



Pētījumu par masu pasākumu ietekmi uz ekonomiku pārskats

“Mārketinga praktiķu ACADEMIA”

Ilze Rozenberga



ACADEMIA
EDUCATION RESEARCH CONSULTING

Septembris, oktobris, 2013

ACADEMIA
EDUCATION RESEARCH CONSULTING

Mārketinga Praktiķu ACADEMIA SIA
Vienotās reģistrācijas Nr. 40103454804
Juridiskā adrese: Brīvības iela 38-8, Rīga, LV-1050
www.academia.lv



Saturs

Ievads	3
I. Metodoloģiskās pieejas ekonomiskās ietekmes mērījumiem ...	4
1.1 Pirmspasākuma ekonomiskās ietekmes analīze	4
1.1.1 Vispārīgās prognozes	5
1.1.2 Input-output pieeja	6
1.1.3 Pirmspasākuma ekonomiskās ietekmes analīzes riski	8
1.2 Pēcpasākuma ekonomiskās ietekmes analīze	10
1.2.1 Pēcpasākuma ekonomiskās ietekmes analīzes pieejas	10
1.2.2 Multiplā pieeja	11
1.2.3 Izraisītā ekonomiskās ietekmes analīze	14
1.2.4 Pēc pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzes trūkumi	18
II. Dziesmu un Deju svētku potenciālā ietekme uz Latvijas, Rīgas ekonomiku	20
Secinājumi	21



Ievads

*"Visos laikos mēdz lietot vārdus "to nav iespējams novērtēt",
taču parasti tas ir tikai slinkums, vai arī kāds
nemaz nevēlas uzzināt atbildes."
Alens Sandersons (Allen Sanderson)*

Masu pasākumu ietekmes pētījumi līdz ar ieinteresēto partiju loku pēdējos gados pamazām kļūst arvien plašāki. Tie nonāk ne tikai pasākumu organizētāju, bet arī dzian politikas lēmēju un akadēmiķu redzeslokā, mēģinot rast atbildes, kāda ir masu pasākumu ietekme uz ekonomiku un sabiedrību un vai šādi pasākumi spēj atstāt ietekmi arī ilgtermiņā. Pasaulē ieinteresētība īstenot masu pasākumus saistās ne tikai ar rentabilitāti un peļņu, bet arī ar mērķi tos integrēt valstu, reģionu ekonomiskās attīstības stratēģijās.

Tikmēr Latvijas kontekstā, mediju telpā diskusijas par masu pasākumu organizēšanu bieži mēdz būt vienpusīgas un koncentrēties nevis uz vispusīgu analīzi, bet gan vien uz izdevumu pozīciju. Tādējādi, novārtā tiek atstāts pasākuma īstenošanas pienesums un ietekme plašākā mērogā, piemēram, uz pilsētas, pašvaldības, reģiona vai valsts ekonomiskajiem rādītājiem.

Šī kabineta pētījuma mērķis ir analizēt masu pasākumu ekonomiskās ietekmes izpētes metodes, kā arī pētījumus par masu pasākumu ekonomisko ietekmi un citu valstu pieredzi. Kabineta pētījuma ietvaros ar masu pasākumu ekonomisko ietekmi tiek apzīmēta pasākuma īstenošanas īstermiņa un ilgtermiņa ietekme uz virkni indikatoru, kuru pieaugums apstiprina pozitīvu ekonomisku izaugsmi.

Pētījuma ietvaros ar masu pasākumiem tiek apzīmēti pasākumi, kuru norise atkārtojas ar noteiktu laika intervālu, piesaistot lielu skaitu pasākumu apmeklētāju noteiktai ģeogrāfiskai vietai. Lai maksimāli aptvertu ekonomiskās ietekmes mērījumu metožu daudzveidību, stiprās un vājās puses, masu pasākumu definīciju jāuztver kā elastīgu apzīmējumu, jo kabineta pētījumā tiks ietverti pētījumi, kas veikti atšķirīgās valstīs, gan par sporta pasākumu, gan kultūras pasākumu īstenošanas ietekmi uz ekonomiku.

Šī apskata pirmajās divās nodaļās tiek aplūkota masu pasākumu pētījumu metodoloģija un šo pasākumu ekonomiskā ietekme. Pēcāk tiek aplūkota Vispārējo latviešu Dziesmu un deju svētku potenciālā ekonomiskā ietekme. Apskats tiek noslēgts ar secinājumiem.



I. Metodoloģiskās pieejas ekonomiskās ietekmes mērījumiem

Izvēloties piemērotāko metodoloģiju masu pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzei jāņem vērā vairāki apstākļi, kas saistīti ar konkrētā pasākuma norisi:

- Pasākuma norises laika faktors - ietver gan kopējo pasākuma norises ilgumu, sezonalitātes ietekmi, cik integrēts ir pasākums kopējā kalendāro dienu struktūrā, vai tam ir akceptēts "brīvdienas statuss" vai tā norise ir sasaistīta ar citiem tradicionāliem svētkiem, u.tml..
- Pasākuma norises vieta - rada priekšnosacījumus vai šķēršļus pasākuma apmeklētībai, atpazīstamībai un sasaistei ar lokālo lēmēj institūciju mērķiem un iecerēm.¹

Salīdzinot dažādu valstu un reģionu pieredzi, var secināt, ka ekonomiskās ietekmes analīzē katrā konkrētajā situācijā tiek piemērota īpaši izstrādāta metodoloģija, kas ņem vērā gan konkrētā reģiona īpatnības un esošo ekonomisko situāciju, gan konkrēto masu pasākumu īpašības, piemēram, norises laiku, ilgumu, cikliskumu, pieejamību, u.tml.

Masu pasākumu ekonomiskās ietekmes analīzē tiek izmantotas divas pieejas- pirms pasākuma īstenošanas un/ vai pēc pasākuma īstenošanas īstenota ekonomiskās ietekmes analīze. Īpaši grandiozu masu pasākumu gadījumos analīze aptver gan pirms pasākuma veiktās ekonomiskās prognozes, gan ekonomisko ietekmi paša pasākuma īstenošanas brīdī, gan ietverot pēc pasākuma norises periodu.

1.1 Pirmspasākuma ekonomiskās ietekmes analīze

Pirms pasākuma īstenošanā analīze saistās ar vispārīgu prognožu veidošanu, prognozēm par pasākuma norisei nepieciešamajām investīcijām un prognozējamo peļņu. Pirmspasākuma ekonomiskās ietekmes analīzi veic pasākuma norisē tieši iesaistītās puses, piemēram, pasākuma organizētāji, lokālās pašvaldības vai varas institūcijas. Prognozes un potenciālo ieguvumu aprēķini tiek balstīti uz:

- prognozēm par pasākuma apmeklētāju skaitu,
- iespējamo peļņu no pasākuma ieejas biļetēm,
- prognozēm par apmeklētāju papildus tēriņiem pasākumu laikā.

¹ *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*, pp.5, B.Janeczko. T.Mules, B.Ritchie, CRC Sustainable tourism;



Pirms pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzei ir divas iespējamās metodes - vispārīgās prognozes un Input-output metode.

1.1.1 Vispārīgās prognozes

Īstenojot pirms pasākuma ekonomiskās ietekmes vispārīgās prognozes, to mērķis ir:

- apzināt pasākuma ekonomiskās ietekmes potenciālu un riskus,
- apzināt nepieciešamos resursus pasākuma īstenošanai,
- identificēt efektīvāko pieeju procesu vadībā, kontrolē,
- pārliecināties par konkrētās vides piemērotību pasākuma norisei, piemēram, infrastruktūras nodrošinājumu,
- iegūt pārliecinošus argumentus pasākuma atbalstītāju, sponsoru piesaistei.

Prognožu izstrādē tiek apsvērti divi potenciālie ekonomiskās ietekmes scenāriji - optimistiskais un pesimistiskais. Tas skaidrojams ar pasākuma īstenošanu ambīcijām par potenciālo peļņu un virkni apstākļu, kas tieši var ietekmēt pasākuma izdošanos un apmeklētību.

Kā piemēram, kad Lielbritānijā, Plimutā, 2010.gadā pasākumā "Blue Mile, Blue Sound and Stepping Stones to Nature", kura mērķis bija aktualizēt vides aizsardzības jautājumus, pirms pasākuma prognozēs tika izstrādāti divējādi nākotnes scenāriji. Piemēram, tika prognozēts, ka pasākumu "Blue Mile" iespējams apmeklēs ne mazāk kā 5645 cilvēku un kā maksimālais apmeklētāju skaits tika noteikts 6636 potenciālie apmeklētāji. Vadoties no šiem skaitļiem, tika lēsts, ka "Blue Mile" apmeklētāju tēriņi Plimutas pilsētā varētu būt robežās no 115 111 mārciņām līdz 135 300 mārciņām, vienā pasākuma dienā, radot ekonomisko piensumu no 57 555 līdz 67 650 mārciņām dienā.²

Pirms pasākuma īstenošanas ekonomiskās ietekmes aprēķinos kā galvenie ekonomiskā piensuma indikatori tiek analizēti:

- dienu skaits, ko pasākuma apmeklētāji plāno pavadīt pasākumā,
- potenciālie apmeklētāju izdevumi vienā pasākuma norises dienā.

Šo divu indikatoru reizinājums tiek attēlots kā "tiešā ekonomiskā ietekme". Lai aprēķinātu pirmā līmeņa izdevumu apriti konkrētā reģiona vai pilsētas ekonomikā, uz tiešās ekonomikas ietekmes rādītāju tiek attiecināts koeficients, ierasti tas ir reizinājums ar divi. Tas nozīmē, ka vispārīgajās prognozēs, kopējo ekonomisko ietekmi

² Socioeconomic Research and Intelligence Observatory, October 2010, Blue Mile, Blue Sound and Stepping Stones to Nature: An Exploration of their impact, Final Report, A University of Plymouth Centre of Expertise, pp.iii



veido pasākuma apmeklētāju sākotnējo izdevumu reizinājums ar divi.

Piemēram, analizējot sporta pasākumu ekonomiskās ietekmes prognozes, tām ir tieša saikne ar sporta fanu, atbalstītāju tēriņiem pasākuma laikā - nakšņošanas izdevumiem pilsētu viesnīcās, restorānos, u.tml.. Piemēram, Nacionālā futbola līga prognozēja, ka no Super kausa (Super Bowl) izcīņas spēles iegūs finansiālo ieguvumu no \$300 līdz 400 miljoniem, Beisbola Virslīga (Major league Baseball) kā iespējamo peļņu no Visu zvaigžņu spēlēm minēja \$75 miljonus, un vairāk kā \$250 miljonu peļņu no Pasaules sēriju spēlēm. Jo pasākuma norise saistīta ar vairāku dienu aktivitātēm un lielāku apmeklētāju, skatītāju un atbalstītāju plūsmas piesaisti, jo finansiālo ieguvumu skaitļi tiek minēti iespaidīgāki.³

Galvenie trūkumi ekonomiskās ietekmes prognozēs ir to neprecizitāte. Potenciālās peļņas prognozēs netiek ņemti vērā tādi faktori kā:

- tirgus inflācijas rādītāji, kas ilgākā laika periodā var izraisīt būtiskas neprecizitātes starp plānoto un reālo situāciju.
- neprecizitāte potenciālo apmeklētāju izdevumu prognozēs, jo trūkst detalizētas, fiksētas informācijas par potenciālo viesu pirkspēju, dzīvesstilu, individuālajām vajadzībām un uzvedības stratēģijām.

Gala aprēķinos šādi trūkumi var radīt būtiskas nesakritības starp plānoto un reālo situācijas scenāriju.⁴

1.1.2 Input-output pieeja

Input-output analīzes pieeja primāri fokusējas uz pasākuma īstenošanai nepieciešamo investīciju apjomu salīdzinājumā ar potenciālās peļņas rādītājiem. Input-output analīzes piensums:

- detalizēta informācija par pasākuma norisei nepieciešamajiem resursiem,
- rīcības plāns par pasākuma īstenošanas aktivitātēm un posmiem,
- prognozes par pasākuma peļņu, ņemot vērā arī nepieciešamās investīcijas,
- prognozes par tiešo peļņas rādītāju ietekmi uz konkrēto reģionu, pilsētu.

³ *Mega-Events: The effect of the worlds biggest sporting events on local, regional, and national economies*, pp.2, V.A.matheson, October 2006, College of the holy cross, Department of economics faculty research series, paper No.06-10

⁴ *Mega-Events: The effect of the worlds biggest sporting events on local, regional, and national economies*, pp.4, V.A.matheson, October 2006, College of the holy cross, Department of economics faculty research series, paper No.06-10



Izmantojot Input-output pieeju, fokuss tiek vērsts uz tiešās ekonomiskās ietekmes indikatoriem jeb peļņu nesošām aktivitātēm, kas ietver:

- potenciālos tiešos pasākuma dalībnieku, apmeklētāju tēriņus,
- pasākuma īstenošanā izmantoto resursu piesaisti un izcelsmi (lokālie vai cita reģiona resursi).

Prognozējot dalībnieku un apmeklētāju potenciālos izdevumus, primāri tiek analizēti tūrisma pieauguma rādītāji, kas var radīt ekonomisko pienesumu pilsētas, reģiona vai valsts mērogā. Tūrisma rādītāju analizē jāpievērš uzmanība sekojošiem aspektiem:

- kāda ir tūristu kopuma struktūra ikdienā konkrētajā pilsētā vai reģionā,
- no kurienes tūristi visticamāk plānos ierasties uz iecerēto pasākumu (iekšzemes vai ārvalstu tūristi).

Šie aspekti būtiski ietekmē gala aprēķinus, kādi būs reālie peļņas rādītāji, ko nesuši ārzemju tūristi, dzīvojot konkrētajā vietā, tērējot savus līdzekļus. Un cik no šīs pozīcijas ir tās pašas valsts, kaimiņu reģionu pārstāvji, kas kā tūristi arī ir ieradušies uz konkrēto pasākumu. Otrās grupas tēriņi atspoguļos labklājības virzību no plašāka reģiona uz konkrēto lokālo vietu un sabiedrību, bet analizējot valsts mēroga ekonomisko pienesumu tie neradīs būtisku pieaugumu.⁵

Tikpat būtiski ir identificēt pasākumam nepieciešamo resursu apjomu un izcelsmi. Ja nepieciešamie resursi nav pieejami lokālajā tirgū, vai, mazāka mēroga pasākumu gadījumā, konkrētā reģiona robežās, tie tiks pirkti "ārpusē" un tēriņi aizplūdis šo resursu piedāvātājam uz citu reģionu vai valsti. Piemēram, rodeo festivāla īstenošanai nepieciešamie kokmateriāli nav pieejami konkrētajā reģionā, bet tos var piegādāt kaimiņu reģiona uzņēmēji. Notiekot šāda veida darījumam, pasākuma norisē investētie līdzekļi ietekmēs kaimiņu reģiona labklājību, nevis radīs peļņu lokālajiem uzņēmējiem.

Viens no trūkumiem Input-output kā vienīgajai metodoloģijas izvēlei ir tas, ka tā parasti visai optimistiski prognozē potenciālos ienākumus, mazāk vērības pievēršot izmaksu, papildus risku faktoriem, piemēram, inflācijas rādītājiem, apstāklim, ka pasākuma laikā nekustamo īpašumu īres cenas, viesnīcu cenas mēdz sadārdzināties, jebkura pasākuma norise saistās ar vides objektu nolietojumu, u.tml..⁶ Analizējot publiski pieejamos datus par Input-

⁵ Steven R. Miller, *Quantifying the Economic Impact of Community Events*, pp.1-2, Michigan State University Kellogg center East Lansing, MI, October 9-11., 2007, MSU Extension Conferene 2007

⁶ *Mega-Events: The effect of the worlds biggest sporting events on local, regional, and national economies*, pp.8, V.A.matheson, October 2006,



output prognozes atbilstību reālajai dzīves situācijai un reālajiem peļņas rādītājiem jau pēc pasākuma īstenošanas, trūkst salīdzināmu datu, cik lielā mērā pirms pasākuma īstenošanas prognozes par ekonomisko ietekmi ir bijušas precīzas.

1.1.3 Ierobežojumi pirms pasākuma ekonomiskās ietekmes analizē

Pētnieciskās aktivitātes pirms pasākuma ir lietderīgas, taču nesniedz vispatverošu, objektīvu un ticamu informāciju par pasākuma patieso ekonomisko ietekmi. Pirms pasākuma īstenošanas pētījumos reti tiek ietverti tādi aspekti kā pasākuma īstenošanas potenciālā ietekme uz lokālo sabiedrību, vidi kontekstā ar konkrētā reģiona ekonomikas rādītājiem, jo galvenais fokuss ir uz peļņu nesošu aktivitāšu identificēšanu.

Pirms pasākuma analizē kā ekonomiskās ietekmes indikatori tiek atlasīti tie, kas visefektīvāk darbosies kā "politiski stratēģiskie ieroči" turpmākai pasākuma īstenošanas veicināšanai. Piemēram, potenciālie ienākumi par transporta izmantošanu, ienākumi par nakstmitnēm, u.tml., ir saistoši gan vietējām pašvaldībām, gan lokālajiem uzņēmējiem.

Analizējot atšķirīgu pasākumu priekšizpēti, var identificēt trīs galvenos trūkumus, kas atklājas pirms pasākuma ekonomiskās ietekmes pētījumu īstenošanā:

1. *Aizstāšanas* efekts nozīmē, ka patērētājs naudu masu pasākumam tērē daudz retāk kā lokālās ekonomikas precēm un pakalpojumiem. Lokālā patērētāja izdevumi masu pasākuma laikā nav jauna ekonomiska aktivitāte, bet biežāk izdevumu pārkārtošana lokālās ekonomikas ietvaros. Patērētāja līdzekļi tiktu iztērēti arī kur citur, ja konkrētajā laika intervālā nebūtu masu pasākuma norises. Reālu, jaunu ekonomisko aktivitāti drīzāk var prognozēt, domājot par, nevis vietējo patērētāju tēriņiem un klātesamību masu pasākumā, bet citu pilsētu vai ārzemju viesu klātesamību un uzturēšanās tēriņiem konkrētā masu pasākuma norises laikā.
2. *Izspiešanas* efekts notiek tad, kad ekonomiskā ietekme no masu pasākuma var būt liela bruto nozīmē, bet neto ietekme var būt neliela. Piemēram, 2002.gada Pasauls kausa izcīņa Dienvidkorejā uzskatāmi atklāja šo faktu, kad Eiropas tūristu skaits valstī bija būtiski augstāks nekā parasti, taču šo pieaugumu kompensēja līdzīga izmēra lejupslīde regulāro tūristu un biznesa ceļotāju segmentā no Japānas, kuri izvairījās no Dienvidkorejas apmeklējuma Pasules kausa norises dēļ. Palūkojoties uz tūristu skaita pieauguma dinamiku



vairāku gadu periodā, gala skaitļi neuzrādīja būtisku tūristu pieplūdumu Pasaules Kausa izcīņas laikā.

3. *Finanšu noplūdes* ir skaidrojamas ar to, ka ne vienmēr masu pasākumu norise konkrētajā pilsētā, valstī iztukšos vietējo iedzīvotāju kabatas. Nodokļi, ar kuru palīdzību tiks subsidēts konkrētais pasākums, tiek maksāti no vietējo nodokļu maksātāju puses. Trūkst pierādījumu, ka ierastie, tradicionālie ekonomikas izaugsmes veicinātāji ir tie paši, kas rada ekonomikas pienesumu pasākumu laikā, līdz ar to ekonomiskās prognozes par ekonomikas izaugsmi var būt ļoti neprecīzas.⁷

Gala secinājums - lai gūtu objektīvāku informāciju par pasākuma reālo pienesumu ekonomikai, ieteicams īstenot analīzi gan pirms, gan pēc pasākuma norises.

⁷ *Mega-Events: The effect of the worlds biggest sporting events on local, regional, and national economies*, pp.9-10, V.A.matheson, October 2006, College of the holy cross, Department of economics faculty research series, paper No.06-10



1.2 Metodoloģiskās pieejas ekonomiskās ietekmes mērījumiem pēc pasākumu īstenošanas

Pēc pasākuma ekonomiskās ietekmes analīze fokusējas uz reālās ekonomiskās ietekmes identificēšanu jau pēc pasākuma norises, monitorējot vairāku, atšķirīgu indikatoru izmaiņas. Šo pieeju izvēlas pētnieku grupas, kas tieši nav saistītas ar konkrēto pasākumu norisi, bet ir ieinteresētas pasākuma ekonomiskā pienesuma efektivitātē ilgtermiņā. Pēc pasākuma pētījumi tiek realizēti kā uzskatāms, informatīvs materiāls citiem potenciālajiem pasākumu īstenotājiem, lai kļiedētu nepamatotus pieņēmumus un savlaicīgi izvairītos no potenciālajiem riskiem. Pēc pasākuma ekonomiskās ietekmes pētījumos tiek izmantotas divas pieejas:

- divu, savstarpēji līdzīgu reģionu salīdzinājums, kur viens no tiem ir pasākuma organizators,
- longitunālie pētījumi, kur ilgstošā laika periodā tiek analizētas atšķirīgu ekonomiskā pienesuma indikatoru izmaiņas.

1.2.1 Pēc pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzes pieejas

Divu reģionu indikatoru salīdzinājums

Lai fiksētu konkrētā masu pasākuma ekonomisko ietekmi uz reģionu, savstarpēji tiek salīdzināti divi līdzīgi reģioni, pētot virkni indikatorus pirms un pēc pasākuma norises abos izvēlētajos reģionos. Šai gadījumā salīdzina reģionu, kurā notika masu pasākums ar reģionu, kur nenotika. Kā salīdzināmie indikatori tiek izmantoti:

- personisko ienākumu līmenis,
- personisko ienākumu līmenis uz vienu iedzīvotāju,
- nodarbinātības rādītāji,
- iekasēto nodokļu apjoms mazumtirdzniecībā,
- viesnīcu noslodze,
- viesnīcu pakalpojumu cenu līmeņa svārstības,
- lidostu pasažieru plūsmas rādītāji.⁸

Izaicinājums šīs pieejas īstenošanā ir piemeklēt "līdzīgo" reģionu, kas ļautu objektīvi monitorēt indikatoru izmaiņas. Otrs būtisks izaicinājums ir izprast, kurā brīdī kuras no indikatoru izmaiņām izraisa pasākuma norises fakts, nevis ārējie ekonomiskie apstākļi.

⁸ *Mega-Events: The effect of the worlds biggest sporting events on local, regional, and national economies*, pp.14, V.A.matheson, October 2006, College of the holy cross, Department of economics faculty research series, paper No.06-10



Longitunālie pētījumi

Ja masu pasākuma mērogs ir grandiozs, un tā īstenošana saistīta ar lielu investīciju apjomu pasākuma sagatavošanās posmā, piemēram, Olimpisko spēļu gadījumā, ekonomiskās ietekmes analīzei tiek dizainēts longitunāls pētījums. Šajās situācijās ekonomiskā ietekme tiek analizēta ilgākā laika periodā, vairāku gadu garumā pētot pasākuma ietekmi uz reģiona vai valsts ekonomiku. Piemēram, Olimpisko spēļu ekonomiskās ietekmes analīzē kopējais pētniecības periods bija deviņi gadi, kas tiek dalīti 3 periodos, pirms pasākuma norises periods (~4 gadi), pasākuma norise (~ 1 gads) un pēc pasākuma periods (~4 gadi). Šīs pieejas mērķis ir maksimāli objektīvi fiksēt pirms pasākuma īstenošanas situāciju, kas tiks pieņemta kā "norma", ekonomikas *normālais* sniegums, un identificēt tās pārmaiņas ekonomikā, ko radīs pasākuma īstenošana, fokusējoties uz pēcpasākuma periodu.⁹

Kā salīdzināmie indikatori masu pasākuma ekonomiskās ietekmes noteikšanā tiek analizēti:

- IKP rādītāja izmaiņas,
- bezdarba rādītāji,
- investīciju kapitāla pieaugums konkrētajā reģionā vai valstī.¹⁰

Longitunālo pētījumu vājās puses saistītas ar to ilglaicīgumu. Analīzē ir būtiski ietvert globālās ekonomikas ietekmes riskus gan pirms pasākuma, gan pēc pasākuma periodā. Piemēram, deviņu pētniecības gadu laikā, globālās ekonomikas ietekmē var tieši atspoguļoties virkne iepriekš neparedzamu apstākļu, kas ietekmēs ekonomikas situāciju arī pētāmajā reģionā.

1.2.2 Multiplā pieeja

Multiplā analīzes pieeja ņem vērā gan tiešās ietekmes, gan netiešās ekonomiskās ietekmes rādītājus. Ar *netiešās ekonomiskās ietekmes* rādītājiem tiek apzīmēti tie papildus ieguvumi, ienākumi lokālajiem uzņēmējiem, iedzīvotājiem, kas var nebūt tieši saistīti ar pasākuma norisi. Šie rādītāji atspoguļo rezultātu no tiešās ietekmes faktoriem, piemēram, tūristu uzturēšanās, un arī tūristu pārvietošanās izdevumus ārpus konkrētā pasākuma norises. Multiplās pieejas izmantošanā būtiski fiksēt:

- kāds tieši būs konkrēto mērāmo indikatoru mērogs,
- cik lielā mērā ir jāaptver visu pasākuma norisē iesaistīto pušu intereses, piemēram, pasākuma iniciatora intereses un sponsoru intereses;

⁹ *The Economic Benefits of Mega Events: A Myth or Reality? A Longitudinal Study on the Olympic Games*, pp.16, C.Tien, H.Lo, H.Lin, Journal of Sport Management, 2011, 25 11-23, 2011 Human Kinetics, Inc.

¹⁰ *The Economic Benefits of Mega Events: A Myth or Reality? A Longitudinal Study on the Olympic Games*, pp.16, C.Tien, H.Lo, H.Lin, Journal of Sport Management, 2011, 25 11-23, 2011 Human Kinetics, Inc.



- kam analizē primāri tiks pievērsta uzmanība- tiešās ekonomiskās ietekmes rādītājiem vai tam, kāds pienesums radīsies no netiešās ekonomiskās ietekmes.

Piemēram, Edinburgas Festivālu ekonomiskās ietekmes analizē īpaša uzmanība tika pievērsta tieši tūrisma plūsmas mērījumiem, jo festivāla pasākumi, kas piedāvāja plašu kultūras programmu, tika organizēti bez ieejas biļešu tirdzniecības. Līdz ar to nozīmīgākie ekonomiskās ietekmes indikatori pašvaldībai bija festivāla laikā piesaistīto tūristu uzturēšanās izdevumi: gan tie, kam bija tieša saikne ar pasākuma norisi, gan citi.¹¹ Tas būtiski ietekmē pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzes metodoloģiju, fokusējoties uz to ekonomisko indikatoru mērījumiem, kas saistīti ar tūristu uzturēšanās izdevumiem, tūristu izmantotajiem lokālo uzņēmumu produktiem un pakalpojumiem. Analīzē uzmanība tika pievērsta arī tādiem tūrisma galamērķiem, kam nav tiešas sasaistes ar pašu pasākuma norisi, bet kas ir kļuvuši par apskates objektiem konkrētajā reģionā pasākuma apmeklētājiem, brīdī, kad pasākuma norises laikā ir "starpbriži".¹²

Netiešās ekonomiskās ietekmes indikatori var būt dažādi, atkarībā no pētījuma mērķiem, apjoma un pētījuma rezultātos ieinteresētajām pusēm, piemēram, iedzīvotāju personīgo ienākumu līmeņa izmaiņas, jaunu darba vietu rašanās, sabiedrības noskaņojuma izmaiņas, u.c..

Iedzīvotāju personīgo ienākumu pieaugums

Iedzīvotāju ienākuma līmeņa svārstības ir viens no tradicionālajiem netiešās ekonomiskās ietekmes indikatoriem. Piemēram, analizējot Super kausa (Super Bowl) norises ekonomisko pienesumu, var secināt, ka, jebkurā pilsētā, kas iegūst tiesības organizēt šo sporta pasākumu, statistiski nozīmīgi pieaug pilsētas iedzīvotāju personisko ienākumu līmenis spēļu norises laikā. Šis fakts, no vienas puses, tiek pamatots ar apmierinātāka, laimīgāka darba spēka produktivitātes pieaugumu.¹³ No otras puses aktuāls ir skaidrojums, ka plašākai sabiedrībai ir ilgtermiņā pieejamāki kvalitatīvi, daudzveidīgi infrastruktūras objekti, kas tieši nav saistīti ar konkrētā pasākuma norisi, bet kas pozitīvi ietekmē dzīves kvalitāti kopumā. Piemēram, pētījumu rezultāti apliecina, ka pilsētas, kurām pašām pieder profesionālās sporta komandas, nekustamo īpašumu tirgus cenas ir augstākas nekā citur, jo sporta komandu klātesamība rada papildus ieinteresētību nekustamo īpašumu iegādē. Turklāt, šādu pilsētu infrastruktūra ir piemērota

¹¹[http:// www.bop.co.uk//](http://www.bop.co.uk//) Edinburgs Festivals Impact Study

¹²[http:// www.uel.ac.uk/londoneast/research/documents/ACCESSMain.pdf](http://www.uel.ac.uk/londoneast/research/documents/ACCESSMain.pdf)

¹³ *Mega-Events: The effect of the worlds biggest sporting events on local, regional, and national economies*, pp.6, V.A.matheson, October 2006, College of the holy cross, Department of economics faculty research series, paper No.06-10



masu pasākumu īstenošanai, un spēj piedāvāt plašu izvēli arī cita veida kultūras, izklaides pasākumiem, paralēli sporta pasākumu norisei.¹⁴ Šādas priekšrocības ļauj daudz efektīvāk izmantot esošos infrastruktūras objektus un gūt pozitīvu ekonomisko pienesumu no jebkura formāta masu pasākuma.

Jaunu darba vietu rašanās

Jebkura pasākuma īstenošana saistīta ar konkrētu speciālistu un pasākuma īstenošanā nodarbināto piesaisti. Turklāt jaunu darba vietu rašanās ne vienmēr ir tieši saistīta ar pasākuma organizatoru iniciatīvu, jo pasākuma norises laikā darbojas gan vietējie pakalpojumu sniedzēji, piemēram, viesnīcu īpašnieki, gan ēdināšanas un transporta kompānijas, gan citi uzņēmēji. Piemēram, Bonnaroo rokmūzikas mūzikas festivāla (Caffee reģionā, Tenesī štatā, 2005.gada jūnijā) ietekme uz ekonomiku atklāja, ka biznesa ieņēmumi no festivāla bija 1 4087 231 dolāri, pašvaldības ieņēmumi no konkrētā pasākuma bija 412 796 dolāri. Šī ieņēmumu pozīcija aptvēra lokālās tirdzniecības nodokļus, viesnīcu/ moteļu nodokļus, iekasētās soda naudas, ienākumus no pašvaldības maksas pakalpojumiem, kā arī festivāla organizatoru tiešās iemaksas pašvaldības budžetā. Turklāt festivāls bija radījis 191 jaunu darba vietu, kas arī pēc svētkiem pozitīvi ietekmēja citus ekonomiskos rādītājus.¹⁵

Arī Olimpiskās spēles¹⁶ ir saistītas ar ievērojamu jaunu darba vietu skaita rašanos, piemēram, ASV pilsētā Atlantā 1996.gadā notikušās spēles laikposmā no 1991. līdz 1997.gadam ir saistītas ar 580 tūkstošiem jaunu darbu vietu rašanos. Barselonā, kas rīkoja olimpiskās spēles 1992.gadā, bezdarba īpatsvars samazinājās no 18.4% 1986.gadā līdz 9.6% 1992.gadā. Olimpiskās spēles, kas bieži vien saistītas ar ievērojamiem infrastruktūras projektiem, tādējādi nodrošina īpašu darba vietu pieaugumu celtniecības sektorā. Tikmēr Beļģijas pilsētas Gentas 10 dienu kultūras festivāls¹⁷ saistīts ar ievērojami mazāku uzlabojumu nodarbinātībā, proti, aptuveni 10

¹⁴ *Mega-Events: The effect of the worlds biggest sporting events on local, regional, and national economies*, pp.7, V.A.matheson, October 2006, College of the holy cross, Department of economics faculty research series, paper No.06-10

¹⁵ <http://econpapers.repec.org/paper/mtsstudys/200703.htm>, Econ Papers, skatīts 2013.g., 01.08.2013

¹⁶ *Impacts of the Olympic Games as mega-events*. M. Malfas PhD, E. Theodoraki PhD, B. Houlihan PhD, Municipal Engineer 157 Issue ME3, 2004.

<http://epress.lib.uts.edu.au/research/bitstream/handle/10453/19761/mue.n.157.3.209.49461.pdf?sequence=1>

¹⁷ *Study of the Ghent festivities. Impact Assessment as a Policy Tool*. Centre for tourism policy studies, 2003

<http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20ciudades/tourism%20in%20Gent%20Belgium.pdf>



darba vietas (mērītas pilna laika darba vienībās), turklāt tās koncentrējas izmitināšanas un ēdināšanas sektorā.

Tādējādi, lai gan radīto darba vietu skaita izmaiņas atšķiras no pasākuma uz pasākumu, tomēr vairāki pētnieki iebilst par pastāvošajām problēmām. Jaunas darba vietas pārsvarā tiek radītas konkrētos sektoros, proti, izmitināšanā un ēdināšanā, celtniecībā un mazumtirdzniecībā, šīs darba vietas bieži vien ir zemāk atalgotas un bieži vien ir īsa termiņa, tādējādi neatstājot ilgtermiņa uzlabojumus valsts vai reģiona darba tirgū.

Sabiedrības noskaņojums

Pozitīvs sabiedrības kolektīvais noskaņojums ir viens no pamatnosacījumiem valsts ekonomiskās izaugsmes attīstībai un tam piemīt tieša ilgtermiņa ietekme uz ekonomiku. Analizējot 2012.gada Olimpisko spēļu ekonomisko ietekmi, būtiskākās atziņas Lielbritānijas Sporta komitejai (UK Sport) bija, ka investīcijas šāda mēroga pasākumā ne tikai būtiski sekmē nacionālo sportistu sniegumu sacensībās, bet nodrošina daudzveidīgas iespējas iesaistīt cilvēkus sportiskās aktivitātēs, veicināt valsts un pilsētas atpazīstamību, pievilcību, radīt virkni ekonomisku un sociālu ieguvumu valsts mērogā. Viena no būtiskākajām ekonomiskās ietekmes dimensijām - pasākumu apmeklētāju, TV pārraižu vērotāju iedvesmošanās, emocionāli pozitīva pārdzīvojuma gūšana, kas rada ilgtermiņa efektu uz sabiedrības kolektīvo noskaņojumu.¹⁸

1.2.3 Izraisītā ekonomiskā ietekme jeb soft ieguvumi

Reģionu konkurētspēju tieši ietekmē sociālekonomiskie apstākļi, dabiskās vides un lokācijas ietekme, infrastruktūras attīstības līmenis un ekonomikas, fiskālās un sociālās politikas kapacitāte nacionālajā, reģionālajā un valsts līmenī.¹⁹ Šo faktoru kopums, kas rada "neredzamu" ietekmi uz ekonomikas rādītājiem var apzīmēt kā "soft" faktorus jeb izraisīto ekonomisko ietekmi. Piemēram, izraisītā ekonomiskā ietekme rodas tai brīdī, kad vietējie uzņēmumi, piegādātāji un nodarbinātie sāk tērēt tos nopelnītos ienākumus, kas radušies no tiešās un netiešās ietekmes faktoriem kāda masu pasākuma laikā. Netiešā un radītā ietekme atbalsosies/ atkārtosies

¹⁸ <http://www.yumpu.com/en/document/view/8476408/the-inspirational-effect-of-major-sporting-events-eventimpacts>, *THE INSPIRATIONAL EFFECT OF MAJOR SPORTING EVENTS, UK SPORT, January, 2011, pp.4, 18*

¹⁹ *Cultural activities as a location factor in European competition between regions: Concepts and some evidence*, pp.2-3, J.Dziembovska-Kowalska, R.H.Funck, Institute for Economic Policy Reserch, University of Karlsruhe, *The Annals og Region Science, Springer-Verlag, 2000*



lokālajā ekonomikā, radot multiplu, ilgtermiņa efektu.²⁰ Izraisītās ekonomiskās ietekmes izpētē parasti ieinteresētas ir valsts institūcijas, kas ir:

- atbildīgas par valsts attīstības stratēģiju izstrādi un iedzīvināšanu,
- starptautisko attiecību veidošanu un uzturēšanu,
- valsts tēla veidošanu;

Šāda veida pētījumos galvenais fokuss ir uz kultūras pasākumu ekonomiskās ietekmes mērījumiem, kultūras pasākumu pieejamības nozīmi ilgtermiņā, kultūras ietekmi uz uzņēmējdarbības vidi un sabiedrības radošumu. Kultūra ir viena no reģionālās ekonomikas integrētajām daļām, kas rada tiešu sasaisti starp ekonomikas un sociālās dzīves jomām. Kultūras pasākumi un aktivitātes reģionā rada tiešu pieprasījumu mazumtirdzniecības sektoram, ēdināšanas uzņēmumiem, viesnīcu servisam, transporta un ar transportu saistītiem pakalpojumiem, kas šādā veidā rada papildus pozitīvu ietekmi uz reģionālo ekonomisko darbību.²¹

Kultūras pasākumi un uzņēmējdarbības klimats

Kultūras pasākumu klātesamība rada tiešu ietekmi uz reģionālo uzņēmējdarbības klimatu, stimulējot reģiona atvērību funkcionējošu, konkurētspējīgu uzņēmumu darbībai. Tas savukārt rada priekšnosacījumus infrastruktūras attīstībai, ieņēmumu palielināšanai no nodokļiem, reģiona iedzīvotāju apmierinātībai un informētībai, līdziesaistei sociālās aktivitātēs. Tāpat kultūras pasākumi var būt platforma jauniem uzņēmumiem un dot iespēju piedāvāt savu produktu/pakalpojumu vienlaikus plašai auditorijai, tādējādi dodot pienesumu vietējai uzņēmējdarbības kultūrai²².

Kultūras pasākumu klātesamībai ir psiholoģiskā ietekme: pārmaiņas sabiedrības vērtībās, morāles normās, attieksmē pret darbu, identificēšanās ar reģiona kultūras vērtībām, vēsturi, patriotismu un lepošanos ar reģiona sasniegumiem, utml..²³

²⁰ Steven R. Miller, *Quantifying the Economic Impact of Community Events*, pp.1-2, Michigan State University Kellogg center East Lansing, MI, October 9-11., 2007, MSU Extension Conferene 2007

²¹ *Cultural activities as a location factor in European competition between regions: Concepts and some evidence*, pp.4, J.Dziembovska-Kowalska, R.H.Funck, Institute for Economic Policy Reserch, University of Karlsruhe, The Annals og Region Science, Springer-Verlag, 2000

²² *Glastonbury Festival 2007 economic impact assessment*. Baker Associates, Shepton Mallet: Mendip District Council 2007
[http://www.agreenerfestival.com/wp-content/uploads/GEandI_Resources/Glastonbury Economic Impact 2007.pdf](http://www.agreenerfestival.com/wp-content/uploads/GEandI_Resources/Glastonbury_Economic_Impact_2007.pdf)

²³ *Cultural activities as a location factor in European competition between regions: Concepts and some evidence*, pp.5, J.Dziembovska-Kowalska, R.H.Funck, Institute for Economic Policy Reserch, University of Karlsruhe, The Annals og Region Science, Springer-Verlag, 2000



Kultūras pasākumu pieejamība iedzīvotājiem būtiski ietekmē iedzīvotāju attieksmi pret savu valsti, reģionu un etnisko piederību, kā arī maina dzīves kvalitāti.

Kultūras pasākumi un reģiona ekonomiskā izaugsme

90.-tajos gados, Vācijā Karlsruhe pilsētā veiktajā pētījumā, apstiprinājās hipotēze, ka kvalitatīvs kultūras pasākumu piedāvājums (operas, teātru un muzeju pieejamība, vietējā orķestra esamība) ietekmē pilsētas uzņēmēju konkurētspēju un saimniecisko darbību. Kopš 80.-tajiem gadiem Karlsruhe reģions stratēģiski bija apņēmis integrēt kultūras dzīves aktivitātes kā nozīmīgus elementus pilsētas attīstībā un reģiona izaugsmes veicināšanā. Tas tika iedzīvināts lokālās un reģionālās mārketinga aktivitātēs, veidojot pilsētas un reģiona identitāti. 1984.gadā tika nodibināts Mākslas un Mēdiu centrs, kura uzdevums bija stiprināt reģiona Informāciju Tehnoloģiju nozari un mērķtiecīgi attīstīt arī kultūras nozares potenciālu, veicinot šo jomu sinerģiju. Rezultātā pilsēta ir īstenojusi virkni kultūras un tehnoloģiju projektus elektronisko mēdiu jomā, piemēram, video filmu uzņemšanu, industriālā dizaina veidošanu, programmatūru izstrādi, u.tml.

Analizējot, kāda ir Mākslas un Mēdiu centra ietekme uz pilsētas budžetu, pētnieki secināja, ka centra aktivitātes palielina pilsētas budžetu par 3,2634% gadā (pilsētas sedza 50% no centra uzturēšanas izmaksām, kas gadā ir aptuveni 3 miljoni vācu marku).²⁴ Rezultātā Karlsruhe pilsētai ir izdevies maksimizēt kultūras piedāvājuma radītos pozitīvos efektus, radīt pateicīgu augsni kultūras un tehnoloģiju nozaru sinerģijai, kas rada ne tikai *izraisīto ieguvumu* ilgtermiņā reģiona konkurētspējai, bet arī regulāru finansiālu ieguvumu visai pilsētai.

Kultūras pasākumu ietekme uz inovāciju rašanos

ASV Kalifornijas Valsts Universitātes pētnieku, L.K Viljamsa (L.K.Wiliams) un S.J.Gīra (S.J.McGuire), īstenotais 63 valstu salīdzinošais ekonomikas analīzes pētījums (2008.gadā) atspoguļoja, cik lielā mērā nacionālo valstu robežās kultūra spēj ietekmēt inovāciju rašanos un valstu labklājības līmeni. Secinājums - kultūra ietekmē ekonomisko radošumu valsts līmenī, kas, savukārt, rada pozitīvu pienesumu nacionālajam labklājības līmenim.

Ar inovācijām pētījuma ietvaros tika definēts "ekonomikas radošums", kas savukārt ietēmē "inovāciju ieviešanu" ikdienas dzīvē. Ar ekonomikas radošumu tika apzīmēta jebkura radošuma izpausme, kas izpaužas sistematizētās zināšanās, kam ir ekonomiskas vērtības potenciāls. Galvenie indikatori ekonomikas radošumam tika definēti

²⁴ *Cultural activities as a location factor in European competition between regions: Concepts and some evidence*, pp.7, J.Dziembovska-Kowalska, R.H.Funck, Institute for Economic Policy Reserch, University of Karlsruhe, The Annals og Region Science, Springer-Verlag, 2000



jaunu reģistrēto patentu skaits, zinātnisko publikāciju skaits un nozaru investīcijas pētījumos un attīstībā. Ar inovāciju ieviešanu tika definēta kolektīva darbība, kas seko ekonomikas radošumam. Kā indikatori, kas apstiprina inovāciju ieviešanu dzīvē, tika analizēts pašnodarbināto personu skaits, jaunu preču zīmju reģistrācija un izmaksāto honorāru apjoms un/ vai samaksa par licenzēm.²⁵

Pasākumu nozīme valsts, reģiona atpazīstamības veicināšanā

Plašas pasākumu komunikāciju kampaņas kalpo kā ārkārtīgi nozīmīgs instruments politiski starptautisku dialogu veidošanā. Tās ir:

- nozīmīgs vēstījums gan pasākuma dalībniekiem, skatītājiem vai netiešiem pasākuma vērotājiem citās valstīs,
- pilsētas, reģiona vai valsts atpazīstamības veicināšanas kanāls, kas radīs un sekmēs pasākuma ekonomisko ietekmi ilgākā laika periodā.

Piemēram, zīmols Austrālija tika ieviests tirgū tikai divus gadus pēc tam, kad tika saņemts apstiprinājums par to, ka Sidneja būs Olimpisko spēļu rīkotāja 2000.gadā. Trīs gadu ilgā reklāmas kampaņa tika uzsākta 1998.gadā ar mērķi:

- maksimizēt potenciālo investīciju atgriešanu, kas tika ieguldītas Sidnejā kā spēļu rīkotājapilsētā,
- otrkārt efektīvi sasaistīt zīmolu Austrāliju, Olimpisko spēļu zīmolu un Olimpisko spēļu sponsoru zīmolus.²⁶

Šāds stratēģiski pārdomāts solis, zīmolu integrācija, jāva veiksmīgi stiprināt Sidnejas Olimpisko spēļu atpazīstamību, fokusējās uz pozitīvas pieredzes veidošanu gan pasākuma apmeklētājiem, gan tūristiem kopumā. Pētījums apstiprina, ka sinerģija starp pasākuma īstenošanā iesaistītajām pusēm ļauj efektīvāk sasniegt mērķi- pasākuma izdošanos, ekonomiskās ietekmes pozitīvus rādītājus ilgtermiņā.

Galvenās atziņas, analizējot citu valstu pieredzi masu pasākumu ekonomiskās ietekmes pētījumos, kultūras pasākumu pieejamība, piedāvājuma dažādība, pozitīvi ietekmē uzņēmējdarbības klimatu, rada veselīgu augsni dažādu starpnozaru projektu attīstībai, veicina inovāciju rašanos un iedzīvināšanu. Masu pasākumu īstenošana var tikt integrēta arī starptautisko attiecību veidošanas un uzturēšanas

²⁵ *Economic creativity and innovation implementation: the entrepreneurial drivers of growth? Evidence from 63 countries*, pp.394-401, L.K.Williams, S.J.McGuire, California State University, Los Angeles, CA, USA, Small Bus Econ (2010)

²⁶ *Global games: culture, political, economy and sport in the globalised world of the 21st century*, John Nauright, Third world Quarterly, Vol.25, No.7, pp.1333, 2004



kontekstā. Šo faktoru kopums rada tiešu pozitīvu pienesumu valstu labklājības līmenim, kas ir finansiāli mērāms ieguvums.

1.2.4 Pēc pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzes riski

Izvēloties veikt ekonomiskās ietekmes analīzi pēc masu pasākuma norises, jāpatur prātā tie paši riski, kas attiecas arī uz pirms pasākuma norises ekonomikas ietekmes analīzi (skat.6.lpp.).

Indikatoru izvēles nozīme

Analīzē ir jāpievērš uzmanība monitorējamo indikatoru izvēlei. Būtiski starp indikatoriem ietvert arī tādus, kas monitorētu potenciālos ekonomiskos riskus un zaudējumus. Piemēram, masu pasākumu īstenošana ir saistīta ar tiešām investīcijām vides, infrastruktūras attīstībā, uzturēšanā, drošības nosacījumu ievērošanā un kolektīvas diskusijas uzturēšanā par to vai pilsētvide ir atbilstošākā vieta konkrēto pasākumu īstenošanai. Dažkārt, pasākumu ekonomiskās ietekmes analīzē šie aspekti netiek ietverti apzināti, izvairoties no tiem indikatoriem, kas atspoguļo negatīvas tendences.

Šo aspektu ignorēšana rada būtiskus trūkumus pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzes objektivitātē un var radīt reālus draudus pasākuma īstenošanas reputācijai un saimnieciskajai darbībai kopumā. Piemēram, cik lielā mērā pilsēta spēs uzturēt un pelnīt no milzīga peldbaseina vai hokeja halles, kuru izbūve tika akceptēta dēļ vēlmes iegūt pasākuma rīkotājapilsētas statusu? Kaut arī celtniecības izdevumi infrastruktūras attīstībā neapšaubāmi atstāj stimulējošu ietekmi uz ekonomiku, ir jāņem vērā arī kapitāla kopējās izmaksas. Valsts finansējums sporta un pasākumu infrastruktūras veidošanā vienmēr nozīmē samazinājumu citos valsts pakalpojumos, valdības aizņēmuma vai parāda palielināšanos, vai arī nodokļu pieaugumu. Šie visi faktori būtiski ietekmē vietējo ekonomiku gan īstermiņā, gan ilgtermiņā.²⁷

Masu pasākuma pozitīvās ietekmes ilgtspēja

Kā apstiprina Olimpisko spēļu ekonomiskās ietekmes analīze trūkst faktoloģiska apstiprinājuma faktam, ka grandioza masu pasākuma rīkošana valstij rada pozitīvu ilgtermiņa ekonomisko pienesumu. Pozitīva ekonomiskā ietekme ir vērojama īstermiņā, īpaši pasākuma īstenošanas laikā. Tad pozitīvs ekonomisks pienesums atspoguļojas IKP pieaugumā un bezdarba samazinājumā, kas visbiežāk saistīts ar īstermiņa kāpumu pieprasījumā.

Taču viennozīmīgi apstiprinās fakts, ka šāda mēroga pasākuma īstenošana valstīm ir nozīmīgs stratēģisks ieguvums, kas realitātē

²⁷ *Mega-Events: The effect of the worlds biggest sporting events on local, regional, and national economies*, pp.12, V.A.matheson, October 2006, College of the holy cross, Department of economics faculty research series, paper No.06-10



nav nošķirams no ekonomiskiem, racionāliem ieguvumiem nacionālā un starptautiskā līmenī.²⁸ To izskaidro fakts, ka Olimpisko spēļu rīkošana, pirmkārt, ir cikliska un Olimpisko spēļu rīkotājvalsts statuss ir mainīgs. Olimpisko spēļu rīkošana visbiežāk valstīm ir vienreizējs pasākums, kas ir saistīts ar ilgtermiņa investīcijām un piepūli, lai vispār kvalificētos potenciālajam Olimpisko spēļu rīkotājvalsts statusam. Olimpisko spēļu rīkošana ir saistīta ar būtisku:

- investīciju apjomu gan atbilstošas infrastruktūras attīstībā, gan drošības aspektu nodrošinājumā (kas mūsdienās kļūst arvien aktuālāk),
- pārdomātu, mērķtiecīgu komunikācijas kampaņas īstenošanu.

Līdz ar to var izskaidrot, kāpēc Olimpisko spēļu īstenošana valstu ekonomikā rada salīdzinoši īstermiņa pozitīvu ietekmi, kas būtiski mazinās aptuveni 1 gada periodā pēc spēļu īstenošanas.

Tajā pat laikā, ir masu pasākumi, kas saistāmi ar ilgāk esošu ietekmi uz reģiona ekonomiku. Piemēram, Glāstonberijas festivāla²⁹ ekonomiskās ietekmes pētījuma rezultāti rāda, ka šis festivāls nodrošina septīto daļu no reģiona kopējiem bruto tūristu tēriņiem un par katru vienu mārciņu, ko iztērē festivāla organizētāji, tūristi iztērē 2.45 mārciņas. Neto ietekme uz reģiona ekonomiku kopumā tiek lēsta 45 miljonu mārciņu apmērā, radot vairāk kā 1000 jaunu darba vietu.

Aplūkotie pētījumi ļauj secināt, ka masu pasākumu ekonomiskā ietekme ne vienmēr vērtējama viennozīmīgi. Lai gan pastāv vairāki aspekti un kanāli, caur kuriem masu pasākumiem ir pozitīva ietekme uz valsts vai reģiona ekonomikas attīstību, to ietekme ir ievērojami atkarīga no pasākuma specifikas.

²⁸ *The Economic Benefits of Mega Events: A Myth or Reality? A Longitudinal Study on the Olympic Games*, pp.21, C.Tien, H.Lo, H.Lin, Journal of Sport Management, 2011, 25 11-23, 2011 Human Kinetics, Inc.

²⁹ *Glastonbury Festival 2007 economic impact assessment*. Baker Associates, Shepton Mallet: Mendip District Council 2007
http://www.agreenerfestival.com/wp-content/uploads/GEandI_Resources/Glastonbury_Economic_Impact_2007.pdf



II. Vispārējo latviešu Dziesmu un deju svētku potenciālā ietekme uz Latvijas, Rīgas ekonomiku

Dziesmu un deju svētku potenciālo ekonomisko ietekmi, balstoties uz esošajiem pētījumiem, ir grūti kvantificēt, ņemot vērā vairākus apstākļus:

- pētījumi par masu kultūras pasākumu ekonomisko ietekmi nav bijuši plaši izplatīti, tie koncentrējas uz specifiskiem pasākumiem un tādēļ ir grūti salīdzināmi un to rezultātus ir sarežģīti inducēt uz citiem gadījumiem.
- Dziesmu un Deju svētki ir unikāls masu kultūras pasākums pasaules mērogā un līdzvērtīgu kultūras pasākumu ietekme nav tikusi analizēta.

Dziesmu un deju svētkiem piemīt ne vien ekonomiskā ietekme uz Latvijas tautsaimniecību, bet Latvijas gadījumā ne mazāk svarīga ir arī sociālo un kultūras ietekme. Bez izvērsta un plaša pētījuma nav iespējams pašlaik kvantificēt Dziesmu svētku ietekmi uz Latvijas ekonomiku un sabiedrību, un tūrismu.

Apsverot pētījumu par Vispārējo latviešu Dziesmu un Deju svētku ekonomisko ietekmi kā piemērotākais metodoloģiskais risinājums būtu multiplā ietekmes analīze, kurā tiktu ietverti gan tiešie, netiešie ekonomiskās ietekmes indikatori, gan izraisītās ekonomiskās ietekmes indikatori. Pētījumam būtu jāfokusējas uz valsts mēroga ekonomikas indikatoru izmaiņām, īpašu uzmanību veltot Rīgai kā svētku norises vietai.

Šāda pētījuma īstenošanā uzmanība būtu jāvelta arī pētniecības aktivitātēm pirms svētku norises periodā, aptverot vismaz vienu pilnu svētku norises ciklu, kas ir pieci gadi. Pirms svētku periods šai gadījumā ir saistošs dēļ tā, ka pirms svētku norises laikā dalībnieku kolektīvi reģiona ietvaros gatavojas svētkiem. Gatavošanās periodā būtu jāmonitorē tiešie un netiešie ekonomiskās ietekmes indikatori, pievēršot uzmanību arī izraisītās ekonomiskās ietekmes rādītājiem. Piemēram, sagatavošanās periodā notiek gan materiālo vērtību radīšana, piemēram, svētku tērpu pasūtīšana, gan nemateriālo vērtību radīšana- priekšnesumu apguve un kolektīva snieguma kvalitātes celšana, emocionāla noskaņošanās un gatavība iesaistīties svētkos, investēt tam savus resursus. Šie indikatori rada pozitīvu ekonomisku ietekmi jau pirms svētku norises periodā konkrētā reģiona ietvaros, kuru kolektīvs pārstāv. Turklāt radošo kolektīvu gatavošanās aktivitātes, emocionālā noskaņa pozitīvi ietekmē lokālo uzņēmējdarbības klimatu un stiprina nacionālo vērtību izpratni iedzīvotāju vidū.

2013. gada svētki izcēlās ar ārkārtīgi lielu sabiedrības interesi. 2013.gada Dziesmu un Deju svētku apmeklētāju skaitu prognozēja



no 200 līdz 400 tūkstošiem.³⁰ Rezultātā svētkus, kas ilga Rīgā vienu nedēļu un piedāvāja kopā 62 pasākumus (no kuriem 21 bija maksas pasākums), apmeklēja vairāk kā 500 000 skatītāju. Diemžēl iztrūkst publiski pieejamas informācijas kāda ir svētku apmeklētāju kopas struktūra, kas ļautu precīzi identificēt tiešās ekonomiskās ietekmes indikatorus. 2002.gadā īstenotais pētījums apliecināja, ka Dziesmu un Deju svētku dalībnieku vidū dominēja tieši reģiona iedzīvotāju kolektīvi, taču starp pasākuma apmeklētājiem dominēja rīdzinieki.³¹ Indikatori, kas norādītu uz Dziesmu un Deju svētku tiešo ekonomisko ietekmi svētku norises nedēļā būtu informācija par to, cik daudzi no svētku apmeklētājiem ir ārzemju tūristi, cik daudzus pasākumus pilsētā svētku norises laikā cilvēki mēdz apmeklēt, kādu naudas summu iztērē Dziesmu un Deju svētku skatītājs svētku laikā, cik dienas tiek veltītas līdzdalībai svētkos, u.tml..

Pievēršoties svētku ekonomiskās ietekmes kapacitātei uz Rīgas kā svētku rīkotājpilsētas ekonomiku, būtiski ir analizēt gan svētku apmeklētāju radīto ekonomisko pienesumu, gan svētku dalībnieku radīto ietekmi. 2013.gada svētkos piedalījās 1600 mākslinieciskie kolektīvi, kas aptvēra aptuveni 40 600 dalībnieku no visas Latvijas un arī no dažādām latviešu kopienām ārvalstīs.³² Līdz ar to, Rīgas mērogā, kā tūristu izdevumi, kas pozitīvi ietekmē pilsētas ekonomiku var tikt analizēti gan ārzemju tūristu kā skatītāju radītā ietekme, gan svētku dalībnieku, reģionu kolektīvu pārtāvju un ārzemju kolektīvu pārstāvju radītā ietekme. Jaunu darba vietu rašanās rādītājs visticamāk būtu jāmonitorē saistībā ar svētku norises nedēļu Rīgas pilsētas ietvaros, ņemot vērā plašo kultūras pasākumu piedāvājumu Dziesmu un Deju svētku ietvaros.

Ņemot vērā Vispārējo latviešu Dziesmu un Deju svētku koncepciju un norises mērogu būtu saistoši analizēt kā šo svētku tradīcija ietekmē Latvijas kā valsts starptautiskās attiecības, kāda ir ietekme uz valsts tēla veidošanu un kopējo valsts tūrisma attīstības politiku.

³⁰ http://la.lv/index.php?option=com_content&view=article&id=384370&Itemid=201, skatīts 24.09.2013

³¹ *Dziesmu svētki mainīgā sociālā vidē*, Valsts pārvaldes institūcijas pasūtītais pētījums, Baltijas studiju centrs, T.Tisenkopfs, Rīgā, 2002.g., 3.lpp.

³² <http://www.apollo.lv/zinas/sakas-xxv-visparejie-latviesu-dziesmu-un-xv-deju-svetki/574614>, skatīts 24.09.2013



Secinājumi

Kabineta pētījumā tika aplūkotas un analizētas masu pasākumu metodoloģiskās pieejas ekonomiskās ietekmes mērījumiem un citu valstu pieredze šo pasākumu organizēšanā.

Galvenās atziņas, analizējot citu valstu pieredzi masu pasākumu ekonomiskās ietekmes pētījumos, kultūras pasākumu pieejamība, piedāvājuma dažādība pozitīvi ietekmē uzņēmējdarbības klimatu, rada veselīgu augsni dažādu starpnozarju projektu attīstībai, veicina inovāciju rašanos un iedzīvināšanu. Masu pasākumu īstenošana var tikt integrēta arī starptautisko attiecību veidošanas un uzturēšanas kontekstā. Šo faktoru kopums rada tiešu pozitīvu pienesumu valstu labklājības līmenim, kas ir finansiāli mērāms ieguvums.

Ņemot vērā, ka vairāki pētījumi par masu pasākumu ekonomisko ietekmi mēdz rezultēties neviennozīmīgos secinājumos un to ietekmi ir sarežģīti inducēt, bez izvērsta un plaša pētījuma nav iespējams pašlaik kvantificēt Dziesmu svētku ietekmi uz Latvijas ekonomiku un tūrismu. Analīze ļauj secināt, ka, lai gūtu objektīvāku informāciju par pasākuma reālo pienesumu ekonomikai, ieteicams īstenot analīzi gan pirms, gan pēc pasākuma norises.