



Loomemajandus Eestis 2009

Creative Industries in Estonia 2009

Loomemajandus Eestis 2009

Creative Industries in Estonia 2009



Eessõna

*M*eil on hea meel esitleda kahe hiljutise loomemajanduse uuringu kokkuvõtet. Esimene neist näitab kujukalt, et kultuur ja sellega seotud ettevõtlus on majanduslikult tõsiselt võetav valdkond, luues lisaväärtust ja töökohti, hoogustades eksporti ning kujundades atraktiivset elukeskkonda. Teine aga pakub välja terve hulga võimalusi, kuidas loomemajandust riiklikult senisest jõudsamalt toetada.

Loomemajandus moodustas 2007. aastal Eestis SKP-st ligikaudu 3%. Loomemajandussektori enam kui 5000 asutuses ja ettevõttes töötas rohkem kui 28 000 töötajat. Need numbrid paigutavad Eesti selgelt üle Euroopa keskmise.

Loomemajanduse sihikindla arendamise tähtsust mõisteti Eestis juba 2004. aastal. Mõlema ministeeriumi eestvedamisel tehti 2005. aastaks loomemajanduse esmakordne kaardistus ja pakuti välja võimalikud arengusuunad. Neis uuringuis toodud argumentidele tuginedes kavandati Euroopa Liidu tõukefondidest loomemajanduse valdkonna toetusmeetmed, ja seda ainsana uutest liikmesriikidest.

Praeguseks on loomeettevõtjatel Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse kaudu võimalik muuhulgas taotleda ühisturunduse, klatriarenduse ja koolituse toetusi. Teadlikkuse tõstmiseks on pandud alus programmile „Loov Eesti”.

Jõustunud on loomemajanduse tugistruktuuride meede, mis toetab loomemajanduse inkubaatorite ja arenduskeskuste tegevust. Sõnadest on jõutud tegudeni ja esimesed loomeettevõtteid nõustavad keskused on asutatud nii Tallinnas kui ka Tartus, ettevalmistamisel algatusi kohtab aga mujalgi Eestis.

Käesolevas kogumikus avaldatud uuringud kinnitavad üheselt, et Eesti on olnud õigel teel, kuid palju on vaja veel teha. Tuleb tihendada valdkondade sisest ja vahelist koostööd, tõsta teadlikkust, vähendada bürokraatiat toetuste taotlemisel ja töötada välja valdkonna eripärasid arvestavaid rahastamismehhanisme. Oleme võtnud südameasjaks, et Eesti suudaks senisest paremini kasutada kultuuri ja majanduse ristteel sündivaid ideid ja lahendusi.

Süim Sukles,

Kultuuriministeeriumi kantsler

Marika Driske,

*Majandus- ja
Kommunikatsiooniministeeriumi kantsler*

Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus

Uuringu teostaja:

Eesti Konjunktuuriinstituut

Tallinn 2009

Loomemajandus on majandussektor, mis põhineb individuaalsel ja kollektiivsel loovusel, oskustel ja andel ning mis on võimeline looma heaolu ja töökohti intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise kaudu.

Uurimistöö eesmärk ja metoodika

Eestis hakati loomemajanduse mõiste üle aktiivsemalt arutlema aastatel 2003–2004, kui tekkis vajadus saada ülevaade selle majandussektori mahust ja arengupotentsiaalidest. 2005. aastal koostas Eesti Konjunktuuriinstituut (EKI) Kultuuriministeeriumi tellimusel metoodika loomemajanduse kaardistamiseks ja kaardistas Eesti loomemajanduse olukorra 2003. aasta seisuga. Tegemist oli esimese selle valdkonna kaardistusega Eestis ja metoodika väljatöötamisel toetuti paljuski teiste riikide uurimiskogemustele.

Eesti kiire majandusarengu tingimustes aastatel 2003–2007 arenes jõudsalt ka loomemajandus ning toimusid muutused nii avaliku arvamusel teadlikkuses kui ka hinnangutes loomemajanduse positsioonile. Loomemajanduse ettevõtetele tekkisid erinevate riiklike toetusmeetmete näol toetuse saamise võimalused. Täpsustamaks loomemajanduse majanduslikke näitajaid ja selgitamaks viimaste aastate arengutendentsi, tellis Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus 2009. aastal EKI-lt Eesti loomemajanduse uue kaardistamise. Uuringut rahastati Euroopa Liidu Sotsiaalfondist.

Eesti majandus tervikuna on 2009. aastal langusfaasis, majandusosalduks indeks ning ettevõtjate ja tarbijate kindlustunne on väga madalal tasemel. Majanduskriisist väljatulekuks vajab Eesti maailmamajanduse konjunktuuri paranemist, kuid paralleelselt ka kohaliku majanduse ümberstruktureerimist. Eesti majandus on jõudnud arengujärku, kus nii siseturule kui ka ekspordiks pakutavaid tooteid/teenuseid tuleb toota efektiivsemalt. Tooted peavad sisaldama suuremat lisandväärtust, need peavad tarbija jaoks enam eristuma, et nende konkurentsivõime maailmaturul tõuseks.

Euroopa riikide ja regioonide konkurentsivõime suurendamiseks on väga oluliseks peetud teaduse ja tehnoloogia arengu igakülgset toetamist (Lissaboni strateegia) ning uuel aastatuhandel on aina enam tähtsustatud innovatsioonil ja teadmistel põhinevat majandusarengut. Kultuuri ja loominguga valdkonda on aastaid peetud rohkem rahva hariduse, kultuuripärandi säilimise ja meelelahutusega seonduvaks. Otsesest sidemest loominguga ja majanduse vahel on hakatud tõsisemalt rääkima viimase aastakümne jooksul. Aina enam on hakatud mõistma, et kultuur võib

olla oluline majandusele lisandväärtust andev sektor ja loominguga kaudu saab kujundada riikide imago, kauba või teenuse identiteeti, sümboliteid. Müüa saab hoopis kõrgemat hinda maksivad teenused, mis pakuvad elamusil ja intellektuaalsel naudingul.

Arenenud riikide majandusarengus on viimase aastakümne jooksul ilmnenud selge trend – töötleva tööstuse madala lisandväärtusega tootmine liigub neist riikidest ära arengumaadesse ja arenenud riigid pakuvad aina enam tootmisega seotud loomingulisi teenuseid: tootearendust, projekteerimist, disaini, projektijuhtimist, turundust.

Kuna kultuuri ja loomingut on aastaid peetud „mitteärilikeks“ ja mittemõeldavaks nähtuseks, siis enamasti jäid need riikliku statistika poolt katmata. Nüüd, kui aina rohkemates riikides vaadatakse loomingul tuginevat majandust ühe olulise riigi majandusaset iseloomustava osana, seistakse tõsiasja ees, et regulaarne riiklik statistika seda valdkonda hästi ei kajasta. Nii ongi sektorist ülevaate saamiseks vajalik korraldada spetsiaalseid loomemajandust kaardistavaid eriuurimusi.

Eesti loomemajanduse kaardistamise eesmärkideks oli koondada olemasolev informatsioon ja kaardistada Eesti loomemajanduse valdkond 2007. aasta seisuga, anda ülevaade 2003.–2007. aasta trendidest ja arengupotentsiaalidest ning analüüsida loomemajanduse olulisust tööhõives ja ettevõtluses.

Riikliku statistika peamiste allikatena kasutas EKI Statistikaameti ning Äriregistri andmebaase, lisaandmeallikatena kaasati Maksu- ja Tolliamet, Kultuuriministerium, loome- liidud ning vajaduse korral muud statistikat omavad asutused. Loomemajanduse valdkondade kohta majandusinfo kogumisel võttis EKI aluseks Eesti majanduse tegevusalade klassifikaatori (EMTAK). EKI korraldas nendes valdkondades, kus statistiline andmestik ei võimaldanud saada analüüsiks vajalikku informatsiooni (disain, muusika, IT ja käsitöö), intervjuude tegemise. Küsitleti loomeettevõtete ja/või vastava valdkonna eksperte.

Antud töö raames analüüsiti loomemajandust lähtuvalt järgmistest piirangutest:

1. Hõlmati professionaalne loomemajandus, st ettevõtjad (sh füüsilisest isikust ettevõtjad), asutused, mittetulundusühingud, sihtasutused ja loovisikud, kes müüvad oma loomingut (teenust ja kaupa) ning teenivad sellega oma põhisissetuleku.
2. Analüüsi all oli loomemajanduse see osa, mis tugineb professionaalsele haridusele. Nii jäid välja näiteks isetegevuslikud näiteringid, koorid, tantsurühmad, maalijad jne. Need inimesed tegelevad loominguga suuresti kas väikese lisasissetuleku saamiseks või puhtalt isetegemise rõõmust (enamasti ise oma hobi rahastades).

Antud töös käsitletakse loomemajanduse poolelt põhiliselt neid loojaid, kes on saanud oma erialal kesk- või kõrgtasemel hariduse. Muidugi on siin iga loomemajanduse valdkond eripärane ning mõnedel erialadel võib kõrgprofessionaaliks tõusta ka ilma erialast haridust omamata. Sel juhul oli valikukriteeriumiks kuulumine erialaliitu, mis on Eestis üheks loomeinimese professionaalsuse kinnituseks.

3. Hõlmati need ettevõtted, kes tegutsevad loomemajanduses oma põhitegevusalana ning kelle toodangu/teenuste tootmine ja pakkumine põhineb suures osas autorite loomingul.

4. Uue valdkonnana haaras käesolev kaardistus kultuuripärandit, kus kaardistati lisaks muuseumidele (mida käsitleti ka 2005. aasta uuringus) veel raamatukogusid ja käsitöö müügiks valmistajaid.

Loomemajanduse majanduslik kaardistamine lähtus sellest, et koostatud ülevaade oleks võrreldav nii teiste riikide samateemaliste ülevaadetega kui ka 2005. aasta uuringu tulemustega ning oleks ka tulevikus kasutatav loomemajanduses toimuvate muutuste korduvuuringutes.

Loomemajandus on nendes uuringutes jaotatud järgnevateks (all)valdkondadeks:

Valdkond	Allvaldkond
Arhitektuur	arhitektuur sisearhitektuur maastikuarhitektuur projekteerimine (seotud tegevusala)
Audiovisuaalvaldkond	film ja video ringhääling
Disain	disainiteenused
Etenduskunstid	teater tants festivalid
Infotehnoloogia	meelelahutuse IT
Kirjastamine	kirjastamine trükindus (seotud tegevusala)
Kultuuripärand	käsitöö muuseumid raamatukogud
Kunst	kujutav kunst tarbekunst
Muusika	muusikaettevõtted ja -organisatsioonid
Reklaam	reklaamindus meediavahendus

Kaardistuse tulemused

Kaardistamise tulemusena selgus, et Eestis töötas 2007. aastal loomemajanduse valdkonnas rohkem kui 28 000 töötaja, mis moodustas 4,3% Eesti töötavast rahvastikust. Kõige enam oli töötajaid hõivatud kirjastamise ning muusika valdkonnas ja kõige vähem meelelahutuse tarkvara loovates ja disainiteenust pakkuvates firmades.

Loomemajanduse sektoris tegutses Eestis üle 5000 ettevõtte, mis moodustas 2007. aastal 9,4% Eesti ettevõtete üldarvust. Suurima osa loomemajanduse sektorist annavad raamatukogud, arhitektuurivaldkond ja reklaamivaldkond.

Keskmiselt töötas 2007. aastal loomemajanduse ettevõttes 5,6 inimest. Loomemajanduse valdkonna ettevõtted on väiksema töötajate arvuga kui Eesti ettevõtted tervikuna (Statistikaameti andmetel oli keskmises Eesti ettevõttes 9 töötajat). Seega on loomemajanduse valdkondades ülekaalus väikeettevõtted. Kõige suuremad olid meelelahutuse IT, etenduskunstide ja ringhäälingu ettevõtted ning kõige väiksema töötajate arvuga olid disainifirmad ja raamatukogud.

Loomemajanduses kasutatakse palju lepingulist tööjõudu. Nii pole osa ettevõtetes üldse põhikohaga töötajaid, vaid kogu töö tehakse ära lepinguliste töötajatega ja omanikud saavad omanikutulu.

Lepingulised töötajad töötavad projektipõhiselt ja sageli mitmes loomemajanduse valdkonnas ning mitme firma jaoks. Lepinguliste töötajate üle aruandlus puudub ja ka eksperthinnangu korras ei osata nende arvu määrata.

Kaardistuses on fikseeritud vaid põhikohaga töötajate arv, kuid tulu arvestuses kajastub ka lepinguliste töötajate poolt loodud tulu. Lisaks töötas osa loomeinimesi veel mittetulundusühingutes ja sihtasutustes, mille kohta Eestis korrektne ülevaade ja aruandlus puudub.

Loomemajanduse ettevõtete müügitulu (sh ka riigilt dotatsiooni saavate asutuste puhul kogutulu) oli 2007. aastal üle 17,9 miljardi krooni ja see andis 2,6% Eesti ettevõtete müügitulust. Suurima panuse Eesti loomemajanduse mahtu annavad kirjastamise (koos trükindusega 30% kogu loomemajanduse tulust), reklaami (22%) ja muusika valdkond (12%).

Loomemajanduse eri valdkondade ettevõtted on vägagi erineva suuruse ja müügitulu tootlikkusega. Keskmise loomemajanduse ettevõtte tulu oli 2007. aastal 3,6 miljonit krooni. Enam tulu tootvad ettevõtted olid meelelahutuse IT, ringhäälingu ja kirjastamise valdkondades. Peale meelelahutuse IT ja ringhäälingu oli kõigi teiste valdkondade tulu ettevõtte kohta väiksem kui Eesti ettevõtluses tervikuna. Väikseima tuluga ettevõtte kohta olid disainiettevõtted ja kunsti valdkonnas tegutsevad ettevõtted (vt tabel 1.2).

Tabel 1.1. Eesti loomemajanduse majanduslikud näitajad 2007. aastal

Valdkond	Ettevõtete arv	Töötajate arv	Kogutulu, mln kr
Arhitektuur	861	3049	1836
Film ja video	225	1050	673
Ringhääling	81	1670	1399
Disain	334	361	226
Etenduskunstid	95	2030	623
Meelelahutuse IT	13	325	305
Kirjastamine	578	6010	5440
Kunst	101	1081	107
Muuseumid	296	1550	457
Raamatukogud	1125	3253	627
Käsitöö	165	1403	233
Muusika	403	3850	2097
Reklaam	725	2381	3907
Kokku	5002	28013	17930

Tabel 1.2. Eesti loomemajanduse suhtarvud

Valdkond	Keskmine töötajate arv ettevõttes		Tulu töötaja kohta, tuh kr		Tulu ettevõtte kohta, tuh kr	
	2003	2007	2003	2007	2003	2007
Arhitektuur	4,3	3,5	394	602	1713	2132
Film ja video	7,0	4,7	377	640	2634	2991
Ringhääling	13,2	20,6	664	838	8744	17272
Disain	2,3	1,1	335	626	775	677
Etenduskunstid	44,9	21,4	213	307	9575	6558
Meelelahutuse IT	16,7	25,0	413	938	6889	23462
Kirjastamine	13,7	10,4	589	905	8043	9412
Kunst	15,1	10,7	73	99	1102	1059
Muuseumid	7,5	5,2	181	295	1350	1543
Raamatukogud		2,9		230		967
Käsitöö		3,5		166		1412
Muusika	12,7	9,6	437	545	5556	5203
Reklaam	3,9	3,3	1007	1641	3963	5389
Kokku	8,9	5,6	406	640	4111	3585
SA andmetel kõigi Eesti ettevõtete keskmine	11,0	9,0	871	1475	9606	13221

Tabel 1.3. Eesti loomemajanduse üldnäitajad 2003. ja 2007. aastal

Valdkond	Ettevõtete arv		Töötajate arv		Kogutulu, mln kr	
	2003	2007	2003	2007	2003	2007
Arhitektuur	467	861	2030	3049	800	1836
Film ja video	93	225	650	1050	245	673
Ringhääling	82	81	1080	1670	717	1399
Disain	173	334	400	361	134	226
Etenduskunstid	47	95	2110	2030	450	623
Meelelahutuse IT	9	13	150	325	62	305
Kirjastamine	410	578	5600	6010	3298	5440
Kunst	68	101	1028	1081	75	107
Muuseumid	200	296	1490	1550	270	457
Raamatukogud		1125		3253		627
Käsitöö		165		1403		233
Muusika	270	403	3430	3850	1500	2097
Reklaam	488	725	1920	2381	1934	3907
Kokku	2307	5002	19888	28013	9485	17930

Eesti loomemajanduse ekspordimaht oli 2003. aastal väike ja sama probleem püsis ka 2007. aastal. Enim suutsid ekspordida meelelahutuse IT (eksport ca 60% käibest), kirjastamise (eksport ca 15% käibest) ja reklaami valdkond (eksport andis 2007. aastal ligikaudu viiendiku käibest). Tingituna loomemajanduse valdkondade eripärast on tihedalt rahvuskultuuri ja keelega seotud etenduskunstid, ringhääling ja muuseumid väga väikese ekspordimahuga.

Mitme valdkonna puhul võiks aga eksport olla palju olulisem, kui see on praegu – seda saab öelda eelkõige arhitektuuri, disaini ning filmi ja video kohta.

Eesti majandus arenes aastatel 2003–2007 kiire tempoga. Nii oli SKP reaalkasv aastatel 2003–2007 keskmiselt 8,1% aastas. Eesti ettevõtete müügitulu kasvas viie aastaga 98%, loomemajanduse ettevõtete tulu kasvas 80%. Kiiremini on kasvanud meelelahutuse IT, film ja video, arhitektuur, reklaam, ringhääling, s.o. need loomemajanduse valdkonnad, mis olid enam seotud plahvatuslikult arenenud majandussektoritega (IT, kommunikatsioon, ehitus, kinnisvaraarendus, jaekaubandus). Aeglasem on olnud kasv nendes sektorites, mis tugevalt sõltuvad eelarvest tulevatest toetustest (teatrid, süvamuusika, muuseumid). Viie aastaga lisandus loomemajandusse (11 valdkonna võrdluses) 1405 ettevõtet ning 3469 töötajat (vt tabel 1.3).

Ettevõtete arv on loomemajanduses kasvanud kiiremini kui Eesti ettevõtluses tervikuna. Eesti ettevõtluses suurenes ettevõtete arv 5 aastaga 44%, loomemajanduses 61%. Samas on ettevõtted muutunud väiksemaks. Kui 2003. aastal oli loomemajanduse ettevõttes keskmiselt 8,6 töötajat, siis 2007. aastal 5,6 töötajat. Kuna lisandunud ettevõtete puhul oli enamasti tegu väikeettevõtetega ja ka olemasolevad ettevõtted ei ole aktiivselt liitunud ega

konsolideerunud, siis loomemajanduse väikeste ettevõtete poolt loodud tulu kasvas natuke aeglasemalt kui Eesti ettevõtluses tervikuna. Kui Eesti keskmise ettevõtte tulu kasvas viie aastaga 38%, siis loomemajandusettevõtte 12% (11 valdkonna arvestuses).

Analüüs näitab, et 2007. aastal toodeti loomemajanduse sektoris lisandväärtust 7172 miljonit krooni, mis on 2007. aastal kaupu ja mittefinantsteenuseid tootvate ettevõtete poolt loodud lisandväärtusest 4,7% (SA andmetel 154 056 miljonit krooni) ja 2,9% Eestis toodetud SKP-st (243 252 miljonit krooni).

Seega moodustas loomemajanduse sektor 2007. aastal, nii nagu ka 2003. aastal, 3% Eesti majandusest.

Lisaks töös kaardistatud loomemajanduse osale on Eestis selle valdkonnaga lähemalt või kaugemalt seotud veel palju inimesi. Loomemajanduse inimesi töötab paljudes muudes majandusharudes (näiteks disainerid ja kunstnikud tööstuses ja kaubanduses, muusikud ja kunstnikud haridussüsteemis ning huvialaringide juhendajatena jne).

Antud töö haarab loomemajanduse professionaalset osa. Nii pole uuringusse haaratud harrastuskunstnikke, -muusikuid, -tantsijaid, hobi korras käsitöoga tegelejaid, huvialaringide võrgustikke, kultuurimajasid ega laste muusika- ja kunstikoole (v.a äriühingutena tegutsevad erakoolid). Nendes valdkondades ei toodeta oluliselt lisandväärtust puhtmajanduslikus mõttes, vaid luuakse kvaliteetne elukeskkond. Kogu professionaalne loomemajandus ei saa areneda ilma laiaulatusliku harrastajate hulga ning järelkasvu eest hoolitseva haridussüsteemita.

Järeldused

Loomemajanduse eraldi sektorina väljatoomine ja mõõtmine on maailmas suhteliselt uus trend. Koos teaduse ja innovatsiooni tähtsuse rõhutamisega riigi konkurentsivõime tõstmisel räägitakse aina enam ka loomeinimeste paremast kaasamisest ettevõtlusesse. Riigiti on loomemajanduse sektori ja valdkondade defineerimine väga erinev ning sõltub traditsioonidest ja kultuuri-kontekstist. Sõltumata valdkonna defineerimise lausest, püüavad arenenud riigid saada kaardistamiste toel terviklikku ülevaadet loomemajanduse majanduslikust tähtsusest ja mõjust teistele majandussektoritele.

Looming, selle kultuurilised ja vaimsed väärtused ning kaudsed mõjud inimeste psüühikale, tervisele, töövõimele, aktiivsusele ja elukeskkonnale on harjumuspäraselt olnud kirjeldatud rohkem kaunite kunstide, esteetika ja selle loomevaldkonna spetsiifiliste terminitega. Seetõttu oli 2005. aastal EKI korraldatud kaardistamise käigus loomevaldkonna inimeste poolt päris palju võõristust ja mõistmatust majandusterminite ja majandusülevaate koostamise võimalikkuse suhtes.

2009. aastal võib tõdeda, et loomemajanduse vallas tegutsevate inimeste suhtumine on oluliselt muutunud. Majandusterminid ei ole enam nii võõrad, tuntakse huvi nii oma valdkonna kui ka terve loomemajanduse majandusliku kaardistamise vastu ja koostöö nii valdkondade sees kui ka valdkondadest välja on muutunud oluliselt konstruktiivsemaks. Möödunud viie aasta jooksul on Eesti ühiskonnas aina enam mõistetud, et loomingu müügil saab edukalt kasutada eeskujuga ja analoogiat muude teenuste ja toodete müügist ning müügiõiguste kindlustab ka paremad loomevõimalused.

2009. aasta kaardistamine langes Eesti majanduse jaoks raskesse aega, kui elame läbi tõsist majanduskriisi. Riigi võimalused kultuurisektorit toetada on ahenenud ja püsima jäämiseks peavad kõik ettevõtjad pingutama oluliselt enam kui veel aasta-paar tagasi. Loomemajanduse kaardistamise käigus võis positiivsena näha, et paljud loomeinimesed on suutnud rasketes oludes paindlikult hakkama saada ning ettevõtjad olid aktiivselt otsimas uusi tuluteenimise ja koostöövõimalusi avaliku sektori ja teiste loomeinimestega.

Loomemajandus tervikuna peab kujundama elukeskkonda ja tingimusi kogu ühiskonna loovuse arenguks ning seeläbi iga indiviidi täiuslikumaks ja huvitavamaks eluks. Loomemajanduse ja teiste valdkondade parema koostöö varal saavad tooted ja teenused tõusta väärtusahelas, paraneb Eesti rahvusvaheline imago ja atraktiivsus välisinvestorite silmis.

Nii nagu ka 2005. aastal, peab 2009. aastal nentima, et loomemajanduse konkurentsivõimelisus ja lõimitus teiste majandussektoritega peaks tulevikus oluliselt kasvama. Lähema viie aasta jooksul võib eeldada, et Eesti majanduskriisi tingimustes väheneb paratamatult riiklik rahastamine ja peab suurenema loomemajanduse ettevõtete suutlikkus iseseisvalt tulu teenida. Kui viimaste aastate trend on olnud paljude väikeettevõtete teke, siis nüüd oleks vajalik ettevõtete ühinemine, parem koostöövõime teiste ettevõtetega. Elanike reaalsissetulekute kasv on peatunud, tarbijate kindlustunne madal ning pere eelarve piiratus võib sundida vähendama kultuuritarbimist. Kultuuritarbijate hoidmiseks tuleb teha senisest suuremaid pingutusi oma loomingu (toodete/teenuste) paremaks tutvustamiseks ja sobitumiseks konkurentsitihedasse majandusse.

Väga oluline on otsida ekspordivõimalusi. Siin on oluline loomemajanduse spetsialistide ja ettevõtete omavaheline tihedam koostöö. Välistellimuste leidmiseks ja täitmiseks on vaja teatud „minimaalset võimekust“ ja Eesti ettevõtete väiksuse juures on selline võimekus saavutatav vaid ettevõtete liitumise ja koostööga.

Uuringu käigus ilmnis, et kahjuks pole kultuurivaldkonda puudutav statistika viimase viie aasta jooksul paremaks muutunud (kohati vastupidi), riiklikes andmebaasides on lubamatult palju vigu, registreerimata tegevuse maht on segavalt suur. Soovides saada põhjalikumalt ja süvenenemat ülevaadet loomemajanduse eri valdkondadest, tuleb suur osa informatsioonist ise algallikatest koguda, töödelda ja analüüsida.

Riigil on võimalus ja kohustus igati toetada loominguks sobiliku keskkonna kujundamist. Toetada ja arendada saab sihipäraselt seda, mida suudetakse kirjeldada ja analüüsida. Töö autorid loodavad, et selle uuringuga on tehtud järjekordne väike samm, et aidata kaasa loomeinimeste ja muu reaalmajanduse paremale lõimimisele.

Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed

Uuringu teostajad:

Eesti Tuleviku-uuringute Instituut
Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut

Tallinn 2009

Uuringu lähtealused

Uuringu peeesmärk oli hinnata Eesti loomemajanduse sotsiaalmajanduslikku potentsiaali ning teha loomemajanduse arendamiseks riigi tasandil ettepanekuid. Uuringu teostamisel nähti vajadust arvestada loomemajandussektori ja selle allvaldkondade eripärade ja arengukäsitlustega.

Loomemajanduse puhul peeti tähtsaks selle kolme tüüpi funktsioone:

- paljud loomemajanduse sektorid annavad täiesti arvestatavas matus selliseid majandustegevusele iseloomulikke otseseid väljundeid nagu käive, kasum, maksebilanssi tasakaalustada aitav eksport, tööhõive. Viimane näitaja kannab olulist sotsiaalset tähendust;

- kuna loomemajandus on tihti põimunud teiste majandusharudega, siis annavad need oma majandusliku panuse ka laiemate ettevõtlusklastrite lõpptulemustesse. Näiteks etenduskunstid või käsitöö turismiklastri lõpptulemustesse või moeloomu rõivatootmise lõpptulemustesse;

- loomemajandus aitab tõsta keskkonna üldist atraktiivsust ja kvaliteeti ning ühiskonna üldist loovusastet ning sellel on olulised, ehkki kaudsed positiivsed mõjud ka majandusarengule. Näiteks meelitavad atraktiivsed, põneva arhitektuuri ja intensiivse kultuurieluga linnad ligi peale turistide ka investoreid või tippinsenere ning teiste valdkondade loovaid talente. Kõrge loovuspotsentiaaliga riigi või linna imago seostub tavaliselt ka eeldusega, et selle maa muud (s.h majanduslikud) arengueeldused on head.

Samuti tähtsustati loomemajanduse ja selle allvaldkondade arengu hindamist laiemas kontekstis, mille all peetakse silmas loomemajanduse arengu seostamist teadmispõhise majanduse paradigmatena ja teiste ühiskonnas aset leidvate trendidega. Loomemajanduse arendamise seisukohalt on eeskätt tähtsustatud järgmised suundumused:

- loovuse kontseptsiooni laienemine, loovuse tähtsustamine erinevate eluvaldkondade (ka haridus, infotehnoloogia) võtmekomponendina;

- loovuse ja kultuuri rolli tähtsustamine selliste eesmärkide saavutamisel nagu elukvaliteedi ja elukeskkonna parandamine, linna, riigi atraktiivsuse suurendamine jne;

- integratiivsete ja interdistsiplinaarsete käsitluste ja meetmete eelistamine. Keskpunkt on seatud loovuse ja loomise väärtusahelad jt protsessid;

- vajadus ühendada erinevate valdkondade loovused, sealjuures teadusvaldkondade sidustamine loomemajandusega;

- erinevate kultuurivaldkondade ja -vormide mitmekesisus ning omavaheline integreerumine ja sulandumine.

Tulenevalt nii eelnimetatud suundumustest kui uuringu peeesmärgi keerukusest, lähtuti uuringu läbiviimisel „mõjude paljususe“ põhimõttest, s.t uuriti ühelt poolt erinevate valdkondade ja suundumuste mõju loomemajandussektorile ning teiselt poolt loomemajandussektori ja selle allvaldkondade mõjusid üksteisele ja teistele valdkondadele; nende mõjude mitmesuunalisust, täiendavust ja sünergilisust.

Käesoleva uuringu aluseks on kvalitatiivne lähenemine uuritava probleemile, s.t et Eesti loomemajanduse potentsiaali hinnati kvalitatiivsete hinnangute kaudu ning allvaldkondade omavahelises võrdlevas perspektiivis. Eesmärkide saavutamiseks kasutati mitmeid erinevaid üksteist täiendavaid meetodikaid ning uuringu tulemused põhinevad rohkem kui 200 inimese arvamustel ja hoiakutel.

Uuring valmis Kultuuriministeeriumi tellimusel ja rahastati Euroopa Liidu Sotsiaalfondist.

Eesti loomemajanduse ees seisvad probleemid

Uuringu tulemusena võib loomemajanduse valdkonna arendamisel välja tuua kolm keskset probleemi ringi:

I Tugisüsteemi puudulikkus

Selle all mõistetakse probleeme, mis seonduvad kas loomemajanduse tugistruktuuridega, toetuste taotlemisega või teiste tegutsemist takistavate asjaoludega.

Vahendajate puudumine – uuringu tulemused osutasid mitut eri tüüpi vahendajate puudumisele. Ühelt poolt saab rääkida vahendajatest, kes lähendaksid omavahel loomesektorit ning tööstus- ja teenindussektorit, olles nende vaheliseks lüliks, n-ö tõlgiks. Teiselt poolt saame rääkida nendest spetsialistidest, kes oleksid suuteliselt loomingut turundama ja vahendama, seda ka väljapoole Eestit. Kolmandaks saame rääkida n-ö tugistruktuuride kui vahendajate puudumisest, mis kannaksid infovahendamise ja arendustegevuste nõustamise rolli (nt arenduskeskused, infovõrgustikud jne). Oluline on siinjuures ära märkida haridussüsteemi puudulikkust vahendajate ettevalmistamisel.

Toetuste suunitletus ettevõtlikkuse toetamisele – ettevõtetus on omane kõigile loomemajanduse allvaldkondadele, s.t et loomingust elatumine tähendab ühtlasi ka ettevõtlusega tegelemist (registreerimist füüsilisest isikust ettevõtjaks, osühingu asutamist). Avaliku sektori poolt väljendatud seisukoht, et ettevõtlusega tegelemine loob võimaluse igapäeva tuluallikana tegelda loometegevusega, on mõnevõrra piiratud, sest probleem peitub muuhulgas nende loometegevuste väärtustamisel ja selle eest väärilise tasu saamisel.

Ligipääs rahastamisele, riskikapitali puudumine – rahastamisele ligipääsu probleemina osutati EAS-i ettevõtlus-toetusmeetmete vähesele paindlikkusele, mis võimaldab rahastust saada tagantjärele, ning samuti kasvule orienteerituse tingimuse sisaldumine rahastuse saamisel, mis vähendab mitmete nn elustiili tüüpi ettevõtete ligipääsu seda tüüpi toetusmeetmetele. Probleemina mainiti ka omafinantseeringu suurt osatähtsuse nõuet. Teisalt tõid nii ekspertintervjuude kui ka ümarlaudade tulemused välja riskikapitali puudumise, mis oleks vajalik ideede arendamiseks ja nende elluviimise ergutamiseks.

Projektipõhisus – kriitika oli suunatud toetussüsteemis (sh EAS-is, Kultuuriministeeriumis, Kultuurkapitalis) domineer-

rivate üksiktegevustepõhisele toetamisele, mis ei võimalda järjestikulistele ja pikaajalistele tegevustele toetust taotleda. See avaldab tagasilööke rahvusvahelise koostöö, aga ka ekspordi arendamisele.

Toetuste taotlemise keerukus – selles vallas viidati nii toetuste taotlemisprotsessi keerukusele kui ka toetuse saamisega seotud info raskele kättesaadavusele, täpsemalt selgusele, mis tingimustel, milleks ja millise tugistruktuuri kaudu on võimalik toetust taotleda.

Riigihangete süsteemi puudulikkus – mis „sunnib“ lähtuma ennekõike hinnast ja jätab seeläbi loomemajandussektorile vähe võimalusi „kaasa rääkida“. Kitsast hinnakriteeriumi olulisusest lähtuvalt pööratakse vähe tähelepanu (linnas) avaliku ruumi kujundamisele ja osaliselt piiratakse ka uudsete toote- ja teenuslahenduste arendamist, mis võivad vajada suuremaid investeringuid ja nõuda teostamiseks rohkem aega.

II Koostöö vähesus

Koostöö puudulikkust võib pidada üheks keskeimaks probleemiks, mis on loomemajanduse arendamise takistuseks. Koostööprobleeme saab välja tuua mitmes eri kontekstis ning see seostub paljude eri osapooltega. Koostöö vähesus väljendub järgmistes kontekstides:

Loomemajanduse allvaldkondade madal sisemine organiseeritus – hoolimata sellest, et enamikus loomevaldkondades on olemas erialapõhised koondavad organisatsioonid, on puudu valdkonna arenguvajaduste ja valdkonnasiseste prioriteetide seadmise võimekusest. Viimane takistab valdkonna arengut ning läbirääkimispartneriks olemist nii teistele loomevaldkondadele kui ka avalikule ja erasektorile.

Loomemajanduse allvaldkondade vähene sidustus teiste sektoritega – loomemajanduse allvaldkonnad toimetavad eelkõige oma valdkonna keskselt. Seostest teiste valdkondadega saab ennekõike rääkida erinevate loomemajanduse allvaldkondade seoste näitel, märkimisväärselt vähem leiab koostöönäiteid tööstus- ja teenindussektoritega, mis paljuski on tingitud loome- ja ärisektorite asetamisest n-ö eri maailmadesse.

Loomesektori esindajate vähene kaasatus – kaasatuse probleemi saab tõlgendada loomesektori ja avaliku sekto-

ri erinevate arusaamadena kaasamisest ja osalemisest: kui avaliku sektori esindajad leiavad, et nad kaasavad loomesektori esindajaid otsustamisse ja kohaliku elu arendamisse, siis loomesektori esindajad seda ei leia. Loomesektori esindajad osutasid avaliku sektori vähesele usaldusele loomesektori esindajate arvamuste suhtes, mis tähendab, et ka kaasamine piirdub sageli kaasaráäkimisvõimaluse andmisega, aga mitte loomesektori esindajate seisukohtadest lähtuvate tegevuste ja otsuste tegemisega.

III Madal teadlikkus

Madalast teadlikkusest saame rääkida põhimõtteliselt kõigi loomemajandusega ja selle arengu suunamisega seotud osapoolte seas, nii loomemajandusvaldkondade esindajate endi, avaliku sektori kui ka tööstus- ja teenindussektori esindajate seas.

Loomesektori esindajate madal teadlikkus tugisüsteemi võimalustest – uuringust selgus, et loomesektori esindajad, kellele toetusmeetmed on suunatud, on nendest vähe teadlikud: ei teata meetmete olemasolust, millistele tegevustele on võimalik toetust taotleda jne. Eelkõige puudutab see ettevõtlus-toetusi.

Tööstus- ja teenindussektori madal teadlikkus loometegevõtete pakutavatest toodetest ja teenustest – see väljendub ühelt poolt üldises madalas teadlikkuses loomemajandusest tervikuna kui teiselt poolt ka selles, et tööstus- ja teenindussektor ei näe loomemajandust kui lisandväärtuse andjat, pigem kaldutakse nägema seda kuluallikana.

Avaliku sektori kui tellija madal teadlikkus – siin viidati avaliku sektori kui tellija oskamatusse olla loomemajandussektorile toetavaks tellijaks. Madalat teadlikkust, mida põhjustab ka koostöö vähesus loomemajandussektori esindajatega, seostati avaliku sektori konservatiivsuse hoiakuga.

Loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali olemus

Uuringu erinevate alletappide käigus hinnati loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali nii majanduslikust, sotsiaalsest, ruumilis-keskkondlikust kui ka rahvusvahelise võimekuse, innovaatilisuse ja hariduse aspektist. Tulemused võimaldavad tuua esile erinevaid kõrge potentsiaaliga loomemajanduse allvaldkondi. Samas täidab neist igaühe potentsiaal eri eesmärgi.

Võttes aluseks mastaabid (tegijate, tegevuste, harrastajate hulk) ja rahvusvahelisuse (tuntus ja tunnustatus), siis saab välja tuua muusika valdkonna. Kui siia lisada kolmas mõde – võimekus kaasata palju eri loomevaldkondi – saame lisada filmivaldkonna.

Võttes aluseks omanäolisuse olemasolu rahvusvahelises kontekstis, tõusevad esile mitmed rakenduskunstid (nt nahakunst, tekstiilkunst, klaasikunst). Omanäolisuse potentsiaal tugeneb seda enam, mida kaugemale Euroopa kultuuriruumist end võrdluskontekstina seatakse. Osa allvaldkondade puhul võimendub potentsiaal ka erialase õppe eripärasuse ja terviklikkuse kaudu.

Võttes aluseks mastaabid ja sotsiaalse sidususe (kohaliku elu edendamine), siis saab välja tuua ajakirjanduse, kirjanduse (ehk kokku kirjutamise) ja teatri olulisema rolli. Samuti saab selles kontekstis esile tõsta muuseumid.

Võttes aluseks võimenduse pakkumise teistele, s.t loomemajanduse hulka mittekuuluvatele majandussektoritele, saab kõigepealt välja tuua disaini (eelkõige tootedisain, graafiline disain, strateegiline disain), aga ka pärandi valdkonnad (nii muuseumide kui ka käsitöö arendamise kaudu). Kui disain seondub tööstus- ja teenindusettevõtetega laiemalt, siis pärand (käsitöö ja muuseumid) annab olulise sisendi turismisektorile. Sealjuures on neil ka vastastikmõju võime: pärand kui allikas omanäoliselt disainiks ning disain kui lisandväärtus käsitöötoodete arendamisel.

Võttes aluseks atraktiivse töö- ja elukeskkonna loomise võime, mis muudaks elukeskkonna atraktiivseks nii oma inimestele kui meelitaks mujalt ligi ka teisi (talente, turiste, investoreid), siis tuleb märkida eelkõige arhitektuuri valdkondi (ka ehituskunst, muinsuskaitse, avaliku ruumi planeerimine) kui suurima potentsiaali omajaid keskkondlik-ruumilise atraktiivsuse tõstmisel.

Samas mängivad mitmekesisuse ning kvaliteetse avaliku ja eluruumi tekitamise seisukohalt väga olulist rolli just erinevad kunstid: visuaal-, rakendus- ja esituskunstid ning nende nähtavus linnaruumis.

Võttes aluseks loovuse ergutamise vajaduse ja võimalused selle arendamiseks, kerkivad esile valdkonnad, mida on võimalik sidustada harrastusvõimaluste, koolituse ja haridusega laiemalt. Potentsiaal on siin eelkõige kaunite kunstide, etenduskunstide, muusika ja käsitöö allvaldkonnal, kuna nende harrastamisvõimalusi on rohkesti ning ka nende harrastajaid on palju.

Kuna loomemajanduse allvaldkonnad on oma olemuselt väga eripalgelised, siis on ka nende võime kaasata teisi valdkondi oma toodete-teenuste loomisesse samuti väga erinev. Oluliselt suurema võimega kaasata teisi oma ühe lõpptulemuse loomisesse on filmi, reklaami, ajakirjanduse ja ringhäälingu valdkonnad. Tunduvalt vähem saavad teisi loomemajanduse valdkondi otseselt kaasata kujutavad kunstid – seda pigem kaudselt, inspiratsiooniallikana. Osa allvaldkonnad saavadki väljenduda vaid teiste sektoritega seostamise kaudu: arhitektuur, disain. Ei ole valdkonda, mis ei suudaks seostuda ühegi teise loomevaldkonnaga.

Ainult loomevaldkondade endi vahelise sidususe suurendamine ei ole tõenäoliselt piisav, et täita esitatud taotlusi. Tuleb leida seoseid teiste majandusvaldkondadega, mis on seni veel suhteliselt kasutamata potentsiaal. Loomevaldkondade majandusliku ja keskkondliku potentsiaali võimenduseks saaks olla tööstus- ja teenindussektor: esimene nt disainivaldkondade aktiivsema rakendamise kaudu, teine nt turismitoodete arendamise kaudu. Loomemajanduse valdkonnad saavad sisu ja tähenduse loomise varal tõsta teiste sektorite ettevõtete konkurentsivõimet ja ekspordipotentsiaali.

Kokkuvõttes näitasid uuringu tulemused, et loomemajanduse arendamisel Eestis on oluline siduda mitmeid erinevaid (majanduslikke, sotsiaalseid, ruumilisi) taotlusi ning puudub piisav põhjendus loomemajanduse valdkondade põhiste prioriteetide seadmiseks.

Loomemajanduse arendamise eesmärk ja põhisuunad

Uuringu tulemused näitasid, et loomemajandust mõistetakse pigem positiivse tulevikuperspektiiviga alana, mille potentsiaali ei ole praegu veel osatud ära kasutada. Loomemajanduse võimalusi nähakse suuresti majanduse konkurentsivõimekuse tõstmise võtmes, peamiselt läbi lisandväärtuse andja ning ekspordipotentsiaali suurendaja rolli, sh kultuuriekspordit kui positiivse kuvandi loomine riigile ning teisalt omanäoliselt toodete-teenuste loomine (tähen- duse loomine).

Loomemajandus on tugevalt seotud loova majanduse kontseptsiooniga, mille abil tekib eriti tugev seos teadmiste- ja arengu ja innovatsiooniga. „Teadmistepõhise Eesti“ dokumendis väljatoodud prioriteetsete valdkondade arendamisega nähti loomemajandusel seost eelkõige rahvuskultuuri ja keele jätkusuutlikkuse tagamisega, info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate arenguga ning Eesti riikluse järjepidevuse tagamisega. Kultuur on väikeriigi jätkusuutliku arengu seisukohalt eriti oluline. Teisalt saab kultuur loomemajanduse kaudu avaldada ka majanduslikku mõju, sh just sellega, et põhineb omakultuuril.

Teadmistepõhise ja loova majandusmudelini jõudmisel on oluline roll info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate arengul. Uued tehnoloogiad on juba avaldanud olulist mõju, kuid nende efektiivsemas rakendamises nähakse olulist võimalust loomemajanduse allvaldkondade arendamisel. Nii rahvusvaheline praktika kui ka läbiviidud küsitlusuuring näitab, et loomemajanduse arendamise taotlused on mitmemõõtmelised, sidudes endas nii majanduslikke (loovus kui Eesti majandusmudeli alus, tõmmata ligi innovaatilisi ettevõtteid), sotsiaalseid (võrgustikud) kui ka keskkondlikke (atraktiivne elukeskkond) aspekte. Esile tõstetud taotlused viitavad riigisisese kompleksse ja laiapõhjalise arendamise vajalikkusele.

Loomemajanduse arendamise eesmärgiks Eestis võiks uuringu tulemuste põhjal seada majandusliku ning keskkondliku lisandväärtuse loomise eri valdkondade sidususe ja elukeskkonna atraktiivsuse tõstmise kaudu. Selle tulemusel saaks tõsta ettevõtete rahvusvahelist konkurentsivõimet, riigi atraktiivsust nii inimeste (talendid, turistid) kui ka investeeringute ligimeelitamiseks ning kohalike inimeste rahulolu elu- ja töökeskkonnaga. Esitatavad taotlused põhinevad arusaamal, et loovat majandust tuleb arendada orgaaniliselt kulgeva laiapõhjalise ja kompleksse lähenemisega.

Eeltoodud eesmärgist tulenevalt pakub uuring valdkonna arendamise põhisuundadena välja loomemajanduse allvaldkondade senisest tihedama koostöö teiste sektoritega ning elu- ja töökeskkondade atraktiivsemaks muutmise keskkondade arendamise kaudu (vt joonis 1).

Suund 1: Loomemajanduse arendamise seostamine teiste majandussektoritega.

Loomemajanduses on olulisel kohal lisandväärtuse andmine Eesti ettevõtetele (allsuund 1.1). Hoolimata vajadusest suurendada eri allvaldkondade sisemist potentsiaali ja sidusust, saab oluline majanduslik mõju tulla ikkagi läbi seoste tööstus- ja teenindussektoritega. Seda eriti seetõttu, et see potentsiaal on seni praktiliselt kasutamata. Selle saavutamiseks tuleb ületada barjääre ja ärgitada koostööd äri- ja loomemaailmade vahel.

Loomemajanduse allvaldkondade seoseid on vaja tugevdada info- ja kommunikatsioonitehnoloogia ettevõtetega (allsuund 1.2), kuna nende lahendused võimaldavad ühelt poolt tugevdada allvaldkondi ning teiselt poolt loob nende areng võimalusi uute toodete, teenuste ja turustusviiside avastamiseks ning loomiseks. Loomemajanduse valdkondade sisuloomise võimet peetakse väga oluliseks komponendiks IKT lahenduste väljatöötamisel.

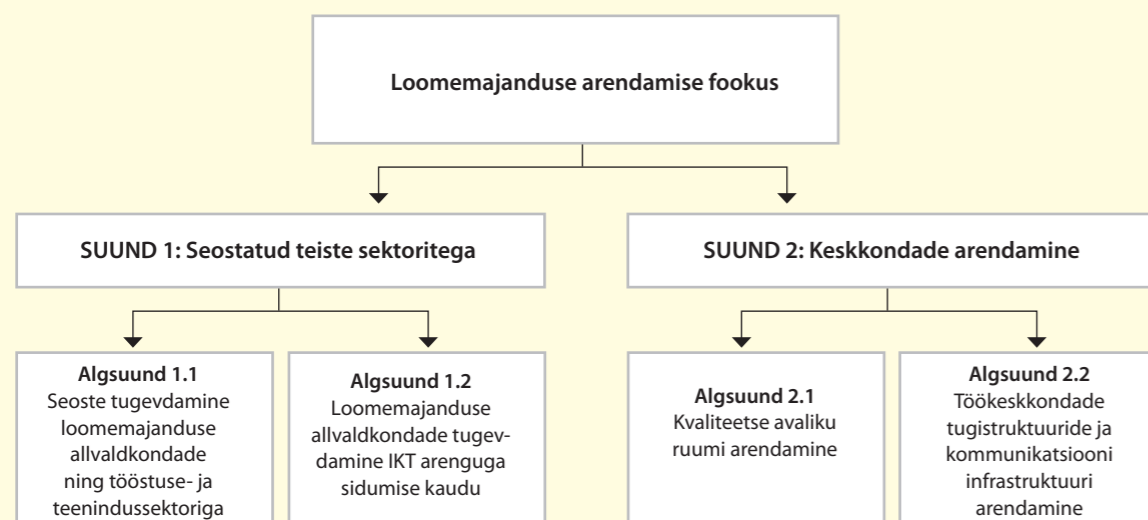
Keskkondade arendamise fookus lähtub taotluse rõhuasetusest tõsta elu- ja töökeskkonna atraktiivsust, arendada loovat tegevust, kommunikatsiooni ning soodustada koostööd. See lähtub arusaamast, et keskkond toimib loomemajandussektori tugevdajana ning kohaliku elu ja ettevõtluse elavdajana ning teiselt poolt talentide, turistide, investeeringute jt ligimeelitajana.

Suund 2: Loomemajandussektori tugevdamine keskkondade arendamise kaudu.

Kvaliteetse avaliku ruumi arendamist (allsuund 2.1) mõistetakse kolmes võtmes. Ühelt poolt peetakse kvaliteetse avaliku ruumi all silmas aktiivse ruumi arendamist, mis soodustab kokkusaamist ja ideede vahetust. Teiseks tähendab kvaliteetne avalik ruum atraktiivset ruumi, mida ise loomustab loomingulise paljususe ja nähtavuse. Kolmandaks tähendab kvaliteetse ruumi arendamine keskkonnasõbraliku ruumi arendamist.

Joonis 1. Loomemajanduse arendamise lähteskeem.

Allikas: uuring „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut ja Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, Tallinn, 2009



Tähtsal kohal on loomemajanduse allvaldkondade sisetõimekust ja arengut toetavate töökeskkondade ja tugistruktuuride väljaarendamine ning valdkonnasisese ja valdkondadevahelise kommunikatsiooni tugevdamine (allsuund 2.2). Kesksed põhimõtted on mitmekesisuse, erinevate algatuste ja tegevuste toetamine ja koostöö soodustamine, samuti regionaalse ja kohaliku tasandi mõtme tugevdamine.

Meetmed loomemajanduse arendamiseks

Elkirjeldatud põhisuundi toetavad mitmed olemasolevad ja EAS-i pakutavad meetmed nagu teadlikuse tõstmise programm, loomemajanduse tugistruktuuride meede ning loomemajandusalaste koolituste programm, samuti ka EAS-i pakutavad ettevõtlusmeetmed (nt stardi- ja kasvutoetused, piirkondlikud toetused, ekspordi ja turundusega seotud toetused ning klastrite arendamise toetus).

Kommunikatsiooni infrastruktuuri arendamise koha pealt saab olemasolevate meetmete seast välja tuua algatuse „Loov Eesti“ poolt arendamisel oleva loomemajanduse portaali, mille näol peaks välja kujundatama kontaktiloomise keskkond.

Siiski leiab uuring, et olemasolevad meetmed ei anna piisavalt vajalikku tuge eespool kirjeldatud loomemajanduse arendamise põhisuundadele. Seetõttu pakutakse eeltoodud nelja allsuuna rakendamiseks välja täiendavaid meetmeid. Kuna põhisuunad on olemuselt interdistsiplinaarsed, toetavad neid ka eri tüüpi meetmed. Uuringus on eristatud nelja tüüpi loomemajanduse arendamise meetmeid ning need on seostatud loomemajanduse arendamise nelja põhisuunaga järgmiselt (vt joonis 2).

I Loomettevõtluse ärivõimekuse suurendamise ja nende rahvusvahelistumise toetamise meetmed toetavad eelkõige allsuunda 1.1 (seoste tugevdamine loomemajanduse allvaldkondade ning tööstus- ja teenindussektoriga) ning allsuunda 1.2 (loomemajanduse allvaldkondade tugevdamine IKT arenguga sidumise kaudu).

Võimalike meetmete näiteid:

- loomeosak, mis võimaldaks tööstus- ja teenindussektorite ettevõtetel osta teenust loomemajanduse ettevõtetelt;
- riskikapitali võimaldamine ideede arendamiseks;
- tootearendustoetus, mis on suunatud loome-, info- ja kommunikatsiooniettevõtete vahelise koostöö arendamiseks (loomemajanduse allvaldkondade poolseks sisuloomeks info- ja kommunikatsiooniettevõtetele);
- toetuskeemid vahendajate ja juhtide leidmiseks, kaasamiseks ja nende tegevuse toetamiseks;
- turundustoetused, mis on suunatud loomemajanduse allvaldkondadele info- ja kommunikatsioonitehnoloogia suuremaks ärakasutamiseks turunduses;

II Loovate keskkondade arendamise meetmed panustavad eelkõige allsuunda 2.1 (kvaliteetse avaliku ruumi arendamine) ja allsuunda 2.2 (töökeskkondade, tugistruktuuride ja kommunikatsiooni infrastruktuuri arendamine).

Võimalike meetmete näiteid:

- riigi otseosalus loomemajanduse spetsiifilise infrastruktuuri väljaarendamisprojektides;
- loomekvartalite arendamise toetamine;
- loomingu esitlusvõimaluste ja -pindade hulga suurendamine avalikus ruumis;
- info- ja kommunikatsioonivõimaluste arendamine avalikus ruumis.

III Finantseerimismudelitega seonduvad meetmed

toetavad läbivalt kõiki nelja allsuunda, rahalise mahukuse mõttes langeb suurim osakaal keskkonna arendamisele, s.t allsuundadele 2.1 ja 2.2.

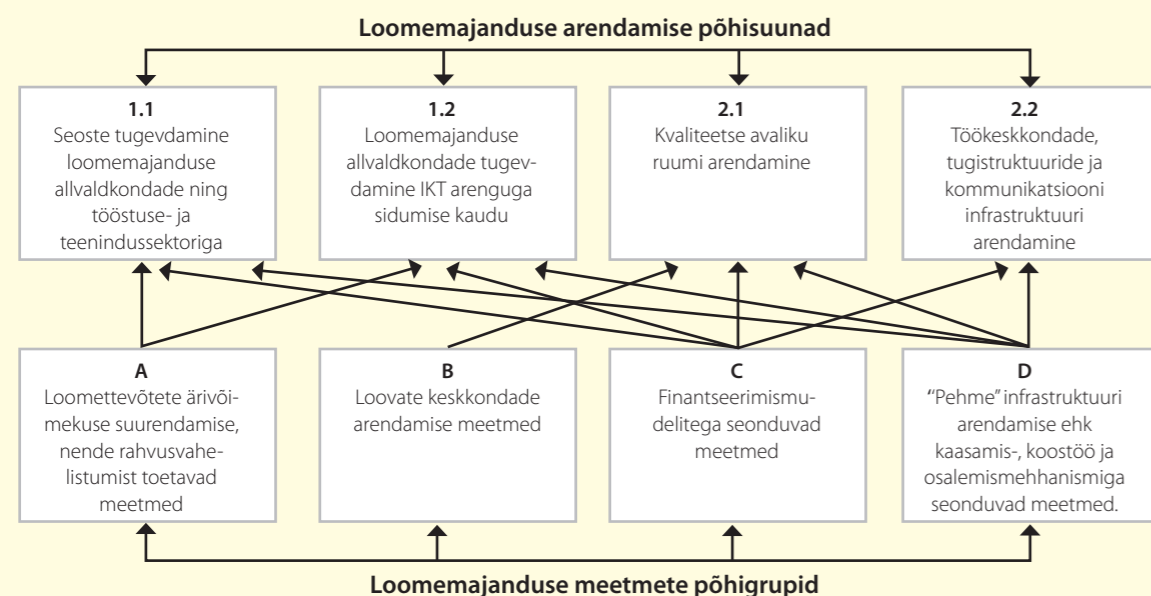
Võimalike meetmete näiteid:

- printsipi „1% kunstile“ kehtestamine;
- seemnekapitali fondi loomine loomemajandusalaste projektide toetamiseks;
- riigihangete tingimuste täiendamine, mis võimaldaks tähtsustada loomemajanduse allvaldkondade poolt antavat lisandväärtust;

IV „Pehme“ infrastruktuuri arendamisega, sh kaasamis-, koostöö ja osalemismehhanismidega seonduvad meetmed toetavad samuti kõiki nelja allsuunda, omades sealjuures suurimat rolli ka eri allsuundade omavahelisel sidustamisel.

Joonis 2. Meetmete ja põhisuundade omavahelised seosed.

Allikas: uuring „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed”, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut ja Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, Tallinn, 2009



Võimalike meetmete näiteid:

- kunsti- ja kultuurialaste õppeainete tähtsustamine õppekavades;
- interdistsiplinaarsuse põhimõtte juurutamine kõrghariduses (nt integreeritud (moodul)õpe, (rahvusvaheliste) topeltkraadide (*double-degree*) süsteem jt);
- ärijuhtide õppeprogrammide täiendamine võimalusega spetsialiseeruda kultuurijuhi õppele;
- suurendada kultuurijuhtide õppekohtade riiklikku koolitustellimust;
- koolitusprogramm loomemajandusalaste kompetentide tõstmiseks avalikus sektoris, sh ka regioonides ja kohalikes omavalitsustes;
- loomemajanduse allvaldkondade sisese organiseerumise – võrgustike – toetamine;
- loomeettevõtteid ja organisatsioone koondava infoportaali loomise ja ülalpidamise toetus;
- loomesektori osalemisvõimaluste ja otsustusosakaalu suurendamine avalikku ruumi puudutavate riigihangete jt otsustuskomisjonides.

Eesti loomemajanduse arendamise strateegiline platvorm ei ole kaugeltki valmis. Uuringute tulemused annavad oma panuse loomemajanduse kui nähtuse mõtestamiseks Eestis ning pakuvad välja fookused, millest loomemajanduse arendamisel edaspidi lähtuda. Uuringute tulemused ei lõpeta, vaid annavad võimaluse avada uusi diskussioone ning seada uurimisküsimusi edasistele uuringutele. Jätkupidevate tegevuste kaudu on võimalik jõuda süsteemsema loomemajanduse toetuspoliitika.

Survey and Mapping of the Creative Industries in Estonia

Institute of Economic Research
Tallinn 2009

Potential of Creative Industries in Estonia and State Support Measures Needed for Development

Estonian Institute for Future Studies, Tallinn University Estonian Institute of Humanities
Tallinn 2009

Introduction

Discussion regarding cultural and creative industries began in a more active form in Estonia in 2003-2004, due to the need to obtain an overview of the size and development potential of this sector of the economy. In 2005, the Estonian Institute of Economic Research was asked by the Ministry of Culture to prepare a set of methods for mapping the state of creative industries. The mapping undertaken that year reflected the state of the creative industries in 2003. It was the first such mapping of the field in Estonia and the methodology was largely developed based on research experience from other countries.

Amid conditions of rapid economic growth in Estonia from 2003-2007, the creative industries developed apace, and changes took place in both public awareness and view of the position of the creative industries. Enterprises in the creative industries sector enjoyed various opportunities to receive support under various state assistance measures. To obtain updated economic figures for the creative industries and to identify the development trends in recent years, Enterprise Estonia commissioned a new mapping of the Estonian creative industries from the Estonian Institute for Futures Studies in 2009. In parallel to the mapping process, the Estonian Institute for Future Studies, in cooperation with Tallinn University's Estonian Institute of Humanities, carried out a research at the behest of the Ministry of Culture for the purpose of assessing the socioeconomic potential of the Estonian creative industries and to issue recommendations for developing the creative industries on the state level. Both research studies were funded from the European Union

Social Fund.

The year 2009 finds the Estonian economy as a whole in a contraction phase; the economic confidence index along with consumer and corporate confidence are at a very low level. To exit the economic crisis, Estonia needs the world economy to bounce back; but in parallel it also needs the local economy to be restructured. The Estonian economy has reached a phase in its development where goods and services, both for the domestic market and for export, must be produced more efficiently. These products must contain greater value added; they have to be more distinctive for consumers so that they would be more competitive in the world market. Over the last decade, a clear trend has emerged in the economies of developed countries – the low-value-added generating processing industry is migrating from these countries to developing countries and developed countries are supplying more creative services related to production, such as product development, engineering, design, project management and marketing services.

The goals for mapping Estonia's creative industries were to consolidate the existing information and to map Estonia's creative industries as of 2007, to give an overview of the trends from 2003-2007 as well as their development potential, and to analyze the importance of the creative industries in employment and enterprise.

The creative industries were categorized into the following (sub-)sectors for the purpose of these research studies:

Sector	Sub-sector
Architecture	architecture, landscape architecture, engineering, interior design
Audiovisual sector	film and video, broadcasting
Design	design services
Performing arts	theatre, dance, festivals
Information technology	entertainment IT
Publishing	publishing, printing (related field of activity)
Cultural heritage	handicraft, museums, libraries
Art	fine arts, applied arts
Music	music enterprises and organizations
Advertising	advertising, media services

Statistical Findings

The mapping revealed that over 28,000 people were employed in the creative industries in Estonia in 2007, accounting for 4.3% of Estonia's working population. The greatest number of employees were engaged in publishing and music, and software development and companies supplying design services accounted for the smallest number of employees.

Over 5,000 companies and institutions were operating in the creative industries sector in Estonia, amounting to 9.4% of the total number of companies in Estonia in 2007. The largest percentage of the creative industries sector was comprised by libraries, the architecture sector and the advertising sector.

Creative industries companies employed an average of 5.6 people in 2007. Companies in the creative industries sector have a smaller number of employees than Estonian companies overall (according to data from Statistics Estonia, the average Estonian company had 9 employees). Thus small businesses are predominant in the creative industries. Entertainment IT, performing arts and broadcasting companies were the largest businesses and the companies with the smallest number of employees were design businesses and libraries.

The creative industries contract out a good portion of their work. Some of the companies do not have any full-time employees; all of the work is done on contract and the owners receive profits.

The contract employees work on the basis of projects; often in more than one creative industry sector and for more than one company. There is no accounting for these professionals working on contract and it is not possible for experts to ascertain their numbers. This mapping documents only the number of full-time employees, but the revenue data also reflects revenue brought in by professionals working on the basis of contract. In addition, some of the creative personnel worked for non-profit associations and foundations, and Estonia does not have a proper overview and reporting on these organizations.

The sales revenue generated by companies and institutions in the creative industries (including total income, in the case of companies and organizations receiving state subsidies) came to over 17.9 billion kroons in 2007, amounting to 2.6% of the sales revenue of all Estonian companies.

Table 1.1. Economic indicators for Estonian creative industries in 2007

Sector	Number of enterprises and institutions	Number of employees	Total income, millions of kroons
Architecture	861	3049	1836
Audiovisual sector	225	1050	673
Broadcasting	81	1670	1399
Design	334	361	226
Performing arts	95	2030	623
Information technology	13	325	305
Publishing	578	6010	5440
Art	101	1081	107
Museums	296	1550	457
Libraries	1125	3253	627
Handicraft	165	1403	233
Music	403	3850	2097
Advertising	725	2381	3907
Total	5002	28013	17930

The publishing sector made the greatest single contribution to Estonia's creative industries (along with printing, accounting for 30% of total income from creative industries), followed by advertising (22%) and music (12%).

Companies in the various creative industry sectors vary greatly in terms of size and revenue. The average revenue for a company in the creative industries in 2007 was 3.6 million kroons. The companies that generated the most revenue were in the entertainment IT, broadcasting and publishing sectors. After entertainment IT and broadcasting, revenue in all of the other sectors was less per company than for Estonian companies in general. Among the sectors that generated less revenue per company were the design and art sectors (table 1.2).

Export volumes were low for Estonian creative industries in 2003 and the same problem persisted in 2007. The sectors most successful at exporting were entertainment IT (export accounting for around 60% of turnover), publishing (export accounting for around 15% of turnover) and the advertising sector (export accounted for around one-fifth of turnover in 2007). Due to the special nature of these creative industries, the performing arts, broadcasting, and museums – closely related to national culture and language – have very small export volumes. With regard to a number of fields, export could be much more important than it is currently – this can be said above all in the case of architecture, design, film and video.

The Estonian economy developed at a fast rate from 2003-2007. Real GDP growth was an average of 8.1% per year from 2003-2007. Sales revenue for Estonian companies grew 98% in five years, and the growth in the revenue of companies in the creative industries was 80%. The faster-growing sectors included entertainment IT, film and video, architecture, advertising, broadcasting – i.e. sectors that were more tied to explosively developing sectors of the economy (IT, communications, construction, real estate development and the retail trade). Growth was slower in sectors that are strongly dependent on budgetary assistance (theatres, classical music, museums). Over five years, the net change in the creative industries was +1,405 companies and +3,469 employees (table 1.3).

The number of companies in the creative industries has grown faster than in the Estonian business world as a whole. The number of companies in Estonia overall increased 44% over five years; corresponding growth in the creative industries was 61%. At the same time, the companies became smaller. While there were an average of 8.6 employees working at companies in the creative industries in 2003, the figure was 5.6 employees in 2007. As the companies that accrued were mainly small businesses and existing companies had not

actively merged or consolidated, the revenue generated by smaller companies grew slightly slower than in Estonia as a whole. While sales revenue for the average Estonian company grew 38% in five years, the growth in the revenue of companies in the creative industries was 12% (taking into account 11 sectors).

The analysis shows that in 2007, the total value added generated in the creative industries was 7,172 million kroons, which is 4.7% of the value added generated by goods producers and suppliers of non-financial services (i.e. 154,056 million kroons, according to Statistics Estonia) and 2.9% of Estonia's GDP (243,252 million kroons):

Thus the creative industries sector accounted for 3% of the Estonian economy in 2007, just as it did in 2003.

In addition to the part of the creative industries mapped in this research, a great many other people are tied to this field in a direct or more indirect manner. People from the creative industries work in many other sectors of the economy (take for instance the designers and artists working in industry and commerce, musicians and artists in the educational system and as leaders of clubs and hobby circles).

This research only covers the professional contingent in the creative industries. Thus this research does not include amateur artists, musicians, dancers, enthusiasts pursuing handicraft as an avocation, hobby circle networks, community centres or children's music and art schools (except for private schools operating as companies). These sectors do not generate value added in the purely economic sense, but they do create a quality living environment and professional creative industries in their entirety cannot develop without an extensive number of amateurs being involved, nor an educational system that sees to the development of the future generation.

Just as in 2005, we must admit in 2009 that the competitiveness of the creative industries and integration with other economic sectors must grow significantly in future. In the next five years, it can be assumed that state funding will inevitably be cut given the recession and that creative industries companies must become more capable of independently earning income. Whereas the trend in recent years has been the creation of many small businesses, it would now be necessary for companies to merge and to have improved cooperation ability with other companies. The growth in the population's real income has levelled off, consumer confidence is low and the limited budget of many families may force them to reduce their spending on culture. To retain consumers of culture, greater efforts must be made to better promote creative output (products/services) and make the output more suited to the competitive economy.

Table 1.2. Employees and revenue from Estonian enterprises in the creative industries

Sector	Average number of employees in the company		Revenue per employee, thousands of kroons		Revenue per company, thousands of kroons	
	2003	2007	2003	2007	2003	2007
Architecture	4,3	3,5	394	602	1713	2132
Audiovisual sector	7,0	4,7	377	640	2634	2991
Broadcasting	13,2	20,6	664	838	8744	17272
Design	2,3	1,1	335	626	775	677
Performing arts	44,9	21,4	213	307	9575	6558
Information technology	16,7	25,0	413	938	6889	23462
Publishing	13,7	10,4	589	905	8043	9412
Art	15,1	10,7	73	99	1102	1059
Museums	7,5	5,2	181	295	1350	1543
Libraries		2,9		230		967
Handicraft		3,5		166		1412
Music	12,7	9,6	437	545	5556	5203
Advertising	3,9	3,3	1007	1641	3963	5389
Total	8,9	5,6	406	640	4111	3585
Average for Estonian enterprises overall, according to Statistics Estonia	11,0	9,0	871	1475	9606	13221

Table 1.3. General indicators for Estonian creative industries in 2003 and 2007

Sector	Number of enterprises		Number of employees		Total revenue, millions of kroons	
	2003	2007	2003	2007	2003	2007
Architecture	467	861	2030	3049	800	1836
Audiovisual sector	93	225	650	1050	245	673
Broadcasting	82	81	1080	1670	717	1399
Design	173	334	400	361	134	226
Performing arts	47	95	2110	2030	450	623
Information technology	9	13	150	325	62	305
Publishing	410	578	5600	6010	3298	5440
Art	68	101	1028	1081	75	107
Museums	200	296	1490	1550	270	457
Libraries		1125		3253		627
Handicraft		165		1403		233
Music	270	403	3430	3850	1500	2097
Advertising	488	725	1920	2381	1934	3907
Total	2307	5002	19888	28013	9485	17930

Problems Facing the Estonian Creative Industries

The findings of both studies indicate that the following are the primary problems for the creative industries sector:

- **Shortcomings in the support system**, including a shortage of various types of intermediaries (including various specialists, networks, information centres) and the weakness of the educational system when it comes to training professional intermediaries, the paucity of funding opportunities and lack of venture capital, the project-based nature of existing assistance, the complexity of applying for grants and shortcomings in the public procurement system, which do not promote development of innovative products and service solutions that require greater investments;

- **Low level of cooperation**, including the low internal organizational level in creative industries sub-sectors and lack of connectedness between the creative industries sub-sectors and other economic sectors, and the low level of involvement of people from the creative industries in decision-making processes;

- **Low awareness**, including the low level of awareness on the part of people and companies in the creative industries regarding available opportunities, the low awareness on the part of the industrial and services sector regarding products and services supplied by creative industries companies, and the low awareness of the public sector as the contracting authority.

Nature of the Potential of Creative Industries Sub-sectors

The research also focused more specifically on the potential of each of the creative industries sub-sectors from the aspects of economics, social cohesion, spatial environment, international capability, innovativeness and education, allowing different high-potential creative industries sub-sectors to be identified. The potential of each serves a different purpose.

Taking into account the scale (number of people in the field, number of activities and enthusiasts) and the international aspect (renown and recognition), the music sector can be noted. If we also consider a third dimension – the ability to involve many different creative sectors, we may also include film.

As regards the existence of uniqueness in the international context, a number of applied arts (such as leather art, textile design and glass art) can be highlighted.

And a propos of scale and social connectedness (promotion of local life), journalism, literature (i.e. together with publishing) and the theatre can be seen as having a more important role. Museums can also be highlighted in this context.

As regards cross-sectoral synergy with sectors of the economy that are not among the creative industries, design (especially product design, graphic design and strategic design) and the heritage sectors (through museums as well as handicraft development) are key. While design is linked to industrial and service enterprises in the broader sense, heritage (handicraft and museums) provides an important input source for the tourism sector. Both these areas also have the capacity for mutual influence: heritage as a source of distinctive design, and design as value added in developing handicraft products.

Proceeding from the basis of creating an attractive working and living environment, the architecture sector should be mentioned first and foremost (including construction arts, heritage conservation, public planning). But various arts also play a very important role from the standpoint of creating diversity and a high-quality public and living space: visual arts, applied arts and performing arts and their visibility in the city space.

As for the need to stimulate creativity and the opportunities for developing it, the prevalent sectors are ones that can be integrated with avocational opportunities, training and education in the broader sense. Potential in this regard lies above all in the fine arts, performing arts, music and handicraft sub-sectors, as there are abundant opportunities to partake of them and the number of people who partake of them is many.

As the creative industries sub-sectors are very diverse in nature, their capability to interface with other creative sectors in creating their products and services is quite different. The film, advertising, journalism and broadcasting sectors have a significantly greater capability to involve other sectors in creating their particular products. The fine arts are able to directly involve other creative industries sectors to a significantly lesser degree – more indirectly – as sources of inspiration. Indeed, some sub-sectors can express themselves only through their links to other sectors: architecture, design. There is no sector that is unable to integrate with any other creative industry.

Aside from increasing the connectedness between creative industries sectors, it is important to emphasize the strengthening of ties to other economic sectors, which to this point represents untapped potential.

The industrial and service sector could serve as an amplifier of the economic and environmental potential of creative industries sectors: the former e.g. through more active implementation of design sectors, and the latter e.g. through developing tourism products. By creating content and meaning, creative industries sectors can in turn raise the competitiveness and export potential of companies in other sectors.

From the standpoint of developing creative industries in Estonia, cooperation is of key importance, as Estonian companies are small and the inception of large companies in the creative industries is not something to be expected given Estonian conditions. Estonia's development is following the service economy model.

To sum up, the research findings showed that when it comes to developing the creative industries in Estonia, it will be important to integrate a number of different aspirations (economic, social, spatial) and there is a lack of sufficient grounds for setting sectoral priorities in the creative industries.

General Aim and Focus for Developing Creative Industries

The study results suggest that the aim for developing the creative industries in Estonia could be creation of economic and environmental value added through increasing connectivity between sectors and attractiveness of the living environment. This would lead to increased international competitiveness of the companies and a higher profile for Estonia for attracting both people (talents, tourists) and investments, and increased satisfaction with the living and working environment among local people. The aspirations are based on the understanding that the creative economy must be developed in accordance with an organic, broad-based and comprehensive approach.

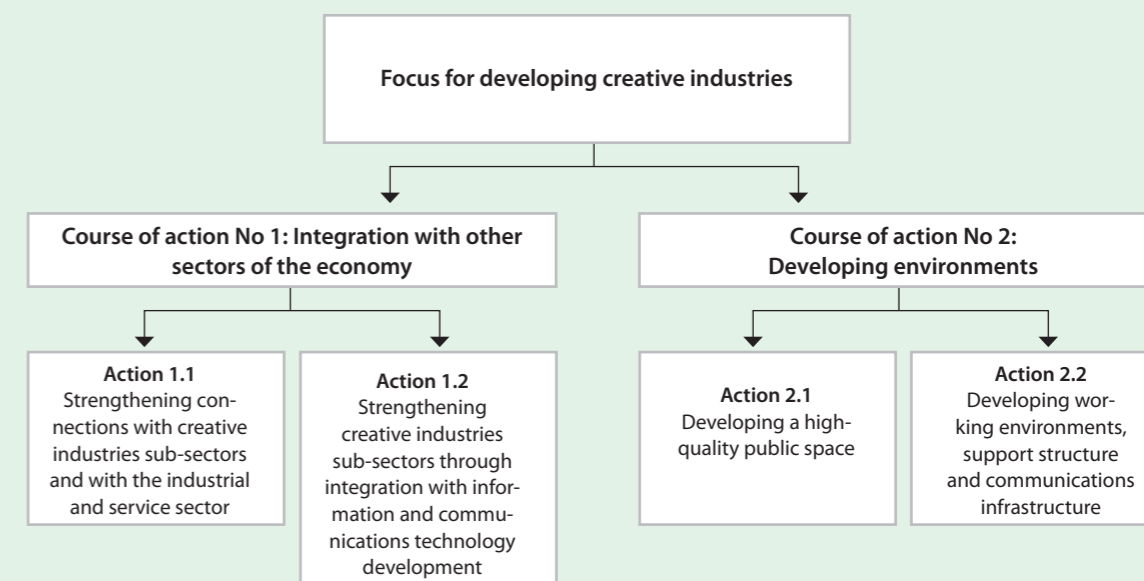
Pursuant to the above objective, the research suggests two central course of actions in developing creative industries: enhancing cooperation between creative industries sub-sectors with other sectors, and raising the attractiveness of the living and working environments (see figure 1).

Course of action No 1. Integrating creative industries development with other economic sectors. Generating value added for Estonian companies is a key function of the creative industries (Action 1.1). Although there is a need to increase the internal potential and connectedness of various sub-sectors, significant economic impact of creative industries is ultimately the product of ties to the industrial and service sector. This is especially so given the fact that the potential is thus far practically untapped. To attain the potential, barriers must be overcome and cooperation must be incited between the business and creative worlds.

It will be necessary to strengthen the sub-sectoral connections in the creative industries with information and communications technology companies (Action 1.2) as on one hand, IT solutions allow the sub-sectors themselves to be strengthened; on the other hand, their development creates the opportunity to discover and create new products, services and marketing methods. The content creation capacity of the creative industries is considered to be a very important component in developing information and communication technology solutions.

Figure 1. Basic schematic diagram for developing the creative industries

Source: "Potential of creative industries and state support measures needed for development", Estonian Institute for Future Studies, Tallinn University, Estonian Institute of Humanities, 2009



The focus on developing environments emphasises the importance to raise the attractiveness of the living and working environment, enhance communications and to promote cooperation. This proceeds from the understanding that the environment bolsters the creative industries sector and enlivens enterprise and serves as a magnet for talent, tourists, investments and so on.

Course of action No 2. Strengthening the creative industries sector by developing environments

Development of a high-quality public space (Action 2.1) is understood in three ways. First, a "high-quality public space" is seen as development of an active space that promotes communications and exchange of ideas. Second, a high-quality public space means an attractive space characterized by the abundance and visibility of

creative output. Third, development of a high-quality space means the development of an environmentally-friendly space.

The internal capacity of creative industries sub-sectors and development of support structures and working environments that contribute to the development and strengthening of intra- and inter-sectoral communication (Action 2.2). The central principles are support for diversity and various initiatives and activities and promoting cooperation, along with support for the regional and local dimension.

Support Measures for Developing Creative Industries

A number of measures which are already existing support the two course of actions described above: awareness programme, creative industries support structure measure and a creative-industries-related training programme, along with entrepreneurial measures offered by Enterprise Estonia (such as start-up and growth assistance, regional assistance, assistance related to export and marketing and cluster development assistance).

With regard to developing communications infrastructure, a creative industries web portal is being developed by the Creative Estonia initiative, which should evolve into a contact creation environment.

Nevertheless, the research also found that the exiting measures do not provide sufficient creative industries development support for the two courses of action described above. For this reason, additional measures have been proposed for implementing the four Actions described. As the courses of action are essentially interdisciplinary, they are supported by different types of measures. The research distinguishes between four types of creative industries development measures and they are associated with the four creative industries development actions as follows (see figure 2).

I The measures for increasing the business capacity of creative enterprises and supporting internationalization

support action 1.1 above all: strengthening the cross-sectoral connections in the creative industries as well as with the industrial and services sector; and action 1.2: strengthening creative industries sub-sectors through integration with information and communication technology development.

Examples of possible measures:

- creativity investment vouchers (allowing industrial and service sector companies to buy service from businesses in the creative sector);
- making venture capital available for developing ideas;
- product development assistance, aimed at developing cooperation between creative sector businesses and information and communications companies (creative industries create content for information and communications businesses);
- support schemes for finding and involving intermediaries and managers and for supporting their activities;
- marketing assistance aimed at creative industries sub-sectors for making greater use of information and communications technology in marketing.

II The measures for developing creative environments contribute to action 2.1 above all: developing high-quality public space; and to Action 2.2: developing working environments, support structure and communications infrastructure.

Examples of possible measures:

- direct state holdings in projects to develop need-specific creative industries infrastructure;
- support for developing creative clusters;
- increasing the number of possibilities and venues for performing and displaying creative work in public;
- developing information and communications opportunities in public spaces.

III The measures related to financing models support all four Actions, and in terms of monetary scale, the greatest share comprises development of the environment, i.e. Action 2.1 and 2.2.

Examples of possible measures:

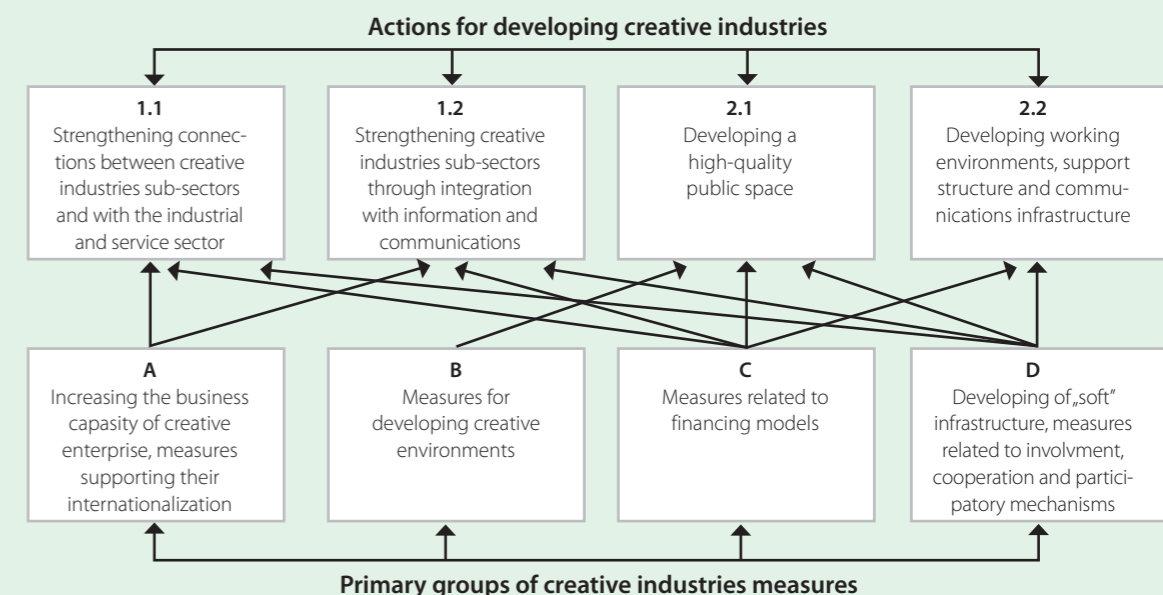
- establishing the "1% for art" principle;
- creating a seed capital fund for supporting creative-industries-related projects;
- supplementing the conditions of public procurements allowing the value added generated by creative industries sub-sectors to be prioritized.

IV Developing "soft" infrastructure: likewise, the measures related to involvement, cooperation and participatory mechanisms support all four Actions, and have a greater role in mutual integration of the various Actions.

Examples of possible measures:

- prioritization of art and cultural subjects in curricula;
- inculcating the principle of interdisciplinarity in higher education (such as integrated (module) education, (international) double degree system etc);
- supplementing education programmes for business leaders by providing an opportunity to specialize in the field of culture management;
- increasing the number of state-funded openings in culture management programmes in higher education;
- a training programme for increasing creative-industries-related competence in the public sector, including in regional and local governments;
- supporting internal organizational efforts and networks between creative industries;
- creation and maintenance support for a web portal uniting creative businesses and organizations;
- increasing the opportunities for participation and decision-making by the creative industries on committees for public procurements pertaining to the public space and on other decision-making committees.

Figure 2. Interconnections between support measures and actions
 Source: "Potential of creative industries and state support measures needed for development", Estonian Institute for Future Studies, Tallinn University, Estonian Institute of Humanities, 2009



Conclusion

The strategic platform for developing Estonian creative industries is far from complete. The results of the research described will contribute to analyzing and mapping creative industries as a phenomenon in Estonia and suggest focal points for further development of the creative economy. The findings of the research are not an end in and of themselves, but rather represent an opportunity to initiate new discussions and set up questions for future research. Consistent activity will be the key to reaching a more systematic creative industries support policy.

As a whole, creative industries must shape the living environment and conditions for the development creativity in society as a whole, thereby leading to a more fulfilling and interesting life for every individual. It is through better cooperation between creative industries and other sectors that products and services can rise in the value chain and Estonia's international image and attractiveness for foreign investors can become even better.

The state has an opportunity and an obligation to support the development of an environment suitable for creativity and creative work. Support can be lent in concert fashion to initiatives that can be described and analyzed. The authors of this research hope that their work represents yet another small step toward better integration between creative industries professionals and other sectors of the economy.

