhul oli vastupidine tendents: kuigi ettevõtlustulu kasvas 13,6%, tõusis toetuste ja annetuste maht tervelt 47%, mis tõi kaasa ettevõtlustulu osakaalu languse 21%-lt 17,5%-ni. Seega **sõltuvad katusorganisatsioonid avalikust rahast märgatavalt enam kui tugistruktuurid.** Eriti selgelt ilmneb see areng Kultuuriministeeriumi poolt tunnustatud loomeliitude puhul, kelle kogutulu kasvas 41%. Toetuste ja annetuste osakaal kogutulus tõusis nende puhul 58,3%-lt 67,9%-ni, samas kui ettevõtlustulu osakaal langes 34,5%-lt 27,5%-ni.

Sõltuvuse kasv avalikust rahast peegeldab laiemat konteksti: aastatel 2019–2023 mõjutasid loomemajanduse keskkonda mitmed suure mõjuga kriisid, nagu COVID-19 pandeemia, geopoliitilised pinged ning energiakriis. Need väljakutsed pidurdasid ettevõtlusvõimekust ja vähendasid iseseisvalt teenitava tulu võimalusi. Sellistes oludes sai avalikust rahastusest kriitiline stabiilsuse allikas, mis aitas säilitada valdkondlikku võimekust ja takistas ökosüsteemi lagunemist. Kuigi tulevikus võib loota toetussõltuvuse vähenemist, jääb riiklik rahastus loomeorganisatsioonide elujõulisuse jaoks lähiaastatel vältimatult oluliseks.

Selle uuringu jaoks läbi viidud ankeetküsitluse tulemused näitavad, et toetuste kättesaadavus ja mõju ei jõua ühtlaselt kõikide loomeettevõteteneni. Ligikaudu 45% küsitlusele vastanutest ei osanud hinnata, kas riigi toetusmeetmed on nende ettevõtte majanduslikku jätkusuutlikkust toetanud. Kolmandik leidis, et mõju pole olnud. Vaid viiendik hindas toetusi positiivselt. Eriti kriitiliselt suhtub enamik vastanutest juba tegutsevate ettevõtete kasvu toetavate meetmete piisavusse, samas kui ettevõtlusega alustamist hinnatakse paremini toetatuks. Nõrk on ka teadlikkus valdkondlikest arenduskeskustest ja tugistruktuuridest: üle poole vastajatest pole nendega üldse kokku puutunud, samas abi saanud vastajad hindavad neid enamasti positiivselt.

Edasist tuge vajab suur osa loomeettevõtetest. 45% küsitletutest usub, et järgmise 3–5 aasta jooksul on neil arendustegevuseks tuge vaja, sealhulgas 15% peab seda kindlasti vajalikuks. Eelistatavad toetusvormid

on koolitused, tootearendus ja rahvusvahelise turunduse tugi. Samuti oodatakse paremat teavitust, läbipaistvamat toetuste jagamise korda ja bürokraatia vähendamist. Tulevikku vaadates võib eeldada, et kui majanduskeskkond taastub ja nõudlus loometeenuste järele suureneb, paraneb ka organisatsioonide suutlikkus ettevõtlustulu teenida. Praegu on aga avalik rahastus loomemajanduse jätkusuutlikkuse ja ökosüsteemi püsimise jaoks selgelt asendamatul.

Loomeettevõtete struktuur ja dünaamika

Loomeettevõtete vanuseline struktuur peegeldab selgelt valdkondade arengufaase ja iseloomu. Traditsioonilisemates sektorites, nagu ringhääling (keskmine ettevõtte vanus: 13,6 aastat), arhitektuur (12,7) ja kirjastamine (13,0), on ettevõtted keskmiselt vanemad. See viitab pikale arenguloole ja stabiilsemale turupositsioonile. Paljudes valdkondades on sidusvaldkonna ettevõtted kujunenud varem kui loovtöö keskmes olevad ettevõtted. Näiteks kunstis ja muusikas on sidusettevõtted keskmiselt ligi kaks korda vanemad kui põhivaldkondade omad. See osutab tugevale institutsionaalsele raamistikule, mis loob soodsa pinnase professionaalseks tegevuseks ja uute loovisikute pealekasvuks.

Samas on mitmed loomevaldkonnad, nagu meelelahutustarkvara (5,8 aastat), reklaam (7,6) ja disain (7,7), selgelt noorema vanusstruktuuriga. See viitab kiirele arengule ja madalale sisenemisbarjäärile, mida toetavad digitehnoloogiad, vabakutselisuus ning projektipõhine töövorm. Näiteks reklaamis ja disainis registreeriti aastail 2020–2023 vastavalt 997 ja 733 uut ettevõtet, mida mõjutasid tõenäoliselt platvormide (nagu TikTok) kiire levik ning pandeemia mõjul kiirendatud üleminek digiturundusele. Disainivaldkonnas selgitab ettevõtete rohkest ka vajadus juriidilise keha järele erinevate projektide jaoks: sageli luuakse ühe isiku poolt mitu (sh ajutiselt passiivset) ettevõtet. Samal ajal lisandus ka muusika, kunsti ning filmi- ja videosektoris sadu uusi organisatsioone, mis viitab laiemale loomeettevõtluse aktiivsusele.

Loomeettevõtete ärimudelid on mitmekesised: pooled veebiküsitlusele vastanud ettevõtetest näevad end eelkõige äritegevuse kaudu tulu teenijatena, kuid peaaegu sama paljud tegutsevad loomingulisel eesmärgil. Eriti selge on see vahe valdkondade lõikes: **arhitektuuris, reklaamis ja meelelahutustarkvaras domineerib tulukeskne mõtteviis, samas kui käsitöö-, kunsti- ja etenduskunstide organisatsioonid tegutsevad tihti missioonitundest või kultuurilise väärtuse loomise eesmärgil**. Loomemajanduses ei ole alati ühest piiri kasumipõhisuse ja kultuurilise eesmärgi vahel ning tihti põimuvad need kahesuunaliselt. Enamik ettevõtteid ei ole oma ärimudelit viimastel aastatel oluliselt muutnud. Need, kes seda on teinud, kohandasid peamiselt oma sihtrühma, pakumist või tuluallikaid, sageli seoses pandeemia põhjustatud muutustega.

Arengut takistavad tegurid on samuti mitmetahulised. Kõige olulisemaks peetakse ebastabiilset maksesekskonda ja kõrgeid makse, mis koormavad eriti väikseid ettevõtteid. Samuti nähakse piiranguna väikest koduturгу, rahastuse puudumist ja raskusi välissuhete loomisel. Paljud ettevõtjad toovad välja ka ajapuuduse ja ressursinappuse müügi või ekspordiga tegelemiseks. Mõned tunnistavad ausalt, et arengupiirangud tulenevad mugavusest või eluviisist – ettevõtte on loodud lisatulu teenimiseks, mitte strateegiliseks kasvuks. Seega on loomeettevõtlus Eestis tihti elulaad, mitte ainult äri.

Innovatsioonivõimekus

Uuringus osalenud loomeettevõtted paiknevad innovatsioonitrepil eelkõige madalamatel astmetel: 57% on üksikute uuenduste katsetajad ja 20% ei tegele innovatsiooniga süsteemselt. Vaid 17% paistab silma selge arendusprotsessi, strateegilise lähenemise ja rahvusvahelise ambitsiooniga. Uuenduslikkus väljendub pigem tootes või teenuses kui ärimudelil – 43% peab oma toodet uuenduslikuks, samas kui vaid 9% hindab oma ärimudelit tõeliselt unikaalseks. Kõige uuendusmeelsemana paistab silma meelelahutustarkvara valdkond, kus ettevõtted on ambitsioonikad, süsteemsed ja tihti üleilmse haardega.

Innovatsiooniprotsessi juhtimisel torkab silma ressursside nappus: enamik ettevõtteid ei investeeri uuendustesse teadlikult ning puudub selge eelarve. Uuenduste juhtimine toimub sageli juhtide või üksikute eestvedajate tasandil, kuna enamik loomeettevõtteid on mikroettevõtted. Koostöö teadusasutustega on harv: kolm neljandikku ettevõtetest ei tee seda üldse. Samas ilmneb, et ettevõtted, kes näevad konkurente uuenduslikena, on ka ise ambitsioonikamad ja avatumad uuendustele. See viitab valdkondlikule dünaamikale: **uuenduslikkust soodustab keskkond, kus see on norm, mitte erand**.

Tervikliku ja mõjusa poliitikakujunduse eeltingimused

Loomevaldkonna senisest mõjusamaks arendamiseks ja toetamiseks on vaja terviklikumat andmepõhist poliitikakujundust. Ühe olulisema sammuna nähakse **keskse ja avaliku andmebaasi loomist**, kuhu koonduks info kõigi riigi toetuste kohta koos taotlejate ja summadega. See aitaks suurendada läbipaistvust, vältida toetuste dubleerimist ning toetaks teaduspõhist otsustamist.

Läbivalt toodi välja vajadus **parandada info liikumist ja aruandlust**. Näiteks võiksid toetuste andjad sihipäraselt jagada infot eriala- ja loomeliitudele, kelle kaudu jõuaks teave senisest tõhusamalt loomekogukondadeni. Ettevõtted omalt poolt saaks anda aruandluses sisulisemat infot tegevusvaldkonna ja tegutsemise aktiivsuse kohta ning täpsustada andmeid ka äriregistris, et paremini eristada näiteks käsitöö, disaini või mängutööstuse ettevõtteid. Sellised sammud aitaksid kujundada terviklikumat ülevaadet sektorist ning toetaksid paremini nii statistilist jälgimist kui ka praktilist valdkonnapoliitikat.

Summary

The creative economy is a sector centred around creativity as an economic resource – it merges cultural and commercial objectives, creating value through intellectual property. It is not merely a preserver of culture but also an innovative part of the economy with a growing influence on other sectors, such as design, architecture, or audiovisual content. The importance of the creative economy is not defined solely by its contribution to GDP or employment, but also by its broader societal impact – creative fields enhance social cohesion, support education and mental well-being, and often act as a source of social innovation. The value chains across different sub-sectors are diverse, but technological developments and digital platforms have accelerated the spread of creative work across borders.

At the same time, the definition of the creative economy varies internationally, and its delineation differs significantly between countries, reflecting societal priorities and the complexity of statistical comparability. In Europe, the Eurostat classification is the most commonly recommended framework, encompassing ten cultural sectors with different creative functions; however, its implementation is not consistent across countries. Estonia's approach is among the broadest in this context – in addition to core sectors (such as music, design, film), the mapping also includes related areas like cultural education and printing services, which many other countries do not classify under the creative economy.

This creative economy mapping has been compiled with the aim of providing a time-comparable and internationally compatible overview of the sector's situation, scope, and development trends. Compared to previous studies, a larger number of micro-enterprises are included, and the emphasis is placed on economically active professional creative work. However, it must be noted that certain methodological differences – including data sources, field definitions, and threshold criteria – make full comparability with previous mappings challenging. Moreover, most data relies on information submitted by companies to the Business Register, the accuracy of which may vary, especially in terms of activity fields and export indicators. Despite these limitations, the mapping provides a solid foundation for further analysis and monitoring of the creative economy.

Creative Economy in Estonia

Estonia's creative economy is a significant and multifaceted sector whose impact spans from cultural creation to market-based business models and international competitiveness. **In 2023, a total of 13,760 enterprises and institutions operated in the creative economy, accounting for 8.8% of all Estonian enterprises.** The sector employed nearly **26,600 people**, representing 3.8% of the total working population. Although the number of creative sector employees has decreased by approximately 6% compared to 2019, the sector's total revenue has grown significantly (by 37%), reaching €2.54 billion. This dynamic indicates increased efficiency in the creative sector and structural changes, including the generation of greater added value with lower labour input.

The creative economy is characterized by a large number of small enterprises, often established by individual entrepreneurs. The average enterprise size is 1.9 employees, compared to the Estonian average of 2.7 employees per enterprise. Productivity metrics are also generally below the national average: in 2023, the average revenue per employee in the creative economy was €96,000, compared to €221,000 across all sectors. There are, however, exceptions: for instance, the advertising sector generated €240,000 per employee, exceeding the national average. The smallest average number of employees was found in design enterprises (0.7 employees), and the lowest revenue per employee was in crafts (€21,000) and visual arts (€25,000).

There are significant differences between sub-sectors. Advertising generated the highest total revenue, comprising 29% of all creative economy revenue, followed by publishing at 15.4%. Architecture, although accounting for a smaller share of total revenue, employed one of the largest workforces. Publishing, architecture, and advertising are also the sectors with the highest number of employees. The smallest sectors, both in terms of employment and total revenue, were entertainment software, crafts, and visual arts. Still, the impact of these sectors is not solely reflected in quantitative indicators but often also in social, cultural, and community value.

The sector's funding structure shows that the creative economy is diverse in both revenue sources and business models. **In 2023, national and local-level public funding accounted for 14.6% of the total sector revenue.** Public sector support is particularly necessary for areas where the goal is not market-based income, but broader societal impact – such as cultural heritage preservation as well as education and regional identity development. For instance, 99% of library revenue, 86% of performing arts revenue, and 63% of museum revenue came from public subsidies. In contrast, several sectors such as advertising (0.1%), entertainment software (0%), and design (0.9%) received virtually no state funding, indicating a stronger orientation toward market-based operations and greater economic independence.

In comparing sub-sectors, there is significant variation in the role and economic weight of related (supporting) activities. In some areas, these account for a large proportion of total revenue. For example, in architecture, engineering and construction-related services generate as much as 70% of the field's total revenue, while in publishing, printing services contribute 59%. In the music sector, related areas such as concert organisers and sound recording companies also play a major role, generating nearly half of the sector's total revenue. In contrast, the supporting activities in the visual arts sector represent only 7% of the total revenue, indicating that most economic activity in that field is concentrated in core creative work, such as the output of individual artists.

In 2023, **the gross value added (GVA) of the creative economy was €868.9 million, accounting for 2.3% of Estonia's GDP.** The GVA-to-turnover ratio in the creative economy was 34%, significantly higher than the average for Estonian enterprises (23%), reflecting the labour-intensive nature of the sector. The fields with the highest GVA were advertising (€200.1 million), publishing (€187.3 million), and architecture (€149.6 million).

Regionally, **the creative economy in Estonia is highly concentrated in Harju County**, where nearly two-thirds of all creative enterprises and institutions are located, more than half of them in Tallinn. This highlights the capital region as the main ecosystem for creative entrepreneurship. Among other counties, Tartu and Pärnu have a relatively large presence, while in smaller counties, the share of creative enterprises is more modest. For example, in Ida-Viru and Võru counties, the share of creative businesses is lower than the local average for general entrepreneurship. In terms of sectoral distribution, entertainment software, film, design, and advertising are the most concentrated in Tallinn and Tartu. In contrast, handicrafts, museums, and especially libraries are much more dispersed, reflecting their role in delivering cultural services across the country.

When interpreting these results, it is important to consider that **the true extent of the creative economy is difficult to capture statistically.** In addition to the registered companies and institutions covered in the mapping, many creative professionals work in other sectors such as IT and manufacturing, and their contribution often remains hidden. Although awareness of entrepreneurship and the clarity of business models in the creative fields have improved in recent years, some areas still operate informally or are underreported in statistics – particularly in relation to the income and labour costs of self-employed individuals. To enable more effective and targeted cultural policy, it is essential to develop reliable statistics and encourage accurate reporting that reflects the actual activity and impact of small and project-based creative units.

Creative Economy Export

There are also differences in export capacity across creative sectors. In 2023, **the total export revenue of the creative economy reached €567.1 million, marking a 62.9% increase over four years** (compared to €348.2 million in 2019). Exports accounted for 22.3% of the sector's total revenue and 26.5% of its sales revenue. Institutions supported by public funding (such as libraries and museums) do not contribute directly to

economic exports, although they do engage in international cooperation projects. In contrast, market-based sectors such as advertising, entertainment software, publishing (especially printing), broadcasting, and architecture are directly oriented towards foreign markets and form the core of the export structure in the creative economy.

Export revenues have grown particularly rapidly in digitally oriented creative fields. For example, advertising and publishing dominate the export structure, accounting for nearly 70% of total export revenue in the sector. Significant growth is also seen in the music and craft fields, which may be linked to the expansion of e-commerce and digital distribution. Meanwhile, the share of export in total revenue has declined in sectors where services are more difficult to digitise or scale – such as architecture, visual arts, and design.

Entrepreneurs themselves assess their export potential rather modestly. Only one in five creative enterprises participating in the study had exported between 2020 and 2023. While in some sectors, such as entertainment software, exporting is practically a prerequisite for doing business, most creative enterprises view the domestic market as their main arena. There is uncertainty regarding international demand: more than half of respondents could not assess it, and a similar number did not know whether they would engage in exports in the future. Most entrepreneurs also do not see the Estonian origin of their product or service as a competitive advantage in export – instead, they emphasise the quality of the product or service over its geographic origin. An exception is the field of cultural heritage and handicrafts, where national identity and storytelling can serve as important value propositions in foreign markets.

To develop export potential, it is crucial to ensure better access to market information, build contact networks, and provide targeted development mechanisms that support export capacity – especially for smaller enterprises and those lacking prior market experience.

Impact of Public Funding

In recent years, the impact of public funding on the creative economy has been both significant and multifaceted. Support structures and umbrella organisations have developed considerably with the help of public sector funding, increasing their total revenue, number of employees, and in some cases, their business income. The role of development centres and creative unions has become increasingly important: they help creative enterprises survive, grow, and access foreign markets. However, the data also shows that despite some growth in business income, **dependence on public funding has rather increased**, especially among umbrella organisations and recognised creative unions.

When comparing different types of organisations, support structures (such as development centres and incubators) have shown moderate progress toward financial independence: between 2019 and 2023, their business income increased by 37%, and its share of total revenue rose from 12.6% to 15.6%. At the same time, the increase in their funding and donations remained modest, suggesting a slight decrease in dependency. In contrast, umbrella organisations exhibited the opposite trend: although their business income grew by 13.6%, the volume of support and donations increased by a striking 47%, resulting in a drop in the share of business income from 21% to 17.5%. This indicates that umbrella organisations remain significantly more reliant on public funding than support structures. This trend is especially pronounced among creative unions recognised by the Ministry of Culture, whose total revenue increased by 41%, but the share of support and donations rose from 58.3% to 67.9%, while business income dropped from 34.5% to 27.5%.

The increase in dependence on public funding is not an isolated phenomenon but reflects a broader context: from 2019 to 2023, the creative economy was affected by several major crises – such as the COVID-19 pandemic, geopolitical tensions, and the energy crisis. These challenges constrained entrepreneurial capacity and reduced opportunities for generating independent income. In such circumstances, public funding became a critical source of stability, helping to maintain sectoral capacity and prevent the breakdown of the ecosystem. While in the future it is hoped that dependence on subsidies will decline, public funding will remain crucial for the viability of creative organisations in the coming years.

However, results from the survey conducted as part of this study reveal that the accessibility and impact of subsidies do not reach all creative enterprises equally. Approximately 45% of respondents could not assess whether government support measures had contributed to the economic sustainability of their enterprise, and

one-third said the impact had been negligible. Only one in five evaluated the support positively. Respondents were particularly critical of the adequacy of measures aimed at supporting the growth of already active enterprises, whereas support for start-ups was rated more favourably. Awareness of sector-specific development centres and support structures was also low – more than half of respondents had no interaction with them at all, although those who had received assistance rated it positively.

Many creative enterprises still require ongoing support. About 45% of respondents believe they will need support for development activities over the next 3–5 years, including 15% who say it is definitely necessary. The most preferred forms of support are training, product development, and international marketing assistance. There is also a demand for better communication, more transparent distribution, and reduced bureaucracy. Looking ahead, as the economic environment recovers and demand for creative services increases, organisations' ability to generate business income is expected to improve. For now, however, public funding is clearly indispensable for the sustainability and continuity of the creative economy ecosystem.

Structure and Dynamics of Creative Enterprises

The age structure of creative enterprises clearly reflects the developmental stages and character of different sectors. In more traditional fields such as broadcasting (average enterprise age: 13.6 years), architecture (12.7), and publishing (13.0), companies tend to be older, indicating a longer development path and more stable market position. In many cases, support-sector enterprises have been established earlier than those engaged in core creative activities. For example, in the fields of art and music, supporting enterprises are on average nearly twice as old as those in the core fields. This points to a strong institutional framework that creates a favourable foundation for new creative talents to emerge and pursue professional careers.

At the same time, several creative sectors – such as entertainment software (5.8 years), advertising (7.6), and design (7.7) – are clearly younger in age profile. This suggests rapid growth and low entry barriers, supported by digital technologies, freelance work, and project-based formats. For instance, during 2020–2023, 997 new companies were registered in the advertising sector and 733 in design, likely influenced by the rise of platforms like TikTok and the pandemic-induced shift to digital marketing. The high number of companies in the design sector is also explained by the need for legal entities for various projects: it is common for individuals to establish multiple, sometimes temporarily inactive, businesses. Similarly, hundreds of new companies were added to the music, art, and film/video sectors, pointing to overall vitality in creative entrepreneurship.

The business models of creative enterprises are diverse: half of the survey respondents consider themselves primarily revenue-driven businesses, while nearly as many operate with artistic goals in mind. This distinction is particularly evident across different sectors: **architecture, advertising, and entertainment software are dominated by a commercial mindset, whereas fields like handicrafts, visual arts, and performing arts often operate with a mission-driven or cultural value-oriented focus.** In the creative economy, the boundary between profit-oriented and culturally motivated activities is not always clear-cut, and the two often intertwine. Most enterprises have not significantly changed their business model in recent years; however, those who have made changes have primarily adjusted their target groups, offerings, or revenue streams, often in response to pandemic-driven shifts.

Barriers to development are likewise multifaceted. The most significant are considered to be the unstable tax environment and high taxes, which place a particular burden on small enterprises. Other limiting factors include the small domestic market, lack of financing, and difficulties in establishing international connections. Many entrepreneurs also cite a lack of time and resources to focus on sales or exports. Some openly admit that growth limitations stem from convenience or lifestyle choices – the company was created to generate supplementary income rather than pursue strategic growth. Thus, creative entrepreneurship in Estonia is often a way of life rather than merely a business.

Innovation Capacity

The creative enterprises that participated in the study are mostly positioned on the lower rungs of the innovation ladder: 57% are experimenting with individual innovations, and 20% do not engage in innovation systematically. Only 17% stand out with a clear development process, strategic approach, and international ambition. Innovation is more often reflected in the product or service than in the business model – 43% consider

their product innovative, whereas only 9% view their business model as truly unique. The most innovation-driven field appears to be entertainment software, where companies tend to be ambitious, systematic, and often globally oriented.

A key issue in innovation management is the lack of resources: most companies do not consciously invest in innovation, and few have a designated budget for it. Innovation is usually driven by founders or individual leaders, as most creative enterprises are microbusinesses. Collaboration with research institutions is rare – three-quarters of respondents reported no cooperation at all. However, it is evident that companies who perceive their competitors as innovative are themselves more ambitious and open to innovation. This points to a sector-specific dynamic: **innovation is more likely to flourish in environments where it is the norm rather than the exception.**

Prerequisites for Coherent and Impactful Policy Design

To develop and support the creative sector more effectively, a more comprehensive, data-driven approach to policymaking is needed. One of the most crucial steps would be the creation of a **central and publicly accessible database** that compiles information on all state-funded grants, including applicants and funding amounts. Such a database would enhance transparency, help avoid duplication of support, and provide a solid foundation for evidence-based decision-making.

There is also a recurring need to improve **information flow and reporting**. For instance, funding bodies should share information in a more targeted way with professional and creative unions, which could then more efficiently disseminate it to their respective creative communities. On the enterprise side, there is a call for more detailed reporting – including clearer descriptions of the company's area of activity, operational intensity, and broader impact. Additionally, improvements in the Business Register are needed to better distinguish, for example, between craft, design, or game industry companies. These steps would support a more holistic understanding of the sector and improve both statistical monitoring and practical policy design.

1. Sissejuhatus

1.1 Loomemajanduse käsitlus rahvusvaheliselt



Loomemajandus on majandusvaldkond, mis põhineb individuaalsel ja kollektiivsel loovusel, oskustel ja andel, kus teenitakse müügitulu ja luuakse töökohti intellektuaalse omandi loomise ja vahendamise kaudu ning kus loomeettevõtjad on protsessides kesksel kohal.¹ Loomemajandus ühendab kultuuri ja majanduse tunnused. Kui varasemalt peeti kultuuri ja loomingut äriliste eesmärkideta mittemöödetavaks nähtuseks, siis nüüd on saanud selgeks, et loomemajandus ei ole ainult kultuuri säilitaja ja vahendaja, vaid ka otsene majandusliku kasvu allikas. Loomesektori tihe lõimumine teiste majandussektoritega soodustab lisandväärtuse kasvu kogu majanduses. Loomemajanduse tähtsuse mõistmine on toonud kaasa vajaduse seda sektorit kaardistada ja mõõta. Selle teeb aga keeruliseks uurimisobjekti ebaselgus.

Arusaam loomemajandusest on aastate jooksul muutunud ja siiani püütakse leida ühtset käsitlust. Esialgu keskendusid UNESCO ja teised organisatsioonid kultuuritegevustele (*cultural activities*). Sellele järgnes 1990. aastate lõpus kultuuritööstuse (*cultural industries*) mõiste, kus rõhk oli majanduslikul kasul.² 2000. aastate alguses laienes fookus loometööstusele (*creative industries*) ja loomemajandusele (*creative economy*), hõlmates ka tegevusi, mis vajavad loovust, kuid ei ole traditsiooniliselt kultuurilised (nt reklaam ja arhitektuur). Viimastel aastatel on kasutusele võetud ka kultuuri- ja loomeökosüsteemide (*cultural or creative ecosystems*) mõiste, et rõhutada loovuse rolli kogu majanduses.³ Kõige enam on viimasel ajal rõhutatud aga mõistet „kultuuri- ja loomemajandus“ (*cultural and creative sectors*), kuna see tunnustab nii mittetulundusühingute kui ka avalikult rahastatud organisatsioonide olulist panust loometöö võrgustikku – panust, mis võib jääda tähelepanuta, kui viidata ainult ettevõtetele – ning peegeldab nende sektorite integreeritud olemust teistes majandusharudes (nt disaini tähtsus autotööstuses).⁴

Loomemajanduse määratlemisel esinevad mitte ainult terminoloogilised erinevused, vaid ka erinevused selle mõiste ulatuses. Näiteks on lõbustuspargid, kultuuriharidus, sport, turism ja gastronoomia valdkonnad, mille kaasamine varieerub märkimisväärselt. Mõnes riigis arvestatakse loomemajanduse alla infotehnoloogia konsultatsiooniteenused ja tarkvaraarendus, samas kui teised keskenduvad ainult videomängude arendusele. Lisaks on mõned riigid määratlusse lisanud sotsiaal- ja humanitaarteaduste teadus- ja arendustegevuse ning eraldi kategooriana tsirkuse.⁵

Vaadates loomemajanduse käsitlust Balti riikide lõikes, kerkivad sealgi esile märkimisväärsed erinevused, eelkõige just valdkondade kategoriseerimises. Kui Eestis eristatakse üldiselt kümmet valdkonda (reklaam, arhitektuur, kunst, audiovisuaalvaldkond, kultuuripärand, disain, meelelahutustarkvara, muusika, etenduskunstid ja kirjastamine)⁶, siis Lätis kasutatakse järgnevaid kategooriaid: reklaam, arhitektuur, filmikunst, arvutimängud ja interaktiivne tarkvara, kultuuriharidus, kultuuripärand, disain, muusika,

¹Kultuuriministeerium [Loomemajandus](#)

² OECD, 2022. Defining and measuring cultural and creative sectors. In [The Culture Fix: Creative People, Places and Industries](#) (pp. 22–40). OECD Publishing, Paris.

³ UNESCO/UNDP, 2013. [Creative Economy Report Special Edition: Widening Local Developmental Pathways](#) UNESCO/UNDP.

⁴ OECD, 2022. Defining and measuring cultural and creative sectors. In [The Culture Fix: Creative People, Places and Industries](#) (pp. 22–40). OECD Publishing, Paris.

⁵ *Ibid.*

⁶ Kultuuriministeerium [Loomemajandus](#)

etenduskunstid, kirjastamine, kujutav kunst, vaba aeg, meelelahutus ja muud kultuuritegevused ning televisioon, raadio ja interaktiivne meedia⁷.

Leedu ei ole loonud konkreetset ülevaadet loomemajanduse valdkondadest, kuid nende statistika tugineb tavaliselt Eurostati andmetele, mis on koostatud rahvusvaheliselt ühtlustatud majandustegevuse klassifikatsiooni NACE alusel. Sellest tulenevalt on loomemajanduse panus äristatistikasse eristatud järgmiste tegevuste lõikes: trükkimine ja salvestiste paljundus (18); väärisesemete jms toodete tootmine (3212); muusikariistade tootmine (322); raamatute jaemüük spetsialiseeritud kauplustes (4761); ajalehtede ja kirjatarvete jaemüük spetsialiseeritud kauplustes (4762); muusika- ja videosalvestiste jaemüük spetsialiseeritud kauplustes (4763); raamatukirjastamine (5811); ajalehtede kirjastamine (5813); ajakirjade jm perioodika kirjastamine (5814); arvutimängude kirjastamine (5821); kinofilmide, video ja telesaadete tootmine, helisalvestiste ja muusika kirjastamine (59); ringhääling (60); uudisteagentuuride tegevus (6391); arhitektitegevused (7111); disainerite tegevus (741); fotograafia (742); kirjalik ja suuline tõlge (743) ning videokassettide ja DVD-de laenutamine (7722).

Mõistagi on ka valdkondade sees riigiti erinevad lähenemised. Hoolimata sellest, et n-ö kõrgema taseme valdkonnad võivad olla samad, ei pruugi tegelikult sinna alla kaasatud tegevusalad kattuda. Näiteks kaasavad nii Austraalia kui ka Ühendkuningriik oma loomemajanduse statistilisse määratlusse moekunsti. Austraalias kuulub selle alla rõivaste ja jalatsite tootmine ning hulгимүүк ja jaekaubandus, samas kui Ühendkuningriik arvestab ainult moedisaini. Hollandis käsitletakse arhitektuuri ühe tegevusalana loovdisaini valdkonnas, samas paljudes riikides on arhitektuur eraldi iseseisev valdkond. Rootsi statistikas on raamatukogud kirjandusvaldkonna all, seevastu paljudes teistes riikides vaadatakse raamatukogusid koos muuseumidega. Lisaks koguvad ja koondavad mõned riigid statistikat ainult nende sektorite kohta, mida riik peab täielikult loomevaldkonna alla kuuluvaks, samas kui teised riigid eristavad põhi- ja sidusalasid ning kolmandad rakendavad valdkondade osalist kaasamist.

Need riiklikud erisused peegeldavad ühiskondlikke prioriteete, aga ka rahvusvaheliselt tunnustatud statistiliste standardite puudumist. Nii üleilmselt kui ka kitsamalt Euroopas kasutatakse loomemajanduse piiritlemiseks erinevaid käsitlusi, mille tulemusena ei ole statistika loomemajanduse mahu, loomesektori tööhõive ja teiste oluliste tegurite kohta täpselt võrreldav.

Euroopa-ülene soovitus on kasutada Eurostati loomemajanduse klassifikatsiooni, arvestades selle laialdast kasutamist ja tihedat seost NACE-klassifikatsiooniga madalatel jaotustasanditel. 2018. aastal avaldas Eurostat loomemajanduse määratluse, mis hõlmab kümnet kultuurivaldkonda: pärand, arhiivid, raamatukogud, raamatud ja ajakirjandus, visuaalkunst, etenduskunst, audiovisuaalne ja multimeedia, arhitektuur, reklaam ning käsitöö.⁸ Igale valdkonnale on ka kuus funktsiooni, milleks on loomine, tootmine/publikatsioon, levitamine/kaubandus, säilitamine, haridus ning juhtimine/regulatsioon. Tegevusalad, mis kuuluvad Eurostati struktuuri alusel loomemajanduse määratlusse, on välja toodud Lisas 1.

Samas tabelis on esitatud ka *Measuring Cultural and Creative Sectors Consortium*'i (MCCSC) 2022. aasta soovitus selle kohta, millised tegevusalad peaksid kuuluma loomemajanduse määratlusse, millised mitte, ja millised soovitatakse eemaldada.

1.2 Eesti loomemajanduse valdkondade käsitlus

Eesti loomemajanduse kaardistuse põhimõtted ning kaasatud valdkonnad on suuresti kooskõlas nii Ühendkuningriigi kui ka Eurostati mudelitega, kuigi esineb siiski mõningaid erisusi:

- **Tegevusalade jaotumine erinevate valdkondade alla.** Näiteks kuuluvad Eestis kultuuripärandi alla nii käsitöö, muuseumid kui ka raamatukogud, samas kui Ühendkuningriigis, Taanis, Prantsusmaal ja

⁷ Latvian Ministry of Culture, 2020

⁸ Eurostat, 2018. *Guide to Eurostat Culture Statistics*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-manuals-and-guidelines/-/ks-gq-18-011>

Kanadas käsitletakse käsitööd iseseisva valdkonnana. Kuna Eestis moodustab **käsitöö** suure osa kultuuripärandi valdkonnast, võiks kaaluda käsitöö eristamist iseseisvaks valdkonnaks. Käsitöö on kahtlemata oluline osa Eesti kultuurist, mistõttu selle esiletõstmine looks selgema pildi käsitöö lisandväärtusest majandusele.

- **Valdkondade esindatus.** Mitmes riigis (nt Rootsis ja Austraalias) on **moekunsti** valdkond selgelt eraldi välja toodud, samas kui Eestis liigitub see üldisemalt disaini alla (EMTAK 2025 jaotuses on tööstustooted ja moedisain). Samuti käsitletakse Austraalias, Austrias, Kanadas, Tšehhis, Soomes, Prantsusmaal, Lätis, Poolas ja Hispaanias **loome- või kultuuriharidust** omaette kategooriana. Eestis aga kuulub loomeharidus vastavate valdkondade alla kohati, nt kuulub muusikakoolide tegevus muusikavaldkonna sidusvaldkonna alla. Samas muu huvikoolitus (85529) kuulub justkui mitme valdkonna alla, luues mõnikord valdkonnaüleseid kategooriaid. Üldisemate tegevusalade sidumine ühe kindla valdkonnaga võib aga põhjustada ebatäpsusi loomevaldkondade statistikas.

Eesti lähenemine loomemajanduse määratlusele on Euroopa kontekstis üks laiaulatuslikumaid. Eesti, nagu ka mõned teised riigid, kaasavad loomemajandusse tuumik- ja sidusalasid, mida paljud riigid ei arvesta. Seega ületab Eesti loomemajanduse määratlus Euroopa tasandi soovitusi. Samuti jäävad Eurostati ja MCCSC soovitusel katmata käsitööga seotud tegevusalad, mis Eestis moodustavad olulise osa kultuuripärandist ning seega ka loomemajanduse käsitlusest. Kuigi Eurostat peab käsitööd osaks loomemajandusest, on ebaselge, milliste NACE Rev. 2 või ISCO-08 koodidega seda hõlmatakse.

1. jaanuaril 2025 jõustus Eestis täpsustatud EMTAK koodide uus versioon, kus tegevusalad on kohati detailsemalt eristatud kui varem. See samm võimaldab tulevikus loomemajanduse erinevate valdkondade toimetuleku ja arengupotentsiaali täpsemat ja operatiivsemat hindamist, pakkudes tuge arengu- ja prognoosimudelitel loomisel ning soodustades sektori tõhusamat jälgimist ja juhtimist.

Näiteks disainivaldkonna kaardistamine on seni olnud keeruline, kuna tegevused on koondatud ühe üldise koodi alla. See on piiranud valdkonna mitmekesisuse ja eripärade kajastamist. Siiani on ainus disainiga seotud kood olnud 74101 – disainerite tegevus. 2025. aastast kehtima hakkavad EMTAK koodid on aga täpsemad, nt 7411 – tööstustoodete ja moedisaini tegevused, 7412 – graafilise disaini ja visuaalse kommunikatsiooni tegevused, 7413 – sisekujunduse tegevused ja 7414 – muud spetsialiseeritud disainitegevused.

1.3 Loomemajanduse sotsiaalmajanduslik mõju ning osalised

Käesolevas töös on analüüsitud loomemajanduse arenguid võrdlevalt kogu Eesti ettevõtluse arengutrendidega. Perioodil 2003–2007 arenes loomemajandus kiire majandusarengu taustal ning suurenes ühiskonna ja sektori enda teadlikkus loomemajandusest. Riiklikest toetusmeetmetest avanesid võimalused ka loomeettevõtjatele. Perioodil 2008–2009 läbis Eesti majanduskriisi, millest taastuti alles 2015. aastaks. Kriisijärgselt majandus küll kasvas, kuid alates 2013. aastast majanduskasv aeglustus. Uuest majanduskasvu kiirenemisest saab rääkida alates 2016. aasta IV kvartalist ja aastad 2017–2019 olid Eesti majandusele edukad. Seevastu aastad 2020 ja 2021 kujunesid COVID-19 pandeemia piirangute tõttu paljudele loomemajanduse valdkondadele majanduslikult keeruliseks. Sellele järgnes 2022. a Venemaa täiemahulise sõja algus Ukrainas ja energiakriis ning hiljem kiire inflatsioon, mis koormas nii kodumajapidamisi kui ka ettevõtteid ning mõjus negatiivselt kindlustundele. Seega on loomeettevõtted – nagu ka kogu ühiskond – pidanud toime tulema mitmete suurte väljakutsetega. Keeruliste aegade mõju ja skeptilisust tuleviku suhtes on näha ka uuringus osalenud ettevõtete vastustest.

Viimase viie aasta jooksul on loomemajanduse tähtsus ja panus Euroopa Liidu tasandil märgatavalt kasvanud. Üleilmselt hinnatakse, et loomemajanduse osakaal globaalsest SKP-st on 3,1%.⁹ Euroopa Liidus moodustab

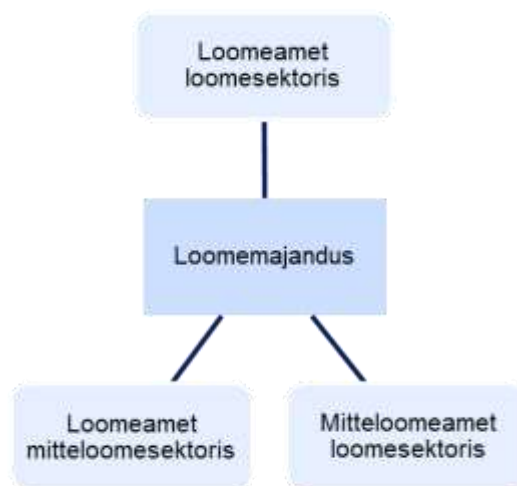
⁹ UNESCO, 2022. [Reshaping policies for creativity: addressing culture as a global public good.](#)

kultuuri- ja loomemajandus ligikaudu 4,2% SKP-st¹⁰ ja annab tööd umbes 3,8%-le tööjõust.¹¹ Eestis oli loomesektori osakaal käesoleva kaardistuse kohaselt 2,3% SKP-st ning pakkus seejuures tööd 3,8%-le töötavast elanikkonnast¹².

Loomemajandust iseloomustatakse noore ja ettevõtliku valdkonnana, mis pakub hõivet noorele tööjõule, väikeettevõtetele ning on oluliseks digimajanduse veduriks. Aina enam ilmneb, et loometegevus ja kultuuri lõimumine teiste sektoritega võib anda majandusele olulist lisandväärtust, suurendada eksporti ja turismi. Lisaks sellele on loomemajandus sageli **innovatsiooni** lähtekoht ning mitmed uuendused saavad alguse just loovatest valdkondadest. Samas on viimase 20 aasta jooksul toimunud **tehnoloogilised muutused** (nt digitaliseerimine, suurte rahvusvaheliste platvormide tulek, kasutajate üles laetud sisu äriks kasutamine) mõjutanud oluliselt ka loomemajandussektorit ennast. Samuti on need mõjutanud sektori struktuuri (nt meelelahutustarkvara arendamisega tegelevate ettevõtete arvu kasv ja mängutööstuse elementide toomine paljudesse teistesse valdkondadesse). Siiski näitavad uuringud, et eelnevalt mainitud kriisid (COVID-19, Ukraina sõda, energiakriis) on vähendanud Eesti ettevõtete innovaatilisust.¹³ Siiani oli aga nende muutuste ja kriiside kumulatiivne mõju loomemajanduse olukorrale ebaselge. Seetõttu on käesolev uuring vajalik ka selleks, et selgitada välja, kuidas need tegurid on kujundanud Eesti loomesektorit.

Üks küsimusi tekitav aspekt on see, keda lugeda loomemajanduses hõivatuks. Traditsiooniliselt on loomemajanduse tööhõives arvestatud ainult neid, kes töötavad otseselt loomemajanduse määratluse alla kuuluvate valdkondade ettevõtetes. Siiski on ilmne, et kultuuri- ja loometegevused ulatuvad üle sektori piiride. Seetõttu hõlmab Eurostati loomemajanduse tööhõive arvestus mitte ainult loomesektorite töötajaid, vaid ka töötajaid, kes panustavad loometegevusse kõigis majandussektorites. Eurostat defineerib **loomemajanduse tööhõivet** kui kõiki isikuid, kes töötavad loomemajanduse sektorites, ning kõiki isikuid, kelle amet on seotud loometegevusega. See järgib loovkolmiku lähenemist, mis teeb vahet loomemajanduse sektorite (tööstusharud) ning loomemajanduse ametite (töökohad) vahel.¹⁴ Mudel eristab kolme rühma töötajaid, keda tuleks arvestada loomemajanduse tööhõive mõõtmises: loomeamet loomesektoris (nt arhitekt arhitektuurfirmas); loomeamet mitteloomesektoris (nt disainer autotööstuses); ning mitteloomeamet loomesektoris (nt raamatupidaja muuseumis; vt Joonis 1). Mitteloomeametit pidavad töötajad kajastuvad loomesektori hõivatute statistikas, ent väga keeruline on leida andmeid nende töötajate kohta, kes on hõivatud loomeametiga mitteloomesektoris.

Joonis 1. Loomemajanduse tööhõive



Loomevaldkonnas tegutsejaid saab klassifitseerida veel mitmel moel. Üks võimalus on teha seda lähtuvalt **ettevõtte või asutuse tegevuse põhieesmärgist** (vt Joonis 2) :

- Loomettevõtted, millel on selged ärilised eesmärgid (müügitulu, kasum, turuosa). Enamasti kuuluvad siia alla nt reklaami- ja meelelahutustarkvara valdkonnad. Samuti on äriliste eesmärkidega valdkonnad, mis panustavad avaliku ruumi väljanägemisesse, atraktiivsusesse (arhitektid) või toodete/teenuste lisandväärtusesse ja kasutajamugavusesse (disainerid).

¹⁰ Euroopa Komisjon. (i.a.). [Priorities-2019-2024: The cultural and creative sectors](#)

¹¹ Eurostat. (i.a.). *Employment in cultural sectors by sex*. [Employment in cultural sectors](#)

¹² Eesti Konjunkturiinstituut, 2022. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus.

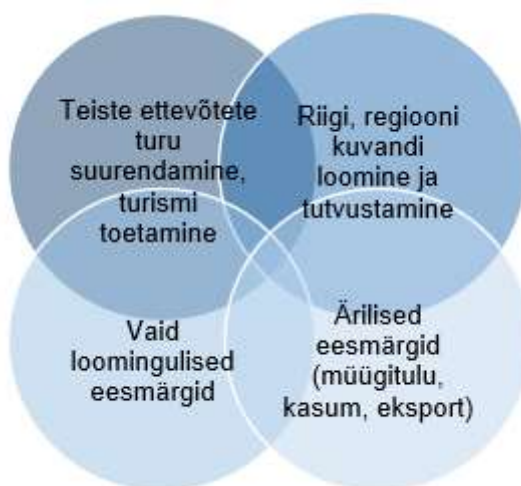
¹³ Statistikaamet. 21. mai 2024. [Eesti ettevõtete innovaatilisus väheneb](#)

¹⁴ Higgs, P., & Cunningham, S. (2008). [Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going?](#) *Creative Industries Journal*, 1(1), 7–30.

- Loomettevõtted/asutused, mis suures osas riikliku või kohalike omavalitsuste rahastuse toel korraldavad kultuuriüritusi või eksponeerivad meie kultuuri, meelitades kohale nii sise- kui välisurijate. Sellega kasvab piirkonna tuntus ja kohalike ettevõtete käive. Siia alla käivad nt festivalide, kontsertide, etenduste jm ürituste korraldajad ning muuseumid.
- Loomettevõtted/asutused, mis suurendavad läbi kultuuri regiooni/riigi tuntust ja toovad sellega kaudselt riiki välisinvesteeringuid ja soodustavad rahvusvahelist äri (nt filmitootjad, muusikud, kirjanikud ja kirjastajad jne).
- Loomeinimesed, kellel ei ole ärilisi eesmärke ja kes naudivad loomeprotsessi, tegutsedes vaid loomingulistel eesmärkidel.

Loomemajanduses tegutsejaid võib jaotada ka selle alusel, **kust tuleb peamine tulu** – kas peamiselt oma toote või teenuse müügist või on rahastajateks riik ja kohalikud omavalitsused. Nii tegutsevad raamatukogud, muuseumid ja teatrid suuresti riigi või kohaliku omavalitsuse rahastusel. Arhitektuuri-, reklaami-, disaini- ja meelelahutustarkvara valdkonnad teenivad aga enamuse müügitulust turupõhiselt ning ei sõltu riiklikust toetusest samal määral. Käesolevas kaardistuses on analüüsitud ka riiklike toetusmeetmete mõju loomemajandussektorile ja loomettevõtete arengule.

Joonis 2. Loomettevõtete/ asutuste jagunemine tegevuse põhieesmärgi järgi



Loomemajanduse valdkondi saab eristada lisaks veel selle alusel, **kui kesksel kohal on antud valdkonnas loovisik ja kui pikk on väärtusloomeahel loovisikust tarbijani**. Loomemajanduse ettevõtte on kogum erineva tausta ja kompetentsidega isikutest. On ilmne, et kõige keskmises on loovisik (kunstnik, kirjanik, autor, esitaja), kuid loomingu tarbijani viimiseks on vaja levitajaid, toetavat keskkonda (sh infrastruktuuri), turundust jne. Tõsi, kuna loomettevõtted on sageli ühemehefirmad, võib juhtuda, et loovisik teeb ise ka kõiki toetavaid tegevusi. Erinevates valdkondades varieerub ahela pikkus: näiteks kunstis võib tee loovisikust tarbijani olla väga lühike, samas kui filmivaldkonnas või festivalide korraldamisel on tegemist suuremahuliste projektide ja meeskondadega. Samuti vajavad kirjanikud oma loomingu levitamiseks koostööd kirjastuste, trükikodade ja jaemüüjatega. Uued digilahendused on loomemajanduse väärtusloomeahelaid siiski tugevalt muutnud ja looming jõuab enamasti varasemast kiiremini ja paindlikumalt tarbijani (nt voogedastusplatvormid, e-raamatud ja e-lugemisteenused, iseseisvalt kirjastamine, filmide müügi- ja edastusplatvormid, virtuaalnäitused jne).

Lisaks sellele, kuidas loomemajanduses väärtust luuakse, on oluline pöörata tähelepanu loomevaldkondade **laiemale mõjule ühiskonnas**. Nimelt ei piirdu loomevaldkondade roll üksnes majandusliku panusega, vaid neil on märkimisväärne mõju ühiskonna **sotsiaalsele arengule**, toetades nii innovatsiooni kui ka inimeste heaolu ja sotsiaalset sidusust. Loomemajanduskonnad on oma olemuselt interdistsiplinaarsed ja koostööpõhised, aidates kaasa uute ideede ja lahenduste tekkimisele ning võimaldades teadmiste ja oskuste levikut ühiskonnas laiemalt. Näiteks on Euroopa tasandil tehtud uuringud rõhutanud, et kultuuri- ja loomevaldkonnad ergutavad **innovatsiooni** ka väljaspool oma valdkonda, mõjutades tehnoloogilisi ja ühiskondlikke arenguid ning toetades

sotsiaalselt kaasavama majanduse kujunemist¹⁵. Käesolevas uuringus käsitletakse muuhulgas ka seda, kui innovaatiliseks loomeettevõtteks ise ennast peavad.

Loomevaldkonnad edendavad **haridust ja vaimset heaolu**, luues platvorme eneseväljenduseks ja elukestvaks õppeks. Kultuuris osalemine tugevdab kogukondlikku sidusust, suurendab kultuurilist eneseteadlikkust ja toetab sotsiaalset kaasatust¹⁶. Lisaks on loome ja kultuuriga seotud tegevused seotud paremate tervisenäitajatega – näiteks vaimse tervise paranemise ja stressi vähenemisega¹⁷. Seega on loomevaldkondadel oluline roll ressursside võrdsemal jaotumisel ja võimaluste loomisel ühiskonna erinevatele gruppidele, tugevdades nii indiviidi kui ka kogukonna tasandil sotsiaalset kaasatust.

¹⁵ [rebuilding-europe.pdf](#)

¹⁶ Kalfas, D., Kalogiannidis, S., Ambas, V., & Chatzitheodoridis, F. (2024). Contribution of the Cultural and Creative Industries to Regional Development and Revitalization: A European Perspective. *Urban Science*, 8(2), 39. <https://doi.org/10.3390/urbansci8020039>

¹⁷ Nt Bouayed Abdelmoula, N., & Abdelmoula, E. (2023). Architecture and mental health wellbeing versus architecture therapy for mental disorders. *European Psychiatry*, 66(Suppl 1), S990–S991. <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2023.2106>

2. Uuringu metoodika

2.1 Uuringu eesmärgid



Eesti esimese loomemajanduse kaardistuse tegi Eesti Konjunktuuriinstituut (EKI) 2005. aastal. Koostöös uuringu tellijate – Kultuuriministeeriumi, Eesti Kultuurkapitali ning Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumiga – töötati välja esialgne metoodika, milles lähtuti eelkõige teiste riikide uurimiskogemusest. 2005. a valminud loomemajanduse analüüs andis ülevaate 2003. aasta seisuga ning see on olnud edasiste kaardistuste lähtepunktiks. Järgnevate kaardistuste käigus on metoodikat edasi arendatud, pidades silmas rahvusvahelisi suundumusi loomemajanduses.

Järgmised kaardistused valmisid EKI poolt 2009., 2013., 2018. ja 2022. aastal. Siis oli töö tellijaks Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS; alates 2022. aastast uue juriidilise nimega Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus). Valminud analüüsides toodi välja loomeettevõtete arv, müügitulu, töötajate arv, eksporditulu ning kasumlikkus. Samuti analüüsiti sektori olulisust Eesti majanduses.

Käesoleva, kuuenda loomemajanduse kaardistuse tegi Kantar Emor. Uuringu tellijaks oli EIS ning tellija püstitatud **eesmärgid** olid järgnevad:

- analüüsida loomemajanduse sektori olulisust Eesti majanduses ja arengus;
- analüüsida loomemajandussektori ettevõtete regionaalset jaotust;
- kirjeldada sektori ja valdkondade arengut ja trende ning loomemajanduse rolli teadmuspõhise ühiskonna kujundamisel;
- analüüsida loomeettevõtjate tulevikuootusi ja ambitsioone.

Uuringu laiem eesmärk oli anda põhjalik ülevaade loomemajanduse hetkeseisust ja arengutrendidest, pakkudes majandus-statistilist ülevaadet erinevate loomevaldkondade hetkeolukorrast. Uuring valmis 2025. aastal ja võttis aluseks andmed kuni 2023. aastani.

Kuna tegemist on korduvuuringuga, võrreldi andmeid võimaluste piires eelnevate uuringutega. Uuringu käigus kaardistati 13 loomemajanduse valdkonda ning anti ülevaade iga valdkonna ülesehitusest ja mahust.

2.2 Uuringu teostamise etapid:

1. tutvumine loomemajanduse kaardistamise rahvusvahelise metoodika ja selle arengutega ning viimastel aastatel tehtud loomemajanduse uuringutega;
2. Eesti loomemajanduse kaardistamise metoodika edasiarendus;
3. loomemajanduse valdkondade piiritlemine ja avalikest andmeallikatest teabe kogumine;
4. veebiküsitluse läbiviimine loomeettevõtete/asutuste esindajate seas;
5. vestlusingide ja süvaintervjuude läbiviimine;
6. valdkondade ülevaadete ja koondaruande koostamine;
7. tulemuste valideerimine valdkondlike ekspertidega ning aruannete täiendamine.

Tutvumine loomemajanduse kaardistamise rahvusvahelise metoodika ja selle arengutega ning viimastel aastatel tehtud loomemajanduse uuringutega

Eesti loomemajanduse kaardistamise metoodika töötati välja 2005. aastal ning järgnevate kaardistuste käigus on seda pidevalt edasi arendatud, säilitades siiski võrreldavust varasemate aastatega. Ülevaade on koostatud nii, et see oleks võrreldav teiste riikide olukorraga. Rahvusvahelised loomemajanduse kaardistused analüüsivad sektori ettevõtete ja töötajate arvu ning müügitulu, mis pannakse laiemasse riigi majanduse konteksti. Ka Eesti loomemajanduse kaardistusega kogutakse samasugust statistikat. Ometi on riigiti loomemajanduse, selle valdkondade ja valdkondade alla kuuluvate tegevusalade defineerimine väga erinev ja seetõttu tuleb rahvusvaheliste võrdluste tegemisel jälgida väga täpselt, mida täpselt loomemajandusena käsitletakse (vt ptk 1.1).

Eesti lähenemine loomemajanduse määratlusele on Euroopa kontekstis üks laiaulatuslikumaid: lisaks loomemajandusse tuumikaladele on kaasatud ka sidusalasid. Samuti on Eesti ülevaates kaetud käsitöövaldkond, mis küll nt Eurostati määratluse kohaselt käib loomemajanduse alla, kuid täpselt ei selgu, milliseid tegevusalasid peaks käsitööna vaatlama.

Eesti loomemajanduse kaardistamise metoodika edasiarendus

Selleks, et andmed oleksid ülevaatlikud ja neid saaks varasemate andmetega võrrelda, kasutati uuringu läbiviimiseks valdavalt sama metoodikat ja andmeallikaid kui varem. Metoodikat on aastate jooksul täiustatud vastavalt rahvusvahelistele arengusuundadele. Eestis saab riiklikku statistikat ühingu kohta peamiselt kahest allikast: enamik majanduslikku teavet loomevaldkonna ettevõtete ja asutuste kohta pärineb äriregistrist, kuid nt kultuurpärandi valdkondade (muuseumid ja raamatukogud) kohta pakub täpsemat teavet Statistikaamet.

Töös eristati valdkonna **tuumikalasid ning sidusalasid**, mis teenindavad tuumikalasid ning edastavad neid laiemale üldsusele. Sidusvaldkond on defineeritav kui majandusvaldkond, mis paikneb kultuuri- ja loomeprotsesside väärtusahelas loomise, tootmise, levitamise ja vahendamise ning kättesaadavaks tegemise lülides ning milles peamine lisandväärtust loov sisend tuleb loomemajanduse valdkondadest. Sellist põhimõtet on töös arvestatud **neljas valdkonnas**: arhitektuur on tuumikala ja ehituslik insener-tehniline projekteerimine selle sidusala; samamoodi on kirjastamine tuumikala ja trükindus selle sidusala, kunstivaldkonnas on kunstitarvete jaemüüki, kunstiteoste raamimist, restaureerimist ning produktsiooni käsitletud sidusaladena ning muusika puhul moodustavad tuumiku autorid, esitajad, fonogrammitootjad, kontserdi- ja festivalikorraldajad ning seotud tegevusaladeks on muusikariistade tootjad ja müüjad, helisalvestiste paljundajad ja müüjad ning kontserdikorraldust abistavad tegevused.

Eelmises kaardistuses olid sidusalad välja toodud ka **meelelahutustarkvara** puhul: nendeks olid teenuste osutajad mängude arendajatele ning importijad, lokaliseerijad. Käesolevas kaardistuses ei ole sellist lähenemist kasutatud ning meelelahutustarkvara on käsitletud kui tuumikvaldkonda. Nimelt oleks väga keeruline eristada mängustamise elementide programmeerimisega tegelevaid ettevõtteid neist, mis tegelevad lihtsalt programmeerimisega. Samuti ei ole sel korral kaasatud kasiinomängude tarkvara, mis eelmises aruandes ühe suure ettevõtte tõttu üldpilti tugevasti kallutas. Antud valdkonna puhul on tuumik- ja sidusvaldkondade eristamisest olulisem vaadata rahvusvahelist ülevaadet, kuna sektori ettevõtted näevad, et nad tegutsevad üleilmsel turul. Seetõttu on sel aastal pandud mängutarkvara ülevaates rõhku rahvusvahelisele olukorrale ning varasemast enam vaadatud seost teiste (loome)sektoritega.

Käesolev uuring kaardistab eelmise uuringuga sarnaselt **13 loomemajanduse valdkonda** ja alavaldkonda. Trükitähtedes on välja toodud need (ala)valdkonnad, mille kohta on koostatud eraldi ülevaade (vt Tabel 1).

Tabel 1. Uuringus kaardistatud loomemajanduse valdkonnad ja alavaldkonnad

VALDKOND	ALAVALKOND
ARHITEKTUUR	arhitektuur sisearhitektuur maastikuarhitektuur ehituslik insener-tehniline projekteerimine (sidustegevusala)

Audiovisuaalvaldkond	FILM JA VIDEO RINGHÄÄLING
DISAIN	tööstus- ja unikaaldisain graafiline disain
ETENDUSKUNSTID	teater tants festivalid
KIRJASTAMINE	kirjandus ajakirjandus kirjastamine trükindus (sidustegevusala)
Kultuuripärand	MUUSEUMID RAAMATUKOGUD KÄSITÖÖ
KUNST	kujutav kunst tarbekunst kunstitarvete jaemüük, raamimine, restaureerimine, produktsioon (sidustegevusala)
MEELELAHUTUSTARKVARA	meelelahutustarkvara (sh meelelahutuskeskkonnad) mobiili-, interneti-, arvuti- ja konsoolimängud rakendused
MUUSIKA	autorid ja interpreedid tootmine (kirjastajad, stuudiod jms) agentuurid ja kontserdikorraldajad festivalid muusikariistade tootjad ja müüjad, helisalvestiste paljundajad ja müüjad ning kontserdi korraldust abistavad tegevused (sidustegevusala)
REKLAAM	reklaamindus, meediavahendus

Loomemajanduse keskmes on loovisikud (vt Joonis 3), nt kirjanikud, muusikud, (foto)kunstnikud, disainerid, käsitöölised, arhitektid, näitlejad, tantsijad jne. Iseenesestmõistetavalt ei ole tegemist lõpliku loendiga ja tegelikult on loovisikute nimekiri oluliselt pikem. **Loovisik** on üldmõistes isik, kelle tegevuse tulemus on looming. Loovisikute ja loomeliitude seaduse kohaselt on loovisik autor või esitaja, kes tegutseb arhitektuuri, audiovisuaalse kunsti, disaini, etenduskunsti, helikunsti, kirjanduse, kujutava kunsti või stsenograafia alal¹⁸. Loovisikud on kas iseendale tööandjaks või töötavad loomeettevõtetes või muudes majandussektorites. Loomeettevõtete kõrval on loomemajanduse sidusalad, mis on keskendunud loometöötajatele vajalike töövahendite tootmisele ja neile teenuste pakkumisele (nt muusikainstrumentide tootjad, pildiraamide tootjad, piltide raamijad), loomingu paljundamisele ja müügile (nt trükitööstus, helisalvestiste tootjad). **Muuseumid ja raamatukogud** on eripärased loomemajanduse valdkonnad, kus tegeletakse loominguga säilitamise,

¹⁸ [Loovisikute ja loomeliitude seadus](#)

eksponeerimise ja kasutusse andmisega ning neid valdkondi ei saa analüüsida tavapärase majandusanalüüsi meetoditega, kuna tegemist ei ole asutustega, mis oleksid suunatud tulu teenimisele.

Joonis 3. Loomemajanduse tuumikvaldkonnad



Erinevaid loomevaldkondi iseloomustab üha süvenev lõimumine nii teiste loomevaldkondade kui ka muude majandussektoritega. Tekkinud on valdkonnaüleseid kontserne ja valdusettevõtteid, mis koondavad enda alla mitmes valdkonnas tegutsevaid ettevõtteid (nt ringhäälingus, kirjastamises, reklaamis). Seetõttu on aina keerulisem piiritleda, millise valdkonna alla konkreetsed ettevõtted käivad. Samuti on piirjoon valdkondade vahel sageli hägune ja ettevõtetel endalgi on keeruline määratleda, mis on nende peamine tegevusala. Eriti suurt segadust tekitab disainivaldkond, sest disaini iseloomustab põimumine paljude teiste valdkondade ja protsessidega. Nt mitmed reklaami ja disaini ettevõtted ongi oma tegevusalaks märkinud nii reklaami kui disaini. Samamoodi on ettevõtteid, mille tegevusalaks on nii sisekujundus (disainivaldkond) kui ka sisearhitektuur (arhitektuurivaldkond). Sageli on keeruline piiritleda, kas tegemist on kunsti, käsitöö või disainiga (nt ehete või moekunsti puhul). Samamoodi on tihedalt seotud ja kohati raskesti eristatavad muusika ja etenduskunst. Mõni valdkond on väga interdistsiplinaarse iseloomuga ja põimunud paljude teiste valdkondadega (nt meelelahutustarkvara teeb tihedat koostööd etenduskunstide, kirjastamise, graafilise disaini, multimeedia- ja visuaalkunsti, muusika ning reklaamiga). Siiski on kaardistuse tegemisel püütud ettevõtteid jaotada eri valdkondadesse lähtuvalt põhitegevusalast. Seejuures tuleb mõista, et loomemajanduse kogumõju majandusele ei ole selgelt mõõdetav – eriti valdkondades, kus loome on lahutamatu seotud teiste sektoritega, nt disain tööstuses või arhitektuur ehituses. Seega on loomemajanduse valdkondade iseloomustamisel fookus ikkagi loomeettevõtete enda majandustulemuste analüüsil. Sama lähenemist kasutatakse ka rahvusvaheliselt.

Loomemajanduse valdkondade piiritlemine ja avalikest andmeallikatest teabe kogumine

Eesti loomemajanduse kaardistustes on **valdkondade piiritlemisel võetud aluseks Eesti majanduse tegevusalade klassifikaator** (EMTAK 2008), mis on rahvusvaheliselt ühtlustatud majanduse tegevusalade klassifikaatori NACE¹⁹ Eesti versioon. Ettevõtet registreerides tuleb märkida peamine tegevusala, millelt ettevõtte kõige enam tulu teenib. Uuringut alustades tehti äriregistrist väljavõtte kõigist ettevõtetest ja asutustest, mille põhitegevusala jääb nende koodide alla, mida käesolevas uuringus käsitletakse kui loomevaldkondi. Kuna ettevõtted saavad oma tegevusala ise määrata ja selle vastavust tegelikkusele ei kontrollita, tuli EMTAK-koodide alusel moodustatud nimekirju erinevate valdkondade ettevõtetest ja asutustest puhastada. Selleks kontrolliti avalikest allikatest kättesaadava teabe põhjal seda, kas nimekirja sattunud ettevõtted on ka tegelikult vastavas valdkonnas aktiivsed. Nimekirjadest eemaldati ettevõtted, kes tegutsesid mõnes

¹⁹ NACE on ühtne Euroopa Liidu majanduse tegevusalade klassifikaator. Lühend NACE tuleneb klassifikaatori prantsuskeelsest nimest *Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne*.

mitteloomevaldkonnas. Samuti eemaldati ettevõtted, mis ei olnud juba mitu aastat aktiivsed. Samas lisati juurde ettevõtteid, mille ametlik põhitegevusala ei olnud loomevaldkonnas, kuid kus suurem osa tulust tuleb loomingulisest tegevusest. Juurde lisati ka loomeliite ja tugistruktuure, mis tegelevad valdkonna koordineerimisega. Kõige enam vajasisid andmete täiendamist ja kontrollimist muusika-, reklaami-, kunsti-, käsitöö- ja disaini valdkonnad. Seejuures olid abiks ka valdkonna esindusorganisatsioonid (nt Music Estonia, Eesti Arhitektide Liit, Turundajate Liit, Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liit).

Puhastamise tulemusena valmisid nimekirjad kõigis loomevaldkondades tegutsevatest ettevõtetest ja asutustest ning ühingutest (sh MTÜd ja sihtasutused). Nimekirjade baasil moodustati **Power BI andmevisualiseerimiskeskonda koondaruanne**, mis registrikoodi põhjal koondas kaardistatud ettevõtete ja asutuste kohta kokku kogu info avalikest andmebaasidest (peamiselt äriregistrist ja Maksu- ja Tolliametist (EMTA)). Äriregistrist on kättesaadav kogu info, mida ettevõtted oma majandusaasta aruannetes esitavad (töötajate arv, müügitulu, kasum, eksporditulu jne). EMTA-st saadi andmed riiklikult tasutud maksude ja tööjõumaksude kohta. Power BI-sse tekitati ka tabelid toetuste kohta, mille ettevõtted ja asutused on saanud valdavalt Kultuuriministeriumilt, Kultuurkapitalilt, EIS-ilt, Keskkonnainvesteeringute Keskuselt (KIK) ja erinevatelt KOV-idelt. Seal olid toetused samuti seotud saajate registrikoodiga.

Füüsilisest isikust ettevõtjad on arvesse võetud töötajate arvu ja tulude näitajates, tuginedes EMTA andmetele. FIE-d on kohustatud esitama oma ettevõtlustulud ja -kulud EMTA-le, kuid neil on õigus oma ettevõtlusest saadud tulult arvestada maha ettevõtlusega seotud kulud. Erinevalt juriidilistest isikutest ei pea FIE-d esitama majandusaasta aruandeid äriregistrile. Seetõttu ei ole nende majandustegevuse täpsemad andmed avalikkusele kättesaadavad ning nende võrdlemine teiste ettevõtlusvormidega on piiratud.

Probleemiks on vabakutseliste loovisikute kohta majandusinformatsiooni saamine, kuna nende tuludest ei ole ülevaadet. Kasutada on vaid loomeliitudele ja loovisikute määratud toetuste summad, kuid seda saab käsitleda avaliku sektori toetusena, mitte müügituluna.

Power BI keskkonda koondati ka andmeid Statistikaametist (nt erinevate valdkondade müügimahud, lisandväärtus jne), kuid need näitavad valdkonna üldist aastavaadet ega ole seotud konkreetsete ettevõtete näitajatega. Samuti on probleemiks see, et Statistikaamet kasutab n-ö puhastamata nimekirju, kus kokku on koondatud EMTAK-koodi alusel valdkonnas tegutsevate ettevõtete näitajad, kuid seal võib olla ka ettevõtteid, mis tegelikult ei käi konkreetse valdkonna alla. Seega sobivad need andmed pigem tulemuste võrdlemiseks. Küll aga kasutati valdkondlike ülevaadete jaoks Statistikaameti andmeid (nt suur osa muuseumide ja raamatukogude ülevaates kasutatud andmetest, trükitoodete impordi- ja ekspordimahud jne).

Uuring annab majandus-statistilise ülevaate Eesti loomemajanduse valdkondade mahust 2023. aastal, trendidest perioodil 2019–2023 (loomemajandust kaardistatakse 4-aastase intervalliga) ja loomemajanduse olulisusest Eesti majanduses. Majanduslike näitajatena kasutati valdkonnas töötavate inimeste arvu, ettevõtete ja mittetulunduslike ühingute arvu, müügitulu, toetusi, puhaskasumit (tulem), eksporditulu, tööjõukulusid. Tööjõukulude ja kasumi põhjal analüüsiti loomemajandussektoris toodetavat lisandväärtust. Ettevõtete majandusstatistika analüüsi tulemusena toodi välja loomesektori osakaal hõivest, ettevõtlusest ja SKP-st.

Andmeallikad on täpsemalt kirjeldatud peatükis 2.3 ja valdkondlikes ülevaadetes.

Veebiküsitluse läbiviimine loomeettevõtete/asutuste esindajate seas

Kaardistatud loomeettevõtete ja -asutuste esindajate seas viidi läbi kaks veebiküsitlust: muuseumide esindajate ning ülejäänud 11 valdkonna esindajate seas (välja jäeti raamatukogud). Kui eelmise kaardistuse jaoks läbi viidud küsitlusse kaasati vaid suurima tuluga ettevõtted ja MTÜ-d, eeldades, et nad on valdkondade käekäigu juures määrava tähtsusega, siis käesoleva uuringu puhul sellist piirangut ei rakendatud. Kuna loomeettevõtted on valdavalt väikesed ja seega tekib ka sektori üldpilt just väikeettevõtete tegevuse koondtulemusena, ei ole põhjendatud küsida arvamusi vaid suurema tuluga ettevõtetelt.

Ettevõtete küsitlus viidi läbi jaanuaris–veebruaris 2025 ning sellele vastas veebi ja telefoni teel 444 ettevõtet ja asutust üle Eesti. Muuseumide küsitlus toimus veebruaris–märtsis 2025 ja sellele vastasid 43 muuseumi esindajad. Küsitluses koguti infot riigi toetusmeetmete kasutamise kohta, analüüsiti tegevust takistavaid

tegureid ja tulevikuplaane, siseriikliku ja rahvusvahelise nõudluse mahtu, hinnangut oma ärimudelile ja selle innovaatsilisusele. Innovaatsilisuse hindamiseks kasutatavate küsimuste koostamisel tugineti innotrepi metoodikale.²⁰ Ettevõtete küsitluse tulemusi on kajastatud nii eksporti kui toetuste mõju käsitlevates peatükkides, samuti loomeettevõtete ülevaates (ptk 6). Ankeet on välja toodud lisas 2. Kuna ankeeti ja ka sihtgruppi muudeti võrreldes eelmise uuringuga, ei ole tulemusi varasemaga võrreldud. Muuseumide uuringut ei ole loomemajanduse uuringu käigus varem läbi viidud. Selle tulemused on välja toodud muuseumide valdkonna ülevaates.

Vestlusringide ja süvaintervjuude läbiviimine

Kuigi majandusaasta aruannetest ja ankeetküsitlusest saadud andmed pakkusid juba kvantitatiivset ülevaadet eri valdkondade olukorrast, täiendati seda pilti kvalitatiivse uuringuga. Vestlusringid ja intervjuud ettevõtete ning tugistruktuuride esindajatega aitasid süvitsi mõista, kuidas nad ise oma valdkonna olukorda tajuvad – mis on nende hinnangul hästi, mis valmistab muret ning millised on nende ootused ja visioon tulevikuks. Fookusgrupid ja intervjuud osutasid väga väärtuslikuks toeks kvantitatiivsete tulemuste tõlgendamisel, lisades andmestikule sisulise ja inimliku mõõtme.

Valdkondade ülevaadete ja koondaruande koostamine

Olemasolevale statistilise informatsioonile ja vestluste käigus kogutud hinnangutele tuginedes koostati iga loomevaldkonna kohta ülevaade. Lisaks hetkeolukorra kaardistusele analüüsiti trende vahemikus 2019–2023, seoseid teiste loomevaldkondade ja majandusharudega, valdkonna tugevusi-nõrkusi ja arengusuundi ning järelkasvu. Ülevaade käsitleb iga valdkonna puhul järgnevaid teemasid:

1. Pakkumine:
 - ettevõtete arv,
 - töötajate arv,
 - müügitulu ja muu tulu (s.t erinevad toetused),
 - lisandväärtus töötaja kohta (esitatud koondaruandes),
 - tulu ettevõtte/asutuse ja töötaja kohta (esitatud koondaruandes),
 - müügitulu ekspordist ja peamised ekspordi sihtriigid,
 - juhtivad ettevõtted valdkonnas.
2. Nõudlus (tarbimine):
 - siseturu tarbimismaht,
 - avaliku sektori huvid.
3. Organisatsioon ja poliitika:
 - organisatsioonid,
 - riiklikud toetusmeetmed,
 - seosed teiste (loome)valdkondadega.
4. Haridus ja kutse omandamine:
 - valdkonna järelkasv,
 - haridusvõrk ja lõpetanute arv,

²⁰ Eesti Tööandjate Keskliidu algatusel kokku kutsutud töögrupi ühisloominguna valminud innovatsioonitrepp 2022 ([innotrepp](#))

- täienduskoolitused ja huviharidus.
5. SWOT analüüs.
 6. Arenguproгноos.

Pärast valdkondlike aruannete valmimist koondati erinevate loomevaldkondade kohta käiv info koondaruandesse. Selles analüüsi lisaks valdkondlikele näitajatele ka kogu loomesektori olulisust Eesti majanduses ja tööhõives.

Tulemuste valideerimine valdkondlike ekspertidega ning aruannete täiendamine

Valdkondade ülevaateid jagati lisaks tellijale ka iga valdkonna esindajate ning oma sektorit hästi tundvate ekspertidega. Huvilistel oli võimalik ülevaateid kommenteerida ja tagasisidet anda. Aruandeid täiendati vastavalt saadud parendusettepanekutele.

2.3 Andmeallikad

Järgnevalt on välja toodud peamised andmeallikad, millele uuringu läbiviimisel tugineti. Mitmete valdkondade puhul kasutati lisaks valdkonnaspetsiifilisi andmeallikaid. Neile on viidatud valdkondlikes ülevaadetes.

Äriregister

Äriregistri andmed tuginevad ettevõtete ja MTÜ-de majandusaasta aruannetele. Selle kaudu saab teada ettevõtete ja ühingute arvu, hõivatute arvu ja müügi- ning eksporditulu. FIE-d esitavad andmed oma ettevõtlustulu kohta EMTA-le, mis edastab need Statistikaametile. Äriregistri andmebaas on põhjalik ja detailne. Probleemiks on vaid see, et ettevõtted ei kasuta sageli oma tegevusala määramisel õigeid EMTAK-koode, mistõttu tuleb neid käsitsi üle kontrollida. Keeruliseks teeb olukorra ka see, kui ettevõtetel on oma põhitegevuse kõrval veel teisi tegevusalasid.

Ülevaate koostamisel võeti aluseks Eesti tegevusalade klassifikaator (EMTAK 2008), mille järgi on ettevõtted kodeeritud 5-kohalise EMTAK 2008 koodi järgi. Uuringusse kaasati ettevõtted ja asutused, mille põhitegevus jääb EMTAK-koodi põhjal mõne loomevaldkonna alla. Nagu eelnevalt uuringu teostamise alapunktis selgitati, puhastati valdkonna ettevõtete nimekirju põhjalikult.

Statistikaamet

Statistikaameti andmetest kasutati väliskaubandusstatistikat mõnede valdkondade (nt trükiteodangu) ekspordi ja impordi iseloomustamiseks. Samuti tugineti Statistikaameti kultuurivaldkondade statistikale, mis hõlmab järgnevaid loomemajanduse valdkondi: film, muuseumid, muusika, raamatukogud, rahvakultuur, ringhääling, teater ja trükiteodang. Lisaks analüüsib Statistikaameti kultuurielus osalemise uuring vähemalt 15-aastaste inimeste kultuuritarbimist uuringule eelnenud 12 kuu jooksul.

Valdkondade lõikes analüüsiti näiteks reklaamiteenuste mahtu maksebilansis, filmide vaatajanumbreid ja audiovisuaalse tootmise mahtu, ringhäälingusaadete kogumahtu ning reklaami osakaalu, samuti arhitektuuri valdkonnas ehituslubade ja -mahtude statistikat.

Kultuuriministeerium

Kultuuriministeeriumi esindajad andsid uuringu jaoks sisendit peamiselt erinevate toetuste kohta. Samuti panustasid Kultuuriministeeriumi nõunikud oma ekspertteadmistega erinevate valdkondade aruannetesse ja andsid väärtuslikku tagasisidet.

Haridus- ja Teadusministeerium

Haridus- ja Teadusministeeriumil on andmebaas Haridussilm – Eesti haridussüsteemi riiklik andmebaas. Sellele tuginedes koostati statistiline ülevaade järelkasvust ja hariduse olukorrast loomemajanduse valdkonnas, sealhulgas kirjeldati haridusvõrku, õpetatavaid erialasid ja toodi välja kutse- ning kõrgkoolide

lõpetanute arvud. Lisaks jagas Haridus- ja Teadusministeerium teavet raamatukogudele jagatud toetuste kohta.

Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus

EIS-i andmetele tuginedes anti ülevaade loomemajanduse tugistruktuuride ja loomeettevõtete toetustest. Uuringu käigus selgitati muuhulgas välja ka loomemajanduses tegutsejate hinnang EIS-i poolt käivitatud ettevõtlust ning loomemajandust toetavatele meetmetele.

Eesti Kultuurkapitali andmed

Eesti Kultuurkapitali eraldised sihtkapitalide, nõukogu ning ekspertgruppide lõikes olid oluliseks sisendiks paljude valdkondade finantseerimismudelitesse.

Eesti Rahvusraamatukogu andmed

Eesti Rahvusraamatukogu statistilised andmed raamatukogude ja rahvusbibliograafia kohta aitasid koostada ülevaadet raamatukogude ja kirjastamise valdkonnast.

Eesti Rahvakultuuri Keskuse andmed

Eesti Rahvakultuuri Keskus vahendab erinevaid riiklikke toetusmeetmeid ja programme kultuuri edendamiseks ning andmed eraldatud toetuste kohta olid oluliseks sisendiks mitme valdkonna (nt käsitöö, muusika) finantseerimismudelite koostamisel. Vaatluse all olid Eesti Rahvakultuuri Keskuse 12 toetusmeetet, sealhulgas näiteks folkloorifestivalide, erinevate piirkondade pärimuskultuuri (nt Setomaa, Kihnu, Vana-Võromaa) ja maakondlike laulu- ja tantsupidude toetamine, samuti rahvakultuuri partnerorganisatsioonide toetamine.

Kohalike omavalitsuste eelarved

Kuna kohalikud omavalitsused toetavad samuti oma piirkonna loomeettevõtteid, olid nende eelarved sisendiks loomevaldkondade rahastamise analüüsis.

Loomeliitude ja tugistruktuuride andmed

Uuringu käigus suheldi paljude loomeliitude, ühenduste, sihtasutuste jt esindajatega, keda täname igakülgse abi ja info jagamise eest.

Majandustegevuse register

Majandustegevuse register (MTR) koondab ühte kohta erinõuetega tegevusaladel tegutsevad ettevõtted, muutes nende tausta kontrollimise lihtsamaks ja läbipaistvamaks. Registrisse on koondatud ka valdkonnad, mis varem olid reguleeritud eriseadustega, kuid mille ettevõtjate andmed ei olnud seni kesksete andmekogudena kättesaadavad. MTR-i andmete abil täpsustasime arhitektuurivaldkonna analüüsis ehituslike insener-tehniliste projekteerimisettevõtete nimekirja, lähtudes registreeringutest, mis kinnitasid nende tegutsemist projekteerimise valdkonnas.

Sihtasutus Kutsekoda

SA Kutsekoda avalik andmebaas (kutseregister) sisaldab kehtivate kutsestandardite alusel välja antud kutsetunnistusi omavate spetsialistide loetelu. Kutsetunnistusi erinevatele kutsetasemetele annavad välja loomeliitude jt erialaliitude kutsekomisjonid. Seda informatsiooni kasutati hariduse ja valdkonna järelkasvu analüüsimisel.

MAVISE andmebaas

MAVISE on Euroopa Audiovisuaalse Vaatluskeskuse hallatav andmebaas, mis koondab teavet televisiooni, tellitavate meediateenuste ja videoplatvormide kohta 42 Euroopa riigis ning Marokos. Andmebaasi toetab

Euroopa Liidu programm Loov Euroopa. MAVISE andmebaasi kasutatakse muu hulgas teenuste jurisdiktsiooni määramiseks Euroopa Majanduspiirkonnas.

Käesolevas uuringus kasutati MAVISE andmeid ringhäälingu valdkondlikus ülevaates, et kaardistada Eestis tegutsevad televisiooni- ja videolaenutusteenused, sealhulgas need, mille tegevusload on väljastatud teistest Euroopa riikidest.

Eurimages fond

Eurimages on Euroopa Nõukogu kultuuritoetuste fond, mis tegutseb alates 1988. aastast Strasbourgis. Eurimages edendab sõltumatut filmitegemist, pakkudes rahalist tuge mängu-, anima- ja dokumentaalfilmidele, et soodustada koostööd erinevate riikide vahel. Fondi aastaeelarve on ligikaudu 27,5 miljonit eurot, mis laekub peamiselt liikmesriikide osamaksudest ja laenude tootlusest.

Fondist saab taotleda toetusi rahvusvaheliste mängu-, dokumentaal- ja animafilmide tootmiseks, levitamiseks ning filmilevitustaristu arendamiseks. Uuringus käsitleti fondi toetusi filmi- ja videovaldkonnas Eesti osalusega koostööfilmiprojektidele aastatel 2020–2023.

Loov Euroopa MEDIA programm

Loov Euroopa MEDIA on Euroopa Liidu programm, mis tugevdab Euroopa audiovisuaaltööstuse konkurentsivõimet ja soodustab toodangu rahvusvahelist levikut. Programmi algus ulatub 1980ndate lõppu, mil käivitati vastavasisuline pilootprojekt. Sellest ajast alates on MEDIA programm toiminud 5–7-aastaste perioodidena. Toetuste kaudu edendatakse filmiüritusi ja -festivale, kinolevi, filmiprojektide arendust, televisioonile suunatud filmide tootmist, publiku kaasamist ja harimist ning Euroopa videomängude loomist.

Loov Euroopa MEDIA programmist on Eesti saanud toetusi filmiprojektide arenduseks ja tootmiseks, kinoleviks, filmifestivalide korraldamiseks ning publikuprogrammide toetamiseks. Uuringus käsitleti MEDIA programmi toetusi, mis olid suunatud Eesti audiovisuaalvaldkonna ettevõtetele ja algatustele 2023. aastal.

Ekspertintervjuud, vestlusringid ja tagasiside

Uuringu käigus viidi läbi intervjuusid ja suheldi erinevate valdkondade ettevõtete, tugistruktuuride ja katusorganisatsioonide esindajatega, et selgitada välja nende hinnang valdkonna toimise ja tulevikuvisionide kohta. Ekspertide loetelud on toodud iga valdkonna analüüsi juures. Olulise panuse uuringusse andsid valdkonna esindajate kommentaarid aruande algversioonile.

Otsing internetist ja meediast

Väga palju taustainfot koguti internetist. Viited konkreetsetele infoallikatele sisalduvad aruannetes.

Andmeid olid erinevate loomemajanduse valdkondade kohta erinevas hulgas. Järgnevalt on kirjeldatud andmete olemasolu ja kättesaadavust valdkondade lõikes.

Tabel 2. Andmete olemasolu ja kättesaadavus loomevaldkondade lõikes

VALDKOND	ANDMETE OLEMASOLU JA KÄTTESAADAVUS
ARHITEKTUUR	Olemasolevad andmed ja internetiteave on üldjoontes head ning võimaldavad adekvaatselt eristada tegevusalasid, s.t arhitektuuri-, sise- ja maastikuarhitektuuri valdkondi. Väljakutseid esitas sisearhitektuuri ja sisekujunduse piiritlemine: disaini ja sisearhitektuuri tegevused kuuluvad EMTAK 2008 kohaselt sama koodi alla, mistõttu võis ettevõtte tegelik tegevusala jääda ebaselgeks. Uue EMTAK 2025 süsteemi alusel see probleem leeveneb, kuna sisearhitektuur on selgelt määratletud arhitektitegevuste osana ning ka sisekujundus sai omaette koodi, mis lihtsustab kahe tegevusala eristamist. Probleemne on üksikettevõtete valdkondlik määratlemine: valdkonnas on palju ühe inimese ettevõtteid, mis on loodud eelkõige töö eest arvete esitamiseks, samas kui

	igapäevane töö toimub mõnes muus organisatsioonis. Sellised juhud võivad statistikas moonutada valdkonna aktiivsete ettevõtete tegelikku arvu. Lisaks on insener-tehnilise sidustegevuse puhul jätkuvalt keeruline määratleda konkreetseesse valdkonda kuuluvust, kuna majandustegevuse registreeringud võivad olla vananenud ega kajasta alati ettevõtte ajakohast tegevusprofiili.
FILM JA VIDEO	Alates 2015. aastast kogub filmilevi andmeid Eesti Filmi Instituut (EFI), mille andmetele tugineb ka Statistikaamet. EFI koostöövalmidus ning olemasolevate andmete kättesaadavus on jätkuvalt hea – kättesaadavad on nii filmilevi andmed, iga-aastased aruanded kui ka Läti ja Leeduga koostöös valmiv statistika „Facts & Figures“. Viimane hõlmab andmeid valdkonnale antavatest toetustest, linastunud filmidest ja nende vaatajanumbritest, kinode arvust, piletitulust ja enim vaadatud filmidest. Filmi- ja videosektori ettevõtete tegevus on tihti mitmekesine ning ulatub tootmisest levitamise ja järeldootmiseni, mistõttu muutub üha keerulisemaks alavaldkondade eristamine üksnes EMTAK-koodide põhjal. Paljud ettevõtted tegelevad mitme omavahel põimunud tegevusvaldkonnaga, kus ühelt tegevuselt teisele liikumine on loomulik osa tööprotsessist. Samuti esineb juhtumeid, kus filmi- ja videovaldkonnas aktiivselt tegutsevad ettevõtted on registreeritud hoopis teiste EMTAK-koodide all (nt disain, reklaam, muusika), kuna need valdkonnad on tihedalt põimunud – näiteks toodetakse reklaami- või muusikavideoid. See näitab, et EMTAK-põhine lähenemine ei suuda alati adekvaatselt peegeldada sektori tegelikku struktuuri ja tegevustevahelist seotust. Puuduvad usaldusväärsed süsteemselt kogutud andmed filmiprojektide eelarvete, omafinantseeringu osakaalu ja rahastusallikate jaotuse kohta. Kuigi ekspordi kohta on olemas andmeid – näiteks Statistikaameti ja äriregistri põhjal, napib selget ja terviklikku ülevaadet Eesti filmide rahvusvahelisest levikust, müügitulust ja ekspordiliikidest (nt tootmisteenused vs valminud teoste müük). Need puudujäägid raskendavad sektori rahastamisvajaduse ja rahvusvahelise konkurentsivõime põhjalikku hindamist ning sihipäraste arenguplaanide koostamist.
RINGHÄÄLING	Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) tegevuse kohta on kättesaadav regulaarne statistika ERR-i aastaaruannetes, mis pakub põhjalikku ülevaadet organisatsiooni tegevusnäitajatest. Samuti on Statistikaameti avalikes andmebaasides olemas teatud valik ringhäälingu valdkonda puudutavaid andmeid, nagu ringhäälinguajaamade ja programmide arv, saatemahud (sh reklaami osakaal) ning nende proportsioonid. Ringhäälinguteenuse pakkujate finantsandmed on kättesaadavad äriregistrist, kuid enamasti ei ole aruanded piisavalt detailsed, võimaldamaks usaldusväärset hinnangut konkreetse ringhäälingutegevuse mahu, töötajate arvu või valdkondlike toetuste kohta. Eriti keeruline on hinnata suurettevõtteid, mis tegutsevad mitmes meediavaldkonnas korraga (nt Telia Eesti AS, Elisa Eesti AS), kuna nende aruandlus ei pruugi võimaldada ringhäälingutegevuse eristamist teistest ärisuundadest. Valdkonna analüüsi teeb keerukamaks ka asjaolu, et internetipõhine televisioon (IPTV), voogedastusplatvormid ja ringhäälinguteenused põimuvad üha enam telekommunikatsiooniteenustega. Auditooriumi ja reklaamituru andmestik pärineb peamiselt Kantar Emorilt. Andmestik pakub head ja usaldusväärset ülevaadet valdkonna üldiste suundumuste kohta, kuid võib detailide tasandil sisaldada mõningaid metodoloogilisi piiranguid – näiteks kogu auditooriumi katvuse või valimi esinduslikkuse osas.
DISAIN	Äriregistrist saadav info disainiettevõtete kohta on osaliselt ebatäpne, sest disaini kui tegevusala piiritlemine on kohati väga keeruline ka ettevõtjate enda jaoks (nt

	kas moekunstniku puhul on tegemist disaini, kunsti, käsitöö või tekstiilitoodete tootmise valdkonnaga; millal on tegu disaini ja millal reklaamiga jne). Täielikult puudub statistika tööstusettevõtetes ja teistes sektorites hõivatud disainerite kohta, samuti selle kohta, kui suur tulu (sh eksporttulu) tuleb teistes sektorites tänu disainerite tööle.
ETENDUSKUNSTID	Püsiteatrite kohta kogub põhjalikke andmeid SA Eesti Teatri Agentuur ning statistikasse kaasatud teatrite arv on aastate jooksul pidevalt kasvanud. Äriregistri andmete põhjal ei ole võimalik hinnata valdkonna ekspordimahtu, kuna need kajastavad üksnes äriühingute tegevust. Samal ajal tegutsevad paljud valdkonna olulisemad institutsioonid mittetulundusühingute ja sihtasutustena, mille majandusaasta aruanded ei esita eksporti samal viisil nagu äriühingud. Valdonna töötajate arv on samuti üksnes hinnanguline – topeltarvestust ei ole võimalik täielikult vältida, sest näiteks näitleja võib olla samaaegselt nii teatri töötaja kui ka äriühingu omanik.
KIRJASTAMINE	Andmed kirjastajate ja kirjastatu (raamatu-, ajakirjade- ja ajalehtede nimetuste koguarvud, trükiarvud jne) kohta on Eesti Rahvusraamatukogust ja Statistikaametist väga hästi kättesaadavad. Eestis puudub ametlik statistika ostetud paberraamatute ja e-raamatute koguarvudest. Ka ei ole teada Eesti kogu raamatuturu käivet. Samuti ei ole teada (paber kandjal) ajalehtede ja ajakirjade tellijate koguarve (ajalehti ja ajakirju puudutav statistika on tunduvalt nõrgem kui raamatute puhul). Andmed Eesti Meediaettevõtete Liidu liikmesväljaannete tasuliste digitellimuste kohta on kättesaadavad.
KÄSITÖÖ	Käsitöö ei ole rahvusvahelises, samuti Eesti tegevusalade klassifikaatoris eristatav, mistõttu tuleb statistika äriregistri algandmete alusel nii-öelda “käsitöö korras” koostada, mis on aeganõudev. Enamik käsitööettevõtteid on tööstuse koodide all. Mardilaat.ee kodulehelt on võimalik tuvastada mõned käsitööettevõtted, see toetab andmete puhastamist.
MUUSEUMID	Andmete kättesaadavus on hea, tellides saab kogu vajaliku statistika kätte. Statistikaameti tehtud muuseumide küsitlusel kogutud andmebaasi sai täiendada äriregistri andmetega. Lisaks on hea ülevaade Kultuuriministeeriumil.
RAAMATUKOGUD	Statistika on väga hea. Raamatukogude statistikasüsteemi on välja arendanud ja statistikat kogub Eesti Rahvusraamatukogu, lähtudes rahvusvahelise raamatukogustatistika standarditest. Vähem ülevaatlik on olukord kooliraamatukogude puhul, millest kõik ei esita aruandeid, sama tuleb ette mõnede erialaraamatukogude puhul.
KUNST	Valdkonna eristamist segab laiaulatuslik EMTAK-kood, mis hõlmab ka väga palju teisi tegevusalasid (EMTAK 2025 võimaldab paremat eristamist). Valdconnas on suur hulk mikroettevõtteid, mille puhul ei ole võimalik määrata nende tegelikku tegevusvaldkonda. Puuduvad andmed Eesti kunstnike osalemise kohta välismaa näitustel. Puudub statistika vabakutseliste loovisikute kohta.
MEELELAHUTUS-TARKVARA	Paljud firmad määravad EMTAK-koodi järgi põhitegevusalaks programmeerimise, seega ainult arvutimängude kirjastamise koodi põhjal ei saa sektori kohta järeltõlge teha. Meelelahutustarkvara tarbimise kohta on statistilist infot vähe.
MUUSIKA	Puudub ülevaatlik statistika valdkonnas tegutsejate kohta (majandusandmed, töötajate arv, tulude struktuur, eksport jm), helisalvestiste müügi, kontsertide arvu, piletimüügi, heliloomingu mahtude, välisesinemiste ning sponsoriuse kohta. Küllastajate ja hõivatute arv on hinnanguline. EMTAK-koodid ei vasta muusika väärtusahelale ega peegelda tegevusalade tulude liigitust. Valdconna põhikoodid

	ei hõlma kogu valdkonda. Majandustegevuse aruannetes ei tooda eraldi välja ekspordi müügitulu, seetõttu on eksport alahinnatud.
REKLAAM	Reklaamivaldkonna andmestik on üldjoontes kättesaadav ning võimaldab tegevusalade esmast analüüsi, kuid valdkonna pidev laienemine ja muutuv iseloom muudavad selle täpse piiritlemise keerukaks. Kui traditsioonilised reklaami- ja meediaagentuurid on muudest valdkondadest veel eristatavad, siis järjest enam tegutsevad valdkonnas ettevõtted, mille põhifookus on näiteks sotsiaalmeedia, sisuturunduse, veebidisaini, audiovisuaalse sisu tootmise või nišispetsiifilise reklaami (nt ravimite, krüptorahade) teenustel. Sageli kuuluvad need siiski reklaami- või meediaagentuuridega samade EMTAK-koodide alla, mis raskendab nii tegevusvaldkondade kui ka konkreetset loomekomponendiga ettevõtete eristamist. Valdkonna laienemist on eriti ergutanud TikTok ja teiste sarnase formaadiga platvormide (nt Reels, Shorts) kasv, tuues turule uusi tehnoloogiapõhiseid tegijaid. Paljud neist pakuvad kombineeritult mitmesuguseid teenuseid, ulatudes disaini ja reklaami piiridest äriarenduseni, mistõttu ei ole nende liigitamine ühese definitsiooni järgi lihtne. Kui ettevõttel puudub sisuline koduleht või selge avalik info, on selle tegevusprofiil sageli raskesti määratletav. Samuti ei kuulu sellised ettevõtted tavapäraste reklaamiliitude alla ega identifitseeri end loomemajanduse osana, mistõttu puudub ka süsteemne ülevaade nende rollist. Seetõttu tuleb valdkonna kaardistamisel toetuda kullustunud teabele: äriregistrile, sotsiaalmeedia kanalitele või pressiteadele. Need ei pruugi anda tervikpilti.

2.4 Metoodikast ja andmeallikatest tulenevad piirangud

Loomemajanduse majanduslik kaardistamine lähtus eesmärgist koostada ülevaade, mis oleks võrreldav nii teiste riikide samalaadsete uuringutega kui ka varasemate Eesti loomemajanduse kaardistustega. Samuti peeti silmas, et ülevaade oleks tulevikus kasutatav korduvuuringutes, võimaldades analüüsida loomemajanduse arengusuundi ja muutusi ajas.

Loomemajanduse kaardistamisel tuli arvestada teatud piirangutega, mis tulenesid info olemasolust ning tööks ette nähtud aja- ja eelarvemahust. Analüüsil lähtuti järgmistest põhimõtetest:

- Hõlmati **professionaalne loomemajandus**, s.t ettevõtted, sihtasutused, mittetulundusühingud ja FIE-d, kes müüvad oma loomingut ning teenivad sellega oma põhisissetuleku. Seejuures on andmed FIE-de kohta endiselt üldised.
- Majandusnäitajate analüüsimisel lähtuti kogu ettevõtte tegevusest, s.t arvesse võeti kogu ettevõtte müügitulu, sõltumata sellest, kas see tuli põhitegevusalast või ka mõnest kõrvaltegevusest. Kui mõne juhtiva ettevõtte puhul oli teada, et muud tegevusalad annavad märkimisväärse osa müügitulust, siis arvestati ainult loometegevusest tulenevat müügitulu ja sellega seotud töötajate arvu, et vältida tulemuste moonutamist.

Valdkondlik ülevaade võib siiski olla mõningase nihkega juhul, kui ettevõttel on lisaks põhitegevusalale muid kõrvaltegevusi. Analüüsis käsitletakse seda siiski vaid ühe, põhitegevusalale vastava valdkonna all. Samas aitab üldpilti tasakaalustada asjaolu, et mitme tegevusvaldkonnaga ettevõtteid esineb erinevates proportsioonides mitmetes loomevaldkondades. Näiteks kui üks ettevõtte on registreeritud reklaamivaldkonnas, kuid osaliselt tegutseb ka disainialal ning teine ettevõtte peab oma peamiseks tegevuseks disaini, ent tegeleb ka reklaamiga, siis need vastastikused tegevusprofiilid tasakaalustavad teineteist. Selline vastastikune kompensatsioon aitab hajutada üksikjuhtumite kallutusi ja säilitada teatud üldise tasakaalu isegi siis, kui üksikute ettevõtete puhul ei pruugi käsitlus olla täiesti täpne.

- Majandustegevuse analüüsi aluseks oli ettevõtete ja asutuste poolt äriregistris märgitud põhitegevusala EMTAK 2008 viiekohaline kood. Kuna ettevõtjad määravad oma tegevuskoodi sageli ebatäpselt või ekslikult, **ei saa ainult registriandmetele tuginedes usaldusväärset tulemust**. Lisaks sellele ei ole nt

käsitöövaldkond klassifikaatori järgi üldse eristatav, kunstialane loometegevus hõlmas 2023. a nii kunstnike kui kirjanike tegevust ²¹, meelelahutustarkvara ettevõtted kasutavad valdavalt programmeerimise koodi jne. Kuna EMTAK-koodi vastavust ettevõtete/asutuste tegelikule profiilile äriregistris ei kontrollita ning EMTAK-liigitus ise ei kata piisavalt täpselt loomesektori vajadusi, ei võimalda üksnes EMTAK-koodide alusel määratud tegevusvaldkonnad anda täielikku ja objektiivset ülevaadet loomesektori struktuurist ja ulatusest. Seetõttu puhastati ja korrigeeriti valdkondade kaupa loomesektoris kuuluvate ettevõtete nimekirju märkimisväärselt (vt ptk 2.2).

- Analüüsis keskenduti eelkõige loomemajanduse sellele osale, mis tugineb professionaalsele haridusele ja kutseoskustele. Sellest eeldusest tulenevalt jäid kaardistusest valdavalt välja isetegevuslikud ja harrastuslikul tasemel tegutsevad loomegrupid ja üksikisikud (nt näiteringid, koorid, tantsurühmad, hobimaalijad jne). Nende puhul on loometöö enamasti seotud isikliku eneseteostuse või väikese lississetuleku teenimisega ning sageli nad rahastavad ise oma hobi. Samas on loomemajanduse valdkonnad oma olemuselt väga erinevad. Näiteks kirjanike hariduslik taust võib olla väga mitmekesine ja mõnel loomealal (nt reklaam, film, meelelahutustarkvara, käsitöö) võib professionaalse taseme saavutada ka ilma erialase hariduseta – iseseisvalt õppides ja kogemusi omandades.
- Kaardistuses eristati valdkondade põhitegevusalad ehk tuumikalad ja nendega seotud tegevusalad ehk sidusalad. Ajalistes võrdlustes võrreldakse näitajaid loomemajanduse laiemas tähenduses, s.t tuumik- ja sidusalad koos.
- Loomemajanduse **töötajate arvu analüüsimisel esineb topeltarvestuse oht**, kuna paljud loovisikud tegutsevad samaaegselt mitme tööandja juures – nad võivad töötada erinevates ettevõtetes ja asutustes, omada oma firmat või tegutseda FIE-na. Samuti on loomemajanduses levinud töövõtulepingu alusel töötamine, mida sageli tehakse mitme valdkonna ja mitme tellija jaoks. Lepinguliste töötajate kohta aga puudub üldjuhul usaldusväärne statistiline ülevaade (majandusaasta aruannetes on välja toodud töötajate arv taandatud täistööajale). Seega kuigi töötajate arvestuses võib esineda kattuvusi, tasakaalustab seda asjaolu, et märkimisväärne osa tööst tehakse töövõtulepingu alusel või jääb üldse ametliku statistika alt välja (nt registreerimata töö).
- Kaardistuse aluseks on peamiselt **2023. aasta andmed**, kuna see oli analüüsi koostamise ajaks kõige ajakohasem ja täielikumalt andmetega kaetud periood. Ajaliste trendide analüüsimiseks on tehtud võrdlusi nelja-aastaste intervallidega, s.t 2019. ja 2023. a näitajate põhjal. Seal, kus see oli sisuliselt põhjendatud ja andmed kättesaadavad, on kaasatud ka varasemate aastate andmed. Mõne valdkonna puhul, kus meetodikat on muudetud (nt muuseumide puhul), ei ole võimalik võrrelda 2019. ja 2023. a andmeid (selgitused on vastava valdkonna ülevaates).
- Ettevõtete äriregistrile esitatud majandusaasta aruannetes on **ekspordinäitajate andmekvaliteet ebaühtlane**. Nii on tihti välja toodud müük Euroopa Liidu riikidesse üldiselt, aga mitte konkreetsete sihtriikide lõikes. Selline üldistus piirab täpsemate järelduste tegemist loomesektori rahvusvahelise haarde kohta. Andmekvaliteedi parandamiseks tuleks kasuks valdkondlike tugiüksuste aktiivsem roll ettevõtete teadlikkuse tõstmisel ning selgitamisel täpsema aruandluse olulise kohta.
- Loometegevõtete ja -asutuste **regionaalse jaotuse analüüs tugineb ettevõtete registreeritud juriidilisele asukohale äriregistris**. See aga ei pruugi kajastada tegelikku tegevuspaika, kuna paljud loometegevõtted tegutsevad teistes piirkondades kui nende ametlik registreerimisadress. Raamatukogude ja muuseumide puhul on asukoha aluseks Statistikaameti andmed.
- Analüüsist jäeti välja need ettevõtted ja MTÜ-d, mille kolme aasta keskmine aastane müügitulu jäi alla 200 euro. Selline lävend lähtus eelmises kaardistuses kasutatud põhimõttest, mille eesmärk oli kõrvaldada ülevaatest ühingud, kus puudus arvestatav majandustegevus. Selline piirväärtus aitab eristada organisatsioone, mille tegevus on peamiselt seotud hobide, huvitegevuse ja eneseteostusega.

²¹ EMTAK 2025 eristab visuaalkunstiloomet, muu kunstiloomet ja kirjandusloomet.

Nii jääb analüüsi fookus majanduslikult aktiivsetele ettevõtetele ja asutustele, millel on oluline roll sektori arengupotentsiaalis.

- FIE-del on õigus oma ettevõtlusest saadud tulult arvestada maha ettevõtlusega seotud kulud. 2023. a aruandes on kajastatud FIE-de tasutud riiklike maksude põhjal leitud tulu. Samas see näitab puhast tulu, mitte müügitulu. Lisaks on FIE-del võimalik oma kulude maha arvestamisega optimeerida maksustatavat tulu.
- **Reklaami** käsitlemine eraldi loomevaldkonnana tekitab mõningaid küsimusi, kuna reklaamiettevõtete tegevuses sisalduv loomekomponent kattub sageli juba mõne teise loomevaldkonnaga, nt filmi ja videoga (reklaamvideote tootmine) või disainiga (graafiline disain ja visuaalse identiteedi loomine). Samas on reklaamil ka omaette loomekomponent — reklaamipsühholoogia. See hõlmab arusaamist sellest, kuidas erinevate loomevaldkondade elemente (nt kujundus, tekst, video, heli) kombineerida nii, et need mõjuksid sihtrühmale kõitvalt ja veenvalt. Reklaami loomine eeldab seega mitte ainult esteetilist oskust, vaid ka teadlikkust sihtgrupi käitumisest ja tajust, mis eristab seda teistest loomevaldkondadest ja õigustab selle osalist eristamist.
- Loomesektoris on **palju ettevõtteid, kus ei ole äriregistri andmetel ühtegi töötajat** – kõige vähem on selliseid ettevõtteid arhitektuuris (40%) ning kõige rohkem kunstis (76%). Samas tihti teenivad need ettevõtted arvestatavat tulu. Seetõttu on kõigi loomevaldkondade ülevaadete puhul kasutatud lähenemist, et neile ettevõtetele ja asutustele, kus 2023. a müügitulu ületas 11 640 eurot, kuid töötajate arvuks oli majandusaasta aruandes märgitud null, arvestati siiski üks töötaja. Sellist korrigeerimist on vaja selleks, et saada töötajate arvust adekvaatsem ülevaade (ilma töötajateta ei ole võimalik sellises mahus müügitulu teenida). Müügitulu piiri seadmisel on võetud aluseks 12-kordne miinimumkuupalk koos sotsiaalmaksu (33%) ja ettevõtte töötuskindlustusega (0,8%).
- Kuna eelmise uuringu läbiviimise meetodika ei ole detailselt dokumenteeritud, ei olnud võimalik seda täielikult kopeerida. Seetõttu pole mõningate näitajate võrdlemine asjakohane. Vastavad märkused on valdkondlikes aruannetes välja toodud.
- Toetuste kajastamisel võib ebakõlasid tekitada see, kui **toetuse andmise otsus ja reaalne väljamakse on tehtud erinevatel aastatel**. Toetuste kohta koguti teavet mitmetelt erinevatelt osapooltelt, kellest mõned esitavad statistikat selliselt, et välja on toodud otsuse tegemise kuupäev, teised kajastavad aga väljamakse aega.
- Nii nagu loomevaldkondade vahel esineb olulisi seoseid ja kattuvusi, mis muudavad nende selgepiirilise eristamise keeruliseks, on sarnaseid kattuvusi ka toetuste jagamisel. Näiteks võib juhtuda, et autor saab toetust mõnest muusikust raamatu kirjutamiseks. Kuigi formaalselt liigitatakse see toetus muusikavaldkonna alla (toetuse on välja andnud helikunsti sihtkapital), toetab see sisuliselt ka kirjandusvaldkonda. Seega **ei ole toetuste mõju alati piiratud ühe valdkonnaga**, vaid toetused võivad üheaegselt panustada mitmesse loomevaldkonda.
- Uuringus on keskendutud toetustele, mis on suunatud konkreetsetele loomevaldkondadele. Samas tekib meetodiline probleem nende toetuste puhul, mis ei ole otseselt valdkonnapõhised, vaid mõeldud laiemalt ettevõtluse või loomemajanduse toetamiseks. Näiteks saavad mõned tugistruktuurid (nt Tallinna Ettevõtlusinkubaator) toetust kohalikul omavalitsusel, kuid nende eesmärk on pigem üldise ettevõtluskeskkonna arendamine, mitte vaid loomevaldkondade toetamine. Tartu linn toetab omakorda Tartu Loomemajanduskeskuse tegevust, mis on suunatud loomeettevõtlusele, kuid ei piirdu ühe kindla loomevaldkonnaga — tegemist on valdkondadeülese toetusega. Seetõttu on keeruline otsustada, kuidas selliseid toetusi uuringus käsitleda.

2.5 Muudatused võrreldes varasemate kaardistustega

Kantar Emor tegi uuringu läbiviimisel mõningaid muudatusi võrreldes varasemate kaardistustega:

- 2018. ja 2021. aastatel läbi viidud loomeettevõtete ja -asutuste küsitluste valimisse olid kaasatud vaid suurima tuluga ettevõtted ja MTÜ-d, lähtudes eeldusest, et nende mõju valdkondade üldisele käekäigule

on kõige olulisem. **Käesoleva uuringu puhul ei seatud osalejate valikule tulu- ega suurusepõhist lävendit.** Otsus lähtus varasemate kaardistuste teadmisest, mille kohaselt on enamik loomeettevõtteid väikesed. Seetõttu peeti oluliseks kaasata ka väiksema tuluga ettevõtteid, et kujuneks realistlikum ja mitmekesisem pilt kogu sektori toimimisest. **Küsitlusest jäeti välja raamatukogud**, kuna nende ärimudel ja tulumehhanism erinevad oluliselt teiste loomevaldkondade organisatsioonide omadest.

Küsitlusankeet saadeti kokku 8096-le ettevõttele, kes tegutsevad loomevaldkondade põhitegevusaladel. Kutsele järgnes kaks meeldetuletust ning neis valdkondades, kus vastuseid kogunes vähem, tuletati vastamist meelde ka telefoni teel. Küsitlusele vastas 444 ettevõtet ja asutust, seega oli vastamismäär 5,5%. Kuigi see on suhteliselt tagasihoidlik tulemus, on see ettevõtetele suunatud küsitluste puhul tüüpiline ja jääb ootuspäraseks. Küsitlusankeet ja valimi kirjeldus on esitatud uuringu lisades (vt ankeedid lk 101 ja valimi kirjeldus lk 112).

- Lisaks ettevõtete küsitlusele viidi läbi eraldi küsitlus ka **muuseumidele**. Suures osas kattus muuseumidele suunatud ankeet ettevõtetele mõeldud küsitlusankeediga, kuid mõned küsimused kohandati valdkonnaspetsiifiliseks, et need sobituksid paremini muuseumide tegevusloogikaga. Muuseumide ankeet on esitatud lisades lk 113). Küsimustik saadeti 149 muuseumile, millest vastas 43. Seega oli vastamismäär ligikaudu 29%, mis on valdkonnauuringute kontekstis arvestatav tulemus.
- Erinevalt varasematest kaardistustest on sel korral ettevõtete ankeeti lisatud küsimused ärimudeli ja selle innovaatsilisuse kohta. Innovaatsilisuse hindamiseks kasutatavad küsimused põhinevad **innotrepi metoodikal**, mis käsitleb innovatsiooniks olulisi organisatsioonilisi võimekusi ja ka innovatsiooniprotsessi.²² Innotrepi metoodika pakub igale ettevõtjale võimalust oma innovatsioonivõimekust testida. Kuna käesoleva uuringu fookus ei olnud vaid loomeettevõtete innovaatsilisuse hindamisel, ei kasutatud ankeedis kõiki küsimusi, mis on innotrepi testis.

Ankeedi jaoks töötati välja üheksa küsimust, mis aitavad hinnata ettevõtte paiknemist innovatsiooniteekonnal. Innotrepi mudeli kohaselt saab ettevõtteid jagada viiesse kategooriasse: uuenduste huviline, üksikute uuenduste katsetaja, juhitud protsessiga uuendaja, strateegiline uuendaja ja ökosüsteemi kujundaja. Esimesed paiknevad innovatsioonitrepil alumisel astmel ja sõltuvad eelkõige klientidest, keda nad ise valida ei saa. Kõrgeimal astmel on turgu kujundavad globaalse haarde ja unikaalse väärtuspakkumisega ettevõtteid. Peatükis 6.4 on välja toodud ettevõtete vastused innovaatsilisust puudutavatele küsimustele. Samuti on ettevõtete antud vastustele tuginedes jaotatud ettevõtteid segmentideks ja konstrueeritud loomeettevõtete innotrepi mudel.

- Uuringus on esimest korda välja toodud **loomeettevõtete regionaalse jaotuse analüüs** (vt ptk 3.2 lk 49), mis võimaldab hinnata, kas ja mil määral erineb loomeettevõtete ja -asutuste paiknemine üldisest ettevõtluse regionaalsest jaotusest.
- Samuti tehti loomeettevõtete **vanuse analüüs**, et mõista paremini loomeettevõtete arvu suurt kasvu (vt ptk 6.1 lk 71).
- Kui varasemates kaardistustes on meelelahutustarkvara puhul eristatud põhi- ja sidusvaldkondi, siis selles uuringus on vaadeldud **meelelahutustarkvara kui ühtset terviklikku loomevaldkonda**. Meelelahutustarkvara ehk mängutööstus hõlmab ettevõtteid, mis tegelevad videomängude arendamise, loomise ja kirjastamisega. Peamiselt loovad nad arvuti-, konsool-, mobiili- ja arkaadmänge ning virtuaalreaalsuse mängu ehk videomänge, millel on selgelt eristatavad loomingulised elemendid. Uuringust on välja jäetud kasiinotarkvara tootjad, sest nende toodete loominguline komponent on üldjuhul piiratud või standardiseeritud ning lisaks on hasartmängul komponendid, mis ei ole mängutööstuse loomingulisele osale omased. Samuti ei ole nende tegevuse keskmes kultuurilise või loomeväärtuse loomine.

²² Eesti Tööandjate Keskliidu algatusel kokku kutsutud töögrupi ühisloominguna valminud innovatsioonitrep 2022 innotrepp.ee

- **Muuseumide valdkonna alla kaasati ka teaduskeskused ja ekspositsioonid.** Seda tuleb arvestada ettevõtete ja töötajate arvu võrdlustes.
- Küsitluses oli ettevõtetel võimalik oma vastuseid põhjendada ning seda võimalust kasutati aktiivselt. Ettevõtete seisukohtade ja hinnangute paremaks edasiandmiseks on aruandes kasutatud valitud **tsitaate**. Need on välja toodud kaldkirjas ja jutumärkides ning kirja pilt on muutmata kujul.
- Uuringu läbiviimise käigus loodi **(majandus)andmete interaktiivseks visualiseerimiseks Power BI tööruum, mis annab võimaluse loomemajanduse sektori jooksvaks seireks.** Nagu uuringu metoodika edasiarenduse alapunktis kirjeldati, koondati kaardistuse käigus loomevaldkondade ettevõtete ja asutuste kohta käiv info esmakordselt koondaruandesse Power BI andmevisualiseerimise keskkonnas. Nii on võimalik registrikoodi põhjal koondada kõigi kaardistatud ettevõtete ja asutuste kohta avalikest andmebaasidest (peamiselt Äriregistrist ja EMTAst) kättesaadav info ühte ülevaatlikku andmebaasi. Kui ettevõtte oma andmeid uuendavad (nt esitavad uue majandusaasta aruande), on vastav info olemas ka koondaruandes. Seega uuenevad andmed automaatselt, puudub vajadus teha käsitsi päringuid ja jooksvalt on olemas ülevaade loomesektori hetkeseisust. Interaktiivne mudel võimaldab operatiivselt jälgida võtmenäitajaid, nagu valdkonna ettevõtete ja hõivatute arv, müügitulu, kogutulu, eksporditulu, puhaskasum, tööjõukulud jne. Filtreid kasutades saab kiiresti üldpildi nii erinevatest valdkondadest kui ka ettevõtete regionaalsest paiknemisest.

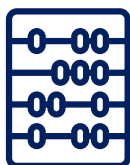
Manuaalne andmepuhastus on siiski endiselt vajalik, et kontrollida, kas uued ettevõtte, mis on registreerinud end mõne loomevaldkonna tegevusalal, ka päriselt selles valdkonnas tegutsevad. Samuti püsib vajadus erinevate toetuste ühtsesse andmebaasi koondamise järele. Siin oleks abiks see, kui erinevad toetuste jagajad esitaksid oma andmed toetuste saajate kohta ühtses formaadis (nt peaks kindlasti märgitud olema toetuse saaja registrikood, mis võimaldaks andmeid automaatselt siduda).

Lisaks ei ole kõiki toetusi võimalik Power BI-s kajastada, sest toetused on seotud ettevõtte või asutuse registrikoodiga, kuid andmebaasi on kaasatud vaid need ettevõtte, mis on määratletud kui mõnes loomevaldkonnas tegutsejad. Toetus võib aga olla antud ettevõttele, mille põhitegevusala ei kuulu loomevaldkonda, kuid mis on saanud toetuse mingiks konkreetseks loomealaseks tegevuseks (nt muusikavaldkonna toetus klubile festivali korraldamiseks, samas kui klubi põhitegevusala on jookide serveerimine). Samuti ei ole Power BI-s võimalik kajastada toetusi, mis on suunatud otse loovisikutele, mitte nende ettevõtetele (nt stipendiumid, mille saajaks on füüsilised isikud). Sellised toetused tuleb lisada aruandesse käsitsi.

Power BI keskkond võimaldab lisaks äriregistri andmetele visualiseerida loomevaldkonna küsitluse tulemusi. Tänu sellele oli võimalik koostada kogu kvantitatiivset teavet koondav aruanne, mille interaktiivne ülesehitus lubab filtreid kombineerides vaadata tulemusi konkreetse valdkonna, perioodi, piirkonna, ettevõtte/asutuse vormi vms lõikes. Seega ei ole vaja koostada jooniseid erinevate vaadete jaoks.

3. Loomemajanduse maht Eestis

3.1 Loomemajanduse üldnäitajad



Loomemajanduse sektoris oli Eestis 2023. aastal **hõivatud 26 500 töötajat** (vt Tabel 3), mis moodustas 3,8% Eesti töötavast rahvastikust (Statistikaameti andmetel oli 2023. aastal hõivatuid 694 600). Kõige suurem oli töötajate arv kirjastamisvaldkonnas, kus koos sidusalaga oli hõivatud 4 235 inimest. See moodustas ligi 16% sektori töötajate arvust. Ka arhitektuuris ja sellega seotud tegevusaladel ning reklaamivaldkonnas oli hõivatuid üle 3 000. Kõige väiksem oli töötajate arv meelelahutustarkvara valdkonnas (540 töötajat).

Tabel 3. Eesti loomemajanduse majanduslikud näitajad 2023. a

Valdkond	Ettevõtete ja asutuste arv		Töötajate arv		Kogutulu (mln €)	
	Kokku	Osakaal ettevõttest	Kokku	Osakaal töötajatest	Kokku	Osakaal kogutulust
ARHITEKTUUR*	1 434	10,4%	3 440	12,9%	249,8	9,8%
DISAIN	2 119	15,4%	1 586	6,0%	96,9	3,8%
ETENDUSKUNSTID	829	6,0%	2 030	7,6%	100,5	4,0%
FILM JA VIDEO	1 057	7,7%	1 364	5,1%	183,1	7,2%
KIRJASTAMINE*	761	5,5%	4 235	15,9%	391,4	15,4%
KUNST*	1 546	11,2%	1 399	5,3%	35,2	1,4%
KÄSITÖÖ	521	3,8%	1 073	4,0%	22,3	0,9%
MEELELAHUTUSTARKVARA	76	0,6%	540	2,0%	52,7	2,1%
MUUSEUMID**	202	1,5%	1 537	5,8%	102,0	4,0%
MUUSIKA*	1 876	13,6%	2 331	8,8%	197,2	7,8%
RAAMATUKOGUD	887	6,4%	2 187	8,2%	90,8	3,6%
REKLAAM	2 353	17,1%	3 095	11,6%	741,5	29,2%
RINGHÄÄLING	99	0,7%	1 757	6,6%	279,9	11,0%
KOKKU	13 760	100,0%	26 574	100,0%	2 543,0	100,0%

Osakaal Eesti ettevõtluses

2019	11,2%	4,2%	2,6%
2023	8,8%	3,8%	2,7%

*sh sidusalad

**Muuseumide puhul on välja toodud muuseumide (st juriidiliste isikute), teaduskeskuste ja ekspositsioonide arv.

Töötajate arvu hulka on kaasatud kõik loomemajandusega seotud ettevõtetes ja asutustes töötavad isikud, sh MTÜ-de töötajad ja FIE-na tegutsevad loovisikud. Mõnedes valdkondades, eelkõige muusika ja etenduskunstide puhul, võib töötajate arvestuses esineda kattuvusi. Näiteks võib üks muusik või näitleja olla

samaaegselt seotud mitme kollektiiviga ning tegutseda ka FIE-na. Töötajate kattuvuse küsimust on käsitletud metoodika piirangute alapunktis.

Samas ei ole arvestatud töötajaid, kes tegelevad loometööga mõnes teises majandussektoris (nt disainerid tööstus- või IT-ettevõtetes). Seega on loomemajanduse töötajate arv tegelikult mõnevõrra suurem, kuna teistes sektorites töötavate loovisikute arvu ja tulude kohta puudub statistiline ülevaade. Lisaks sellele ei ole võimalik analüüsi kaasata neid loovisikuid, kelle tegevus toimub väljaspool juriidilisi struktuure ja kelle majandustegevus on nähtav vaid EMTA-le (juhul, kui nad on oma tulu deklareerinud).

Loomemajanduse sektoris tegutses 2023. aastal **13 760 ettevõtet ja asutust** (2019. a 10 705), mis moodustas 8,8% Eesti ettevõtete üldarvust.²³ Loomettevõtete ja -asutuste osakaal Eesti ettevõtete üldarvust on langenud alates 2015. a kaardistusest: 2015. a oli see 11,6% ja 2019. a 11,2%.

Enim ettevõtteid ja asutusi tegutses reklaami- ja disainivaldkonnas, kus ettevõtete arv on võrreldes eelmise kaardistusega pea kahekordistunud ning ületanud 2 000 piiri. Küllalt suur ettevõtete arv on ka muusikavaldkonnas, kus koos sidusaladega tegutses 1 876 muusikaettevõtet ja -asutust.

Loomemajanduse ettevõtete müügitulu ja riigilt dotatsiooni saavate asutuste **kogutulu oli 2023. aastal 2,54 miljardit eurot** (2019. a 1,86 miljardit eurot). See andis 2,7% Eesti ettevõtete müügitulust, mis oli 2023. aastal Statistikaameti andmetel 94,7 miljardit eurot. Võrreldes 2019. aastaga on loomesektori panus veidi kasvanud. Suurima kogutuluga Eesti loomemajanduse valdkonnad olid reklaam (741,5 miljonit eurot) ja kirjastamine koos seotud valdkonna trükindusega (391,4 miljonit eurot).

2023. aastal tegutses loomemajandussektoris (v.a muuseumid ja raamatukogud) **kõige enam osaühinguid** – kokku 11 602. Mittetulundusühinguid oli 1 271 ja aktsiaseltsi 47. Rohkem oli MTÜ-sid etenduskunstide, kunsti- ja muusikavaldkonnas. Etenduskunstide valdkonnas tegutses 41% organisatsioonidest MTÜ-vormis.

Loomemajanduse analüüsis eristati valdkonna **tuumikalad ja nendega seotud tegevusalad**. Ajaliste võrdluste puhul võrreldakse näitajaid loomemajanduse laiemas tähenduses, s.t arvesse võetakse nii tuumikalad kui ka nendega seotud sidusalad kokku. Seotud tegevusalade eesmärk on toetada loomeprotsessi ning loomingu tootmist ja levitamist, mistõttu on need tihedalt põimunud tuumikaladega. Uuringus käsitleti seotud tegevusalasid neljas valdkonnas: arhitektuur, kirjastamine, kunst ja muusika. Seal moodustavad need märkimisväärse osa valdkonna kogutulust (v.a kunst; vt Tabel 4).

Tabel 4. Valdkondade tuumik- ja sidusalade majanduslikud näitajad 2023. a

Valdkond	Ettevõtete ja asutuste arv	Töötajate arv	Kogutulu (mln €)
ARHITEKTUUR	1 434	3 440	249,8
sh tuumikala	722	1 232	76,3
sh sidusala	712	2 208	173,5
KIRJASTAMINE	761	4 235	391,4
sh tuumikala	440	2 200	166,9
sh sidusala	321	2 035	224,5
KUNST	1 546	1 399	35,2
sh tuumikala	1 527	1 363	33,4
sh sidusala	19	36	1,8
MUUSIKA*	1 876	2 331	197,2
sh tuumikala	1 697	1 924	105,7
sh sidusala	179	407	91,5

²³ Statistikaameti andmetel tegutses Eestis 2023. aastal 156 813 ettevõtet.

Valdkondade lõikes on seotud tegevusalade osakaal valdkonna müügitulust järgmine:

- arhitektuur: ehituslik insener-tehniline projekteerimine moodustab 70% valdkonna müügitulust,
- kirjastamine: trükinduse tegevusalad annavad 59% müügitulust,
- muusika: seotud tegevusalade osakaal moodustab müügitulust 48%,
- kunst: seotud tegevusalade osakaal moodustab müügitulust 7%.

Seega seotud tegevusalade roll ja majanduslik kaal erinevad valdkonniti olulisel määral.

Võrreldes eelmise kaardistusega on **kasvanud loomemajanduse ettevõtete ja asutuste arv ning kogutulu**, kuid valdkonnas **hõivatute arv on vähenenud** (vt Tabel 5). Meelelahutustarkvara valdkonna varasemast oluliselt väiksem töötajate arv ja müügitulu tulenevad meetodikamuudatusest: analüüsist jäeti välja kasiinotarkvara tootjad. Seega ei hõlmanud seekordne andmestik üht suurt ettevõtet (Playtech Estonia OÜ) ning kuna tegemist on erandlikult suure turuosalisega, mõjutas see valdkonna koondnäitajaid oluliselt. Muuseumide puhul on asutuste arvu kasv tingitud sellest, et analüüsi kaasati ka teaduskeskused ja ekspositsioonid. Samuti kaasati käsitöövaldkonna ülevaatesse ehte valdkond. Raamatukogude kogutulud on alates 2021. aastast järsult kasvanud. See on seotud eelkõige Eesti Rahvusraamatukogu rekonstrueerimise ja teiste arendusprojektidega, mida on rahastatud peamiselt sihtfinantseerimise ja EL-i programmide kaudu. Seetõttu on kasvanud märkimisväärselt kogu raamatukogude valdkonna tulu. Reklaamiettevõtete arvu hüppeline kasv on suuresti tingitud sotsiaalmeedia ja digireklaami jõulisest arengust. Eriti oluline on olnud TikTokil ja selle formaadis reklaamivõimalustel, mis on muutnud turule sisenemise lihtsaks ka väiksematele tegijatele. Pandeemia ajal hoogustus nii digireklaami kui ka e-kaubanduse kasv, mis tõi kaasa suurema nõudluse reklaamiteenuste järele. Lisaks andis reklaamivaldkonna tulude suurenemisele hoogu avalik sektor, mis panustas terviseohutuse ja viirusetõrje sõnumite levitamisse.

Tabel 5. Loomemajanduse majanduslikud näitajad 2019. ja 2023. a

Valdkond	Ettevõtete ja asutuste arv		Töötajate arv		Kogutulu (mln €)	
	2019	2023	2019	2023	2019	2023
ARHITEKTUUR	1 388	1 434	3 700	3 440	208,8	249,8
DISAIN	1 096	2 119	1 141	1 586	56,2	96,9
ETENDUSKUNSTID	711	829	2 199	2 030	67,2	100,5
FILM JA VIDEO	953	1 057	1 546	1 364	130,6	183,1
KIRJASTAMINE	793	761	4 754	4 235	348,4	391,4
KUNST	1 075	1 546	1 174	1 399	24,3	35,2
KÄSITÖÖ*	332	521	893	1 073	18,9	22,3
MEELELAHUTUSTARKVARA*	57	76	1 123	540	125,4	52,7
MUUSEUMID*	191	202	1 497	1 537	85,6	102,0
MUUSIKA	1 921	1 876	3 051	2 331	185,0	197,2
RAAMATUKOGUD	875	887	2 416	2 187	52,4	90,8
REKLAAM	1 249	2 353	3 001	3 095	366,6	741,5
RINGHÄÄLING	62	99	1 783	1 757	194,1	279,9
KOKKU	10 705	13 760	28 278	26 574	1 863	2 543,0

*Metoodika muudatus

Kui võrrelda majanduslikku arengut aastatel 2019–2023 loomemajanduses ja kogu Eesti ettevõtluses, on näha, et kuigi ka loomemajandussektoris on ettevõtete arvu kasv olnud märkimisväärne, jääb kasv siiski enam kui kaks korda alla üldisele ettevõtete arvu kasvule (vt Tabel 6). Hõivatute arv on loomemajanduses vähenenud, ettevõtluses tervikuna aga kasvanud. Positiivse tendentsina on kogutulu kasv olnud loomemajandussektoris suurem kui ettevõtluses üldiselt.

Tabel 6. Majandusnäitajate muutus loomemajanduses ja Eesti ettevõtluses 2019. ja 2023. a võrdluses

	Ettevõtete ja asutuste arv	Töötajate arv	Kogutulu
Loomemajandus	+29%	-6%	+37%
Eesti ettevõtted	+64%	+3,5%	+31%

Loomemajanduse valdkondade rahastusmudelid on väga erinevad. Uuringus on kaardistatud nii ettevõtted, mis tegutsevad vabas turukonkurentsias ja teenivad tulu peamiselt kommertstegevuse kaudu kui ka asutused, mis saavad olulisel määral rahastust riiklikest või kohaliku omavalitsuse eelarvetest. Osa loomemajanduse asutusi ei tegutse ärilistel eesmärkidel. Paljudel neist on laiem ühiskondlik roll: nad panustavad kultuuripärandi säilitamisse ja väärtustamisse, Eesti tutvustamisse rahvusvaheliselt, regionaalarengusse, hariduse edendamisse või teiste loome- ja majandussektorite toetamisse. Heaks näiteks on raamatukogud, millel on hindamatu tähtsus hariduse edendamisel, inimeste lugemis- ja infohuvi rahuldamisel, kohalikule kogukonnale suhtluskeskkonna pakkumisel ning järjest olulisemal määral ka digiteenuste pakkumisel ja digipädevuste arendamisel. See mitmekesine roll ületab kitsalt majandusliku mõõtmega ja rõhutab loomemajanduse valdkondade laiemat mõju ühiskonnale.

Loomemajanduse ettevõtteid ja tugistruktuure toetati 2023. aastal 372,2 miljoni euroga (võrdluseks 2019. a 261,7 miljoni ja 2015. a 193 miljoni euroga). Seega tuli 14,6% loomemajandussektori kogutulust peamiselt riigilt, vähem kohalikelt omavalitsustelt ja muudest allikatest (2019. a 14%).

Olulisimad loomesektori rahastajad on Kultuuriministeerium, Eesti Kultuurkapital, Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus, raamatukogude puhul ka Haridus- ja Teadusministeerium. Avalik sektor panustab olulisel määral kultuuripärandi hoidmisesse – 99% raamatukogude ja 63% muuseumide kogutuludest tuli avaliku sektori poolt (vt Tabel 7). Samuti panustab avalik sektor märkimisväärselt etenduskunsti valdkonda (86% valdkonna kogutulust).

Tabel 7. Eesti loomemajanduse kogutulu koos avaliku sektori rahastuse ja muude toetustega 2023. a

Valdkond	Kogutulu (mln €)	..sh avaliku sektori rahastus jm toetused (mln €)	Avaliku sektori rahastuse ja toetuste osakaal kogutulust
ARHITEKTUUR	249,8	3,0	1,2%
DISAIN	96,9	0,9	0,9%
ETENDUSKUNSTID	100,5	86,0	85,6%
FILM JA VIDEO	183,1	7,5	4,1%
KIRJASTAMINE	391,4	9,3	2,4%
KUNST	35,2	8,5	23,9%
KÄSITÖÖ	22,3	0,3	1,3%
MEELELAHUTUSTARKVARA	52,7	0	0%
MUUSEUMID	102,0	70,6	69,2%
MUUSIKA	197,2	48,2	24,4%
RAAMATUKOGUD	90,8	90,2	99,3%
REKLAAM	741,5	0,6	0,1%

RINGHÄÄLING	279,9	47,2	16,9%
KOKKU	2 543,0	372,2	14,6%

Loomemajanduse valdkondade suhtarvud võimaldavad hinnata sektori ettevõtete ja asutuste positsiooni Eesti keskmise ettevõttega. **Keskmise loomemajanduse ettevõtte/asutuse kogutulu oli 2023. a 184 000 eurot** (2019. a 174 tuhat €; vt Tabel 8). Kogutulu loomeettevõtte kohta on seega alates 2015. aastast järjepidevalt tõusnud. Siiski jäävad loomemajanduse ettevõtete ja asutuste tulud üldiselt oluliselt alla keskmisele Eesti ettevõttele – Statistikaameti andmetel ulatus 2023. aastal keskmine tulu ettevõtte kohta 604 000 euronit.

Loomemajanduse sektor on väga mitmekesine, koosnedes erineva suuruse ja tootlikkusega ettevõtetest. Eesti keskmisest kõrgemat kogutulu teenisid meelelahutustarkvara- ning ringhäälinguettevõtted ja -asutused. Nendes valdkondades on läbi aastate olnud keskmisest oluliselt kõrgem tulu. Kõige madalam keskmine tulu ettevõtte/asutuse kohta iseloomustab kunsti-, käsitöö- ja disainivaldkondi. Disainis on küll kogutulu kasvanud enam kui 70%, aga ettevõtete arv on samal ajal peaaegu kahekordistunud, seega tulu ettevõtte kohta on varasemast madalam.

Tabel 8. Tulu loomeettevõtte/asutuse kohta

Valdkond	Tulu ettevõtte/asutuse kohta (tuhat eurot)					Muutus 2023/2019
	2007	2011	2015	2019	2023	
ARHITEKTUUR	136,3	88,9	108,2	150,5	174,2	+15,7%
DISAIN	42,7	26,6	62,3	51,3	45,7	-10,9%
ETENDUSKUNSTID	418,8	166,6	164,6	94,6	121,2	+28,2%
FILM JA VIDEO	190,1	120,5	119,4	137	173,2	+26,4%
KIRJASTAMINE	601,5	441,9	421,3	439,3	514,3	+17,1%
KUNST	69,6	38,9	58,3	22,6	22,8	+0,7%
KÄSITÖÖ	90,2	59,9	45,1	56,9	42,8*	-24,8%
MEELELAHUTUSTARKVARA	1 544,9	1 252,6	2 089,6	2 200,6	693,9*	-68,5%
MUUSEUMID	134,6	169,9	346,5	448	504,9*	12,7%
MUUSIKA	332,6	163,5	85,8	96,2	105,1	+9,3%
RAAMATUKOGUD	35,6	38,4	44,3	59,9	102,3	+70,8%
REKLAAM	344,4	214,1	222,8	293,5	315,1	+7,4%
RINGHÄÄLING	1 104,2	1 318,3	1871,4	3 130,7	2 827,3	-9,7%
Loomemajanduse keskmine	232,3	147,3	162,8	174	184	5,7%
Eesti ettevõtete keskmine	840	745,8	673,7	759,8	603,7	-20,6%

*Metoodika muudatus

Keskises loomeettevõttes/asutuses töötas 2023. aastal 1,9 töötajat (vt Tabel 9). See näitaja on viimastel aastatel pidevalt langenud. Kuigi sarnast töötajate arvu vähenemise trendi võib täheldada ka Eesti ettevõtluses üldiselt, oli keskmine Eesti ettevõtte siiski veidi suurem (Statistikaameti andmetel oli keskmises Eesti ettevõttes 2023. a 2,7 täiskohaga töötajat). Loomemajandussektoris olid 2023. aastal kõige suuremad ringhäälingu ettevõtted/asutused, kus töötas keskmiselt 17,7 inimest. Suuremad on ka muuseumid ja meelelahutustarkvara ettevõtted, kus töötajate arv ületas sektori keskmist. Kõige väiksema töötajate arvuga olid disainiettevõtted, kus keskmiselt oli vaid 0,7 töötajat ettevõtte kohta. See viitab sellele, et paljudes disainiettevõtetes ei olegi palgatöötajaid.

Tabel 9. Keskmise töötajate arv loomeettevõttes/asutuses

Keskmise töötajate arv ettevõtetes ja asutustes						Muutus 2023/2019
Valdkond	2007	2011	2015	2019	2023	
ARHITEKTUUR	3,5	2,5	2,4	2,7	2,4	-11,2%
DISAIN	1	1,3	1,6	1	0,7	-25,2%
ETENDUSKUNSTID	21,4	10,6	7,2	3,1	2,4	-21,0%
FILM JA VIDEO	4,7	3	1,9	1,6	1,3	-19,3%
KIRJASTAMINE	10,4	7,3	6,5	6	5,6	-7,2%
KUNST	10,7	7	5,8	1,1	0,9	-17,7%
KÄSITÖÖ	8,5	5,2	3,3	2,7	2,1*	-23,7%
MEELELAHUTUSTARKVARA	29,5	27,7	20,6	19,7	7,1*	-63,9%
MUUSEUMID	6,9	6,4	6,8	7,8	7,6*	-2,6%
MUUSIKA	9,6	7	3	1,6	1,2	-22,3%
RAAMATUKOGUD	2,9	3	2,8	2,8	2,5	-11,9%
REKLAAM	3,3	2,8	2,3	2,4	1,3	-45,2%
RINGHÄÄLING	20,6	16,2	20,7	28,8	17,7	-38,4%
Loomemajanduse keskmine	5,7	3,9	3,4	2,7	1,9	-28,8%
Eesti ettevõtete keskmine	8,9	6,4	5,5	4,7	2,7	-42,5%

*Metoodika muudatus

Loomeettevõtete ja -asutuste töökorraldus on mitmekesine ja sageli ei põhine see klassikalisel palgatööl. Sektoris rakendatakse nii töövõtulepingu alusel töötamist kui ka ostetakse teenust sisse. Nii **puuduvad paljudes loomeettevõtetes põhikohaga töötajad** – töö teeb ära kas ettevõtte omanik või ostetakse see projektipõhiselt sisse. Ilma palgaliste töötajateta ettevõtete osakaal on valdkonniti väga erinev. Kõige väiksem on see arhitektuuri- ja meelelahutustarkvara valdkondades, kus vastavalt 40%-l ja 45%-l ettevõtetest ei ole ühtegi registreeritud töötajat. Seevastu kunsti-, muusika- ja etenduskunstide valdkondades ei ole kolmveerandil ettevõtetest ametlikult töötajaid. Loovisikud töötavad töövõtulepingu alusel sageli mitmes loomevaldkonnas ning mitme erineva tööandja heaks. Kuna lepinguliste töötajate kohta puudub süsteemne aruandlus, ei ole nende täpne arv teada. Käesolevas kaardistuses on fikseeritud põhikohaga töötajate arv, millele lisati üks hõivatut nende ettevõtete/asutuste kohta, millel äriregistri andmetel palgatöötajaid polnud, kuid mille kogutulu ületas 12 kuu miinimumpalga ja tööjõumaksude summat. Selline korrigeeritud lähenemine võimaldas arvesse võtta ka väiksemaid ettevõtteid, kus ei ole registreeritud palgatööjõudu.

2023. a oli **ühe töötaja kohta toodetud tulu loomemajanduse ettevõttes keskmiselt 96 000 eurot**. See näitaja on alates 2011. aastast järjepidevalt kasvanud (vt Tabel 10). Võrdluseks, Eesti ettevõtluse keskmine tulu töötaja kohta 2023. aastal oli Statistikaameti andmetel 221 000 eurot. See on rohkem kui kaks korda kõrgem kui loomemajanduses.

Loomemajandussektori kõrgeim tulu töötaja kohta iseloomustab reklaamivaldkonda – 220 000 eurot töötaja kohta aastas, mis on samal tasemel Eesti ettevõtluse keskmisega. Samuti on reklaamivaldkonnas olnud kiireim tulu kasv töötaja kohta. Kõige madalam tulu töötaja kohta on käsitöö- ja kunstivaldkondades (vastavalt 21 000 ja 25 000 eurot).

Peaaegu kõigis loomemajanduse valdkondades on tulu töötaja kohta suurenenud, sest kogutulud on kasvanud, kuid töötajate arv pigem kahanenud. See suundumus peegeldab sektori struktuuri muutust, kus väiksemate meeskondadega saavutatakse suuremat tulu.

Tabel 10. Keskmine tulu töötaja kohta

Valdkond	Tulu töötaja kohta (tuhat €)					Muutus 2023/2019
	2007	2011	2015	2019	2023	
ARHITEKTUUR	38	36	44	56	73	+29,7%
DISAIN	41	21	40	49	61	+24,7%
ETENDUSKUNSTID	20	16	23	31	50	+59,7%
FILM JA VIDEO	41	40	63	84	134	+59,8%
KIRJASTAMINE	58	60	65	73	92	+26,6%
KUNST	7	6	10	21	25	+19,8%
KÄSITÖÖ	11	12	14	21	21*	-1,0%
MEELELAHUTUSTARKVARA	52	45	101	112	98*	-12,8%
MUUSEUMID	19	27	51	57	66*	+16,4%
MUUSIKA	35	23	29	61	85	+38,7%
RAAMATUKOGUD	12	13	16	22	41	+88,6%
REKLAAM	105	75	99	122	240	+96,4%
RINGHÄÄLING	54	81	91	109	159	+46,2%
Loomemajanduse keskmine	41	37	48	71	96	+34,8%
Eesti ettevõtete keskmine	95	117	122	163	221	+35,6%

*Metoodika muudatus

Aastatel 2003–2007, mil Eesti majandus kasvas keskmiselt 8,1% aastas, oli majanduskeskkond soodne ka loomesektorile. Sel perioodil kasvasid loomesektori kogutulud keskmiselt 89%, peegeldades kiiret kasvu ja soodsaid arengutingimusi. Majanduslangus aastatel 2008–2009 mõjutas loomemajandust oluliselt, tuues kaasa siseturu mahu järsu vähenemise. Perioodil 2007–2011 vähenesid loomemajanduse kogutulud 11% (vt lk 108). Võrreldes teiste Eesti ettevõtetega oli loomemajanduse taastumine aeglasem. Aastatel 2011–2015 toimus loomemajanduses märgatav taastumine – kogutulud kasvasid sel perioodil koguni 45%. Kasv jätkus ka aastatel 2015–2019, ehkki mõnevõrra aeglasemas tempos – kogukulude kasv oli selles vahemikus 26%. Samuti jätkus loomesektori kasv viimaselt vaadeldud perioodil ehk vahemikus 2019–2023, mil loomesektori kogutulu suurenes 37%. Kõige kiiremini kasvas reklaamivaldkond, seda nii protsentuaalselt (+102%) kui ka absoluutsummas (kogutulu kasvas 352 mln eurot). Aeglasema kasvuga olid muusika (+6,6%) ja kirjastamine (+12%). Meelelahutustarkvara tulu langus võrreldes eelmise kaardistusega on tingitud metoodika muudatusest.

Aastatel 2019–2023 lisandus loomemajanduse sektorisse 3 055 ettevõtet/asutust. Ettevõtete arvu kasvutempo on võrreldav varasemate perioodidega. Töötajate arv samal ajal vähenes. Vaadates Eesti loomemajanduse arengut pikema perioodi vältel, siis ilmneb järjepidev ettevõtete arvu väga kiire kasv. Kui 2003. a tegutses sektoris 2 300 ettevõtet ja asutust, siis 2023. aastaks oli see arv kasvanud ligi 14 000-ni – see on enam kui kuuekordne kasv. Samaaegselt on kasvanud ka loomemajanduse kogutulu, mis on nende aastatega suurenenud 608 miljonilt 2,543 miljardi euroni.

Käesolevas analüüsis tugineti **lisandväärtuse** arvutamisel ettevõtete ja asutuste majandusaasta aruannetes välja toodud kasumi ja tööjõukulude näitajatele.²⁴ Tööjõu lisandväärtus näitab, kui palju väärtust loob üks töötaja ettevõttes/asutuses. Raamatukogude puhul ei ole lisandväärtust välja toodud, sest raamatukogudel

²⁴ Kuna eelmise loomemajanduse kaardistuse metoodikas oli tuginetud tööjõukulude ja kasumi näitajatele ning arvesse ei võetud põhivara kulumit, jätkati 2023. a analüüsis sama metoodikaga. Seega on tegemist puhaslisandväärtusega.

puudub kasumi/tulemi näitaja. Nii kujunes **loomemajanduse lisandväärtuseks 2023. aastal 868,9 mln eurot**. 2019. a kaardistuse kohaselt oli lisandväärtus 605,5 miljonit eurot, kuid kuna puuduvad täpsed andmed tollase metoodika kohta, ei ole analüüsis lisandväärtuse võrdlust aastate lõikes välja toodud. Andmed ettevõtete maksukulu kohta on esitatud uuringu lisades (vt lk 111).

Statistikaameti andmetel oli 2023. aastal Eesti ettevõtluses loodud lisandväärtuse suhe müügitulusse 23%. Loomemajanduse ettevõtete ja asutuste puhul oli see näitaja 34%. See näitab, et loomemajandusettevõtetes on tööjõukulude osakaal keskmisest kõrgem. **Loomemajandussektoris toodetud lisandväärtus oli 2023. a 2,3% Eestis toodetud SKPst** (Statistikaameti andmetel oli 2023. a Eesti SKP jooksevhindades 37,7 miljardit eurot). Enam loovad lisandväärtust reklaami-, kirjastamise- ja arhitektuuri valdkonnad (vt allolev tabel).

Tabel 11. Eesti loomemajanduse valdkondade lisandväärtus 2023. a

	Lisandväärtus (mln €)	Lisandväärtus hõivatu kohta (tuhat €)	Lisandväärtus töötaja kohta (äriregistri põhjal; tuhat €)
ARHITEKTUUR	149,6	43,5	45,8
DISAIN	39,3	24,8	26,8
ETENDUSKUNSTID	48,8	24,0	35,9
FILM JA VIDEO	57	41,8	43,3
KIRJASTAMINE	187,3	44,2	44,7
KUNST	10,3	7,4	13,5
KÄSITÖÖ	8,9	8,3	14
MEELELAHUTUSTARKVARA**	12,7	23,5	36,6
MUUSEUMID*	31,3	20,4	34,9
MUUSIKA	47,3	20,3	30,6
RAAMATUKOGUD*	-	-	-
REKLAAM	200,1	64,7	65,9
RINGHÄÄLING	76,3	43,4	43,4
KOKKU	868,9	35,6	40,9

**Meelelahutustarkvara puhul on kasutatud perioodi 2020–2023 keskmist aastast lisandväärtust. Tegemist on väga väikese sektoriga, kus üksikute suurte ettevõtete mõju kogu sektori tulemusele on väga suur. Nelja aasta keskmise näitaja kasutamine aitab hajutada üksikute aastate kõikumisi ning annab sektori panusest majandusse adekvaatsema pildi.

Lisandväärtuse puhul on välja toodud nii lisandväärtus arvestuslikult leitud hõivatute kui ka ametlikult registreeritud töötajate kohta. Esimesel juhul võeti hõivatute arvu aluseks käesoleva kaardistuse puhul kasutatud metoodika, kus neile ettevõtetele, kus ametlikult on null töötajat, kuid aastane müügitulu ületab 12-kordset miinimumkuupalka koos sotsiaalmaksu ja ettevõtte töötuskindlustusega, lisati juurde üks töötaja. Seega on tegemist arvestuslikult leitud valdkonnas hõivatute arvuga. Samuti on sellesse arvestusse kaasatud FIE-d. Teisel juhul võeti töötajate arvuks ettevõtete/asutuste poolt majandusaasta aruannetes deklareeritud töötajate arv. Märkimisväärne erinevus kahe arvutusmeetodi vahel on **meelelahutustarkvara** puhul, kus on suhteliselt suur FIE-na tegutsejate osakaal. FIE-d ja teised mitte-palgalised töötajad loovad küll väärtust, aga nende panus ei kajastu otseselt tööjõukuludes (nad ei saa palka, mis kajastuks tööjõukuludes, vaid nad teenivad ise ettevõtlustulu). Erinevused on ka teiste valdkondade puhul, kus on suurem erinevus ametlikult registreeritud töötajate ja hõivatute arvu vahel (nt muusika, kunst, käsitöö).

Kuna loomevaldkonnad on oma olemuselt väga erinevad, varieerub ka neis loodav lisandväärtus märkimisväärselt. Mõned loomesektorid (nt reklaam, meelelahutustarkvara), tegutsevad globaalsel turul ja on avatud rahvusvahelisele konkurentsile. Neis valdkondades on **palgatase** oluliselt kõrgem, mis avaldab otsest mõju ka lisandväärtusele: kuna tööjõukulud on tööjõu lisandväärtuse põhikomponendiks, tähendab kõrgem palk ka suuremat lisandväärtust töötaja kohta. Seevastu nt käsitöövaldkonnas tegutsevad valdavalt väga väikesed ettevõtted, mis keskenduvad peamiselt Eesti siseturule. Nõudlus on piiratud ning kasumlikkus

tagasihoidlik. Tööjõukulud on sageli mitteformaalsed või minimaalsed – tööd tehakse FIE-dena, ilma palgakuluta. Eelnevast tulenevalt jääb ka selle valdkonna loodav lisandväärtus oluliselt madalamaks.

Lisandväärtust mõjutab ka **töö intensiivsus**. Mitmetes loomevaldkondades (nt kunst, etenduskunstid, muusika) ei tööta arvestatav osa inimesi formaalselt täiskoormusega. Loovtöö on sageli projektipõhine, hooajaline või osalise ajaga, mis tähendab, et ametlik tööaeg ei kajasta tegelikku panust või koormust. Sellisel juhul ei ole ka tootlikkuse näitajad otseselt võrreldavad valdkondadega, kus töötajad on hõivatud täiskoormusega. Lisaks eelnevale on **tootlikkuse loogika** erinevates loomevaldkondades väga erinev sõltuvalt sellest, kas ettevõtte/asutus tegutseb ärilistel või muudel eesmärkidel. Mõnes valdkonnas (nt raamatukogude puhul) on asutuste enda võimekus tootlikkust tõsta üsnagi piiratud ja lisandväärtus kasvab siis, kui nt riiklikul tasandil tõuseb kultuuritöötajate palgataseme alammäär. See tõstab kohe ka statistilist lisandväärtust. Seega on loomemajanduse valdkondade panuse hindamine ainuüksi lisandväärtuse alusel keeruline ja võib olla eksitav, eriti valdkondades, kus majanduslik mõõde ei ole esmatähtis.

Uuringus on kaardistatud loomemajanduse ettevõtted ja asutused ning FIE-d, kuid loovisikud töötavad ka paljudes teistes majandussektorites (nt disainerid ja kunstnikud tööstuses ja IT-s). Muudes majandusharudes hõivatud loovisikute arvu ja tulude kohta puudub majandusstatistiline ülevaade. Seega ei ole teada loovisikute täpset arvu ja mujal sektorites hõivatud loovisikute tulused on raske hinnata.

Ajalooliselt on loomeinimesi iseloomustanud loominguline mõttelaad ja väiksem huvi majandustegevuse vastu, mistõttu on kultuuristatistika varasemalt keskendunud peamiselt kultuurisisu mõõtmisele (nt etenduste ja ilmunud raamatute arv). Viimaste aastakümnete arengud näitavad aga, et loomevaldkonna ja teiste majandussektorite põimumine ning ettevõtluspõhimõtete rakendamine loob väärtust nii loovisikutele kui ühiskonnale laiemalt. Kui 2005. aastal loomemajanduse kaardistamisega alustati, tekitas see loomeinimeste seas veel võõristust ja kahtlusi loomesektori majandusliku mõõtmise suhtes. Tänapäeval on ettevõtlusteadlikkus märgatavalt kasvanud. Ärimudelid on korrastunud ning üha enam loomeettevõtteid tegutseb iseseisvalt ega sõltu riigi toetusest.

Avaliku sektori toetuste sihipäraseks suunamiseks on oluline, et loomemajanduse statistika oleks usaldusväärne ning ettevõtete ja MTÜ-de aruandlus korrektne. Toetamine eeldab, et tegutsetakse registreeritud majanduse raamistikus. Siiski leidub loomemajanduses jätkuvalt valdkondi, mida on keeruline kaardistada (nt FIE-de müügitulu). Lisaks viitab suur ilma ametlike töötajateta ettevõtete arv sellele, et maksukoormust püütakse minimeerida, mistõttu jääb osa loometööst statistikas varju (nt tasakaalustatakse tulud kuludega ning tööjõukulude osakaal kujuneb väikseks).

EMTA tööjõumaksu andmete põhjal arvutades oli Eesti loomemajandussektoris **keskmine brutokuupalk 2023. a 1 627 eurot** – seda juhul, kui aluseks võtta kogu sektori kalkuleeritud hõivatute arv. Sellise metoodika puhul kujuneb loomesektori keskmine brutopalk madalamaks kui Eesti keskmine. Kui aga arvestada ainult nende töötajatega, kelle pealt on tööandjad tegelikult tööjõumakse maksnud (st ametlikult registreeritud töötajad), kujuneb sektori keskmiseks brutokuupalgaks **1 847 eurot**. See on suhteliselt võrdne Eesti keskmise näitajaga.

Kirjastamise ja ringhäälingu valdkonna keskmist palgataset tõstavad märkimisväärselt mõned suurettevõtted, kus töötasu ületab oluliselt valdkonna keskmist taset. Meelelahutustarkvara valdkonnas vähendab palganumbrit see, kui hõivatute arvu kaasata FIE-d. Seevastu ainult registreeritud töötajate palgatase selles valdkonnas ületab tunduvalt loomesektori keskmist näitajat. Kunsti ja käsitöö valdkonna keskmist brutopalka toovad alla mitmed tegurid: sage projektipõhine ja osalise koormusega töötamine ning suur FIE-de osakaal, mis tähendab, et palgatulu ei kajastu täiel määral tööjõumaksude kaudu.

Tabel 12. Loomemajanduse valdkondade tööjõukulud ja palk 2023. a

	Tööjõukulud hõivatu kohta aastas (€)	Hõivatu keskmine brutokuupalk (€)	Tööjõukulud töötaja kohta aastas (€)	Töötaja keskmine brutokuupalk (€)
ARHITEKTUUR	34 680	2 160	36 506	2 274
DISAIN	16 078	1 001	17 394	1 083
ETENDUSKUNSTID	22 709	1 414	33 847	2 108
FILM JA VIDEO	22 654	1 411	23 480	1 462
KIRJASTAMINE	40 449	2 519	40 864	2 545
KUNST	4 718	294	8 696	542
KÄSITÖÖ	7 642	476	12 873	802
MEELELAHUTUSTARKVARA	33 148	2 065	51 585	3 213
MUUSEUMID	19 584	1 220	19 584	1 220
MUUSIKA	14 372	895	21 697	1 351
RAAMATUKOGUD	16 397	1 021	16 397	1 021
REKLAAM	33 086	2 061	33 740	2 101
RINGHÄÄLING	37 849	2 357	37 849	2 357
Loomemajanduse keskmine	26 122	1 627	29 656	1 847
Eesti ettevõtete keskmine	29 414	1 832		

*Kantar Emori arvutused EMTA andmete põhjal

3.2 Loomettevõtete regionaalne jaotus

Käesolevas uuringus kaardistati 13 760 loomevaldkondades tegutsevat ettevõtet ja asutust. Allolevas tabelis on välja toodud 13 681 loomeettevõtte jaotus maakondade lõikes vastavalt nende äriregistris märgitud tegevusaadressile²⁵. Muuseumide ja raamatukogude puhul on aluseks Statistikaameti info muuseumide ja raamatukogude arvu kohta maakondade lõikes²⁶. Kuna teadus- ja erialaraamatukogude puhul (neid on 38) ja ekspositsioonide (neid on 95) puhul ei ole asukohta välja toodud, ei ole neid regionaalse jaotuse analüüsi kaasatud. Tabelis on ülevaatlikkuse tagamiseks tähistatud suurem ettevõtete arv rohelisega, keskmine kollasega ja väike arv või ettevõtete puudumine punasega. Viimaks on välja toodud ka üldine Eesti ettevõtete regionaalne jaotumine maakondade kaupa Statistikaameti andmete põhjal. Detailsem tabel, kus on välja toodud andmed Tallinna, Tartu ja Harjumaa nn kuldse ringi valdade ettevõtete arvu kohta, on esitatud lisades (vt lk 110).

²⁵ Kolmel ettevõttel puudus registrijärgne aadress, mistõttu arhitektuuri, kirjastamise ja meelelahutustarkvara puhul on veergudes esitatud arvudes väike, ühekohaline erinevus võrreldes kogu valdkonna ettevõtete arvuga.

²⁶ Muuseumide juures on arvesse võetud ka neli teaduskeskust.

Joonis 4. Loomettevõtete ja -asutuste regionaalne jaotumine maakondade lõikes 2023. a

	Harju	Hliu	Ida-Viru	Järva	Jõgeva	Lääne	Lääne-Viru	Pärnu	Põlva	Rapla	Saare	Tartu	Valga	Viljandi	Võru	KOKKU
Ahitektuur	993	8	27	17	6	14	25	52	14	19	31	181	14	30	2	1 434
Film ja video	835	3	23	5	5	13	15	39	4	17	14	65	5	14	0	1 057
Ringhaaling	74	0	8	2	0	0	1	2	0	1	2	8	1	0	0	99
Disain	1 545	14	32	20	17	23	29	91	10	27	44	217	13	32	5	2 119
Etenduskunstid	517	7	22	12	4	14	24	44	8	12	9	111	13	30	2	829
Kirjastamine	540	4	28	7	5	12	13	18	2	11	17	88	4	6	5	761
Käsitöö	212	7	17	9	17	27	19	45	8	27	31	64	11	22	5	521
Raamatukogud	185	13	67	36	34	27	56	74	38	42	45	97	33	55	47	849
Muuseumid	56	4	9	7	4	7	12	11	3	5	8	19	3	6	7	161
Kunst	976	18	30	18	24	26	41	72	25	25	37	211	13	28	2	1 546
Meelelahutustarkvara	60	0	1	0	0	0	2	1	0	0	0	10	0	1	0	76
Musika	1 241	14	40	19	22	16	39	90	23	42	41	209	11	59	10	1 876
Reklaam	1 843	8	37	18	12	12	41	82	19	25	33	189	5	25	4	2 353
KOKKU	9 077	100	341	170	150	191	317	621	154	253	312	1 469	126	308	89	13 681
Osakaal kõigist loomettevõtetest (%)	66	0,7	2,5	1,2	1,1	1,4	2,3	4,5	1,1	1,8	2,3	10,7	0,9	2,3	0,7	
Osakaal kõigist Eesti ettevõtetest (%)	58,1	0,8	4,5	1,6	1,6	1,4	3,3	5,8	1,4	2,2	2,4	10,5	1,4	2,8	2,2	

2/3 loomettevõtetest ja -asutustest tegutseb Harjumaal, sh 53% Tallinnas. See viitab loomesektori mõnevõrra suuremale koondumisele Harjumaale võrreldes ettevõtlusega üldiselt. Maakondade lõikes järgib loomettevõtete ja -asutuste jaotumine siiski üldiselt kogu ettevõtlusstruktuuri. Ida-Virumaal ja Võrumaal on loomettevõtete osakaal mõnevõrra väiksem kui üldine ettevõtete osakaal.

Valdkondade võrdluses paistab silma, et regionaalselt kõige ebaühtlasemalt on jaotunud meelelahutustarkvara ettevõtted, mis tegutsevad peamiselt Tallinnas ja Tartus. Samuti on enam kui 70% filmi ja video-, ringhäälingu-, disaini- ning reklaamivaldkondade ettevõtetest koondunud Harjumaale. Seevastu raamatukogudest asub Harjumaal vaid 20%, mis näitab nende laialdast jaotust üle Eesti ja kinnitab püüdlust tagada juurdepääs kirjandusele kõigis piirkondades. Muuseumide ja käsitöövaldkonna tegevused on samuti regionaalselt suhteliselt ühtlaselt jaotunud, rõhutades nende rolli kultuurielu hoidjatena kõigis maakondades.

Regionaalse jaotuse analüüsil on piiranguks see, et aluseks on ettevõtete registrijärgne aadress, mis aga ei pruugi kokku langeda tegeliku tegevuskohaga. See võib viia mõningate ebatäpsusteni piirkondliku jaotuse hindamisel.

Vahekokkuvõte: loomemajanduse maht ja paiknevus

- ❖ **Loomemajandus hõlmab märkimisväärset osa Eesti ettevõtlusmaastikust**, moodustades 2023. a 8,8% kõigist ettevõtetest ning pakkudes tööd enam kui 26 500 tuhandele inimesele. Sektori kogutulu ulatus 2,54 miljardi euroni, mis andis 2,7% kogu Eesti ettevõtluse müügitulust. See näitab, et loomemajandus ei ole pelgalt kultuuriline nähtus, vaid oluline majandusvaldkond.
- ❖ **Sektori kogutulu kasv 37% võrreldes 2019. aastaga ületab Eesti ettevõtluse kogutulu kasvu, kuid samal ajal on hõivatute arv vähenenud 6%.** See viitab küll sektori tõhususe kasvule ja võimalikele ümberkorraldustele tööjõu kasutamises – näiteks väiksemate, aga tootlikemate üksuste kasvule ning projektipõhise töö levimisele. Samas osa tulukasvust võib tuleneda ka üldisest hinnatõusust ja elukalliduse kasvust, mis on suurendanud teenuste ja toodete nominaalset maksumust.
- ❖ **Loomettevõtted on valdavalt väikesed ja tootlikkuse näitajates jäävad Eesti keskmisele alla.** Keskmise tulu töötaja kohta loomemajanduses oli 2023. aastal 96 000 eurot, samas kui Eesti

ettevõtluses laiemalt ulatus see 221 000 euron. Leidub siiski erandeid, nt reklaamivaldkonnas, kus töötaja kohta teenitud tulu ületab riigi keskmist.

- ❖ **Loomemajanduse rahastusstruktuur on mitmekesine, ent avalik tugi on mitmes valdkonnas keskse tähtsusega.** 2023. aastal moodustasid riiklikud ja kohalikud toetused 14,6% kogutulust, kuid näiteks raamatukogude puhul lausa 99% ja etenduskunstide puhul 86%. Selline sõltuvus peegeldab nende valdkondade ühiskondlikult olulist, ent majanduslikult haavatavat iseloomu.
- ❖ **Ettevõtete ja asutuste struktuur on väga erinev:** domineerivad osaühingud, kuid suur osakaal on ka MTÜ-del, eriti muusika-, kunsti- ja etenduskunstide valdkondades. See viitab sellele, et äriloogika kõrval on loomemajanduses olulisel kohal mittetulunduslik ja kogukondlik lähenemine.
- ❖ **Loomemajanduse kasv on pikaajaliselt olnud muljetavaldav.** Viimase 20 aastaga on ettevõtete arv enam kui kuuekordistunud, kasvades 2300-lt ligi 13 800ni. Samal ajal on kogutulu suurenenud enam kui neljakordselt, jõudes 2,5 miljardi euron. See trend kinnitab valdkonna järjest olulisemat positsiooni Eesti majandusstruktuuris.
- ❖ **Loomemajanduse lisandväärtus moodustas 2,3% SKP-st ning näitab sektori tööjõuintensiivsust.** Lisandväärtuse suhe müügitulusse oli 2023. aastal 35%, ületades Eesti ettevõtluse keskmist (23%). Suurima panuse andsid reklaam, kirjastamine ja arhitektuur.
- ❖ **Geograafiline jaotus näitab tugevat koondumist Harjumaale,** kus asub üle kahe kolmandiku loomeettevõtetest ja -asutustest. Peamiselt on sinna koondunud digitaalsemad ja kommertslikumad valdkonnad, nagu meelelahutustarkvara, film, disain ja reklaam. Samas on kultuurilise taristuga seotud valdkonnad (raamatukogud, muuseumid ja käsitöö) oluliselt hajusamalt jaotunud, täites olulist rolli regionaalses kultuurielus ja kogukondade toetamisel.

4. Loomemajanduse eksport

4.1 Ekspordinäitajad



Loomemajanduse valdkonnad erinevad oluliselt nii oma toimimismudeli, eesmärkide kui ka ekspordipotentsiaali poolest, mistõttu ei ole ekspordinäitajad kõikide valdkondade puhul asjakohased ega võrreldavad. Mõned loomeasutused ja -ettevõtted teenindavad peamiselt siseriiklikku tarbijaskonda ning tegutsevad riikliku rahastuse toel – näiteks raamatukogud ja muuseumid. Nende tegevus võib küll ulatuda ka välisriikidesse (nt teavikute jagamine välismaistele partneritele või projektipõhine rahvusvaheline koostöö), kuid see ei väljendu

otseselt ekspordituluna ega kujuta endast majanduslikku eksporti selle kitsamas tähenduses.

On ka loomevaldkondi, mille tegevus ei ole suunatud otseselt ärilisele kasule, kuid mille kaudu panustatakse kultuuriekspordi kaudu oluliselt Eesti rahvusvahelise kuvandi kujundamisse. Näiteks filmide levitamine festivalidel, kontsertide ja etenduste korraldamine välismaal või osalemine näitustega rahvusvahelistel kunstisündmustel ei pruugi olla tulu teenimisele suunatud, ent aitavad kaasa Eesti kultuurilise nähtavuse kasvule.

Kolmandasse rühma kuuluvad valdkonnad ja ettevõtted, mille tegevus on suunatud otseselt turumajanduslikule konkurentsile ning ekspordi kaudu tulu teenimisele. Nende hulka kuuluvad näiteks meelelahutustarkvara, kirjastamine (eelkõige selle sidusvaldkond trükindus), reklaam, arhitektuur ning eraringhääling. Eriti just meelelahutustarkvara tootjad on valdavalt välisurule suunatud. Ringhäälinguettevõtted teenivad välismaal tulu näiteks tasuliste voogedastusplatvormide tellimustest, meediainfrastruktuuri ja edastusteenuste pakkumisest ning satelliit- ja andmesideteenustest.

Loomemajanduse majanduslik eksport tugineb peamiselt teenuste ekspordile, kuid olemasolev avalik statistika ei võimalda valdkonnapõhist täpset eristamist. Statistikaameti andmed koondavad loomemajandusega seotud teenused laiematesse kategooriatesse, mis sisaldavad sageli ka mitteloomelisi tegevusi. Näiteks on "programmeerimine, konsultatsioonid jms tegevused" kategooria all peidus nii meelelahutustarkvara kui ka täiesti loomemajandusest väljaspool tegutsevad IT-ettevõtted. Samuti sisaldab "reklaamindus ja turu-uuringud" turu-uuringute eksporti, mis ei kuulu loomemajanduse klassifikatsiooni alla. Loomemajanduse tegevus on sisult kitsam kui meelelahutustegevus, kuid ka "loometegevus" ise on üsna lai mõiste – tegemist võib olla käsitöö-, kujutava kunsti- või disainivaldkonnaga. Seetõttu tuleb statistikat tõlgendada ettevaatlikult. Loomemajanduse tegelik ekspordimaht võib olla väiksem kui Statistikaameti koondnumbrid näitavad. Samas võimaldavad need andmed siiski tuvastada üldisi trende loomemajandusega seotud tegevusalade ekspordi arengus.

Statistikaameti 2023. a andmed näitavad järsku kasvu mitmes loomemajandusega seotud teenuseliigis. Kõige suurem oli tõus programmeerimise ja konsultatsioonide valdkonnas, kus eksporditulu ulatus 2,9 miljardi euroni – rohkem kui kolmekordne kasv võrreldes 2019. aastaga (Tabel 13). Märkimisväärselt kasvas ka reklaaminduse ja turu-uuringute eksport (130,6 → 558,5 mln eurot) ning kirjastamise eksport (9,5 → 101,1 mln eurot). Filmi- ja videosektori tootmisteenuste ning muusikavaldkonna kirjastamistegevuste eksport kasvas mõõdukamalt, jõudes 47 miljoni euroni. Kõige tagasihoidlikumad olid ekspordinäitajad raamatukogude, arhiivide, muuseumide ja muude kultuuri- ja teadusala puhul, kus kasv puudus. Üldiselt on näha, et kõige kiiremini kasvavad need loomemajanduse alavaldkonnad, millel on tugev digitaalne või äriline komponent ning mille tooted ja teenused on kergesti skaleeritavad ja rahvusvaheliselt turustatavad.

Tabel 13. Teenuste eksport teenuseliikide kaupa 2019 ja 2023 (mln €)

	2015	2019	2023
Programmeerimine, konsultatsioonid jms tegevused	287,7	847,0	2 919,4
Reklaamindus ja turu-uuringud	62,8	130,6	558,5
Kirjastamine	0,6	9,5	101,1
Arhitekti- ja inseneritegevused; teimimine ja analüüs	40,5	55,5	97,7
Kinofilmide, videote ja telesaadete tootmine; helisalvestiste ja muusika kirjastamine	18,9	33,8	47,0
Loomes-, kunsti- ja meelelahutustegevus	5,5	10,5	19,9
Meediateenused	0,9	0,6	4,2
Raamatukogude, arhiivide, muuseumide ja muude kultuuriasutuste tegevus	0,2	0,4	0,4

Allikas: Statistikaamet, VKT40.

Loomemajanduse ekspordi hindamisel pakub kõige terviklikumat vaadet äriregistri andmebaas, mis tugineb ettevõtete esitatud majandusaasta aruannetele ning hõlmab nii kaupade kui teenuste ekspordi. 2023. aastal deklareeris ekspordist tulu **815 loomeettevõtet** ehk 5,9% kõigist loomeettevõtetest. Kogueksporditulu ulatus **567,1 miljoni euroni** (võrreldes 348,2 miljoniga 2019. aastal) ning moodustas **22,3%** kogu loomemajanduse (sh muuseumid ja raamatukogud) kogutulust ning **26,5%** müügitulust (Tabel 14). **Eksport kasvas nende aastatega seega 62,9%.²⁷**

Tabel 14. Loomesvaldkondade eksport 2019 ja 2023.

Valdkond	2019		2023		
	Eksport (mln €)	Ekspordi osakaal kogutulust	Eksport (mln €)	Ekspordi osakaal kogutulust	Ekspordi osakaal müügitulust
ARHITEKTUUR	14,9	7,1%	12,8	5,1%	5,2%
.. sh põhivaldkond	1,7	-	2,4	3,1%	3,3%
.. sh sidusvaldkond	13,1	-	10,4	6,0%	6,0%
FILM JA VIDEO	40,1	30,7%	49,5**	27,0%	28,2%
RINGHÄÄLING	26,7	13,8%	45,6	16,3%	19,7%
DISAIN	12,2	21,7%	15,5	16%	16,2%
ETENDUSKUNSTID	0,9	1,3%	0,2	0,2%	1,4%
KIRJASTAMINE	98,5	28,3%	103,2	26,4%	27,0%
.. sh põhivaldkond	2,5	-	8,8	5,3%	5,6%
.. sh sidusvaldkond	96,0	-	94,4	42,0%	42,1%
KÄSITÖÖ	1,8	9,6%	4,5	20,2%	20,3%
KUNST	1,0	4,1%	0,9	2,6%	3,3%
.. sh põhivaldkond	1,0	-	0,8	2,4%	3,1%
.. sh sidusvaldkond	-	-	0,1	5,6%	5,6%
MEELELAHUTUSTARKVARA*	56,62	-	33,8	64,1%	64,1%

²⁷ Samas tuleb tulemuste võrdlusel arvestada ka meetodiliste erinevustega 2022. aasta ja käesoleva loomemajanduse kaardistuse vahel, mis võivad mõjuda ekspordinäitajate muutustele.

MUUSIKA	16,1	8,7%	21,8	11,1%	14,6%
.. sh põhivaldkond	3,9	-	4,1	4,1%	5,7%
.. sh sidusvaldkond	12,2	-	17,7	22,8%	31,0%
REKLAAM	79,4	21,7%	279,3	37,7%	37,7%
KOKKU	348,22	-	567,1	22,3%	26,5%

Allikas: äriregister.

* Meelelahutustarkvara oli varasemas kaardistuses jaotatud põhi- ja sidusvaldkondadeks, kuid käesolevas aruandes käsitletakse seda ainult põhivaldkonnana. Seetõttu lähtuti EKI 2022. a üldaruandes toodud meelelahutustarkvara tuumikvaldkonna ekspordi näitajast (91,6 mln eurot), millest lahutati PlayTech Estonia OÜ müügitulu (34,98 mln eurot), kuna see ettevõtte oli eelmisel korral ülevaatesse kaasatud, kuid sel korral jäeti välja (PlayTechi tulu koosnes täielikult eksporditulust).

** 49,5 mln euro suurusesse ekspordinäitajasse on kaasatud ka Forum Cinemas Lithuania OÜ ja Forum Cinemas Latvia OÜ, mille tegelik tegevus ja töödud asuvad vastavalt Leedus ja Lätis (Forum Cinemas Latvia OÜ-l on Eestis vaid 1 töötaja). Seetõttu on nende ettevõtete otsene majanduslik mõju Eestile piiratud. Ilma nende kahe ettevõttega oli 2023. a eksporditulul 27,8 mln eurot.

Ekspordi struktuuris domineerivad selgelt reklaam (279,3 mln €) ja kirjastamine (103,2 mln €), eeskätt viimase sidusvaldkond trükindus (94,4 mln €). Kirjastamise põhiala eksport oli vaid 8,8 mln € ja see tuli valdavalt ajalehtede ja ajakirjade kirjastamisest. Reklaam ja kirjastamine (koos trükindusega) moodustavad kokku 382,5 miljonit eurot ehk 67,4% kogu loomemajanduse eksporditulust. Reklaam on tugevalt turupõhine ja toimib valdavalt ilma riikliku toeta, olles kiiresti kohanenud digitaalsete ja platvormipõhiste lahendustega, nagu TikTok-formaadis turundus, täisteenused ja iduettevõtete lansseerimine. Meelelahutustarkvara valdkonnas on peaaegu kogu tegevus suunatud välisurgudele ning sektori kiire areng lubab prognoosida ekspordi edasist kasvu. Ringhäälingu eksporditulul osakaal on samuti suurenenud, viidates ärimudeli muutumisele ja tugevale positsioonile regionaalsetel turgudel. Käsitöö ja muusika eksporditulul osakaalu kasv võib olla seotud näiteks e-kaubanduse ja digitaalse levitamise laienemisega.

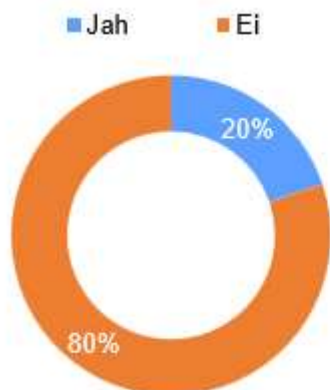
Samas on eksporditulul osakaal kogutulust langenud mitmes valdkonnas, nagu arhitektuuris, filmi ja video valdkonnas, disainis, etenduskunstides, kirjastamises ning kunstis. Seda võib osaliselt seletada valdkondade haavatavusega COVID-19 pandeemia ja muude kriiside poolt, aga ka asjaoluga, et nende valdkondade teenused ei ole niivõrd digitaalsed või skaleeritavad kui kõrgema ekspordi osakaaluga sektorites.

Loomemajanduse eksport on koondunud eelkõige lähiturgudele (Leedu, Läti, Soome ja Rootsi), mis viitab piirkondlikele koostöösidemetele ja lihtsamale ligipääsule. Kaugematest sihtturgudest tõusevad esile Ameerika Ühendriigid ja Lirimaa, eelkõige reklaami- ja meelelahutustarkvara valdkondade eestvedamisel, viidates Eesti digipõhiste loometeenuste kasvavale võimekusele tegutseda rahvusvahelisel turul.

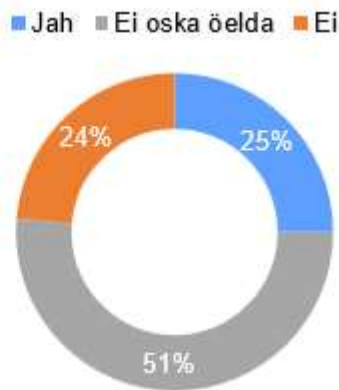
4.2 Ekspordivõimekus loomeettevõtete ja -asutuste hinnangute põhjal

Käesoleva uuringu jaoks läbi viidud ankeetküsitluses hindasid vastajad oma ekspordivõimekust. Uuringus osalenud loomeettevõtetest **eksportis** aastatel 2020–2023 oma tooteid või teenuseid **vaid iga viies** (vt Joonis 5). Erandiks oli meelelahutustarkvara valdkond, kus kõik vastajad tegelesid ekspordiga. Tuleviku osas on ettevõtjad kõhklevad ja pooled ei oska hinna, kas nad edaspidi hakkavad ekspordiga tegelema (vt Joonis 6). Valdkondade lõikes eristub kirjastamine, kus küll vastajaid oli vähe, kuid teiste valdkondadega võrreldes on kõige rohkem neid, kes ei kavatse edaspidi oma toodangut eksportida.

Joonis 5. Kas Teie ettevõtte/asutus eksportis oma tooteid või teenuseid aastatel 2020–2023?
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



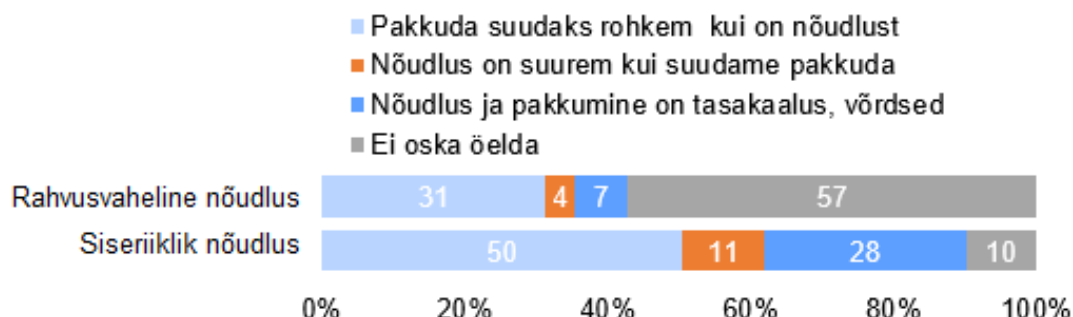
Joonis 6. Kas Te edaspidi plaanite oma tooteid või teenuseid eksportida?
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Eksportida saab siis, kui toodete/teenuste järele on välismaal nõudlust ja seda suudetakse rahuldada. **Uuringus osalenud loomeettevõtted on siseriikliku nõudluse osas kindlamad kui rahvusvahelise turu väljavaadete suhtes.** Siseriikliku nõudluse hindamisel näevad pooled uuringus osalenud loomeettevõtetest, et turul on veel kasvuruumi – nad suudaksid pakkuda rohkem kui praegu nõutakse (vt Joonis 7). 28% vastajatest hindas, et nõudlus ja pakkumine on tasakaalus. Vaid umbes iga kümnes ettevõtte märkis, et nõudlus ületab nende pakutava mahu ning tööd on rohkem kui nad suudavad teha. Uuringus osalejate näitel on arhitektuurivaldkonna ettevõtete seas kõige enam neid, kelle puhul nõudlus ületab pakkumise.

Joonis 7. Milline on praegu nõudlus Teie toodete või teenuste järele?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Rahvusvahelise nõudluse hindamisel on vastajad märgatavalt ettevaatlikumad: enam kui pooled ei oska selles küsimuses seisukohta võtta. Sarnane ebakindlus kajastub ka vastuses küsimusele, kas nad edaspidi plaanivad oma tooteid või teenuseid eksportida – 51% ei osanud ka sellele küsimusele vastata. Seega võib järeldada, et vähemalt **uuringus osalenud loomeettevõtted on nii rahvusvahelise nõudluse kui ka oma ekspordipotentsiaali suhtes pigem ettevaatlikud.** Vaid 4% vastajatest leidis, et rahvusvahelisel turul on nõudlust rohkem kui nad suudavad pakkuda.

Osalejad said hinnata ka seda, kui oluline konkurentsieelis eksportimisel on nende jaoks eestimaist päritolu. **Ligi 2/3 uuringus osalenud loomeettevõtetest ja -asutustest ei pea eestimaist päritolu eksportimisel oluliseks konkurentsieeliseks.** Seejuures arvab peaaegu iga kolmas, et see pole üldse oluline. Vastused ei erine olulisel määral sõltuvalt sellest, kas ettevõtte on tegelenud eksportimisega või mitte. Vastajatel oli võimalik oma arvamust ka põhjendada. Selgituseks toodi välja seda, et tegevusvaldkonnas on oluline idee/toode, mitte päritolu ning Eestil pole vastavas valdkonnas maailmas eristuvat või positiivset kuvandit loovat mainet. Mõnel juhul arvati, et seos Eestiga võib mõjuda pigem negatiivselt ning Ida-Euroopa päriolu tõttu eeldatakse odavamat hinda või kehvemat kvaliteeti. Oli ka neid, kes on teadlikult keskendunud ainult koduturule ega

kaalugi eksportimist. Samuti leidus vastajaid, kelle enda jaoks on nende päritolu küll tähenduslik, kuid kes ei usu, et see mängiks nende klientide jaoks olulist rolli.

Uuringus osalenud ettevõtete vastused:

„99,9999% klientidest ei tea, mis riikides toodetud arvutimänge nad mängivad. Need 0,0001% on eestlased, kes kahjuks ei osta tarkvara üldiselt.“

„Eestikeelne teatrikunst on sisuliselt ilma ekspordipotentsiaalita. Konkurentsivõimelisust tõstaks keeleülestest lavastuste loomine.“

„Kui keegi välismaalt mu poole pöördub, et minuga koostööd teha, siis tõenäoliselt ei ole mitte minu Eesti päritolu selles kontekstis kõige olulisem, vaid minu portfoolio ja teenuse kvaliteet, mida tagan.“

„Teenuse, mida pakun, on rahvusvaheliselt universaalne ja ei seostu Eestiga.“

„Minu looming ei ole rahvusliku iseloomuga, ei kannu pärandit, kõneleb universaalset keelt.“

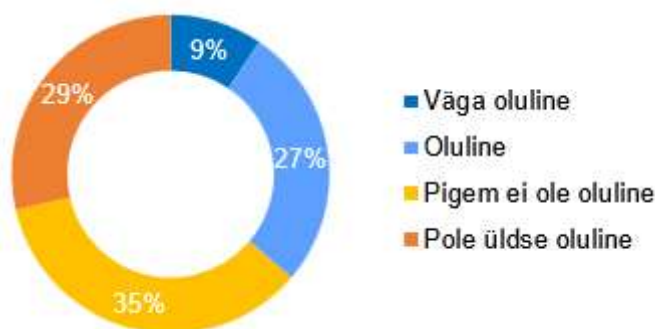
„Eesti profiil rahvusvahelise muusikaturu kontekstis ei anna eelist, oluline on siiski toode, s.t muusika ja artisti sisu ja kvaliteet. See ei tähenda, et me ei too seda välja, lihtsalt see ei loo eelist.“

„Meie jaoks võib meie toodete päritolu olla tähtis, aga konkurentsieelist see meie toodetele ei anna, kuna Eesti ei ole tarbekunstiriigina tuntud.“

„Sest "tehtud Eestis" ei ole laias ilmas argument, mis võimaldaks kauba või teenuse eest kõrgemat hinda küsida või mis mingil muul moel annaks müügieelise!“

Joonis 8. Kui oluline konkurentsieelis eksportimisel on Teie jaoks Teie toote/teenuse eestimaine päritolu?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



36% vastajatest peab eestimaist päritolu oluliseks, sh peaaegu iga kümnes leiab, et see on väga oluline. Kõige enam väärtustavad oma päritolu kultuuripärandivaldkonnas tegutsevad vastajad. Kohati lähevad vastajate arvamused lahku: osa leiab, et Eestil ei ole nt disainivaldkonnas maailmas tugevat mainet, samas kui teised usuvad vastupidist ja leiavad, et vahel võib eestimaine päritolu mõjuda kvaliteedimärgina. Kõlama jääb siiski see, et **eestimaisus on oluline eelkõige loomeettevõtete enda jaoks ning vaid üksikutes valdkondades tajutakse seda ka kliendi jaoks väärtusena.**

Uuringus osalenud ettevõtete vastused:

„Eestil on IT-valdkonnas hea maine, eriti Põhjamaades.“

„Minu toodete puhul on tegu käsitööga. Nende eksportimisel on eestimaine päritolu tähtis. Müün emotsiooni ja lugu. Pigem ostetakse tooteid Eestis välismaale, eksport ei ole minu-suurusele ettevõttele praegu nii vajalik, tootlus puudub. Samuti toimub järelmüük e-poe kaudu peale Eesti visiiti. Käsitöökauplustes on 75% toodete ostajatest välismaalased.“

„Eestimaine päritolu tähendab enamasti ka mingil määral kvaliteetsemat/läbimõeldumat toodet.“

„Eesti disaini üldine hea renomee maailmas.“

„Eesti heliloojate looming on ainulaadne.“

„Väikese keskkonna unikaalsus ja kultuuripuhtuse hoidmine. See on uhke tunne!“

Vahekokkuvõte: eksport

- ❖ **Eksportipotentsiaal on valdkonniti väga erinev.** Majanduslik eksport on peamiselt koondunud reklaami-, kirjastamise- ja meelelahutustarkvara valdkondadesse, millel on tugev turupõhine suunitus ja rahvusvaheliselt skaleeritav ärimudel. Samal ajal aitavad nt etenduskunstide ja filmi rahvusvahelised tegevused kaasa Eesti kultuurieksporti ja maine kujundamisele, ehkki ei väljendu alati eksportituluna.
- ❖ **Statistiline mõõtmine ei peegelda alati loomevaldkondade tegelikku eksporti.** Avaliku statistika kategooriad on laiad ja sisaldavad ka mitteloomelasid, mistõttu tuleb valdkondade ekspordinäitajaid tõlgendada ettevaatlikult. Tegelik majanduslik mõju võib olla väiksem kui ametlikud andmed näitavad.
- ❖ **Eksportivõimekus kasvab kõige kiiremini digitaalsetes ja tehnoloogiapõhistes valdkondades.** Suurim eksportitulu kasv viimastel aastatel tuli programmeerimisest, reklaamist ja trükindusest – tegevusaladest, mis on hästi kohanenud digipõhise majanduse ja rahvusvaheliste platvormidega.
- ❖ **Ettevõtjad on ekspordi suhtes pigem ettevaatlikud.** Ainult viiendik loomeettevõtjatest on viimastel aastatel ekspordiga tegelnud ning pooled ei oska hinnata oma tulevikuväljavaateid rahvusvahelisel turul. Peamiseks takistuseks peetakse info, kogemuse ja kontaktide puudust.
- ❖ **Eestimaine päritolu ei ole enamiku ettevõtjate hinnangul rahvusvahelisel turul konkurentsieeliseks.** Eriti tehnoloogia- ja teenuspõhistes valdkondades peetakse määravaks toote või teenuse sisu ja kvaliteeti, mitte geograafilist algupära. Erandiks on kultuuripärandi- ja käsitöövaldkonnad, kus päritolu võib kanda tähenduslikku väärtust ja olla osa narratiivist.

5. Loomemajanduse toetuste mõju

5.1 Toetuste mõju uurimise metoodika



Loomemajanduse toetused võivad olla kas regulaarsed tegevustoetused (nt raamatukogudele, muuseumidele, teatritele jne) või projektipõhised toetused (nt mingi konkreetse teose väljaandmiseks, investering põhivarasse või teadmiste, oskuste, koostöö arendamiseks (nt koolitused, seminarid, inkubatsioon jne).

Loomemajanduse valdkondi rahastati 2023. aastal (toetuse määramise aasta järgi) avaliku sektori ja muude toetajate poolt 372,2 miljoni euroga (2019. a 262 mln).

Regulaarsete tegevustoetuste määramine valdkondadele on eelkõige kultuuripoliitiline otsus ja nende toetuste kaudu püütakse saavutada mitmeid eesmärke:

- kõrgkultuuri loomise võimaldamine;
- elanike kultuurinõudluse parem rahuldamine (et kultuuri tarbimise hind ei oleks liialt kõrge);
- Eesti kultuuri tutvustamine välismaal, riigi kuvandi kujundamine ja mõjutamine;
- hariduslikud eesmärgid;
- regioonide elukeskkonna atraktiivsuse suurendamine;
- Eesti rahvuskultuuri edasiarendamine;
- Eesti kultuuri säilitamine ja tutvustamine.

Selliste tegevustoetuste mõju on väga lai ja seda otseselt uurida pole mõttekas: lõppeesmärgiks on Eesti kultuuri säilimine ja areng, elukvaliteedi paranemine ja riigi hea maine. Kui riigi positsioon rahvusvahelises võrdluses ja elanike elukvaliteet on hea ning paraneb (inimarengu aruande, konkurentsivõime reitingute, õnneindeksi jne järgi), siis saab eeldada, et toetused on olnud asjakohased.

Projektipõhiseid toetusi, kus on määratletud ka majanduslikud eesmärgid, annab Eestis loomemajandusele eelkõige EIS. Selliste toetuste puhul saab selgemalt hinnata majanduslikku mõju.

5.2 Loomemajanduse toetamine läbi tugistruktuuride ja katusorganisatsioonide

Loomemajanduse toimimist toetavad mitmesugused tugistruktuurid ja katusorganisatsioonid, mille roll on aja jooksul oluliselt kasvanud. Arenduskeskused, inkubaatorid ja ärikiirendid aitavad loomeettevõtetel kasvada, ärimudeleid testida, leida partnereid ja jõuda uutele turgudele. Loome- ja erialaliidud ning ettevõtlusorganisatsioonid täidavad aga olulist esindusfunktsiooni, kujundavad valdkondlikku identiteeti ning seisavad loovisikute ja ettevõtjate huvide eest. Neid struktuure toetatakse valdavalt avaliku sektori vahenditest ning kuigi nende täpsed ülesanded valdkonniti erinevad, on nende ühine eesmärk loomemajanduse ökosüsteemi tugevdamine ja valdkonna konkurentsivõime tõstmine.

2019. ja 2023. aastate andmeid võrreldes on näha, et arenduskeskuste toetused ja annetused on enamasti suurenenud, kuid mõnel juhul – nagu Eesti Disainikeskusel ja Eesti Arhitektuurikeskusel – on need vähenenud (Tabel 15). **Ettevõtlustulu on valdavalt kasvanud**, viidates arengule isemajandamise suunas ning suuremale võimekusele teenida omatulu. Samas võib kasv olla osaliselt seotud ka elukalliduse ja teenuste

üldise hinnatõusuga. Töötajate arv on enamikes keskustes püsinud stabiilsena, ainus erand on Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus, kus töötajate arv vähenes ühe võrra.

Tabel 15. Loomevaldkondade arenduskeskuste tulud ja töötajate arv 2019 ja 2023

	Töötajate arv	Tulu ettevõtlusest	Toetused, annetused	Muud tulud	Kogutulu
Eesti Disainikeskus					
2023	7	171 750	193 474	13 200	378 424
2019	6	148 473	243 193	13 900	405 566
Eesti Kirjanduse Teabekeskus					
2023	3	2 028	194 802	455	197 285
2019	3	-	172 600	30	172 630
Eesti Lastekirjanduse Keskus*					
2023	-	-	923 000	-	-
2019	-	-	780 000	-	-
Eesti Arhitektuurikeskus					
2023	6	87 013	353 895	188 680	629 588
2019	6	126 084	522 915	128 036	777 035
Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus					
2023	5	36 513	518 155	15	554 683
2019	4	27 862	493 192	0	521 054
Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus					
2023	4	153 490	246 400	23	399 913
2019	5	88 681	211 612	1 021	301 314
Eesti Teatri Agentuur					
2023	5	98 130	273 030	151	371 311
2019	4	59 734	152 459	5 589	217 782
Music Estonia					
2023	5	44 589	392 468	40 449	477 506
2019	5	-	331 715	70 301	402 016
GameDev Estonia					
2023	1	23 025	110	-	23 135
2019	-	-	-	-	-

Allikas: vastavate arenduskeskuste 2019. ja 2023. aastate majandusaasta aruanded.

Märkus: töötajate arv viitab arvule taandatuna täistööajale.

* Eesti Lastekirjanduse Keskus ei esita majandusaasta aruandeid. Seetõttu võeti toetuste aluseks Kultuuriministeeriumi 2019. ja 2023. a eelarvetes tuvastatud eraldised Eesti Lastekirjanduse Keskusele.

Loom- ja erialaliitude rahastuses on aastatel 2019–2023 toimunud mitmeid muutusi. Enamiku organisatsioonide puhul on kogutulu kasvanud. Sellele on oluliselt kaasa aidanud toetuste ja annetuste mahu suurenemine (Tabel 16). Näiteks Eesti Kunstnike Liit, Eesti Raamatukoguvõrgu Konsortsium ja Eesti Esitajate Liit said 2023. aastal võrreldes 2019. aastaga oluliselt suurema toetuse. Samas on ka erandeid: nt Eesti Heliloojate Liidul ja Eesti Maastikuarhitektide Liidul on toetuste maht vähenenud ning Eesti Lavastuskunstnike Liidul praktiliselt samaks jäänud.

Ettevõtlustulu kasv on märgatav mitme liidu, eriti Eesti Arhitektide Liidu, Eesti Muuseumiühingu ja Eesti Esitajate Liidu puhul. See viitab tugevnevale iseseisvale tegutsemisvõimele. Sellegipoolest on loomeliitude ettevõtlustulu üldiselt vähenenud. Töötajate arv on valdavalt suurenenud seal, kus kogutulu on oluliselt kasvanud (nt Eesti Raamatukoguvõrgu Konsortsium, Eesti Kunstnike Liit, Eesti Arhitektide Liit). Valdavalt oli

töötajate arv aga stabiilne. Ülevaade viitab sellele, et paljud katusorganisatsioonid on suutnud tugevdada oma majanduslikku positsiooni ning mõnel juhul ka mitmekesistada tulubaasi, kuid avalik toetus jääb endiselt keskele kohale.

Tabel 16. Loomes- ja erialaliitude tulud ja töötajate arv 2019 ja 2023

	Töötajate arv	Tulu ettevõtlusest	Toetused, annetused	Muud tulud	Kogutulu
Eesti Disainerite Liit*					
2023	6	293 634	254 007	5 632	553 273
2019	3	362 773	144 688	4 029	511 490
Eesti Arhitektide Liit*					
2023	8	514 025	672 109	31 595	1 217 729
2019	4	235 906	373 934	19 883	629 723
Eesti Sisearhitektide Liit*					
2023	3	51 250	338 575	7 978	397 813
2019	3	117 583	207 522	7 523	332 628
Eesti Maastikuarhitektide Liit*					
2023	2	25 003	147 156	4 725	176 884
2019	1	25 553	148 022	5 937	179 492
Turundajate Liit					
2023	3	185 756	-	214 650	400 406
2019	2	160 317	-	94 200	254 517
Eesti Kunstnike Liit*					
2023	37	896 600	1 658 399	44 036	2 599 035
2019	26	812 251	608 943	352 647	1 773 841
Eesti Ringhäälingute Liit					
2023	0	37 804	-	14 236	52 040
2019	1	-	-	42 958	42 958
Eesti Kirjanike Liit*					
2023	9	266 436	833 343	3 445	1 103 224
2019	10	258 305	512 685	1 220	772 210
Eesti Näitlejate Liit*					
2023	2	558	292 113	243 854	536 525
2019	2	-	166 239	39 079	205 318
Eesti Kinoliit*					
2023	2	121 138	130 304	8160	259 602
2019	3	112 881	86 999	6254	206 134
Eesti Audiovisuaalautorite Liit					
2023	1	-	-	159 652	159 652
2019	**	27 832	-	24	27 856
Eesti Filmitööstuse Klaster					
2023	1	6 543	5 000	8 100	19 643
2019	0	3 800	-	9 400	13 200
Filmi Esmasalvestuse Tootjate Ühing					

2023	0	-	83 087	-	83 087
2019	-	-	-	-	-
Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liit					
2023	3	-	236 301	17 426	253 727
2019	2	-	181 906	30 479	212 385
Eesti Muuseumide Liit					
2023	0	-	-	7 600	7 600
2019	-	-	-	-	-
Eesti Muuseumiühing					
2023	0	14 290	103 150	5 065	122 505
2019	**	3 011	97 318	2 230	102 559
Eesti Raamatukoguhoidjate Ühing					
2023	1	4 003	119 590	13 556	137 149
2019	1	1 960	70 056	11 712	83 728
Eesti Raamatukoguvõrgu Konsortsium					
2023	11	-	4 797 126	735 711	5 532 837
2019	6	-	3 763 654	781 324	4 544 978
Eesti Esitajate Liit*					
2023	7	397 206	1 369 439	6 963	1 773 608
2019	9	332 829	841 954	704	1 175 487
Eesti Lavastuskunstnike Liit*					
2023	1	5 562	51 481	1 750	58 793
2019	**	177	51 362	1 119	52 658
Eesti Lavastajate ja Dramaturgide Liit*					
2023	1	-	48 500	9 783	58 283
2019	**	-	43 235	4 730	47 965
Eesti Heliloojate Liit*					
2023	3	16 327	203 802	7 958	228 087
2019	2	31 460	383 097	12 779	427 336
Eesti Interpreetide Liit*					
2023	2	3 204	142 720	33 841	179 765
2019	2	11 827	124 182	7 702	143 711
Eesti Kujundusgraafikute Liit*					
2023	**	-	36 214	913	37 127
2019	**	-	24 253	544	24 797
Eesti Balletiliit*					
2023	1	-	66 028	9 957	75 985
2019	2	-	46 411	8 426	54 837
Eesti Tantsukunsti ja Tantsuhariduse Liit*					
2023	**	2 807	92 293	10 095	105 195
2019	**	3 611	63 990	1 237	68 838
Eesti Kunstiteadlaste ja Kuraatorite Ühing*					

2023	**	-	70 109	3 593	73 702
2019	**	-	66 019	3 142	69 161

Allikas: vastavate liitude ja ühingute 2019 ja 2023. aastate majandusaasta aruanded.

Märkus: „muud tulud“ hõlmavad ka liikmetelt saadud tulusid ja muud eripärast. Töötajate arv viitab arvule taandatuna täistööajale.

* Kultuuriministeeriumi poolt tunnustatud loomeliidud juuni 2025 seisuga.²⁸

** Töötajate arvu ei olnud täpsustatud.

Koondandmed tugistruktuuride ja katusorganisatsioonide kohta näitavad, et aastatel 2019–2023 on sektor tervikuna kasvanud. Kogutulu suurenes ligikaudu 30%, sealhulgas ettevõtlustulu 17% ja annetused/toetused 36% (Tabel 17). Sel perioodil lisandus mõningaid uusi asutusi (nt GameDev Estonia ja Eesti Muuseumide Liit), kuid nende mõju üldpildile jääb marginaalseks. Töötajate arv kasvas 25%. Seejuures tuleb arvestada, et mõne asutuse 2019. a andmetes töötajate arv puudus, mis võib kasvu mõnevõrra võimendada.

Tuluallikate proportsioonis on toimunud märgatav, kuigi mitte järsk nihe. Kui 2019. aastal moodustas ettevõtlustulu kõigi asutuste kogutulust 19%, siis 2023. aastaks langes see 17,2%-ni. Samal ajal kasvas annetuste ja toetuste osakaal 70,3%-lt 73,6%-ni. See muutus viitab sellele, et **keerulised olud – nagu COVID-19 pandeemia, geopolitiilised kriisid ja energiakriis – suurendasid avaliku sektori rahastuse olulisust ning loomeorganisatsioonide sõltuvust sellest**. Võib arvata, et ühiskondlikud ja majanduslikud šokid mõjutasid ettevõtlusvõimekust ning tulu teenimise võimalusi ning sektor ei ole veel täielikult taastunud.

Tugistruktuuride lõikes on areng siiski positiivsem. Ettevõtlustulu kasvas koguni 37% ning selle osakaal kogutulust tõusis 12,6%-lt 15,6%-ni. Samal ajal kasvas toetuste ja annetuste kogumaht vaid 6,5%, mille tulemusel langes nende osakaal kogutulust 81,3%-lt 78,3%-ni. See viitab mõõdukale sõltuvusele avaliku sektori rahast, kuid samal ajal ka tugistruktuuride kasvavale suutlikkusele tulla toime iseseisvamalt.

Katusorganisatsioonide puhul on trend vastupidine. Kuigi ettevõtlustulu kasvas 13,6%, kasvasid annetused ja toetused ligi 47%. Ettevõtlustulu osakaal nende asutuste kogutulust langes 21%-lt 17,5%-ni, samas kui annetuste ja toetuste osakaal kasvas 67%-lt 72,5%-ni.

Veelgi selgem on potentsiaalne sõltuvuse kasv Kultuuriministeeriumi **tunnustatud 17 loomeliidu puhul**. Selles rühmas suurenes toetuste ja annetuste kogumaht 64,5%, samal ajal kui ettevõtlustulu tõus jäi tagasihoidlikumaks – vaid 12,5%. Selle tulemusel langes ettevõtlustulu osakaal kogutulust 34,5%-lt 27,5%-ni, samas kui annetuste ja toetuste osakaal tõusis 58,3%-lt 67,9%-ni. See areng peegeldab **avaliku rahastuse järjest olulisemat rolli nimetatud liitude eelarves** ja tugevdab arusaama nende organisatsioonide kasvavast sõltuvusest riiklikest ja institutsionaalsetest toetustest.

Tabel 17. Tugistruktuuride ja katusorganisatsioonide tulud ja töötajate arv 2019 ja 2023

	2019	2023	Muutus 2019/2023
Tugistruktuurid			
Kogutulu	3 577 397	3 954 845	+10,6%
.. tulu ettevõtlusest	450 834 (12,6%)	616 538 (15,6%)	+36,8%
.. annetused, toetused	2 907 686 (81,3%)	3 095 334 (78,3%)	+6,5%
.. muud tulud	218 877 (6,1%)	242 973 (6,1%)	+11,0%
Töötajate arv	33	36	+9,1%
Katusorganisatsioonid			
Kogutulu	11 957 827	16 203 266	+35,5%
.. tulu ettevõtlusest	2 502 076 (21%)	2 842 146 (17,5%)	+13,6%
.. annetused, toetused	8 006 469 (67%)	11 750 846 (72,5%)	+46,8%

²⁸ Vt [Tunnustatud loomeliidud | Kultuuriministeerium](#)

.. muud tulud	1 449 282 (12%)	1 610 274 (10%)	+11,1%
Töötajate arv	79	104	+31,6%

.. sh Kultuuriministeeriumi tunnustatud liidud (n = 17)

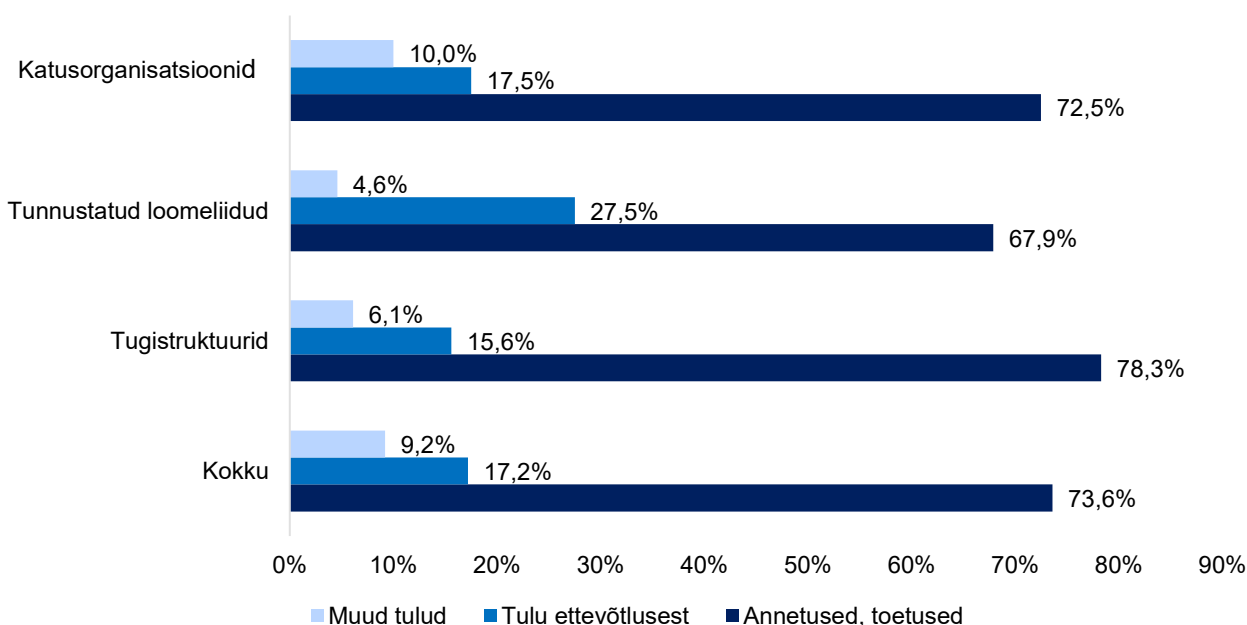
Kogutulu	6 675 646	9 434 620	+41,3%
.. tulu ettevõtlusest	2 305 156 (34,5%)	2 593 750 (27,5%)	+12,5%
.. annetused, toetused	3 893 535 (58,3%)	6 406 592 (67,9%)	+64,5%
.. muud tulud	476 955 (7,2%)	434 278 (4,6%)	-8,9%
Töötajate arv	67	84	+25,4%

KOKKU

Kogutulu	15 535 224	20 158 111	+29,8%
.. tulu ettevõtlusest	2 952 910 (19%)	3 458 684 (17,2%)	+17,1%
.. annetused, toetused	10 914 155 (70,3%)	14 846 180 (73,6%)	+36,0%
.. muud tulud	1 668 159 (10,7%)	1 853 247 (9,2%)	+11,1%
Töötajate arv	112	140	+25%

Vaatamata sellele, et tugistruktuuride puhul on täheldatav mõõdukas toetussõltuvuse vähenemine, jäävad nad siiski kõige enam avalikest allikatest sõltuvateks loomevaldkonna organisatsioonideks. 2023. aastal moodustasid annetused ja toetused 78,3% tugistruktuuride, 72,5% katusorganisatsioonide ning 67,9% tunnustatud loomeliitude kogutulust (Joonis 9). Kuigi tunnustatud loomeliitude tulubaasis moodustavad annetused ja toetused võrdluses väikseima osa, oli just selles grupis toetuste ja annetuste osakaalu kasv võrreldes 2019. aastaga kõige märgatavam (vt Tabel 17). Ettevõtlustulu osakaal kogutulust oli samuti suurim just tunnustatud loomeliitudel (2023. aastal 27,5%, mis on küll väiksem kui 2019.a). See viitab nende suuremale võimekusele tegutseda ka turupõhiselt. Samal ajal olid katusorganisatsioonide ja tugistruktuuride ettevõtlustulu osakaalud kogutulust madalamad (vastavalt 17,5% ja 15,6%).

Joonis 9. Tugistruktuuride ja katusorganisatsioonide tulude osakaalud 2023. aastal



Kokkuvõttes **kasvasid perioodil 2019–2023 nii ettevõtlustulud kui toetused, kuid nende omavaheline suhe nihkus selgelt avaliku rahastuse kasuks**. See areng viitab sellele, et mitmete kriiside tingimustes muutus riiklik ja institutsionaalne tugi loomemajanduse organisatsioonidele senisest veelgi olulisemaks, samas kui iseseisev majandustegevus jäi tagasihoidlikumaks. Tulevikku vaadates võib eeldada, et

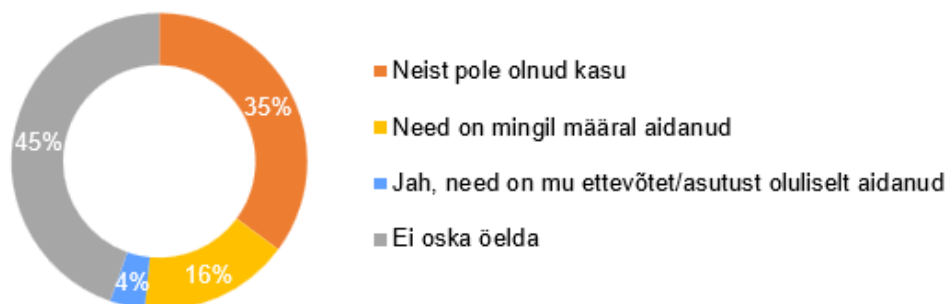
majanduslangusest taastumine mõjutab ka loomeorganisatsioonide tulustruktuuri. Kui majanduskeskkond stabiliseerub ning nõudlus kultuuri- ja loomevaldkonna teenuste järele taastub (nt erialased koolitused, nõustamised, sündmused jms), võivad ettevõtlustulud taas suurened, aidates tasakaalustada 2023. aastal enam domineerivat toetustepõhisust.

5.3 Toetuste mõju loomeettevõtete ja -asutuste hinnangute põhjal

Loomemajanduse kaardistuse käigus läbi viidud loomeettevõtete ja -asutuste küsitluses paluti vastajatel hinnata riigi pakutavate toetuste ja toetavate tegevuste mõju. Uuringule vastanud 444st ettevõttest ja asutuse esindajast **45% ei osanud öelda, kas aastatel 2019–2023 riigi poolt pakutud toetusmeetmed on aidanud parandada nende majanduslikku jätkusuutlikkust**. Umbes kolmandik leidis, et toetusmeetmetest ei ole kasu olnud. Iga viies vastaja hindas, et need on olnud abiks (vt allolev joonis). Kuigi erinevate valdkondade lõikes ei ole piisavalt vastuseid põhjaliku analüüsi tegemiseks, eristuvad siiski **etenduskunstid**. Selles valdkonnas on keskmisest enam vastajaid, kelle arvates on toetusmeetmed aidanud parandada nende ettevõtte majanduslikku jätkusuutlikkust. Uuringus osalenutest on saanud erinevaid toetusi 91 ettevõtet. Neist 58% leiab, et toetused on neid kas oluliselt või mingil määral aidanud, 21% leiab, et toetustest pole olnud kasu ja 21% ei oska mõju hinnata.

Joonis 10. Kas riigi poolt pakutavad toetusmeetmed aastatel 2020–2023 on aidanud parandada Teie ettevõtte/asutuse majanduslikku jätkusuutlikkust?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)

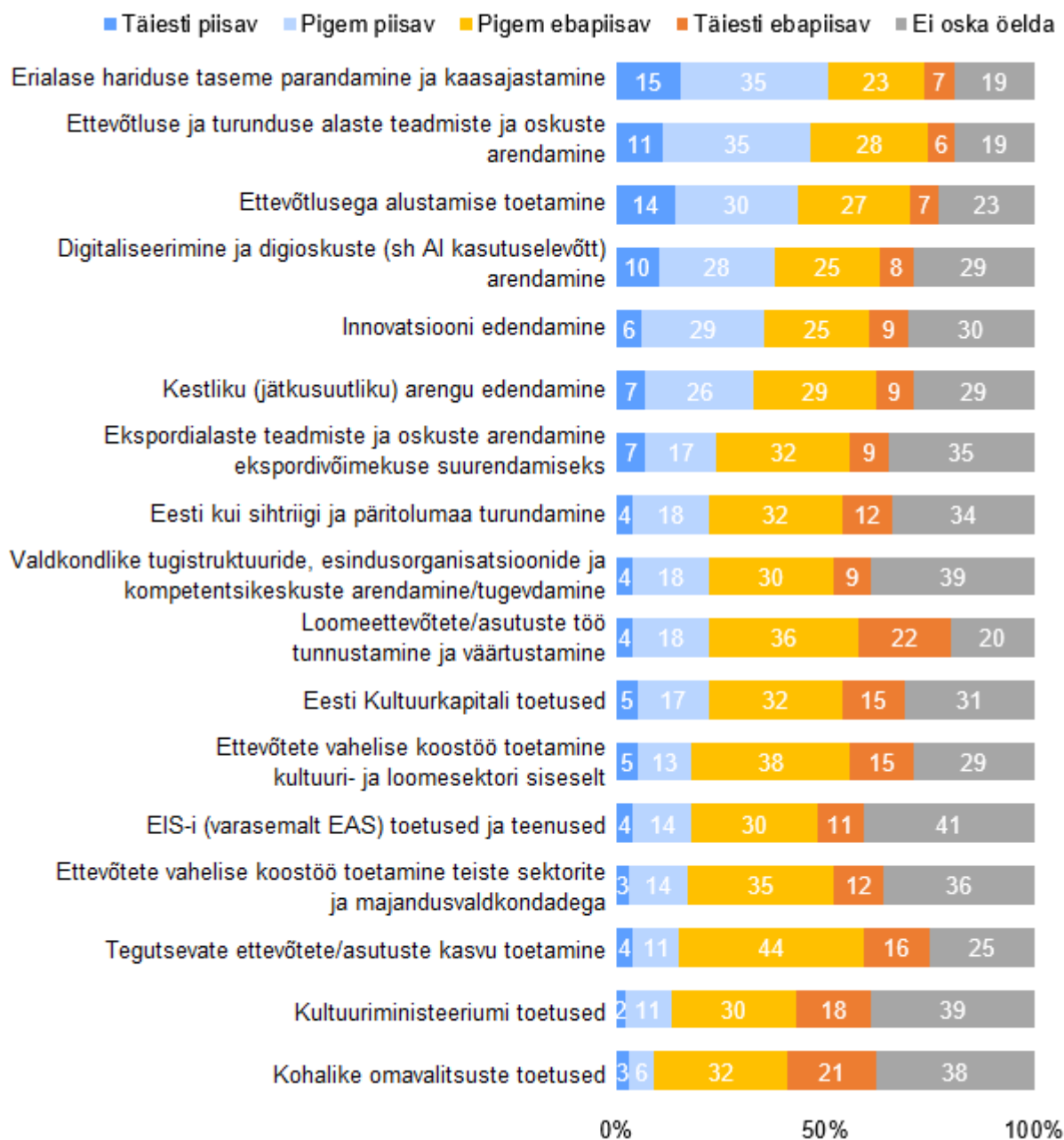


Vastajad hindavad kõige kõrgemalt **tegevusi, mis on tehtud erialase hariduse taseme parandamiseks**. Neid peavad (pigem) piisavaks pooled uuringus osalenutest (vt Joonis 11). Veidi vähem on neid, kes on rahul ettevõtlus- ja turundusteadmiste ja oskuste arendamise ning ettevõtlusega alustamise toetamisega. **Kõige kriitilisemad on vastajad juba tegutsevate ettevõtete/asutuste kasvu toetamiseks mõeldud meetmete piisavuse suhtes** – 60% vastajatest leiab, et olemasolev toetus ei ole piisav. Seega leiavad uuringus osalenud loomeettevõtted, et ettevõtlusega alustamist toetatakse küllaltki hästi, kuid tegutsevate ettevõtete kasvuks ja arenguks jääb riiklikku tuge vajaka. Sama probleemi toodi välja ka 2022. ja 2018. aastal.

Märkimisväärne on ka see, et ligikaudu 40% vastajatest ei osanud hinnata valdkondlike tugistruktuuride ja esindusorganisatsioonide arendamise ning EIS-i, Kultuuriministeeriumi ja kohalike omavalituste toetuste piisavust. See viitab sellele, et tõenäoliselt **paljudel ettevõtjatel puudub kokkupuude nende organisatsioonide ja nende poolt pakutavate tegevustega**.

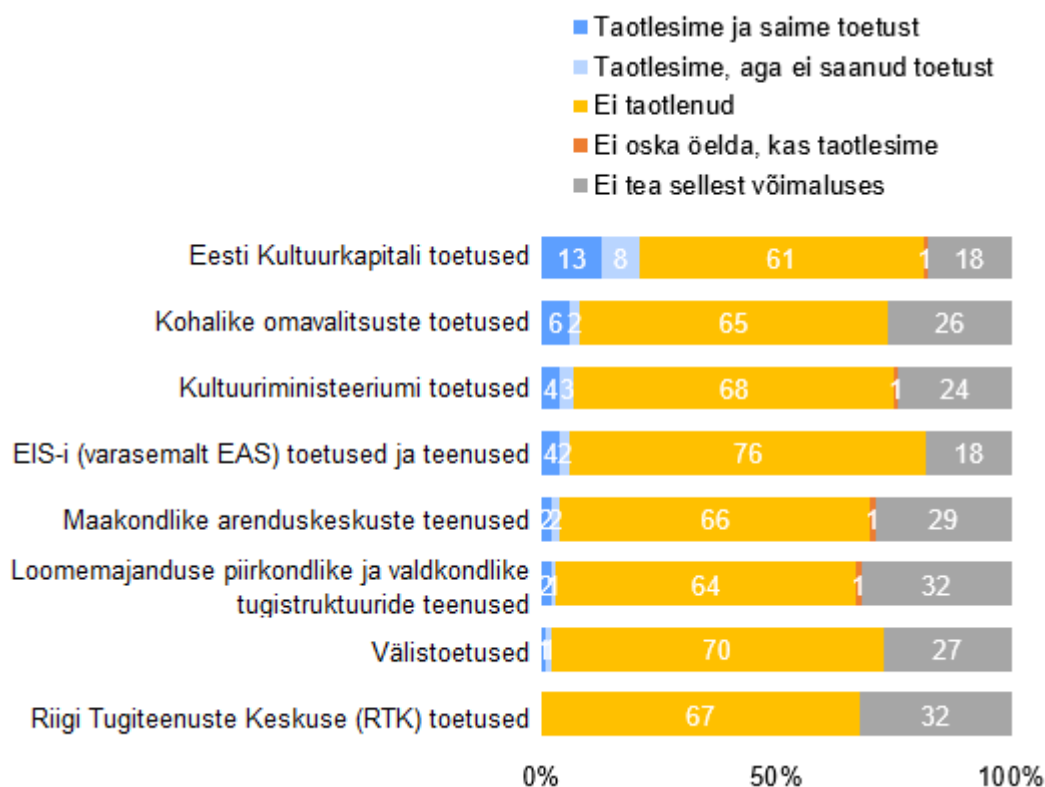
Eesti kui sihtriigi ja päritolumaa turundust peab piisavaks 22% vastajatest ehk umbes iga viies. Samas ei oska kolmandik vastajatest selles küsimuses seisukohta võtta. Hinnangud ei sõltu sellest, kas ettevõttel on ekspordikogemus või mitte. Kui ekspordinud ettevõtetest peab riigiturunduse tegevusi piisavaks 24% ja ebapiisavaks 47%, siis ekspordikogemusetu ettevõtete puhul on vastavad näitajad 22% ja 43%.

Joonis 11. Kuivõrd piisavaks peate järgmisi avaliku sektori poolt toetatavaid tegevusi? (% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Uuringus osalenud loomeettevõtete teadlikkus erinevatest toetusvõimalustest on suhteliselt madal. **Kõige rohkem ollakse kursis Eesti Kultuurkapitali ja EIS-i toetustega** (vt Joonis 12). Kultuurkapitalist on ka kõige enam toetust taotletud. Seevastu loomemajanduse piirkondlike ja valdkondlike tugistruktuuride teenuseid on taotlenud vaid 3% vastajatest ning iga kolmas ei ole sellisest võimalusest üldse teadlik. Riigi Tugiteenuste Keskuse toetusmeetmetest ei ole samuti teadlik iga kolmas uuringus osalenud loomeettevõtja. Mitte keegi vastanutest pole sealt toetust taotlenud.

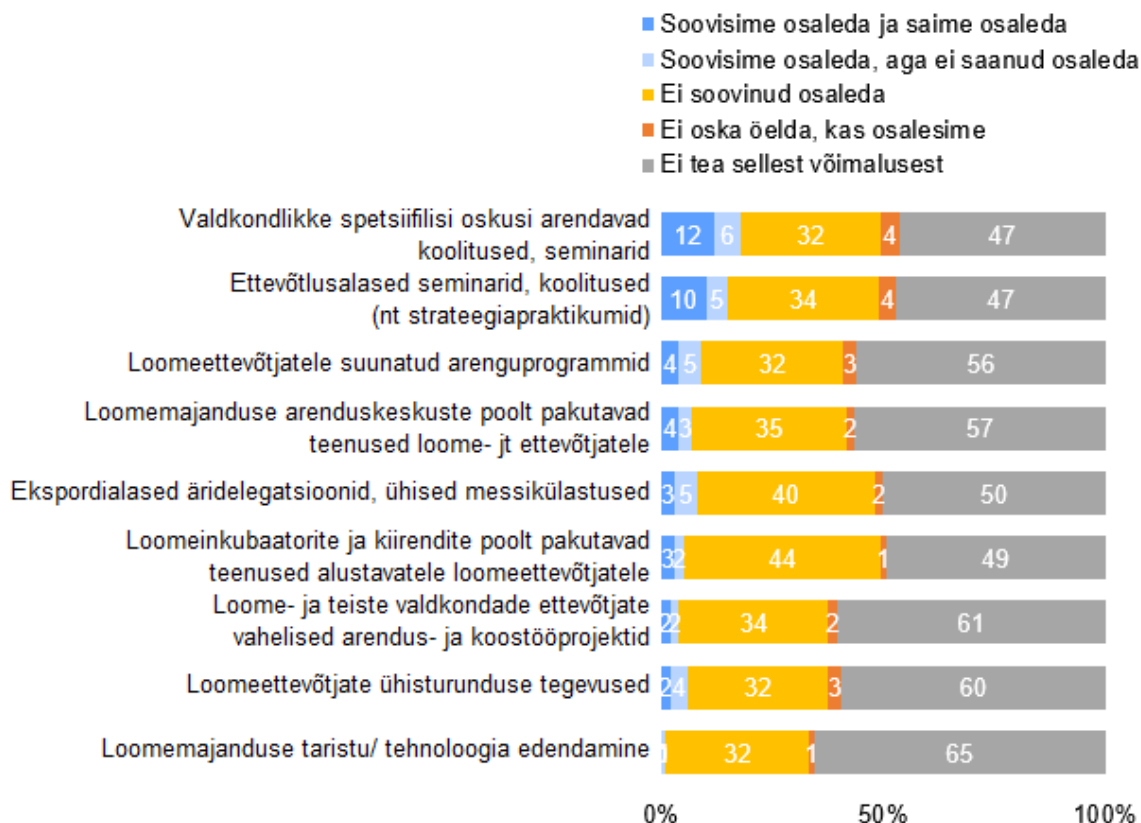
Joonis 12. Kas Teie ettevõtte/asutus on kasutanud aastatel 2020–2023 järgnevaid toetusi ja teenuseid?
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Aastatel 2020–2023 olid EIS-i toetatud tegevustest uuringus osalenud loomeettevõtjate seas kõige populaarsemad **valdkondlikke spetsiifilisi oskusi arendavad koolitused ja seminarid ning ettevõtluseteemalised seminarid** (vt Joonis 13). Üldiselt oli nii **teadlikkus kui huvi nende tegevuste vastu üsnagi madal**. Kuigi teadlikkus varieerus, ei olnud keskmiselt siiski vähemalt pooled vastajatest EIS-i pakutavatest võimalustest teadlikud. Kõige vähem atraktiivseks peeti loomeinkubaatorite ja kiirendite poolt pakutavaid tegevusi alustavatele loomeettevõtetele.

Joonis 13. Kas Teie ettevõtte/asutuse töötajad on osalenud aastatel 2020–2023 EIS-i poolt toetatud tegevustes?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Ainult 12% vastajatest on saanud abi oma valdkonna arenduskeskusest. Samal ajal ei oska ligi pooled hinnata selle abi olulisust või arvavad, et nende tegevusvaldkonnas sellist keskust ei eksisteeri (vt Joonis 14). Seega on **loomettevõtete teadlikkus valdkondlikest tugistruktuuridest madal ja nende pakutavaid võimalusi kasutatakse vähe.** Tugistruktuuride piiratud nähtavus ja roll loometevõtjate seas tähendab, et nende potentsiaal ettevõtluse arendamisel jääb rakendamata. Samas need, kes on tugiüksuselt abi saanud, on sellega rahule jäänud. Kommentaarides toodi välja nt Eesti Disainikeskuse poolt korraldatud koolitusi, valdkondliku info jagamist ja osalemist rahvusvahelistel disainimessidel. Samuti toetavad Estonian Design House ja Tallinn Design House müüki koduturul. Ka Eesti Kunstnike Liitu toodi esile kui kasulikku tugiorganisatsiooni, mis vahendab infot, pakkumisi, haldab võrgustikku ja seisab liikmete vajaduste eest. Korduvalt mainiti Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liitu, mis on aidanud turundusega ning korraldab valdkonna suursündmusena Mardilaata. Veel toodi nimeliselt välja MTÜ Eesti Arhitektuurikeskus, Music Estonia, Meedialiit, Eesti Lastekirjanduse Keskus ning Tallinna Ettevõtlusinkubaator.

Joonis 14. Kui oluliselt on Teie ettevõtte/asutus saanud abi Teie valdkonna arenduskeskusest (nt MTÜ Music Estonia, MTÜ Eesti Arhitektuurikeskus, MTÜ Eesti Disainikeskus jne)?
 (% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Loomeettevõtetele oli võimalik selgitada, millist tuge nad tugiüksustelt ootaksid. Vastustes rõhutati eelkõige **vajadust parema teavitustöö järele** – sageli ei ole ettevõtjad tugiüksustest isegi teadlikud. Samuti ei teata, milliseid teenuseid või toetusvõimalusi nad pakuvad. Osa vastajaid märkis, et info toetuste kohta paistab jõudvat vaid kitsasse ringi, mistõttu ei tundu toetuste jagamise protsess kuigi läbipaistev. Konkreetsematest tegevustest tõsteti esile **vajadust abi järele rahvusvahelise turundusega tegelemisel** (kontaktide loomisel, sihtriikide eripärade mõistmisel), samuti oodatakse koolitusi. Ettevõtjad sooviksid enam tuge koostöövõimaluste loomisel ning loomeinimeste omavahelise suhtluse edendamisel. Korduvalt rõhutati, et **pakutav tugi ei tohiks olla ainult Tallinna-keskne**.

Oli ka neid vastajaid, kelle arvates **tuleks loobuda toetustest ja tugistruktuuridest**, toetada pigem vaba turumajandust ja ettevõtjad peaksid ise hakkama saama. Sellise seisukoha pooldajad arvasid sageli, et erinevate toetustega kaasneb liigne bürokraatia ning valdkond võidaks rohkem sellest, kui ressursse ei kulutata tugistruktuuride ülalpidamisele.

Uuringus osalenud ettevõtete vastused:

„Elkõige ootaks infot selliste keskuste kohta. Pole siiani kuulnudki, et miskit sellist eksisteerib ja pole isegi osanud otsida.“

„Esmalt agressiivsemat valgustust võimalustest.“

„Peamiselt sooviks infot toetusmeetmete ja võimalike toetajate kohta. Selles osas kommunikatsioon on väga tagasihoidlik ning tugineb sellel, et pead juba eelnevalt teadma, kes mis toetust jagab ja millal.“

„Ei ootaks mingit tuge! Ettevõtjad vajavad vaba turumajandust, mitte toetustele üles ehitatud plaanimajandust. Ootan riigilt 3x vähem bürokraatiat, aruandlust, regulatsioone ja ootame riigisektoris vähemalt 50% koondamist, riigikapitalismi lõpetamist.“

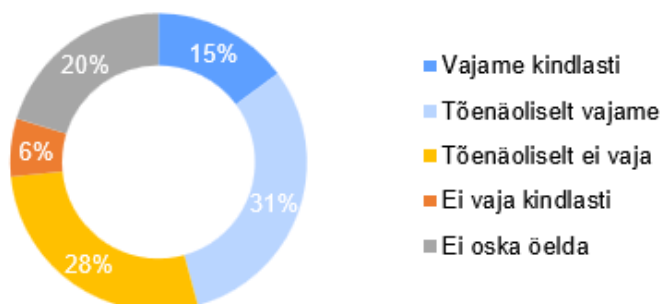
„Ettevõtjal peab olema võimekus ise hakkama saada. Kes sõltub toetustest, ei ole ettevõtja.“

45% uuringus osalenutest arvas, et vajab järgmise 3–5 aasta jooksul arendustegevusteks abi, sh 15% leidis, et vajab kindlasti abi (vt Joonis 15). Arhitektuuriettevõtete hulgas on teistest enam neid, kes kindlasti ei vaja toetusi ja tugiteenuseid. Seevastu etenduskunstide puhul leidis 59%, et riigilt on tuge vaja. Antud küsimust tasub kõrvutada vastustega riigi toetusmeetmete mõju kohta ettevõtte majanduslikule jätkusuutlikkusele. Ilmneb, et **nende vastajate seas, kelle hinnangul on riigi toetusmeetmed perioodil 2020–2023 olnud kasulikud, on rohkem neid, kes näevad vajadust edasise toe järele**. Nimelt leiab 62% nendest, kelle arvates on riigi poolt pakutavad tugiteenused neile kasuks tulnud, et nad vajavad lähiaastatel toetusi ja tugiteenuseid. Samas nende seas, kes ei ole riiklikest toetusmeetmetest kasu saanud, on vajadus väiksem – 47%. See ei viita tingimata toetussõltuvusele – võimalik, et toetusi ongi taotlenud eelkõige need loomeettevõtted, kelle peamine eesmärk pole majanduslik tulu ja kes ilma riigi toeta ei suudakski eksisteerida. Selliste ettevõtete jaoks võib väline tugi olla ainus võimalus tegutsemiseks. Samas viitavad tulemused selgelt ka sellele, et **positiivne kogemus riigi toega suurendab ettevõtte valmisolekut sama tuge taas kasutada**.

Kui toetus on aidanud ettevõtte majanduslikku jätkusuutlikkust parandada, nähakse selles tõhusat ja kordamist väärt lahendust.

Joonis 15. Kui tõenäoliselt vajab Teie ettevõtte/asutus lähema 3–5 aasta jooksul arendustegevusteks toetusi ja tugiteenuseid?

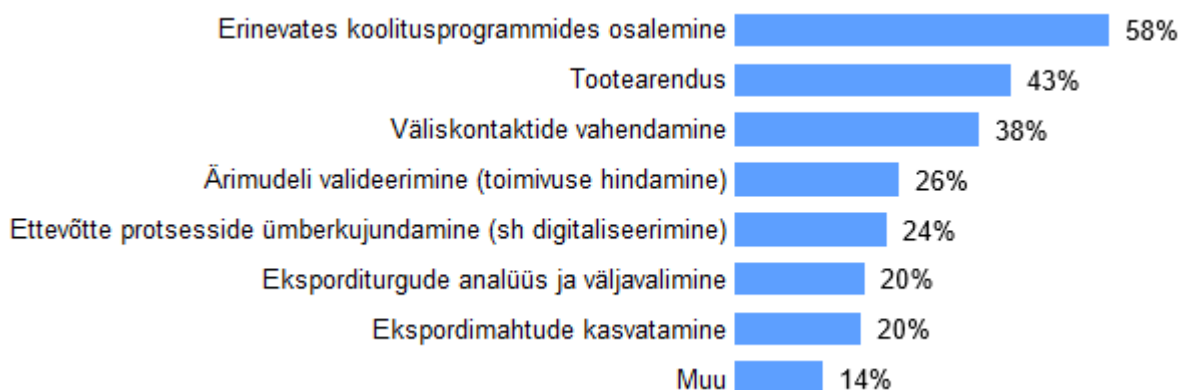
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Konkreetsemalt vajaksid ettevõtted toetusi eelkõige erinevates koolitusprogrammides osalemiseks, tootearenduseks ja väliskontaktide vahendamiseks (Joonis 16). „Muu vastuse“ all mainiti korduvalt finantsabi tootmisvõimekuse tõstmiseks, seadmete ostmiseks ja ruumide remondiks, samuti lisatööjõu palkamiseks. Samas toodi välja, et toetuse taotlemine peaks olema nii lihtne, et ettevõtte saab sellega ise hakkama, mitte ei pea selleks spetsialisti palkama.

Joonis 16. Milleks täpsemalt Te toetusi vajaksite?

(% vastustest; need, kes vajaksid toetust, n=203)



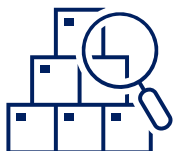
Vahekokkuvõte: toetused

- ❖ **Loomemajanduse sõltuvus toetustest.** Aastatel 2019–2023 suurenes tugistruktuuride, katusorganisatsioonide ja loomeliitude kogutulu ligi 30%. Ettevõtlustulu osakaal langes, samas kui annetuste ja toetuste osakaal suurenes. See viitab avaliku rahastuse kasvavale rollile, eriti keeruliste kriisiaastate järel.
- ❖ **Tugistruktuuride puhul on märgata mõõdukat liikumist isemajandamise suunas.** Ettevõtlustulu osakaal nende kogutulus kasvas, samas kui toetusrahastuse osakaal veidi vähenes. Katusorganisatsioonide ja eriti tunnustatud loomeliitude puhul muutus aga toetustest sõltuvus suuremaks.
- ❖ **Toetuste mõju ettevõtete arengule on hinnanguliselt küllalt tagasihoidlik.** Uuringus osalenutest leidis vaid viiendik, et toetusmeetmed on nende majanduslikku jätkusuutlikkust toetanud; ligi pooltel puudus kokkupuude või seisukoht. Etenduskunstide valdkond eristus positiivsema kogemusega.

- ❖ **Toetusmehhanismide vähene nähtavus ja killustatus takistavad kasutust.** Paljud vastajad ei olnud teadlikud olemasolevatest toetustest, tugistruktuuridest ega nende pakutavatest teenustest. Samas rõhutati vajadust lihtsama, läbipaistvama ja kaasavama süsteemi järele.
- ❖ **Puudust tuntakse juba tegutsevatele ettevõtetele mõeldud toetustest.** Ettevõtlusega alustamist toetatakse uuringus osalenud ettevõtete hinnangul piisavalt, selget puudujääki tunnetatakse aga kasvufaasis olevatele ettevõtetele mõeldud arendusmeetmetes.
- ❖ **Varasem positiivne kogemus tugevdab valmisolekut toetusi taas kasutada.** Need ettevõtted, mille tegevus on varasemalt toetusest kasu saanud, on suurema tõenäosusega valmis tulevikuski toetusi taotlema. See võib tekitada sõltuvuse juhul, kui majandamine turupõhiselt on keeruline.
- ❖ **Toetuste jaotumise läbipaistvus tõstatab mõnes valdkonnas arutelukohti.** Intervjuudes ja ankeetküsitluses toodi esile, et toetuste taotlemine võib olla edukam nende jaoks, kes tunnevad süsteemi paremini ja oskavad õigel ajal tegutseda. Nii jääb kohati mulje, et toetusi saavad korduvalt samad taotlejad. Samas on oluline rõhutada, et tegemist on ettevõtjate isiklike kogemuste ja tajudega, mis ei pruugi iseloomustada kogu valdkonda ega peegelda tingimata süsteemset probleemi.

6. Loomettevõtete ja -asutuste ülevaade

6.1 Loomevaldkondade ja -ettevõtete vanuseline profiil



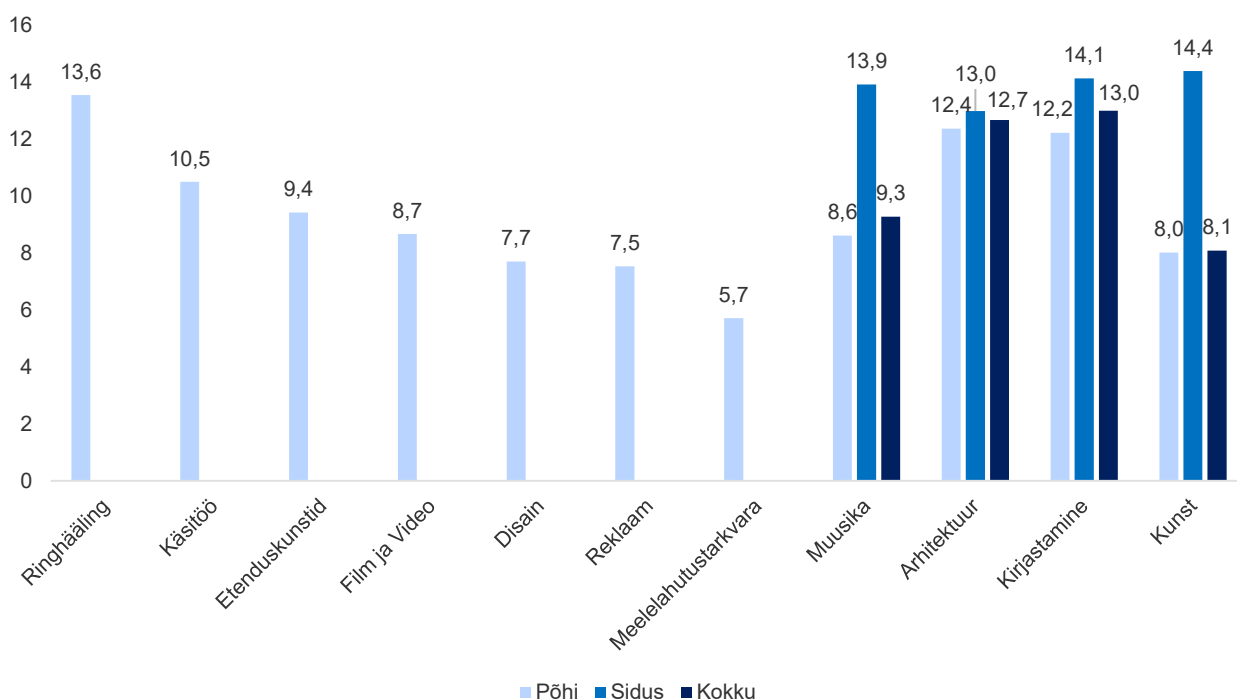
Loomevaldkondade ettevõtete vanuseline struktuur viitab selgelt sellele, millised valdkonnad on Eestis pikema traditsiooniga ja institutsionaalselt juurdunud, ning millised on kujunenud kiiremini arenevates, uuemates sektorites. Üldiselt on sidustegevusalade ettevõtted vanemad kui põhivaldkonnas tegutsevad ettevõtted. Põhivaldkonna ettevõtted on seevastu enamasti vähem aega tegutsenud, mis viitab sellele, et viimastel aastatel on loomevaldkondadesse lisandunud uusi tegijaid ja arenevaid ärimudeleid.

Arvestades kokku nii põhi- kui ka sidusvaldkondi, tegutsevad **kõige vanemad ettevõtted ringhäälingu- (keskmine ettevõtte vanus 13,6 aastat), kirjastamise- (13,0) ja arhitektuurivaldkondades (12,7)** (Joonis 17). Nende puhul on tegemist traditsiooniliste valdkondadega, kus ettevõtluse areng on olnud stabiilne ja kus uusi tulijaid lisandub vähem. Kirjastamise ja arhitektuuri sidusvaldkondade ettevõtete keskmine vanus on vastavalt 14,1 ja 13,0 aastat, nende põhivaldkonna ettevõtted on aga keskmiselt 12,1 ja 12,4 aastat vanad.

Muusika, film ja video, etenduskunstid ja kunst jäävad keskmisesse vanuserühma. Nendes valdkondades on olemas nii kogenud ettevõtted kui ka uued väiksemad tegijad. Eriti märgatav on põhi- ja sidustegevusalade ettevõtete vanuse erinevus muusika- ja kunstivaldkondade puhul: nt kunsti sidusvaldkonna ettevõtted on keskmiselt 14,4 aastat vanad, põhivaldkonna omad aga vaid 8,0 aastat. See viitab sellele, et toetavad struktuurid (nt galeriid, produktsioonifirmad) on kujunenud varem ja toimivad stabiilselt, luues soodsa keskkonna uute loovisikute pealekasvuks ja nende loomingu levitamiseks.

Meelelahutustarkvara (keskmine vanus 5,8 aastat), reklaam (7,6) ja disain (7,7) on selgelt nooremate ettevõtetega valdkonnad. Meelelahutustarkvara puhul on tegemist sisuliselt uue valdkonnaga, samas kui reklaami ja disaini iseloomustab tihe ettevõtlusaktiivsus ning sagedane uute tegijate lisandumine. Digitehnoloogiate kiire areng ja paindlikud töövormid loovad seal madalama sisenemisläve ja soodustavad dünaamilist ettevõtluskeskkonda.

Joonis 17. Valdkondade vanus ettevõtete asutusaasta alusel 2023. a seisuga



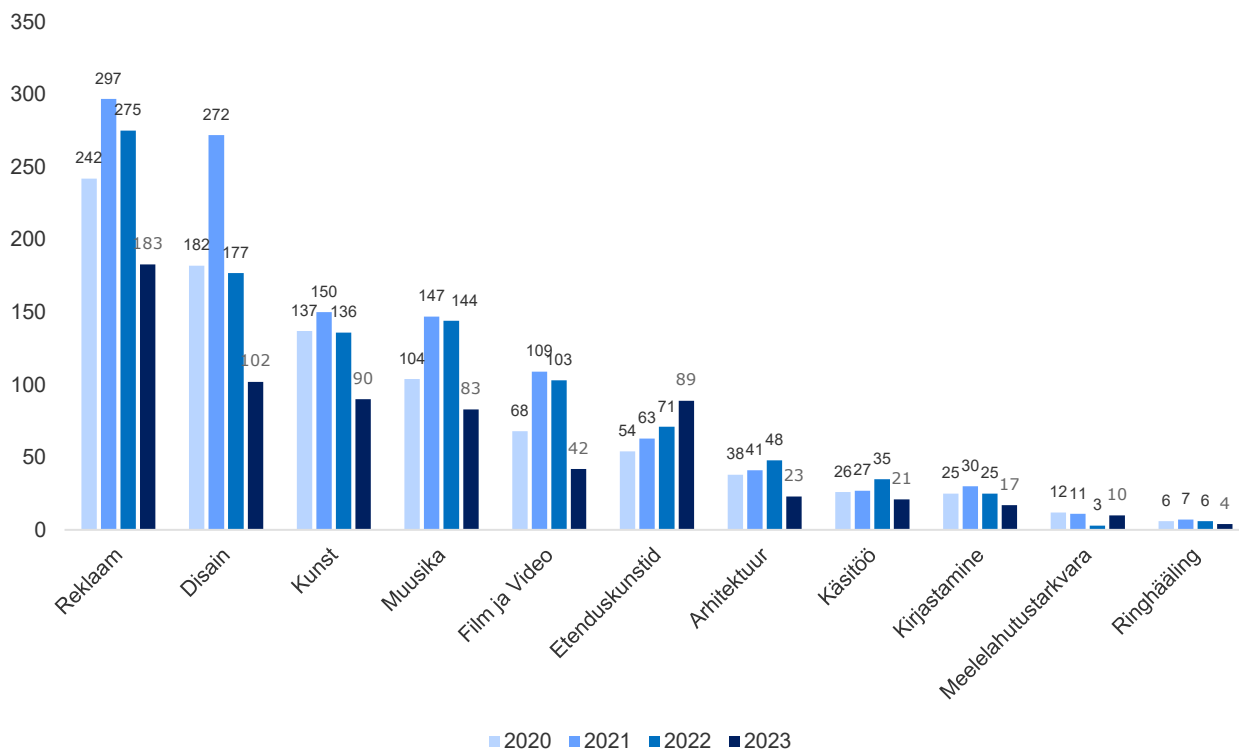
Allikas: äriregister

Reklaami- ja disainivaldkondade võrdlemisi noort profiili selgitab selgelt **uute ettevõtete kiire lisandumine aastail 2020–2023**. Kõige rohkem registreerimisi toimus 2020. ja 2021. aastal: reklaamivaldkonnas loodi neil aastatel vastavalt 242 ja 297 ning disainis 182 ja 272 uut ettevõtet (Joonis 18). Nelja aasta jooksul lisandus reklaamivaldkonda kokku 997 ja disaini 733 uut ettevõtet, mis viitab intensiivsele ettevõtlusaktiivsusele. Reklaamivaldkonna kiiret kasvu selles ajavahemikus seletab muu hulgas TikTok ja sarnaste platvormide esiletõus, mis soodustas uute, lühivideopõhiseid teenuseid pakkuvate turundusettevõtete tekkimist. COVID-19 pandeemia andis sellele trendile lisatõuke, suunates ettevõtteid kiirkorras digireklaamini. Samal ajal toimusid muutused töövormides: paljud spetsialistid liikusid vabakutseliseks, mille tulemusena kasvas ka ühemehefirmade arv. Disainivaldkonnas võib ettevõtete arvu kiiret kasvu selgitada ka sellega, et ühel isikul võib olla mitu eri eesmärkidel loodud ettevõtet. Sageli on vajadus juriidilise keha järele konkreetsete projektide tarbeks, samas kui osa neist ettevõtetest on passiivsed ja neid kasutatakse vaid vajaduse korral.

Kiiresti kasvas ka kunsti- (513), muusika- (478) ning filmi- ja videovaldkondade (322) ettevõtete arv²⁹. Samas on stabiilsemate ja vanema profiiliga valdkondades – nagu ringhääling, kirjastamine ja arhitektuur – ettevõtete lisandumine olnud tagasihoidlikum (vastavalt 23, 97 ja 150 uut ettevõtet). Seejuures tuleb siiski arvestada, et samal ajal toimus ettevõtete registrist ka kustutamisi, mistõttu ettevõtete koguarv ei pruukinud kõigis valdkondades oluliselt kasvada.

²⁹ Siin on vaadatud üksnes loomevaldkondade põhivaldkondadesse aastail 2020–2023 lisandunud ettevõtteid. Muusika ja kunsti sidusvaldkondadesse registreeriti vaadeldavas ajavahemikus vastavalt 27 ja 2 uut ettevõtet. Arhitektuuri ja kirjastamise sidusvaldkondadesse registreeriti vastavalt 92 ja 38 uut ettevõtet.

Joonis 18. Vahemikus 2020–2023 registreeritud ettevõtete arv loome põhivaldkondades



Allikas: äriregister

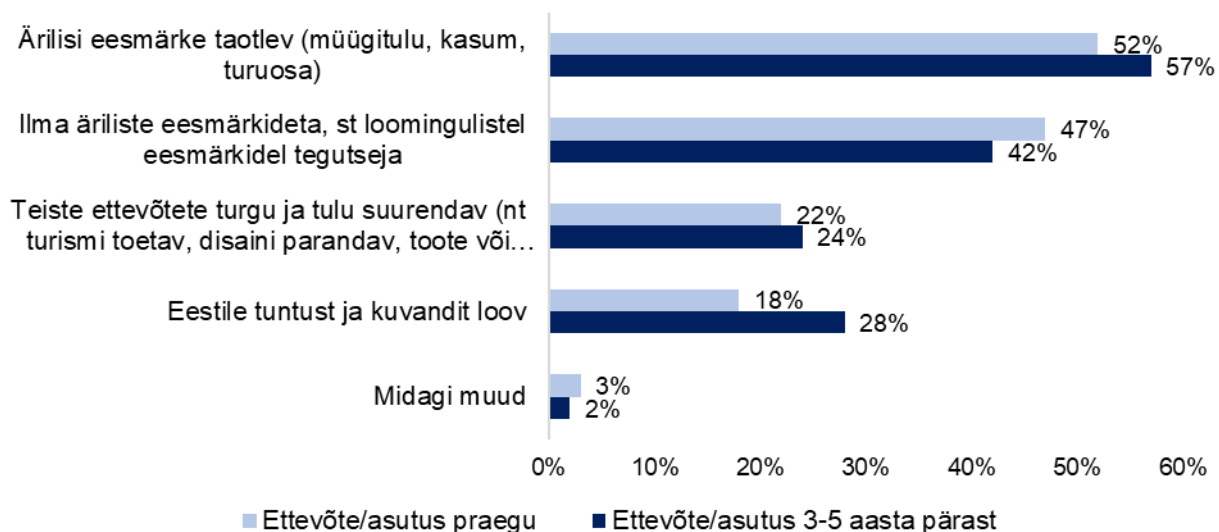
6.2 Loomeettevõtete enamlevinud ärimudelid³⁰

Nagu uuringu sissejuhatuses välja toodi, saab loomevaldkonnas tegutsejaid eristada nende tegevuse eesmärgi alusel. Käesoleva kaardistuse jaoks läbi viidud veebiküsitluses osalenud ettevõtetest ja asutustest **52% leiab, et nad taotleavad ärilisi eesmäärke** (nt müügitulu, kasum; vt Joonis 19). Vaid veidi vähem on neid, kes peavad ennast loomingulistel eesmärkidel tegutsejateks. Nagu juba öeldud, on mõnes valdkonnas vastuseid nii vähe, et sektori tasandil ei saa selgeid üldistusi teha. Siiski ilmnevad ka olemasolevate vastuste põhjal mõned trendid, nt on arhitektuuri- ja reklaamivaldkondade ettevõtete seas keskmisest enam neid, kes tegutsevad ärilisel eesmärgil. Sama on ka meelelahutustarkvara puhul, kus küll vastajaid oli vaid neli, kuid neist kolm pidas oma eesmärgiks tulu teenimist. Disaini- ja reklaamivaldkondade esindajad tajuvad keskmisest sagedamini, et nad on abiks teistele ettevõtetele nende turu ja tulu suurendamisel. Ilma töötajateta ettevõtete hulgas on kõige rohkem neid (50%), kes tegutsevad loomingulistel eesmärkidel.

Lähiaastatel kaldub uuringus osalenud ettevõtjate hinnangul nende fookus veidi enam tulu teenimise poole ning senisest vähem on neid, kes kavatsevad tegutseda loomingulistel eesmärkidel. Samas on rohkem selliseid ettevõtjaid, kes näevad, et nende tegevus toob Eesti riigile tuntuks.

³⁰ Teksti mahu kokkuhoiu huvides on edaspidi kasutatud kõigi vastanute kohta ühisnimetust „ettevõtted“

Joonis 19. Ettevõtte enesemääratlus (% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Enamik vastajatest ei ole viimase viie aasta jooksul oma ärimudelit oluliselt muutnud, sh nt kirjastamise ja kultuuripärandi valdkondade esindajatest ei ole seda teinud mitte keegi (vt Joonis 20). Nende seas, kes on oma ärimudelit märkimisväärselt muutnud, on peamised muudatused puudutanud pakutavat toodet või teenust, sihtgruppi või tulustruktuuri (vt Joonis 21). Mitmed vastajad selgitasid, et kuna vaadeldud periood hõlmab nii COVID-19 pandeemia kui ka Ukraina täiemahulise sõja algust, on muudatused olnud seotud pigem tegevuse koomale tõmbamise kui laienemisega. Vastustest tuleb välja, et äärmiselt oluline on olla paindlik ja kohanduda vastavalt nõudluse muutumisele. Siiski on ka neid ettevõtteid, kes on leidnud uue suuna ja võimaluse oma tegevust laiendada.

Uuringus osalenud ettevõtete vastused:

„Agentuurist sai ühemehefirma.“

„Kuna tellimusi ei ole, olen toodete mahtu vähendanud märgatavalt.“

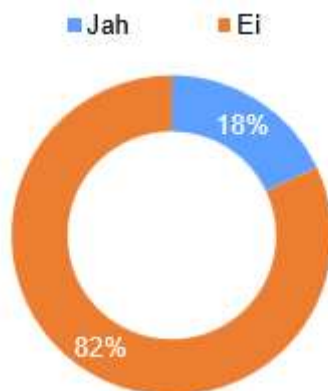
„Ettevõtte tegevus on paindlik, vastavalt nõudlusele.“

„Oleme rohkem liikunud teenuste pakkumiselt omatoodete arendamisele.“

„Oleme tunduvalt laiendanud pakutavate teenuste hulka: lisandunud on võimekus.“

„Tellimuste osakaal on mõnevõrra vähenenud ja vaba loominguga müügi osakaal selle võrra suurenenud.“

Joonis 20. Kas Teie ettevõtte/asutus on viimase 5 aasta jooksul oluliselt muutnud oma ärimudelit? (% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Joonis 21. Mida Te olete oma ärimudelis muutnud?

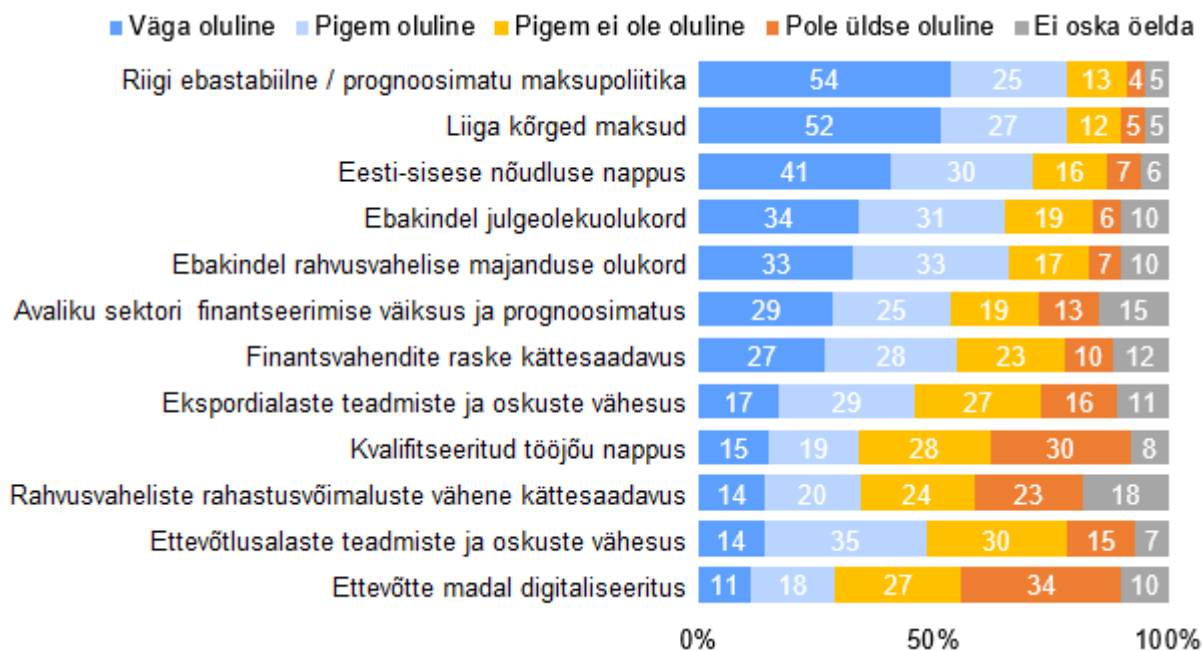
(% vastustest; need, kes on ärimudelit muutnud, n=79)



6.3 Arengut takistavad tegurid

Peamised tegurid, mis loomeettevõtete hinnangul takistavad nende arengut, tulenevad riigi maksupoliitikast: ligi **80% vastajatest näeb, et ebastabiilne maksukeskkond ja liiga kõrged maksud pidurdavad nende ettevõtte kasvu** (vt Joonis 22). Lisaks nähakse takistusena **Eesti väikest turgu**, kus tellimusi napib. Esile tuuakse ka **piisavate ja sobivate toetusvõimaluste puudumist**, mis võiksid toetada ettevõtte tegevuse laiendamist. Rahvusvahelisele turule sisenemisel on takistuseks kontaktide ja teadmiste-oskuste puudus, aga ka ajapuudus – väikeses ettevõttes ei ole võimalik piisavalt pühenduda suhete loomisele ja arendamisele. Ebakindel majanduslik olukord ja raskesti prognoositav nõudlus muudavad riskantseks eraldi müügitöötaja palkamise. Umbes iga kolmas peab probleemiks kvalifitseeritud tööjõu puudust. Samas tunnistavad mõned ettevõtjad ausalt, et teatud piirangud tulenevad oma valikutest ja mugavusest: kui oleks suurem valmisolek panustada, leiaks tõenäoliselt oma toodetele ka tarbijad. Kui loomeettevõtte on loodud palgatöö kõrvalt, siis ongi prioriteedid sageli mujal.

Joonis 22. Kui olulised on järgnevad takistused Teie ettevõtte/asutuse arengu seisukohast?
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Näiteid takistustest, mis piiravad oma toodangu/teenuse suuremas mahus pakkumist:

„Ebanormaalsed maksutingimused. Samad reeglid, nõuded, maksud kehtivad pisikestele ettevõtjatele ja tohutult suurtele. See suretab pisikesed välja.“

„Eesti riigi kõrged maksud, mis ausal konkureerimisel tõstavad hinnataseme kõrgeks.“

„Ostujõud on Eestist kadunud. Nagu ka turvatunne.“

„Raske luua rahvusvahelisi suhteid. Kõvasti aeglasem kui Eesti-siseste suhete loomine.“

„Kontaktide puudumine lähiriikides.“

„Finantsi ligipääs puudub, et võimendada äri kasvu.“

„Riik ei toeta. EAS ütleb, et arvutimängud on kunst ja kuulub Kultuurkapitali rahastamisesse. Kulka ütleb, et see on äri ja kuulub EASile. Oleme sunnitud suure osa ettevõttest andma välisinvestoritele, et katta arendus- ja turunduskulusid.“

„Alati kõik toetused algavad mingist kindlast käibenumbrist. Ja ega siis ei saagi midagi taotleda, püsikdi kogu aeg samal levelil, eladki elu, kus on töökoht loodud vaid iseendale, aga kasvu ei ole mõtet panustada, sest see pinnistus oleks pereelu arvelt.“

„Ei ole aega müügiga tegeleda. Ei riski ka kedagi sellele tööle palgata.“

„Oleme väga väike firma ja selle valdkonna oskustöölisi on vähe, siis nt sepa pikem haigusleht mõjutab tootmist.“

„Ei ole takistusi, ise tuleb paremini turundada ja müüki teha. Piirangud on seotud elustiiliga, tahaks rohkem reisida ja vähem tööd teha :)“

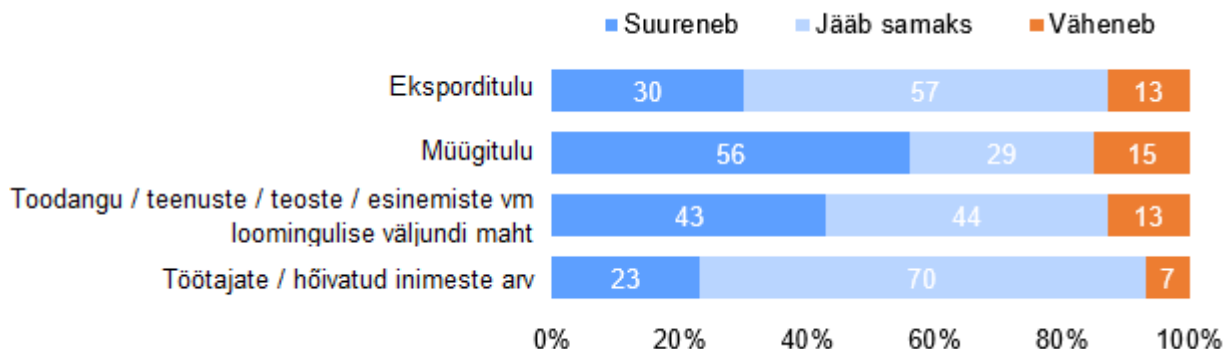
„Palgatöö kõrvalt tehtud OÜ, et saaks tegeleda investeerimisega ja aegajalt juhuslikke arveid väljastada oma töö eest. Ettevõtte arengut takistab pigem oma viitsimatus.“

Lähima 3–5 aasta jooksul loodavad enam kui pooled uuringus osalenud loomeettevõtetest ja -asutustest oma müügitulu suurendada (vt Joonis 23). 43% usub, et kasvab ka toodangu, teenuste või muu loominguulise väljundi maht. Veidi alla kolmandiku prognoosib eksporditulu kasvu, samas kui 57% arvab, et ekspordimaht jääb pigem samaks. Töötajate arvu kasvu loodab ca veerand vastanutest, kuid enamik (70%) ei näe

lähitulevikus võimalust hõivatute arvu suurendamiseks. Kokkuvõttes on uuringus osalenud loomeettevõtted tulevikku vaatamisel mõõdukalt optimistlikud. Kasvuvõimalusi nähakse eelkõige müügitulus ja loominguilise väljundi mahus, ent tööjõu ja ekspordimahu suurenemise osas ollakse ettevaatlikumad.

Joonis 23. Kuidas muutub lähema 3–5 aasta jooksul Teie ettevõtte/asutuse tegevuse maht, töötajate arv ja müügitulu võrreldes käesoleva aastaga?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



6.4 Asukoht innovatsioonitrepil

Järgnevalt on välja toodud ettevõtete vastused erinevatele teemaplokkidele, mida käsitletakse innotrepi mudelis: ambitsioonikus (s.t juhtide huvi ja strateegia innovatsiooniks), väärtuspakkumise uuenduslikkus, innovatsiooniprotsess, finantsid, inimesed ja organisatsioonikultuur, koostöö. Vastuste põhjal konstrueeriti innotrepi mudel, kus ettevõtted olid jaotatud viide segmenti vastavalt oma innovaatsilisusele.

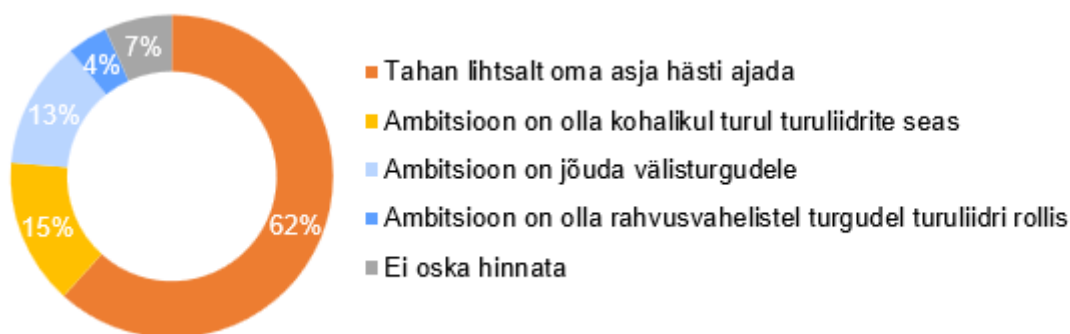
6.4.1 Ambitsioonikus

Kõige olulisem tegur innovatsioonivõimekuse puhul on juhtkonna huvi uuenduste vastu ja ambitsioon. Seda näitab ettevõtte visiooni ja pikema vaatega strateegia olemasolu (sh ekspordi huvi). Kui seda ei ole, siis ei juhtu ka ülejäänud tegevusi, millest sõltub innovatsioonivõimekus. Uuringule vastanud loomeettevõtetest 62% ei sea endale kõrgeid kasvueesmärgi ja tahavad lihtsalt „oma asja hästi ajada“. Samas see ei tähenda, et nad ei võiks olla uuendusmeelsed: paljud neist on lihtsalt realistid, kes tunnevad hästi oma valdkonna eripärasid. Näiteks arhitektuuris annab kohalike seaduste ja eripärade ning riigihankenõuete tundmine eelise kodumaistele tegijatele, mistõttu pole globaalseks turuliidriks tõusmine sageli realistlik ja seda ei seata ka eesmärgiks. Vastajatest 15 % piirdub ambitsiooniga olla kohalikul turul liidrite seas. Pea sama palju (13%) soovib jõuda välisurgudele. Vastanutest 4% on tõeliselt ambitsioonikad ja tahavad saada rahvusvahelisel turul turuliidriks (vt Joonis 24).

Erinevate valdkondade lõikes oli vastuseid erinevalt ja seetõttu ei saa neid omavahel detailselt võrrelda. Meelelahutustarkvara esindajaid oli küll vähe (neli), kuid võttes arvesse, et valdkonnas tegutsebki Eestis vaid 76 ettevõtet, tasub see sihtrühm siiski välja tuua. Nimelt eristuvad nad teistest selle poolest, et kõigil vastanutest on ambitsioon saada globaalseks turuliidriks.

Joonis 24. Kuidas hindate oma ettevõtte/asutuse turuambitsiooni?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)

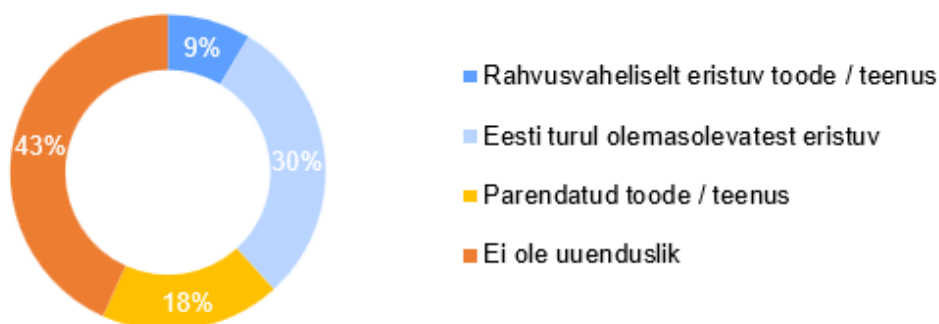


6.4.2 Hinnang toote/teenuse ja ärimudeli uuenduslikkusele

Veebiküsitluses said ettevõtted hinnata nii oma toote/teenuse ja ärimudeli kui ka konkurentide uuenduslikkust. 43% vastajatest leiab, et nende toode või teenus ei ole uuenduslik. Samas 30% ehk ligikaudu iga kolmas peab oma toodet Eesti turul olemasolevatest eristuvaks ja peaaegu iga kümnes usub, et tal on rahvusvaheliselt eristuv toode või teenus (vt Joonis 25).

Joonis 25. Kui uuenduslikuks peate oma toodet/tooteid või teenust/teenuseid?

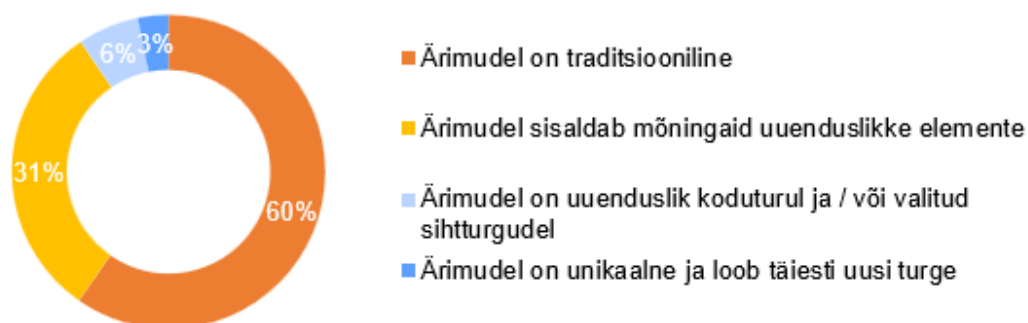
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



60% veebiküsitluses osalenud loomeettevõtetest peab oma ärimudelit traditsiooniliseks. Ligikaudu kolmandik arvab, et see sisaldab mõningaid uuenduslikke elemente. Veidi vähem kui iga kümnes (9%) vastaja hindab, et tema ärimudel on uuenduslik ja/või unikaalne (vt Joonis 26). Seega peavad uuringus osalenud loomeettevõtted uuenduslikuks pigem oma toodet/teenust kui ärimudelit.

Joonis 26. Kuidas hindate oma tänast ärimudelit?

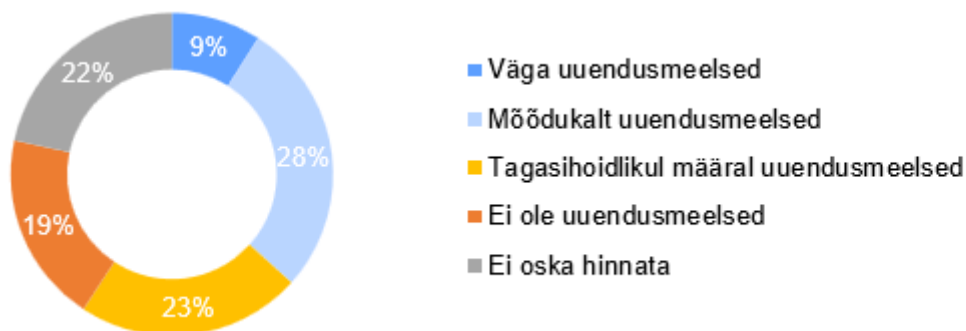
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Oma konkurentide uuendusmeelsuse hindamisel ei oska iga viies (22%) seisukohta võtta. Oma konkurente ei pea uuendusmeelseteks 19% ning tagasihoidlikul määral uuendusmeelseteks peab neid 23%. Samas 37% leiab, et konkurendid on mõõdukalt või väga uuendusmeelsed (vt Joonis 27). Seega hindavad vastajad oma konkurentide innovaatilisust suhteliselt sarnaselt oma toote/teenuse innovaatilisusele. Ka toote uuenduslikkust puudutavates küsimustes eristuvad meelelahutustarkvara ettevõtete esindajad: nad peavad oma toodet rahvusvaheliselt eristuvaks ja usuvad, et ka nende konkurendid on väga uuendusmeelsed.

Joonis 27. Kui uuendusmeelseks peate oma lähimaid konkurente?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Analüüsist ilmneb, et ettevõtted, kes tajuvad oma konkurente väga uuendusmeelsetena, peavad ka oma toodet/teenust uuenduslikuks ning samuti kipuvad olema ambitsioonikamad. See viitab võimalusele, et ambitsioonikus ei ole pelgalt konkreetse ettevõtte omadus, vaid võib olla tihedalt seotud tegevusvaldkonna üldise dünaamika ja konkurentsikeskkonnaga: mõnes valdkonnas võib uuendusmeelsus ja kasvupüüdlus olla pigem norm kui erand. Käesolevas uuringus osalenud ettevõtetest iseloomustab see meelelahutustarkvara.

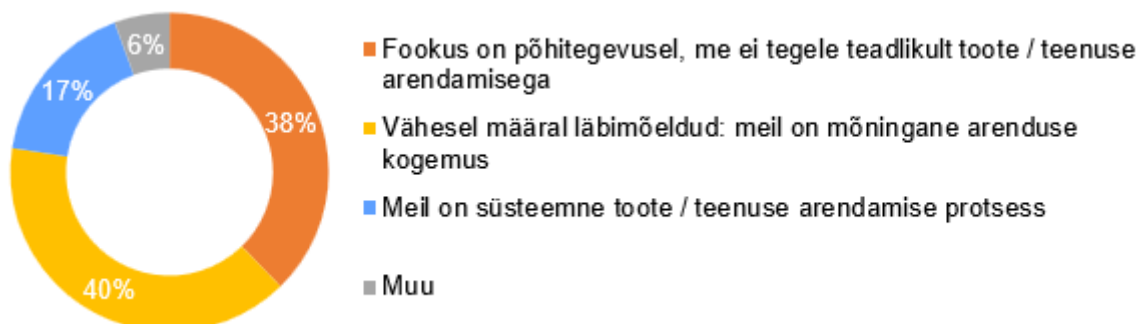
6.4.3 Innovatsiooni juhtimise protsess

Innovaatilist ettevõtet iseloomustab süsteemne lähenemine: innovatsiooniga seotud tegevused on selgelt planeeritud ja juhitud. See võimaldab hinnata, kuivõrd ettevõtte teadvustab erinevates innovatsiooniprotsessi etappides peituvaid riske, suudab planeerida vajalikke ressursse ning märkab ja kasutab uusi kasvuvõimalusi.

38% vastanutest on keskendunud oma põhitegevusele ega tegele teadlikult innovatsiooni juhtimisega. 40% ettevõtetes on arendusprotsess mingil määral läbi mõeldud ja esmased tootearenduse kogemused on olemas. End hindab süsteemseks tootearendajaks 17% vastanutest: see tähendab, et täpselt on paika pandud protsess, kuidas toote/teenuse arendamisega tegeletakse (vt Joonis 28). Jällegi eristub meelelahutustarkvara, mille puhul kõigis valdkonda esindavates ettevõtetes on paika pandud süsteemne tootearenduse protsess.

Joonis 28. Kui läbimõeldud on Teie ettevõttes/asutuses toote ja/või teenuse arenduse protsess?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)

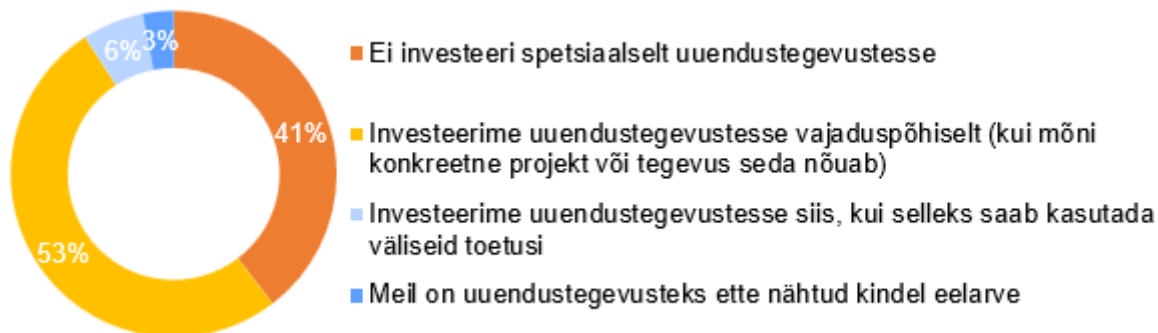


6.4.4 Finantsvõimekus innovatsiooniks

Pisut enam kui pooled uuringus osalenud loomeettevõtted investeerivad uuendustegevustesse vajaduspõhiselt ehk siis, kui mõni konkreetne projekt seda nõuab. Spetsiaalselt uuendustegevustesse ei investeeeri 41% vastanutest. 6% investeerib innovatsiooni juhul, kui selleks saab kasutada väliseid toetusi. 3% vastanud ettevõtetest on uuendustegevusteks pannud paika kindla eelarve (vt Joonis 29). Selline kindel eelarve on nt kolmel meelelahutustarkvara ettevõttel neljast.

Joonis 29. Kas ja kuidas Te investeerite oma ettevõtte innovatsiooni?

(% vastustest; kõik vastajad, n=444)

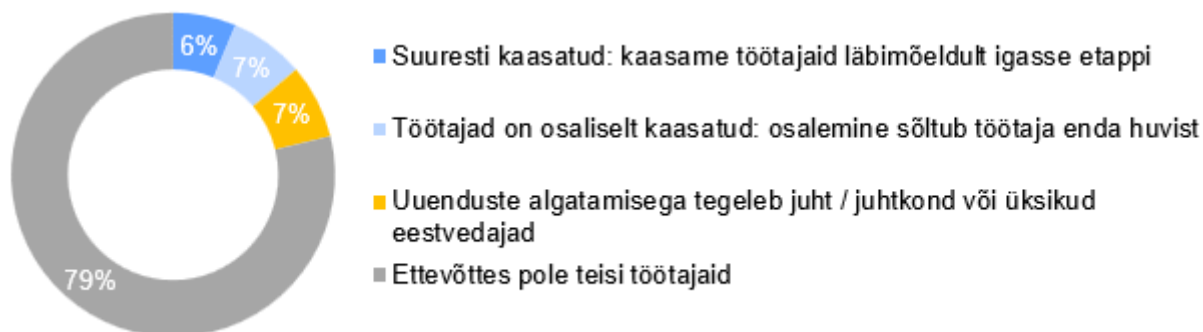


6.4.5 Inimeste kaasatus innovatsiooni

Ettevõtte innovatsioonitaset kirjeldab muu hulgas see, kui valmis on ettevõtte muutusteks ja kas selleks on olemas sobilik organisatsioonikultuur (nt eksimine on lubatud, töötajad on uuendustesse kaasatud, olemas on vajalikud eestvedajad ja oskused). Enamik küsitlusele vastanutest on ilma palgatöötajateta ühemehefirmad, mistõttu lasub neil uuenduste elluviimine täielikult juhi/omaniku õlul (vt Joonis 30). Ülejäänud ettevõtete hulgas on suhteliselt võrdselt neid, kus uuenduste algatamisega tegeleb juht või üksikud eestvedajad, kus töötajad on osaliselt kaasatud (s.t kui nad ise on huvitatud) või kus nad on suuresti kaasatud. Valdkondade lõikes eristub uuringus osalenud ettevõtete näitel arhitektuur: seal on keskmisest enam ettevõtteid, kus töötajad on uuenduste elluviimisesse osaliselt kaasatud. Reklaamiettevõtete hulgas seevastu on keskmisest tavapärasem, et uuenduste algatamisega tegeleb juht või üksikud algatajad.

Joonis 30. Kuivõrd on Teie ettevõtte/asutuse töötajad kaasatud uuenduste algatamisse ja elluviimisesse?

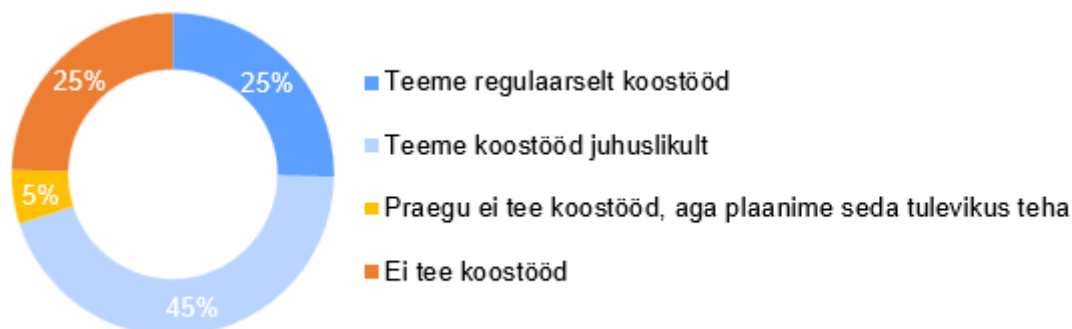
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



6.4.6 Koostöö ja partnerlus innovatsiooniks

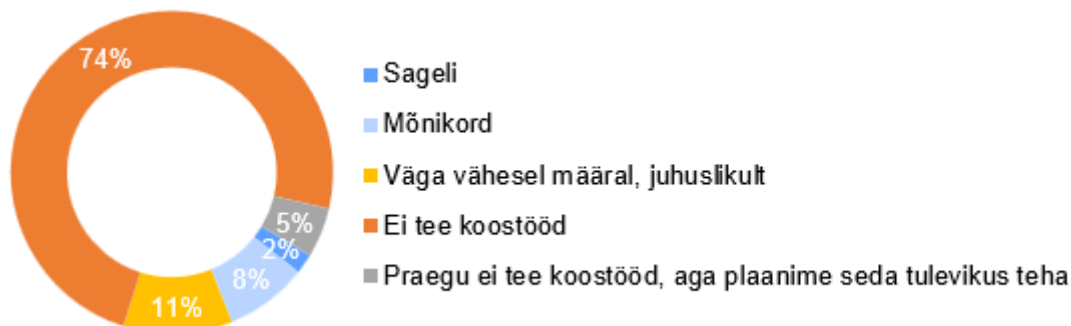
Innovatsioonivõimekad ettevõtted teevad koostööd teiste ettevõtete ja teadusasutustega, et edendada oma tegevust ja panustada innovatsiooni arengusse. Iga neljas küsitlusele vastanu ei tee teiste ettevõtetega koostööd. Sama palju on aga ka neid, kes teevad regulaarselt koostööd. Kõige levinum on siiski juhuslik koostöö: seda praktiseerib 45% ettevõtetest (vt Joonis 31). Valdkondade lõikes paistavad silma etenduskunsti ja meelelahutustarkvara ettevõtted, kus regulaarne koostöö teiste ettevõtetega on keskmisest sagedasem.

Joonis 31. Kas Te teete koostööd teiste ettevõtetega oma ettevõtte edendamiseks ja muuhulgas ka innovatsiooni arenguks?
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



Kui teiste ettevõtetega teeb oma ettevõtte edendamiseks juhuslikult või regulaarselt koostööd 70% vastanutest, siis teadusasutustega koostöö tegijaid on oluliselt vähem. Kolm vastajat neljast ei tee ülikoolide või teadusasutustega koostööd, 2% teeb seda sageli ja 8% mõnikord (vt Joonis 32).

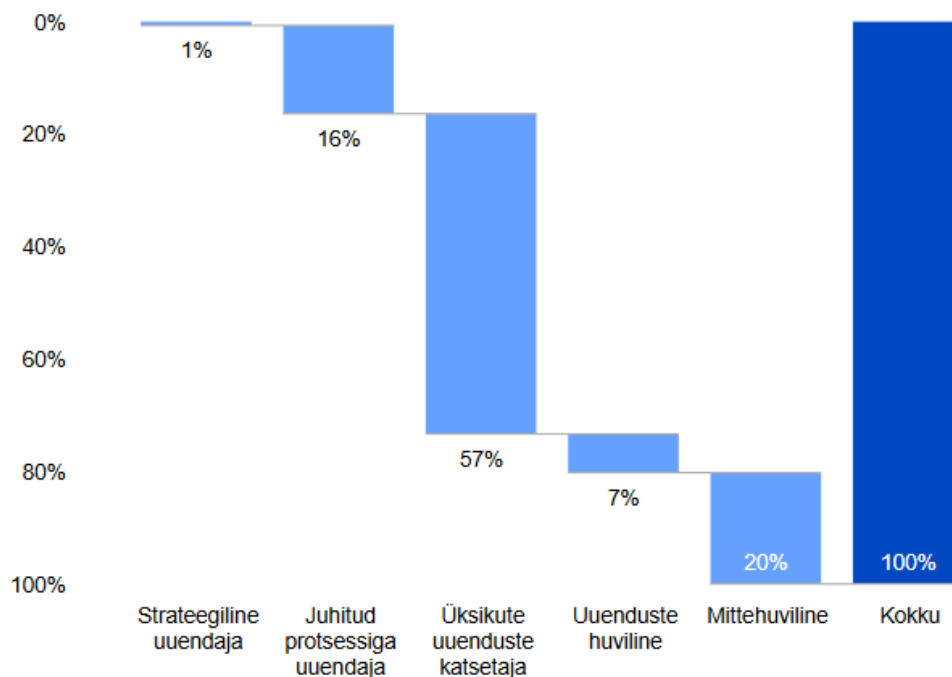
Joonis 32. Kas Te teete koostööd teadusasutuste või ülikoolidega innovatsiooni arenguks?
(% vastustest; kõik vastajad, n=444)



6.4.7 Asukoht innotrepil

Eelnevatele innovaativsust analüüsivatele küsimustele antud vastuste põhjal hinnati ettevõtete paiknemist innovatsiooniteekonnal. Ettevõtted jaotati viide segmenti. Uuringus osalenud loomeettevõtetest **iga viies ei ole uuendustest eriti huvitatud. Uuenduste huvilised on 7%** (vt Joonis 33). Neid iseloomustab valdavalt konkurentidega sarnane ärimudel ning juba turul levinud toote/teenuse pakkumine. Ambitsioon on tegutseda kohalikul turul või vastata juhuslikele välispäringutele, partnerlused ja finantsvõimekus uuendusteks neil puuduvad.

Joonis 33. Uuringus osalenud loomeettevõtete paiknemine innovatsioonitrepil



Pisut enam kui pooled (**57%**) **vastanutest on üksikute uuenduste katsetajad**. Neil on olemas algteadmised innovatsiooni juhtimisest ning initsiatiiv tegeleda üksikute uuendustega. Ettevõtetele on ambitsioon pakkuda eristuvat toodet/teenust, sh üksikutele välisturgudel. Uuendusi rahastatakse projektipõhiselt ning seejuures tehakse koostööd üksikute partneritega.

16% vastanutest on juhitud protsessiga uuendajad. Neil on rahvusvaheline ambitsioon, eristuv toode/teenus ja turul edukas ärimudel. Nad tegelevad teadlikult innovatsiooni juhtimisega ja arendustegevustega. Selleks on ettenähtud konkreetne eelarve ja uuendustesse on kaasatud laiem meeskond. Innovatsiooni eesmärgil tehakse koostööd mitmete valitud partneritega.

1% uuringus osalenud loomeettevõtetest on strateegilised uuendajad. Nende puhul on uuenduslikkus osa ettevõtte kultuurist. Neil on rahvusvaheliselt eristuv toode/teenus ja unikaalne, uusi turge loov ärimudel. Neil on paika pandud ja kasutusel uuenduste juhtimise mudel. Sellistel ettevõtetele on globaalne ambitsioon. Uuenduste nimel tehakse pidevalt koostööd nii teiste ettevõtete kui ka teadusasutustega.

Vahekokkuvõte: loomeettevõtete struktuur ja dünaamika

- ❖ **Traditsioonilistes valdkondades domineerivad stabiilsed ja vanemad ettevõtted.** Ringhäälingu-, kirjastamise- ja arhitektuurivaldkondades on ettevõtted keskmiselt üle 12 aasta vanad, viidates institutsionaalsele küpsusele ja aeglasele uute tulijate lisandumisele ja/või stabiliseerumisele.
- ❖ **Uuemates ja dünaamilisemates valdkondades on ettevõtted nooremad ja mitmekesisemad.** Meelelahutustarkvara, disain ja reklaam hõlmavad suures osas viimastel aastatel loodud ettevõtteid, mis viitab madalamale sisenemislävele, kiirele digitaalsele arengule ning vabakutselisuse kasvule.
- ❖ **Loomeettevõtete motivatsioonid on mitmekesised.** Uuringu põhjal tegutsevad umbes pooled vastajatest ärilistel eesmärkidel ja pooled loomingulistel kaalutlustel, kusjuures tulu teenimisele keskendutakse pigem tulevikus rohkem.

- ❖ **Ärimudelite muudatusi tehakse peamiselt vajaduspõhiselt ja paindlikult.** Enamik ettevõtteid ei ole viimase viie aasta jooksul oma ärimudelit oluliselt muutnud, kuid kui muudatusi tehakse, on need seotud pakutava teenuse või sihtgrupi kohandamisega vastavalt turuolukorrale.
- ❖ **Arengut piiravad nii struktuursed kui isiklikud tegurid.** Loomettevõtete kasvu takistavad enim ebastabiilne maksukeskkond, väikese siseturu tingimused, piiratud juurdepääs rahastusele ja vajalikele kontaktidele. Lisaks töid paljud vastajad laienemisvõimaluste piirajatena välja ajapuuduse, vabakutselise töövormi eripärad ja teadlikud elustiilivalikud.
- ❖ **Loomettevõtete innovatsioonivõimekus on tagasihoidlik ja tihti juhuslik.** Enamik ettevõtteid katsetab üksikuid uuendusi ilma süsteemse innovatsioonijuhtimiseta ning innovatsioon piirdub pigem toote- või teenustasemega. Uuenduslikke ärimudeleid on vähe ning koostöö teadusasutustega on harv, kuigi partnerlus teiste ettevõtetega esineb sagedamini, ent enamasti juhuslikul kujul.
- ❖ **Ambitsioonid on valdavalt kohalikud, eristub meelelahutustarkvara valdkond.** Umbes kaks kolmandikku loomettevõtjatest soovib lihtsalt „oma asja hästi ajada“ ning rahvusvaheliseks liidriks pürgijaid on väga vähe. Seevastu meelelahutustarkvara ettevõtted paistavad silma süsteemse arendustegevuse, rahvusvahelise haarde ja ambitsioonikuse poolest, paiknedes innovatsioonitrepi tipus.

7. Soovitused

Soovitused poliitikakujundajatele

- **Ühtne andmebaas toetuste kohta looks läbipaistvuse.** Tuleks luua keskne andmekogu, kuhu koonduksid kõik riigi hallatavad andmed toetuste, rahastusotsuste ja saajate kohta (sh koos ettevõtte registrikoodidega). See suurendaks läbipaistvust, võimaldaks vältida topelttaotlemist eri asutustest (sh kohaliku omavalitsuse tasandilt) ning aitaks poliitikakujundajatel paremini hinnata toetuste ja rahastamise meetmete tegelikku ulatust ja mõju. Samuti lihtsustaks see avalikkusele ja teadlastele andmete kättesaadavust ja võrdlemist.
- **Täiendav töötajateta ettevõtete uuring.** Käesolev uuring näitas, et väga suur osa loomevaldkonna ettevõtetest on ametlikult ilma töötajateta. Vestlusringides ja intervjuudes selgusid mõningad põhjused, miks see nii võib olla (nt vajadus juriidilise keha järele, mille alt arveid esitada; erinevate projektide jaoks luuakse uued ettevõtted, mis pärast jäävad passiivseks; tegu on n-ö hobiettevõttega, millega tegeletakse põhitöö kõrvalt jne). Tulemuseks on aga see, et statistikas kajastub vähem töökohti kui on praktikas. See moonstab tööturu andmeid ja alahindab loomesektori majanduslikku kaalu. Teiseks tähendab see sotsiaalse kaitse puudulikkust, sest kui ettevõtja ei palka töötajaid tööle ega maksa tööjõumakse, jäävad inimesed ilma sotsiaalsest kaitsest (pension, haigushüvitis, töötuskindlustus). See muudab loomesektori töösuhted ebakindlaks. Samuti toob olukord, kus töö tehakse ära, aga töötajaid ei kajastata, kaasa moonutatud järeldused lisandväärtuse kohta. Seega tuleks põhjalikumalt uurida, mis takistab loomeetevõtjaid oma äritegevuses järgmist sammu astumast ja töötajaid palkamast – kas põhjuseks on ebakindel sissetulek, puudulikud teadmised, hirm haldus- või maksukoormuse ees või midagi muud. Selline uuring võiks anda teavet, kuidas motiveerida ettevõtteid töötajaid ametlikult tööle võtma, et kasvaks sektori läbipaistvus, sotsiaalne kindlustatus ja majanduslik usaldusvärsus.
- **Toetuste kasutamise mõju-uuring.** Ettevõtete veebiküsitluses leidis 21% toetust saanud ettevõtetest, et riigi poolt pakutavad toetusmeetmed ei ole aidanud parandada nende ettevõtte majanduslikku jätkusuutlikkust. Sama palju oli ka neid, kes ei osanud toetuste mõju hinnata. See võib viidata olukorrale, kus toetuse saajad ei suutnud toetust piisavalt tõhusalt või sihipäraselt rakendada. Samas osutab see vajadusele uurida süvitsi, miks toetus ei toonud oodatud tulemust ja mis takistas selle mõjusat kasutamist. Sellest lähtuvalt saaks arendada toetusskeeme nii, et need oleksid paremini kohandatud ettevõtete tegelikele vajadustele.
- **Täiendav käsitöövaldkonna uuring ja mõisteline selgus.** Käsitöövaldkond vajab selget ja põhjalikku mõtestamist, et eristada seda täpsemalt disaini- ja kunstivaldkondadest ning määratleda, millised tegevused ja ettevõtlusvormid sinna alla kuuluvad. Uuring peaks keskenduma nn „hallile alale“, kus tegutsevad näiteks individuaalõmblusteenust pakuvad või mööbli restaureerimisega tegelevad ettevõtted, kes ei pruugi osaleda laatadel³¹ ega kuulu traditsiooniliste käsitööorganisatsioonide alla. Eraldi tuleb kaardistada, kui suur osa käsitöölisi tegeleb rahvakultuuri edasikandmisega (nt kirivööde, Haapsalu sallide valmistamine) ja kui palju on tänapäevaseid loome- või teenuspõhiseid käsitööettevõtteid. Lisaks oleks vaja teada, kuidas käsitöö, disaini ja kunsti piiril tegutsevad loomeinimesed end ise määratlevad.

Teiseks oleks vaja eraldi uuringut, mis keskenduks käsitöösektori jätkusuutlikkusele ja arengupotentsiaalile. See hõlmaks järelkasvu teemat (nt kutseõppe roll, põlvkondlikud ülekandemustrid)

³¹ Üldjuhul kogub Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liits statistikat nende käsitöölise kohta, kes osalevad laatadel.

ning Eesti elanike hoiakuid käsitöö suhtes – kuivõrd on käsitöö tarbimine ja isetegemine levinud, milline on valdkonna ühiskondlik maine ja milliseid funktsioone täidab käsitöö tänapäeva ühiskonnas. Selline uuring looks eeldused, et käsitöövaldkonda mõistetakse mitte üksnes läbi majandusnäitajate, vaid ka kultuurilise kandepinna ja sotsiaalse mõju kaudu. Koos mõistelist selgust loova uuringuga looks see aluse sihipärasele ja andmepõhisele poliitikakujundusele.

- **Tunnustada kogukonnaühenduste rolli loomemajanduses.** Poliitikakujundamisel ja valdkondlike uuringute kavandamisel tuleks eraldi arvesse võtta kultuuriseltide ja kogukonnaühenduste panust loomemajandusse. Need ühendused tegutsevad oluliste tugistruktuuridena, mis toetavad mitmete loomevaldkondade (nt käsitöö, muusika, etenduskunstid, visuaalkunst) järjepidevust ning tagavad loometegevuse ja huvihariduse kättesaadavuse kogu Eestis. Nende roll ei piirdu ainult kultuurilise tegevuse säilitamisega: kogukonnaorganisatsioonid osutavad sageli ka kultuurimajanduslikke teenuseid ning täidavad olulist nišši, mida klassikalised ettevõtlus- või haridusstruktuurid ei kata.

Seetõttu on soovitatav kajastada kogukonnaorganisatsioonide tegevust ja mõju loomemajanduse statistikas ning arengudokumentides eraldi kategooriana. Eriti oluline on see juhul, kui neile jagatakse sihtotstarbelisi toetusi, nt seadmete (nt kangastelgede, tikkimismasinade) soetamiseks või ringitegevuse korraldamiseks. Praegu puudub ülevaade, milline osa sellest tegevusest on seotud eneseteostusega ja milline omab ka majanduslikku väljundit (nt toodangu müük kohalikes kanalites). Eraldi nähtavus aitaks hinnata nende panust valdkonna elujõulisusse ja vajadusel kujundada spetsiifilisemaid toetusmeetmeid.

Soovitused toetuste jagajatele

- **Toetuste info levitamine vajab süsteemsemat koostööd.** Toetuste jagamise tõhusus sõltub otseselt sellest, kui hästi jõuab info sihtrühmadeni. Praegu ei teavitata toetuste tingimustest ja taotlusvoorudest süsteemselt eriala- ja loomeliite, kuigi need oleksid valmis infot aktiivselt oma liikmetele edastama. Samas puuduvad eriala- ja loomeliitudel piisavad ressursid, et kõiki asjakohaseid taotlusvoore ise järjepidevalt otsida ja jälgida. Seega võiksid toetuste jagajad senisest enam anda infot toetusvõimaluste kohta erialaliitudele, kes saaksid seda oma liikmeskonnale vahendada. Selline koostöö aitaks tagada, et info jõuab laiemalt ja õigeaegselt sihtrühmadeni. Samuti looks see usalduslikuma ja sidusama toetuste ökosüsteemi.
- **Valdkonna eripäradega arvestavad ja paremini sihitud toetused.** Uuringu käigus ilmnes, et kohati tunnevad ettevõtteid, et toetused ei arvesta nende valdkonna eripäraga. Näiteks moedisainerite puhul on rahvusvahelistel messidel osalemine strateegiliselt oluline, kuid tulemuste saavutamine eeldab järjepidevat kohalolekut vähemalt kolmel järjestikusel hooajal (valdkonna esindajate kogemusel pole enne erilist lootust, et disainerit tõsiselt märkama hakatakse ja messidel käimine ennast ära tasub). See tähendab aga kolme erineva kollektsiooni loomist ja korduvaid messikülastusi, enne kui suudetakse oma bränd nähtavaks teha. Paraku ei ole senised toetusmeetmed selliseid kulusid ja ajaraame piisavalt arvesse võtnud: tulemusi oodatakse märksa kiiremini, kui see ettevõtjate kogemusel on võimalik. Seega ootavad ettevõtjad, et toetusmeetmed võtaksid rohkem arvesse valdkonna eripärasid.

Selline toetamine tähendab ilmselgelt seda, et ühele taotlejale antav toetussumma peab olema suurem ja nii saab kokkuvõttes toetusi väiksem arv ettevõtjaid. Selline strateegia eeldaks ka head selgitustööd: et eesmärk pole mitte toetada „näpuotsaga paljusid“, vaid keskenduda pigem neile ettevõtjatele, kellel on suurem potentsiaal kujuneda rahvusvaheliseks edulooks. Selliseid ettevõtteid tuleks toetada suuremas mahus ja pikemaajalise strateegiaga, et anda neile tegelik võimalus ennast teostada.
- **Vähem bürokraatlik toetuste taotlemine.** Uuringu jaoks tagasisidet andnud loomeettevõtete vastustest ilmnes, et erinevad toetused seostuvad äärmiselt suure bürokraatia ja ajakuluga. Ettevõtteid vajaksid paindlikumaid ja „inimkeelsemaid“ taotlusvorme, mis keskenduksid rohkem reaalse tegevuse kajastamisele kui formaalsustele. Lihtsustatud taotlusprotsess ja selged, ettevõtluse eripärasid arvestavad tingimused tagaksid parema rahastuse kasutamise. Samas on arusaadav, et toetuste jagaja peab taotlejaid hindama ja pidama arvestust toetuste kasutamise üle. See ei tohiks teha protsessi siiski nii keeruliseks, et võimalikud taotlejad sellest loobuvad.

Soovitused ettevõtetele

- **Sisulisem aruandlus.** Et anda loomevaldkonna ettevõtlusest ja arengust adekvaatsem pilt, tuleks majandusaasta aruannetes pöörata suuremat tähelepanu oma tegevuse sisulisele kirjeldamisele. Aruandlus peaks selgitama, millisel loomealal ettevõtte või asutus tegutseb, milline on selle tegevusaktiivsus (s.t kas tegemist on aktiivselt toimiva ettevõttega), milliseid sihtrühmi teenindatakse jne. Eriti oluline on see valdkondades, kus paljude organisatsioonide tegelik roll jääb pelgalt juriidilise vormi põhjal ähmaseks.

Lisaks võiksid majandusaasta aruanded sisaldada teavet loovtöö rollide ja töötajate arvu kohta loomeüksustes. See aitaks paremini mõista loomeprotsesside ulatust ja tööjõu koormust. Samuti tuleks loomevaldkondade ettevõtted äriregistris selgemalt määratleda, et oleks selgem, millises alavaldkonnas nad tegutsevad. See eeldab süsteemseid muudatusi: kas täiendavate küsimuste lisamist ettevõtte registreerimise protsessi või EMTAK-koodide struktuuri ümbervaatamist ja täpsustamist³². Näiteks võiks selguda, kas programmeerimise tegevusalaga ettevõtte tegutseb mängutööstuses, kas reklaamiettevõtte keskendub loovreklaamile või meediaplaneerimisele, ning kas piirialadel tegutsev ettevõtte näeb end näiteks käsitöö-, kunsti- või disainivaldkonna esindajana. Tulemuseks oleksid täpsemad andmed, mis toetaksid nii statistilisi ülevaateid kui ka sihipärasemat poliitikakujundamist.

- **Innovatsiooni planeerimine loob eelise ja vähendab riske.** Pisut enam kui pooled uuringus osalenud loomeettevõtted investeerivad uuendustegevustesse vajaduspõhiselt ehk siis, kui mõni konkreetne projekt seda nõuab. Innovatsioon ei pea aga alati tähendama mastaapseid uuendusi. Juba väikesed, kuid läbimõeldud arendused tootepakkumises, sihtgruppides või teenuse vormis võivad pakkuda selget konkurentsieelist. See aitab paremini kohaneda turumuutustega, suurendab võimalusi rahastusallikate kaasamiseks ja vähendab sõltuvust üksikutest klientidest või turgudest. Uuenduste tulemuslikkust toetab ka koostööpartnerite (nt teadusasutuste või inkubaatorite) kaasamine ja meeskonna aktiivne kaasatus. Seega ei peaks uuendused jääma vaid projekti- või vajaduspõhiseks tegevuseks.
- **Digitaalse turunduse strateegia kui võimalus nähtavuse tõstmiseks ja turule sisenemise lihtsustamiseks.** Loomeettevõtted võiksid teadvustada digitaliseerimise rolli mitte ainult tööprotsesside tõhustajana, vaid ka turundus- ja levikanalite arendajana. Süsteemne digiplatvormide kasutamine, alates sotsiaalmeediast ja e-kaubandusest kuni virtuaalsete teenuste või toodete pakkumiseni, aitab jõuda uute sihtrühmadeni ja tõsta rahvusvahelist konkurentsivõimet. Erinevalt juhuslikust postitamisest või veebilehe omamisest tähendab see teadlikku digitaalset strateegiat, mis seob loomingulise sisu väärtuspakkumise kasutajakogemusega. Eriti väiksemate loomeettevõtete jaoks võib see olla odav, ent väga tõhus võimalus nähtavuse suurendamiseks ja tulu kasvatamiseks.

Soovitused metoodika kohta

- Käesolevas ja eelmises kaardistuses jäeti analüüsist välja ettevõtted ja MTÜ-d, mille aastane müügitulu oli alla 200 euro. Tulevikus võiks seda piirmäära tõsta, sest majanduskeskkond on muutunud ning seetõttu ei ole 200-eurone piir enam piisavalt tähenduslik näitaja majanduslikult aktiivse tegevuse eristamiseks. Kõrgema piirmäära rakendamine aitaks veelgi selgemalt eristada professionaalse loomemajanduse osalisi juhuslikest, sümboolse tegevusega üksustest, kes ei panusta otseselt sektori majanduslikku kogumõjusse.
- Uuringu metoodika piirangute peatükis on välja toodud probleem, kuidas kajastada toetusi, mis on mõeldud laiemalt loomemajanduse toetamiseks, mitte konkreetsele valdkonnale. Adekvaatsema ja terviklikuma ülevaate huvides oleks mõistlik lisaks valdkonnapõhistele toetustele käsitleda ka nn **valdkondadeüleseid toetusi**, mis on suunatud loomevaldkonna üldisele arendamisele. Sellised

³² Kõige suuremat kasu statistikale annaks loomevaldkondade ja nende alavaldkondade jaoks kohandatud EMTAK-koodide loomine, mis vastaks senise loomevaldkondade klassifikatsiooni loogikale. Näiteks võiks arhitektuurivaldkonnas olla eraldi koodid sise- ja maastikuarhitektuuri jaoks, mis võimaldaks täpsemat valdkondlikku analüüsi. Samas oleks selline süsteem keeruline juhul, kui ettevõtte tegutseb mitmes valdkonnas või kombineerib erinevaid tegevusi (mis olevat väga levinud, nagu uuringust selgus). See toob esile tõsiasja, et loomeettevõtteid on sageli keeruline suruda kindlatesse kategooriatesse, kuhu nad ise ei pruugi end sobivaks pidada.

toetused aitavad loomemajandust tervikuna ning nende mõju ulatub sageli mitmesse valdkonda korraga. Selliste toetuste kaasamine aitab paremini mõista avaliku sektori toetuste tegelikku haaret ja strateegilist suunitlust loomevaldkonnas.

- Edaspidi võiks täpsema ülevaate saavutamiseks vaadelda eraldi **kultuuripärandi hoidmisele ja/või piirkondliku kultuurielu edendamisele suunatud ühenduste tegevust**. Praeguses metoodikas on kultuuripärandi valdkond jaotatud käsitöö, muuseumide ja raamatukogude tegevuseks, kuid see lähenemine jätab analüüsist kõrvale rahvamajad ja kultuurimajad. Ometi on just neil asutustel oluline roll kultuuripärandi elushoidmisel, eriti kohalikul tasandil. Rahva- ja kultuurimajad ei sobitu kitsalt ühegi olemasoleva kategooria alla. Nende tegevus on tihti valdkondadeülene, hõlmates nt etenduskunste, muusikat, kujutavat kunsti, kirjandust. Seetõttu oleks põhjendatud nende käsitlemine eraldi kategooriana, mõistmaks paremini nende panust nii kultuuripärandisse kui ka loomevaldkondade arengusse laiemalt.
- Loomemajanduse kaardistustes on läbi aastate võrreldud loomemajandussektori ettevõtete näitajaid Eesti ettevõtluse üldiste näitajatega. Võrdlusel on arvesse võetud loomeettevõtete kogutulu ja ettevõtete müügitulu. Tulevikus **võiks kaaluda ka loomeettevõtete puhul müügitulu võrdlemist**, sest see annaks turupõhise tegevuse kohta adekvaatsema pildi. Kui lähtuda eeldusest, et mitmed loomevaldkonnad on sellised, mis vajavad ka edaspidi avaliku sektori toetust, oleks põhjendatud analüüsida paralleelselt nii loomeettevõtete müügitulu kui ka kogutulu ning võrrelda neid kogu ettevõtluse müügituluga. Sellisest analüüsist võiks välja jätta raamatukogud, mis tegutsevad oluliselt erinevatel alustel võrreldes üldise ettevõtlusega.
- Samuti võiks ekspordi osatähtsuse analüüsimisel hinnata **ekspordi osakaalu müügitulust**, mitte kogutulust, nagu on tehtud varasemates kaardistustes. Käesolevas uuringus alustati selle muudatusega ja välja toodi ekspordi osakaal nii kogutulust kui müügitulust.
- Loomeettevõtete veebiküsitluse läbiviimisel tuleb hinnata, mida ankeediga eelkõige teada soovitakse saada. Siiani on kasutatud üht üldist ankeeti, kuid selle abil on kogu loomevaldkonna hõlmamine keeruline, sest sektoris on väga erineva suuruse, fookuse ja tegevusloogikaga ettevõtteid alates ühemehefirmadest kuni rahvusvahelistele turgudele suunatud ettevõteteni. Üks standardne ankeet võib tekitada vastajates tunde, et nad „ei mahu“ ankeeti ja see omakorda võib tähendada vastamisest loobumist. Seega tasub kaaluda, kas luua eraldi mikroettevõtjatele mõeldud **lühendatud ja/või lihtsustatud ankeet**, mis võimaldaks erinevatel sihtgruppidel sisulisemalt kaasa rääkida ja parendaks vastamiskogemust.

Näiteid ettevõtete vastustest:

„Küsimustik on kallutatud selles mõttes, et mul tekkis tunne, et mikroettevõtjana teen midagi valesti, et mul juba pole plaane ettevõtet laiendada või välismaale teenust pakkuma minna. Samuti pole ma nt kindel, mis mõtet on loomemajanduses uurida "innovatsiooni" kohta, mis võib tähendada kõigile väga erinevaid asju (loomevaldkond tegeleb põhimõtteliselt pidevalt uuendamise ja leiutamisega). Usun veendunult, et eriti loomeettevõtluse eesmärk ei pea(ks) olema äriiline kasv ja strateegiline areng mingis ettemääratud suunas.“

„Tundus, et küsimustik on koostatud peamiselt keskmistele ja suurtele loomeettevõtetele ning kasutatud on ärimudeli termineid, mis sageli kultuurivaldkonnale hästi ei klapi.“

- Loomeettevõtete **veebiküsitluse ankeet** peaks olema ka **inglise keeles**. Näiteks meelelahutustarkvara valdkonnas on palju rahvusvahelise taustaga ettevõtjaid, kelle puhul võiks ingliskeelne ankeet suurendada tõenäosust, et võetakse aega uuringule vastamiseks.
- **Disainivaldkonna kaardistust tuleks täiendada n-ö disainiintensiivsete ettevõtetega**. Tulevaste disainivaldkonna uuringute puhul on soovitatav võtta vaatluse alla lisaks disaini põhivaldkonnale ka disainiintensiivsed ettevõtted – s.t need, kus disain ei ole peamine tegevusala, kuid omab strateegiliselt olulist rolli toodete, teenuste või ärimudeli arendamisel (nt mõned tootmisettevõtted). See annaks täielikuma pildi disaini rollist ning sellest, kui oluline on selle panus teistesse sektoritesse.

- **Hinnata tuleks sidusvaldkondade kaasamise otstarbekust valdkondlikes analüüsides.** Uuringute metoodika täpsustamisel tasub kriitiliselt hinnata, kas ja millises ulatuses on põhjendatud sidustegevusalade kaasamine loomevaldkondade majandusnäitajate analüüsi. Mõnes valdkonnas, nagu arhitektuur (ehitusinseneeria) või kirjastamine (trükindus), võib sidusvaldkondade osakaal kogutulus ja ekspordis olla oluliselt suurem kui põhivaldkonnal, mistõttu nende kaasamine võib moonutada valdkonna profiili ning raskendada loomekomponendi mõju eristamist. Seetõttu on soovitatav edaspidi kaaluda, kas koondanalüüs peaks tuginema ainult põhivaldkonna andmetele ning esitada sidusvaldkondade näitajad eraldi lisana. See võimaldaks paremini eristada loomeväärtust loovate ja toetavate tegevuste majanduslikku kaalu.

8. Valdkondade lühikokkuvõtte

Arhitektuur

Eesti arhitektuurivaldkond on viimastel aastatel näidanud mõõdukat, kuid märkimisväärset kasvu. 2023. aastal tegutses valdkonnas 722 äri- ja mittetulundusühingut ning hõivatute arv (sh FIE-d) ulatus 1232 inimeseni. Ettevõtete arv on nelja aastaga kasvanud ligi 16%, kuid hõivatute arv vaid 2,7%, mis viitab eelkõige ühemehefirmade lisandumisele. Müügitulu tõus oli 27,1% ning kasum kasvas 8,8%, jäädes siiski alla varasematele hüppelistele kasvuperioodidele. Positiivne trend on ka kutsetunnistuste arvu tõus, seda eriti 7. ja 8. taseme spetsialistide osas. See viitab valdkonna professionaalsuse tugevnemisele.

Alavaldkondade lõikes on kasvanud nii sisearhitektuuri kui ka maastikuarhitektuuri osakaal. Arhitektuuribürood moodustasid 82% kogu sektori müügitulust, kuid sisearhitektuuri turuosa on kasvanud 9%-lt 12%-le. Maastikuarhitektuuri müügitulu on samuti tõusnud, kuigi turg on endiselt väiksem ja koondunud mõjukaimate büroode ümber. Eksport on arhitektuuris endiselt tagasihoidlik, moodustades vaid 3,3% müügitulust. Insener-tehnilise projekteerimise eksport ületab arhitektide oma, kuigi on languses.

Arhitektuuriturul on täheldatav oluline muutus: fookus nihkub uusehituse asemel ümberehitusele ja olemasoleva ruumi ümbermõtestamisele. Sellest tulenevalt kasvab nõudlus keerukate rekonstrueerimislahenduste järele, mis eeldab tehnilist pädevust ja oskust töötada kontekstitundlikult. Samal ajal on ehitussektori kindlustunne alates 2020. aastast järsult langenud, viidates majanduskeskkonna ebastabiilsusele. See mõjutab otseselt ka arhitektide ja projekteerijate töömahtu ning -tingimusi.

Toetus- ja arendusvõimekuse puhul viitab arhitektuuriettevõtete seas tehtud küsitlus madalale teadlikkusele ja osalusmääradele. Kuigi potentsiaal ja vajadus arendusvõimekuse kasvatamiseks on olemas, takistab seda info puudus ja vähene sihtgrupispetsiifiline kommunikatsioon. Samas toovad vastajad esile tugeva soovi panustada ettevõtte digitaliseerimisse, tarkvaralistesse uuendustesse ning ärimudelite arendamisse.

Valdkonna suurimateks väljakutseteks on tööjõuturg (ületootmine, alatasustatus ja läbipõlemine) ning läbipaistvuse puudumine tööpraktikates, mida süvendavad levinud OÜ-tamine ja kutsepädevuse järelevalve nõrkus. Sageli on keeruline saada selget ülevaadet, kes valdkonnas reaalselt tegutsevad, millise pädevusega ning millistel tingimustel. See raskendab poliitikakujundamist, sektori usaldusväärsust ja noorte sisenemist valdkonda. Spetsialistid osutavad ka tellimuste madalale tasemele ja riigihangete süsteemi kvaliteeti pärssivale mõjule. Positiivsena märgitakse kõrget hariduse taset, noorte võimekust ning haridussüsteemi innovaatilisust. Uute põlvkondade lisandumine viib valdkonda rohkem digitaalse, keskkonnateadliku ja väärtuspõhise praktika suunas.

Suurimaks muutuseks poliitikatasandil on 2025. aastal tegevust alustanud Maa- ja Ruumiameti loomine, mis koondab seni killustatult hallatud ruumivaldkonna funktsioonid. Ametil on potentsiaal kujundada terviklik ruumipoliitika ning tagada ruumikvaliteedi sidusus nii strateegilisel kui kohalikul tasandil. Koos äsja alustanud riigiarhitekti ametikohaga loob see eeldused, et arhitektuurist saab ühiskondlikult mõtestatud, kvaliteedipõhine ja strateegiline tegevusvaldkond.

Kokkuvõttes seisab arhitektuurivaldkond ristteel, kus tehnoloogilised arengud, rohepöörde ja muutuv tööjõuturg loovad vajaduse selgemate suundade, institutsionaalse toe ning kvaliteedipõhise ruumiloome põhimõtete järele. Uue põlvkonna ootused ja võimekus loovad võimaluse, kuid nende realiseerumine sõltub valdkonna võimest teha tarku otsuseid, kaasata teadlikumalt avalikku sektorit ning tugevdada koostöövõrgustikke nii siseriiklikult kui rahvusvaheliselt.

Film ja video

2023. aastal tegutses Eesti filmi- ja videovaldkonnas kokku 1057 ettevõtet, sealhulgas 68 mittetulundusühingut. Äri- ja mittetulundusühingute arv on viimase nelja aastaga kasvanud ligi 11%, kuid samal ajal on hõivatute arv kahanenud ligi 12%, ulatudes 1364 inimeseni. Sektori kogutulu ulatus 183,1 miljoni euroni ning müügitulu 175,6 miljoni euroni. Kogukasum tõusis 18,8 miljoni euroni. Suurimateks turuosalisteks olid Apollo Kino, Forum Cinemas ning Saturn Investments OÜ, mis tegelevad kinofilmide linastamisega. Nafta Films oli filmide ja videote tootmise poolest valdkonna liider ning telesaadete tootmise sektorit juhtis Ruudu Producers OÜ. Filmide eksport on samuti märkimisväärne: 88 ettevõtet teenis 2023. aastal ekspordituluna kokku 49,5 miljonit eurot.

Kinolevisse jõudis 2023. aastal 424 filmi, neist 54 olid Eesti päritolu. Kokku registreeriti 2,82 miljonit kinokülastust, mis jääb veel pandeemiaeelsele tasemele alla, kuid piletihindade tõus on aidanud hoida kassatulu tasemel – see ulatus 20,97 miljoni euroni. Eesti filmide vaadatavus oli tugeval tasemel: 613 227 külastust (21,7% kõigist vaatajatest), kogutulu 4,2 miljonit eurot. Aasta populaarseim Eesti film oli „Suvitajad“, rahvusvaheliselt enim silmapaistev aga „Savvusanna sõsarad“, mis jõudis enam kui 60 festivalile ja võitis muu hulgas Euroopa Filmiakadeemia dokumentaalfilmi auhinna.

Filmi- ja videovaldkonna rahastus ulatus 2023. aastal ligikaudu 18,2 miljoni euroni, millest suurem osa – 90,7% – tuli Eesti riiklikest allikatest. Peamised toetajad olid Kultuuriministeerium, Eesti Filmi Instituut, Kultuurkapital ning rahvusvaheliselt Loov Euroopa MEDIA ja Eurimages. Kultuuriministeeriumi toel suunati EFI kaudu valdkonda 12,2 miljonit eurot, Kultuurkapitali audiovisuaalse kunsti sihtkapitali kaudu toetati valdkonda 2,9 mln euro väärtuses. Loov Euroopa MEDIA panustas Eesti filmilevisse ligi miljon eurot, s.o 51% rohkem kui 2019. aastal. Toetuste üldmaht on 2019. aastaga võrreldes kasvanud ligikaudu 27%, kuid toetuste reaalne ostujõud on langenud: rahastuse kasv ei ole sammu pidanud tootmiskulude ega elukalliduse tõusuga. See seab ohtu stabiilse tootmise ja professionaalsete loojate järjepideva hõivatuse.

Valdkonna tugevustena tõusid esile stabiilne tootmistegevus, rahvusvaheliselt tunnustatud filmitegijad, uuenduslikud loojad ning kinosektori taastumine. Samuti rõhutati tugevat noorte järelkasvu, mille aluseks on kvaliteetne haridus – eriti Balti Filmi- ja Meediakooli roll audiovisuaalse tööjõu koolitamisel. Samas kujunevad peamiseks kitsaskohtadeks piiratud rahastamine, tootmise killustumine, voogedastuse surve kinolevile ning levigraafikute ülekoormatus.

Tulevikku vaadates nähakse potentsiaali mitmes suunas: filmihariduse toel teadlikum publik, uute tehnoloogiate lõimimine loometöösse ning filmilinnakute arendamine kui võimalus tugevdada Eestis kogu audiovisuaaltööstuse taristut. EFAD-i visiooni kohaselt on Euroopa filmitööstus 2030. aastaks mitmekesine, rahvusvaheliselt konkurentsivõimeline ja kultuuriliselt ühendav. Film ei ole pelgalt kunst, vaid ka majanduse ja identiteedi kandja – ühiskondlikult mõjuv valdkond, mis vajab järjepidevat ja strateegilist toetust.

Ringhääling

Eesti ringhääling jaguneb avalik-õiguslikuks (ERR) ja eraõiguslikuks sektoriks. ERR pakub vabalevis kättesaadavaid tele- ja raadiokanaleid ega vaja tegevusluba, samas kui erakanalid tegutsevad tegevuslubade alusel. 2025. aasta märtsi seisuga olid Eestis televaldkonna tegevusload välja antud 18 ettevõttele, neist rohkeimate lubadega Duo Media Networks OÜ. Raadioteenuste osutamiseks oli samal ajal väljastatud 29 tegevusluba 13 ettevõttele, neist suurima programmide arvuga Taevaraadio OÜ. Osa Eestis tegutsevaid tele- ja raadiokanaleid kasutab aga välisriikides väljastatud tegevuslube. Ringhäälingu ja telekommunikatsiooni sektoris tegutses 2023. aastal 99 ettevõtet ligikaudu 1757 töötajaga, neist ERR-is 607. Sektori müügitulu ulatus 231,6 miljoni euroni.

Aastatel 2019–2023 suurenes telesaadete kogumaht 44% ehk 67 tunni võrra. Samas on omaaadete osakaal langenud 37% ehk vähenenud natuke enam kui 2 tunni võrra. Raadioprogrammide üldine maht püsis ligikaudu samal tasemel. Nii ERR-i kui ka eraringhäälingu raadioprogrammides domineerivad muusikasaated. ERR-is on olulisel kohal ka publitsistika ning eraringhäälingus meelelahutussaadet.

Meediatarbimise harjumused Eestis järgivad laiemat rahvusvahelist trendi: televisiooni ja raadio sisutarbimise osakaal kohati langeb, eeldatavasti voogedastuse ja internetipõhise sisu kasvu arvelt. 2023. aastal vaadati

Eestis televiisorit keskmiselt 3 tundi ja 22 minutit päevas, mis on vähem kui aastatel 2020-2021. Igapäevaselt või peaaegu igapäevaselt jälgis televiisorit 62% elanikkonnast. Raadio roll püsib enamjaolt stabiilsena, kuid nooremad sihtrühmad eelistavad üha enam digiplatvorme ja taskuhäälinguid.

Sektori tugevuseks on jätkuv ringhäälingu usaldusväärsus ja sõnavabaduse järgimine, samuti stabiilne kuulamisharjumus raadio puhul ja tugev järelkasv tehnilistes tootmisrollides. Intervjuudes toodi esile, et noored spetsialistid on hästi ette valmistatud just tehnilistes ametites. Samas esineb olulisi raskusi nende ametikohtade täitmisel, mis nõuavad vahetut esinemist – näiteks saatejuhid või ajakirjanikud otse-eetris.

Valdkonna kitsaskohaks on rahastamismudelite haavatavus. ERR sõltub riigieelarvest, erakanalid aga reklaamituludest, mis on järjest enam liikunud rahvusvahelistele platvormidele (Google ja Meta). Samuti on kriitikat saanud liigne regulatiivne sekkumine erakanalite sisupoliitikasse (nt seoses etteantud nõuetega, mis määravad, milline osakaal programmist peab sisaldama teatud tüüpi sisu). See piirab nende autonoomiat ja paindlikkust reageerida turu vajadustele. Lisaks mõjutavad sektori jätkusuutlikkust piraatlus ja keelustatud väliskanalite tarbimine, mille puhul Eestis puuduvad tõhusad piiravad meetmed.

Tulevikku vaadates on ringhäälingusektori olulisemaks arengusuunaks tehnoloogiline innovatsioon ja kasutajakogemuse arendamine. ERR keskendub tehisarukandmisele nii eetri- kui ka eetrivälistes protsessides, samal ajal kui erakanalid panustavad platvormide töökindlusesse ja mitmekanalilisse kättesaadavusse. Nutikas ja sujuv kasutajakogemus kujuneb konkurentsivõime keskseks teguriks. Siiski süveneb lõhe suuremate ja väiksemate turuosaliste vahel, kuna investeerimisvõimekus pole ühtlane. Uue potentsiaalina nähakse ka digitaalaradio käivitumist 2025. aastal ning otseülekannete kasvavat väärtust, mis pakuvad vaatajatele ainukordseid ühiskondlikke kogemusi reaalsajas.

Ringhäälinguorganisatsioonid töid intervjuudes esile mitmeid väljakutseid, kuid vaatamata ebakindlusele püsib üldine hoiak optimistlik. Kuigi tulevik on nii ühiskondlikult kui ka meediasektoris prognoosimatu, otsitakse uuenduslikke lahendusi lisandväärtuse kasvatamiseks.

Disain

Eesti disainivaldkond on väga mitmekesine: turul tegutsevad nii disainiteenust pakkuvad disainerid, ise-tootvad disainerid kui ka majasisesed disainerid. Viimased töötavad mõne muu valdkonna ettevõttes, kus panustavad toodete/teenuste disainimisse. Lisaks sellele on disainivaldkond ka sisuliselt väga mitmekülgne ning hõlmab erinevaid disainiliike. Disaini iseloomustab põimumine paljude teiste valdkondade ja protsessidega, mistõttu on seda keeruline piiritleda. Seega annab valdavalt EMTAK-koodide põhjal tehtav ülevaade disainivaldkonnast piiratud ülevaate.

Äriregistri andmetel tegutses disainivaldkonnas 2023. aastal 2119 äri- ja mittetulundusühingut. Kokku oli hõivatud 1586 inimest. Disainivaldkonna müügitulu oli 95,9 mln eurot. Nii valdkonnas tegutsevate ettevõtete arv kui ka müügitulu ja kasum on 2019. aastaga võrreldes oluliselt suurenenud (ettevõtete arv pea kahekordistunud), kuid kasum ettevõtte kohta on kahanenud.

Keskmisses disainiettevõttes on 0,69 töötajat. Disainivaldkonnale on omane mikroettevõtete struktuur, kus ettevõtted on tihti väikese koosseisuga, asutaja on ise juhatuse liige ega vaja eraldi palgale võetud töötajaid ja/või kasutab vajadusel projektipõhiseid koostööpartnereid. Kuna sektorile on omane suur projektipõhise töö osakaal ning paljud disainerid töötavad vabakutselisena, võib ettevõtte eksisteerida ka ainult juriidilise kehana, mille kaudu teenust osutatakse. Eelnev selgitab, miks disainiettevõtete arv on küll nelja aastaga peaaegu kahekordistunud, kuid ettevõtetes hõivatute arv on kasvanud vaid 26%.

Disainivaldkonna eksporditulu oli 2023. a 15,5 mln € ehk u 16% kogumüügist. Eesti disainiettevõtted müüsid 2023. a oma toodangut kõige enam Euroopa Liidu riikidesse, kuid eraldiseisvalt oli suurim turg Ameerika Ühendriigid (11,6% kogu ekspordist). Eksporditulu kujuneb tihti üksikute, ühekordsete tehingute tulemusel, ekspordipartnerid on sageli leitud juhuslikult ja enamasti on koostöö pigem lühiajaline.

Vahemikus 2019–2023 suurenes nõudlus disainiteenuste järele. Selle põhjuseks oli valdkonna mitmekesisustumine: disaini rakendatakse järjest rohkemate eluvaldkondade probleemide juures. Samas on tänane olukord keerulisem kui mõned aastad tagasi ning ettevõtetel tuleb leida viise, kuidas muutunud

olukorraga kohaneda. Ühiskondlikud muutused (nt viimaste aastate kasvav hinnasurve ja keskkonnateadlikkus) on toonud tarbijakäitumises kaasa olulise nihke. Inimesed ostavad vähem, teevad lähimõeldumaid valikuid ning eelistavad kvaliteeti kvantiteedile. See mõjutab otseselt tootvate disainerite tuluallikaid. Samuti piiravad ebakindlas keskkonnas tegutsevad ettevõtted oma kulutusi. Rohepööre, ringmajandus ja jätkusuutlikkus pole enam pelgalt trendid, vaid kujundavad ka Eesti disainivaldkonna arengut. Need teemad loovad disaineritele uusi võimalusi, aga nõuavad samas ka kohanemist ja vastutustundlikku lähenemist. Disainerid saavad seejuures olla protsesside, teenuste ja ärimudelite ümberkujundajad, kes aitavad nii ettevõtetel kui avalikul sektoril liikuda keskkonnasäästlikuma tegutsemisviisi suunas.

Disainivaldkonna arendamiseks on olemas valdkondlikud tugistruktuurid (eelkõige Eesti Disainerite Liit ja Eesti Disainikeskus). Valdkonna suurimaks rahastajaks on Eesti Kultuurkapital (eelkõige arhitektuuri ning kujutava ja rakenduskunsti sihtkapital), väiksemal määral Kultuuriministeerium ja EIS.

Etenduskunstid

Etenduskunst põhineb mitme osapoole tihedal koostööl. Koostöös osalevad loojad (lavastaja, dramaturg, koreograaf), esitajad (näitlejad, tantsijad, muusikud), loovtehniline meeskond (valgus-, heli- ja lavakujundajad, kostüümikunstnikud) ning kõiki neid ühendavad etendusasutused. Valdkonna loovisikud, s.t dramaturgid, lavastajad, näitlejad ja tantsijad, võivad olla töölepingulises suhtes mõne suurema etendusasutusega, mis tegutsevad enamasti mittetulundusühingu või sihtasutuse vormis. Samuti võivad nad töötada vabakutselisena, pakkudes oma teenuseid ja osaledes projektides osaühingu või FIE-na. Praktikaks eksisteerivad need tegevusvormid paralleelselt ja täiendavad teineteist.

Aastal 2023 tegutses Eesti etenduskunstide valdkonnas kokku 829 organisatsiooni, sh ettevõtted, mittetulundusühingud, sihtasutused ja avaliku sektori asutused. Kokku oli valdkonnas hõivatud 2030 inimest. Äriühinguid oli 461, kus töötas 291 inimest. Mittetulundusühingute, sihtasutuste ja avaliku sektori asutuste arv oli 368, nende juures oli hõivatud 1651 inimest. Lisaks tegutses valdkonnas 88 füüsilisest isikust ettevõtjat (FIE-d).

Etenduskunstide kogutulu ulatus 2023. aastal 100,5 miljoni euroni, millest äriühingute müügitulu moodustas vaid 14,4 miljonit eurot. Äri sektori juhtivad ettevõtted tegutsevad valdavalt meelelahutusvaldkonnas (sh muusika- ja tantsužõusid tootvad produktsiooniettevõtted ning komöödiateatrid). Kümne suurima ettevõtte tulu moodustas 24% etenduskunstide valdkonna kogutulust.

Etenduskunst on loomemajanduse valdkondadest kõige enam riiklikult rahastatud. Valdkonna mittetulundusliku ja avaliku sektori kogutulu ulatus 2023. aastal 86 miljoni euroni. Suurimateks asutusteks on riigi asutatud teatrid, mille seas saavad suurimat toetust Rahvusooper Estonia ja Teater Vanemuine. Toetused moodustasid 67% Eesti teatrite kogutulust, sh 55% toetused riigieelarvest.

Etenduskunstide ekspordis on oluline roll tantsulavastustel ja kaasaegsel etenduskunstil. Suurt huvi ja rohkelt publikut on jagunud nii klassikalise balleti kui ka nüüdistantsu etendustele. Sõnalavastuste ekspordi piiravad keelebarjäär ja kõrged kulud. Valdkonna rahvusvahelistumist on oluliselt mõjutanud viimaste aastate kriisid. Koroonapandeemia tõttu kehtestatud piirangud peatasid etendustegevuse nii Eestis kui ka välismaal. Erinevus seisneb aga selles, et piirangute kadumisel taastus kohalik etendustegevus kiiresti varasemale tasemele, samas kui rahvusvaheline koostöö ei ole jõudnud kriisieelse mahuni.

Valdkonna olulisemateks arengusuundadeks on jätkuv koostöö ja sisuline dialoog riigiga, eelkõige teatriasutuste ning eraetendusasutuste rahastamissüsteemi arendamisel. Samuti on etenduskunstide valdkond osa kogu loomevaldkonda hõlmavast ühiskondlikust arutelust, mis keskendub vabakutseliste loovisikute töötingimuste ja sotsiaalsete garantiide parandamisele.

Kirjastamine

Kirjastamise all käsitletakse nii kirjandusloome, kirjastamise kui ka selle sidusala trükindusega seotud ettevõtteid. Eesti kirjanduse ja kirjastamise valdkonnas tegutses 2023. a kokku 440 ettevõtet ja asutust, mida on 7% enam kui 2019. a. Pooled kirjastamisettevõtted tegelevad raamatukirjastamisega (219 ettevõtet). Valdkonnas oli hõivatud 2200 inimest, s.o ligi 8% rohkem kui 2019. a. Suurem osa kirjastamisettevõtete

töötajatest tegeles ajalehtede kirjastamisega (893 inimest). Kirjastajate hulgas on suur osa väikseid tegijaid ja üksikud suured ettevõtted.

Keskmiselt töötas ühes kirjastamisettevõttes 4,9 inimest. Äriregistri andmeil ei olnud aga ligikaudu 2/3 kirjandusloome või kirjastamisega seotud ettevõttes ja asutustes ametlikult ühtegi töötajat. Sektoris tegutseb palju vabakutselisi. Kirjastused eelistavad tihti kasutada vabakutselisi autoreid, toimetajaid ja kujundajaid, kes töötavad oma ettevõtte alt. See võimaldab vältida püsivaid tööjõukuluseid ning sobib projektipõhise töökorraldusega – eriti väiksemates kirjastustes, kus puuduvad ressursid töötajate püsivaks palkamiseks. Seega ei näita töötajate puudumine sageli mitte seda, et ettevõtte ei ole aktiivne, vaid et see on teadlik valik.

2023. a oli kirjastamise valdkonna ettevõtete müügitulu 157,6 mln eurot (kasv võrreldes 2019. aastaga 36%). Suurim müügitulu on traditsiooniliselt tulnud ajalehtede kirjastamisest. Sektor on suhteliselt kontsentreeritud: 10 suurema ettevõtte käive moodustab 74% kogu valdkonna müügitulust. Kirjastamise valdkonna eksporditulu oli 2023. a 8,8 mln eurot. Eksporditulu on koondunud veelgi väiksema osa ettevõtete kätte: viis suuremat eksportijat teenisid 78% sektori ekspordikäibest. Peamised ekspordi sihtriigid olid Läti ja Leedu.

Raamatuid trükitakse jätkuvalt miljonites, aga trükitud raamatute koguarv on langustrendis. Kui 2019. a trükiti ca 3,3 miljonit raamatut aastas, siis 2023. a 2,7 miljonit eksemplari. Samal ajal on jõuliselt lisandunud e- ja audioraamatuid: nende nimetuste arv on 2019. aastaga võrreldes kasvanud 2,5 korda. Ajalehtede ja ajakirjade nimetuste ning ka ajalehtede üksiknumbrite arv on vähenenud.

Kirjastamise sidustegevusala trükanduse ettevõtteid oli 2023. aastal 321 ja neis oli hõivatud 2035 töötajat. Nii trükanduse ettevõtete kui ka töötajate arv on vähenenud. Valdkonna müügitulu oli 224,5 mln eurot, mis on püsinud suhteliselt muutumatu võrreldes 2019. aastaga (langus on 0,6%).

Kirjastamisvaldkonna suureks väljakutseks on toimetulek raamatute üleküllusega, milles tarbijad ei suuda orienteeruda ning millele ei leidu ka ostjaid. Ohuks võib osutuda ka kirjastuste senine ärimudel, kus turul tegutseb palju väikseid kirjastusi. See piirab kirjastuste võimekust nii investeerimisel kui ka oma teoste turundusel. Edu sõltub tihti mõne üksiku raamatu õnnestumisest, samas kui enamik väljaandeid ei pruugi katta isegi tootmiskulusid. See teeb väikeste kirjastuste majandamise keerukaks ja võib arvata, et lähiaastatel on oodata nii mõnegi väiksema kirjastuse tegevuse lõpetamist.

Hoolimata väikeste kirjastuste toimetulekuraskustest, on oodata, et ka Eestis levib senisest enam isekirjastamine. Digitaalsed tööriistad ja *print-on-demand*-teenus võimaldavad teoseid avaldada varasemast väiksema algkapitaliga. Kuigi kogumüük võib olla väiksem, on isekirjastajal võimalik teenida ühe müüdnud eksemplari pealt suuremat tulu, kuna seda ei pea jagama kirjastuse ja teiste pooltega. Tulemus sõltub muidugi sellest, kui edukas on autor isekirjastamise korraldamisel ja oma teose turundusel. Samas on isekirjastamine ka ohukohaks, sest puudub kvaliteedikontroll ja nii saab sisuliselt igaüks hakata kirjanikuks. Paljud isekirjastatud teosed on vähese toimetamise ja kujundustööga, mis võib kahjustada nii konkreetse raamatu kui ka isekirjastamise kui nähtuse mainet.

Käsitöö

Uuringus oli vaatluse all 521 käsitööga tegelevat äriettevõtet (2023. a seisuga) 637 hõivatuga, käsitöö harrastajaid oli Statistikaameti andmetel Eestis 3718. Tüüpiline käsitööettevõtte on loodud iseendale tööandjaks ega kasuta lisatööjõudu. Selle kõrval on suuremaid ettevõtteid, kellest osa on arvestatavad eksportijad, näiteks puitkäsitöö, keraamika, ehete, kudumite valmistamise ja sepi valmistamise alal. Kaks või enam töötajat on vaid ligi 13%-l ettevõtetest. Uued loodud ettevõtted on valdavalt pisikesed, samas viimastel aastatel on märgata töötajate arvu kasvu valdkonnas. Ettevõttes on keskmiselt 0,8 töötajat, mediaan keskmine ettevõtte on null hõivatuga. Käsitööettevõtete kogutulu oli 2023. aastal 22,3 mln eurot ja kasum 0,5 miljonit eurot. Uuringus oli vaatluse all 53 MTÜ-d, kus töötas 18 töötajat. 2023. aastal oli käsitööga seotud FIE-sid arvestuslikult 432. Seega oli käesoleva uuringu andmeil käsitöösektoris hõivatuid 2023. aastal natuke üle tuhande. Uuringu valimi ettevõtted eksportisid 2023. aastal enda tooteid 4,5 miljoni euro eest. Peamised välisurud Eesti käsitöötoodetele on endiselt Skandinaaviamaad Soome, Rootsi, Norra, Taani, samuti Saksamaa, eksporditakse ka kaugemale (nt Jaapanisse). Toodete omahinda tõstab sisendite (materjalid, teenused) jätkuv hinnatõus ja üldine elukalliduse tõus.

Käsitöö on Eestis levinud ja hinnatud huvitegevus, mille raames toimub rohkelt koolitusi ja kursusi. Neid korraldavad nii käsitöövaldkonnale spetsialiseerunud koolitustevõtted kui ka käsitöömeistrid, äriühingud ja MTÜ-d. Huvilised saavad omandada oskusi erinevates tehnikates, alates puittoodete ja ehete valmistamisest kuni rahvarõivaste õmblemiseni. Käsitööettevõtlus põimub sageli harrastustasemel tegevusega. Üle Eesti tegutseb arvukalt käsitöö- ja rahvakunstiühinguid, kelle tegevus on erinevalt suunatud: mõned keskenduvad eelkõige huviharidusele ja kogukondlikule tegevusele, teised kombineerivad seda käsitöössemete müügiga. Samuti on organisatsioone, kelle põhitegevus ongi toodete valmistamine ja turustamine.

Käsitöö- ja suveniiripoodide kliendid on tavaliselt olnud valdavalt välisturistid, kelle arv alates 2020. aastast vähenes, nüüd aga on taas tõususuunal. Käsitööettevõtlusel on oluline roll regionaalses tööhõives, see pakub maapiirkondades elavatele inimestele elatusallikat. Uuring kinnitas käsitööettevõtete esindatust üle Eesti.

2023. aastal oli käsitöösektor endiselt taastumas pandeemia mõjudest. Koroonapandeemia mõjutas tugevalt käsitööettevõtete toimimist: traditsioonilised otsemüügikanalid, nagu laadad ja turismiga seotud väikepoed, kadusid ajutiselt peaaegu täielikult. Laadadel ja sotsiaalmeedias müümine hakkas 2023. aastast taastuma. Erinevate kriiside järgselt on e-kaubandus tõusnud esiplaanile kui peamine müügikanal. Samas on valdkonnas tunda tugevat vajadust digioskuste arendamise ja veebimüügi professionaalse arengu järele, et konkurentsipüsida ning välisurget paremini kaasata.

Valdkonna kestlik areng eeldab tuge nii digitaalse arengu, kohalike toormaterjalide (nt villa) väärdamisel kui ka sihipärase toetussüsteemi kaudu. Nii sektorisene koostöö kui ka avaliku sektori toetus on võtmetähtsusega, et käsitööettevõtted saaksid kohaneda muutuva majanduskeskkonnaga ja tugevdada oma positsiooni nii kohaliku kultuuripärandi kandjatena kui ka ekspordipotentsiaaliga loomeettevõtetena.

Muuseumid

2023. aastal tegutses äriregistri andmetel 374 muuseumi, kuid Statistikaameti andmetel oli muuseume 103 (koos eraldi filiaalidega 157), teaduskeskusi 4 ning ekspositsioone 95. Muuseumides oli hõivatuid 1537, tulud ulatusid 101,98 miljoni euronile ja jooksvad kulud olid 94,1 miljonit eurot. Muuseumid asuvad üle Eesti, kuid kõige enam on neid Harjumaal.

Huvi Eesti muuseumide vastu on säilinud nii Eesti elanike kui ka välisturistide hulgas. 2023. a oli külastuste arv 3,29 miljonit (koos teaduskeskuste ja ekspositsioonidega), mis on umbes samas suurusjärgus kui nelja aastat tagasi. Külastuste hulga kasvule on kaasa aidanud muuseumikaart ning uuenduskuuri läbinud muuseumid. Suurimateks tööandjateks on näiteks Eesti Kunstimuuseum, Teaduskeskus Ahhaa ja Eesti Rahva Muuseum. Valdkonnas on kasvanud vajadus digipädevuste ja infoteadusliku kompetentsi järele. Muuseumivaldkonna kõrgharidusega lõpetajate arv on langenud, mis võib tulevikus kaasa tuua järelkasvu kriisi muuseumide valdkonnas.

Eesti muuseume rahastati mitmest allikast, sealhulgas riigieelarvest, kohalike omavalitsuste eelarvetest, Kultuurikapitali ja erasponsorite abil. Riiklikud toetused Kultuuriministeeriumi eelarvest jagunesid järgmiselt:

- Tegevustoetused: 22,6 mln € 44muuseumile (lisaks toetus Riigi Kinnisvara AS-iga seotud hoonete haldus-, hooldus- ja heakorrakulude katmiseks 18,6 mln €).
- Muuseumide kiirendi: 884 706 € 24 projektile.
- Kultuurikapital: 822 589 € (2019. a oli toetuste suurusjärg 1,3 miljonit).

Teiste ministeeriumide rahastus (nt Kliimaministeerium, Kaitseministeerium, Põllumajandusministeerium jt) oma hallatavatele muuseumidele moodustab teise täiendava osa.

Muuseumide valdkonnas on mitu katusorganisatsiooni – Eesti Muuseumiühing, Eesti Muuseumide Liit ja ICOM Eesti Rahvuskomitee, kes teevad koostööd nii omavahel kui ka rahvusvaheliste võrgustikega ning pakuvad muuseumitöötajatele koolitusi ja arenguvõimalusi. Muuseumitöötajaks on võimalik õppida Tartu Ülikoolis, Eesti Kunstiakadeemias, Tallinna Ülikoolis ja Kõrgemas Kunstikoolis Pallas. Muuseumivaldkonnas haridust omandavate lõpetajate arv näitab olulist langust.

Eesti muuseumid on muutunud aastatega aina tänapäevasemaks ja kaasahaaravamaks. Suuremad muuseumid (ja ka mitmed väiksemad) on liikunud traditsioonilistest ja staatilisest ekspositsioonimudelist edasi

kogukondi kaasava, interaktiivse ja elamusi pakkuva muuseumikeskkonna suunas. Mõned väiksemad muuseumid seisavad veel n-ö ristteel: nad pole jõudnud suuremaid muutusi sisse viia. Muutuste jätkumiseks ja juhtimiseks on siiski vaja stabiilset rahastust, arendustoetusi ja pädevat tööjõudu.

Raamatukogud

Eestis oli 2023. aastal Statistikaameti andmete põhjal 887 raamatukogu, neist rahvaraamatukogusid 493, kooliraamatukogusid 356 ning teadus- ja erialaraamatukogusid 38. Statistikaameti andmetel oli raamatukogudes ametis 2187 töötajat, kellest 1302 olid hõivatud rahvaraamatukogudes, 513 teadus- ja erialaraamatukogudes ning 372 kooliraamatukogudes. Võrreldes 2019. aastaga vähenes rahvaraamatukogude ning teadus- ja erialaraamatukogude arv, kuid oluliselt kasvas kooliraamatukogude arv. Kooliraamatukogude arv kasvas seetõttu, et lisandus näiteks riigigümnaasiume ning paranes ka andmete kättesaadavus.

Raamatukogudel oli 2023. aastal kokku 731 000 registreeritud lugejat ehk kasutajat, mis on ligi 20 000 lugejat rohkem kui 2019. aastal. Sellel uuringulainel kasvas kooliraamatukogude lugejate arv ning võrreldes 2019. aastaga on jäänud samale tasemele rahvaraamatukogude ning teadus- ja erialaraamatukogude lugejate arv. Viimaste puhul on siiski näha lugejate arvu väikest langust.

Raamatukogude tegevust rahastatakse valdavalt riigi ja kohaliku omavalitsuse eelarvetest, seejuures saavad rahvaraamatukogud põhiosa oma tuludest kohalikult omavalitsuselt (88%). Nõnda on see püsinud nii 2019. aastal kui ka 2023. aastal. Kui varem said teadus- ja erialaraamatukogud valdava osa tuludest riigieelarvest, siis 2023. aastal tuli 61% tulust muudest allikatest (peamiselt sihtfinantseerimisest) ning ülejäänud 39% tuli riigilt. Suur toetuste ja kulude kasv teadus- ja erialaraamatukogude puhul oli eelkõige seotud Eesti Rahvusraamatukogu rekonstrueerimise ja teiste arendusprojektidega, mida on rahastatud sihtfinantseerimise ja Euroopa Liidu programmide kaudu. Lisaks oli TLÜ, TÜ ja KIRMUS teadusraamatukogudel aastatel 2020-2023 käimas teaduse teekaardi investeeringuprojekt. Sarnaselt tuludele on kasvanud ka kulud, rahvaraamatukogude puhul kasvasid eelkõige tööjõukulud ning teadus- ja erialaraamatukogude puhul investeeringu põhivarasse. Kooliraamatukogud kuuluvad koolidele ja nende puhul on esitatud vaid komplekteerimiskulud.

Eesti rahvaraamatukogude suurimaks tugevuseks on üleriigiline tihe raamatukoguvõrk, mis tagab vaba ja tasuta ligipääsu informatsioonile, kultuurile ja kirjandusele kogu riigis. Teadusraamatukogude puhul on tugevusteks tihe koostöö nii ELNETi raames kui ka avatud teaduse tegevustes läbi DataCite Eesti konsortsiumi. Eesti raamatukogude töötajaskond on professionaalne ning tugev, kuid ohuks on järelkasvu puudumine tööturul. Üheks ohukohaks on raamatukogu kui kogukonnakeskuse kadumine maapiirkondadest elanike vähenemise ja vananemise tõttu.

Tulevikku vaadates on oluline, et Eesti raamatukogud arendaksid oma ligipääsetavust ning oleksid uuenduslikud ja kogukonnakesksed.

Kunst

Kunsti väärtusahela keskmes on kunstiteose autor: loovisik, kes võib tegutseda iseseisvalt füüsilisest isikust ettevõtjana (FIE), osaühingu vormis või kuuluda mõnda suuremasse ühendusse. Kunstiteoste müük toimub galeriide ja kaupluste (sh veebipoodide) vahendusel või otsekontakti kaudu kunstniku ja tellija vahel, näiteks ateljees või internetis.

Aastal 2023 tegutses Eesti kunstivaldkonnas 1527 ettevõtet ja mittetulunduslikku organisatsiooni, kokku hõivati valdkonnas 1363 inimest. Äriühinguid oli 1282, kus töötas 603 inimest. Mittetulundusühinguid oli 245, nendes olid hõivatud 119 inimest. Lisaks tegutses valdkonnas 641 FIE-d. Kunstivaldkond koosneb valdavalt mikroettevõtetest ehk üheinimesefirmadest.

Äriühingute kogumüügitulu ulatus 25 miljoni euroni, millest kasumit teeniti 3,1 miljonit eurot. Valdkonna juhtivad äriettevõtted on enamasti kunstigaleriid, millel on keskne roll Eesti kunsti kommertsialiseerimisel, turundusel ja rahvusvahelisele turule viimisel. Lisaks toimivad galeriid ning teised näituseasutused sageli valdkondlike koostööplatvormidena.

Mittetulundusliku sektori kogutulu ulatus 8 miljoni euron. Sektori suurimateks tegijateks on kunstivaldkonna tugiorganisatsioonid, millel on keskne roll loovisikute toetamisel ja valdkonna arendamisel. Nende hulka kuuluvad Eesti Kunstnike Liit: tunnustatud loomeliit, mis ühendab loomeisikuid; Kunstihoone: näituseasutus, mis on loodud koostöös Eesti riigi ja Kunstnike Liiduga; Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus, mille peamine eesmärk on Eesti kaasaegse kunsti edendamine; ning Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus, millel on võtmeroll Eesti kunsti rahvusvahelisel tutvustamisel.

Viimaste aastate kriisid on kunstivaldkonda tugevalt mõjutanud. Koroonapandeemia ja sõjaga seotud majanduslangus on vähendanud elanike ostujõudu ning koos sellega ka huvi ja võimalusi kunsti soetamiseks. Samuti ei olnud 2023. aastaks veel taastunud välituristide hulk, kes moodustasid olulise osa Eesti kunsti tarbijaskonnast. Samas on positiivne, et Eesti elanike huvi kunstinäituste vastu ei ole vähenenud: pigem on külastatavus isegi ületanud pandeemiaeelset taset.

Majanduslik surve on piiranud ka valdkonna tugistruktuuride tegevusvõimekust. Ressursside nappuse tõttu ei koguta enam statistikat Eesti kunstnike osalemise kohta rahvusvahelistel näitustel, kuigi see on üks olulisemaid näitajaid valdkonna rahvusvahelistumise hindamisel.

Üheks olulisemaks valdkonna arengusuunaks on kunstnike töötingimuste parandamine, eelkõige sotsiaalsete garantiide loomine ja töötasude süsteemne korraldamine. Valdkonna arengu eelduseks on kunsti väärtustamine nii riiklikul, kohalikul kui ka rahvusvahelisel tasandil.

Meelelahutustarkvara

Globaalne mängutööstus on kasvanud üheks maailma suurimaks ja mõjukaimaks meelelahutusvaldkonnaks, mille prognoositav turumaht 2024. aastal ulatub ligikaudu 188 miljardi dollarini ning 2027. aastaks 213 miljardi dollarini. Valdkonda iseloomustab kiire tehnoloogiline areng, nagu tehisaru kasutus, kasutajate loodud sisu (UGC) ja veebipõhised platvormid (nt Roblox). Samas seisab sektor silmitsi väljakutsetega, nagu kasvavad arenduskulud, tööturu muutumine ning digitaalse teabe ja mängude üleküllus. See muudab mängude lansseerimise üha keerulisemaks.

Eesti mängutööstus on veel kujunemisjärgus, kuid näitab stabiilset arengut. Äriregistri andmetel tegutses meelelahutustarkvara valdkonnas 2023. aastal 76 ettevõtet. Kokku olid hõivatud 540 inimest. Mängutööstussektori müügitulu oli 52,7 miljonit eurot. Nii valdkonnas tegutsevate ettevõtete arv kui ka müügitulu on 2019. aastaga võrreldes oluliselt suurenenud (ettevõtete arv ligi 85% ja müügitulu ligi neljandiku võrra), kuid valdkond on 2023. a kahjumis (-11,3 miljonit eurot).

Keskmisses Eesti mängutööstusettevõttes on 1–5 töötajat. Tööstust iseloomustab väikeettevõtete domineerimine ja rahvusvaheline fookus. Ettevõtted on valdavalt väikesed, asutaja on ise juhatuse liige ega vaja eraldi palgale võetud töötajaid. Töötajaid palgatakse projektipõhiselt ja tihti on ka töötajatel endil ettevõtte, mille alt esitatakse arveid. Mängutööstuses tegutsevad ettevõtted on valdavalt allhankestudiod, mis teevad tellimustöid. Mõned üksikud „nokitsevad“ oma mängude kallal üksi ja avaldavad neid valdavalt erinevatel veebipõhistel platvormidel (nt Steam).

Kohalik turumaht on piiratud, mistõttu on Eesti mängude levik suunatud peamiselt globaalsele turule. Meelelahutustarkvara eksporditulu oli 2023. aastal 33,8 miljonit eurot ehk see moodustab umbes 64% kogu müügitulust. Samas nendivad ettevõtjad, et toodavad 100% mängu üleilmsele turule.

Sektorisse sisenemine on tehniliselt lihtsam tänu avatud arendusplatvormidele ja erinevatele digitaalsetele tööriistadele. Samas heidutavad ettevõtteid piiratud rahastusvõimalused (vähesed toetused, raske leida investoreid), talentide vähesus, väike töötajaskonna järelkasv ja välisriikide tööpakkumiste surve.

Vahemikus 2019–2023 oli mängude nõudlus ebastabiilne ja olenes üleilmsetest trendidest. Ettevõtjad tundsid, et koroonapandeemia aastatel mängiti mängu rohkem. Ettevõtjad mainisid, et nõudlus sõltub suuresti ühiskonnas valitsevast situatsioonist (sõda, inflatsioon). Valdavalt mängivad mängu rohkem mehed ja 18–34-aastased maksejõulised inimesed.

Eesti meelelahutustarkvara sektor teeb pidevalt koostööd erinevate loomemajanduse sektoritega, eriti kirjanike, helikunstnike, lavastajate, näitlejate, graafiliste disainerite ja 2D/3D-kunstnikega. Rahvusvaheliselt

kasvav trend on mängunduselementide levik teistesse sektoritesse (nt haridus, tervishoid, kaitsetööstus) ning ka Eesti mänguarendajad on teinud esimesi samme selliste koostööde suunas.

Tulevikuvaates nähakse mänguarendust mitte pelgalt meelelahutusena, vaid kui perspektiivika riigi majandustegevust toetava valdkonnana. Ettevõtjad soovivad võtta eeskujuks Soome edulood ja strateegiad, kus mängutööstust toetati olulisel määral. Mängutööstuse analüüsimisel on oluline vaadata Eesti positsiooni rahvusvahelises kontekstis, kuna see sektor on oma olemuselt globaliseerunud.

Muusika

Muusikavaldkonna väärtusloome keskmes on muusikud: autorid ja esitajad, kelle looming jõuab kuulajateni elava esituse, raadio, televisiooni, voogedastusplatvormide, sotsiaalmeedia ja teiste levikanalite kaudu. Muusika levikut võimaldab lai võrgustik, kuhu kuuluvad kontserdikorraldajad, plaadifirmad, muusikakirjastajad ning paljud teised valdkonda toetavad pooled. Eestis on aga levinud praktika, et kogu protsess koondub ühe inimese või väikese kollektiivi kätte: muusik tegutseb korraga nii esineja, kirjastaja kui ka kontserdikorraldajana.

Aastal 2023 tegutses Eesti muusika tuumikvaldkonnas kokku 1697 organisatsiooni, neist 1598 olid äriettevõtted ning 99 mittetulundusühingud, sihtasutused ja avaliku sektori asutused. Kokku olid valdkonnas hõivatud ligikaudu 1924 inimest: 819 äriettevõtetes, 404 mittetulundus- ja avalikus sektoris ning 701 füüsilisest isikust ettevõtjana (FIE-d). Äri sektoris hõivatute arv on võrreldes 2019. aastaga vähenenud 13% (942-lt 819-ni), samas kui ettevõtete arv on kasvanud 46% (1092-lt 1598-ni). See viitab, et juurde on loodud peamiselt ühe või null töötajaga ettevõtteid.

Muusika tuumikvaldkonna kogutulu ulatus 2023. aastal 105,7 miljoni euroni, millest äriühingute müügitulu moodustas 69,3 miljonit eurot. Võrreldes 2019. aastaga on äriettevõtete tulu kasvanud vaid 5%, viidates tagasihoidlikule arengule. Äri sektori juhtivad ettevõtted tegelevad valdavalt kontsertkorraldusega, sh rahvusvahelisel tasandil. Kümne suurima ettevõtte müügitulu moodustas koguni 32% kogu valdkonna äri sektori tulust.

Muusikasektori toimimine põhineb tihedal koostööl sidusvaldkondade ja toetavate organisatsioonidega. Olulist rolli mängivad õiguste esindamise ja valdkonna arendamisega tegelevad mittetulundusorganisatsioonid. Nende seas on tulu poolest suurimad Eesti Autorite Ühing, Eesti Esitajate Liit, Eesti Fonogrammitootjate Ühing ja Music Estonia. Valdkonna toimimist võimaldavad ka paljud toetavad äri valdkonnad, millest tähtsamad on muusikariistade ja helitehnika müüjad, helisalvestiste edasimüüjad ning heli- ja valgustehnilisi teenuseid pakuvad ettevõtted. 2023. aastal liigitati muusika sidusettevõtete hulka 179 ühingut, kus töötas kokku 407 inimest; nende müügitulu ulatus 71,2 miljoni ja kogutulu 91,5 miljoni euroni. Tegelik sidusvaldkond on aga märksa laiem, kuid jääb loomemajandust kaardistava uuringu raamidest välja, kuna paljude vastavate ettevõtete põhitegevusala ei ole otseselt seotud loometegevusega.

Eesti muusikavaldkonna arengut suunavad rahastussurve, tehnoloogilised muutused ja rahvusvahelised trendid. Digitaalsed ja rahvusvahelised arengusuunad loovad uusi võimalusi, kuid nende rakendamine eeldab sihipärast toetust, läbimõeldud ekspordistrateegiat ja loovisikute digipädevuse arendamist. Rahastuse mitmekesistamine, sealhulgas erasektori suurem kaasamine ja alternatiivsete rahastusmodelite kasutuselevõtt, on suure tähtsusega valdkonna kestlikkuse tagamisel.

Reklaam

Eesti reklaamivaldkond on viimastel aastatel läbi teinud olulisi muutusi, mille keskmes on tehnoloogia areng, töövormide muutumine ja turu killustumine. Reklaamifirmad tegutsevad peamiselt kahel põhisuunal: loovtöö ja reklaami levitamine. Kui varem oli reklaami loomine ja vahendamine selgelt eristatud, siis nüüd on loovtöö ja tehniline reklaamiplaneerimine üha enam põimunud täisteenuseks, mida soodustab digimeedia ja veebiturunduse kasv.

2023. aastal tegutses Eestis kokku 2353 reklaami äri- ja mittetulundusühingut ning valdkonnas olid hõivatud 3095 inimest. Äriettevõtete arv on viimase nelja aastaga kasvanud 88,6%, kuid töötajate arv vaid 1%. See viitab struktuursetele muutustele, kus paljud reklaamispetsialistid on liikunud vabakutselisteks või loonud

ühemehefirmasid, samas kui suuremates agentuurides on toimunud koondamisi. Sellele on kaasa aidanud ka pandeemia, mille mõjul muutusid töövormid paindlikumaks ja projektipõhisemaks.

Reklaamivaldkonna majandusnäitajad on viimastel aastatel märkimisväärselt kasvanud. 2023. aastal ulatus äriühingute müügitulu 740,5 miljoni euroni, mis tähendab 102%-list kasvu võrreldes 2019. aastaga. Valdkonna kogutulu 2023. aastal oli 741,52 mln eurot. Valdkonna eksport on samuti jõudsalt kasvanud: 2023. aastal ulatus see 279,3 miljoni euroni, moodustades 37,7% kogu valdkonna müügitulust. Samas on jätkuvalt probleemiks reklaamiraha liikumine välismaistele platvormidele (nt Google ja Meta), mis vähendab kohalike agentuuride tulubaasi.

Reklaamikulutused on pärast pandeemiajärgset langust taas tõusuteel. 2023. aastal oli reklaamitulu kogumaht 105,66 miljonit eurot, mis on peaaegu taastunud pandeemiaeelsele tasemele. Suurimad meediakanalid olid televisioon (27,1%) ja internet (26,6%), järgnesid välireklaam (22%), raadio (12,2%) ning trükimeedia (ajalehed ja ajakirjad kokku 12,1%). Reklaamikulutuste kasv on märgatav just interneti ja välireklaami osas, samas kui trükimeedia osakaal jätkab langustrendi. Kaubandus on jätkuvalt suurim reklaamivaldkond (14,5% kulutustest), järgnesid meelelahutus ja vaba aeg (11,2%) ning ehitus ja mööbel (9,6%). Samal ajal on langenud toiduainete valdkonna reklaamikulutuste osakaal, mis viitab muutustele tarbijakäitumises ja reklaamikampaaniate suunitluses.

Turundustrendid viitavad tehisaru üha laialdasemale kasutusele. Turundusettevõtted rakendavad tehisaru eelkõige sisuloomeks, automatiseerimiseks ja kliendiandmete analüüsiks, kuid turundusnimestel on jätkuvalt kahtlusi, kas neil või nende meeskondadel on piisavad oskused tehisaru tõhusaks kasutamiseks. Samuti väheneb tarbijate usaldus tehisaruga loodud reklaamide vastu. See seab brändidele kõrgemad ootused läbipaistvuse ja kvaliteedi osas.

Reklaamivaldkonna tugevuseks on tihe konkurents, mis hoiab loomekeskkonna dünaamilisena ja tõstab kvaliteedinõudlust. Samuti pakuvad tehnoloogia areng ja taskukohased tööriistad võimalusi väikestele ja alustavatele agentuuridele. Samas on valdkonna nõrkusteks tehisaru ja automatiseerimise surve hinnakujundusele ning loovuse taandumine tehnilise teenuse kasuks. Arenguvõimalustena nähakse loovuse ja autentsuse rõhutamist ning spetsialiseerumist kindlatele nišivaldkondadele.

Eesti reklaamivaldkonna peamiseks väljakutseks jääb väike turg, mis piirab suuremahuliste kampaaniate võimalusi ja sunnib agentuure otsima rahvusvahelisi koostöövõimalusi. Edu saavutavad need, kes suudavad kombineerida loovuse ja tehnoloogia ning arendada strateegilisi partnerlussuhteid nii kohalikul kui ka rahvusvahelisel tasandil.

Lisad

Lisa 1. Loomesektori tegevusalade võrdlus

Kood	Tegevusala	Eesti kaardistus	Eurostat	MCCSC
18111	Ajalehtede trükkimine			
18121	Raamatute trükkimine			
18122	Perioodikaväljaannete, ärikataloogide, reklaammaterjalide, äriblankettide jm kontoritarvete trükkimine			
18129	Mujal liigitamata trükkimine, k.a siiditrükk			
18131	Trükielelne tegevus			
18141	Kõitmine ja selle sidusalad			
18201	Salvestiste paljundus			
32121	Väärisesemete jms toodete tootmine			
32131	Juveeltoodete imitatsioonide jms tootmine			
32201	Muusikariistade tootmine			
47431	Heli- ja videoseadmete jaemüük			
47611	Raamatute jaemüük spetsialiseeritud kauplustes			
47621	Ajalehtede ja kirjatarvete jaemüük spetsialiseeritud kauplustes			
47631	Muusika- ja videosalvestiste jaemüük spetsialiseeritud kauplustes			
58111	Raamatukirjastamine			
58112	Õpikute, sõnaraamatute jm teatmeteoste kirjastamine			
58121	Kataloogide ja aadressiraamatute kirjastamine			
58131	Ajalehtede kirjastamine			
58141	Ajakirjade jm perioodika kirjastamine			
58191	Muu kirjastamine			
58211	Arvutimängude kirjastamine			
58291	Muu tarkvara kirjastamine			
59111	Kinofilmide ja videote tootmine			
59112	Telesaadete tootmine			
59121	Kinofilmide, videote ja telesaadete tootmisjärgsed tegevusalad			
59131	Kinofilmide, videote ja telesaadete levitamine			
59141	Kinofilmide linastamine			
59201	Helisalvestiste ja muusika kirjastamine			
60101	Raadioteenused			
60201	Televisiooniteenused ehk lineaarsed audiovisuaalmeedia teenused			
61301	Satelliiditeenused			
63911	Uudisteagentuuride tegevus			
71111	Arhitektitegevused			
71121	Ehituslik insener-tehniline projekteerimine ja nõustamine			
73111	Reklaamiagentuurid			
73121	Reklaami vahendamine meedias			
74101	Disainerite tegevus			
74201	Fotograafia			
74301	Kirjalik ja suuline tõlge			

77221	Videokassettide ja dvd-de laenutamine			
85521	Muusika- ja kunstikoolitus			
85522	Tantsukoolide tegevus			
85529	Muu huvikoolitus			
90011	Teatri- ja tantsuetenduste lavastamine ja esitamine			
90012	Kontsertide lavastamine ja esitamine, muusikaline loometegevus jms tegevus			
90021	Lavakunsti abitegevused			
90031	Kunstialane loometegevus			
90041	Teatri-, kontserdi- jms hoonete käitus			
91011	Raamatukogude tegevus			
91012	Arhiivide tegevus			
91021	Muuseumide tegevus			
91031	Ajalooliste kohtade ja ehitiste jms vaatamisväärsuste käitus			
91041	Botaanika- ja loomaaedade ning looduskaitsealade tegevus			
91042	Kaitsealade tegevus			
93291	Kultuurikeskused ja rahvamajad			
93299	Muud mujal liigitamata lõbustus- ja vaba aja tegevused			
94121	Loomeliitide tegevus			
94129	Muude kutseorganisatsioonide tegevus			
95291	Muude tarbeesemete ja kodutarvete parandus			
96099	Muu teenindus			

Märkus: heleroheline värv viitab sellele, et tegevusala on loomemajanduse sidusvaldkond; roheline tähistab tegevusala, mida käsitletakse loomemajanduse põhivaldkonnana; punane osutab tegevusaladele, mille eemaldamist loomemajanduse klassifikatsioonist on soovitatud.

Lisa 2. Ettevõtete ankeet

Loomeettevõtete/asutuste küsitluse ankeet

1. Esmalt mõned küsimused Teie ettevõtte / asutuse kohta. Palun märkige oma ettevõtte või asutuse peamine tegevusvaldkond:

- Arhitektuur (sh sisearhitektuur, maastikuarhitektuur)
- Audiovisuaal (sh film ja video, ringhääling)
- Disain (sh tööstus- ja unikaaldisain, graafiline disain)
- Etenduskunstid (sh teater, tants)
- Festivalid
- Meelelahutustarkvara (sh mobiili-, interneti-, arvuti- ja konsoolimängud; rakendused)
- Kirjastamine (sh kirjandus, ajakirjandus, trükindus)
- Kunst (kujutav kunst, tarbekunst)
- Muusika (sh autorid ja interpreedid; tootmine (kirjastajad, stuudiod), agentuurid ja kontserdikorraldajad)
- Reklaam (sh reklaamindus, meediavahendus)
- Kultuuripärand (sh muuseumid, raamatukogud, käsitöö)
- Muu (palun täpsustage)
- Ei tegutse loomevaldkonnas (*need viskame välja)

Võimalusel palun täpsustage oma tegevusvaldkond. Võib valida mitu varianti.

2. Palun märkige oma ettevõtte või asutuse töötajate arv:

- 0
- 1–4
- 5–9
- 10–19
- 20–49
- 50–99
- 100–249
- 250 või rohkem

3. Mis oli Teie ettevõtte / asutuse müügitulu 2023. aastal? Kuna uuringu valmimise ajaks ei ole ettevõtted veel avaldanud oma 2024. a aruandeid, käsitleme ka ankeedis viimase perioodina 2023. aastat.

- Ei olnud käivet
- 1 kuni 50 000 eurot
- 50 001 – 100 000 eurot
- 100 001 – 300 000 eurot
- 300 001 – 500 000 eurot
- 500 001 – 750 000 eurot
- 750 001 – 1 000 000 eurot
- 1 000 001 – 2 000 000 eurot
- Üle 2 000 000 euro

4. Kui mõtlete oma ettevõttele / asutusele, siis millisesse rühma kuulute praegu ja 3–5 aasta pärast? Valige palun kõik variandid, mis sobivad.

	PRAEGU	3–5 AASTA PÄRAST
Ärilisi eesmärke taotlev (müügitulu, kasum, turuosa)		

Teiste ettevõtete turgu ja tulu suurendav (nt turismi toetav, disaini parandav, toote või teenuse väärtust ja müügi potentsiaali suurendav jne)		
Eestile tuntuks ja kuvandit loov		
Ilma ärilike eesmärkideta, st loomingu listel eesmärkidel tegutseja		
Ei oska öelda	*Praegu puhul „ei oska öelda“ ei saa valida	
Midagi muud (palun täpsustage)		

5. Kas Teie ettevõtte / asutus eksportis oma tooteid või teenuseid aastatel 2020–2023?

Käesoleva uuringu kontekstis käsitletakse ekspordina loovisikute ja loomeetevõtete ning -asutuste loomingu ja teenuste müüki välismaale ning mitte-residentidele Eestis, millest teenitakse ekspordi müügitulu.

- Jah
- Ei

Kui vastab jah, siis:

5.a Kui suures summas Te aastatel 2020–2023 eksportisite?

Aasta	Ekspordimaht (€)
2020	
2021	
2022	
2023	

2.b Kuna ekspordi sihtriikide kohta on avalikes allikates vähe informatsiooni, oleme väga tänulikud, kui lisate ka selle, mis riikidesse Te eksportisite. Palun järjestage riigid tähtsuse järjekorras ja alustage sellest, mis oli Teie kõige olulisem eksportturg. Võimalusel märkige ka see, kuidas jagunes eksport erinevate sihtriikide vahel.

Riigid tuleb valida rippmenüüst. Nimekirjas on alguses Euroopa Majanduspiirkonna riigid ja seejärel tähestikulises järjekorras kõik teised riigid. Kui riiki ei ole nimekirjas, on kõige lõpus ka variant „muu“.

Kuvab rea, kus:

Ekspordimaht 2020. a: xxx (eeltäidetud eelmisest vastusest) euri, mis jagunes riikide vahel järgnevalt:

Riik 1: osakaal koguekspordist% (osakaalud ei ole kohustuslikud)

Riik 2: ... osakaal koguekspordist%

Riik 3: ... osakaal koguekspordist%

(*saab valida nii palju ridu kui vaja)

Ekspordimaht 2021. a: xxx (eeltäidetud eelmisest vastusest) euri, mis jagunes riikide vahel järgnevalt:

Riik 1: osakaal koguekspordist% (osakaalud ei ole kohustuslikud)

Riik 2: ... osakaal koguekspordist%

Riik 3: ... osakaal koguekspordist%

(*saab valida nii palju ridu kui vaja)

Ekspordimaht 2022. a: xxx (eeltäidetud eelmisest vastusest) euri, mis jagunes riikide vahel järgnevalt:

Riik 1: osakaal kogueksportidist% (osakaalud ei ole kohustuslikud)

Riik 2: ... osakaal kogueksportidist%

Riik 3: ... osakaal kogueksportidist%

(*saab valida nii palju ridu kui vaja)

Jne

Ekspordimaht 2023. a: xxx (eeltäidetud eelmisest vastusest) euri, mis jagunes riikide vahel järgnevalt:

Riik 1: osakaal kogueksportidist% (osakaalud ei ole kohustuslikud)

Riik 2: ... osakaal kogueksportidist%

Riik 3: ... osakaal kogueksportidist%

(*saab valida nii palju ridu kui vaja)

6. Kas Te edaspidi plaanite oma tooteid või teenuseid eksportida?

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Kui vastab jah, siis:

6.a Palun püüdke hinnata, millistesse riikidesse ja kui suures mahus Te plaanite oma tooteid või teenuseid eksportida edaspidi?

2025. a ekspordimaht euri, millest

.....(riik 1) moodustab % (osakaalud ei ole kohustuslikud)

.....(riik 2) moodustab % jne

2026. a ekspordimaht euri, millest

.....(riik) moodustab %

.....(riik) moodustab % jne

7. Kui oluline konkurentsieelis eksportimisel on Teie jaoks Teie toote / teenuse eestimaine päritolu?

Skaala: Väga oluline, oluline, pigem ei ole oluline, pole üldse oluline

Palun täpsustage, miks see on Teie jaoks oluline (*kui valib oluline või väga oluline) / ei ole oluline (*kui valib pigem / pole üldse oluline)? (ei ole kohustuslik)

8. Kas Teie ettevõtte / asutus on viimase 5 aasta jooksul oluliselt muutnud oma ärimudelit?

Ärimudel kirjeldab, mida (st millist väärtust) ja kuidas ettevõtte / asutus oma klientidele pakub ning selle eest tulu teenib.

- Jah
- Ei

Kui vastab jah, siis:

8.a Mida Te olete oma ärimudelil muutnud? Valige palun kõik variandid, mis sobivad.

Muutunud on...

- meie väärtuspakkumine (st tooted/teenused, mis pakuvad kliendile väärtust)
- sihtgrupp / kliendisegmendid (st kliendid, lõpptarbijad)

- kliendisuhted ja suhtluskanalid (sh turustus- ja müügikanalid)
- meie tulustruktuur (kust ja kuidas tulu teenime, kui palju jne)
- võtmeressursid (sh inimesed, finantsvahendid, varad, jms)
- võtmetegevused (sh loomisel, tootmisel, vahendamisel, levitamisel ja kättesaadavaks tegemisel)
- võtmepartnerid (st koostööpartnerid, tarnijad, konkurendid, jms)
- meie kulustruktuur (st kuhu ja milleks raha kulub)
- koostööpartnerid: teeme rohkem rahvusvahelist koostööd
- koostööpartnerid: teeme rohkem koostööd teiste kohalike ettevõtete ja asutustega
- koostööpartnerid: teeme rohkem koostööd kohalike omavalitustega
- muu (palun täpsustage)

Võimalusel kirjeldage veidi põhjalikumalt, mida olete muutnud. (lahtine kommentaar; vabatahtlik)

9. Milline on praegu nõudlus Teie toodetele või teenustele?

	Nõudlus on suurem kui suudame pakkuda	Nõudlus ja pakkumine on tasakaalus, võrdsed	Pakkuda suudaks rohkem kui on nõudlust*	Ei oska öelda
Siseriiklik nõudlus				
Rahvusvaheline nõudlus				

Kui vastab „Pakkuda suudaks rohkem kui on nõudlust“:

9.a Lisaküsimus: Mis takistab Teid rohkem pakkumast? (ei ole kohustuslik)

10. Mis tegurid takistavad praegu Teie ettevõtte/asutuse arengut?

Skaala: Väga oluline, pigem oluline, pigem ei ole oluline, pole üldse oluline, ei oska öelda

- Eesti-sisese nõudluse nappus
- Kvalifitseeritud tööjõu nappus
- Ettevõtte madal digitaliseeritus
- Liiga kõrged maksud
- Riigi ebastabiilne / prognoosimatu maksupoliitika
- Finantsvahendite raske kättesaadavus
- Avaliku sektori (st keskvalitsus ja kohalikud omavalitsused) finantseerimise väiksus ja prognoosimatus
- Rahvusvaheliste rahastusvõimaluste vähene kättesaadavus
- Ettevõtlusalaste teadmiste ja oskuste vähesus
- Ekspordialaste teadmiste ja oskuste vähesus
- Ebakindel rahvusvahelise majanduse olukord
- Ebakindel julgeolekuolukord
- Muu (palun täpsustage)

11. Kuivõrd piisavaks peate järgmisi avaliku sektori poolt toetatavaid tegevusi?

Skaala: Täiesti piisav, pigem piisav, pigem ebapiisav, täiesti ebapiisav, ei oska öelda

- Erialase hariduse taseme parandamine ja kaasajastamine
- Ettevõtluse ja turunduse alaste teadmiste ja oskuste arendamine
- Ekspordialaste teadmiste ja oskuste arendamine ekspordivõimekuse suurendamiseks
- Ettevõtlusega alustamise toetamine
- Tegutsevate ettevõtete/asutuste kasvu toetamine
- Ettevõtete vahelise koostöö toetamine kultuuri- ja loomesektori siseselt
- Ettevõtete vahelise koostöö toetamine teiste sektorite ja majandusvaldkondadega
- Valdkondlike tugistruktuuride, esindusorganisatsioonide ja kompetentsikeskuste arendamine/tugevdamine
- Eesti kui sihtriigi ja päritolumaa turundamine (st riigiturundus)
- Innovatsiooni edendamine
- Digitaliseerimine ja digioskuste (sh AI kasutuselevõtt) arendamine

- Kestliku (jätkusuutliku) arengu edendamine
- Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse (EIS, varasemalt EAS) toetused ja teenused
- Eesti Kultuurkapitali toetused
- Kultuuriministeeriumi toetused
- Kohalike omavalitsuste toetused
- Loomettevõtete/asutuste töö tunnustamine ja väärtustamine

12. Kas riigi poolt pakutavad toetusmeetmed aastatel 2020–2023 on aidanud parandada Teie ettevõtte / asutuse majanduslikku jätkusuutlikkust?

- Jah, need on mu ettevõtet/asutust oluliselt aidanud
- Need on mingil määral aidanud
- Neist pole olnud kasu
- Ei oska öelda

13. Kas Teie ettevõtte / asutus on kasutanud aastatel 2020–2023 järgnevaid toetusi ja teenuseid?

Variandid:

*Taotlesime ja saime toetust;
Taotlesime, aga ei saanud toetust
Ei taotlenud
Ei oska öelda, kas taotlesime
Ei tea sellest võimaluses*

- Eesti Kultuurkapitali toetused
- Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse (EIS, varasemalt EAS) toetused ja teenused
- Riigi Tugiteenuste Keskuse (RTK) toetused
- Kultuuriministeeriumi toetused
- Kohalike omavalitsuste toetused
- Loomemajanduse piirkondlike ja valdkondlike tugistruktuuride teenused
- Maakondlike arenduskeskuste teenused
- Välistoetused (Palun täpsustage programm / rahastusallikas)
- Erasponsorlus

14. Kas Teie ettevõtte / asutuse töötajad on osalenud aastatel 2020–2023 EIS-i poolt toetatud tegevustes? Märkige palun vastused iga rea kohta.

	Soovisime osaleda ja saime osaleda	Soovisime, osaleda, aga ei saanud osaleda	Ei soovinud osaleda	Ei oska öelda, kas osalesime	Ei tea sellest võimalusest
Ettevõtlusalased seminarid, koolitused (nt strateegiapraktikumid)					
Valdkondlikke spetsiifilisi oskusi arendavad koolitused, seminarid					
Ekspordialased äridelegatsioonid, ühised messikülastused					
Loomettevõtjatele suunatud arenguprogrammid					
Loomettevõtjate ühisturunduse tegevused					
Loometinkubaatorite ja kiirendite poolt					

pakutavad teenused alustavatele loomeettevõtjatele					
Loomemajanduse arenduskeskuste poolt pakutavad teenused loome- jt ettevõtjatele					
Loome- ja teiste valdkondade ettevõtjate vahelised arendus- ja koostööprojektid					
Loomemajanduse taristu/ tehnoloogia edendamine					
...					

15. Palun hinnake, kui oluliselt on Teie ettevõtte / asutus saanud abi Teie valdkonna arenduskeskusest (nt MTÜ Music Estonia, MTÜ Eesti Arhitektuurikeskus, MTÜ Eesti Disainikeskus jne)?

- On olnud oluliseks abiks
- Mõnevõrra on olnud abiks
- Ei ole abiks olnud
- Meie valdkonnal ei ole sellist keskust
- Ei oska öelda

Kui vastab „On olnud oluliseks abiks“ või „Mõnevõrra on olnud abiks“, siis lisaküsimused:

15.a Millist abi olete Te tugiüksuselt saanud vahemikus 2020–2023?

16. Millist tuge, teenuseid ja/või abi Te ootaksite arenduskeskusest edaspidi?

...
Ei oska öelda

17. Kui tõenäoliselt vajab Teie ettevõtte / asutus lähema 3–5 aasta jooksul arendustegevusteks toetusi ja tugiteenuseid?

- Vajame kindlasti
- Tõenäoliselt vajame
- Tõenäoliselt ei vaja
- Ei vaja kindlasti
- Ei oska öelda

Kui vastab „Vajame kindlasti“ või „Tõenäoliselt vajame“, siis lisaküsimus:

17.a Milleks täpsemalt Te toetusi vajaksite? Palun valige kõik, mis sobivad.

- Tootearendus
- Eksporditurgude analüüs ja väljavalimine
- Väliskontaktide vahendamine
- Ekspordimahtude kasvatamine
- Ärimudeli valideerimine (toimivuse hindamine)
- Ettevõtte protsesside ümberkujundamine (sh digitaliseerimine)
- Erinevates koolitusprogrammides osalemine
- Muu (palun täpsustage)

18. Kuidas muutub lähema 3–5 aasta jooksul Teie ettevõtte / asutuse tegevuse maht, töötajate arv ja müügitulu võrreldes käesoleva aastaga?

	Suureneb	Jääb samaks	Väheneb
Toodangu / teenuste / teoste / esinemiste vm loominguulise väljundi maht			
Töötajate / hõivatud inimeste arv			
Müügitulu			
Eksporditulu			

Lõpetuseks mõned küsimused Teie ettevõtte / asutuse ja tegevusvaldkonna innovaatilisuse (uuenduslikkuse) kohta.

19. Kui uuenduslikuks Te peate oma toodet / tooteid või teenust / teenuseid?

- Ei ole uuenduslik (st pakume turul laialt levinud toodet / teenust)
- Parendatud toode / teenus
- Eesti turul olemasolevatest toodetest / teenustest eristuv toode/teenus
- Rahvusvaheliselt eristuv toode / teenus

20. Kui uuendusmeelseks Te peate oma lähimaid konkurente?

- Ei ole uuendusmeelsed (pakuvad peamiselt standardseid lahendusi)
- Tagasihoidlikul määral uuendusmeelsed (jälgivad turgu, kuid tulevad harva välja uute lahendustega)
- Mõõdukalt uuendusmeelsed (tegelevad regulaarselt toodete / teenuste parendamisega)
- Väga uuendusmeelsed (toovad sageli turule uusi ja ainulaadseid lahendusi)
- Ei oska hinnata

21. Kuidas Te hindate oma ettevõtte tänast ärimudelit?

- Ärimudel on traditsiooniline ja järgib kindlaskujunenud tegevusharu standardeid
- Ärimudel sisaldab mõningaid uuenduslikke elemente
- Ärimudel on uuenduslik koduturul ja / või valitud sihtturgudel
- Ärimudel on unikaalne ja loob täiesti uusi turge

22. Kui läbimõeldud on Teie ettevõttes / asutuses toote ja / või teenuse arenduse protsess?

- Fookus on põhitegevusel, me ei tegele teadlikult toote / teenuse arendamisega (senised arendused, kui neid on olnud, on tulnud juhuslikult)
- Vähesel määral läbimõeldud: meil on mõningane arenduse kogemus (oleme kohandanud oma toodet / teenust vastavalt klientide soovidele või teinud muid väikseid muudatusi)
- Meil on süsteemne toote / teenuse arendamise protsess (st on täpselt paika pandud, kuidas kogume ideid, millistega neist edasi tegeleme ja kuidas seda teeme)
- Muu (palun täpsustage)

23. Kas Te teete koostööd teiste ettevõtetega oma ettevõtte edendamiseks ja muuhulgas ka innovatsiooni arenguks?

- Ei tee koostööd
- Teeme koostööd juhuslikult
- Teeme regulaarselt koostööd
- Praegu ei tee koostööd, aga plaanime seda tulevikus teha

24. Kas Te teete koostööd teadusasutuste või ülikoolidega innovatsiooni arenguks?

- Ei tee koostööd
- Väga vähesel määral, juhuslikult
- Mõnikord
- Sageli
- Praegu ei tee koostööd, aga plaanime seda tulevikus teha

25. Kas ja kuidas Te investeerite oma ettevõtte innovatsiooni? Lubatud on mitu vastust.

- Ei investeeritud spetsiaalselt uuendustegevustesse
- Investeeringute uuendustegevustesse vajaduspõhiselt (kui mõni konkreetne projekt või tegevus seda nõuab)
- Investeeringute uuendustegevustesse siis, kui selleks saab kasutada väliseid toetusi
- Meil on uuendustegevusteks ette nähtud kindel eelarve

26. Kuidas Te hindate oma ettevõtte / asutuse turuambitsiooni? Lubatud on mitu vastust.

- Tahan lihtsalt oma asja hästi ajada
- Ambitsioon on olla kohalikul turul turuliidrite seas
- Ambitsioon on jõuda välisturgudele
- Ambitsioon on olla rahvusvahelistel turgudel turuliidri rollis
- Ei oska hinnata

27. Kuivõrd on Teie ettevõtte / asutuse töötajad kaasatud uuenduste algatamisse ja elluviimisesse?

- Ettevõttes pole teisi töötajaid
- Uuenduste algatamisega tegeleb juht / juhtkond või üksikud eestvedajad
- Töötajad on osaliselt kaasatud: osalemine sõltub peamiselt sellest, kas töötaja on ise huvitatud
- Suuresti kaasatud: kaasame töötajaid läbimõeldult igasse etappi alates ideede genereerimisest kuni elluviimiseni

28. Kas soovite veel midagi lisada loomemajanduse valdkonnas tegutsemise kohta? (pole kohustuslik)

Lisa 3. Eesti loomemajanduse üldnäitajad 2007–2023

Valdkond	Ettevõtete ja asutuste arv					Töötajate arv					Kogutulu (mln €)				
	2007	2011	2015	2019	2023	2007	2011	2015	2019	2023	2007	2011	2015	2019	2023
ARHITEKTUUR	861	1 223	1403	1 388	1 434	3 049	3 048	3 430	3 700	3 440	117	109	152	209	250
DISAIN	334	478	677	1 096	2 119	350	600	1 060	1 141	1 586	14	13	42	56	97
ETENDUSKUNSTID	95	315	419	711	829	2 030	3 343	3 004	2 199	2 030	40	53	69	67	101
FILM JA VIDEO	225	363	635	953	1 057	1 050	1 092	1 196	1 546	1 364	43	44	76	131	183
KIRJASTAMINE	578	661	769	793	761	6 010	4 844	5 000	4 754	4 235	348	292	324	348	391
KUNST	101	151	210	1 075	1 546	1 081	1 050	1 215	1 174	1 399	7	6	12	24	35
KÄSITÖÖ	165	198	320	332	521	1 403	1 023	1 045	893	1 073	15	12	14	19	22
MEELELAHUTUS-TARKVARA	11	22	48	57	76	325	610	989	1 123	540	17	28	100	125	53
MUUSEUMID	217	248	256	191	202	1 499	1 586	1 733	1 497	1 537	29	42	89	86	102
MUUSIKA	403	827	1 642	1 921	1 876	3 850	5800	4 940	3 051	2 331	134	135	141	185	197
RAAMATUKOGUD	1 125	991	946	875	887	3 253	2 948	2 670	2 416	2 187	40	38	42	52	91
REKLAAM	725	832	1 160	1 249	2 353	2 360	2 366	2 623	3 001	3 095	250	178	258	367	742
RINGHÄÄLING	81	89	86	62	99	1 670	1 442	1 776	1 783	1 757	89	117	161	194	280
KOKKU	4 921	6 398	8 571	10 705	13 760	27 930	29 752	30 681	28 278	26 574	1 143	1 067	1 481	1 863	2 543

Lisa 4. Loomeettevõtete ja asutuste regionaalne jaotus

	Harju	..sh Tallinn	..sh Maardu	..sh Harku vald	..sh Saku vald	..sh Killi vald	..sh Rae vald	..sh Jõesaare vald	..sh Viimsi vald	Hiiu	Ida-Viru	Järva	Jõgeva	Lääne	Lääne-Viru	Pärnu	Põlva	Rapla	Saare	Tartu	..sh Tartu linn	Valga	Viljandi	Võru	KOKKU
Arhitektuur	993	783	11	19	18	4	28	7	54	8	27	17	6	14	25	52	14	19	31	181	136	14	30	2	1 434
Film ja video	835	701	4	21	8	3	20	4	23	3	23	5	5	13	15	39	4	17	14	65	53	5	14	0	1 057
Ringhaaling	74	58	1	2	1	0	6	0	1	0	8	2	0	0	1	2	0	1	2	8	7	1	0	0	99
Disain	1 545	1 269	6	28	25	16	47	7	54	14	32	20	17	23	29	91	10	27	44	217	164	13	32	5	2 119
Etenduskunstid	517	444	4	7	2	5	5	2	13	7	22	12	4	14	24	44	8	12	9	111	88	13	30	2	829
Kirjastamine	540	442	4	14	10	9	13	4	19	4	28	7	5	12	13	18	2	11	17	88	70	4	6	5	761
Kasitöö	212	149	3	7	3	4	5	2	7	7	17	9	17	27	19	45	8	27	31	64	34	11	22	5	521
Raamatukogud	185	89	-	-	-	-	-	-	-	13	67	36	34	27	56	74	38	42	45	97	-	33	55	47	849
Muuseumid	56	46	-	-	-	-	-	-	-	4	9	7	4	7	12	11	3	5	8	19	-	3	6	7	161
Kunst	976	776	6	27	12	16	23	7	25	18	30	18	24	26	41	72	25	25	37	211	161	13	28	2	1 546
Meelelahutustarkvara	60	57	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	0	0	0	10	9	0	1	0	76
Muusika	1 241	963	13	45	13	7	30	17	47	14	40	19	22	16	39	90	23	42	41	209	156	11	59	10	1 876
Reklaam	1 843	1 516	9	48	23	11	53	9	72	8	37	18	12	12	41	82	19	25	33	189	142	5	25	4	2 353
KOKKU	9 077	7 293	61	218	115	76	230	69	315	100	341	170	150	191	317	621	154	253	312	1 469	1 020	126	308	89	13 681

*Muuseumide ja raamatukogude asukohtade puhul on tuginetud Statistikaameti andmetele ja seal ei ole jaotust valdade tasandil. Muuseumide puhul on välja toodud filiaalid – neid on 157 (juriidilisi isikuid on 103) ja neli elamuskeskust.

Lisa 5. Loomeettevõtete maksukulu 2023. a

	Riiklikud maksud (mln €)	Tööjõu maksud (mln €)
ARHITEKTUUR*	65,2	36,4
DISAIN	13,8	7,7
ETENDUSKUNSTID	15,5	14,0
FILM JA VIDEO	17,9	9,4
KIRJASTAMINE*	66,2	51,9
KUNST*	3,5	2,1
KÄSITÖÖ	3,8	2,5
MEELELAHUTUSTARKVARA	5,4	5,4
MUUSEUMID	9,5	9,1
MUUSIKA*	19,4	10,2
REKLAAM	62,9	31,0
RINGHÄÄLING	30,5	20,1
	313,0	199,4

*sisaldab sidustegevusalasid

Lisa 6. Loomeettevõtete küsitluse valimi kirjeldus

	KOKKU	Arhitektuur	Audiovisuaal	Disain	Etenduskunstid	Meelelahutus-tarkvara	Kirjastamine	Kunst	Muusika	Reklaam	Kultuuriparand
KOKKU	444	46	32	95	44	4	13	117	14	48	30
Maakond											
Tallinn	227	32	21	51	29	2	6	50	4	25	7
Harju maakond	47	1	5	9	5			15	2	5	5
Hiiu maakond	5				1			3	1		
Ida-Viru maakond	3	1		1				1			
Jõgeva maakond	5	1					1	2			1
Järva maakond	5			2					1		1
Lääne maakond	10			3	1			3		1	2
Lääne-Viru maakond	7	1				1		5			
Põlva maakond	4			2				2			
Pärnu maakond	23	5		3	2		2	4	1	2	4
Rapla maakond	10		1	2	2		1	1	1		2
Saare maakond	12	1		4				2		2	3
Tartu maakond	9			2	1			3	2	1	
Tartu linn	50	2	1	9	1	1	3	19	1	9	4
Valga maakond	6	1	1	2				1	1		
Viljandi maakond	20	1	3	5	2			5		3	1
Võru maakond	1							1			
Ettevõtte või asutuse töötajate arv											
0	126	5	7	28	17		4	48	4	7	6
1-4	297	40	22	66	24	3	8	68	10	35	21
5-9	14		2		3		1			5	3
10-19 OR 20-49	5	1		1		1		1		1	
50-99	1		1								
Mis oli Teie ettevõtte / asutuse müügitulu 2023. aastal?											
Ei olnud käivet	13	1	1	5	2			3			1
1 kuni 50 000 eurot	338	26	24	72	33	1	10	108	12	30	22
50 001 – 100 000 eurot	40	11	3	8	1	1		6	2	6	2
100 001 – 300 000 eurot	37	7	2	7	6	2	1			9	3
300 001 – 500 000 eurot	8			1	1		2			2	2
Üle 500 000 euro	7	1	2	2	1					1	

Lisa 7. Muuseumide ankeet

1. Palun märkige oma asutuse töötajate arv:

- 0
- 1–4
- 5–9
- 10–19
- 20–49
- 50–99
- 100–249
- 250 või rohkem

2. Mis liiki on teie asutus või muuseum?

1. arheoloogia- ja ajaloomuuseumid
2. kohamuuseumid
3. loodusmuuseumid
4. kunstimuuseumid
5. teadus- ja tehnikamuuseumid
6. teemamuuseumid
7. muu

3. Mis oli Teie asutuse müügitulu 2023. aastal? Kuna uuringu valmimise ajaks ei ole ettevõtted veel avaldanud oma 2024. a aruandeid, käsitleme ka ankeedis viimase perioodina 2023. aastat.

- Ei olnud käivet
- 1 kuni 50 000 eurot
- 50 001 – 100 000 eurot
- 100 001 – 300 000 eurot
- 300 001 – 500 000 eurot
- 500 001 – 750 000 eurot
- 750 001 – 1 000 000 eurot
- 1 000 001 – 2 000 000 eurot
- Üle 2 000 000 euro

4. Kui mõtlete oma asutusele, siis millisesse rühma kuulute praegu ja 3–5 aasta pärast? Valige palun kõik variandid, mis sobivad.

	PRAEGU	3–5 AASTA PÄRAST
Ärilisi eesmärke taotlev (müügitulu, kasum, turuosa)		
Teiste ettevõtete turgu ja tulu suurendav (nt turismi toetav, disaini parandav, toote või teenuse väärtust ja		

müügipotentsiaali suurendav jne)		
Eestile tuntust ja kuvandit loov		
Ilma äriiliste eesmärkideta, st loominguilistel eesmärkidel tegutseja		
Ei oska öelda	<i>*Praegu puhul „ei oska öelda“ ei saa valida</i>	
Midagi muud (palun täpsustage)		

5. Kas Teie asutus eksportis oma tooteid või teenuseid aastatel 2020–2023?

Käesoleva uuringu kontekstis käsitletakse ekspordina loovisikute ja loomeettevõtete ning -asutuste loomingu ja teenuste müüki välismaale ning mitte-residentidele Eestis, millest teenitakse ekspordi müügitulu.

- Jah
- Ei

5a. Kuidas hindate oma muuseumi ekspordivõimekust/ rahvusvahelise koostöö olulisust järgmistes valdkondades?

	1- Ei ole oluline	2	3	4	5 – Väga oluline
Välisturistide muuseumikülastused					
Muuseumi poolt välisriikides korraldatavad näitused					
Eestis korraldatavad välisnäitused					

6. Kas Te edaspidi plaanite oma muuseumi näituseid, tooteid või teenuseid eksportida? Näiteks mõelge siinkohal välisnäituste korraldamistele.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

7. Kas Teie asutus on viimase 5 aasta jooksul oluliselt muutnud oma ärimudelit? Ärimudel kirjeldab, mida (st millist väärtust) ja kuidas asutus oma klientidele pakub ning selle eest tulu teenib.

- Jah
- Ei

Kui vastab jah, siis:

7.a Mida Te olete oma ärimudelis muutnud? Valige palun kõik variandid, mis sobivad.

Muutunud on...

- meie väärtuspakkumine (st tooted/teenused, mis pakuvad kliendile väärtust)
- sihtgrupp / kliendisegmendid (st kliendid, lõpptarbijad)
- kliendisuhted ja suhtluskanalid (sh turustus- ja müügikanalid)
- meie tulustruktuur (kust ja kuidas tulu teenime, kui palju jne)
- võtmeressursid (sh inimesed, finantsvahendid, varad, jms)
- võtmetegevused (sh loomisel, tootmisel, vahendamisel, levitamisel ja kättesaadavaks tegemisel)
- võtmepartnerid (st koostööpartnerid, tarnijad, konkurendid, jms)
- meie kulustruktuur (st kuhu ja milleks raha kulub)
- koostööpartnerid: teeme rohkem rahvusvahelist koostööd
- koostööpartnerid: teeme rohkem koostööd teiste kohalike ettevõtete ja asutustega
- koostööpartnerid: teeme rohkem koostööd kohalike omavalitustega
- muu (palun täpsustage)

Võimalusel kirjeldage veidi põhjalikumalt, mida olete muutnud. (lahtine kommentaar; vabatahtlik)

8. Milline on praegu nõudlus Teie muuseumi näitustele, toodetele või teenustele?

	Nõudlus on suurem kui suudame pakkuda	Nõudlus ja pakkumine on tasakaalus, võrdsed	Pakkuda suudaks rohkem kui on nõudlust*	Ei oska öelda
Siseriiklik nõudlus				
Rahvusvaheline nõudlus				

Kui vastab „Pakkuda suudaks rohkem kui on nõudlust“:

8.a Lisaküsimus: **Mis takistab Teid rohkem pakkumast?** (ei ole kohustuslik)

9. Mis tegurid takistavad praegu Teie asutuse arengut?

Skaala: Väga oluline, pigem oluline, pigem ei ole oluline, pole üldse oluline, ei oska öelda

- Eesti-sisese nõudluse nappus
- Kvalifitseeritud tööjõu nappus
- Ettevõtte madal digitaliseeritus
- Liiga kõrged maksud
- Riigi ebastabiilne / prognoosimatu maksupoliitika
- Finantsvahendite raske kättesaadavus
- Avaliku sektori (st keskvalitsus ja kohalikud omavalitsused) finantseerimise väiksus ja prognoosimatus
- Rahvusvaheliste rahastusvõimaluste vähene kättesaadavus
- Ettevõtlusalaste teadmiste ja oskuste vähesus
- Ekspordialaste teadmiste ja oskuste vähesus
- Ebakindel rahvusvahelise majanduse olukord
- Ebakindel julgeolekuolukord
- Muu (palun täpsustage)

10. Kas riigi poolt pakutavad toetusmeetmed aastatel 2020–2023 on aidanud parandada Teie asutuse majanduslikku jätkusuutlikkust?

- Jah, need on mu ettevõtet/asutust oluliselt aidanud
- Need on mingil määral aidanud
- Neist pole olnud kasu
- Ei oska öelda

11. Kas Teie asutus on kasutanud aastatel 2020–2023 järgnevaid toetusi ja teenuseid?

Variandid:

Taotlesime ja saime toetust;
Taotlesime, aga ei saanud toetust
Ei taotlenud
Ei oska öelda, kas taotlesime
Ei tea sellest võimaluses

- Eesti Kultuurkapitali toetused
- Muinsuskaitseameti toetused
- Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse (EIS, varasemalt EAS) toetused ja teenused
- Riigi Tugiteenuste Keskuse (RTK) toetused
- Kultuuriministeeriumi toetused
- Kohalike omavalitsuste toetused
- Loomemajanduse piirkondlike ja valdkondlike tugistruktuuride teenused
- Maakondlike arenduskeskuste teenused
- Välistoetused (Palun täpsustage programm / rahastusallikas)
- Erasponsorlus

12. Kas Teie asutuse töötajad on osalenud aastatel 2020–2023 EIS-i poolt toetatud tegevustes?

Märkige palun vastused iga rea kohta.

	Soovisime osaleda ja saime osaleda	Soovisime, osaleda, aga ei saanud osaleda	Ei soovinud osaleda	Ei oska öelda, kas osalesime	Ei tea sellest võimalusest
Ettevõtlusalased seminarid, koolitused (nt strateegia- praktikumid)					
Valdkondlikke spetsiifilisi oskusi arendavad koolitused, seminarid					
Ekspordialased äridelegatsioonid, ühised messikülastused					
Loomeettevõtjatele suunatud arenguprogrammid					
Loomeettevõtjate ühisturunduse tegevused					
Loomeinkubaatorite ja kiirendite poolt					

pakutavad teenused alustavatele loomeettevõtjatele					
Loomemajanduse arenduskeskuste poolt pakutavad teenused loome- jt ettevõtjatele					
Loome- ja teiste valdkondade ettevõtjate vahelised arendus- ja koostööprojektid					
Loomemajanduse taristu/ tehnoloogia edendamine					
...					

13. Kui tõenäoliselt vajab Teie asutus lähema 3–5 aasta jooksul arendustegevusteks toetusi ja tugiteenuseid?

- Vajame kindlasti
- Tõenäoliselt vajame
- Tõenäoliselt ei vaja
- Ei vaja kindlasti
- Ei oska öelda

Kui vastab „Vajame kindlasti“ või „Tõenäoliselt vajame“, siis lisaküsimus:

13.a Milleks täpsemalt Te toetusi vajaksite? Palun valige kõik, mis sobivad.

- Tootearendus
- Eksporditurgude analüüs ja väljavalimine
- Väliskontaktide vahendamine
- Ekspordimahtude kasvatamine
- Ärimudeli valideerimine (toimivuse hindamine)
- Ettevõtte protsesside ümberkujundamine (sh digitaliseerimine)
- Erinevates koolitusprogrammides osalemine
- Muu (palun täpsustage)

14. Kuidas muutub lähema 3–5 aasta jooksul Teie asutuse tegevuse maht, töötajate arv ja müügitulu võrreldes käesoleva aastaga?

	Suureneb	Jääb samaks	Väheneb
Toodangu / teenuste / teoste / esinemiste vm loominguulise väljundi maht			
Töötajate / hõivatud inimeste arv			

Müügitulu			
Eksporditulu			

15. Tugevused, nõrkused, arenguvõimalused ja ohud:

1. Mis on teie muuseumi suurimad tugevused?

- Atraktiivne ja kaasaegne püsiekspositsioon
- Mitmekesine näituste programm
- Koolide vajadustele vastavad haridusprogrammid
- Kõrgetasemeline teadustegevus
- Hea asukoht ja ligipääsetavus külastajatele
- Professionaalne ja pühendunud töötajaskond
- Tugev rahvusvaheline koostöö ja võrgustikud
- Kohaliku kogukonna toetus
- Hästi toimiv turundus
- Populaarne turismisihtpunkt
- Hästi toimiv muuseumipood
- Muud lisateenused, mis on majanduslikult tasuvad
- Strateegilised plaanid on paigas
- Uuenduslik ja kohanemisvõimeline organisatsioon
- Majanduslik efektiivsus
- Võimekus eraraha kaasamisel ja projektitoetuste saamisel
- Muu (palun täpsustage): _____

2. Millised on teie muuseumi peamised nõrkused?

- Aegunud või väheatraktiivne püsiekspositsioon
- Ebapiisav tehnoloogiline innovatsioon
- Nõrk turundus ja vähene nähtavus
- Probleemid hoone või ruumide seisukorraga
- Halb ligipääsetavus
- Vähene koostööteiste muuseumide või asutustega
- Tööjõu volavus
- Muu (palun täpsustage): _____

3. Millised on teie muuseumi suurimad arenguvõimalused?

- Uute näituste ja ekspositsioonide loomine
- Ühiste pärandhoidlate rajamine
- Rahvusvahelise koostöö ja partnerluste laiendamine
- Kogukondadega teadlikum suhete loomine
- Külastajate arvu suurendamine läbi sihipärase turunduse
- Digilahenduste ja interaktiivsete eksponaatide kasutuselevõtt
- Täiendavate rahastamisvõimaluste leidmine (nt fondid, sponsorlus)
- Olemasolevate muuseumikogude analüüs ja korrastamine
- Muuseumikogude kättesaadavuse parendamine veebis
- Muuseumitöötajate arendamine ja koolitamine
- Hoone ja infrastruktuuri arendamine, sh ligipääsetavuse parendamine
- Majanduslikult tasuvate lisateenuste arendamine
- Ühistegevused ja ühisprojektid, sh ressursside ühiskasutus teiste asutustega
- Tegevuste keskkonnasõbralikkuse aspekti arendamine
- Muu (palun täpsustage): _____

4. Millised ohukohad võivad teie muuseumi mõjutada?

- Vähene rahastus ja ebakindel eelarve
- Küllastajate huvi vähenemine
- Konkurents teiste kultuuriasutustega/ meelelahutusvõimalustega
- Tallinnakesksuse suurenemine
- Erinevate teenuste ja kaupade kallinemine
- Majanduskriis või poliitilised muutused
- Tehnoloogia kiire areng ja vajadus pidevate investeeringute järele
- Muutused haridussüsteemis ja vähem koostööd koolidega
- Füüsilise hoone või eksponaatide vananemine ja halvenev seisukord
- Kliimamuutuste mõjud
- Konkurents heale tööjõule
- Muu (palun täpsustage): _____

Lõpetuseks mõned küsimused Teie asutuse ja tegevusvaldkonna innovaatsilisuse (uuenduslikkuse) kohta.

16. Kui uuenduslikuks Te peate oma asutuse toodet / tooteid või teenust / teenuseid?

- Ei ole uuenduslik (st pakume turul laialt levinud toodet / teenust)
- Parendatud toode / teenus
- Eesti turul olemasolevatest toodetest / teenustest eristuv toode/teenus
- Rahvusvaheliselt eristuv toode / teenus

17. Kui uuendusmeelseks Te peate oma lähimaid konkurente?

- Ei ole uuendusmeelsed (pakuvad peamiselt standardseid lahendusi)
- Tagasihoidlikul määral uuendusmeelsed (jälgivad turgu, kuid tulevad harva välja uute lahendustega)
- Mõõdukalt uuendusmeelsed (tegelevad regulaarselt toodete / teenuste parendamisega)
- Väga uuendusmeelsed (toovad sageli turule uusi ja ainulaadseid lahendusi)
- Ei oska hinnata

18. Kuidas Te hindate oma asutuse tänast ärimudelit?

- Ärimudel on traditsiooniline ja järgib kindlaks kujunenud tegevusharu standardeid
- Ärimudel sisaldab mõningaid uuenduslikke elemente
- Ärimudel on uuenduslik koduturul ja / või valitud sihtturgudel
- Ärimudel on unikaalne ja loob täiesti uusi turge

19. Kui läbimõeldud on Teie asutuses toote ja / või teenuse arenduse protsess?

- Fookus on põhitegevusel, me ei tegele teadlikult toote / teenuse arendamisega (senised arendused, kui neid on olnud, on tulnud juhuslikult)
- Vähesel määral läbimõeldud: meil on mõningane arenduse kogemus (oleme kohandanud oma toodet / teenust vastavalt klientide soovidele või teinud muid väikseid muudatusi)
- Meil on süsteemne toote / teenuse arendamise protsess (st on täpselt paika pandud, kuidas kogume ideid, millistega neist edasi tegeleme ja kuidas seda teeme)
- Muu (palun täpsustage)

20. Kas Te teete koostööd teiste asutuste ja ettevõtetega oma asutuse edendamiseks ja muuhulgas ka innovatsiooni arenguks?

- Ei tee koostööd
- Teeme koostööd juhuslikult
- Teeme regulaarselt koostööd
- Praegu ei tee koostööd, aga plaanime seda tulevikus teha

21. Kas Te teete koostööd teadusasutuste või ülikoolidega innovatsiooni arenguks?

- Ei tee koostööd
- Väga vähesel määral, juhuslikult
- Mõnikord
- Sageli
- Praegu ei tee koostööd, aga plaanime seda tulevikus teha

22. Kas ja kuidas Te investeerite oma asutuse innovatsiooni? Lubatud on mitu vastust.

- Ei investeeritud spetsiaalselt uuendustegevustesse
- Investeeringute uuendustegevustesse vajaduspõhiselt (kui mõni konkreetne projekt või tegevus seda nõuab)
- Investeeringute uuendustegevustesse siis, kui selleks saab kasutada väliseid toetusi
- Meil on uuendustegevusteks ette nähtud kindel eelarve

23. Kuidas Te hindate oma asutuse turuambitsiooni? Lubatud on mitu vastust.

- Tahan lihtsalt oma asja hästi ajada
- Ambitsioon on olla kohalikul turul turuliidrite seas
- Ambitsioon on jõuda välisturgudele
- Ambitsioon on olla rahvusvahelistel turgudel turuliidri rollis
- Ei oska hinnata

24. Kuivõrd on Teie asutuse töötajad kaasatud uuenduste algatamisse ja elluviimisesse?

- Ettevõttes pole teisi töötajaid
- Uuenduste algatamisega tegeleb juht / juhtkond või üksikud eestvedajad
- Töötajad on osaliselt kaasatud: osalemine sõltub peamiselt sellest, kas töötaja on ise huvitatud
- Suuresti kaasatud: kaasame töötajaid läbimõeldult igasse etappi alates ideede genereerimisest kuni elluviimiseni

25. Kas soovite veel midagi lisada loomemajanduse valdkonnas tegutsemise kohta? (pole kohustuslik)

Lisa 8. Valdkondade ülevaadete autorid

Arhitektuur – Kertti Elery Kaljuste

Disain – Anu Varblane

Etenduskunstid – Anna Petermann

Film ja video – Kertti Elery Kaljuste

Kirjastamine – Anu Varblane

Käsitöö – Katariina Mäll

Kunst – Anna Petermann

Meelelahutustarkvara – Katariina Mäll

Muuseumid – Katariina Mäll

Muusika – Anna Petermann

Raamatukogud – Katariina Mäll

Reklaam – Kertti Elery Kaljuste

Ringhääling – Kertti Elery Kaljuste