

Pētījums par liela mēroga sporta pasākumu ietekmi uz Latvijas ekonomiku

PĒC IZGLĪGTĪBAS UN ZINĀTNES MINISTRIJAS PASŪTĪJUMA

SIA “TRCONSULTING”

Autori

Izpildītājs: SIA „TRConsulting”		
Reģistrācijas Nr.:	40103795932	
Juridiskā adrese:	Paleju iela 74, Mārupe, Mārupes novads, LV-2167	
Kontaktinformācija:	SiaTRConsulting@gmail.com	
Autori:	Elmārs Kehris	Toms Štālbergs
Izglītība:	LL.M Maģistra grāds starptautiskajā jurisprudencē un finansēs. RGSL	Bakalaura grāds ar izcilību uzņēmējdarbības vadība. MDX Londona
Specializācija:	Finanšu analītika un konsultācijas, kā arī projektu vadība	Finanšu un juridiskās konsultācijas
Kontaktinformācija:	Kehris.Elmars@gmail.com	TStalbergs@gmail.com

Prezentācijas tēmas

- Definētie termini
- Pētījuma mērķis
- Metodikas apraksts
- Pētījumu struktūra, galvenās metodikas daļas un to informācija
- Pasākumu ietekmes kritēriji
- Pētījumu un Pasākumu sadale - veicamās metodikas daļas
- Galveno ekonomiskās ietekmes kritēriju apkopojums
- Secinājumi un ieteikumi

Termini un saīsinājumi

PĒTĪJUMS – Pētījums par liela mēroga sporta pasākumu ietekmi uz Latvijas ekonomiku

IZM – Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrija

FM – Latvijas Republikas Finanšu ministrija

EM – Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija

VID – Valsts ieņēmumu dienests

CSP – Centrālā statistikas pārvalde

PASĀKUMS – Starptautisks sporta pasākums, kas norisinās Latvijas valsts teritorijā

MAZS UN VIDĒJS PASĀKUMS – Maza un vidēja mēroga sporta Pasākums saskaņā ar šajā pētījumā noteiktajiem kritērijiem

PPP – Pirmspasākuma pētījums

PPA – Pēcpasākuma analīze

PĒTĪJUMA VEICĒJI – Personas, kas nākotnē veiks sporta Pētījumus pēc šī Pētījuma vadlīnijām

ORGANIZATORI – Fiziskas vai juridiskas personas, kas organizē attiecīgo Pasākumu

APMEKLĒTĀJI – Pasākuma sporta fani un ieinteresētās personas, kas apmeklējuši pasākumu

DALĪBNIEKI – Pasākuma sporta pārstāvji, atlēti, oficiālie pārstāvji, saistītais personāls un mediju pārstāvji

VIESI – Pasākuma norisi ieradušies Apmeklētāji un Dalībnieki

APMEKLĒTĪBA – Apmeklētāju un Dalībnieku pavadīto dienu skaits Pasākuma norises laikā

NETIEŠĀ IETEKME UZ EKONOMIKU – Pasākuma piesaistītais ārvalstu naudas līdzekļu apjoms

TIEŠĀ IETEKME UZ EKONOMIKU – Pasākuma piesaistītā ārvalstu naudas līdzekļu apjoma radītie nodokļu ieņēmumi

NETIEŠĀS IETEKMES KOEFICIENTS – Valsts līdzfinansējuma efektivitāte uz radīto Netiešo ietekmi uz ekonomiku

TIEŠĀS IETEKMES KOEFICIENTS – Valsts līdzfinansējuma efektivitāte uz radīto Tiešo ietekmi uz ekonomiku

Pētījuma mērķis

Pētījuma mērķis ir izstrādāt metodoloģiju, pēc kuras iespējams novērtēt Latvijā notiekošo starptautisko sporta Pasākumu radīto ekonomisko ietekmi uz valsts tautsaimniecību.

Ekonomiskā ietekme tiek definēta kā attiecīgā Pasākuma un tā norises laikā radītā tiešā un netiešā ekonomiskā ietekme uz valsts tautsaimniecību. Netiešā ekonomiskā ietekme ietver valstij piesaistīto ārvalstu naudas līdzekļu apjomu. Tiešā ekonomiskā ietekme ietver radītos nodokļu ieņēmumus no attiecīgā ārvalstu naudas līdzekļu apjoma.

Latvijā nepieciešama metodika un vadlīnijas, kas palīdzētu veidot un noteikt valsts atbalsta politiku starptautiskiem sporta pasākumiem. Līdz ar to Autori veic Pētījumu un izveido vienotu Pasākumu novērtēšanas metodiku, lai valsts, proti, IZM, FM un citas Latvijas valsts instances, kā arī attiecīgo Pasākumu Organizatori spētu noteikt ekonomisko ietekmi, kas rodas valstij, rīkojot šāda veida Pasākumus. Šāda metodika tiek veidota ar mērķi, neatkarīgi no sporta veida, nodrošināt salīdzināmus Pētījumus, kas būtu izstrādāti pēc vienotas metodikas.

Metodikas apraksts

Starptautisku pasākumu ekonomiskās ietekmes noteikšanas metodes atšķiras, kas ir izskaidrojams ar attiecīgo Pasākumu tipu, to norises periodu un lielumu. Tāmēr metodes pamatā balstās uz radīto ekonomisko pieaugumu no Pasākuma rīkošanas attiecīgajā reģionā un kā galveno kritēriju¹ izmanto *tiešo ekonomisko ietekmi (direct impact)*². Papildus ekonomiskās ietekmes noteikšanai tiek izmantoti arī multiplikatora koeficienti un citi kritēriji kā *stimulētā ekonomiskā ietekme (induced impact)*, bet attiecīgie kritēriji nosaka naudas cirkulācijas efektu, kas attiecīgi ir radies no tiešās ekonomiskās ietekmes. Papildus ekonomiskās ietekmes apmēri ir nosakāmi tikai lielākajiem no starptautiskajiem sporta pasākumiem vai, piemēram, plānojot jaunu stadionu būvniecību kurā tiks organizēti daudzi pasākumi.

Metodoloģija izstrādāta, raugoties no valsts perspektīvas, saskaņā ar starptautiski pieņemtām ekonomiskās ietekmes noteikšanas metodēm, tās ir analizētas, pielāgotas un veidotas atbilstoši valsts sporta pasākumu finansēšanas politikai, kā arī ar saskaņotiem ieteikumiem no valsts iestādēm (FM, EM, IZM, VID un CSP). **Pētījumā galvenais ekonomiskās ietekmes kritērijs – Pasākuma piesaistītie ārvalstu naudas līdzekļi – tika analizēts un definēts kopā ar atbildīgajiem pārstāvjiem no minētajām valsts iestādēm.**

¹ Soonhwan Lee (2008). A review of Economic impact Studies on Sport Events. The Sport Journal. Pieejams: <http://thesportjournal.org/article/a-review-of-economic-impact-studies-on-sporting-events/>

² John L. Crompton. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*. 9, lpp 14-35.

³ InterVISTAS Consulting Inc. (2002). *For Community Charter and 2010 Olympic Bid*. The Economic Impact of the 2010 Winter Olympic and Paralympic Games. Definīcija 11.lpp

Pētījuma metodikas struktūras galvenās daļas un to informācija

Metodoloģijas pētījuma nodaļa	Atrašanās vieta pētījumā
Pasākumu ietekmes noteikšanas kritēriji – galvenie Pētījumu kritēriji un to apraksts.	8 lpp
Pētījumu veikšanas sadalījums – veicamā Pētījuma sadale pēc kritērijiem un veicamās darbības attiecīgajiem Pētījumu veidiem.	13 lpp
Pirmspasākuma pētījums – nosaka iespējamā Pasākuma radīto ietekmi uz Latvija ekonomiku un citiem faktoriem.	15 lpp
Vispārīgā daļa – ieskats potenciālajā Pasākumā (norises periodu un vietu, Apmeklētību, Dalībniekiem u.tml.).	15 lpp
Pasākuma Sezonitātes analīze – potenciālā Pasākuma ietekme uz tūrisma industriju reģionā un industrijas kapacitāte uzņemt ārvalstu Viesus.	18 lpp
Pasākuma ekonomiskās ietekmes analīze – nosaka iespējamā Pasākuma radīto ekonomisko ietekmi uz valsts tautsaimniecību.	24 lpp
PPP metodoloģijas kopsavilkuma apraksts – PPP metodoloģijas daļu galvenie aprēķini, kritēriji un to rezultātu nozīme.	40 lpp
Mazo un vidējo Pasākumu PPP metodikas kopsavilkums – PPP Mazo un vidējo Pasākumu metodoloģijas daļu galvenie aprēķini, kritēriji un to rezultātu nozīme.	52 lpp
Pēcpasākuma analīze – nosaka Pasākuma faktisko ietekmi uz Latvijas ekonomiku un citiem faktoriem.	59 lpp
Aptaujas plāns – vadlīnijas aptauju izstrādē, to veikšanā un nepieciešamajos rezultātos. Aptaujas anketas ir galvenais informācijas ieguves avots PPA daļā.	59 lpp
Vispārīgā daļa – ieskats notikušajā Pasākumā (Apmeklētība, Dalībnieki, atsauksmes, popularitāte u.tml.).	71 lpp
Pasākuma sezonitātes analīze – Pasākuma ietekme uz tūrisma industriju, anketu datu validācija ar CSP datiem par tūrismu.	74 lpp
Pasākuma ekonomiskās ietekmes analīze – faktiskā Pasākuma ekonomiskā ietekme uz valsts tautsaimniecību.	79 lpp
PPA metodoloģijas kopsavilkuma apraksts – PPA metodoloģijas daļu galvenie aprēķini, kritēriji un to rezultātu nozīme.	103 lpp
Mazo un vidējo pasākumu Pētījumu PPA metodikas kopsavilkums – PPA Mazo un vidējo Pasākumu metodoloģijas daļu galvenie aprēķini, kritēriji un to rezultātu nozīme.	119 lpp
Kopsavilkums – Pētījuma par liela mēroga sporta pasākumu ietekmi uz Latvijas ekonomiku kopsavilkums.	128 lpp
Secinājumi un ieteikumi – Pētījuma par liela mēroga sporta pasākumu ietekmi uz Latvijas ekonomiku izstrādes laikā veiktie secinājumi un Autoru veiktie ieteikumi.	129 lpp

Pasākumu ietekmes noteikšanas kritēriji

Pirmspasākuma pētījuma galvenie kritēriji

- **Pasākuma Apmeklētība.** Paredzētais Viesu pavadīto dienu skaits Pasākumā. Ārvalstu Viesu pavadīto dienu skaits un viņu tēriņi ir svarīgs kritērijs, novērtējot potenciālā Pasākuma ietekmi uz valsts ekonomiku.
- **Pasākuma rentabilitāte.** Nosakot, vai Pasākuma rīkošana pati spēj sevi atpelnīt, vai valsts līdzfinansējums ir nepieciešams, un vai pieprasītais apmērs ir atbilstošs. Attiecīgais kritērijs parādīs, kādu peļņu/zaudējumus no Pasākuma var paredzēt ar un bez valsts līdzfinansējuma.
- **Prognozētā Tiešā ietekme.** Iespējamie nodokļu ienēmumi, kas tiktu iegūti no ārvalstu Viesu tēriņiem Pasākuma laikā. Attēlo PVN ienākumus, kas tiktu radīti no ārvalstu Viesu izmaksām Pasākumā laikā.
- **Tiešās ietekmes koeficients.** Kāda ir iespējamā naudas atgūšanas attiecība Pasākuma periodā starp ārvalstu Viesu radītajiem nodokļu ienēmumiem un valsts dotāciju apjomiem. Koeficients parāda, kādu apjomu no valsts dotācijas Pasākums varētu atpelnīt no ārvalstu Viesu radītajiem PVN maksājumiem.
- **Prognozētā Netiešā ietekme.** Ārvalstu naudas līdzekļu apjoms, kas nokļūtu valsts ekonomikā, ja Pasākums norisinātos Latvijā. Atspoguļo kopējo potenciālā Pasākuma piesaistīto ārvalstu naudas līdzekļu apjomu valsts ekonomikai, kas radītu papildu naudas apgrozījumu ekonomikā.
- **Netiešās ietekmes koeficients.** Kāda ir attiecība starp Pasākuma piesaistīto ārvalstu līdzekļu apjomu un valsts dotāciju apjomu. Koeficients parāda, kādu ārvalstu naudas apjomu Pasākums radītu valstij attiecībā pret Valsts dotācijām.
- **Pasākuma alternatīvās izmaksas.** Iespējamais naudas līdzekļu apjoms, kas aizplūstu no valsts, ja Pasākums norisinātos ārpus Latvijas – Netiešā ietekme. Salīdzinot Netiešo ietekmi gadījumos, ja Pasākums norisināsies un nenorisināsies Latvijā, var secināt līdzfinansējumu piešķiršanas izdevīgumu no valsts perspektīvas.
- **Pasākuma norises periods.** Vai Pasākums norisinās attiecīgā reģiona (novads, pilsēta – attiecīgi kāds Pasākuma lielums un tā norises vieta) tūrisma sezonas laikā, un vai papildus radītā Apmeklētība nepārslogos vietējo infrastruktūru. IZM pārstāvjiem ir jāņem vērā fakts, ka daudzu sporta pasākumu rīkošana ir ļoti atkarīga no sezonāliem aspektiem, bet daudzu Pasākumu norises periods ir jau noteikts iepriekš.

Pēcpasākuma analīzes galvenie kritēriji

- **Kritēriju pārrēķins ar faktisko informāciju.** PPA analīzes ietvaros ir jāpārrēķina un jāanalizē visi kritēriji, kas ir minēti PPP galveno kritēriju sadaļā (izņemot kritēriju: Pasākuma alternatīvās izmaksas).
- **Kritēriju salīdzinājums ar faktu.** PPP plāna izmaiņas no faktiskajiem apjomiem, kas palīdzētu Organizatoriem nākotnē plānot Pasākumus un apzināt to radīto ietekmi.
- **Pasākuma radītā ietekme uz Reģionu** Pasākuma piesaistītie naudas līdzekļi, radītie nodokļu ieņēmumi un reģiona nodokļu ietekmes koeficients. Attiecīgais kritērijs parādīs Pasākuma piesaistītos naudas līdzekļus attiecīgajam reģionam un tā infrastruktūrai.
- **Radīto nodokļu ieņēmumu patiesums.** Pasākuma Viesu faktisko tērīņu datu validēšana ar VID datiem attiecīgajā periodā un reģionā. Kritērijs parādīs, vai naudas piesaistes apjomi attiecīgajam reģionam nav pārspīlēti un vai Pasākums ir radījis PVN ieņēmumu izmaiņas attiecīgajā periodā.

PĒTĪJUMA VEIKŠANAS SADALĪJUMS

		PĒTĪJUMA VEIDS	
		Mazo un vidējo Pasākumu analīze	Pasākumu analīze
KRITĒRIJI	Paredzamais Ārvalstu Viesu skaits	līdz 10 000	vairāk nekā 10 000
	Nepieciešamais finansējums no valsts	līdz 50 000 EUR	vairāk nekā 50 000 EUR
	Pasākuma norises ilgums	1 – 2 dienas	3 un vairāk dienas

PĒTĪJUMU DAĻAS

PASĀKUMA PĒTĪJUMS

Pētījuma veicējiem jāizstrādā detalizēts pētījums un jānosaka Pasākuma ietekme uz tādiem valstij svarīgiem faktoriem kā ekonomiskā ietekme, sociālā labklājība un valsts tēls. Nepieciešami papildu finanšu līdzekļi pētījuma izveidē, jo informācijas iegūšanas procesā var tikt piesaistīti arī uzņēmumi, kas nodrošina anketēšanas, Pētījuma izstrādes un datu ieguves kvalitāti.

Pirmspasākuma pētījums (PPP)

- Vispārīgā analīze
- Sezonalitātes analīze
- Pasākuma ekonomiskās ietekmes analīze

Pēcpasākuma analīze (PPA)

- Anketēšana
- Vispārīgā analīze
- Sezonalitātes analīze
- CSP datu analīze
- VID datu analīze
- Pasākuma ekonomiskās ietekmes analīze
- Digitālo mediju analīze (nav obligāta)

MAZO UN VIDĒJO PASĀKUMU PĒTĪJUMS

Pētījuma veicējiem jāizstrādā mazāk apjomīgs pētījums, liekot uzsvaru uz Pasākuma iespējamo ietekmi uz ekonomiku. Lai nesadārdzinātu Pasākuma izmaksas kopumā, Maziem un vidējiem pasākumiem jāveic vispārīgs pētījums bez būtisku finanšu līdzekļu ieguldīšanas, izmantojot tiešsaistes informāciju un datu avotus, kas pieejami pašiem Pasākuma Organizatoriem. Pēcpasākuma analīze Maziem un vidējiem pasākumiem sastāv no nelieliem papildinājumiem pie jau izveidotās Pirmspasākuma pētījuma daļas.

Pirmspasākuma pētījums (PPP)

- Vispārīgā analīze
- Pasākuma ekonomiskās ietekmes analīze

Pēcpasākuma analīze (PPA)

- Vispārīgā analīze
- Pasākuma ekonomiskās ietekmes analīze

Veicamo darbu process

Pieteikšanās finansējumam	PPP visiem Organizatoriem 1.Datu un informācijas sagāde no Organizatoriem un CSP. 2.PPP izveide.	<u>Pasākumi</u>	3.Digitālo mediju analīzes sagatavošanās darbi 4.Anketētāju nolīgšana	5.Anketēšana	6.Anketu datu apstrāde 7.Organizātoru datu apstrāde 8.Datu un informācijas sagāde no VID un CSP 9.Digitālo mediju datu apkopošana 10.PPA
		<i>Izpildes laiks:</i>	<i>1-6 mēnesis līdz Pasākumam</i>	<i>Pasākuma norise</i>	<i>0-4 mēneši pēc Pasākuma norises</i>
		<u>Mazie un vidējie pasākumi</u>	N/A	N/A	7.Organizātoru datu apstrāde 10.PPA

Pieteikšanās finansējumam

- Organizatori piesakās finansējumam.
- IZM nodod informāciju Organizatoriem par PPP veikšanai nepieciešamajiem darbiem.

PPP visiem Organizatoriem

- Visiem, kas vēlas saņemt finansējumu, ir jāizveido PPP un jāiesniedz tas izvērtēšanai IZM. PPP var veikt Organizatori (finansējuma pieprasītāji) un/vai Organizatoru nolīgtas, neatkarīgas trešās personas.
- 1.Datu un informācijas sagāde no Organizatoriem un CSP - Pētījuma veicēji pieprasa nepieciešamo informāciju PPP veikšanai no Organizatoriem (potenciālais budžets, potenciālais viesu skaits, izklaides utt.) un CSP.
- 2.Izveidotai PPP - Izveidotais PPP tiek nodots IZM izvērtēšanai.

3.Digitālo mediju analīzes sagatavošana

- Organizatoriem vai nolīgtajām trešajām personām jāveic sagatavošanās darbi, lai spētu analizēt tiešsaistē pieejamos datus.
- Sagatavošanas darbus vēlams veikt 3 mēnešus pirms Pasākuma norises, lai Pētījuma veicējiem būtu pieejami pēc iespējas vairāk datu salīdzināšanai un tendenču izvērtēšanai.

4.Anketētāju nolīgšana

- Nolīgt pakalpojumu sniedzējus vienu mēnesi pirms Pasākuma, jo anketētājiem un Organizatoriem ir jāveic sagatavošanās darbi pasūtījuma izpildei (darbinieku piesaiste, caurlaižu izveidošana un saskaņošana, anketēšanas vieta un laiku saskaņošana utt.).

5.Anketēšana

- Anketētāji veic Apmeklētāju un Dalībnieku aptaujas un apkopo no tām iegūto informāciju.
- Organizatori sniedz aptauju veicējiem nepieciešamās pieejas (akreditācijas kartes), lai tie pilnvērtīgi spētu veikt darbu.
- Aptaujāšana jāveic visas Pasākuma dienas, jo Apmeklētāju atbildēm ir tendence mainīties.

6. Anketu datu apstrāde

- Anketētāji veic anketēšanu un apkopo anketu rezultātus metadatu formātā, rezultātus nododot Pētījuma veicējiem.
- Pētījuma veicēji analizē anketas datus.

7. Organizatoru datu apstrāde

- 1 - 3 mēnešu laikā Organizatoriem jāiesniedz pilnīga un precīza informācija Pētījumu veicējiem, kas nepieciešama Pētījumam (patiesais budžets, biļešu dati, sadarbības partneri, fanu teltis u.tml.).
- Informācijas izmantošana PPA.

8. Dati un informācija no CSP un VID

- Pieprasīt nepieciešamo informāciju no VID un CSP.
- Analizēt saņemtos datus.

9. Digitālo mediju datu apkopošana (nav obligāta)

- Atrodas šā pētījuma Pielikumā Nr.3. Tā atspoguļo Pasākuma interesi un popularitāti interneta vidē, Pasākuma mājaslapā un sociālajos tīklos.
- Apkopot rezultātus un tos analizēt.
- Vēlams analīzes pilnveidošanai analizēt un apkopot visus iegūtos rezultātus periodā no sociālo mediju analīzes sagatavošanas līdz 2 mēnešiem pēc Pasākuma norises.

10. PPA – Pēcpasākuma analīze

- Apkopot visus rezultātus un savstarpēji tos analizēt, izdarīt secinājumus un sniegt ieteikumus Organizatoriem un ieteikumus metodikas pilnveidošanai IZM.
- Noteikt ekonomisko ietekmi uz Latvijas valsti un reģionu, kur norisinājies Pasākums.
- Iesniegt pētījumu IZM.

Galveno ekonomiskās ietekmes kritēriju apkopojums

Apmeklētības datu validācija un ietekme uz tūrisma industriju

- **Anketu datu par tūrisma industrijas ietekmējošajiem rādītājiem validācija ar CSP datiem.** Anketas - CSP apkalpotās personas un pavadīto nakšu skaits attiecīgajā mēnesī salīdzinājums.

Apstiprina vai noliedz anketas datus par Pasākuma Apmeklētību un par tūrisma sektora ietekmējošajiem rādītājiem. Mērķis ir noskaidrot, vai pielāgotais ārvalstu sadalījums pa valstīm no anketu datiem ir atbilstošs oficiālajiem CSP datiem un vai vispārējā noteiktā Apmeklētība no ārvalstu Viesiem ir uzticama.

- **Pasākuma Apmeklētības ietekme uz reģiona tūrisma sektora rādītājiem.** Galvenais rādītājs - kopējās Pasākuma ārvalstu Apmeklētības un pavadīto nakšu skaita (CSP) attiecība.

Vērtē Pasākuma ietekmi uz Tūrisma industrijas rādītājiem, ko precīzi var noteikt, attiecinot Pasākuma Apmeklētību pret CSP par pavadīto nakšu skaitu, jo tie atbilst Pētījuma noteiktajai definīcijai par Apmeklētību. Mērķis ir noskaidrot, kādu daļu no tūrisma mītņu rādītājiem ir veidojusi Pasākuma norise – pienesumu tūrisma industrijai. Jo lielāka minētā ietekme uz pavadītajām naktīm, jo lielāka ir bijusi Pasākuma ietekme. Lielākas procentuālas ietekmes vērtības varētu saskatīt mazākos reģionos un arī, kad Pasākums norisinās nesezonā.

Radīto tēriņu validācija ar VID datiem

- Nodokļu ieņēmumu datu validācija. Anketu datu analīzes rezultātā par Viesu tēriņu radītājiem nodokļu ieņēmumiem iegūto datu validācija ar VID datiem.

Salīdzinājums starp anketu datu Pasākuma radītājiem nodokļu ieņēmumiem un analīzes gaitā iegūtajiem rezultātiem ar VID datiem apstiprina vai noliedz anketas datus par Viesu dienas tēriņiem pa to pozīcijām. Mērķis ir noskaidrot, vai Viesu dienas tēriņi anketu datus atbilst oficiālajiem VID datiem, kā arī, vai vispārēji noteikti Pasākuma radītie Viesu tēriņi ir uzticami un tos var ņemt vērā, nosakot Pasākuma ietekmi uz Valsts ekonomiku.

IZM ir jāpievērš uzmanība Pasākumu veicēju NACE kodu sadalei par anketu izmaksu pozīcijām, lai novērstu nepamatotu NACE kodu pielāgošanu anketas datiem.

Ekonomiskās ietekmes kritēriji

- **Netiešā ietekme** (piesaistītais ārvalstu naudas apjoms valsts ekonomikai)
Valsts ienākumu apjoms no Pasākuma norises. Kopējais Pasākuma piesaistītais ārvalstu naudas līdzekļu apjoms valsts ekonomikā, kas radījis papildu apgrozījumu, pateicoties Pasākuma norisei. Radītais naudas līdzekļu apjoms laika gaitā, esot Latvijas tautsaimniecības apgrozībā, pakāpeniski nokļūs valsts kasē caur nodokļu ienēmumiem, protams, neskaitot daļu, kas saimniecisko darbību veikšanas procesā pāmetīs Latvijas tautsaimniecību – naudas līdzekļi aizplūst uz ārvalstīm.
- **Netiešās ietekmes koeficients** (piesaistītais ārvalstu naudas apjoms valsts ekonomikai attiecībā pret valsts dotāciju)
Valsts ienākumi no tās ieguldījuma apjoma. Izmantojot koeficientu, valsts var noteikt, kurš Pasākums piesaistījis vairāk naudas līdzekļus no ārvalstīm attiecībā pret valsts līdzfinansējumu, proti, jo augstāks koeficients, jo izdevīgāk valstij ir bijis Pasākumu līdzfinansēt. Koeficienta vērtība nedrīkstētu būt zem 1, jo tas parādītu, ka valsts dotāciju apjoms ir vienāds vai zemāks par piesaistīto ārvalstu naudas līdzekļu apjomu, līdz ar to attēlojot Pasākuma rīkošanas finansiālo neizdevīgumu, raugoties no valsts perspektīvas.
- **Starp pētījumiem salīdzināmie Netiešās ietekmes kritēriji**
Abi minētie kritēriji var tikt salīdzināti ar citiem veiktajiem pētījumiem, attiecīgi salīdzinot kopējo piensumu valsts ekonomikai – Netiešo ietekmi vai valsts investīciju atgriezeniskumu pēc Netiešās ietekmes koeficienta.

- **Tiešā ietekme** (Ārvalstu Viesu radītie nodokļu ieņēmumi)

Tiešā ietekme atspoguļo valsts nodokļu ieņēmumu apjomu no ārvalstu Viesu radītajiem PVN maksājumiem attiecīgajā periodā (Pasākuma norises periods). No Tiešās ietekmes valsts var noteikt, kurš Pasākums piesaistījis vairāk PVN ieņēmumus no ārvalstu Viesiem, jo tā apzīmē minimālos PVN ieņēmumus, ko radījis Pasākums. Attiecīgais kritērijs jāvērtē kopā ar Netiešās ietekmes kritēriju, kas dotu ieskatu par papildu nodokļu ieņēmumu apjomiem attiecīgajos laika periodos.

- **Tiešās ietekmes koeficients** (Ārvalstu Viesu radītie nodokļu ieņēmumi attiecībā pret valsts dotāciju apjomu)

Valsts PVN ieņēmumi attiecīgajā periodā no tās ieguldījuma apjoma. Izmantojot koeficientu, valsts var noteikt, kurš Pasākums piesaistījis vairāk PVN ieņēmumus no ārvalstu Viesiem attiecībā pret valsts līdzfinansējumu, tas ir, jo augstāks koeficients, jo izdevīgāk valstij bijis Pasākumu līdzfinansēt.

Šāds koeficients tiek uzskatīts kā izcils, ja tas ir lielāks vai vienāds ar 1, jo tad rezultāts parāda, ka valsts pati, jau tiešā veidā ir atpelnījusi ieguldītos naudas līdzekļus. Ja koeficients ir mazāks par 1, tas nozīmē, ka nauda visā pilnībā Pasākuma norises periodā nav atgriezusi valsts budžetā no PVN maksājumiem.

Ja koeficients ir mazāks par 1, tas nozīmē, ka tiešie nodokļi nenonāks valsts budžetā no ārvalstu naudas līdzekļu PVN maksājumiem, bet tas parāda procentuālu apmēru, kādā valsts savus naudu līdzekļus atpelnījusi Pasākuma periodā. Pievēršot uzmanību arī citiem postenim kā kopējais piesaistītais ārvalstu naudas apjoms (Netiešā ietekme). Koeficients robežās no 1 – 0,5 tiek uzskatīts kā pozitīvs rādītājs, jo tas parāda, ka valsts apjomīgus naudas līdzekļus tiešā veidā spēj atpelnīt atpakaļ tikai no ārvalstu Viesu radītajiem PVN maksājumiem attiecīgajā periodā. Rādītāji zem 0,5 ir jāanalizē papildus, jo tas varētu nozīmēt, ka valsts dotāciju apmērs ir bijis samērā liels pret radītajiem nodokļu ieņēmumiem un tiešais ieņēmumu apjoms būtu nepietiekams, korelējot ar netiešās ietekmes radīto naudas apgrozījumu valsts ekonomikā, proti, nespētu arī laika gaitā atgriezt valsts līdzfinansējuma apjomus caur nodokļu ieņēmumiem. Pētījuma veicējiem un Organizatoriem zemie kritēriji ĪZM pārstāvjiem ir jāpamato padziļināti.

- **Starp Pētījumiem salīdzināmie Tiešās ietekmes kritēriji**

Abi minētie kritēriji var tikt salīdzināti ar citiem veiktajiem pētījumiem, attiecīgi salīdzinot kopējo pienesumu valsts ekonomikā no PVN nodokļu ieņēmumiem – Tiešo ietekmi vai valsts investīciju atgriezeniskumu pēc Tiešās ietekmes koeficienta.

Secinājumi un ieteikumi

Vispārīgie secinājumi Pētījuma izstrādes laikā

- Pētījumā noteiktā metodika un kritēriji nodrošina pietiekamu informācijas kopumu gan Pasākumu Organizatoriem, gan IZM pārstāvjiem, lai izvērtētu Pasākuma ekonomisko ietekmi uz valsts tautsaimniecību, kā arī lai noteiktu valsts finansējuma piešķiršanas pamatotību.
- Pasākumu Organizatoriem vienlaikus ar pieteikšanos uz valsts finansējumu ir jāizveido PPP, kas definētu iespējamo Pasākuma ekonomisko ietekmi uz valsti.
- Pasākumu Organizatoriem pēc finansējuma piesaistes ir jāizveido PPA, kas attēlotu Pasākuma faktisko ekonomisko ietekmi uz valsti.
- Mazo un vidējo pasākumu Pētījumu veicējiem ir atļauts veikt Pētījumus ar mazāku detalizāciju nekā pārējiem Pasākumu Pētījumu veicējiem.
- Pasākuma Apmeklētības apjomi un piesaistītie ārzemju Viesu naudas līdzekļi valsts ekonomikai tiešā veidā ietekmēs Pasākuma ietekmi uz valsts tautsaimniecību.
- Pasākumus nav iespējams nodalīt pēc sporta veidiem, jo katrs sporta pasākums atšķiras gan pēc līmeņa, piesaistītās auditorijas un nozīmes, kā, piemēram, amatieru, jaunatnes, pārbaudēs spēles, starptautiskie turnīri u.tml.
- Pētījumā izstrādāto metodiku var izmantot arī, lai noteiktu ekonomisko ietekmi no cita veida pasākumiem.

Secinājumi PPP izstrādes laikā

- Pasākuma finansēšanas izvērtēšanai nepieciešams ņemt vērā Pasākuma potenciālo tiešo un netiešo ietekmi. No pētījumiem, kas būs izstrādāti pēc šīs metodikas, IZM spēs noteikt, vai pieprasītais finansējuma lielums ir pamatots un kādu ekonomisko ietekmi Pasākumi spēs atstāt uz valsts ekonomiku.
- Pasākumu ekonomiskās ietekmes izvērtēšanā ir nepieciešams detalizēti analizēt, vai norādītie Apmeklētības un vidējo dienas tēriņu apmēri ir pamatoti un atbilst realitātei.
- Nebūtu ieteicams izmantot PPP sezonalitātes analīzes aspektus kā galveno faktoru finansējuma piešķiršanas noteikšanai Pasākumiem, kuru sporta veida norise ir iespējama tikai attiecīgā tūrisma sezonas laikā.
- CSP apkopotie dati par ārvalstnieku vidējiem tēriņiem attiecībā pret Apmeklētāju veiktajiem tēriņiem ir samērā mazi. Daudzi Pētījuma veicēji varētu pielāgot Viesu vidējo dienas tēriņu datus ar citiem salīdzināmiem sporta pētījumiem, kas ir veikusi attiecīgās mērķauditorijās anketēšanu.
- Pētījuma analīzes ietvaros nepieciešams pievērst uzmanību faktam, ka lietuviešu un igauņu tūristi uz Latviju brauc regulāri un viņus ir viegli piesaistīt Pasākuma norisei, bet, veicot Pasākumu ekonomiskās ietekmes analīzi, ir jāņem vērā faktors, ka daudzi no viņiem pēc Pasākuma norises brauks atpakaļ uz savu valsti, tādējādi samazinot ietekmi uz valsts ekonomiku.
- Organizatoriem būtu jākoncentrē uzmanību uz ārvalstu Apmeklētāju piesaisti, jo tieši šie Apmeklētāji valsts ekonomikai spēj piesaistīt jaunus naudas līdzekļus.

Secinājumi PPA izstrādes laikā

- Nepieciešams salīdzināt plānoto ietekmi PPP ar norādīto PPA faktisko informāciju, lai noteiktu Organizatoru spēju arī turpmāk plānot Pasākumus un novērtēt to radīto ekonomisko ietekmi.
- Pamatinformācija tiek iegūta no anketām, kuru formai un analīzei Pētījumu veicējiem ir jāpievērš vislielākā uzmanība, kā arī Viesu anketēšanā ir jāpiesaista profesionāli anketēšanas uzņēmumi.
- Iegūtā informācija par Apmeklētības apjomiem no Organizatoriem un anketēšanas ir jāsalīdzina ar CSP datiem un jānoskaidro, vai Apmeklētības apjomi ir atbilstoši noteikti. Lai gan dati var atšķirties, kopējās summas nedrīkstētu pārsniegt CSP datus.
- Pētījuma veicēju aprēķini par Pasākuma Viesu tēriņiem ir jāsalīdzina ar VID datiem un jānoskaidro, vai nodokļu ieņēmumu apjomi ir atbilstoši noteikti. Lai gan dati var atšķirties, kopējās summas nedrīkstētu pārsniegt statistikas datus.
- Lielo Pasākumu Organizatoriem būtu nepieciešams veikt digitālo mediju analīzi, lai precīzāk noteiktu Pasākuma un sporta veida atpazīstamību un ietekmi. Attiecīgā analīzes veikšanas metodika ir atrodama šī pētījuma Pielikumā Nr.3.

Autoru lēteikumi IZM

- Izveidot publiski pieejamu datni, kur turpmāko Pasākumu Organizatori spētu iegūt visu nepieciešamo informāciju par darbībām, kas jāveic, lai pieteiktos valsts līdzfinansējumam Pasākumu rīkošanā, kā arī nodrošināt publiski pieejamu metodikas apskatu, lai nākotnes Pasākumu Organizatori finansējumam jau pieteiktos ar sagatavotu PPP.
- Izveidot datu bāzi ar Pasākumu Viesu anketēšanas laikā noskaidrotajiem vidējiem dienu tēriņu apjomiem, lai turpmāko Pētījumu veicējiem un CSP būtu pieejami salīdzināmi dati sporta fanu tēriņu noteikšanai, kas vairotu PPP analīzes rezultātu pamatotību.
- Saskaņā ar CSP, izvērtēt iespējamību izveidot tabulas, kas minētas gan PPP, PPA Sezonālītātes sadaļā, šā pētījuma ietvaros nepieciešamo datu tabulu izveidošanai no pieprasījuma formas/ām, un to pievienošanai pie CSP publiski pieejamajiem datiem par tūrismu un transportu, lai Pētījuma veicēji uzreiz bez datu pieprasījuma šo informāciju varētu apskatīt, tādējādi nodrošinot Pasākumu pētījuma ātrāku izpildi.
- Pasākumi bieži piesaista daudzas augsti stāvošas, citu valstu, amatpersonas un politikus, kurus būtu nepieciešams atbilstoši sagaidīt. Valdības pārstāvjiem augsta ranga personu pieņemšanai būtu nepieciešams izveidot plānu, kā uzņemt šīs personas, kā arī uzlikt par pienākumu Organizatoriem nodrošināt visu nepieciešamo informāciju un komunikāciju, kas saistīta ar attiecīgo personu pieņemšanu.
- Pētījumā izstrādāto metodiku var izmantot arī, lai noteiktu ekonomisko ietekmi no citiem pasākumiem. Autori ieteiktu informēt arī citas valsts iestādes par iespējām izmantot šo pētījumu citu pasākumu analīzei.

Paldies par uzmanību!

Pilnvērtīgu informāciju par Prezētēto informāciju skatīt Autoru izstrādātajā Pētījumā par liela mēroga sporta pasākumu ietekmi uz Latvijas ekonomiku.