

Latvijas Kultūras akadēmija
Kultūras socioloģijas un menedžmenta katedra

KULTŪRAS PASĀKUMU EKONOMISKĀ IETEKME.
PASAULES KORU OLIMPIĀDES PIEMĒRS

Maģistra darbs

Autore:

Akadēmiskās maģistra studiju programmas “Mākslas”
Kultūras menedžmenta un radošo industriju apakšprogrammas
2. kursa studente Kristīne Freiberga
(ID Nr. 20134609)

Darba vadītāja:

Doc., Mg. art. Ieva Zemīte

Rīga

2015

SATURS

IEVADS.....	3
1. KULTŪRAS PASĀKUMU EKONOMISKĀ IETEKME	6
1.1. Jēdzienu definēšanas problemātika.....	6
1.2. Ekonomiskās ietekmes aprēķināšana.....	12
1.3. Metodes un modeļi ekonomiskās ietekmes analīzei.....	18
1.4. Palīgriki ekonomiskās ietekmes aprēķināšanā.....	34
1.5. Jomas pētījumi Latvijā.....	36
2. PASAULES KORU OLIMPIĀDES RAKSTUROJUMS.....	42
2.1. Pasaules koru olimpiādes būtība un mērķi	42
2.2. Pasaules koru olimpiādes organizatori un to kompetenču raksturojums.....	43
2.3. Pasaules koru olimpiādes Rīgā raksturojums un novērtējums.....	47
3. PASAULES KORU OLIMPIĀDES 2014 EKONOMISKĀ IETEKME	53
3.1. Pētījuma metodoloģija un datu atlase	53
3.2. Pasaules koru olimpiādes ekonomiskās ietekmes aprēķināšana.....	55
3.3. Datu atlases problemātika un iespējamā kļūda	71
3.4. Pētījuma pieredzes izmantošana nākotnē	73
NOBEIGUMS.....	74
TĒZES	78
AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS.....	83
ABSTRACT.....	90
PIELIKUMI.....	91
Pielikums Nr. 1. Pasaules koru olimpiādes dalībnieku aptaujas anketa	91
Pielikums Nr. 2. Pasaules koru olimpiādes 2014 ekonomiskās ietekmes aprēķins.....	93
Pielikums Nr. 3. Ekonomiskās ietekmes kalkulatora sagatave.....	95
Pielikums Nr. 4. Rokasgrāmata ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai	97

IEVADS

Temata izvēle un aktualitāte: Kultūras projektu menedžmentā un īpaši situācijās, kad nepieciešams piesaistīt finansējumu, projektu vadītājiem nemitīgi nākas argumentēt un pamatot finansējuma nepieciešamību, īpaši tad, ja tas ir publiskais finansējums. Kā biežākie ieguvumi parasti tiek minēti emocionāli (piem., attīstība, uzlabošana, popularizēšana) vai sociāli nozīmīgi labumi (piem., izglītošana, informēšana). Kultūras jomā starp argumentiem nav populāri minēt, ka ir izdevīgi ieguldīt līdzekļus kultūras pasākumos, jo tiem būs ekonomiskā ietekme vai arī reāli valsts vai pašvaldību budžetos netiešā veidā atgriezīsies vairāk līdzekļu, nekā šajā brīdī tiek lūgts atbalstam. Tāpat publiskajā telpā regulāri ir dzirdami komentāri un neizpratnes pilni jautājumi par to, kāpēc ir jāiegulda kultūrā (ar to vairāk domājot izklaidējošo funkciju), ja tajā pašā laikā valstij trūkst līdzekļu veselības aprūpei vai skolotāju algām, vai īpaši šobrīd aktuālajiem aizsardzības jautājumiem. Maģistra darbam izvēlēta tēma *Kultūras pasākumu ekonomiskā ietekme. Pasaules koru olimpiādes piemērs* ir ļoti aktuāla ne tikai no kultūras menedžeru skatpunkta, bet arī sabiedrības un finansējuma devēju izpratnes veicināšanas nolūkā. Eiropas kultūras galvaspilsētas gads aizritējis skaļi un pamanāmi, un šis ir īstais brīdis izvērtēt padarīto gan mākslinieciski, gan arī finansiāli, veikt pētījumus un analīzes, lai pievērstu sabiedrības uzmanību un ar skaitļiem un faktiem parādītu, ko tieši un cik daudz esam ieguvuši, turklāt šoreiz ne tikai emocionāli, bet arī ekonomiski. Maģistra darba pētījuma ietvaros autore izvēlējusies vienu no *Rīga 2014* pasākumiem, kas saistīts ar lielu ārzemju viesu pieplūdumu Rīgas pilsētā – Pasaules koru olimpiādi.

Pētījuma pamatproblēma: Atsaucoties uz iepriekš minēto, Latvijā ir pieaugošs pieprasījums no jomas profesionāļu puses un kvalitatīvu jomas pētījumu nepietiekamība, tāpēc aktualizējas nepieciešamība attīstīt un popularizēt kultūras pasākumu ekonomiskās ietekmes novērtējuma prakses.

Pētnieciskie jautājumi:

1. Kura no ekonomiskās ietekmes aprēķināšanas metodēm būtu ērta un veiksmīgi pielietojama Pasaules koru olimpiādes ekonomiskās ietekmes novērtēšanā un kultūras pasākumu novērtēšanā vispār?
2. Kāda (cik liela) ir 2014. gada Pasaules koru olimpiādes Rīgā ekonomiskā ietekme?

Darba mērķis: Pierādīt, ka Pasaules koru olimpiādei 2014 bija ekonomiskā ietekme, un arī turpmāk būtu izdevīgi rīkot šāda veida pasākumus un ieguldīt tajos publisko finansējumu. Balstoties gadījuma analīzē un ārvalstu pieredzē, izveidot pamatu Ekonomiskās ietekmes analīzes kalkulatoram Latvijas situācijai, padarot ekonomiskās ietekmes pētījumus vienkāršākus un pieejamākus kultūras menedžeriem.

Lai mērķi izpildītu, tiek izvirzīti sekojoši **darba uzdevumi:**

1. Analizēt un salīdzināt kultūras pasākumu ekonomiskās ietekmes novērtēšanas teorijas un metodes, lai izvēlētos to, kas ir vispiemērotākā Pasaules koru olimpiādes ekonomiskās ietekmes novērtēšanai.
2. Izmantojot izvēlēto metodi un datus no Pasaules koru olimpiādes tāmēm un atskaitēm, no intervijām ar olimpiādes organizatoriem, dalībnieku aptaujas, fokusgrupas diskusijas, publikācijām, Centrālās statistikas pārvaldes datus, aprēķināt Pasaules koru olimpiādes 2014 ekonomisko ietekmi.
3. Izveidot pamatu – aprēķinu tabulu *Excel* formātā un rokasgrāmatu – ekonomiskās ietekmes analīzes kalkulatoram Latvijā.

Darba struktūra: Darba pirmajā nodaļā analizēta ekonomiskās ietekmes aprēķināšanas teorētiskā puse – motivācija pētījumu veikšanai, citu valstu pētnieku pieredze, pētījumu stiprās, vājās puses un kritika, aplūkoti, salīdzināti un izvērtēti vairāki kultūras pasākumu ekonomiskās ietekmes novērtēšanas modeļi un metodes, kā arī izvēlēta vispiemērotākā metode Pasaules koru olimpiādes 2014 analīzei. Izmantotas publikācijas un apkopojoši pētījumi, kuru autori ir Sofija Labadī (*Sophia Labadi*), Mišela Rīvza (*Michelle Reeves*), Fransuā Mataraso (*François Matarasso*), Ruta Touza (*Ruth Towse*), Džons Maiersko (*John Myerscough*), tāpat arī atziņas no Raitas Karnītes un Roberta Ķīļa pētījumiem, kā arī dažādu ārvalstu pētnieku publikācijām un jaunākajiem secinājumiem ekonomiskās ietekmes novērtēšanā.

Otrajā maģistra darba nodaļā aprakstīta Pasaules koru olimpiādes uzbūve un struktūra – pasākuma mērķi un pamatprincipi, organizatoriskais process un iesaistītie partneri, analizēti dažādie pasākumu veidi un specifika, ar ko jāaprēķinās empīriskajā pētījumā.

Trešajā darba nodaļā veikta iegūto empīrisko datu analīze un interpretācija – novērtēti olimpiādes dalībnieku tēriņi dienā, aprēķināta Pasaules koru olimpiādes tiešā, stimulējošā, netiešā un kopējā ekonomiskā ietekme, netiešais ieņēmumu efekts.

Darbā iekļautas 12 tabulas, 5 attēli, 4 pielikumi un 67 nosaukumi avotu un literatūras sarakstā.

Pētnieciskās metodes un empīrisko datu ieguves metodes:

Datu iegūšanā izmantotās metodes:

- dziļās daļēji strukturētās intervijas ar olimpiādes organizatoriem;
- fokusgrupas diskusija ar brīvprātīgajiem koru asistentiem;
- olimpiādes dalībnieku interneta aptauja.

Datu apstrādes metodes:

- kontentanalīze;
- ekonomisko aprēķinu veikšana;
- aprakstošā statistika;
- grafiskā analīze.

Darba rezultātā, balstoties konkrētā pētījuma un citu valstu pieredzē, izveidota ekonomiskās ietekmes kalkulatora sagatave un rokasgrāmata tā lietošanai.

1. KULTŪRAS PASĀKUMU EKONOMISKĀ IETEKME

Maģistra darba pirmā nodaļa ir teorētiska – sākumā tiks skaidroti un definēti tēmas pieteikumā un turpmākajā darbā izmantotie jēdzieni un atslēgas vārdi – ekonomiskā ietekme, kultūras pasākumi. Pēc tam tiks aplūkotas metodes, pieejas un motivācijas ekonomiskās ietekmes pētījuma veikšanai, kā arī šādu pētījumu esamība Latvijā. Kad teorētiskā bāze būs iepazīta, ar daudz lielāku pārliecību būs iespējams analizēt šī darba konkrēto piemēru – Pasaules koku olimpiādi Rīgā 2014. gada jūlijā.

1.1. Jēdzienu definēšanas problemātika

„Māksla un kultūra var veicināt pilsētu un reģionu attīstību ar dažādu efektu palīdzību, ko var iedalīt īstermiņa un ilgtermiņa izaugsmes ietekmē. Īstermiņa tēriņu ietekme pārsvarā balstās faktā, ka māksla un kultūra var piesaistīt apmeklētājus – vietējos un ne-vietējos patērētājus, kas atstāj naudu vietējā reģiona ekonomikā. Ilgtermiņa izaugsmes ietekmi var iedalīt divos atšķirīgos tipos – māksla un kultūra kā lokalizācijas faktors cilvēkiem, uzņēmumiem, investīcijām, un kultūras ietekme uz radošumu. Māksla un kultūra var ietekmēt gan pilsētas vai reģiona tēlu, gan atpazīstamību, bet šo novērtēt ir jau krietni sarežģītāk. Īstermiņa tēriņu ietekme veidojas ne tikai no apmeklētāju izdevumiem kultūrā, bet arī saistītajās precēs un pakalpojumos, kā ēdienā, dzērienos, naktsmītnēs, iepirkšanās uml. Šeit visbiežāk izmantotā studiju metode ir ekonomiskās ietekmes analīze. (..) Šī ir jau labi zināma metodoloģija ekonomikā, kur ietekme vienā aktivitātē uz pārējo ekonomiku tiek aprēķināta ar multiplikatoru palīdzību.”¹ Tā kā nozares savā starpā ir saistītas, ieguldot investīcijas kādā no tām, gūstam lielāku efektu, jo naudas līdzekļi daļēji pārplūst arī uz citām, iepērkot materiālus, izlietojot darba algu patēriņa preču iegādei utml.² Koeficientu, kas atspoguļo šo ieguldījumu efektivitāti, ekonomikā sauc par multiplikatoru (arī reizuli, daudzkārstotāju, no angļu val. *multiplier*). Ir dažāda veida multiplikatori: eksportā bāzēti, tradicionālie Keinsa multiplikatori, ielaides un izlaides multiplikatori un

¹ Bille, Trine, Günther G. Schulze. Culture in Urban and Regional Development. *Handbook of the Economics of Arts and Culture. First edition.* Edited by Victor A. Ginsburgh, David Throsby. Amsterdam: Elsevier/North-Holland, 2006. P. 1057.

² Šenfelde, Maija. *Makroekonomika*. Rīga: Rīgas Tehniskā universitāte, 2014. 78. lpp.

proporciju multiplikatori. Multiplikatora lielums atkarīgs no starpreģionālajām saistībām – tas būs zemāks mazākos reģionos, un lielāks – plašākos, pašpietiekamos reģionos.³ Tāpat arī jāņem vērā, ka dažādās nozarēs investīcijām ir atšķirīgs multiplikatora efekts.⁴ Par dažādiem multiplikatoriem dažādos ekonomiskās ietekmes analīzes modeļos tiks runāts 1.3. apakšnodaļā.

Runājot par ekonomisko ietekmi, ir ļoti būtiski nošķirt divus jēdzienus, kas nereti tiek jaukti un tādējādi izmaina kopējo izpratni par ekonomisko ietekmi:

Ekonomiskā aktivitāte attiecas uz kopējo naudas daudzumu, kas iztērēts projekta laikā. Tā ietver visu naudu, ko tērējuši projekta dalībnieki un apmeklētāji, kā arī organizatori projekta sagatavošanai un nodrošināšanai.

Ekonomiskā ietekme attiecas uz *jauno* naudu, kas ienākusi ekonomiskās ietekmes reģiona ekonomikā no ārpusē, kas nebūtu te nonākusi, ja nenotiktu projekts. Visi naudas līdzekļi, ko tērējuši vietējie projekta dalībnieki vai apmeklētāji, netiek iekļauti ekonomiskās ietekmes aprēķinos, tāpat kā naudas līdzekļi, ko tērējuši nejaunie reģiona apmeklētāji. Līdzīgi ir arī ar pasākuma organizēšanas izmaksām – tikai naudas līdzekļi, kas ienākuši interesējošā reģiona ekonomikā no ārpusē un kas ir tērēti uz vietējiem pakalpojumiem un precēm, *skaitās* kā ekonomiskā ietekme. Tātad svarīgākais – ne visas ekonomiskās aktivitātes klasificējas kā ekonomiskā ietekme.⁵

Sandživs Lingajs (*Sanjiv Lingayah*) pētījumu centrā izvirza praktisku veidu ietekmes koncepta izpratnei – veidu, kā tas attiecas uz mākslas procesiem un projektiem. Viņš identificē ielaidi (*inputs*), izlaidi (*outputs*) un iznākumus (*outcomes*) kā pamatkomponentus, lai izmērītu trīs „E” – ekonomiju, efektivitāti un lietderīgumu (*economy, efficiency and effectiveness*). Pēc Lingaja atšķirības ielaides, izlaides un iznākumu mērījumos var atspoguļot shematiskā veidā, kur mērījumi vienā pusē (ielaide) ir salīdzinoši viegli un objektīvi un pakāpeniski pāriet otrā virzienā, kur tie ir daudz sarežģītāki un subjektīvi [izlaide – vēl salīdzinoši objektīva, bet iznākumi – pavisam subjektīvi – *aut.*]. Kad runājam par ietekmi, būtiskākie ir tieši mērījumi, kas skar iznākumus (*outcomes*), to kvalitāti un kvantitāti. S. Lingajs ierosina, ka iznākumu

³ Bille, Trine, Günther G. Schulze. *Culture in Urban and Regional Development...*, pp. 1057 – 1058.

⁴ Šenfelde, Maija. *Makroekonomika*, 80. lpp.

⁵ Economic Impact Toolkit. *Defining economic activity & economic impact*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?PID=59> [skatīts 2015, 20. aprīlī].

mērīšanas sākumpunktam ir jābūt kultūras aktivitāšu mērķu apzināšanai, attiecībā pret kuriem tad var noteikt to lietderību.⁶ Tomēr ekonomiskās ietekmes kontekstā to ir sarežģīti izdarīt, jo liela daļa pasākumu veidotāju mērķus izvirza filozofiski un vairāk skar vēlamo sociālo, nevis ekonomisko ietekmi.

Lingaja izvirzīto ideju zināmā mērā turpina Fransuā Mataraso (*François Matarasso*), kurš paziņo, ka projekta ietekme ir izlaides un iznākumu summa, kopēja projekta rezultātu analīze.⁷ Matarasso savos pētījumos koncentrējas uz kultūras sociālo ietekmi, tomēr šo itin labi var attiecināt arī uz kultūras ekonomisko ietekmi. Apakšnodaļas sākumā minēto pasākuma īstermiņa un ilgtermiņa ietekmi var pielīdzināt izlaidei un iznākumiem. Izlaide būtu tā pati īstermiņa ietekme, kas ir pierādāma, un ir relatīvi viegli aprēķināt konkrētu izlaides vērtību naudas izteiksmē, turklāt tā laika gaitā nemainās. Ja pasākumu apmeklēja konkrēts skaits cilvēku un atstāja tajā konkrētu naudas summu, pēc pasākuma tas vairs nemainīsies. Tāpat arī organizatoru ieņēmumi un izdevumi pasākuma producēšanai ir noslēgusies un pabeigta sistēma. Savukārt izlaide ir līdzvērtīga ilgtermiņa ietekmei – tā ir samērā subjektīva, grūti izmērāma un laika gaitā dažādu apstākļu iedarbībā var mainīties. Pēc pasākuma veicinātā nodarbinātība vai uzņēmumu tālākā attīstība, tāpat arī pasākuma norises vietas tēls un turpmākie apmeklējumi ir atkarīgi ne tikai no konkrētā pasākuma, bet arī dažādiem blakus faktoriem, ko novērtēt ir gana sarežģīti, citkārt pat neiespējami.

„Ja ekonomiskās ietekmes pētījumi tiek izmantoti par pamatu publiskā finansējuma saņemšanai mākslā un kultūrā, vienlaikus jāapjauš, ka nepietiks parādīt, ka māksla un kultūra var radīt ienākumus un paaugstināt nodarbinātību, jo jebkura ekonomiskā aktivitāte to var un dara. Mērķis ir izpētīt (un tas ir ļoti sarežģīti), vai māksla un kultūra stimulē ekonomisko attīstību vairāk, nekā tad, ja subsīdijas tiktu izmantotas alternatīviem mērķiem, piemēram, infrastruktūras attīstīšanai vai sporta pasākumu atbalstīšanai.

Ekonomiskās ietekmes pētījumus var veikt dažādos līmeņos:

- Atsevišķs kultūras pasākums, piemēram, festivāls vai atsevišķa organizācija;

⁶ Reeves, Michelle. *Measuring the economic and social impact of the arts: a review*. London: Arts Council of England, 2002. Pp. 21 – 22. Pieejams: <http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/documents/publications/340.pdf> [skatīts 2015, 28. apr.]. (Turpmāk: Reeves)

⁷ Citēts pēc: Reeves, p. 22.

- Visas pilsētas vai reģiona kultūras dzīve;
- Valstiskā līmenī – kultūras nozare kopumā.⁸

Arī kultūras ekonomikas pētnieks no Austrālijas, Deivids Trošbijs (*David Throsby*) savā 2004. gada ziņojumā konferencē Čikāgas universitātē raksta par jēdziena „ietekme” divām nozīmēm, kad tas tiek lietots frāzē „ekonomiskās ietekmes analīze”. Viņš pats izvēlas vairāk koncentrēties uz visa kultūras sektora (īpaši radošo industriju) ekonomisko ietekmi vai drīzāk ieguldījumu. Otra nozīme, kas būtiskāka šī maģistra darba pētījuma kontekstā, skan šādi: „(..) ekonomiskās ietekmes pētījums tiek attiecināts uz institūciju (piemēram, mākslas muzeju) vai festivālu. Šajos gadījumos ietekme ir specifiska, to var redzēt, piemēram, kopējā nodarbinātībā vai reģiona ienākumos no institūcijas vai festivāla. Jautājums ir, kā projekta pastāvēšana ietekmē ekonomisko aktivitāti, un analītiķiem parasti interesē salīdzināt scenārijus ar projektu un bez projekta, lai parādītu ieguvumus no ieguldījumiem festivālā.”⁹

Runājot par pasākumu klasifikāciju, tos var iedalīt gan pēc satura, gan formas. Daudzi autori savos pētījumos ir mēģinājuši pasākumus klasificēt, un šeit tiks aplūkotas tikai dažas no iespējām, lai precīzāk nodalītu robežas, kas tiek saprasts ar jēdzienu *kultūras pasākums*.

Viens no veidiem ir pasākumus pēc to satura iedalīt trīs lielās grupās – biznesa, sporta un kultūras. Turklāt, lai arī sporta pasākumus tehniski var pieskaitīt kultūras pasākumiem, tomēr tiem ir sava saturiskā specifika. Pēc tam pasākumus var sīkāk iedalīt komerciālos un nekomerciālos. Kopumā – jebkuru pasākumu raksturo tādas iezīmes kā plaša sabiedrības interese, konkurence par norises vietu, ekonomiskā ietekme un ietekme uz tūrismu, ieguvumi vietējai kopienai, nepieciešamība novērst riskus (īpaši masu pasākumos), politiskā ietekme (atkarība no finansējuma devējiem), komplicēts organizēšanas process, dažādas ietekmes grupas.¹⁰

Donalds Gecs (*Donald Getz*) pasākumus iedala kultūras svinībās, mākslas un izklaides pasākumos, biznesa un tirdzniecības pasākumos, sporta un atpūtas pasākumos,

⁸ Bille, Trine, Günther G. Schulze. *Culture in Urban and Regional Development...*, p. 1059.

⁹ Throsby, David. *Assessing the Impacts of the Cultural Industry*. Presented at Lasting Effects: Assessing the Future of Economic Impact Analysis of the Arts conference. 2004, May. P. 1. Pieejams: <https://culturalpolicy.uchicago.edu/sites/culturalpolicy.uchicago.edu/files/Throsby2.pdf> [skatīts 2015, 28. janv.].

¹⁰ Van der Wagen, Lynn. *Human Resource Management for Events. Managing the event workforce*. Amsterdam: Elsevier/North-Holland, 2007. Pp. 5 – 9.

politiskajos un valsts pasākumos un privāti funkcionējošos pasākumos.¹¹ Lai arī autors uzskatāms par vienu no citētākajiem jomas pētniekiem, tomēr šim dalījumam autore līdz galam nevēlas piekrist kultūras un izklaides pasākumu nojauktās robežas dēļ.

Vēl viens variants ir pasākumus klasificēt četrās daļās kā to dara Antons Šouns (*Antone Shone*) – personīgas dabas pasākumi (kāzas, jubilejas utml.), kultūras pasākumi, izklaides pasākumi (izklaide, sports, atpūta) un organizāciju pasākumi (korporatīvi, politiski, labdarības, pārdošanas, biznesa).¹² Šī darba autore par kultūras pasākumiem satura ziņā turpmāk runās šīs klasifikācijas ietvaros, tāpat, neieskaitot izklaides, korporatīvus un privātus pasākumus.

Iedalot pasākumus pēc to formas, visbiežāk vērā tiek ņemts pasākuma mērogs, tā publicitāte un apmeklētāju un/vai dalībnieku skaits. Šeit tipiskākais iedalījums būtu:

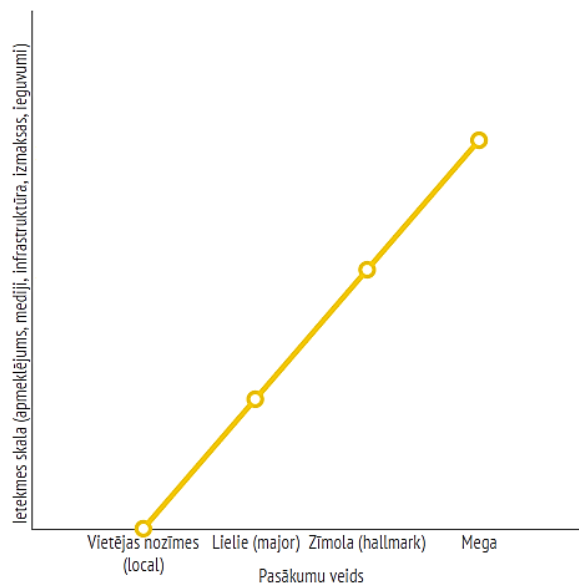
- vietējas nozīmes pasākumi (*local events*);
- lieli pasākumi (*major events*) – tādi, kas spēj piesaistīt ievērojamu apmeklētāju skaitu, mediju uzmanību un radīt ekonomisko ietekmi; tie var būt gan valstiska mēroga, gan starptautiski;
- zīmola / atpazīstamības pasākumi (*hallmark events*) – konkrētai vietai piesaistīti plaši atpazīstami pasākumi (piemēram, Riodežaneiro karnevāls, *Oktoberfest* Vācijā utml.);
- mega pasākumi (*mega-events*) – tie ir pasākumi, kas ietekmē daudzu valstu ekonomikas un par kuriem runā pasaules medijos (piem., Olimpiskās spēles, Pasaules tirdzniecības izstādes EXPO utml.).

Šī pasākumu klasifikācijas skala tieši korelē ar šo pasākumu ekonomisko ietekmi (apmeklējumu, mediju interesi, infrastruktūru, izmaksām un ieguvumiem).¹³

¹¹ Getz, Donald. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned events*. 2nd ed. New York: Routledge, 2012. P. 41.

¹² Shone, Anton, Bryn Parry. *Successful Event Management*. London, New York: Continuum, 2001. Pp. 5 – 7.

¹³ *Festival and Special Event Management*. 2nd ed. J. Allen, W. O'Toole, I. McDonnell, R. Harris. Milton: Wiley & Sons, 2002. Pp. 11 – 14.



1. attēls. Dažādu pasākumu veidu izraisītā ietekme

Turpinot par kultūras pasākumiem ekonomiskās ietekmes kontekstā, blakus pasākuma mērogam ir vairāki būtiski faktori, kas jāņem vērā – piemēram, pasākuma norises vietu skaits un apmeklētāju iesaiste. Pirmkārt, „vairāku norises vietu pasākumus ir daudz sarežģītāk izvērtēt, jo robežas izplūst, pētījumu lauks kļūst daudz plašāks un vienmēr ir liels risks vienu un to pašu apmeklētāju pieskaitīt vairākkārt.”¹⁴ Un otrkārt, „tieši pasākumi, kas nodrošina apmeklētāju iesaisti, veicina lielākus apmeklētāju tēriņus nekā tie, kas balstās tikai vērošanā.”¹⁵ No politikas veidotāju puses, kam ekonomiskā ietekme ir būtiska, pasākumi tiek pārvērsti par katalizatoriem apmeklētāju piesaistīšanai, veicinot viņu vizītes paildzināšanos un lielākus vidējos tēriņus. Vienlaikus apmeklētāji ir arī pasākuma norises vietas tēla veidotāji, kas, atgriežoties savās mājās, pozicionē norises vietu kā potenciālu tūrisma galamērķi. Šāda parādība novedusi pie jauna apzīmējuma – pasākumu tūrisms.¹⁶

Tāpat pētījuma lauks ir skaidrs, un būtiskākās atziņas šajā apakšnodaļā ir par ekonomiskās ietekmes izvērtējuma divām pusēm – izlaidi jeb īstermiņa ietekmi un iznākumiem jeb ilgtermiņa ietekmi, no kuriem vienkāršāk aprēķināt izlaidi, bet

¹⁴ *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*. B. Janeczko, T. Mules, B. Ritchie. Southport: Sustainable Tourism CRC, 2002. P. 5. Pieejams: <http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Estimate%20Econ%20Impacts%20Festivals-Events.pdf> [skatīts 2015, 20. febr.].

¹⁵ *Estimating the economic impacts of festivals and events...*, p. 4.

¹⁶ *Festival and Special Event Management...*, p. 35.

jēgpilnāk un krietni sarežģītāk – tieši iznākumus. Tāpat arī novilkta kultūras pasākuma robežas un ieskicēta iespējamā pasākuma ekonomiskā ietekme, ņemot vērā tā mērogu un tipu.

1.2. Ekonomiskās ietekmes aprēķināšana

Lai vēlreiz uzsvērtu atšķirību un novērstu apjukumu turpmākajā darbā, autore vēlas nošķirt divus būtiskus jēdzienus. Ar ekonomiskās ietekmes analīzi vai aprēķināšanu tiek saprasts plašāks koncepts – jebkuras metodes izmantošana, lai noteiktu kāda pasākuma vai projekta ekonomisko ietekmi (angļu valodā – *economic impact analysis*). Savukārt ekonomiskās ietekmes novērtēšana ir viena no metodēm ietekmes aprēķināšanai (angļu valodā – *economic impact assessment*). Turpmākajā apakšnodaļā tiks izvērtēts, kāpēc vispār būtu jāveic ekonomiskās ietekmes analīze, ar kādām problēmām un riska faktoriem jārēķinās, kādi ir iespējamie ieguvumi un trūkumi šāda pētījuma veikšanai.

1.2.1. Ekonomiskās ietekmes pētījumu veikšanas motivācija

„Tātad, kāpēc veikt ekonomiskās ietekmes pētījumu? Tam ir vairāki iemesli. Vai pētījums tiek uzsākts iekšējām vajadzībām, lai palīdzētu labāk izprast savu organizāciju, vai arī ārējiem mērķiem – lai palīdzētu citiem, piemēram, saviem finansējuma devējiem, skaidrāk redzēt jūsu darba vērtību? Vai jums interesē tikai ekonomiskie efekti, ko rada jūsu organizācijas izdevumi, vai jums interesē arī sociālie un kulturālie ieguvumi no jūsu darba?”¹⁷ Uz šiem jautājumiem būtu jāatbild katram, kas apsver domu uzsākt šādu pētījumu. Lielākoties impulss pētījuma veikšanai nāk no organizācijas iekšpuses, un tad tiek veikts vai nu pašu spēkiem, vai pasūtīts.

Būtiskākā motivācija šāda pētījuma veikšanai vismaz esošajā ekonomiskajā situācijā un kontekstā ir finansējuma pamatošana. No tā likumsakarīgi izriet vēl viens saistīts šādu pētījumu mērķis – pēc Pasaules Bankas domām, ietekmes novērtēšana ir arī vērtīgs lēmumu pieņemšanas rīks politikas veidotājiem. Tam par iemeslu kalpo fakts, ka

¹⁷ BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture. Practical guidance on research methodologies for arts and cultural organisations*. London: Arts Council England, 2012. P. 5. Pieejams: http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/Final_economic_benefits_of_arts.pdf [skatīts 2015, 25. febr.].

pētījumi vēlas nodrošināt atgriezenisko saiti un palīdzēt uzlabot programmu un politikas efektivitāti un padarīt programmas saprotamas sabiedrībai.¹⁸ Tāpat arī kultūras industrijas var sniegt vērtīgu ieguldījumu labklājības veicināšanā, neredzamajā eksportā (*invisible exports*) un nodarbinātībā. Atzinīgi tiek vērtēts arī to potenciāls pārveidot daudzas ierastās prakses, iedvesmot jaunus producentus, nodrošināt jaunas prasmes un kompetences, piemēram, inovāciju, oriģinalitāti, radošumu un problēmu risināšanu, ko viegli var attiecināt uz reģionālām un lokālām ekonomikām.¹⁹ Visi šie pozitīvie faktori sociālajā ietekmē veicina lēmumu pieņemšanu par labu kultūras pasākumiem un projektiem. Šeit parādās arī otra puse: „Kultūrpolitikai mākslās un mantojuma jomā parasti ir kulturāli mērķi, lai gan dažādās kultūrpolitikas nozarēs, īpaši radošajās industrijās, mērķi var būt arī izteikti ekonomiski un vēl vairāk – politikas veidotāji un mākslas organizācijas var izvēlēties realizēt projektus, ņemot vērā to ekonomisko ietekmi.”²⁰ Tomēr ne viss ir tik viennozīmīgi. „Ekonomiskās ietekmes analīze politikas veidotājiem nodrošina noderīgu informāciju, bet to atsevišķi nevar izmantot, pamatojot publiskā finansējuma piešķiršanu investīciju projektiem, teiksim, muzeju vai teātru būvniecībā; šos datus nevar skatīt vienus pašus atrauti no labklājības ekonomikas argumentiem.”²¹

Rezumējot jāsecina, ka visierastākā motivācija ekonomiskās ietekmes pētījumu veikšanai ir pasākuma izvērtējums un iespēja pamatot finansējuma devējiem pasākumam piešķirto līdzekļu efektivitāti.

1.2.2. Pētījumu attīstības vēsture

Kopš 80. gadu sākuma mākslas un kultūras aktivitātes kļuva par būtisku iezīmi pilsētu attīstības programmās Lielbritānijā. Konkrētas pilsētas meklēja risinājumus ekonomiskai pārstrukturizācijai un tradicionālo ražošanas industriju aizstāšanai. Ņemot piemēru no Amerikas un Eiropas pilsētu pieredzes, lielākās Lielbritānijas pilsētas – Glāzgova, Mančestra un Liverpūle – iezīmēja savas ambiciozās kultūras attīstības stratēģijas, bieži tās balstot labākajos galvaspilsētu projektu piemēros. Šīm stratēģijām

¹⁸ Reeves, p. 31.

¹⁹ Turpat, p. 10.

²⁰ Towse, Ruth. *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. P. 263.

²¹ Turpat, p. 283.

tika pievērsta uzmanība Politikas Pētniecības Institūta pasūtītajā pētījumā *Mākslu ekonomiskā nozīme Lielbritānijā* (1988)²², ko veica Džons Maiersko. Pētījumā viņš nosauca mākslas sektoru par patstāvīgu un augošu sektoru ar 10 miljardu mārciņu apgrozījumu gadā un 500 000 nodarbinātajiem.²³ Lai arī Maiersko atsaucas uz „mākslas sektoru”, viņa plašā definīcija pārklājas faktiski ar visu kultūras sektoru. Izmantojot metodoloģiju, kas apvienoja aptaujas, intervijas ar kultūras sektora profesionāļiem, kvantitatīvos un kvalitatīvos datus, kā arī multiplikatorus, Maiersko nodemonstrēja, ka kultūras sektors ir ekonomiski nozīmīgs pats par sevi, pilsētvides atjaunošanās katalizators un tas uzlabo reģiona tēlu un padara to par labāku vietu dzīvošanai.²⁴ Ar multiplikatora izmantošanu Maiersko parādīja, ka tiešie izdevumi mākslas sektorā rada izdevumus citos ekonomikas sektoros, kas rezultātā uzlaboja labklājību un radīja darbavietas, kā arī padarīja pilsētas pievilcīgākas iedzīvotājiem un uzņēmumiem. Viņa pētījumam bija tālejoša ietekme uz kultūras sektoru – tas nostiprināja argumentu par mākslu ekonomisko ietekmi kā godīgu faktoru publiskā finansējuma regulārai saņemšanai. Šis ziņojums radīja labu pamatu/ augsni turpmākiem ietekmes pētījumiem un analīzēm, ko pasūtīja vietējā pārvalde un citi publiskā finansējuma devēji.²⁵

20. gadsimta pēdējās dekādēs ekonomiskās ietekmes pētījumus bieži izmantoja valsts un pašvaldību iestādes, lai iegūtu informāciju, ar kuru pamatot izvēlēto politiku un izlīdzināt publiskos izdevumus mākslai un kultūras mantojumam. Daži centās izmērīt visa kultūras sektora ekonomisko ietekmi, citi bija pieticīgi un analizēja konkrētu projektu. Visu sektoru aptverošos pētījumus ekonomisti noraidīja kā metodoloģiski nepareizus, bet pat tad, ja pētījums veikts pareizi, politikas veidotāji tāpat pārspīlēja rezultātus, ignorēja ierobežojumus aprēķinos un galā vienkārši paziņoja ciparu. Vēl vairāk – raksturīga bija tendence kultūras projektiem piedēvēt labumus un ienākumus, kas būtu radušies jebkuras nozares līdzīgam projekta veidam. Tā rezultātā

²² Myerscough, John. *The Economic Importance of the Arts in Britain*. London: Policy Studies Institute, 1988.

²³ Reeves, p. 7.

²⁴ Labadi, Sophia. *Evaluating the socio-economic impacts of selected regenerated heritage sites in Europe*. Amsterdam: European Cultural Foundation, 2008. Pp. 14 – 15. Pieejams: http://www.encatc.org/pages/fileadmin/user_upload/Forum/Sophia_Labadi_2008CPRA_Publication.pdf [skatīts 2015, 28. febr.]. (Turpmāk: Labadi)

²⁵ Reeves, pp. 7 – 8.

ekonomiskās ietekmes pētījumi ieguva sliktu slavu un pēdējā laikā raksturīga tendence tos vienkārši norakstīt kā nederīgus.²⁶

80. gados novērtējuma pētījumos kultūras sektora ekonomiskā dimensija bija noteicošā.²⁷ Tomēr pamazām kultūras sektorā pieauga raizes par to, ka debates ap kultūras projektu un aktivitāšu vērtību centrējās tikai un vienīgi ap ekonomiskajiem labumiem, uzsverot nodarbinātības paaugstināšanos un pieaugošus ienākumus. Daudzi pētnieki iebilda, ka šis nepilnīgais skats uz mākslu ietekmi pilnīgi neņēma vērā ieguldījumu tādās nozarēs kā veselība, izglītība un sociālā iekļaušanās.²⁸ Tādējādi 90. gados fokuss pārslēdzās uz nozares sociālo ietekmi, un pētnieki un politikas veidotāji nonāca konfliktos par to, ka ekonomiskā ietekme ir tikai viena daļa no kultūras projektu ieguvumiem.²⁹

Mūsdienās svarīgāk par pašu faktu, ka jānosauc konkrēta summa, kāda ir pasākuma ekonomiskā ietekme (lai arī to uzzināt, viennozīmīgi, ir interesanti), ir parādīt, ka kultūras pasākumi vispār veicina naudas apriti un starpnozaru sadarbību. Fokuss pārslēdzies uz tīkla pētījumiem, kas aplūko šīs attiecības un saistību starp nozarēm. Sadarbības veicināšana ir būtiskāka par konkrētas summas aprēķināšanu. Protams, netrūkst arī izņēmumu, un vismaz ārvalstu prakse liecina, ka ietekmes (gan ekonomiskās, gan sociālās, gan politiskās, gan vides u.c.) novērtēšanas pētījumi ir ierasta lieta lielo pasākumu organizatoriem, un katrs izvēlas pētījuma veidu pēc savām iespējām un interesēm. Ir pat izveidoti universāli instrumenti, lielākoties tiešsaistes kalkulatoru formā, kas palīdz kultūras menedžeriem ātrāk un vienkāršāk pašiem veikt savu pasākumu ekonomiskās ietekmes analīzi. Tiesa, to gan nevar teikt par Latvijas situāciju, kurā ekonomiskās ietekmes pētījumi vēl joprojām ir pavisam jauns un maz pētīts lauks.

1.2.3. Problemātika un kritika

Laika gaitā ekonomiskās ietekmes pētniecība acīmredzami saskārusies ar ļoti daudz kritiskiem vērtējumiem un pat noliegumiem. Sektora nozīmīgākais *cietais rieksts*

²⁶ Towse, Ruth. *A Textbook of Cultural Economics*, p. 283.

²⁷ Labadi, p. 15.

²⁸ Reeves, p. 14.

²⁹ Labadi, p. 15.

projektu un programmu ietekmes un vērtības atspoguļošanā ir „kā izmērīt iznākumu (*outcome*), nevis izlaidi (*output*)”.³⁰

F. Mataraso, Dž. Moriartija, F. Šova, B. Stīvensons un H. Džermīna savos pētījumos ir identificējuši iemeslus nopietnu pētījumu un akurāta novērtējuma trūkumam. Te ietilpst:

- Mākslas pasaules intereses trūkums attīstīt novērtēšanas sistēmas, kurās pierādīt tās vērtību (izņemot, finansējuma piesaistīšanas attiecību kontekstā).
- Vērtēšana tiek uzskatīta par papildus, nevis integrētu aktivitāti mākslas procesā. Tai tiek piešķirti neproporcionāli mazi resursi lielākās daļas mākslas organizāciju budžetos.
- Pamatīgu un sistemātisku pieeju trūkums novērtēšanas procesā.
- Mākslas iespēju, attiecībā pret kurām mērīt nodrošinājuma kvalitāti vai kvantitāti, plānošanas normu trūkums.
- Organizāciju primārā motivācija, veicot novērtēšanu, ir izpildīt naudas devēja mērķus, nevis pašiem novērtēt savas aktivitātes ietekmi uz konkrētu reģionu.
- Datu vākšana tiek uztverta kā nepatīkams mājasdarbs, nevis kā instruments savas organizācijas darbības uzlabošanai.
- Pretestība un mākslas projektos iesaistīto dalībnieku negatīvā attieksme pret novērtēšanu; tā bieži tiek uztverta kā uzbāzīga un pazemojoša.
- Nespēja aprēķināt pārvietošanās (*displacement*) un noplūdes (*leakage*) efektus izdevumos vietējā ekonomikā.
- Ne-kvantitatīvo ekonomisko efektu (piemēram, pilsētas tēla) nepietiekama ņemšana vērā.
- Ir ļoti viegli kļūdīties multiplikatora efektu (*multiplier effects*) aprēķināšanā.³¹
- Būtiska atšķirība starp izmaksu – ieguvumu analīzi (*cost – benefit analysis*) un ekonomiskās ietekmes pētniecību ir tā, ka izmaksu – ieguvumu analīzes projekta ienākumi ir salīdzināmi ar citu potenciālo projektu ienākumiem. Ekonomistiem ir svarīgi spēt veikt šo salīdzinājumu. Ekonomiskās ietekmes pētniecība parasti ar to nenodarbojas; tā apskata tikai mākslas projektu iespējamību, nesalīdzinot to,

³⁰ Reeves, p. 31.

³¹ Turpat, pp. 34 – 42.

piemēram, ar jaunas ēkas celtniecību sporta vajadzībām.³² Turklāt jāpiebilst, ka nav iespējams veikt salīdzinājumu par dažādu pasākumu ekonomisko ietekmi, kas norisinās atšķirīgās pilsētās vai pat valstīs, jo multiplikators, ko piemēro kopējās ekonomiskās ietekmes aprēķinos, ir atšķirīgs katrā ekonomiskajā sistēmā, un pašam pasākumam uz to nav pilnīgi nekādas ietekmes.³³ Līdz ar to var secināt, ka ekonomiskās ietekmes pētījumi visbiežāk ir atsevišķi, savrupi un nesalīdzināmi.

Deivids Trosbijs uzsver, ka „labi veidoti pētījumi, kas ievēro ekonomisku un statistisku precizitāti, var būt ļoti noderīgi. Diemžēl ir daudz neveiksmju. Ir bijusi virkne šaubīgu pētījumu tehnikas pielietojumu gadu laikā; šķiet, ka vāji veikti pētījumi īpaši regulāri parādās, kad to motīvs ir savu interešu aizstāvēšana, nevis objektīva ekonomiskā analīze.”³⁴

„Vēl viens ekonomiskās ietekmes pētījumu traucējošais faktors ir tas, ka bieži pētījumus veic individuālas kultūras organizācijas un tad neņem vērā faktu, ka tās savā (neparedzamā) veidā konkurē ar citām kultūras organizācijām par vietējo un ārzemju viesu piesaisti; tātad katra no tām nevar cerēt piesaistīt katru unikālo apmeklētāju. Tāpat pilsētas un reģioni neņem vērā substitūcijas jeb aizvietošanas efektu, piesaistot apmeklētājus no kaimiņpilsētām. Viena pilsēta var gūt labumu no citu izdevumiem, bet to nevajadzētu ņemt vērā, ja tiek rēķināta ekonomiskā ietekme uz valsts tautsaimniecību – centrālajai valsts pārvaldei šajā gadījumā jāvērtē kopējā situācija valstī.”³⁵

Derīgiem pētījumiem (tad, kad tādi pastāv) tik un tā ir būtiski ierobežojumi. Helēna Džermīna (*Helen Jermyn*) izceļ šādus aspektus ekonomiskās ietekmes pētniecībā, kas izsauc kritiku: „mazas, šabloniskas aptaujas, paļaušanās uz pašu atskaišu datiem, gadījuma analīžu pasniegšana ļoti vispārinātā veidā, procesu analīzes trūkums utt. Turklāt bieži, lai saprastu secinājumus, kas veikti pēc šādiem pētījumiem, nepieciešama kvalifikācija”.³⁶

³² Towse, Ruth. *A Textbook of Cultural Economics*, p. 178.

³³ The eventIMFACTS Toolkit. *Measuring the Total Economic Impact*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/advanced_resource/measuring/ [skatīts 2015, 18. aprīlī].

³⁴ Throsby, David. *Assessing the Impacts of the Cultural Industry...*, p. 1.

³⁵ Towse, Ruth. *A Textbook of Cultural Economics*, p. 523.

³⁶ Citēts pēc: Reeves, p. 32.

Galū galā jebkura kultūras pasākuma ekonomiskās ietekmes analīze agrāk vai vēlāk novedīs pie tā, ka nav iespējams aprobežoties tikai ar grāmatvedības datiem. „Sektorā ir arī tādi, kas satraucas, ka mākslas sociālais un ekonomiskais pamatojums ar uzsvaru uz mākslu kā līdzekli citiem mērķiem kalpos mākslas kā vērtības pašas par sevi devalvācijai.”³⁷ Ļoti spilgti un lakoniski to raksturo Džons Tuza (*John Tusa*): „Mocarts ir Mocarts savas mūzikas dēļ, nevis tāpēc, ka viņš radīja tūrisma industriju Zalcburgā vai iedeva savu vārdu šokolādei un marcipānam. Pikaso ir svarīgs, jo iemācīja savam gadsimtam jaunu veidu, kā skatīties uz lietām, nevis tāpēc, ka viņa glezna Gugenheima muzejā Bilbao atdzīvina citādi nomaļu Ziemeļspānijas ostu. Van Gogs ir vērtīgs savu tēlu un krāsu intensitātes dēļ, un nevis tāpēc, ka viņš padarīja populāras saulespuķes un koka krēslus. Absolūta kvalitāte ir augstākais vērtības mērs mākslās; pārējie faktori ir interesanti, noderīgi, bet sekundāri.”³⁸

Vispārinot un noslēdzot par kritiku pret ekonomiskās ietekmes pētījumiem – „tie parāda to, ka māksla, gluži tāpat kā jebkura cita ekonomiskā aktivitāte, rada ietekmi uz pārējo ekonomiku.”³⁹ Apakšnodaļas noslēgumā jāsecina, ka ekonomiskās ietekmes pētījumi ir vajadzīgi, bet tomēr ir ļoti svarīgi tos veikt kvalitatīvi un labi, citādi no tiem nav lielas jēgas. Neskatoties uz to, ka savā ziņā pētīt tikai ekonomisko ietekmi šobrīd ir novecojis piegājiens, tomēr tā ir apzināta izvēle, jo Latvijā trūkst šādu jomas pētījumu, turklāt pētījuma virzību nosaka sākumā izvirzītie mērķi – aktualizēt ekonomiskās ietekmes pētījumu veikšanu un izveidot kalkulatoru kā palīgu katram menedžerim.

1.3. Metodes un modeļi ekonomiskās ietekmes analīzei

„Lielākā daļa ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metožu koncentrējas uz šādiem faktoriem:

- nodarbinātība,
- apgrozījums (ar mēģinājumiem kvantificēt valsts subsīdiju daļu),
- nozares (organizatoru) un/vai auditorijas tēriņi vietējā ekonomikā.

³⁷ Reeves, p. 36.

³⁸ Citēts pēc: Reeves, p. 36.

³⁹ Bille, Trine, Günther G. Schulze. *Culture in Urban and Regional Development...*, p. 1064.

Atsevišķos pētījumos ir dažādi mēģinājumi aprēķināt eksporta ieņēmumus, uzņēmumu lielumu un skaitu, apmeklētāju skaitu, radītos nodokļu ieņēmumus, ārvalstu ieguldījumus un, piemēram, projekta dalībnieku skaitu, kas apgūst prasmes, kas palīdz profesijā.”⁴⁰

Turpmākajās apakšnodaļās tiks apskatīti konkrēti modeļi, to pielietojums, mērķi, stiprās un vājās puses, kā arī piemērotība kultūras projektu vai pasākumu ekonomiskās ietekmes analīzes specifikai, mērķiem un pieejamajiem datiem.

1. tabula

Metožu pārskats

1.	Investīciju sociālā atgriešanās
2.	Aprakstošā pētniecības metode
3.	Nosacītā novērtēšanas metode
4.	Nozares kartēšanas modelis
5.	Ražošanas ķēdes modelis
6.	Ekonomisko ieguldījumu analīze
7.	Finanšu apsekojuma metode
8.	Melnās kastes metode
9.	Sociālo tīklu analīze
10.	Ielaides-izlaides modelis
11.	Ekonomiskās ietekmes novērtēšana

M. Rīvza, R. Ķīlis, D. Trosbijs, R. Touza, Dž. Maiersko u.c.

Darba turpinājumā sīkāk pēc kārtas tiks aplūkota katra no minētajām metodēm.

1. Investīciju sociālā atgriešanās (*social return on investment*)

Teorētiski jebkura veida aktivitāšu izmaksu – ieguvumu analīzē būtu jāņem vērā pilns izdevumu un ieguvumu spektrs – sociālie, kultūras, vides u.c. Realitātē šādu izdevumu novērtēšana naudas izteiksmē ir pārāk grūta, tie bieži vispār netiek ņemti vērā (kā tas ir, piemēram, ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodē). Investīciju sociālās

⁴⁰ Reeves, p. 50.

atgriešanās metode ir radīta, lai pildītu šo izaicinājumu. Tā pretendē būt par „sociālo grāmatvedību”, kas iekļauj ne-ekonomikas izdevumus un ieguvumus.

Ir divu tipu investīciju sociālās atgriešanās mērīšanas tehnikas:

- Izvērtējošā: tiek veikta retrospektīvi un balstās iznākumos, kas jau ir notikuši.
- Paredzošā: tā paredz, cik liela sociālā vērtība tiks radīta, ja aktivitātes sasniegs to plānotos rezultātus.

Savā būtībā investīciju sociālā atgriešanās ir veids, kā saprast organizācijas aktivitāšu vērtību. Tā balstās aktivitāšu ietekmē uz organizācijas ietekmes grupām un auditoriju. Metode sākas ar ietekmes grupu un tā, kā organizācija tās ietekmē (gan pozitīvi, gan negatīvi), definēšanu. Šī forma veido pamatu „ietekmes kartei”. Nākamās procesa stadijas iesaista novērtēšanu, kas ir būtiskākie ietekmētāji un vai tos var izmērīt kvantitatīvi vai kvalitatīvi. Būtiskākais – fokusēšanās uz ietekmes grupām, kas piedalās vērtību un ietekmes definēšanā, nozīmē, ka investīciju sociālās atgriešanās pētījums ir nesalīdzināma metodoloģija.

Šī metode, lai arī intriģējoša, saskaras ar dažiem būtiskiem izaicinājumiem mākslu un kultūras sektorā. Lielākās daļas mākslas organizāciju darbs primāri nekoncentrējas uz sociālu labumu gūšanu – citi elementi (nodarbinātība, kulturālā bagātināšanās vai izklaide) ir stiprāki. Tā vietā investīciju sociālās atgriešanās metode biežāk tiek lietota brīvprātīgo sektorā, kur fokusēšanās uz specifiskām sociālām un vides izmaiņām labi saskan ar daudzām labdarības aktivitātēm.⁴¹

Metodes plusi:

- Investīciju sociālā atgriešanās ļauj kultūras projekta ieguvumus pasniegt un monetarizēt tādā veidā, lai iesaistītajām pusēm daudz skaidrāk parādītu programmas (pasākuma/ projekta) vērtību.
- Šāda pētījuma veikšana organizāciju var krietni vairāk satuvināt ar tās ietekmes grupām, tādējādi padziļinot izpratni par tās vērtību.
- Investīciju sociālā atgriešanās ne vienmēr prasa plašu primāro izpēti – datus par dalībnieku rezultātiem var iegūt no ietekmes grupām.

⁴¹ BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture...*, pp. 24 – 25.

Riski un ierobežojumi:

- Investīciju sociālās atgriešanās metode nebūs piemērota lielākajai daļai mākslas un kultūras organizāciju, kas tiešā veidā necenšas sasniegt būtiskus sociālos labumus.
- Metode labāk izmantojam patstāvīgiem projektiem.
- Kā tehnika tā ir neērta. Iznākumi nav salīdzināmi ne ar ko citu, jo ieinteresētās puses katru reizi definē, kas tieši veido vērtību un kā to mērīt, tomēr rezultāti ir izteikti universālā naudas izteiksmē.⁴²

2. Aprakstošā pētniecības metode (*descriptive research method*)

Aprakstošā pētniecības metode visbiežāk tiek izmantota situācijās, kad uz “kāpēc?” jautājumiem nav iespējams gūt atbildes, tāpēc nākas pieturēties tikai pie faktiem un uzdot jautājumus „kas?”. Metodes galvenais mērķis ir aprakstīt pētījuma objekta datus un raksturlielumus, un tās ideja ir izpētīt regularitāti, vidējos rādītājus un citus statistiskus aprēķinus. Lai arī metode ir ļoti precīza un akurāta, tā nevērtē situācijas cēloņus, to biežāk izmanto situācijās, kad nepieciešams gūt precīzāku izpratni par pētījuma objektu. Ierastākās datu ieguves metodes ir aptaujas un kontentanalīze. Datu apstrādē tiek izmantota aprakstošā statistika. Datu apstrādē tiek izveidotas kategorijas, kurās iegūtie apraksti tiek kārtoti. Viens no plaši zināmiem aprakstošās pētniecības metodes paraugiem ir ķīmijas periodiskā tabula, kurā ķīmiskie elementi kārtoti secībā, ievērojot to specifiskās īpašības.⁴³ Ekonomiskās ietekmes novērtējumā modelis rada datus, kas ļauj mērīt dažādas sektora ekonomiskās iezīmes, piemēram, nodarbinātības līmeni. Metodei raksturīgs:

- Tiešā veidā netiek uzskatīta par ekonomiskās ietekmes analīzi.
- Apraksta kopējo situāciju un nozīmīgākos ekonomiskos faktorus nozarē.
- Izmanto primāros un / vai sekundāros datu avotus.

⁴² BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture...*, p. 27.

⁴³ Shields, Patricia, Nandhini Rangarajan. *A Playbook for Research Methods. Integrating Conceptual Frameworks and Project Management*. Stillwater: New Forums Press, 2013. Pp. 71 – 75.

- Būtiska kultūras sektora nodarbinātības līmeņa vai sektora ieņēmumu ekonomiskās vērtības izcelšanai, piemēram, lai atspoguļotu jautājumus, kurus nepieciešams risināt.⁴⁴

3. Nosacītā novērtēšanas metode (*contingent valuation*)

Šīs metodes mērķis ir novērtēt pakāpi, līdz kurai patērētāji gūst labumu no produkta vai pakalpojuma, virs un zem cenas, ko viņi par to maksā. Tādējādi šī metode ļauj piešķirt vērtību lietām vai aktivitātēm, kam nav noteiktas tirgus cenas, piemēram, bezmaksas muzeja apmeklējumam.

Šī metode mēģina noteikt trīs vērtību līmeņus:

- Izmantojuma vērtība: vērtība, ko cilvēki gūst no tiešas preces vai pakalpojuma izmantošanas.
- Izvēles vērtība: vērtība, ko gūst no tā, ja pakalpojums viņiem būs pieejams kādā brīdī nākotnē.
- Pastāvēšanas vērtība: vērtība, ko gūst no pakalpojuma pastāvēšanas, pat ja viņi pakalpojumu paši neizmanto. Piemēram, cilvēks var novērtēt bibliotēkas esamību savā apkārtnē, lai arī pats neizmanto bibliotēku.

Šī ir tehniski ļoti prasīga pieeja, tās realizēšanai nepieciešami augsti kvalificēti pētnieki, tāpat arī pirmsizpēte, lai sasniegtu nosacītās novērtēšanas metodes mērķus. Līdz 2012. gada maijam Lielbritānijā kultūras sektorā tikuši veikti tikai divi lieli pētījumi, kuros izmantota nosacītās novērtēšanas metode – Britu bibliotēkas un Boltonas muzeju, bibliotēku un arhīvu servisa pētījumi. Šī metode ir bieži izmantota vides un transporta ekonomikā.⁴⁵

Metode ietver aptaujas, lai apkopotu informāciju par izvēli jeb vēlmi maksāt (*willingness to pay*), ko savukārt izmanto, lai noteiktu dažādu kultūras resursu un projektu ekonomisko vērtību. Lai gan citās nozarēs tā ir populāra metode, kultūras jomā tā ienākusi salīdzinoši nesen. Pētnieki to izmantojuši, lai pētītu dažādu kultūras resursu ārpusstirgus (*non-market*) vērtību. Aptaujā respondentiem tiek lūgts novērtēt, sarindot vai arī izvēlēties no alternatīvām, kas aprakstītas dažādos īpašību līmeņos. Šo metodi

⁴⁴ Reeves, p. 51.

⁴⁵ BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture...*, pp. 19 – 20.

bieži kritizē par diviem aspektiem – pamatotību un ticamību, kā arī dažādu kļūdu un nobīžu ietekmi.⁴⁶

Metodes plusi:

- Arvien vairāk attīstīta metode, kas īpaši noderīga, ja pakalpojumam vai precei nav tirgus vērtības.
- Rezultātus var izteikt naudas vērtībā, lai tos būtu vieglāk saprast un salīdzināt.
- Kopumā šī ir Lielbritānijas Valsts kases iecienītākā metode, tātad ir atbilstoša organizācijām un pasākumiem, kas tiešā veidā saistīti ar centrālo valsts pārvaldi.

Metodes trūkumi:

- Tā prasa ļoti rūpīgu datu vākšanu pirms pasākuma norises. Aptaujas var būt sarežģītas, ņemot vērā pakalpojuma lietotāju un nelietotāju izplatību kādā apkārtnē.
- Daudzas kultūras organizācijas jau noteikušas cenu savām precēm un pakalpojumiem. Šajos gadījumos nav lielas nepieciešamības pēc nosacītās novērtēšanas metodes – jau ir skaidrs, cik patērētāji ir gatavi maksāt par kultūras precī vai pakalpojumu: viņu izvēles jau ir zināmas un nav *jāatklāj*.
- Metodes realizēšanai nepieciešami prasmīgi pētnieki.
- Respondenti var nesaprast viņiem prasīto. Tāpat viņi var sniegt atbildi, kas, viņuprāt, ir pareiza, nevis patiešām atbilst viņu domām un iespējām.
- Datu analīzei ir jābūt caurspīdīgai – par to, kuras grupas kādu vērtību piešķir pakalpojumiem – piemēram, pakalpojuma nelietotāji aptaujās veido ievērojamu daļu no noteiktās vērtības.
- Praksē ļoti maz kultūras organizācijas ir veikušas šādus pētījumus.⁴⁷

4. Nozares kartēšanas modelis (*sector mapping model*)

Modelis nav domāts konkrēti ekonomiskās ietekmes analīzei, tomēr ietver aprakstošās pētījuma metodes un ielaides – izlaides modeļa elementus. Izmantojot primāros un sekundāros datus, kultūras nozare vai radošās industrijas tiek kartētas un

⁴⁶ *Kultūras sektora ekonomiskā nozīme un ietekme Latvijā. Kvantitatīvs pētījums.* Darba grupas vadītājs Roberts Ķīlis. Rīga: Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija, 2007. 19. lpp. (Turpmāk: Ķīlis)

⁴⁷ BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture...*, pp. 20 – 23.

analizētas, un, kombinācijā ar gadījumu analīzi vai apakšnozaru analīzi, tas ļauj identificēt stratēģiskus jautājumus, kas saistīti ar potenciālo nozares ekonomisko ietekmi kopumā un apakšnozaru ietvaros.⁴⁸

5. Ražošanas ķēdes modelis (*production chain model*)

Šis modelis tiek izmantots radošo produktu attīstīšanas procesa aprakstīšanai. Tas koncentrējas uz dažādām attīstības fāzēm – no idejas radīšanas, izpētes, līdz pat produktu radīšanai un prezentēšanai.⁴⁹

Raksturīgais:

- Modelis saistīts ar dinamikas, savstarpējo atkarību un saikņu noteikšanu starp apakšnozarēm un nozares iekšienē.
- Fokusējas uz ražošanas ķēdes daļām, kas atbild par radošā satura radīšanu.
- Parasti ietver SIC un SOC kodu (Standarta industriju klasifikācijas un Standarta profesiju klasifikācijas kodu) analīzi, primāro datu savākšanu no nozares dalībniekiem par darba un tirdzniecības sistēmu, biznesa kapacitāti un darbībām, informāciju un tīklojumu, tirgiem, apakšnozaru jautājumiem, vajadzībām un potenciālu.
- Parasti izmantots, lai identificētu vai ietekmētu stratēģiskas intervences nozares vai radošo industriju attīstībā.
- Bieži iekļauj aizstāvības stratēģiju, lai ietekmētu politiskās debates un attīstību.⁵⁰

6. Ekonomisko ieguldījumu analīze (*economic contribution analysis; economic footprint analysis; size analysis*)

Šī metode fokusējas uz organizācijas aktivitāšu apjoma aprēķināšanu un salīdzināšanu ar valsts ekonomiku kopumā. Lai arī šī metode zināmā mērā pārklājas ar ekonomiskās ietekmes novērtēšanu, tā reti tiek izmantota kultūras sektorā, vismaz lai aprēķinātu vienas organizācijas ekonomisko ietekmi – tā daudz biežāk tiek izmantota,

⁴⁸ Ķīlis, 19. lpp.

⁴⁹ Reeves, p. 56.

⁵⁰ Ķīlis, 18. – 19. lpp.

lai aplūkotu industrijas vai nozares ietekmi. (piem., radošo industriju ekonomiskās ietekmes novērtēšanā).

Metodes ietvaros tiek veikti divi standarta aprēķini: nodarbinātība un bruto pievienotā vērtība (*Gross Value Added (GVA)*). Nodarbinātību ir viegli saprast un relatīvi viegli aprēķināt – tas ir cilvēku skaits, kas strādā konkrētajā organizācijā vai nozarē. Otrā vienība – bruto pievienotā vērtība – ir sarežģītāka. GVA ir organizācijas aktivitāšu radītās vērtības aprēķins/ novērtējums valsts ekonomikā kopumā. Tādējādi šī metode atšķiras no ekonomiskās ietekmes novērtēšanas, kas parasti orientējas uz konkrētu vietu vai reģionu. Īsumā – bruto pievienotā vērtība izsaka vērtību, ko organizācija pievieno ielaidei, veidojot izlaidi. Tieši tāpēc šo metodi parasti neizmanto vienas kultūras organizācijas vai konkrēta pasākuma ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai.⁵¹

7. Finanšu apsekojuma metode (*financial survey model*)

Nodrošina plašu ieskatu kāda notikuma, objekta, apakšnozares klāstera (*cluster*) vai nozares iekšējās un ārējās finanšu darbībās. Metodes pamatā parasti ir kvantitatīva bankas kontu analīze, biļešu tirdzniecības vietu dati, apmeklētāju vai vietējo biznesa aptauju un tirgus novērtējumi.⁵² Metode prasa apjomīgu kvantitatīvo datu vākšanu, kas ne vienmēr ir izdarāms. Pie šīs metodes pieskaitāms Džona Maiersko klasiskais ekonomiskās ietekmes pētījums. Pētījumus ar šo metodi iespējams padziļināt un izvērst, kombinējot ar citām metodēm un modeļiem (piemēram, ielaides – izlaides modeli) vai piemērojot multiplikatorus, kā to ir darījis Dž. Maiersko. Par šīs metodes trūkumu varētu uzskatīt pētnieku mazo vēlmi veidot šādu padziļinātu novērtēšanu.⁵³

8. Melnās kastes metode (*black-box testing*)

Melnās kastes metode pēta procesu, par kura iekšējām darbībām nav skaidru zināšanu. Ir zināms, kādi ir ievaddati un kādus rezultātus sagaida, taču nav zināms, kā

⁵¹ BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture...*, p. 14.

⁵² Ķīlis, 18. lpp.

⁵³ Reeves, p. 53.

pie šiem rezultātiem nonāk.⁵⁴ Melnās kastes metode ir jebkurš process/ mehānisms, kura darbības process lietotājam nav saprotams vai pieejams. Ar melnās kastes metodes palīdzību loģiski izprotami gala rezultāti un to sasniegšanas varbūtība, un vienlaicīgi tā ļauj kļūt daudz atvērtākiem jaunām iespējām. Melnās kastes metodi parasti izmanto inženierzinātnēs, ražošanā, projektu vadībā, pētniecībā un statistikā. Tiešā veidā tā nav paredzēta ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai, tomēr var palīdzēt, analizējot ilgtermiņa ekonomisko ietekmi un modelējot ekonomisko situāciju reģionā ar vai bez konkrēta kultūras pasākuma.

Veidojot modeli, ieteicams noskaidrot, kā objekts reaģē uz konkrētiem ievaddatiem. Tas nozīmē, ka jāievada dati un jānovērtē iegūtais rezultāts, vēlreiz jāievada dati un vēlreiz jānovērtē iegūtais rezultāts, tā atkārtojot vairākas reizes. Pastāv bezgalīgs ievaddatu skaits. Palielinoties ievaddatu skaitam, rodas problēma tos apvienot un nolasīt rezultātu. Lai to izdarītu, ir nepieciešama testēšanas stratēģija.⁵⁵

9. Sociālo tīklu analīze (*social network analysis*)

Sociālo tīklu analīzes teorija piedāvā alternatīvu skatījumu, kur indivīdu īpašības ir mazāk svarīgi elementi kā to savstarpējās attiecības un saites. Sociālo tīklu analīze ir pastāvošo attiecību un informācijas plūsmas attēlošana un novērtēšana starp cilvēkiem, grupām, datoriem, mājaslapām un citiem zināšanu resursiem. Sociālā tīkla „mezgli” ir cilvēki un grupas (dalībnieki), bet saites parāda attiecības vai plūsmas starp „mezgliem”. Sociālo tīklu analīze nodrošina gan vizuālo, gan matemātisko cilvēku attiecību analīzi, kas balstās uz pieņēmumu par attiecību svarīgumu starp mijiedarbībā esošajām vienībām. Sociālo tīklu analīzē cilvēki ir savstarpēji atkarīgi. Šāda pieeja ir noderīga, lai izskaidrotu pastāvošos fenomenus reālajā pasaulē. Pieaugot interesei un palielinoties tīkla analīzes izmantošanai, ir panākta vienprātība par galvenajiem principiem, uz kuriem balstās tīkla analīzes perspektīva. Papildus radniecīgu koncepciju izmantošanai ir jāpievērš uzmanība arī šādiem secinājumiem:

- Dalībnieki un viņu darbības ir savstarpēji atkarīgas, nevis neatkarīgas.

⁵⁴ *Melnās kastes metode*. Inovatīvās darbības pamatelementi – InnoSupport rokasgrāmata MVU. Pieejams: http://www.ltp.lv/cd/LV/lv/wso/index.cfm@fuseactionlearnl_id5326pl_id5325.htm [skatīts 2015, 20. martā].

⁵⁵ *Kā izmantot melnās kastes metodi?* Rokasgrāmata “Inovatīvās darbības pamatelementi”. Pieejams: <http://www.innosupport.net/index.php?id=2084&L=2> [skatīts 2015, 20. martā].

- Attiecību saites (saiknes) starp dalībniekiem ir kanāli, pa kuriem notiek resursu “plūsma” (gan materiālā, gan nemateriālā).
- Tīkla modeļi koncentrējas uz indivīdiem un apskata tīklu strukturālo vidi, kas sniedz iespējas vai ierobežojumus individuālai darbībai.
- Tīkla modeļi piedāvā struktūru (sociālo, ekonomisko, politisko, utt.) kā paliekošas dalībnieku attiecību sistēmas.⁵⁶

Sociālo tīklu analīzei raksturīgas divas iezīmes:

1. To vada formāla matemātiska teorija;
2. Tā balstās sistemātiskā empīrisku datu analīzē.

Metode sāka attīstīties 20. gs. 70. gados, kad modernā kombinatorika (īpaši grafu teorija) piedzīvoja strauju attīstību un pētniecībai pieejami kļuva pirmie relatīvi jaudīgie datori – no tā brīža sociālo tīklu analīze kļuva par neatkarīgu starpdisciplināru specialitāti un tās izaugsme bijusi strauja. Tai bijis būtisks pielietojums organizāciju rīcības un starp-organizāciju attiecību izpētē, infekcijas slimību izplatības, garīgās veselības, sociālā atbalsta, informācijas izplatības un dzīvnieku sociālās organizēšanās pētniecībā. Šobrīd sociālo tīklu analīzes pētniecība ir kļuvusi par starptautisku kustību ar savām profesionāļu apvienībām, tekstu izdevumiem, žurnāliem, pētniecības un apmācības centriem un datorprogrammām, kas īpaši radītas datu strukturētai atspoguļošanai.⁵⁷

Metode savā būtībā atspoguļo to, ka kultūra kā nozare nav savrupa un ir atkarīga no tautsaimniecībās nozarēm – bez tām kultūra nemaz nevar eksistēt.

10. Ielaides – izlaides modelis (*input-output model*)

Ar šo metodi veikta lielākā daļa ekonomiskās ietekmes pētījumu, un arī Latvijas retajos pētījumos šis modelis ir funkcionējis kā ierastākais.

⁵⁶ *Kas ir sociālā tīkla analīze?* Rokasgrāmata “Inovātīvās darbības pamatelementi”. Pieejams: <http://www.innosupport.net/index.php?id=2084&L=2> [skatīts 2015, 20. martā].

⁵⁷ International Network for Social Network Analysis. *What is Social Network Analysis?* Pieejams: http://www.insna.org/what_is_sna.html [skatīts 2015, 20. maijā].

Ielaide (*input*) ir resursi – cilvēku, izejmateriālu, enerģijas, informācijas vai finanšu –, kas tiek ieguldīti sistēmā (piem., ekonomikā, ražotnēs, datorsistēmās), lai iegūtu vēlamu izlaidi. Ielaidi grāmatvedībā tradicionāli klasificē pie izdevumiem.⁵⁸

Izlaide (*output*) ir

1. Enerģijas, darba, preču vai pakalpojumu daudzums, ko saražo iekārtas, rūpnīca, kompānija vai indivīds kādā laika periodā.
2. Līgumu slēgšanā – vēlamais rezultāts no projekta vai līgumslēdzēja.⁵⁹

Ielaides-izlaides modeļa aprēķiniem nepieciešami divu pušu dati – no apmeklētājiem un pasākuma organizatoriem.

2. tabula

No pasākuma apmeklētājiem nepieciešamie dati

1. Par apmeklētājiem	
a. Kopējais unikālo apmeklētāju skaits	
b. No kurienes tie ieradusies	
2. Par apmeklētāju izdevumiem	b. Citi izdevumi:
a. Transporta izdevumi, kas saistīti ar pasākuma apmeklējumu:	– Ieejas maksa (biļetes)
– Degviela	– Restorāni, bāri, tirgotavas
– Autostāvvietas	– Ēdiens veikalos
– Autobusi, sabiedriskais transports, taksometrs	– Naktsmītnes
– Vilciens	– Suvenīru iegāde
– Citi	– Apģērbi, apavu, rotaslietu iegāde
	– Tūrisma firmas, gidi
	– Citi
3. Kā tiešā veidā apmeklētāja tēriņi bija saistīti ar kultūras projektu?	

Raabová, Tereza. *Economic Impact Calculator: Do It Yourself!*⁶⁰

Dati, kas nepieciešami no pasākuma organizatoriem – algas, honorāri, telpu īre, aprīkojums, izdevumi pamataaktivitātēm, mārketinga un popularizēšanas izdevumi,

⁵⁸ Defining inputs. *BusinessDictionary.com – online business resource*. Pieejams: <http://www.businessdictionary.com/definition/inputs.html> [skatīts 2015, 23. martā].

⁵⁹ Defining output. *BusinessDictionary.com – online business resource*. Pieejams: <http://www.businessdictionary.com/definition/output.html> [skatīts 2015, 23. martā].

⁶⁰ Raabová, Tereza. *Economic Impact Calculator: Do It Yourself!* Pp. 6 – 8. Prague: Arts and Theatre Institute, 2014. Pieejams: https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=ACEI2014&paper_id=191 [skatīts 2015, 15. martā].

izglītības izdevumi, izdevumi informāciju tehnoloģijām, mazumtirdzniecības izdevumi, izdevumi būvniecībai un citi izdevumi. Svarīgi noskaidrot, cik lielā mērā kultūras organizācijas izdevumi paliek vietējā tautsaimniecībā, kā arī cik būtiska ir vietējā piegādātāja komponente kultūras sektora funkcionēšanā (gan resursu, gan darbaspēka ziņā).⁶¹

„Ielaides-izlaides analīze sākas ar ielaides – izlaides koeficientu [multiplikatoru] aprēķināšanu. Ielaides koeficienti ir kopējo izmaksu daļa, kas radusies saistībā ar precēm, pakalpojumiem un primāro ielaidi. Tā kā ielaides koeficienti attiecas uz visu ielaidi, ieskaitot atlikušo mainīgo lielumu “darbības rezultāts”, to vērtība ir 1. Izlaides koeficienti, savukārt ir daļu daļas kopējā izlaidē (ieņēmumos) vai tirgus daļas attiecībā uz precēm un primāro ielaidi. Attiecībā uz pievienoto vērtību tie atspoguļo primārās ielaides sadalījumu. Izlaides koeficientus aprēķina, katru ielaides-izlaides tabulas ierakstu dalot ar atbilstošo kopējo lielumu rindās. Koeficienti ir salīdzinoši viegli atvasināmi no valstu ielaides – izlaides tabulām.”⁶² Šādas tabulas regulāri prezentē statistikas biroji visā pasaulē, kā standarta daļa no valsts grāmatvedības datiem. SIOT ir simetriskā ielaides izlaides tabula un to var meklēt katras valsts statistikas pārvaldē.⁶³ Tomēr dažas ielaides – izlaides tabulām līdzīgas tabulas var dot lielāku cerību. Piemēram, sociālās grāmatvedības matricas (SAMs) nav tik prasīgas pret datiem, bet tāpat ļauj veikt līdzīga veida analīzes ekonomisko izmaiņu starpnozaru efektos. SAMs piedzīvoja popularitāti 70. un 80. gados, īpaši Pasaules Bankā, kur tās tika nenogurstoši izmantotas kā darba rīks attīstības plānošanai.⁶⁴

Metodes stiprās puses:

- Nodrošina saprotamu veidu gan naudas plūsmu aprēķināšanai starp nozarēm, apakšnozarēm, uzņēmumiem, organizācijām un patērētājiem, gan dažādu multiplikatora efektu izsekošanai ekonomikā.
- Bieži tiek izmantots vai nu lai analizētu makroekonomisko izmaiņu ietekmi uz vietējo ekonomiku, vai lai aplūkotu konkrēta sektora/ dibinājuma ieguldījumu vietējā ekonomikā.

⁶¹ Kīlis, 21. lpp.

⁶² Turpat, 20. lpp.

⁶³ Raabová, Tereza. *Economic Impact Calculator...*, p. 8.

⁶⁴ Throsby, David. *Assessing the Impacts of the Cultural Industry...*, p. 3.

- Ielaides – izlaides modeļi var tikt pielāgoti specifiskiem vietējiem apstākļiem un ekonomikām.⁶⁵
- Ja ielaides – izlaides tabulas uzsver attiecību starp industrijām, koeficienti var tikt izmantoti, lai noteiktu iespējamo ietekmi uz ekonomiku, sekojot izmaiņām attiecīgajā industrijā. Tos var izmantot, lai noteiktu kāda jauna projekta relatīvo vērtību, ja jāsalīdzina vairāki projekti, kas tiecas uz atbalstu no tiem pašiem finanšu līdzekļiem konkursa ietvaros.⁶⁶

Metodes trūkumi:

- Koeficientu (parasti – izlaides, pievienotās vērtības vai nodarbinātības aspektos) izmantošana prasa izpratni par iesaistītajiem procesiem. Jānorāda arī, ka koeficienti ir uz vidējiem rādītājiem balstīti statistikas apkopojumi un tādējādi neņem vērā, piemēram, tehnoloģiskās izmaiņas.
- Kultūras koeficientu pieejamība valstī vai reģionā atkarīga no ielaides – izlaides tabulu detalizācijas pakāpes, ja šādas tabulas valstī vai reģionā vispār eksistē.⁶⁷ Jaunākās *input-output* (IOT) tabulas Latvija publicējusi 2012. gadā par 2004. gadu.⁶⁸
- Ielaides – izlaides modeļa aprēķini ir tieši un precīzi, bet pieprasīto datu apjoms – milzīgs, jo jāatspoguļo katras ekonomiskās aktivitātes iedaļas izdevumi un ieņēmumi. Tā rezultātā ne visas valstis savāc prasītos datus, tāpat arī atšķiras datu kvalitāte, lai arī ANO ir uzstādījis standartus šādai datu vākšanai Nacionālajā Grāmatvedības Sistēmā (*System of National Accounts* (SNA)). Datu vākšanas un sagatavošanas process ielaides – izlaides tabulām ir atbildīgs, ilgstošs un intensīvs datordarbs, tāpēc tās bieži tiek publicētas ilgi pēc gada, par kuru dati ir tikuši vākti (tipiski tā ir kādu 5 – 7 gadu nobīde). Vēl vairāk – datu mērījumi šādām tabulām tiek noteikti labākajā gadījumā reizi vairākos gados, nevis ikgadēji.⁶⁹

⁶⁵ Reeves, pp. 54 – 55.

⁶⁶ Kīlis, 20. lpp.

⁶⁷ Turpat.

⁶⁸ OECD Input-Output Tables – Dates of last updates/revisions. Pieejams: <http://www.oecd.org/sti/ind/44484093.pdf> [skatīts 2015, 21. martā].

⁶⁹ Richards, Howard. *Understanding the Global Economics. Second edition*. Thousand Oaks: Peace Education Books, 2004. Pp. 323 – 324.

- Ielaides – izlaides metodes precizitāte atkarīga no koeficientu precizitātes, laika noilguma, ekonomikas izmaiņu ātruma, perioda, par kuru tāme sastādīta, plānoto gala pieprasījumu precizitātes un pieņēmumu piemērotības, uzdodot jautājumus.
- Modelis ir statisks un ignorē atkāpes starp izmaiņām ražošanas pieprasījumā un piedāvājumā, izmaiņām ražošanā un izmaiņām ieņēmumos, izmaiņām ieņēmumos un izmaiņām pieprasījumā, izmaiņām ražošanā un izmaiņām kapacitātē.⁷⁰

11. Ekonomiskās ietekmes novērtēšana (*economic impact assessment*)

Samērā līdzīga metode ielaides – izlaides modelim, bet ar citu multiplikatoru piemērošanu, ir ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metode. Šī metode pārsvarā saistās ar īstermiņa ekonomisko ietekmi, kas balstās kultūrtūrisma. Metode ir labi piemērota atsevišķa pasākuma ietekmes novērtēšanai. Šīs metodes pamatā ir ietekmes iedalīšana trijās daļās – tiešajā, netiešajā un stimulējošajā ietekmē:

- Tiešā ietekme – nodarbinātība un ienākumi, kurus veido kultūras aktivitātes.
- Stimulējošā vai saistītā ietekme – tā ir apmeklētāja ietekme – aprēķinot apmeklētāju tēriņus transportam, ēdienam, dzērieniem, iespējams, naktsmājām utml.
- Netiešā ietekme jeb multiplikatora ietekme, ko matemātiski izrēķina no abām iepriekšminētajām.⁷¹

Netiešā ietekme = (tiešā ietekme + stimulējošā ietekme) x multiplikators

Kopējā ekonomiskā ietekme = tiešā ietekme + stimulējošā ietekme + netiešā ietekme

Kultūras jomā un ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodē piemērotākie būs divi multiplikatori – investīciju un Keinsa. Investīciju multiplikatoru būs piemērotāk izvēlēties, aprēķinot kādas organizācijas vai infrastruktūras būves (piem., jaunas koncertzāles) ekonomisko ietekmi, jo tajā gadu gaitā un ilgtermiņā tiek ieguldītas investīcijas un finanšu līdzekļi. Rēķinot pasākuma ekonomisko ietekmi, piemērotāks

⁷⁰ Kīlis, 20. – 21. lpp.

⁷¹ Bille, Trine, Günther G. Schulze. *Culture in Urban and Regional Development...*, pp. 1057 – 1059.

būs Keinsa multiplikators, kas mēra no ārpusē ienākošo tēriņu (piem., tūristu tēriņu) ietekmi uz reģionālo kopproduktu konkrētajā laika periodā (gadā), kad notika pasākums.

- Investīciju multiplikatoru (*investment multiplier*) aprēķina, dalot ienākuma izmaiņas ar investīciju izmaiņām⁷²:

$$k = \frac{\Delta Y}{\Delta I}$$

ΔY = (nacionālā vai reģionālā) ienākuma izmaiņas (*increase in national income*),

ΔI = investīciju izmaiņas (*increase in initial investment*) (abi – konkrētā laika periodā un konkrētā nozarē)

- Keinsa multiplikatora aprēķināšanas formula:

$$k = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m}$$

c = mājsaimniecību patēriņa izdevumi (*the propensity for households to spend*),

t = nodokļu slogs (no IKP vai RKP) (*marginal propensity to tax out of GRP*),

m = importa rādītāji (no IKP vai RKP) (*marginal propensity to import out of GRP*).⁷³

Metodes stiprās puses:

- Ekonomiskās ietekmes novērtēšana ir rīks, kas visplašāk izmantots tieši mākslas un kultūras sektorā un pamatoti uzskatāms par vissaprotamāko.
- Tas ir viens no tiešākajiem piegājieniem un, ja novērtējuma pētījumu pasūta kā ārpalpojumu, tas izmaksās relatīvi mazākas naudas summas.

Trūkumi:

- Nav standartizēta piegājiena ekonomiskās ietekmes novērtējuma veikšanai. Lēmumus par multiplikatora izvēli vai aptaujas anketas jautājumiem var veidot būtisku atšķirību finālā aprēķinātajā ietekmē. Tāpēc ir svarīgi, ka

⁷² Šenfelde, Maija. *Makroekonomika*, 78. lpp.

⁷³ *Estimating the economic impacts of festivals and events...*, pp. 28 – 29.

pētījumi ar šo metodi izskaidro, kā tiek veikti aprēķini un kādi dati tiek ņemti vērā.

- Šī pieeja būs piemērotāka tām organizācijām, kas piesaista būtisku apmeklētāju skaitu no ārzemēm/ citiem reģioniem.⁷⁴
- Ekonomiskās ietekmes neto ieguvumu analīze nav vienkāršs process. Nauda, kas iztērēta teātra vai muzeja apmeklējumam, nevar tikt iztērēta kaut kur citur. Vai šie apmeklētāji ir piesaistīti no citiem reģioniem konkrēti uz šo teātri vai muzeju, vai arī tie ir vietējie, kas citā situācijā apmeklētu citu apskates objektu šajā pašā teritorijā? Ekonomikas žargonā runājot – vai apmeklētāju tēriņi savā būtībā sniedz ekonomikai pienesumu?

Turklāt šai metodei ir virkne ietekmējošu faktoru (efektu):

- Pārvietošanās un aizvietošanas efekti (*displacement and substitution effects*) – šie ir cieši saistīti jēdzieni un mēģina noskaidrot, vai tēriņi jaunajā pilsētas teātrī nozīmē mazāk tēriņu vietējā kinoteātrī vai vecajā teātrī?
- Noplūdes (*leakage*) – daļa no tēriņiem aizplūdis prom no reģiona – vai visi nodarbinātie dzīvo uz vietas, vai arī viņu nodokļi nonāk citās pilsētās? Vai pasākuma organizēšanai nepieciešamie pakalpojumi un preces tiek iepirkti no vietējiem pakalpojuma sniedzējiem un piegādātājiem?
- Pašsvars (*deadweight*) – daļa no tēriņiem vietējā ekonomikā notiktu jebkurā gadījumā, neņemot vērā mākslas vai kultūras organizācijas (pasākuma) klātbūtni. Šis pārsvarā attiecas uz vietējo iedzīvotāju tēriņiem.

Lai pētījums tiktu uzskatīts par korektu, ekonomiskās ietekmes novērtēšanā jāņem vērā visi šie efekti. Vēl ļoti būtiski ir būt precīziem projekta ģeogrāfiskajās robežās – vai tas ir vietējs, reģionāls vai nacionāls. Kuri būs šie papilddefekti, lielā mērā ir atkarīgs no tā, kurā ģeogrāfiskajā kategorijā projekts ietilpst.⁷⁵

Izvērtējot visu iepriekš aplūkoto metožu stiprās un vājās puses, autore secina, ka Pasaules koru olimpiādes ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai piemērotākā būs pēdējā aplūkotā metode – ekonomiskās ietekmes novērtēšana. Tieši šī metode visbiežāk

⁷⁴ BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture...*, p. 13.

⁷⁵ Turpat, p. 8.

izmantota mākslas un kultūras sektorā un ir pamatoti uzskatāma par vissaprotamāko un tiešāko. Šī pētījuma mērķis ir iegūt konkrētu skaitli – Pasaules koru olimpiādes ekonomiskās ietekmes novērtējumu, un šī metode tam ir vispiemērotākā. Tāpat arī šī pieeja ir labi piemērota pasākumiem, kas piesaista lielu apmeklētāju skaitu no ārzemēm, kā tas ir konkrētajā piemērā. Visi aprēķini darba 3. nodaļā balstīsies tieši šajā metodē un atsevišķas 1.3.2. apakšnodaļā minētās pozīcijas un jēdzieni tiks paskaidroti sīkāk un izvērsti plašāk.

1.4. Palīgrīki ekonomiskās ietekmes aprēķināšanā

Organizācijas, kas vēlas veikt savu pasākumu ekonomiskās ietekmes analīzi, parasti izvēlas veikt ekskluzīvus pētījumus, lai arī katrai no tām jau tāpat ir jāpatērē laiks un resursi savu projektu īstenošanā. Lai vai kā, pēdējos gados organizācijām, kurām nav kapacitātes veikt atsevišķu pētījumu, ir parādījusies alternatīva. Vairākas organizācijas un pētnieku grupas ir izveidojušas speciālus palīgrīkus, lai palīdzētu kultūras sektoram aprēķināt tā ekonomisko ietekmi.

Parasti tie ir divās formās:

- vadlīnijas, kas piedāvā detalizētas instrukcijas un padomus šāda pētījuma veikšanai,
- tiešsaistes kalkulatori, kas veic matemātiskos aprēķinus no datiem, ko tajos ievada.⁷⁶

Veiksmīgākie kalkulatoru piemēri:

1. Vestmidlendas kultūras novērojumu palīgrīks (*West Midlands Cultural Observatory toolkits*)

www.eitoolkit.org.uk

Šis ekonomiskās ietekmes palīgrīks tika izveidots 2011. gadā kā daļa no Kultūras olimpiādes Vestmidlendā. Tas sastāv no četriem tiešsaistes kalkulatoriem un virknes saistīto resursu, lai palīdzētu cilvēkiem no visas Lielbritānijas aprēķināt savu kultūras pasākumu un aktivitāšu ekonomisko ietekmi. Šobrīd ap 500 Lielbritānijas

⁷⁶ BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture...*, p. 29.

organizāciju ir izmantojušas šo rīku.⁷⁷ Kalkulatora pamatā divas ekonomiskās ietekmes analīzes metodes – investīciju sociālā atgriešanās un ekonomiskās ietekmes novērtēšana –, kā arī vēl atsevišķi iespējams aprēķināt GVA jeb bruto pievienoto vērtību.

Ekonomiskās ietekmes kalkulators ir veidots, lai aprēķinātu laikā ierobežotu pasākumu un aktivitāšu, nevis organizācijas ekonomisko ietekmi. Kalkulatorā iekļauta tiešā, stimulējošā un netiešā ekonomiskā ietekme, tāpat arī mērķis iekļaut papilddefektus. Tiešā ietekme aprēķināta no organizatoru izdevumiem vietējā ekonomikā, izslēdzot jebkādu finansējumu, kas nācis no vietējās apkārtnes. Stimulējošā ietekme balstīta to apmeklētāju izdevumos, kas ieradās no citiem reģioniem tieši kultūras pasākumu vai aktivitāšu dēļ. Pats lietotājs var izvēlēties, vai piemērot multiplikatoru un aprēķināt arī netiešo un galā arī kopējo ekonomisko ietekmi. Ekonomiskās ietekmes kalkulators piedāvā vadlīnijas, auditorijas aptaujas anketas paraugu, rezultātu tabulu, tāpat arī virkni gadījuma analīžu un padomu no citiem pētījumu veicējiem. Šis rīks prasa aizpildīt 17 – 23 atsevišķas pozīcijas, lai aprēķinātu pasākumu vai kultūras aktivitāšu ekonomisko ietekmi.

2. eventIMFACTS palīgriks

<http://www.eventimpacts.com/>

Pieejas, ko izmanto eventIMFACTS, paredzētas vietēja, nacionāla vai starptautiska mēroga pasākumiem. Šis ekonomiskās ietekmes palīgriks ir soli-pa-solim palīgs, lai aprēķinātu pasākuma tiešo un stimulējošo ekonomisko ietekmi. Tiešā ietekme tiek aprēķināta, no organizatora izdevumiem vietējā ekonomikā atņemot vietējos organizatoru ieņēmumus. Stimulējošā ietekme balstās ne-vietējo apmeklētāju tēriņos, kas ieradās, tieši pateicoties pasākumam. Liela nozīme ir pētījuma aprēķinu un rezultātu caurspīdīgumam un finanšu pārskatiem no organizatoru puses. Šis kalkulators nepiedāvā multiplikatorus, kas ļautu aprēķināt netiešo ekonomisko ietekmi.⁷⁸ Tas arī ir kalkulatora lielākais trūkums.

⁷⁷ Economic Impact Toolkit. *About*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?pID=1> [skatīts 2015, 20. apr.].

⁷⁸ BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture...*, pp. 30 – 31.

3. CULture CALculator (*Kulturní kalkulačka*)

www.culcal.cz

Čehu pētniece Terēza Rabova (*Tereza Raabová*) 2014. gada pavasarī publicējusi pētījumu (finansē Kultūras ministrija, realizē vietējie un ārzemju pētnieki un konsultanti), kurā tiek izstāstīti nepieciešamie soļi pasākuma apmeklētāju tēriņu ekonomiskās ietekmes aprēķināšanas kalkulatora izveidošanai. Tajā jādefinē un jāvāc ielaides dati no apmeklētājiem, jāaprēķina ielaides – izlaides multiplikatori un koeficienti no valsts oficiālās statistikas, jāaprēķina projekta tiešā un netiešā ietekme uz kopējo ražošanu, jāaprēķina bruto pievienotā vērtība, nodarbinātība (radītās jaunās darbavietas), darbinieku ienākumi, ienākumi no uzņēmējdarbības un nodokļu iekasēšanas un visbeidzot – jāinterpretē rezultāti. Internetā balstīto aplikāciju var aplūkot jebkurš, kas vēlas aprēķināt sava projekta ekonomisko ietekmi uz vietējo ekonomiku. Palīgriks jau izmantots un testēts svarīgu starptautisku mūzikas un teātra pasākumu ekonomiskās ietekmes pētījumos Centrāleiropā – Prāgas kvadriennālē, Prāgas pavasarī u.c. Autorus iedvesmoja līdzīga veida modeļi, ko izmanto citās valstīs, piem., EIMAH⁷⁹ (Mākslu un mantojuma ekonomiskās ietekmes modelis) un TREIM⁸⁰ Kanādā. Raksts paskaidro, kā šādi modeļi funkcionē, kā tos var izmantot starptautiski un kā šādu kalkulatoru savām vajadzībām var izveidot jebkurš.⁸¹

Vairāk kā skaidrs, ka šādu kalkulatoru esamība atvieglo darbu un padara ekonomiskās ietekmes pētniecību ērtu un pieejamu, kas Latvijas kultūras projektu menedžmenta situācijā būtu ļoti nepieciešams.

1.5. Jomas pētījumi Latvijā

Latvijā ir veikti virkne pētījumu par dažādu fenomenu un norišu ekonomisko ietekmi – tūrisma, imigrācijas un emigrācijas, eiro ieviešanas u.c. ekonomiskā ietekme. Kultūras jomā ekonomiskās ietekmes pētījumi ir mazāk izplatīti, bet nevar teikt, ka tādu nav.

⁷⁹ Government of Canada, Department of Canadian Heritage. *Economic Impact Model for Arts and Heritage*. 2008. Pieejams: <http://www.rcip-chin.gc.ca/mieap-eimah/manuel-manual-eng.do#s2> [skatīts 2015, 25. martā].

⁸⁰ Ontario Ministry of Tourism, Culture and Sport. *Tourism Regional Economic Impact Model*. Pieejams: <http://www.mtr-treim.com/webtreim/en/main.aspx> [skatīts 2015, 25. martā].

⁸¹ Raabová, Tereza. *Economic Impact Calculator...*, p. 1.

Viena no pirmajām, kas pētījusi kultūras nozares ietekmi uz tautsaimniecību, ir Raita Karnīte ar darba grupu (1998.⁸², 1999.⁸³ un 2003.⁸⁴ gadā). Šie pētījumi ir fundamentāli un rūpīgi izstrādāti, bet gan morāli, gan metodoloģijas ziņā, protams, pēc 16 gadiem jau ir novecojuši.

Vienu no pamatpētījumiem ekonomiskās ietekmes novērtēšanā Latvijas kultūrekonomikā un kultūrpolitikā izstrādājis Roberts Ķīlis ar savu darba grupu⁸⁵ 2007. gadā. Šis ir viens no visbiežāk citētajiem pētījumiem, kurā pirmo reizi latviešu valodā parādās un ir tulkoti apraksti no kultūras ekonomiskās ietekmes ievērojamākajiem pētījumiem Eiropā, līdz ar to beidzot sakārtojot terminoloģiju latviešu valodā un sniedzot īsu un vispārīgu ieskatu dažādās ekonomiskās ietekmes pētīšanas metodēs. Savā pētījumā viņš ir balstījies piemērotākajā no metodēm visas nozares analīzei – ielaides – izlaides analīzē –, tiesa gan, izmantojot jau tam laikam novecojušu izlaides – ielaides tabulu (no 1998. gada), kas savā ziņā neļauj līdz galam uzticēties pētījuma rezultātiem. Tāpat arī, iepazīstoties ar R. Ķīļa pētījumā izmantotajiem pirmavotiem, nākas secināt, ka atsevišķās vietās tulkojumi ir neprecīzi un tāpat prasa pārskatīšanu un kritisku analīzi. Jebkurā gadījumā – šis ir viens no fundamentālākajiem pētījumiem par kultūras ekonomisko ietekmi Latvijā līdz šim.

2013. gada rudenī „Mārketinga praktiķu ACADEMIA” Ilzes Rozenbergas vadībā veikusi pētījumu par masu pasākumu ekonomisko ietekmi, konkrētāk – par Dziesmu un deju svētku ekonomisko ietekmi. Šī pētījuma kopsavilkumā, kas pieejams Latvijas Nacionālā kultūras centra mājaslapā⁸⁶ iespējams iegūt ļoti plašu vispārēju teorētisko bāzi latviešu valodā ekonomiskās ietekmes pētījumu veikšanai un noslēguma secinājumus par to, ka „Ņemot vērā, ka vairāki pētījumi par masu pasākumu ekonomisko ietekmi mēdz rezultēties neviennozīmīgos secinājumos un to ietekmi ir

⁸² Karnīte, Raita. *Kultūras sektora tautsaimnieciskā nozīmīguma novērtējums*. Rīga: BO SIA Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts, 1998.

⁸³ Karnīte, Raita. *Kultūras sektora tautsaimnieciskais nozīmīgums*. Rīga: BO SIA Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts, 1999.

⁸⁴ Karnīte, Raita. *Kultūras nozares ieguldījuma tautsaimniecībā aprēķināšana (statistisko rādītāju pilnveidošana)*. Rīga: BO SIA Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts, 2003.

⁸⁵ *Kultūras sektora ekonomiskā nozīme un ietekme Latvijā. Kvantitatīvs pētījums*. Darba grupas vadītājs Roberts Ķīlis. Rīga: Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija, 2007.

⁸⁶ Rozenberga, Ilze. *Pētījumu par masu pasākumu ietekmi uz ekonomiku pārskats*. Rīga: SIA Mārketinga praktiķu ACADEMIA, 2013. Pieejams:

http://www.lnkc.gov.lv/Uploads/2014/10/28/1414507178_1662.pdf [skatīts 2015, 15. apr.].

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 piensumu ekonomikai, ieteicams īstenot analīzi gan pirms, gan pēc pasākuma norises.”⁸⁷

Lai arī Juri Žagaru nevar uzskatīt par pētnieku, turklāt viņa pozīcija ir saistīta ar interesēm politikā un finansējuma piesaistē, tomēr ir vismaz kāds viedokļu līderis, kas publiskajā telpā un medijos runā par mākslas un kultūras ekonomisko ietekmi un šādu pētījumu nepieciešamību. J. Žagara nesenākā publiskā uzstāšanās par šo tēmu notika 2015. gada 20. februārī radošuma konferencē *Subject: Creativity* Liepājā⁸⁸, kur Juris Žagars stāstīja par Cēsu mākslas festivāla ekonomisko ietekmi. 2014. gada Cēsu mākslas festivālā bijuši 20 000 apmeklētāju, no kuriem tikai 20% ir cēsnieki, pārējie iebraucēji, un 2014. gada festivāla kopējā ekonomiskā ietekme (acīmredzot, uz Cēsu pašvaldības budžetu) bija 213 tūkstoši eiro. Ja ņem vērā, ka pašvaldības ieguldījums festivāla organizēšanā ir niecīgs (tikai 4 % no kopējā 170 tūkst. eiro budžeta), tad ekonomiskā ietekme ir ļoti ievērojama. Kā papildus ieguvumi no festivāla tiek uzsvērti:

- Pilsētas tēls;
- Izglītotāka sabiedrība;
- Stabila īpašumu cena.

Lielā mērā Cēsu mākslas festivāls bija arguments, kāpēc *Vidzemes koncertzāle* tika veidota Cēsīs, nevis Valmierā. Koncertzālē radītas 32 jaunas darbavietas, tāpat arī tuvākās apkārtnes uzņēmumos, piemēram, kafejnīcās utml.

Vēl viens veiksmīgs ekonomiskās ietekmes pētījums kultūras sektorā ir *Latvijas publisko bibliotēku ekonomiskā vērtība un ietekme*⁸⁹, ko veikusi Ieva Strode ar darba grupu 2012. gadā. Pētījums ir ļoti apjomīgs un fundamentāls, aptverot vairāk nekā 800 Latvijas publiskās bibliotēkas. Pētījumā izmantota nosacītā novērtēšanas (*contingent*

⁸⁷ Rozenberga, Ilze. *Pētījumu par masu pasākumu ietekmi uz ekonomiku pārskats*, 22. lpp.

⁸⁸ Žagars, Juris. *Profesionālās mākslas produkti reģiona ekonomikas sildīšanai*. Uzstāšanās radošo industriju konferencē *Subject: Creativity* Liepājā, 2015. gada 20. februārī. Pieejams: <https://www.youtube.com/watch?v=S0WoC53M2rQ> [skatīts 2015, 15. apr.].

⁸⁹ Strode, Ieva. *Latvijas publisko bibliotēku ekonomiskā vērtība un ietekme. Novērtējuma ziņojums*. Rīga: Trešais tēva dēls, 2012. Pieejams: <http://www.kis.gov.lv/download/Latvijas%20publisko%20bibliot%20C4%93ku%20ekonomiska%20vertiba%20un%20ietekme.pdf> [skatīts 2015, 18. aprīlī].

valuation) metode, kas ir viena no sarežģītākajām un skrupulozākajām metodēm. Veikta apjomīga bibliotēku lietotāju aptauja un noskaidrota viņu gatavība un vēlme maksāt konkrētas summas par bibliotēkas pakalpojumiem (kopēšanu, skenēšanu utt.). Latvijā līdzīga apjoma pētījumi ar šo metodi nav veikti.

2006. gadā, saskaroties ar šaubām par Latvijas Nacionālās bibliotēkas jaunās ēkas būvniecību, viens no pētījumiem, kas tika pasūtīts ekonomistiem, bija par bibliotēkas ēkas ekonomisko ietekmi. Tā brīža Latvijas Kultūras ministre Helēna Demakova savā uzrunā konferencē „Kultūras ieguldījums ekonomikā” 2005. gada 14. decembrī teikusi: „(..) naudas piešķiršana kultūrai ir nevis subsīdija, bet gan ieguldījums. Ieguldījums jeb investīcija nozīmē to, ka ieguldītie līdzekļi atmaksājas – ja ne kā tieša finansiāla atdeve vidējā vai ilgākā laika posmā, tad pilnīgi noteikti kā pozitīvs ekonomisks efekts, kuru var izmērīt. Kā augustā notikušajā *Kultūras darbinieku pirmajā forumā* atzina ekonomists Kārlis Goppers, pētījumi par kultūras būvju, notikumu vai procesu ekonomisko atdevi ir pietiekami jauna ekonomikas apakšnozare, kas balstīta modernajās tautsaimniecības teorijās. Goppera kungs patlaban izstrādā Nacionālās bibliotēkas projekta ekonomiskās ietekmes analīzi (..). Jāteic, ka Latvijā nav pārāk daudz piemēru, ar kuru palīdzību mēs varētu novērtēt ieguldījumu kultūras nozarē ekonomisko efektu. Šādu piemēru nav daudz, jo pašu ieguldījumu nav pārāk daudz.”⁹⁰ Pētījuma rezultātā noskaidrojās: „Apzinoties, ka Latvijas Nacionālās bibliotēkas, Rīgas koncertzāles un Laikmetīgās mākslas muzeja būvniecība ir valstiski nozīmīgi projekti, kuros tiks ieguldīti arī ievērojami valsts budžeta līdzekļi, valsts aģentūras „Jaunie „Trīs brāļi”” uzdevumā ir veikts pētījums un analīze par šo objektu ekonomisko pamatojumu un tautsaimniecisko atdevi. Pētījuma autors, Zviedrijā strādājošais autoritatīvais ekonomists Kārlis Goppers secinājis, ka visu trīs projektu īstenošana, tai skaitā būvniecība un sekmīga darbība ģenerēs ievērojamu ekonomisko aktivitāti un tuvākajos 30 gados Latvijas valstij varētu dot aptuveni 144 miljonu latu, bet 50 gados – līdz pat 220 miljonu latu lielus ienākumus.”⁹¹ Tā kā 2009. gadā aģentūra „Jaunie „Trīs brāļi”” ir likvidēta, diemžēl šobrīd vairs nav iespējams iepazīties ar

⁹⁰ *Kultūras ministres Helēnas Demakovas runa konferencē "Kultūras ieguldījums ekonomikā"*, Rīgā, 2005. gada 14. decembrī. Pieejams: <http://www.lvportals.lv/print.php?id=123614> [skatīts 2015, 15. apr.].

⁹¹ *Valsts aģentūra „Jaunie „Trīs brāļi”” Latvijas Nacionālās bibliotēkas ietekmi uz ekonomiku aicina vērtēt, tikai pamatojoties uz faktiem un to analīzi*. Paziņojums plašsaziņas līdzekļiem. 2007, 22. aug. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/jaunumi/?news_id=214 [skatīts 2015, 16. apr.].

K. Goppera pētījumu sīkāk (iepriekš tas bijis pieejams aģentūras mājaslapā), lai noskaidrotu, kādu metodi ietekmes analīzei viņš izmantojis un kāda ir katra atsevišķā infrastruktūras objekta ekonomiskā ietekme. Katrā ziņā fakts par šāda pētījuma esamību jau pats par sevi ir vērtējams pozitīvi.

Vairāki Latvijas Kultūras akadēmijas absolventi rakstījuši bakalaura un maģistra darbus par tēmām, kas saistītas ar kultūras ekonomisko ietekmi. 2008. gadā – Ievas Zemītes maģistra darbs par tēmu *Pasākumu centru darbības ietekmes ekonomiskais novērtējums Latvijā*, kurā konkrētāk analizēta *Dzintaru koncertzāles* ekonomiskā ietekme. 2014. gadā – Līgas Grīnbergas bakalaura darbs par tēmu *Sociālo tīklu analīzes izmantošanas iespējas kultūras ietekmes pētniecībā. „Rīga 2014” piemērs*, kurā blakus ekonomiskajai ietekmei tiek skatīta arī *Rīga 2014* projektu veicinātā sociālā ietekme un sadarbības tīkli starp kultūras un tautsaimniecības nozarēm.

Aktuālākais kāda pasākuma ietekmes pētījums Latvijā ir Andas Laķes un pētnieku grupas veidotais Eiropas kultūras galvaspilsētas Rīga 2014 programmas ietekmes novērtējuma ziņojums, kas prezentēts *Rīga 2014* Starptautiskajā forumā 2015. gada 13. maijā. Tajā analizēta gan *Rīga 2014* sociālā, gan ekonomiskā ietekme. „Pasākumu programmas novērtējuma ietvaros tiek veiktas Latvijas un Rīgas iedzīvotāju aptaujas (lauka darbu nodrošina pētījumu centrs SKDS), konkrētu pasākumu apmeklētāju aptaujas (lauka darbu nodrošina Latvijas Kultūras akadēmijas, Latvijas Universitātes un Rīgas Stradiņa universitātes studenti), mediju analīze, projektu budžetu analīze, intervijas un diskusijas ar EKG organizatoriem un projektu vadītājiem, statistikas datu analīze u.c. aktivitātes.”⁹² Kā pētījuma laikā rakstīja Gints Klāsons, kas strādāja darba grupā: „Ņemot vērā lielo pasākumu programmas projektu skaitu un ievērojamo iesaistīto personu, organizāciju un uzņēmumu skaitu, ekonomiskās ietekmes mērījumu var uzskatīt par vissarežģītāko novērtējuma pētījuma aktivitāti. Ekonomiskās ietekmes aspektā var runāt par vairākiem vērtējamiem aspektiem – pasākumu programmas tiešā (pasākumu projektu budžeti) un netiešā (papildu ienākumi saistītajās jomās) ekonomiskā ietekme, budžeta tēriņu pamatotība, papildu radītie nodokļu

⁹²Pētījums „Rīga – Eiropas kultūras galvaspilsēta 2014 programmas ietekmes novērtējums”. 2014, 1. maijs. Pieejams: <http://office.riga2014.org/2014/05/01/petijums-riga-eiropas-kulturas-galvaspilseta-2014-programmas-ietekmes-novertejums/> [skatīts 2015, 15. apr.].

ieņēmumi u.c.”⁹³ Tiesa gan, no ekonomiskās ietekmes skatpunkta, šis pētījums ir paplašināta un padziļināta versija no jau iepriekš minētā Līgas Grīnbergas bakalaura darba, un galvenais secinājums ir par to, ka 33 % no Eiropas kultūras galvaspilsētas projektiem paredzētā finansējuma⁹⁴ tiešā veidā nonāk citās tautsaimniecības nozarēs.

Kopumā jāsecina, ka Latvijā ir pieejami atsevišķi, savrupi un pārsvarā vienreizēji pētījumi par kādu norisi vai fenomenu kultūras nozarē, bet nevar teikt, ka šādu pētījumu veikšana ir ierasta un pastāvīga prakse, drīzāk tie ir atsevišķi gadījumi, ko lielākajā daļā veicina pasākuma organizatoru vai pētnieku privātā interese. Šī darba rezultātā izveidotais kalkulators palīdzētu veicināt ekonomiskās ietekmes pētījumu popularitāti vai katrā ziņā regularitāti Latvijā.

⁹³ Klāsons, Gints. *Kultūras pasākumu ietekmes novērtējumu iespējas*. „Rīga – Eiropas kultūras galvaspilsēta 2014” piemērs. 2014, 7. maijs. Pieejams: <https://culturelablv.wordpress.com/2014/05/07/kulturas-pasakumu-ietekmes-novertejumu-iespejas-riga-eiropas-kulturas-galvaspilseta-2014-piemers/> [skatīts 2015, 26. febr.].

⁹⁴ Aplūkotas 3 no 6 tematiskajām līnijām

2. PASAULES KORU OLIMPIĀDES RAKSTUROJUMS

Darba 2. nodaļā tiks analizēta Pasaules koru olimpiāde – tās mērķi, organizatori, rīkošanas un dalības principi un nosacījumi, kā arī konkrētāk – sadarbības partneri un norises 2014. gada Pasaules koru olimpiādē Rīgā.

2.1. Pasaules koru olimpiādes būtība un mērķi

Pasaules koru olimpiāde ir lielākais starptautiskais koru pasākums pasaulē. Tās mērķis ir apvienot korus draudzīgā sacensībā neatkarīgi no tautības, rases un izpildītā mūzikas stila.⁹⁵ Pasaules koru olimpiādes galvenais organizators un idejas autors ir Vācijas organizācija *INTERKULTUR*, kas rīko dažādus starptautiska mēroga konkursus, bet 2000. gadā Austrijas pilsētā Lincā pirmo reizi nolēma sarīkot koru *olimpiskās spēles* – pasākumu, ko iedvesmojuši antīko olimpiāžu ideāli. Kopš tā laika Pasaules koru olimpiādes notiek ik pēc diviem gadiem dažādās partnerpilsētās visā pasaulē. Tāpat kā sportā dziedātāji sacenšas par zelta, sudraba un bronzas medaļām aptuveni 30 dažādās kategorijās. Augstākais mērķis ir iegūt Pasaules koru olimpiādes Čempionu titulu. Nav svarīgi, kādā kategorijā koris piedalās, tās visas godīgi vērtē starptautiska žūrija. Tā strādā pēc īpaši izstrādātas vērtēšanas sistēmas, ko *INTERKULTUR* attīstījuši ar savu daudzu gadu pieredzi kā kvalitātes zīmi „Musica Mundi”, un tā garantē maksimālu godīgumu un caurspīdīgumu.

„Kamēr *INTERKULTUR* ar saviem pasākumiem ir kļuvis par prominentu spēlētāju starptautiskajās kultūras apmaiņās, tās dibinātājs Ginters Tičs (*Günter Titsch*), jau strādā pie savas nākamās vīzijas – viņš vēlas satuvināt Olimpiskās spēles ar koru olimpiādi, abiem pasākumiem katru gadu norisinoties vienā vietā. Abu pasākumu idejas vada vieni un tie paši principi – miermīlīgas sacensības par uzvaras lauriem savstarpējas cieņas gaisotnē, neņemot vērā krāsas vai ideoloģiju. Pasaules sportojošās un muzikālās jaunatnes apvienošana būtu nozīmīga un ir realizējama – tas ir ideāls, kas ir sasniedzams.”⁹⁶

⁹⁵ *Rīga 2014 Pasaules koru olimpiādes brīvprātīgo platforma*. Pieejams: <http://piedalies.riga2014.org/lat/units/4-koru-olimpiade> [skatīts 2015, 15. apr.].

⁹⁶ *The Ideas*. The official website of *INTERKULTUR* and its projects. Pieejams: <http://www.interkultur.com/leftnavi/interkultur/the-ideas/> [skatīts 2015, 18. apr.].

Pasaules koru olimpiādes organizatori Preambulā izvirzījuši sociāli un personīgi svarīgus mērķus:

- Kopīga dziedāšana saved kopā tautas

Pasaules koru olimpiādes idejas saknes meklējamās centienos savest kopā cilvēkus un tautas, kas ir vienoti caur dziesmu, caur miermīlīgu sacensību. Šis veids, tautām sanākot kopā arī mākslās, var tikt efektīgi un ilustratīvi demonstrēts un atkal no jauna aktualizēts.

- Piedalīšanās ir lielākais gods

Kā pasaules lielākajam koru konkursam Pasaules koru olimpiādei būtu jāiedvesmo cilvēkiem piedzīvot sadarbības spēku, kas spējīgs izaicināt personību un sabiedrību. Jau piedalīšanās vien ir liels gods. Pasaules koru olimpiāde tiek organizēta amatierkoriem no visas pasaules, vienalga no kura kontinenta tie nāktu, kāds mūzikas žanrs tiktu pārstāvēts to repertuārā vai kādas ir to mākslinieciskās ambīcijas. Šī visas pasaules koru svētku piedzīvošana nozīmē piedalīšanos, uzstāšanos ar savu priekšnesumu, salīdzināšanu ar citiem un kopā dziedāšanas entuziasma izbaudīšanu. Ik pēc diviem gadiem kori no visām pasaules daļām sanāk kopā, lai svinētu Pasaules koru olimpiādi. Kopā viņi svin lielisku mūzikas, dziesmu un dzīvesprieka festivālu.⁹⁷

2.2. Pasaules koru olimpiādes organizatori un to kompetenču raksturojums

Atkāpjoties no kulturāli un sociāli nozīmīgajām idejām Pasaules koru olimpiādes Preambulā, šāda masu pasākuma organizēšanas process ir ārkārtīgi komplicēts un prasa lielu finansiālo resursu piesaisti un lielu cilvēkresursu iesaisti. Savā ziņā jau pats fakts, ka olimpiādes producenti ir Vācijas organizācija, diktē visu turpmāko pasākuma norisi, to skaitā naudas plūsmu un arī ietekmi uz konkrētās olimpiādes norises valsts vai pilsētas ekonomiku. Jāsaprot, ka *INTERKULTUR* ir privāta komercorganizācija, tātad daļa finanšu līdzekļu nonāks šīs organizācijas un attiecīgi ar nodokļu starpniecību Vācijas valsts budžetā. Tajā pašā laikā – stereotipiskais priekšstats par vāciešiem kā pedantiem šeit apliecinās pilnā mērā – pasākuma

⁹⁷*Preamble.* The official website of *INTERKULTUR* and its projects. Pieejams: <http://www.interkultur.com/world-choir-games/preamble/> [skatīts 2015, 3. apr.].

organizēšanas un līdzekļu piesaistīšanas mehānisms ir atstrādāts līdz sīkākajai niansei un partnerpilsētai vien atliek ievērot gadu gaitā pārbaudītos principus, lai pasākums izdotos lieliski un dalībnieki būtu apmierināti.⁹⁸

2.2.1. INTERKULTUR

INTERKULTUR ir pasaules lielākais starptautisko koru konkursu un festivālu organizators kopš 1988. gada. Zem nosaukuma *INTERKULTUR* apvienojas gan bezpeļņas, gan komerciālas organizācijas, kas pārstāv līdzīgas intereses un starptautiski realizē kultūru popularizējošus mērķus.⁹⁹ Viena no šādām apakšinstitūcijām ir Pasaules koru padome, kas ir augstākā starptautiskā padomdevēja organizācija *INTERKULTUR* ietvaros un sadarbojas ar *INTERKULTUR* tieši mākslinieciskajos jautājumos. Lai tiktu pārstāvēta vispasaules koru sabiedrība, mērķis ir padomē aicināt vismaz pa vienam atpazīstamam pārstāvim no katras koru valsts. Pasaules koru padomi veido eksperti no 80 valstīm, kas pārstāv ne mazāk kā 120 000 koru ar 4,8 miljoniem dziedātāju, padarot *INTERKULTUR* mūzikas tīklu patiešām globālu. Pārstāvji satiekas ik pēc diviem gadiem Pasaules koru olimpiādes laikā un ziņo par situāciju un aktualitātēm pārstāvētās valsts kormūzikā, diskutējot par svarīgajiem un aktuālajiem koru pasaules jautājumiem. Tikšanās reižu starplaikos pārstāvji komunicē caur regulāru mēnešrakstu „Padomes Runas”. *INTERKULTUR* Padomes locekļi ir kontaktpersonas ar viņu pārstāvētās valsts koru komūnu, tāpat arī viņi caur saviem tīkliem izplata informāciju par *INTERKULTUR* aktivitātēm.¹⁰⁰ Pasaules koru padomē Latviju pārstāv Romāns Vanags (viņš arī Pasaules koru olimpiādes 2014 mākslinieciskais vadītājs) un Mārtiņš Klišāns, iepriekš – arī Imants Kokars.

Kā jau katrai sevi cenošai kultūras organizācijai, arī *INTERKULTUR* ir savi mākslinieciskie un sociālie mērķi, kas ir pamatā katram viņu organizētajam pasākumam. Dažas atslēgas tēzes no *INTERKULTUR* organizācijas filosofijas:

⁹⁸ Freiberga, Kristīne. *Saruna ar Janu Kalniņu*. 2015, 1. apr. Audioieraksts. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.

⁹⁹ *The Organization*. The official website of *INTERKULTUR* and its projects. Pieejams: <http://www.interkultur.com/world-choir-games/preamble/> [skatīts 2015, 3. apr.].

¹⁰⁰ *World Choir Council*. The official website of *INTERKULTUR* and its projects. Pieejams: <http://www.interkultur.com/world-choir-games/world-choir-council/> [skatīts 2015, 3. apr.].

- *INERKULTUR* velta sevi mērķim savest kopā visu tautību cilvēkus, kultūras un ideoloģijas mierpilnā konkursā.
- Ginters Tīcs jau no paša sākuma bija pārliecināts par savas idejas „būvēt tiltus starp cilvēkiem” spēku.
- Visi iesaistītie cilvēki apliecina savu kormūzikas entuziasmu. Tas liek izgaist aizspriedumiem, atvērt acis un sirdis draudzībai un stiprina pamatus omulīgai un miermīlīgai līdzāspastāvēšanai, brīvai no ideoloģijām vai doktrīnām, kas ir ārpus mūzikas.
- *INTERKULTUR* pasākumi nav tikai labākajiem koriem pasaulē, tie ir atvērti visiem mūzikas pasaules ansambļiem. Pasākumi atklāj jaunu, atšķirīgu kordziedāšanas veidu: priekpilnu un paceļošu, piepildītu ar kopā dziedāšanas prieku. Sadraudzības koncerti, konkursi un festivāli veicina savstarpēju respektu un kultūru sapratni, tādējādi radot jaunu kvalitāti mūsu kopējai nākotnei un pasaulei, kas kļūst arvien mazāka.

Šobrīd *INTERKULTUR* katru gadu organizē aptuveni 14 starptautiskus koru konkursus un festivālus visā pasaulē. Organizācijas dalībnieku skaitā ir arī vadošās personības kultūrā, politikā un biznesā, tāpat arī kori un orķestri, klubi un kultūras organizācijas. Organizācija arī rīko kontinentus aptverošus pasākumus kā Eiropas un Āzijas koru olimpiādes. Kopumā vairāk nekā 7600 koru un ap 340 000 dziedātāju un mūziķu no 100 valstīm ir piedalījušies aptuveni 150 koru konkursos, ko līdz šim organizējis *INTERKULTUR*.

Pēdējos gados ideja par sacenšanos konkursos ir paplašināta līdz dažādiem pedagoģiskiem piedāvājumiem. Gandrīz katrā *INTERKULTUR* pasākumā dalībniekiem ir iespēja dzirdēt personīgu komentāru, viedokli vai padomu no starptautiskiem kormūzikas ekspertiem par savu uzstāšanos, pievienoties meistarklasēm vokālajā tehnikā, uzstāšanās prasmēs un kormūzikā no visas pasaules.¹⁰¹

¹⁰¹ *The Ideas*. The official website of *INTERKULTUR* and its projects. Pieejams: <http://www.interkultur.com/leftnavi/interkultur/the-ideas/> [skatīts 2015, 18. apr.].

2014. gada Pasaules koru olimpiādē *INTERKULTUR* intereses Latvijā pārstāvēja Jana Kalniņa. Intervijas¹⁰² laikā precīzākai izpratnei par katra partnera ieguldījumu olimpiādes sagatavošanā viņa iezīmēja sekojošas *INTERKULTUR* kompetences:

- Atrast pilsētu, kurā rīkot Pasaules koru olimpiādi (pārlicināt pašvaldību).
- Nodrošināt olimpiādes apmeklējumu, aicināt dalībniekus – aktīvs starptautiskais mārketing, īpaši citos *INTERKULTUR* pasākumos.
- Rūpēties par Pasaules koru olimpiādes dalībniekiem – organizēt un nodrošināt viņiem dalību, naktsmājas, transportu un ēdināšanu, iekasēt reģistrācijas maksu, dalības maksu, kas ietilpst *event package* jeb pakalpojumu pakā, tāpat arī ēdināšanas izmaksas. “Saskaņā ar pasākuma organizatoru *INTERKULTUR* prasību naktsmājas visiem dalībniekiem jārezervē ar *INTERKULTUR* palīdzību. Šis ir izņēmuma nosacījums un vispārējo dalības noteikumu prasība (...). Visi paketē ietvertie pakalpojumi ir aprakstīti pilnvaroto tūrisma aģentūru piedāvājumos. Pasākuma pakalpojumu paketes ir pieejamas sekojošās kategorijās: ekonomiskajā, standarta un pirmās klases.”¹⁰³
- Nodrošināt *INTERKULTUR* interešu pārstāvi Latvijā, kas atrod viesnīcas un ēdinātāju, noslēdz izdevīgus sadarbības līgumus, palīdz dalībniekiem.
- Nodrošināt olimpiādes žūriju, daļu no lielajiem māksliniekiem (*headliners*), daļēji segt viņu honorārus un dzīvošanas un ceļa izdevumus.

2.2.2. Nodibinājums *Rīga 2014*

Nodibinājums *Rīga 2014* ir organizācija, ko Rīgas pašvaldība izveidojusi, lai nodrošinātu Rīgas kā 2014. gada Eiropas kultūras galvaspilsētas pasākumu sagatavošanu un norisi. Nodibinājums vada un koordinē programmas veidošanā iesaistītos, nodrošina komunikāciju kampaņu, izstrādā un vada iedzīvotāju līdzdalības un brīvprātīgo programmas, kā arī īsteno publiskā un privātā sektora sadarbības

¹⁰² Freiberga, Kristīne. *Saruna ar Janu Kalniņu*. 2015, 1. apr. Audioieraksts. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.

¹⁰³ *Past events – WCG in Riga 2014*. The official website of *INTERKULTUR* and its projects. Pieejams: <http://www.interkultur.com/competitions-festivals/past-events/world-choir-games/riga20140/download/> [skatīts 2015, 18. apr.].

veicināšanu.¹⁰⁴ Pasaules koru olimpiāde kā viens no Rīgas – Eiropas kultūras galvaspilsētas pasākumiem arī bija nodibinājuma pārziņā.

Nodibinājuma pārziņā Pasaules koru olimpiādē ietilpa pasākumu tehniskā un mākslinieciskā nodrošināšana:

- Atrast pasākumu norises vietas, rūpēties par infrastruktūru.
- Sastādīt pasākuma programmu.
- Nodrošināt brīvprātīgos palīgus, koru asistentus.
- Finanšu pārvaldība, budžeta plānošana, līdzekļu piesaiste.
- Daļēji segt mākslinieku un žūrijas honorārus un viņu dzīvošanas un ceļa izdevumus.

2.3. Pasaules koru olimpiādes Rīgā raksturojums un novērtējums

No 9. līdz 19. jūlijam Rīgā notika līdz šim vērienīgākā Pasaules koru olimpiāde. Rīga pulcēja 27 tūkstošus dziedātāju, kuri pārstāv 460 korus no 73 valstīm un pieciem kontinentiem. Pasaules koru olimpiāde bija līdz šim pirmais kultūras pasākums, kas Rīgā pulcē tik lielu ārvalstu dalībnieku skaitu, kļūstot arī par „Rīga 2014” programmas lielāko notikumu dalībnieku skaita ziņā. Pasaules koru olimpiādes norise Latvijā ir sens diriģenta Imanta Kokara sapnis. Tas ir arī apliecinājums izcilajām Latvijas kordziedāšanas tradīcijām un Latvijas koru panākumiem starptautiskos koru konkursos.¹⁰⁵

Jau vairāk kā pusotru gadu pirms pasākuma sākuma tika izziņoti lieli mākslinieki: „Trešdien preses konferencē Pasaules koru olimpiādes 2014 organizatori paziņoja galvenos māksliniekus – nākamās vasaras lielāko *Rīga 2014* pasākumu Pasaules koru olimpiādi pagodinās divas pasaulē slavenas grupas „The Real Group” no Zviedrijas un „The King's Singers” no Lielbritānijas.”¹⁰⁶ Bez jau minētajiem ārzemju

¹⁰⁴ *Par nodibinājumu.* Nodibinājuma *Rīga 2014* oficiālā mājaslapa. Pieejams: <http://office.riga2014.org/2011/08/18/nodibinajums-riga-2014-2/> [skatīts 2015, 15. martā].

¹⁰⁵ Rīga 2014. *Rīgā būs līdz šim vērienīgākā Pasaules koru olimpiāde.* 2014, 4. jūl. Pieejams: <http://riga2014.org/lat/news/45818-riga-bus-lidz-sim-verienigaka-pasaules-koru-olimpiade> [skatīts 2015, 17. martā].

¹⁰⁶ Rīga 2014. *Zināmi Pasaules koru olimpiādes 2014 galvenie mākslinieki.* 2013, 10. apr. Pieejams: <http://www.delfi.lv/kultura/news/music/zinami-pasaules-koru-olimpiades-2014-galvenie-makslinieki.d?id=43217850> [skatīts 2015, 15. martā].

māksliniekiem lielajos svētku koncertos Arēnā Rīga, Latvijas Nacionālajā operā, Lielajā Ģildē un Rīgas Vecajā Sv. Ģertrūdes baznīcā uzstājās Latvijas izcilie kori, grupas, orķestri un solisti – VAK *Latvija*, *Kamēr...*, *Sōla*, *Balsis*, *Maska*, Rīgas Doma zēnu un meiteņu kori, Latvijas Nacionālais simfoniskais orķestris, JVLMA simfoniskais orķestris, grupas *Latvian Voices*, *Instrumenti*, *Xylem Trio* u.c.

2.3.1. Pasākumi

Rīgā notikusi līdz šim lielākā Pasaules koru olimpiāde pēc dalībnieku skaita.

3. tabula

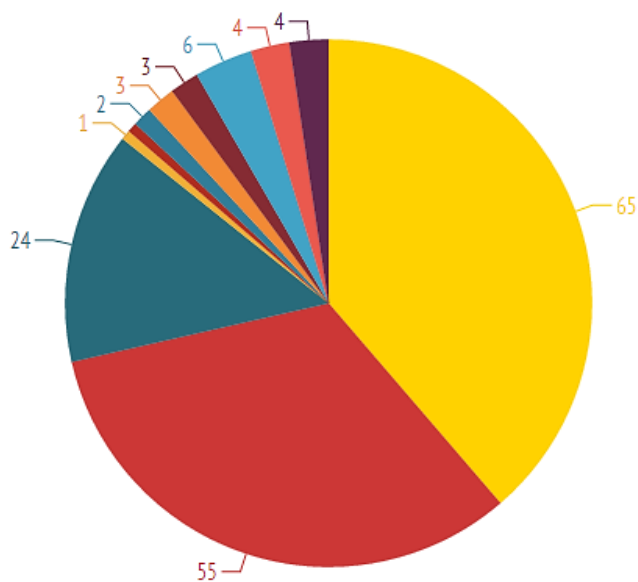
Pārskats par Pasaules koru olimpiādēm

Gads	Pilsēta	Valsts	Dalībnieki	Dalībvalstis
2000	Linca	Austrija	15 000	60
2002	Pusana	Dienvidkoreja	8 000	48
2004	Brēmene	Vācija	18 000	83
2006	Sjameņa	Ķīna	20 000	80
2008	Grāca	Austrija	20 000	93
2010	Šanhaja	Ķīna	20 000	83
2012	Sinsinati	ASV	15 000	64
2014	Rīga	Latvija	27 000	73

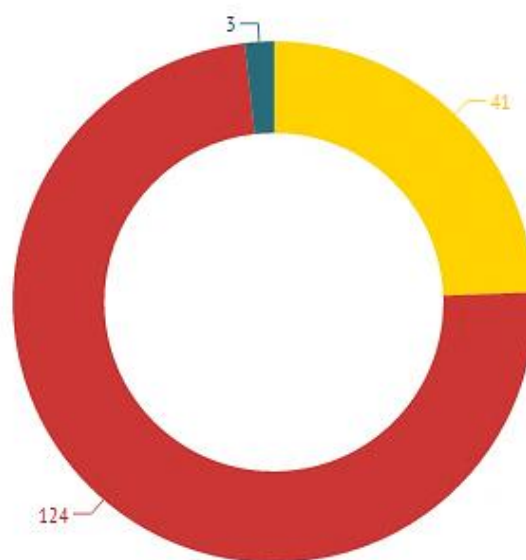
INTERKULTUR.com¹⁰⁷

Kopumā Pasaules koru olimpiādes 2014 laikā notika 168 pasākumi, no kuriem 124 jeb 74 % bija brīvi pieejami bez maksas jebkuram interesentam. Lielākā daļa pasākumu, protams, notika Rīgā, tomēr neiztika arī bez atsevišķiem draudzības un svētku koncertiem reģionos. Kopumā pasākumu strukturālais sadalījums ir ļoti demokrātisks un jāsecina, ja vien cilvēkam bija interese, tad bija plašas iespējas klausīties kormūziku un vokālo mūziku.

¹⁰⁷ *8th World Choir Games 2014*. The official website of INTERKULTUR and its projects. Pieejams: <http://www.interkultur.com/competitions-festivals/past-events/world-choir-games/> [skatīts 2015, 18. apr.].

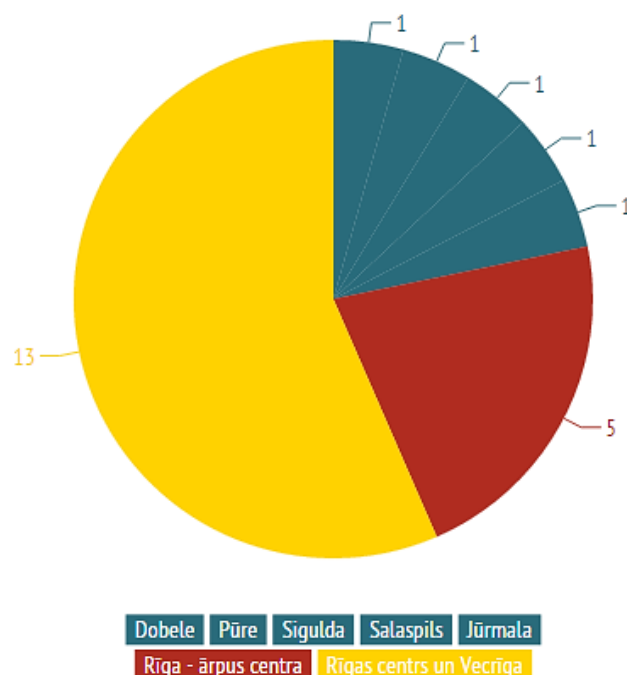


2. attēls. Pasākumu strukturālais sadalījums¹⁰⁸



3. attēls. Pasākumu pieejamība

¹⁰⁸ 6 koncerti Arēnā Rīga: Atklāšanas koncerts, 2 Zvaigžņu koncerti, *The Real Group*, *The King's Singers* koncerti un Noslēguma koncerts. 3 unikālie koncerti: Baltijas zēnu koru koncerts, *The King's Singers*, *Latvian Voices* un *Xylem Trio* koncerts Latvijas Nacionālajā operā, Sakrālās mūzikas koncerts Rīgas Vecajā Sv. Ģertrūdes baznīcā



4. attēls. Pasākumu norises vietas

2.3.2. Menedžmenta novērtējums

Tik lielu apjomu pasākumu būtu grūti organizēt vienai iestādei, kuras atbildībā ir arī citi paralēli projekti Eiropas kultūras galvaspilsētas ietvaros, tieši tāpēc Pasaules koru olimpiādes rīkošanā nodibinājums *Rīga 2014* vairāk izvēlējās pārraudzīšanas taktiku – tika veikts iepirkums par lielo koncertu producēšanu un tehnisko nodrošinājumu, līdz ar to pašam nodibinājumam bija vieglāk tikt galā ar citiem pasākumiem un administratīvajiem darbiem olimpiādes ietvaros, turklāt, kā intervijā¹⁰⁹ atzina Diāna Čivle, šādā veidā, iespējams ietaupīt līdzekļus. Tā par atsevišķu koncertu¹¹⁰ producēšanu publisko iepirkumu konkursā uzvarējuši SIA *Pasakaina izklaide*¹¹¹, par šo pašu koncertu tehnisko producēšanu – SIA *AG Concepts*.¹¹² Vēlāk

¹⁰⁹ Freiberga, Kristīne. *Saruna ar Diānu Čivli*. 2015, 5. martā. Audioieraksts. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.

¹¹⁰ Atklāšanas koncerts 9.07., Zvaigžņu koncerti Arēnā Rīga 10. un 17.07., *The Real Group* Arēnā Rīga 11.07., Apbalvošanas ceremonijas 12., 13., 18., 19. jūlijā, *The King's Singers* Arēnā Rīga 14.07., *Latvian Voices*, *The King's Singers* un *Xylem Trio* koncerts Latvijas Nacionālajā operā, TV šovs 16.07., Noslēguma koncerts 19.07.

¹¹¹ Rīga 2014. *Iepirkums „Par atsevišķu koncertu producēšanu Pasaules koru olimpiādes ietvaros”*. 2014, 19. marts. Pieejams:

slēgti līgumi jau ar konkrētām apakšorganizācijām, kas nodrošina scenogrāfiju, video, apskaņošanu, gaismošanu, koncertu režiju utml.

Rīga 2014 oficiālie sadarbības partneri bija aktīvi atbalstītāji arī konkrēti Pasaules koru olimpiādei:

- Lattelecom, nodrošinot gandrīz 1000 bezmaksas WiFi punktus;
- ERGO kā *Rīga 2014* oficiālais partneris Pasaules koru olimpiādes koncertiem dāvāja pasākumu nepārtrauktības apdrošināšanu. Tā ir Latvijā unikāla polise, kas bez bažām, piemēram, par nepiemērotiem laika apstākļiem vai jebkādiem citiem nejaušiem iemesliem apmeklētājiem, dalībniekiem un organizatoriem ļauj justies droši par ieguldīto, lai pilnvērtīgi izbaudītu šos grandiozos notikumus.
- LAIMA un *Ekselence*, kas nodrošināja reprezentācijas produktus;
- SIXT, *Moller Auto* un *Red Cab Taxi*, kas nodrošināja privāto transportu olimpiādes organizatoriem, starptautiskajiem viesiem, žūrijai un māksliniekiem.
- SIA *Rīgas nami* – atbalsts telpu īrei, piemēram, Kongresu namā
- SIA *Rīgas meži* – atbalsts olimpiādes Lielkoncertam Mežaparka Lielajā estrādē.

Jāuzsver, ka lielie sadarbības partneri bija arī galvenie reklāmdevēji Pasaules koru olimpiādē, līdz ar to par reklāmas laukumiem rīkotājiem nebija ieņēmumu, tā bija pretpakalpojums augstākminētajiem olimpiādes atbalstītājiem.

8. Pasaules koru olimpiādes informatīvo atbalstu sniedza *Latvijas Televīzija*, *Latvijas Radio*, *MIX Media Group*, radio *Skonto*, *Rīga Radio*, *AS Diena*, *SIA Izdevniecība Rīgas Viļņi*, izdevniecības nams *VESTI*, portāli *INBOX.LV*, *TVNET*, *DELFI* un *SIA EuroAWK*,¹¹³ pārklājot plašu mediju loku, to skaitā arī krievvalodīgajai auditorijai adresētos.

Transporta nodrošināšanā Pasaules koru olimpiādes dalībniekiem un māksliniekiem iesaistījās *SIA Rīgas Satiksme*, *SIA Ekspres Ādaži*, *SIA Hansabuss Latvia* un *VAS Starptautiskā lidosta Rīga*.

<http://office.riga2014.org/2014/03/19/iepirkums-par-atsevisku-koncertu-producesanu-pasaules-koru-olimpiades-ietvaros/> [skatīts 2015, 16. apr.].

¹¹² *Rīga 2014. Iepirkums „Par atsevišķu koncertu tehnisko producēšanu Pasaules koru olimpiādes ietvaros”*. 2014, 25. apr. Pieejams: <http://office.riga2014.org/2014/04/25/iepirkums-par-atsevisku-koncertu-tehnisko-producesanu-pasaules-koru-olimpiades-ietvaros/> [skatīts 2015, 16. apr.].

¹¹³ *Rīga 2014. 8. Pasaules koru olimpiādes organizēšanā iesaistījās vairāk nekā 1600 cilvēki no 15 valstīm*. 2014, 21. jūl. Pieejams: http://178.16.25.106/lat/visi_jaunumi/431-8pasaules-koru-olimpiades-organizesana-iesaistijas-vairak-neka-1600-cilveki-no-15-valstim [skatīts 2015, 18. maijā].

„*INTERKULTUR* sev ir uzstādījis visaugstākos standartus, tiecoties pēc nepārtrauktas attīstības un uzlabojumiem dalībnieku, partnerpilsētu un organizatoru interesēs. Pēc Pasaules koru olimpiādes Sinsinati 2012. gadā *Sadarbības un apmeklētāju birojs* novērtēja 73,5 miljonu dolāru¹¹⁴ ekonomisko ietekmi. [~58,3 milj. eiro¹¹⁵],¹¹⁶ Tas ir vēl viens iemesls un motivācija Pasaules koru olimpiādes Rīgā ekonomiskās ietekmes novērtēšanai, kas tiks sniegta darba 3. nodaļā.

¹¹⁴ The Cincinnati USA Convention and Visitors Bureau. *Transforming Cincinnati USA: The Impact of the 2012 World Choir Games*. Pieejams:

http://www.cincyusa.com/images/editor/file/World%20Choir%20Games/CVB_Xform_printer-friendly.pdf [skatīts 2015, 1. maijā].

¹¹⁵ Latvijas Bankas valūtu kalkulators. *ASV dolāra kurss 31.08.2012*. Pieejams: <https://www.bank.lv/statistika/valutu-kursi/aktualie> [skatīts 2015, 17. martā].

¹¹⁶ *The Ideas*. The official website of *INTERKULTUR* and its projects. Pieejams: <http://www.interkultur.com/leftnavi/interkultur/the-ideas/> [skatīts 2015, 18. apr.].

3. PASAULES KORU OLIMPIĀDES 2014 EKONOMISKĀ IETEKME

Darba 3. nodaļa ir praktisks piemērs pasākuma ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai. Turpmākajās apakšnodaļās secīgi tiks aplūkotas visas veicamās darbības un aprēķini, kā arī iespējamās grūtības ekonomiskās ietekmes pētījuma veikšanā.

3.1. Pētījuma metodoloģija un datu atlase

Rēķinot Pasaules koru olimpiādes ekonomisko ietekmi, izmantoti dažādi datu avoti – nodibinājuma *Rīga 2014* vadītājas Diānas Čivles, Pasaules koru olimpiādes projekta vadītājas Līvas Čuderes un *INTERKULTUR* pārstāves Latvijā Janas Kalniņas sniegtā informācija, tāpat veikta elektroniska olimpiādes dalībnieku aptauja, organizēta fokusgrupas diskusija ar brīvprātīgajiem koru asistentiem, izmantoti Centrālās statistikas pārvaldes dati un visa veida publiski pieejamā informācija internetā – piem., olimpiādes organizatoru mājaslapās atrodamā informācija, publiskie iepirkumi, rīkotāju un ekspertu izteikumi presē un medijos.

Datu iegūšanā izmantotās metodes:

- dziļās daļēji strukturētās intervijas ar olimpiādes organizatoriem;
- fokusgrupas diskusija ar brīvprātīgajiem koru asistentiem;
- olimpiādes dalībnieku interneta aptauja.

Datu apstrādes metodes:

- kontentanalīze;
- ekonomisko aprēķinu veikšana;
- aprakstošā statistika;
- grafiskā analīze.

Dati par dalībnieku tēriņiem veido būtisku daļu no tiešās ekonomiskās ietekmes, tāpēc ir svarīgi rūpīgi pārdomāt aptaujas anketā uzdotos jautājumus, to formulējumu un pat anketas noformējumu, īpaši, ņemot vērā faktu, ka konkrētās anketas aizpildīšana prasīs samērā ilgu laiku un pūles – vai nu konsultēšanos ar saviem kolēģiem, vai ideālā variantā, savas internetbankas bilances aplūkošanu.

Balstoties teorētiskajā daļā un tās secinājumos¹¹⁷, tika sastādīta interneta aptaujas anketa PKO dalībniekiem ar sekojošiem jautājumiem:

1. Vai ieradās Latvijā tieši uz Pasaules koru olimpiādi;
2. Vai nakšņoja ārpus mājām un, ja jā, vai pie radiem, draugiem vai arī maksas naktsmājās;
3. Cik dienas pavadīja pasākumā;
4. Cik daudz naudas dienā vai kopumā iztērēja (neskaitot ieejas biļešu cenas):
 - a. Par aviobiļetēm (+ vai lidoja ar airBaltic);
 - b. Par ekskursijām un izbraucieniem Latvijā;
 - c. Par naktsmājām;
 - d. Par ēdināšanu (organizatoru noteikto);
 - e. Par ēdināšanu ārpus Pasaules koru olimpiādes;
 - f. Iepirkšanās un suvenīriem;
 - g. Izklaidēm;
 - h. Citi tēriņi (nosaukt, kādi).
5. Par ieejas biļetēm pasākumos.

Lai arī ekonomiskās ietekmes novērtēšanas pētījumos nodēriņāks un efektīvāks dalībnieku un apmeklētāju aptaujas veids ir papīra anketa vai īsa saruna pasākuma beigās¹¹⁸, izvēloties pētījumu veikt šādā laikā – ilgi pēc pasākuma norises, īsti citu alternatīvu, kā vien aptaujas anketa internetā, nebija. Anketa tika izsūtīta Pasaules koru olimpiādes dalībniekiem, kuru kontaktus bija iespējams atrast viņu mājaslapās – tīmeklī publiski ir pieejams koru saraksts, kas piedalījās olimpiādē, pēc kā tika meklēta katra kora mājaslapa un tajā pieejamie kontakti. Kopumā anketa izsūtīta 154 e-pastu adresēm un *Facebook* lapām (ārzemju korjiem, to diriģentiem un menedžeriem). Anketas paraugs atrodams darba Pielikumā Nr. 1.

Redzot reālo situāciju – respondentu neatsaucību un pārāk mazo atbilžu skaitu, nācās iziet no situācijas citā veidā un aicināt uz fokusgrupas diskusiju brīvprātīgos koru asistentus, kas pavadīja laiku ar korjiem diendienā. Lai arī viņu novērojumi neatspoguļo

¹¹⁷ Economic Impact Toolkit. *How do I encourage project participants to complete questionnaires?* Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?pid=62> [skatīts 2015, 20. apr.]; *Estimating the economic impacts of festivals and events...*, p. 21.

¹¹⁸ Economic Impact Toolkit. *How do I encourage project participants to complete questionnaires?* Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?pid=62> [skatīts 2015, 20. apr.].

precīzus koristu izdevumus, tomēr ļauj gūt ieskatu viņu dienas režīmā un ikdienas aktivitātēs, ko, salīdzinot ar dažām sniegtajām anketu atbildēm, tad var pārvērst spriedumos par iespējamiem tēriņiem. Fokusgrupas diskusijā¹¹⁹ piedalījās 6 dažāda vecuma un nodarbošanās brīvprātīgie, kuri asistēja dažādu valstu koriem (Vācija, Norvēģija, Itālija, Turcija, Ķīna, ASV, Uganda, Lietuva), sniedzot plašu un daudzveidīgu priekšstatu par katra kora aktivitātēm un tēriņiem. Interesantākais, protams, bija atziņa, ka ekonomiski attīstītāko valstu koristi dzīvoja luksusa klases viesnīcās un atteicās no organizatoru ēdieniem (lai arī iepriekš bija pieteikuši), bet tā vietā katru dienu ēda Rīgas ēstuvēs un restorānos. Blakus ir ekonomiski mazāk attīstītu valstu kori, tāpat arī mūsu kaimiņvalstu kori, kas naudu suvenīros un iepirkumos netērēja, pārtiku iepirka lielveikalos, nevis ēda restorānos, centās visur maksimāli ietaupīt, piedalījās tikai konkursos un aizbrauca mājās. Šajā diskusijā parādījās arī daudz un dažādie sociālie apstākļi, kas ietekmēja katra kora tēriņus, piemēram, diriģenta stingrība un uzstādījums, ka viss brīvais laiks jāpavada viesnīcā mēģinājumos, vai arī reliģiskā piederība, kas nozīmē, ka vakari netika pavadīti izklaides vietās, tāpat arī kora dienas plānojums ar koncertiem un konkursu kategorijām – citam grafiks bija tik ļoti blīvs, ka nebija laika pat paēst pusdienas, savukārt citi piedalījās pāris nelielos koncertos un atlikušās dienas pavadīja iepērkoties. Fokusgrupas diskusijas noslēgumā autore asistentiem piedāvāja variantus par koristu iespējami iztērētajām summām un katram no viņiem bija jāatbild par savu kori, vai tas ir ticami, vai ne. Rezultātā arī no brīvprātīgo norādītajiem atšķirīgajiem skaitļiem varēja izvilkt vidējos rādītājus, ko, salīdzinot ar dažās anketu atbildēs sniegtajiem skaitļiem, tad var izmantot par pamatu stimulējošās ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai.

3.2. Pasaules kora olimpiādes ekonomiskās ietekmes aprēķināšana

3.2.1. Ekonomiskās ietekmes reģiona definēšana

Pirmais solis kultūras pasākuma ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai ir novilkt formālas ģeogrāfiskās robežas tam, ko var uzskatīt par *māju ekonomiku*. Tā var būt

¹¹⁹ Freiberga, Kristīne. *Fokusgrupas diskusija ar Pasaules kora olimpiādes brīvprātīgajiem kora asistentiem*. 2015, 4. maijā. Audioieraksts. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.

pilsētas, reģiona, novada vai valsts ekonomika.¹²⁰ Izvēloties reģionu, jāņem vērā, vai būs iespējams noteikt dalībnieku skaitu, kas dzīvo ārpus izvēlētajām ģeogrāfiskajām robežām, kā arī projekta ienākumus no atbalstītājiem, kuri neatrodas šajās robežās.¹²¹ Pasaules koru olimpiādes gadījumā, kas ir liela mēroga starptautisks pasākums, par šo robežu tiek novilkta Latvija un tās ekonomika kopumā. Lai arī pasākuma ietekmi visvairāk izjuta Rīgas pilsēta, tomēr olimpiādes budžetā lielāko daļu sastāda valsts finanšu līdzekļi, un, tā kā tas ir starptautisks pasākums, būtiskāk būs aprēķināt tieši ārvalstu līdzekļu apriti, tāpat arī multiplikatoru vienkāršāk būs aprēķināt nacionālajai ekonomikai kopumā. Pētījuma rezultātā tāpat tiks aprēķināta Pasaules koru olimpiādes ekonomiskā ietekme uz Latvijas tautsaimniecību.

PKO ekonomiskās ietekmes reģions	Latvija
----------------------------------	----------------

3.2.2. Pasākuma organizēšanas izdevumi – tiešā ekonomiskā ietekme

Šajā apakšnodaļā tiks runāts par naudas līdzekļu apriti tikai organizatoru pusē (nerunājot par dalībniekiem) – tiks aplūkoti pasākuma ieņēmumi un izdevumi un novērtēta Pasaules koru olimpiādes tiešā ekonomiskā ietekme.

„Masu pasākumu organizēšana var būt dārga un komplicēta, gan ieņēmumi, gan izdevumi nāk gan no vietējās ekonomikas, gan ārpus tās. Tātad vispirms pasākuma organizēšanas ieņēmumi un izdevumi jāsadala:

- Vietējie finansējuma avoti;
- Ārējie finansējuma avoti;
- Organizēšanas izdevumi, kas tērēti vietējiem uzņēmumiem (palikuši vietējā ekonomikā);
- Organizēšanas izdevumi, kas atdoti ne-vietējiem uzņēmumiem (nav palikuši vietējā ekonomikā).

¹²⁰ The eventIMPACTS Toolkit. *Defining the Host Economy*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_one/ [skatīts 2015, 18. aprīlī].

¹²¹ Economic Impact Toolkit. *Select a Geographical Area of Interest*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?pID=31> [skatīts 2015, 20. aprīlī].

Turklāt ir ļoti būtiski nodalīt šos vietējos un ārējos ieņēmumus un izdevumus, jo tikai ārējie ieņēmumi, kas palikuši vietējā ekonomikā, būs tie, kas veidos Pasaules koru olimpiādes ekonomisko ietekmi.”¹²²

4. tabula

Shematiska tiešās ekonomiskās ietekmes veidošanās

Vietējie ienākumi	Ārējie ienākumi	Vietējie izdevumi	Ārējie izdevumi	Tiešā ekonomiskā ietekme
X	-	X	-	Neitrāla
X	-	-	X	Negatīva
-	X	-	X	Neitrāla
-	X	X	-	Pozitīva

Autores veidota

„Praksē ir iespējams, ka pasākuma organizēšana ir ar negatīvu bilanci, tātad ar negatīvu ekonomisko ietekmi, īpaši tad, ja izmantotie pakalpojumi un eksperti ir iepirkti no ārpuses. Tādējādi ir diezgan loģiski veidot vietējo piegādātāju un ekspertu tīklu, kas sabiedrības un valsts iestāžu acīs radīs daudz lielāku ekonomisko ietekmi no pasākuma.”¹²³ Pasaules koru olimpiādi raksturo pirmās divas no 4. tabulā attēlotajām situācijām – kā varēsim pārliecināties arī turpmāk – lielāko finansējuma daļu sastāda vietējie ienākumi (Latvijas valsts un Rīgas pašvaldības budžets), savukārt izdevumi tika tērēti gan vietējām precēm un pakalpojumu sniedzējiem, gan ārējiem avotiem (starptautiskās žūrijas un mākslinieku honorāriem un uzturēšanās izdevumiem, maksai *INTERKULTUR* par starptautisko mārketingu). Tas liek secināt, ka Pasaules koru olimpiādes tiešā ekonomiskā ietekme būs neliela vai pat negatīva.

Izdalot iepriekš minētās pozīcijas sīkāk, Pasaules koru olimpiādes ieņēmumu avoti bija:

- Valsts finansējums

¹²² Economic Impact Toolkit. *Defining economic activity & economic impact*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?PID=59> [skatīts 2015, 20. aprīlī].

¹²³ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of the Event Organiser*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_four/ [skatīts 2015, 18. aprīlī].

Pasaules koru olimpiādes rīkošanai piešķirtais valsts finansējums

Nr. p. k.	Projekta nosaukums	Veids	Pieteicējs/ atbildīgā ministrija	Norises laiks	Finansējums (latos/euro)				
					2012. gadā (latos)	2013. gadā (latos)	2014. gadā (euro)	Kopā (latos)	Kopā (euro)
32	Pasaules koru olimpiāde	Sarīkojums	Pašvaldības nodibinājums "Rīga 2014"/Kultūras ministrija	2014. gada jūlijs	282 000	517 984	1 196 558	1 640 930	2 334 833

Ministru kabineta rīkojums Nr. 400¹²⁴

Kopējais valsts finansējums trīs gadu laikā – 2 334 833 €. Organizatoru sniegtajos datos un turpmākajos aprēķinos analizēts Pasaules koru olimpiādes budžets tikai 2014. gadā. Tā kā līdz 2014. gadam ir sarežģīti proporcionāli nodalīt administratīvās un mārketinga izmaksas, kas no visa Eiropas kultūras galvaspilsētas gada budžeta tērētas tieši Pasaules koru olimpiādei, turklāt teju visas mākslinieciskās izmaksas un izmaksas par pasākumu producēšanu attiecas tieši uz olimpiādes gadu, precizitātes labad autore vienojās ar organizatoriem, ka tiks aprēķināta ekonomiskā ietekme 2014. gada griezumā. Izņēmums ir 2012. gadā valsts piešķirtie 282 000 Ls jeb 401 250 €, kas paredzēti samaksai *INTERKULTUR* kā dalības maksa un maksa par starptautisko mārketingu. Šī summa ieņēmumu sadaļā pieskaitīta 2014. gada valsts finansējumam un atsevišķi norādīta arī izdevumu sadaļā.

- Vietējās pašvaldības finansējums

Pēc Diānas Čivles sniegtās informācijas Rīgas pašvaldības ieguldījums Pasaules koru olimpiādes rīkošanā konkrēti 2014. gadā bija 1 191 983 eiro. Sadarbības partneru ieguldījums, granti (piem., Melindas Merkuri grants), fondu līdzekļi (piem., Eiropas-Japānas festivālu komitejas¹²⁵ finansējums) piesaistīti kopumā Eiropas kultūras galvaspilsētas programmai un atsevišķi uz katru pasākumu netiek izdalīti. Tie ir ieskaitīti kopējā nodibinājuma budžetā un atbilstoši nodibinājuma statusam tā ir daļa no

¹²⁴ Ministru kabineta rīkojums Nr. 400 Par valsts līdzdalības programmu projektā „Rīga – Eiropas kultūras galvaspilsēta 2014. gadā”. 2011., 24. aug. Pieejams: http://likumi.lv/doc.php?id=234937&version_date=24.08.2011 [skatīts 2015, 15. martā].

¹²⁵ EU-Japan Fest Japan Committee, the official website. Pieejams: <http://eu-japanfest.org/n-english/index.html> [skatīts 2015, 9. maijā].

budžeta, kas uzskaitīti kā pašvaldības līdzekļi. Lai arī faktiski šeit eksistē ārējie finansējuma avoti, tā kā nav iespējams novilkt robežu, cik tad īsti no šiem līdzekļiem ir ārējais finansējums, un cik konkrēti – Rīgas pilsētas, visa šī pozīcija tiks skaitīta kā vietējais finansējums.

- Biļešu ieņēmumi.

Pēdējo ieņēmumu sadaļu Pasaules koru olimpiādē veido ieejas biļešu ieņēmumi. Kopumā pasākumos, kuros bija jāpērk biļetes – vidējais apmeklējuma/ telpas aizpildījuma procents, izanalizējot *Rīga 2014* sniegtos datus, bija 55%. Biļešu ieņēmumi sasniedz 307 484 €. Šajā sadaļā gan ir problemātiski nodalīt, cik no šīm ir vietējo iedzīvotāju iegādātās biļetes (tātad vietējie ienākumi) un cik – ārzemnieku (tātad ārējie ienākumi). Hipotētiski ieņēmumi starp šīm sadaļām tiks dalīti uz pusēm.

- Sponsoru ieguldījums un reklāmas ieņēmumi

Pēc *Rīga 2014* sniegtās informācijas, pasākumam tiešu ieņēmumu par reklāmu nebija, jo reklāmas pakalpojums bija pretpakalpojums uzņēmumiem, kas atbalstīja olimpiādi.

Savukārt izdevumus sastāda:

- Dalības maksa par olimpiādes rīkošanu Rīgā

„Pamatojums finansējumam Pasaules koru olimpiādei no valsts budžeta 2012. gadā: Apstiprināšanas gadījumā 2012. gadā līdzekļi plānoti, lai iemaksātu Pasaules koru olimpiādes rīkotājorganizācijai *INTERKULTUR* (Vācija) dalības maksu, bez kuras nav iespējama visu priekšdarbu un Latvijas mārketinga pasākumu veikšana. Šo dalības maksu nav iespējams pārcelt uz 2013. gadu, jo to neparedz sarežģītā pasākuma rīkošanas struktūra, iesaistot 90 pasaules valstu korus un dalībniekus.”¹²⁶ Ministru

¹²⁶ LR Kultūras ministrija. *Ministru kabineta rīkojuma projekta „Par valsts līdzdarbības programmu projekta „Rīga 2014. gada Eiropas Kultūras galvaspilsēta” īstenošanā” anotācijas pielikums Nr. 1 – Finansiālais pamatojums un apraksts Rīga 2014 projektiem, kurus plānots finansēt no valsts budžeta.* 2011, 3. aug. Pieejams: <https://www.google.lv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CDAQFjAD&url=https%3A%2F%2Fculturelablv.files.wordpress.com%2F2011%2F08%2Fvalsts-finanseto-riga-2014-projektu-apraksti.doc&ei=BCskVZWbDcKQsgHajYCQCg&usg=AFQjCNEeK9AcyUzbtPc-2CI9RfC7fSRiBA&sig2=bSbg5tX4pn86adecL6Y0Vw> [skatīts 2015, 19. apr.].

kabineta noteikumos atrodamā informācija norāda, ka 2012. gadā olimpiādes rīkošanai piešķirti 401 250 € (282 000,00 Ls)¹²⁷

- Pasākumu producēšana un tehniskā producēšana

Pēc organizatoru sniegtās informācijas visu pasākumu tehniskā un mākslinieciskā producēšana izmaksājusi aptuveni 1,7 milj. eiro.

- Mākslinieku honorāri

Mākslinieciskās izmaksas latviešu un ārzemju mūziķiem, režisoriem, māksliniekiem kopā sastādījušas 129 tūkst. eiro. Tā ir tikai daļa no mākslinieciskajām izmaksām, jo tās savā starpā dalīja abas organizatoru puses.

- Darbinieku algas (administratīvās izmaksas)

Olimpiādes organizatoru grupā un pakalpojumu nodrošināšanā kopumā bija iesaistīti vairāk nekā 1600 cilvēku no 15 valstīm.¹²⁸ Tas gan attiecas uz visa veida un visa līmeņa nodarbinātajiem, t.sk. vairāk kā 500 brīvprātīgajiem un Vācijas uzņēmuma *INTERKULTUR* darba grupu. Organizatoru sniegtā informācija liecina, ka *Rīga 2014* savai Pasaules koru olimpiādes darba grupai atalgojumos izmaksājusi 84 tūkst. eiro.

- Mārketings

Pasaules koru olimpiādes mārketinga izmaksas sastādīja nepilnus 129 tūkst. eiro.

- Maksas tiesības (autortiesības un publiskā izpildījuma licences)

Par autortiesībām un publisko izpildījumu vairāk nekā 150 Pasaules koru olimpiādes pasākumos AKKA/LAA un LAIPA samaksāti nepilni 50 tūkst. eiro.

- Citi izdevumi

Citus izdevumus sastāda administratīvie, biroja uzturēšanas izdevumi, transporta izdevumi, biļešu tirdzniecības izmaksas, starptautiskās žūrijas izmaksas (ceļa un viesnīcu izdevumi).

¹²⁷ Ministru kabineta rīkojums Nr. 400 Par valsts līdzdalības programmu projektā „Rīga – Eiropas kultūras galvaspilsēta 2014. gadā”. 2011, 24. aug. Pieejams: http://likumi.lv/doc.php?id=234937&version_date=24.08.2011 [skatīts 2015, 15. martā].

¹²⁸ Rīga 2014. 8. Pasaules koru olimpiādes organizēšanā iesaistījās vairāk nekā 1600 cilvēki no 15 valstīm. 2014, 21. jūl. Pieejams: http://178.16.25.106/lat/visi_jaunumi/431-8pasaules-koru-olimpiades-organizesana-iesaistijas-vairak-neka-1600-cilveki-no-15-valstim [skatīts 2015, 18. maijā].

Ieņēmumu un izdevumu sadalījums pa pozīcijām

	Latvijas	Ārpus definētā reģiona	Kopā
IENĒMUMI			
Biļešu ieņēmumi	153742	153742	307484
Vietējās pašvaldības finansējums	1191983	0	1191983
Valsts finansējums	1603350	0	1603350
Kopā	2949075	153742	3102817
IZDEVUMI			
Maksas tiesības (autortiesības)	49939,64		49939,64
Maksa <i>INTERKULTUR</i> par dalību un starptautisko mārketingu		401250	401250
Pasākumu producēšana	1740153,46		1740153,46
Darbinieku algas	84086,13		84086,13
Dalībnieku informācijas centra un servisa darbības nodrošināšana	174529,82		174529,82
Mākslinieku honorāri	73771,3	55652,03	129423,33
Mārketings	128855,66		128855,66
Citi:	104469,73	190108,93	294578,66
<i>Biļešu tirdzniecības izmaksas</i>	17626,22		17626,22
<i>Starptautiskās žūrijas izmaksas 80 žūrijas locekļiem (samaksa, ceļa izdevumi un izmitināšanas izdevumi)</i>	18434,81	190108,93	208543,74
<i>Administratīvie izdevumi, biroja izmaksas u.c.</i>	52375		52375
<i>Transporta nodrošinājums</i>	16033,7		16033,7
Kopā	2355805,74	647010,96	3002816,7

PKO organizatoru sniegtie dati¹²⁹

Tiešo ekonomisko ietekmi rēķinot, tālāko soli var spert ar divām atšķirīgām aprēķinu metodēm, bet rezultāts ir vienāds:

¹²⁹ Pasaules koru olimpiādes projektu tāmes, biļešu ieņēmumu un apmeklējuma uzskaitījuma tabulas. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.

7. tabula

Organizatoru izdevumi	3002816,7
Atņem ārējos izdevumus	647010,96
	2355805,74
Atņem vietējos ieņēmumus	2949075
	- 593269,26

8. tabula

Vietējie izdevumi	2355805,74
Vietējie ieņēmumi	2949075
To starpība (izdevumi – ieņēmumi)	- 593269,26

The eventIMPACTS Toolkit¹³⁰Economic Impact Toolkit¹³¹

Rezultātā sanāk, ka Pasaules koru olimpiādes tiešā ekonomiskā ietekme ir negatīva – gandrīz mīnuss 600 000 €. Pasaules koru olimpiādē finanšu līdzekļi lielākoties tērēti vietējām precēm un pakalpojumu sniedzējiem, bet salīdzinoši daudz arī ārējiem pakalpojumiem. *Jauna* nauda no ārvalstīm ekonomikā olimpiādes organizēšanai ieplūda ļoti maz. Ja pasākuma tiešā ekonomiskā ietekme sanāk negatīva – tā būs jāatņem no apmeklētāju veidotās stimulējošās ekonomiskās ietekmes.

Kopējie organizēšanas izdevumi, €: (tiešā ekonomiskā ietekme)	-0,59 milj. €
--	----------------------

3.2.3. Apmeklētāju un dalībnieku izdevumi – stimulējošā ekonomiskā ietekme

Nākamais, vislaikietilpīgākais solis ekonomiskās ietekmes aprēķināšanā, ir datu iegūšana par pasākuma apmeklētāju tēriņiem. Šādi dati ļauj aprēķināt pasākuma stimulējošo ekonomisko ietekmi – kā apmeklētāju izdevumi, ierodoties uz kultūras pasākumu, rada apgrozījumu citās tautsaimniecības nozarēs, vietējos uzņēmumos. Tā kā Pasaules koru olimpiādes tiešā ekonomiskā ietekme ir negatīva, tad kopējo ekonomisko ietekmi pamatā veidos tieši apmeklētāju un dalībnieku tēriņi.

Ierasti projektu veida pasākumos būtu nepieciešams nodalīt skatītājus no projekta dalībniekiem. Pasaules koru olimpiādes gadījumā šis sagādā grūtības. Situāciju olimpiādes laikā labi raksturo Jānis Vālodze, Latvijas viesnīcu un restorānu asociācijas

¹³⁰ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of the Event Organiser*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_four/ [skatīts 2015, 18. aprīlī].

¹³¹ Economic Impact Toolkit. *Defining economic activity & economic impact*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?PID=59> [skatīts 2015, 20. aprīlī].

(LVRA) prezidents un viesnīcas „Radisson Blu Rīdzene Hotel” ģenerāldirektors: „(..) ir diezgan maldīgs uzskats, ka Eiropas kultūras galvaspilsētas pasākumi izteikti piesaistīs papildus ārvalstu tūristus Rīgai, jo šie pasākumi pamatā ir domāti vietējiem iedzīvotājiem. (..) J. Vālodze atzina – lai arī Pasaules koru olimpiāde piesaistīja daudz dalībnieku, Latvijas ekonomikai būtu bijis lielāks pienesums, ja pasākumu rīkotu neaktīvajā tūrisma sezonā. „Dalībnieki vien veidoja 20 tūkstošus, un viņi šeit ieradās aktīvajā tūrisma sezonā, kad viesnīcās arī tāpat viesu netrūkst. Tādēļ pat, ja kāds ļoti gribētu braukt un skatīties, viņam nebūtu, kur palikt.”¹³² Kā apliecinājās praksē – Pasaules koru olimpiādes dalībnieks vienlaicīgi arī ir pasākumu apmeklētājs, un daudz citu tūristu, kas brauktu speciāli uz Pasaules koru olimpiādi Rīgā nemaz fiziski nevarēja būt. To apliecina arī Rīgas Tūrisma attīstības biroja sabiedrisko attiecību projektu vadītājas Annas Blauas e-pastā sniegtā informācija¹³³ par tūristu plūsmu Rīgā pēdējos trīs gados. Statistika tiek apkopota pa ceturkšņiem, šeit atspoguļoti dati par jūliju, augustu un septembri:

9. tabula

Tūristu plūsma Rīgā 3. ceturksnī, 2012. – 2014. g.			
	2012. gada 3. cet.	2013. gada 3. cet.	2014. gada 3. cet.
Viesu skaits Rīgā	278178	341486	382458
Pavadītās diennaktis	482389	639903	741652
Vidējais diennakšu skaits	1,7	1,9	1,9

Rīgas Tūrisma attīstības biroja dati

Ja rēķina pilsētā pavadītās diennaktis, tad vidēji uz vienu 3. ceturkšņa nedēļu tās būs 61 800 pilsētā pavadītas diennaktis, un, ja ņem vērā, ka olimpiādes laikā dalībnieki pilsētā vidēji pavadīja 5 dienas, tas sanāk vidēji 12 360 apmeklētāju vienā dienā. Pēc Rīgas Tūrisma attīstības biroja datiem – 2014. gada beigās Rīgā darbojās 119 tūristu

¹³² BNS. *LVRA vadītājs: Eiropas kultūras galvaspilsētas gads ir veicinājis Rīgas atpazīstamību*. 2014, 17. sept. Pieejams: http://financenet.tvnet.lv/viedokli/527027-lvra_vaditajs_eiropas_kultur_galvaspilsetas_gads_ir_veicinajis_rigas_atpazistamibu [skatīts 2015, 16. apr.].

¹³³ 2015. gada 18. maijā

mītnes, un bija pieejama 13 871 gultasvieta.¹³⁴ Tas vēlreiz apstiprina to, ka Pasaules koru olimpiādes laikā tūristu – olimpiādes dalībnieku – skaits Rīgā bija tuvu maksimālajai tūrisma infrastruktūras kapacitātei. Tiesa gan, vidējais tūristu skaita pieaugums Rīgā 2014. gada 3. ceturksnī, salīdzinot ar 2013. gadu, bija 12 %, un jādoma, ka šo skaitli daļēji ietekmējusi arī Pasaules koru olimpiāde.

Otra apmeklētāju daļa bija Latvijas iedzīvotāji. Ekonomiskās ietekmes aprēķinos vietējie apmeklētāji (tie, kas nāk no pētījumā definētās ģeogrāfiskās teritorijas) nav jāņem vērā, tāpat kā nav jāņem vērā nejausie apmeklētāji, respektīvi, tūristi, kas izvēlējušies apmeklēt Latviju, un vienkārši sakritības pēc aizgājuši uz kādu no Pasaules koru olimpiādes koncertiem, tāpēc šajā gadījumā par pasākuma apmeklētājiem var uzskatīt tieši olimpiādes dalībniekus no ārvalstīm, un aptaujas anketa arī tikusi izsūtīta viņiem. Citkārt pasākumos, kur apmeklētāju skaitu neveido pasākuma dalībnieki, soli pa solim jāveic aprēķini ticama apmeklētāju skaita noteikšanai. Sīkāk ar to var iepazīties Ekonomiskās ietekmes aprēķināšanas rokasgrāmatā – Pielikumā Nr. 4. Pasaules koru olimpiādes gadījumā uzreiz tiks aprēķināti dalībnieku tēriņi. Dalībnieku kopējais skaits ir 27 000, Latvijas koru skaits – 101, un, ja pieņemam, ka vidējais kolektīva dalībnieku skaits ir 59¹³⁵ cilvēki, tad iegūstam iespējamo Pasaules koru olimpiādes apmeklētāju skaitu bez vietējiem iedzīvotājiem un bez nejausiem apmeklētājiem:

PKO iespējamais apmeklējumu skaits bez vietējiem iedz. un bez nejausiem apmeklētājiem:	21 000 ¹³⁶
--	------------------------------

1. Tālāk nepieciešams izvērtēt apmeklētāju tipus un noteikt viņu tēriņu virzienu. Visus apmeklētājus var iedalīt trīs lielās grupās – komerciālie apmeklētāji (tie, kas paliek viesnīcās), nekomerciālie apmeklētāji (tie, kas paliek attiecīgajā reģionā, bet nemaksā par naktsmājām, piem., pie draugiem, radiem, *Couchsurfing*), un vienas dienas apmeklētāji, kas vispār nepaliek pa nakti. Šāda klasifikācija palīdz izsekot apmeklētāju tēriņiem, jo katrā no šīm grupām tie atšķirsies – komerciālie apmeklētāji, protams,

¹³⁴ Blaua, Anna. *Kopējais tūristu skaits Rīgā pērn sasniedzis 2 miljonus*. 2015, 26. feb. Pieejams: <http://www.tava.gov.lv/lv/kopejais-turistu-skaits-riga-pern-sasniedzis-2-miljonus> [skatīts 2015, 11. maijā].

¹³⁵ 27000 dalībnieku skaits: 460 koru skaitu = 58,69 cilv./kolektīvā

¹³⁶ 27 000 – (59*101) = 21 041. Vienkāršības labad skaitlis noapaļots.

attiecīgajā ekonomikā atstās visvairāk līdzekļu.¹³⁷ Pasaules koru olimpiādes gadījumā rēķinām, ka visi līdz šim atlasītie apmeklētāji ir komerciālie apmeklētāji, kas Rīgā palikuši vidēji 5 dienas¹³⁸.

Komerčiālie apmeklētāji	Nekomerciālie apmeklētāji	Vienas dienas apmeklētāji
21 000	-	-

2. Tad aprēķina apmeklētāju izdevumus par naktsmājām. Izdevumi par naktsmājām parasti ir vislielākie un visbūtiskāk ietekmē ekonomiskās ietekmes pētījumu, tāpēc šiem datiem un aprēķiniem ir jābūt pamatotiem un uzticamiem. Naktsmītņu izdevumus ir relatīvi viegli aprēķināt:

10. tabula

	Komerčiālo apmeklētāju skaits	21 000
x	Vidējais nakšu skaits Rīgā	5
=	Komerčiālo nakšu skaits Rīgā	105 000
x	Vidējās izmaksas par nakti pilsētas viesnīcās	52,59 €
=	Apmeklētāju izdevumi par naktsmājām	5 521 950 €

The eventIMPACTS Toolkit¹³⁹

Pasaules koru olimpiādes dalībnieki par viesnīcām maksāja ar *INTERKULTUR* starpniecību, tātad lielākas summas, kā nonāca Latvijas ekonomikā. Tas nozīmē, ka aptaujas anketā iegūtās atbildes sniedz maldīgu priekšstatu par stimulējošo ekonomisko ietekmi. Zinot viesnīcu sarakstu, kurās dalībnieki apmetās, un izpētot to cenu līmeni jūlija vidum 2015. gadā (pieļaujot, ka gada laikā ļoti liels cenu kāpums nav noticis), aprēķināti dalībnieku iespējamie tēriņi par naktsmājām un iegūta cena – 52,59 € par

¹³⁷ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of Spectators*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_two_one/ [skatīts 2015, 18. aprīlī].

¹³⁸ Van der Steina, Aija. *Ārzemju tūristu pētījums Rīgā: patērētāju uzvedības tendences un izaicinājumi nākotnē*. Pētījuma ziņojums Latvijas Tūrisma forumā 2014, 21. nov. Pieejams: <http://www.tava.gov.lv/sites/default/files/dokumenti/prezentacijas/turisma-forums-2014/2Steina.pdf> [skatīts 2015, 16. maijā].

¹³⁹ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of Spectators*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_two_two/ [skatīts 2015, 18. aprīlī].

nakti vienam cilvēkam. Tiesa gan, ir būtiski apzināties, ka, kaut nedaudz mainoties šim skaitlim, stimulējošā un netiešā ekonomiskā ietekme var mainīties diezgan ievērojami. Viesnīcu cenas ņemtas no portāla www.booking.com¹⁴⁰.

PKO apmeklētāju izdevumi par naktsmājām, €:	5,5 milj. €
---	--------------------

3. Aprēķina pārējos apmeklētāju izdevumus – blakus izdevumiem par naktsmītnēm, dalībnieki tērē savus līdzekļus arī citiem mērķiem (2. tabula). Dalībnieku anketā un fokusgrupas diskusijā tika iekļauti jautājumi par tēriņiem ēdināšanai, iepirkumiem, izklaidēm, transportam un tml. Arī šos izdevumus katrā pozīcijā var aprēķināt vidēji vienai dienai un tad sareizināt ar apmeklētāju skaitu.

Būtiski, ka šeit neparādās izdevumi par pasākumu ieejas biļetēm – šī summa tiek ierēķināta pasākuma organizatoru ienākumos, bet visi augstākminētie apmeklētāju izdevumi kļūst par vietējo uzņēmēju ienākumiem. Novērtēt šo pozīciju bija vissarežģītāk. Fokusgrupas diskusijā vidējie rādītāji bija 60 € dienā citiem tēriņiem, izņemot naktsmājas un ieejas biļetes pasākumos, savukārt dažās¹⁴¹ sniegtajās aptaujas anketas atbildēs, šis vidējais rādītājs bija 122 €. Aprakstā par *Rīga 2014* projektiem, kurus plānots finansēt no valsts budžeta, pie Pasaules koru olimpiādes tika norādīts, ka apmeklētāju vidējie tēriņi dienā ir 80 latu¹⁴² (tie būtu 114 €, ieskaitot viesnīcas). Ja saskaitām viesnīcu un pārējos pieņemtus Pasaules koru olimpiādes dalībnieku tēriņus Rīgā, tie būtu 112 €, kas salīdzinājumā izskatās ļoti atbilstoši.

¹⁴⁰ *Booking.com – Browse hotel reviews and find the guaranteed best price on hotels for all budgets.* Pieejams:

http://www.booking.com/searchresults.lv.html?sid=0ce2506d6bcbfb920d06e3a7129e662e;dcid=1;checkin_monthday=9;checkin_year_month=2015-7;checkout_monthday=14;checkout_year_month=2015-7;class_interval=1;csflt=%7B%7D;dest_id=-3212216;dest_type=city;no_rooms=1;order=price_excluding_dormitories;review_score_group=empty;score_min=0;si=ai%2Cco%2Cci%2Cre%2Cdi:ss=R%C4%ABga%2C%20R%C4%ABga%2C%20Latvija;s_raw=riga:ssb=empty&:rows=15;offset=15 [skatīts 2015, 15. apr.].

¹⁴¹ Respondentu skaits – 52

¹⁴² LR Kultūras ministrija. *Ministru kabineta rīkojuma projekta „Par valsts līdzdarbības programmu projekta „Rīga 2014. gada Eiropas Kultūras galvaspilsēta” īstenošanā” anotācijas pielikums Nr. 1 – Finansālais pamatojums un apraksts Rīga 2014 projektiem, kurus plānots finansēt no valsts budžeta.* 2011, 3. aug. Pieejams:

<https://www.google.lv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CDAQFjAD&url=https%3A%2F%2Fculturelablv.files.wordpress.com%2F2011%2F08%2Fvalsts-finanseto-riga-2014-projektu-apraksti.doc&ei=BCskVZWbDcKQsgHajYCQCg&usg=AFQjCNEeK9AcyUzbtPc-2CI9RFc7fSRiBA&sig2=bSbg5tX4pn86adecL6Y0Vw> [skatīts 2015, 19. apr.].

11. tabula

	Apmeklētāju skaits	21 000
x	Vidējais dienu skaits Rīgā	5
x	Vidējie tēriņi dienā, izņemot naktsmājas un ieejas biļetes	60 €
=	Apmeklētāju pārējie izdevumi	6 300 000 €

The eventIMPACTS Toolkit¹⁴³

PKO apmeklētāju pārējie izdevumi, €:	6,3 milj. €
--------------------------------------	--------------------

4. Atņem tiešās noplūdes (*direct leakages*) – brīdī, kad apmeklētājs tērē savus līdzekļus, daļa no tiem var nekavējoties atstāt *māju* ekonomiku (šajā gadījumā Latvijas) – piemēram, ja pasākumā ir tirdzniecības vietas, kuru īpašnieki nav Latvijas uzņēmēji. Lai arī tirgotāji maksā pasākuma organizatoriem par dalību tajā, šādi izdevumi jāskata pie organizatora ieņēmumiem. Lai šādas noplūdes aprēķinātu, apmeklētāju kopējie tēriņi pasākuma norises vietā jāsamazina par to pašu proporciju, cik tirgotāju nav vietējie. Šajā konkrētajā gadījumā visi tirgotāji gan pilsētas parkos, gan Lielkoncertā Mežaparkā bija vietējie un pārstāv Latvijas ekonomiku, tāpēc šie izdevumi netiek ņemti vērā.

Kopējie apmeklētāju un dalībnieku izdevumi, €: (stimulējošā ekonomiskā ietekme)	11,8 milj. €
--	---------------------

3.2.4. Netiešā un kopējā ekonomiskā ietekme

Netiešās un līdz ar to kopējās ekonomiskās ietekmes aprēķināšanā būtiskākais solis ir multiplikatora aprēķināšana un piemērošana. Ja tiešā un stimulējošā ekonomiskā ietekme nosaka „pirmās kārtas” izdevumus, ko rada pasākums (teiksim, tiešo saikni starp pasākuma apmeklētāju un vietējo restorānu), tad netiešā ekonomiskā ietekme cenšas noteikt papildus izraisītos ienākumus māju ekonomikā (piem., līdzekļus, ko šis restorāns iztērējis vietējā ekonomikā, lai nodrošinātu sava biznesa darbību). Vēl viens

¹⁴³ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of Spectators*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_two_two/ [skatīts 2015, 18. aprīlī].

koncepts, kas jāaplūko šajā nodaļā, ir pārvietošanās (*displacement*) un importa aizvietošana (*import substitution*), ko parasti izjūt liela mēroga starptautiskos pasākumos.

Visvienkāršākais veids netiešās ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai ir – paņemt tiešās un stimulējošās ekonomiskās ietekmes rādītājus un piemērot tiem multiplikatoru. Tomēr pati multiplikatora rēķināšana ir sarežģīts un komplicēts process – tas prasa rūpīgu un smalku iedziļināšanos un ekonomisko attiecību studijas izvēlētajā ģeogrāfiskajā teritorijā. Praksē šo veic profesionālu kompānijas, kam ir pieredze strādāt ar sarežģītiem ekonomiskajiem datiem.¹⁴⁴

Daudzos gadījumos multiplikatora vērtību aizņemas no citiem pētījumiem, kas, protams, ir mazāk precīzi un efektīvi, kā multiplikatori, ko empīriski atvasina, balstoties izvēlētajās māju ekonomikas starp-industriju attiecībās. Šādi empīriski atvasināti multiplikatori nav derīgi un pieejami jebkuram ģeogrāfiskajam līmenim. Nepareiza multiplikatoru aprēķināšana pasākuma finansētājiem radīs maldīgu priekšstatu par pasākuma ekonomisko ietekmi. Gadījumos, kur multiplikators nav uzreiz pieejams vai arī ir pārāk dārgi vai sarežģīti to empīriski atvasināt, ir ieteikums pētījuma ziņojumā runāt tikai par tiešo un stimulējošo ekonomisko ietekmi.

Jāpiebilst, ka pašam pasākumam nav pilnīgi nekādas ietekmes uz multiplikatoru. Tādējādi, salīdzinot dažādu pasākumu ekonomisko ietekmi atšķirīgās pilsētās vai valstīs, nav korekti salīdzināt multiplikatora efektus, un būtu jārunā tikai par tiešo un stimulējošo ekonomisko ietekmi.¹⁴⁵ Nevar runāt par dažādu Pasaules koru olimpiāžu ekonomisko ietekmju salīdzinājumu – neskatoties uz to, ka Rīgas olimpiāde bija lielāka par Sinsinati notiekošo, atšķirīgās ekonomiskās situācijas, turklāt Sinsinati pētījuma apskatā nepaskaidrotā metodoloģija neļauj viņu nosaukto ekonomiskās ietekmes rādītāju 58,3 milj. € uztvert par jēlkādu sākuma punktu vai salīdzinājumu, kuru noteikti būtu šī pētījuma kontekstā jāpārspēj.

Atgādinot Keinsa multiplikatora aprēķināšanas formulu:

¹⁴⁴ The eventIMPACTS Toolkit. *Economic Advanced Impacts*. Pieejams:

<http://www.eventimpacts.com/economic/advanced/> [skatīts 2015, 18. aprīlī].

¹⁴⁵ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Total Economic Impact*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/advanced_resource/measuring/ [skatīts 2015, 18. aprīlī].

$$k = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m}$$

kur

c = mājsaimniecību patēriņa izdevumi no IKP,

t = nodokļu slogs no IKP,

m = importa rādītāji no IKP.

Izmantojot Latvijas ekonomiskos rādītājus par 2014. gadu, sanāk šāds aprēķins:

$$c = 0,61^{146}$$

$$t = 0,279 \text{ (27,9 \% no IKP)}^{147}$$

$$m = 0,52^{148}$$

k	0,93
---	-------------

Atgādinot, ka Pasaules koru olimpiādes tiešā ekonomiskā ietekme ir negatīva (-0,59 milj. €), savukārt stimulējošā ekonomiskā ietekme ir 11,8 milj. €), sanāk šāds aprēķins:

PKO netiešā ekonomiskā ietekme = (tiešā + stimulējošā) x 0,93	10,4 milj. €
--	---------------------

Tātad varam secināt, ka no Pasaules koru olimpiādes ar pakalpojumu starpniecību citos tautsaimniecības sektoros 2014. gadā radīti papildu 10,4 milj. € ieņēmumi. Ja ņem vērā, ka olimpiādes organizēšanā 2014. gadā ieguldīti 3,1 milj. €, tad olimpiādes netiešais ieņēmumu efekts ir 0,3¹⁴⁹. Tas nozīmē, ka no katra eiro, kas 2014. gadā ieguldīts Pasaules koru olimpiādes rīkošanā, 0,30 eiro jeb 30 % novirzīti citu nozaru uzņēmumiem un Pasaules koru olimpiādes netiešais ieņēmumu efekts ir 1,3. Šis secinājums sakrīt ar Andas Laķes un pētnieku grupas veidotā Eiropas kultūras

¹⁴⁶ Centrālā statistikas pārvalde. *Iekšzemes kopprodukts – Galvenie rādītāji*. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/iekaszemes-kopprodukts-galvenie-raditaji-30248.html> [skatīts 2015, 22. apr.].

¹⁴⁷ LETA. Eurostat: *Nodokļu slogs Latvijā - otrais zemākais ES*. 2014, 16. jūn. Pieejams: <http://www.db.lv/finanses/nodokli/nodokli/eurostat-nodoklu-slogs-latvija-otrais-zemakais-es-416460> [skatīts 2015, 20. apr.].

¹⁴⁸ Centrālā statistikas pārvalde. *Iekšzemes kopprodukts – Galvenie rādītāji*. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/iekaszemes-kopprodukts-galvenie-raditaji-30248.html> [skatīts 2015, 22. apr.].

¹⁴⁹ 3,1 milj.:10,4 milj.; Ķīlis, 37. lpp.

galvaspilsētas *Rīga 2014* programmas ietekmes novērtējuma ziņojuma secinājumu par to, ka 33 % no Eiropas kultūras galvaspilsētas projektiem paredzētā finansējuma tiešā veidā nonāk citās tautsaimniecības nozarēs, tātad uzskatāms par ticamu.

PKO kopējā ekonomiskā ietekme = tiešā + stimulējošā + netiešā	21,6 milj. €
--	---------------------

Svarīgi arī piedomāt pie tā, kā tiek atspoguļoti pētījuma rezultāti – tiem jābūt caurspīdīgiem un jāļauj lasītājam izsekot, kā rezultāti iegūti. Tā iemesls ir iespēja veikt salīdzinājumus starp vairākiem pasākumiem, tāpēc jābūt skaidri norādītai pētījuma metodoloģijai un nepietiks vien nosaukt vienu ciparu. Pasākumu ekonomiskās ietekmes analīzes pētījumu rezultātos ir ierasta 10 soļu informācijas atspoguļošana:

12. tabula

Ekonomiskās ietekmes analīzes pētījumu rezultātu atspoguļošana

1. Paskaidrojums, vai pētījumu veicis kāds no iekšējiem organizatoriem vai arī tas ir neatkarīgs pētnieks.
2. Māju ekonomikas definēšana (pilsēta, reģions, valsts).
3. Kopējais apmeklētāju skaits, sadalot skatītājos, dalībniekos, medijos, oficiālajos pārstāvjos. Ja pasākums bez ieejas maksas, jānorāda, kā veiktas apmeklētāju skaita aplēses.
4. Izmantotā metode apmeklētāju tēriņu noskaidrošanai. Ja tā ir aptauja, kā tika vākti dati, izsūtīto anketu skaits un respondentu skaits; vai bija kļūdas anketā? Kas tika darīts, lai pārliecinātos, ka dati ir reprezentabli?
5. Ekonomiskās ietekmes aprēķiniem derīgo apmeklētāju skaits – ieradušies tieši uz pasākumu un ārpus interesējošās ekonomikas.
6. Komerčiālo nakšu skaits.
7. Citu apmeklētāju tēriņu aprēķins pa grupām (piem., ēdināšana, izklaide, iepirkšanās utt.)
8. Organizatoru izmaksu novērtēšanas metode.
9. Tiešā un stimulējošā ekonomiskā ietekme
10. Netiešā un kopējā ekonomiskā ietekme – kāda tipa multiplikators izmantots.

The eventIMPACTS Toolkit¹⁵⁰

¹⁵⁰ The eventIMPACTS Toolkit. *Reporting on Economic Impact*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/advanced_resource/economic_report/index.php [skatīts 2015, 18. aprīlī].

Īpaši būtiski šādu metodoloģiju ievērot, sagatavojot publikācijas par pētījumu plašākai auditorijai. Attēlojot Pasaules koru olimpiādes ekonomiskās ietekmes aprēķinu rezultātus vizuāli pārskatāmā formā, iegūstam šādu atspoguļojumu:



5. attēls. Pārskats par Pasaules koru olimpiādes 2014 ekonomisko ietekmi

3.3. Datu atlasē problemātika un iespējamā kļūda

„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 pēcpasākuma norises periodu.”¹⁵¹ Šī pētījuma kontekstā visa analīze tikusi veikta pēc pasākuma norises. Tas uzlīcis zināma veida ierobežojumus.

Pirmkārt, datu atlasē – iespējams iegūt tikai gatavus datus no organizatoriem, kas līdz pētījuma veikšanai netika apzināti vākti un sistematizēti. Pētījumam tie tika rūpīgi meklēti un atlasīti, lai censtos savākt minimālo nepieciešamo, kas ne visos gadījumos ir iespējams. Kā norāda olimpiādes organizatori, viņu sistēmā dati ir

¹⁵¹ Rozenberga, Ilze. *Pētījumu par masu pasākumu ietekmi uz ekonomiku pārskats*, 4. lpp.

strukturēti pavisam citā veidā un prasīja skrupulozu darbu un būtisku laika un enerģijas ieguldījumu, lai pārrēķinātu un pārstrukturētu datus pēc pozīcijām, kādas nepieciešamas konkrētajā metodē ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai. Turklāt ir tādas pozīcijas, kurās noteikt precīzu sadalījumu šobrīd ir neiespējami (piemēram, to, kā sadalīt biļešu tirdzniecības ieņēmumus vietējos un ārējos).

Otrkārt, divi atšķirīgi organizatori, no kuriem viens ir pašvaldības nodibinājums, bet otrs – privāts uzņēmums, turklāt ārzemēs, apgrūtina datu iegūšanu un komunikācijas procesu. Aprēķinus par dalībnieku tēriņiem par naktsmājām un ēdināšanu ir iespējams veikt vien aptuveni, rēķinot vidējās viesnīcu un ēdināšanas cenas valstī, kā arī runājot ar olimpiādes organizatoriem Latvijas pusē, jo *INTERKULTUR*, pat pēc vairākiem aicinājumiem sadarboties, neizrādīja interesi iesaistīties šajā pētījumā.

Treškārt, dalībnieku aptauja būtu bijusi jāveic pasākuma laikā vai maksimums mēneša laikā pēc pasākuma. Tas izskaidro ļoti zemo atsaucību anketas aizpildīšanā. Kā vēl vienu iespējamo iemeslu var minēt cilvēku nevēlēšanos runāt par saviem izdevumiem un tēriņiem – atklāt faktus par savu finansiālo situāciju. Turklāt pat no anketām iegūtie dati ir samērā aptuveni un hipotētiski, jo atcerēties, ko un cik lielā vērtībā Rīgā katrs iegādājies pirms 9 mēnešiem, ir samērā grūti, lai arī pamatkategorijās – ne neiespējami.

Ceturtkārt, zemā atsaucība anketas aizpildīšanā lika izmēģināt fokusgrupas metodi, kas citkārt nederētu *cieto* datu iegūšanai. Fokusgrupas diskusijā, kurā piedalījās brīvprātīgie koku asistenti, bija iespējams uzzināt dalībnieku ikdienas gaitas un to, vai viņi līdzekļus tērēja brīvi, vai arī centās maksimāli ietaupīt, kā arī apstiprināt vai noliegt hipotēzes par dalībnieku tēriņiem.

Neskatoties uz to, ka pētījuma empīriskā daļa saskaras ar daudziem šķēršļiem un nezināmajiem Pasaules koku olimpiādes ekonomiskās ietekmes aprēķināšanā, šis pētījums kalpos par labu teorētisko un praktisko paraugu turpmākiem pētījumiem, lai laicīgi palīdzētu citiem menedžeriem sastādīt darāmo darbu un nepieciešamo datu sarakstu – kurā brīdī jāveic dalībnieku aptauja, kādi jautājumi tajā jāuzdod, kādi ekonomiskie dati jāapkopo un kā to visu salikt kopā, lai iegūtu ticamu gala rezultātu.

3.4. Pētījuma pieredzes izmantošana nākotnē

Šī pētījuma pievienotā vērtība ir jau iepriekš minētais ekonomiskās ietekmes kalkulatora pamats. Darbā secīgi soli pa solim paskaidrots, kā aprēķināt kultūras pasākuma ekonomisko ietekmi, tāpēc autore cer, ka šī pētījuma pieredze ļaus turpmāk citiem pētniekiem, kultūras menedžeriem un vienkārši interesentiem izmantot darbā gūtās atziņas. Darba pielikumos Nr. 3 un Nr. 4 ir atrodama sagatave ekonomiskās ietekmes kalkulatoram *Excel* formātā ar visām formulām, kas nepieciešamas aprēķiniem, tāpat arī pievienota *Rokasgrāmata ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai* jeb vadlīnijas kalkulatora izmantošanai – tajās soli pa solim aprakstītas veicamās darbības, nepieciešamo datu vākšanas un atlases metodoloģija un faktori, kas jāņem vērā, veicot kāda pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzi. Veiksmīgas apstākļu sakritības rezultātā laika gaitā šī sagatave varētu kļūt par mājaslapu un, iespējams, par mobilo aplikāciju. Citām valstīm jau ir šāda pieredze, laiks to pielāgot arī Latvijas situācijai.

NOBEIGUMS

Pētījuma laikā tika noskaidrots, ka 2014. gada Pasaules koru olimpiādes ekonomiskā ietekme bija aptuveni 21,6 miljoni eiro. No organizatoru viedokļa – lielākā daļa no apgrozāmajiem līdzekļiem ir valsts, pašvaldību un Latvijas uzņēmumu līdzekļi, kas jau atradās valsts ekonomikā un turpat arī palika, tātad nekādas jaunas naudas apriti un ekonomisko ietekmi neveicināja (starptautiska pasākuma rīkošanā nav piesaistīti būtiski ārzemju līdzekļi), pat otrādi – naudas līdzekļi aizplūda prom no Latvijas ekonomikas. Lielāko Pasaules koru olimpiādes ekonomisko ietekmi veidoja tieši 21 000 ārzemju dalībnieku uzturēšanās izdevumi valstī – naktsmāju, ēdināšanas, transporta u.c. tēriņi –, un tas viss kopumā balstās kultūrtūrismā. Turklāt daļa no šiem līdzekļiem kā pašu ieņēmumi nokļuva Vācijas uzņēmuma *INTERKULTUR* rokās (respektīvi, dalībnieki par šiem pakalpojumiem caur *INTERKULTUR* samaksāja vairāk, nekā reāli nonāca Latvijas ekonomikā; no iegūtajām summām attiecīgi varēja segt *INTERKULTUR* puses administratīvās un mākslinieciskās izmaksas). Kā aplūkots iepriekš, jūlija mēnesī Rīgā ierasti apgrozās liels tūristu skaits, un citos gados ekonomisko ietekmi tikai no kultūrtūrisma vien valsts saņem arī bez Pasaules koru olimpiādes. Veiksmīgi apstiprinājusies teorētiskajā daļā aprakstītā pasākumu tūrisma iezīme, ka pasākumu apmeklētāji valstī uzturas ilgāk un vidēji dienā iztērē lielākas summas kā vienkārši tūristi. Ja pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem 2014. gadā vidējais tūrists Latvijā uzturējās 1,5 dienas un iztērēja 74 € dienā¹⁵², tad Pasaules koru olimpiādes dalībniekam tās ir 5 dienas un 112 € dienā.

Kopumā maģistra darbā lielākā uzmanība pievērsta Pasaules koru olimpiādes īstermiņa efektiem jeb izlaidei (*output*) – aprēķināts ekonomiskā ietekmes novērtējums, kas vairs nemainīsies. Runājot par ilgtermiņa efektiem jeb iznākumiem (*outcomes*), izvērtējumu būtu nepieciešams turpināt arī 2015. gadā un vēlāk, pirmkārt, analizējot tūristu plūsmu un Rīgas tēla veicināšanu. Tiesa, tūristu skaita izmaiņas nebūs iespējams piedēvēt tikai Pasaules koru olimpiādes ilgtermiņa ietekmei, jo, tāpat kā organizēšanas procesā (īpaši attiecībā uz budžetu un nodarbinātību, administratīvajām funkcijām un

¹⁵² Centrālā statistikas pārvalde. *Latvijas un ārvalstu ceļotājus raksturojošie rādītāji*. Pieejams: http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp_ikgad_turisms/TU0010.px/table/tableViewLayout1/?rxid=cacb978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0 [skatīts 2015, 15. apr.].

izmaksām) bija sarežģīti atdalīt Pasaules koru olimpiādi no Eiropas kultūras galvaspilsētas kopējā konteksta, tāpat arī iznākumi attieksies uz abiem šiem cieši saistītajiem pasākumiem. Blakus tūrisma veicināšanai no ilgtermiņa efektiem vēl var minēt paplašinātās stratēģiskās biznesa iespējas (veidot platformu turpmākai pieredzes un ekspertu apmaiņai, uzņemt potenciālos investorus un attīstīt jaunas biznesa iespējas¹⁵³), un to olimpiādes kontekstā izdevās realizēt veiksmīgi. „Latvijai tipiskākie tirgi ir Vācija, Skandināvija, kaimiņvalstis, Krievija. (...) Tajā pašā laikā mūsu pasākumi, no kuriem daudzi ir starptautiski, atver mūs arī dažiem Rīgai netipiskiem tirgiem. Piemēram, viens no Latvijai ekonomiski izdevīgiem virzieniem ir Ķīna. Konkrēts pasākums, kur esam veiksmīgi izmantojuši kultūras resursu, lai veicinātu tūrisma attīstību, ir Pasaules koru olimpiāde (...). Sadarbība ar šā pasākuma organizatoriem ļauj mums izmantot, piemēram, viņu Ķīnas pārstāvniecību, lai plaši izplatītu dažāda veida informāciju par Rīgu. Tāpat mums ir sadarbība ar īpašu Japānas fondu, ko veido šīs valsts lielākie uzņēmēji, un japāņiem ir īpaša programma, kas atbalsta Eiropas kultūras galvaspilsētas. Ar šā fonda starpniecību, vienlaikus diskutējot par dažādu Japānas mākslinieku dalību mūsu pasākumos un projektos, veicinām Japānas kultūrtūristu interesi par Rīgu kā sava ceļojuma galamērķi.”¹⁵⁴

Pasaules koru olimpiāde palielināja ekonomisko aktivitāti arī vietējā tirdzniecībā – lai arī kādas būtu jauna biznesa attīstīšanas stratēģijas makro līmenī, nešaubīgi infrastruktūras nodrošinātāji, preču un pakalpojumu sniedzēji un tāpat arī amatnieki un mazie uzņēmēji var gūt labumu no lielu pasākumu norises – galvenais priekšnoteikums – sagatavošanās mērķauditorijai un sava uzņēmuma rīcības stratēģijas pārdomāšana (tiem, kas vēlas *uzskrīvēt* cenas un neizanalizē konkrētā pasākuma apmeklētāju, pasākums var beigties arī ar finansiāliem zaudējumiem).¹⁵⁵ Par to, kā šajā ziņā veicās Latvijas uzņēmējiem, būtu jāveic padziļinātāks pētījums un jārunā ar pašiem pakalpojumu sniedzējiem, tomēr vienu pieņēmumu var izteikt – Dziesmu svētku tradīcijā un Pasaules koru olimpiādē pēc to uzbūves un organizatoriskajiem principiem ir kaut kas līdzīgs, un, domājams, Latvijas uzņēmēji, kas iesaistīti pakalpojumu sniegšanā šo abu pasākumu laikā, jau pazīst un spēj novērtēt savu potenciālo klientu.

¹⁵³ *Festival and Special Event Management...*, p. 77.

¹⁵⁴ Rīga 2014. *Intervija ar „Rīga 2014” vadītāju Diānu Čivli*. 2012, 16. dec. Pieejams: <http://riiga2014.org/lat/news/429-intervija-ar-riiga-2014-vaditaju-dianu-civli> [skatīts 2015, 17. martā].

¹⁵⁵ *Festival and Special Event Management...*, p. 78.

Pētījuma noslēgumā jāsecina, ka Pasaules koru olimpiādei ekonomiskā ietekme ir, taču Latvijas tautsaimniecībā tā nav tik nozīmīga, lai to uzsvērtu kā būtiskāko argumentu šāda tipa pasākuma rīkošanai arī turpmāk. No otras puses skaidrs, ka tik apjomīga un *skala* kultūras pasākuma organizēšanā 2014. gadā ieguldītie 3,1 miljons eiro ir salīdzinoši maza summa, un pretī saņemtā ekonomiskā ietekme ir labs rādītājs. To, protams, varēja paredzēt un garantēja fakts, ka valstī iebrauc liels skaits ārzemju viesu. Tagad tikai atliek vērot ilgtermiņa ekonomisko ietekmi no olimpiādes un Eiropas kultūras galvaspilsētas gada un tūristu skaita dinamiku nākamajos gados, lai redzētu, vai dalībnieki un apmeklētāji Rīgu un Latviju kā tūrisma galamērķi ir pozicionējuši pozitīvi vai nē.

Kopumā jāsecina, ka Pasaules koru olimpiādes kontekstā daudz būtiskāk būtu runāt par tās sociālo un kultūras ietekmi – pārstāvēto valstu, koru, mūzikas žanru daudzveidību, starptautisko sadarbību veicināšanu, personīgo tīklu veidošanos, kā arī Rīgas kā pilsētas tēla veicināšanu. Olimpiādes laikā tie bija vismaz 124 bezmaksas pasākumi – draudzības koncerti, konkursu kategorijas, dalībnieku gājiens, kā arī svētku koncerti, turklāt – ne tikai Rīgā, bet arī dažās pilsētās reģionos. Tā bija iespēja jebkurai garāmgājējām iepazīt eksotisku valstu dziedāšanas tradīcijas, nacionālos tērpus utml. Tāpat arī iespēja redzēt un dzirdēt klātienē *The Real Group* vai *The King's Singers*, kas nonāca Latvijā tieši Pasaules koru olimpiādes dēļ, tomēr ir ekskluzīva. Lai arī cik kritiski var analizēt Pasaules koru olimpiādi, tās organizēšanu un izmaksas no ekonomiskā skatpunkta, muzikāli tie bija svētki, Rīgā valdīja dzīvesprieks un kultūras baudītājiem teju katru dienu un vakaru gandrīz divu nedēļu garumā bija iespēja iet, baudīt un smelties jaunu koncertpiederzi ļoti augstā mākslinieciskā līmenī. Tiesa gan, būtu interesanti papētīt, cik ļoti Rīgas un Latvijas iedzīvotāji izjuta un baudīja Pasaules koru olimpiādes pasākumus – vai tā bija kāda atsevišķa sabiedrības grupa, vai tomēr plašāks sabiedrības loks. Redzot organizatoru datus par biļešu ieņēmumiem un maksas pasākumu apmeklējumu, skaidrs, ka šo atsaucību varētu vēlēties lielāku. Mēģinājumi kvantificēt un izteikt skaitļos kāda pasākuma sociālo ietekmi ir vēl sarežģītāki kā ekonomiskās ietekmes aprēķini, tāpēc tie būtu atsevišķa pētījuma objekts.

Šī pētījuma aktualitāte bija nepieciešamība attīstīt un popularizēt kultūras pasākumu ekonomiskās ietekmes novērtējuma prakses un tas arī darbā ir izdevies – ekonomiskās ietekmes aprēķināšanas metodoloģija ir skaidra un turpmāk rokasgrāmatas un kalkulatora formā būs pieejama jebkurai interesentam. Gūtas arī atbildes uz

pētnieciskajiem jautājumiem – no metodēm kultūras pasākumiem visērtākā un vienkāršākā ir ekonomiskās ietekmes novērtēšana (*economic impact assessment*), kurā analizē tiešo, stimulējošo un netiešo ekonomisko ietekmi un izmanto investīciju vai Keinsa multiplikatoru. Tāpat arī aprēķināta iespējamā Pasaules koru olimpiādes ekonomiskā ietekme – neskatoties uz šķēršļiem un trūkumiem šāda aprēķina veikšanā tik ilgi pēc paša pasākuma, tomēr izdevies tikt pie aptuvena novērtējuma (21,6 milj. €).

Darba mērķis ir daļēji izpildīts – Pasaules koru olimpiādei ekonomiskā ietekme ir, bet, nav gūts apstiprinājums, ka šāda tipa pasākumus būtu izdevīgi rīkot arī turpmāk, vismaz ne no ekonomiskā viedokļa. Daudz būtiskāk būs izvērtēt sociālos un kultūras ieguvumus un tikai tad domāt par iespējamo ekonomisko ietekmi, jo no sporta vai izklaides pasākuma tā, iespējams, būs lielāka. Izpildīti arī visi darba uzdevumi, un kopumā jāsaprot, ka pētījums izdevies veiksmīgi un tā ietvaros gūtas vērtīgas atziņas un secinājumi.

TĒZES

- Runājot par ekonomisko ietekmi, būtiski ir nošķirt divas definīcijas:
 - Ekonomiskā aktivitāte attiecas uz kopējo naudas daudzumu, kas iztērēts projekta laikā. Tā ietver naudu, ko tērējuši projekta dalībnieki un apmeklētāji, kā arī organizatori projekta sagatavošanai un nodrošināšanai.
 - Ekonomiskā ietekme attiecas uz *jauno* naudu, kas ienākusi ekonomiskās ietekmes reģiona ekonomikā no ārpusē, kas nebūtu te nonākusi, ja nenotiktu projekts. Visi naudas līdzekļi, ko tērējuši vietējie projekta dalībnieki vai apmeklētāji, netiek iekļauti ekonomiskās ietekmes novērtējumā, tāpat kā naudas līdzekļi, ko tērējuši nejaunie reģiona apmeklētāji. Līdzīgi ir arī ar pasākuma organizēšanas izmaksām – tikai naudas līdzekļi, kas ienākuši interesējošā reģiona ekonomikā no ārpusē un kas ir tērēti uz vietējiem pakalpojumiem un precēm, *skaitās* kā ekonomiskā ietekme.
- Darbā kopumā aplūkotas 11 metodes, ar kurām iespējams dažādos veidos (gan matemātiski precīzi, gan aprakstoši) novērtēt kāda pasākuma vai organizācijas ekonomisko ietekmi – investīciju sociālā atgriešanās, ekonomisko ieguldījumu analīze, nosacītā novērtēšanas metode, aprakstošā pētniecības metode, finanšu apsekojuma metode, ražošanas ķēdes modelis, nozares kartēšanas modelis, melnās kastes metode, sociālo tīklu analīze, ielaides – izlaides modelis un ekonomiskās ietekmes novērtēšana
- No aplūkotajām metodēm kultūras pasākumu ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai visērtākā un vienkāršākā metode ir ekonomiskās ietekmes novērtēšana (*economic impact assessment*), kurā analizē tiešo, stimulējošo un netiešo ekonomisko ietekmi un izmanto investīciju vai Keinsa multiplikatoru.
- Mūsdienās svarīgāk par pašu faktu, ka jānosauc konkrēta summa, kāda ir pasākuma ekonomiskā ietekme (lai arī to uzzināt, viennozīmīgi, ir interesanti), ir parādīt, ka kultūras pasākumi vispār veicina naudas apriti un starpnozaru sadarbību. Fokuss pārslēdzies uz tīkla pētījumiem, kas aplūko šīs attiecības un saistību starp nozarēm.
- Latvijā ekonomiskās ietekmes pētījumi vēl ir pavisam jauns un maz pētīts lauks – ir pieejami atsevišķi, savrupi un pārsvarā vienreizēji pētījumi par kādu norisi vai

fenomenu kultūras nozarē. Starp nozīmīgākajiem minami Roberta Kīļa un Raitas Karnītes pētījumi par kultūras sektora ekonomisko ietekmi uz Latvijas tautsaimniecību, Jura Žagara pasūtītie pētījumi par Cēsu mākslas festivāla ekonomisko ietekmi, Ievas Strodes pētījums par Latvijas publisko bibliotēku ekonomisko vērtību un ietekmi, kā arī Latvijas Kultūras akadēmijas absolventu darbi.

- Pēdējos gados organizācijām, kurām nav kapacitātes un līdzekļu veikt vai pasūtīt atsevišķu sava pasākuma vai organizācijas ekonomiskās ietekmes analīzes pētījumu, ir parādījusies alternatīva – speciāli palīgriki, kas palīdz kultūras sektoram aprēķināt tā ekonomisko ietekmi. Parasti tie ir divās formās:
 - vadlīnijas, kas piedāvā detalizētas instrukcijas un padomus šāda pētījuma veikšanai,
 - tiešsaistes kalkulatori, kas veic matemātiskos aprēķinus no datiem, ko tajos ievada.
- Starp ekonomiskās ietekmes pētījumu lielākajiem trūkumiem jāmin objektīvas analīzes trūkums, savu interešu lobēšana, datu trūkums, nepareiza multiplikatora izvēle vai atvasināšana no citiem pētījumiem, rezultātu pārspīlēšana. Tāpat arī pētījuma rezultātu atspoguļošana – nosaucot tikai gala skaitļus un neminot metodoloģiju ietekmes aprēķināšanai.
- Pasaules koru olimpiāde ir lielākais starptautiskais koru pasākums pasaulē. Pasaules koru olimpiādes galvenais organizators un idejas autors ir Vācijas organizācija *INTERKULTUR*, kas rīko dažādus starptautiska mēroga konkursus. Kopš 2000. gada, kad Lincā, Austrijā tika sarīkota pirmā koru olimpiāde, tā notiek ik pēc diviem gadiem dažādās partnerpilsētās visā pasaulē.
- No 2014. gada 9. līdz 19. jūlijam Rīgā notika līdz šim vērienīgākā Pasaules koru olimpiāde. Rīga pulcēja 27 tūkstošus dziedātāju, kuri pārstāv 460 korus no 73 valstīm un pieciem kontinentiem. Pasaules koru olimpiāde bija līdz šim pirmais kultūras pasākums, kas Rīgā pulcē tik lielu ārvalstu dalībnieku skaitu, kļūstot arī par „Rīga 2014” programmas lielāko notikumu dalībnieku skaita ziņā.
- Rēķinot Pasaules koru olimpiādes ekonomisko ietekmi, izmantoti dažādi datu avoti – nodibinājuma *Rīga 2014* vadītājas Diānas Čivles, Pasaules koru olimpiādes

projekta vadītājas Līvas Čuderes un *INTERKULTUR* pārstāves Latvijā Janas Kalniņas sniegtā informācija, tāpat veikta elektroniska olimpiādes dalībnieku aptauja, fokusgrupas diskusija ar koru brīvprātīgajiem asistentiem, izmantoti Centrālās statistikas pārvaldes dati un visa veida publiski pieejamā informācija internetā – piem., olimpiādes organizatoru mājaslapās atrodamā informācija, publiskie iepirkumi, rīkotāju un ekspertu izteikumi presē un medijos.

- Pasākuma tiešo ekonomisko ietekmi veido organizatoru tēriņi. Ir ļoti būtiski nodalīt vietējos (šajā gadījumā Latvijas) un ārējos ieņēmumus un izdevumus, jo tikai ārējie ieņēmumi, kas palikuši vietējā ekonomikā, būs tie, kas veidos Pasaules koru olimpiādes, ekonomisko ietekmi. Pasaules koru olimpiāde tika rīkota par vietējiem līdzekļiem, savukārt līdzekļi tērēti gan vietējām, gan ārvalstu precēm un pakalpojumiem, līdz ar to tiešā jeb organizatoru ekonomiskā ietekme ir negatīva, respektīvi, starptautiska pasākuma rīkošanā nav piesaistīti būtiski ārzemju līdzekļi. Turpmākajos aprēķinos tā samazina kopējo ekonomisko ietekmi.
- Stimulējošā jeb apmeklētāju un dalībnieku ekonomiskā ietekme ir šī pētījuma balsts, tomēr vienlaikus arī šeit iegūt datus bija vissarežģītāk. Analizējot viesnīcu cenas Rīgā jūlija mēnesī, veicot dalībnieku aptauju internetā un brīvprātīgo koru asistentu fokusgrupas diskusiju, nonākts pie secinājuma, ka dalībnieku vidējie tēriņi dienā bija 112 € un vidējais Rīgā pavadītais laiks – 5 dienas. Dalībnieku skaits, kas ieradās Rīgā no ārzemēm, bija 21 000. Tātad stimulējošā ekonomiskā ietekme ir 11,8 miljoni eiro.
- Lai aprēķinātu netiešo ekonomisko ietekmi, vispirms bija jāaprēķina multiplikators un šajā pētījumā izmantota Keinsa multiplikatora aprēķināšanas formula ar 2014. gada Latvijas tautsaimniecības rādītājiem (nodokļu slogs, mājsaimniecību tēriņi un imports – no iekšzemes kopprodukta). Rezultātā multiplikators sanāca 0,93 un Pasaules koru olimpiādes netiešā ekonomiskā ietekme ir 10,4 miljoni eiro.
- No Pasaules koru olimpiādes ar pakalpojumu starpniecību citos tautsaimniecības sektoros 2014. gadā radīti papildu 10,4 milj. € ieņēmumi. Ja ņem vērā, ka olimpiādes organizēšanā 2014. gadā ieguldīti 3,1 milj. €, tad olimpiādes netiešais ieņēmumu efekts ir 0,3. Tas nozīmē, ka no katra eiro, kas 2014. gadā ieguldīts Pasaules koru olimpiādes rīkošanā, 0,30 eiro jeb 30 % novirzīti citu nozaru uzņēmumiem un Pasaules koru olimpiādes netiešais ieņēmumu efekts ir 1,3. Šis secinājums sakrīt ar Andas Laķes un

pētnieku grupas veidotā Eiropas kultūras galvaspilsētas *Rīga 2014* programmas ietekmes novērtējuma ziņojuma secinājumu par to, ka 33 % no Eiropas kultūras galvaspilsētas projektiem paredzētā finansējuma tiešā veidā nonāk citās tautsaimniecības nozarēs. Tātad šī pētījuma secinājums uzskatāms par ticamu.

- Pasaules koru olimpiādes 2014 kopējās ekonomiskās ietekmes novērtējums ir 21,6 milj. €.
- Pētījuma gaitā autore saskārās ar vairākiem šķēršļiem, kā dēļ pētījuma rezultātus var arī apšaubīt. Pirmkārt, datu atlasē iespējams iegūt tikai gatavus datus no organizatoriem, kas nav apzināti vākti un sistematizēti, lai pēcāk veidotu pētījumu. Pētījumam tie tika rūpīgi meklēti un atlasīti, lai censtos savākt minimālo nepieciešamo, kas ne visos gadījumos ir iespējams. Otrkārt, divi atšķirīgi organizatori, no kuriem viens ir pašvaldības nodibinājums, bet otrs – privāts ārzemju uzņēmums, apgrūtināta datu iegūšanu un komunikācijas procesu. Treškārt, dalībnieku aptauja būtu bijusi jāveic pasākuma laikā vai maksimums mēneša, nevis 9 mēnešu laikā pēc pasākuma. Ceturtkārt, zemā atsaucība anketas aizpildīšanā lika izmēģināt fokusgrupas metodi, kas citkārt nederētu *cieto* datu iegūšanai.
- Veiksmīgi apstiprinājusies teorētiskajā daļā aprakstītā pasākumu tūrisma iezīme, ka šādi pasākumu apmeklētāji valstī uzturas ilgāk un vidēji dienā iztērē lielākas summas kā vienkārši tūristi. Ja pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem 2014. gadā vidējais tūrists Latvijā uzturējās 1,5 dienas un iztērēja 74 € dienā, tad Pasaules koru olimpiādes dalībniekam tās ir 5 dienas un 112 € dienā.
- Pētījuma noslēgumā jāsecina, ka Pasaules koru olimpiādei ekonomiskā ietekme ir, taču Latvijas tautsaimniecībā tā nav tik nozīmīga, lai to uzsvērtu kā būtiskāko argumentu šāda tipa pasākuma rīkošanai arī turpmāk. Pasaules koru olimpiādes kontekstā daudz būtiskāk būtu runāt par tās sociālo un kultūras ietekmi – pārstāvēto valstu, koru, mūzikas žanru daudzveidību, starptautisko sadarbību veicināšanu, personīgo tīklu veidošanos, kā arī Rīgas kā pilsētas tēla veicināšanu.
- No otras puses skaidrs, ka tik apjomīga un *skaļa* kultūras pasākuma organizēšanā 2014. gadā ieguldītie 3,1 miljoni eiro ir salīdzinoši maza summa, un pretī saņemtā ekonomiskā ietekme ir labs rādītājs. To, protams, varēja paredzēt un garantēja fakts, ka pilsētā iebrauc liels skaits ārzemju viesu. Tagad tikai atliek vērot ilgtermiņa ekonomisko ietekmi no olimpiādes un tūristu skaita dinamiku nākamajos gados pēc

olimpiādes, lai redzētu, vai dalībnieki Rīgu un Latviju kā tūrisma galamērķi ir pozicionējuši pozitīvi vai nē.

- Pētījumu veicot, autore pārliecinājās – ekonomiskās ietekmes aprēķinu veikt nav sarežģīti, tikai šāds pētījums ir jāieplāno savlaicīgi un īstajā brīdī, izmantojot precīzu metodoloģiju, jāveic īstās darbības.
- Darba pielikumos Nr. 3 un Nr. 4 ir atrodama sagatave ekonomiskās ietekmes kalkulatoram *Excel* formātā ar visām formulām, kas nepieciešamas aprēķiniem, tāpat arī pievienota Rokasgrāmata ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai, kurā soli pa solim aprakstītas veicamās darbības, nepieciešamo datu vākšanas un atlases metodoloģija un faktori, kas jāņem vērā, veicot kāda pasākuma ekonomiskās ietekmes analīzi.

AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS

Avoti

1. Freiberga, Kristīne. *Fokusgrupas diskusija ar Pasaules koru olimpiādes brīvprātīgajiem koru asistentiem*. 2015, 4. maijā. Audioieraksts. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.
2. Freiberga, Kristīne. *Saruna ar Diānu Čivli*. 2015, 5. martā. Audioieraksts. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.
3. Freiberga, Kristīne. *Saruna ar Diānu Čivli*. 2015, 11. maijā. Audioieraksts. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.
4. Freiberga, Kristīne. *Saruna ar Janu Kalniņu*. 2015, 1. apr. Audioieraksts. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.
5. *Pasaules koru olimpiādes projektu tāmes, biļešu ieņēmumu un apmeklējuma uzskaitījuma tabulas*. Glabājas K. Freibergas personiskajā arhīvā.

Literatūra

6. Bille, Trine, Günther G. Schulze. Culture in Urban and Regional Development. *Handbook of the Economics of Arts and Culture. First edition*. Edited by Victor A. Ginsburgh, David Throsby. Amsterdam: Elsevier/North-Holland, 2006. Pp. 1051 – 1099.
7. BOP Consulting. *Measuring the economic benefits of arts and culture. Practical guidance on research methodologies for arts and cultural organisations*. London: Arts Council England, 2012. Pieejams:
http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/Final_economic_benefits_of_arts.pdf [skatīts 2015, 25. febr.].
8. *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*. B. Janeczko, T. Mules, B. Ritchie. Southport: Sustainable Tourism CRC, 2002. Pieejams:
<http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Estimate%20Economic%20Impacts%20Festivals-Events.pdf> [skatīts 2015, 20. febr.].
9. *Festival and Special Event Management*. 2nd ed. J. Allen, W. O'Toole, I. McDonnell, R. Harris. Milton: Wiley & Sons, 2002.

10. Getz, Donald. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned events*. 2nd ed. New York: Routledge, 2012.
11. Grīnberga, Līga. *Sociālo tīklu analīzes izmantošanas iespējas kultūras ietekmes pētniecībā. „Rīga 2014” piemērs*. Bakalaura darbs. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2014.
12. Karnīte, Raita. *Kultūras sektora tautsaimnieciskā nozīmīguma novērtējums*. Rīga: BO SIA Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts, 1998.
13. Karnīte, Raita. *Kultūras sektora tautsaimnieciskais nozīmīgums*. Rīga: BO SIA Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts, 1999.
14. Karnīte, Raita. *Kultūras nozares ieguldījuma tautsaimniecībā aprēķināšana (statistisko rādītāju pilnveidošana)*. Rīga: BO SIA Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts, 2003.
15. *Kultūras sektora ekonomiskā nozīme un ietekme Latvijā. Kvantitatīvs pētījums*. Darba grupas vadītājs Roberts Ķīlis. Rīga: Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija, 2007.
16. Labadi, Sophia. *Evaluating the socio-economic impacts of selected regenerated heritage sites in Europe*. Amsterdam: European Cultural Foundation, 2008. Pieejams: http://www.encatc.org/pages/fileadmin/user_upload/Forum/Sophia_Labadi_2008CP_RA_Publication.pdf [skatīts 2015, 28. febr.].
17. Myerscough, John. *The Economic Importance of the Arts in Britain*. London: Policy Studies Institute, 1988.
18. Raabová, Tereza. *Economic Impact Calculator: Do It Yourself!* Prague: Arts and Theatre Institute, 2014. Pieejams: https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=ACEI2014&paper_id=191 [skatīts 2015, 15. martā].
19. Reeves, Michelle. *Measuring the economic and social impact of the arts: a review*. London: Arts Council of England, 2002. Pieejams: <http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/documents/publications/340.pdf> [skatīts 2015, 28. apr.].
20. Richards, Howard. *Understanding the Global Economics. Second edition*. Thousand Oaks: Peace Education Books, 2004.

21. Rozenberga, Ilze. *Pētījumu par masu pasākumu ietekmi uz ekonomiku pārskats*. Rīga: SIA Mārketinga praktiķu ACADEMIA, 2013. Pieejams: http://www.lnkc.gov.lv/Uploads/2014/10/28/1414507178_1662.pdf [skatīts 2015, 15. apr.].
22. Seaman, Bruce. Economic impact of the arts. *A Handbook of Cultural Economics*. Edited by Ruth Towse. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2003. Pp. 224 – 231.
23. Shields, Patricia, Nandhini Rangarajan. *A Playbook for Research Methods. Integrating Conceptual Frameworks and Project Management*. Stillwater: New Forums Press, 2013.
24. Shone, Anton, Bryn Parry. *Successful Event Management*. London, New York: Continuum, 2001.
25. Strode, Ieva. *Latvijas publisko bibliotēku ekonomiskā vērtība un ietekme. Novērtējuma ziņojums*. Rīga: Trešais tēva dēls, 2012. Pieejams: <http://www.kis.gov.lv/download/Latvijas%20publisko%20bibliot%C4%93ku%20ekonomiska%20vertiba%20un%20ietekme.pdf> [skatīts 2015, 18. aprīlī].
26. Šenfelde, Maija. *Makroekonomika*. Rīga: Rīgas Tehniskā universitāte, 2014.
27. Throsby, David. *Assessing the Impacts of the Cultural Industry*. Presented at Lasting Effects: Assessing the Future of Economic Impact Analysis of the Arts conference. 2004, May. Pieejams: <https://culturalpolicy.uchicago.edu/sites/culturalpolicy.uchicago.edu/files/Throsby2.pdf> [skatīts 2015, 28. janv.].
28. Towse, Ruth. *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.
29. Van der Wagen, Lynn. *Human Resource Management for Events. Managing the event workforce*. Amsterdam: Elsevier/North-Holland, 2007.
30. Zemīte, Ieva. *Pasākumu centru darbības ietekmes ekonomiskais novērtējums Latvijā*. Maģistra darbs. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2008.

Elektroniskie resursi

31. Blaua, Anna. *Kopējais tūristu skaits Rīgā pērn sasniedzis 2 miljonus*. 2015, 26. feb. Pieejams: <http://www.tava.gov.lv/lv/kopejais-turistu-skaits-riga-pern-sasniedzis-2-miljonus> [skatīts 2015, 11. maijā].

32. BNS. *LVRA vadītājs: Eiropas kultūras galvaspilsētas gads ir veicinājis Rīgas atpazīstamību*. 2014, 17. sept. Pieejams: <http://financenet.tvnet.lv/viedokli/527027-lvra-vaditajs-eiropas-kulturas-galvaspilsetas-gads-ir-veicinajis-rigas-atpazistami-bu> [skatīts 2015, 16. apr.].
33. *Booking.com – Browse hotel reviews and find the guaranteed best price on hotels for all budgets*. Pieejams: http://www.booking.com/searchresults.lv.html?sid=0ce2506d6bcbfb920d06e3a7129e662e;dcid=1;checkin_monthday=9;checkin_year_month=2015-7;checkout_monthday=14;checkout_year_month=2015-7;class_interval=1;csflt=%7B%7D;dest_id=-3212216;dest_type=city;no_rooms=1;order=price_excluding_dormitories;review_score_group=empty;score_min=0;si=ai%2Cco%2Cci%2Cre%2Cdi;ss=R%C4%ABga%2C%20R%C4%ABga%2C%20Latvija;ss_raw=riga;ssb=empty&rows=15;offset=15 [skatīts 2015, 15. apr.].
34. *BusinessDictionary.com – online business resource*. Pieejams: <http://www.businessdictionary.com/> [skatīts 2015, 23. martā].
35. *Centrālās statistikas pārvaldes mājaslapa*. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/> [skatīts 2015, 1. martā].
36. The Cincinnati USA Convention and Visitors Bureau. *Transforming Cincinnati USA: The Impact of the 2012 World Choir Games*. Pieejams: http://www.cincyusa.com/images/editor/file/World%20Choir%20Games/CVB_Xform_printer-friendly.pdf [skatīts 2015, 1. maijā].
37. *Economic Impact Toolkit*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/> [skatīts 2015, 20. aprīlī].
38. *Eiropas kultūras galvaspilsētas pasākumu oficiālā mājaslapa*. Pieejams: <http://riga2014.org/> [skatīts 2015, 17. apr.].
39. *EU-Japan Fest Japan Committee, the official website*. Pieejams: <http://eu-japanfest.org/n-english/index.html> [skatīts 2015, 9. maijā].
40. *The eventIMPACTS Toolkit*. Pieejams: <http://www.eventimpacts.com/> [skatīts 2015, 18. aprīlī].
41. Government of Canada, Department of Canadian Heritage. *Economic Impact Model for Arts and Heritage*. 2008. Pieejams: <http://www.rcip-chin.gc.ca/mieap-eimah/manuel-manual-eng.do#s2> [skatīts 2015, 25. martā].

42. *Infogr.am – create infographics and online charts*. Pieejams: <https://infogr.am/app/#/home> [skatīts 2015, 1. maijā].
43. International Network for Social Network Analysis. *What is Social Network Analysis?* Pieejams: http://www.insna.org/what_is_sna.html [skatīts 2015, 20. maijā].
44. Klāsons, Gints. *Kultūras pasākumu ietekmes novērtējumu iespējas. „Rīga – Eiropas kultūras galvaspilsēta 2014” piemērs*. 2014, 7. maijs. Pieejams: <https://culturelablv.wordpress.com/2014/05/07/kulturas-pasakumu-ietekmes-novertejumu-iespejas-riga-eiropas-kulturas-galvaspilseta-2014-piemers/> [skatīts 2015, 26. febr.].
45. *Kultūras ministres Helēnas Demakovas runa konferencē „Kultūras ieguldījums ekonomikā”*. Rīgā, 2005. gada 14. decembrī. Pieejams: <http://www.lvportals.lv/print.php?id=123614> [skatīts 2015, 15. apr.].
46. *Latvijas Bankas valūtu kalkulators*. Pieejams: <https://www.bank.lv/statistika/valutu-kursi/aktualie> [skatīts 2015, 17. martā].
47. Lazdiņš, Aigars. *Kultūras galvaspilsētas statuss tūristu pūļus uz Rīgu nav atvedis*. LTV Ziņu dienests, 2014, 11. jūl. Pieejams: <http://www.lsm.lv/lv/raksts/latvija/zinas/kulturas-galvaspilsetas-statuss-turistu-puljus-uz-riigu-nav-atve.a91231/> [skatīts 2015, 2. maijā].
48. LETA. *Eurostat: Nodokļu slogs Latvijā - otrs zemākais ES*. 2014, 16. jūn. Pieejams: <http://www.db.lv/finanses/nodokli/nodokli/eurostat-nodoklu-slogs-latvija-otrais-zemakais-es-416460> [skatīts 2015, 20. apr.].
49. LIVE Rīga & MEET Rīga. *Tūristu plūsmas dinamika Rīgā*. Pieejams: <https://www.riga.lv/NR/rdonlyres/4A5068A4-F92E-4443-903A-4FB4C421A8D6/33079/11Part%C5%ABristuautobusust%C4%81vvietunodro%C5%A1in%C4%81%C5%A1anuR%C4%ABgasv%C4%93s.pptx> [skatīts 2015, 11. maijā].
50. LR Kultūras ministrija. *Ministru kabineta rīkojuma projekta „Par valsts līdzdarbības programmu projekta „Rīga 2014. gada Eiropas Kultūras galvaspilsēta” īstenošanā” anotācijas pielikums Nr. 1 – Finansiālais pamatojums*

- un apraksts Rīga 2014 projektiem, kurus plānots finansēt no valsts budžeta.* 2011, 3. aug. Pieejams:
<https://www.google.lv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CDAQFjAD&url=https%3A%2F%2Fculturelablv.files.wordpress.com%2F2011%2F08%2Fvalsts-finanseto-riga-2014-projektu-apraksti.doc&ei=BCskVZWbDcKQsgHajYCQCg&usg=AFQjCNEeK9AcyUzbtPc-2CI9RFc7fSRiBA&sig2=bSbg5tX4pn86adecL6Y0Vw> [skatīts 2015, 19. apr.].
51. *Melnās kastes metode.* Inovatīvās darbības pamatelementi – InnoSupport rokasgrāmata MVU. Pieejams:
http://www.ltp.lv/cd/LV/lv/wso/index.cfm@fuseactionlearnl_id5326pl_id5325.htm [skatīts 2015, 20. martā].
52. *Ministru kabineta rīkojums Nr. 400 Par valsts līdzdalības programmu projektā „Rīga – Eiropas kultūras galvaspilsēta 2014. gadā”.* 2011, 24. aug. Pieejams:
http://likumi.lv/doc.php?id=234937&version_date=24.08.2011 [skatīts 2015, 15. martā].
53. *Nodibinājuma Rīga 2014 oficiālā mājaslapa.* Pieejams: <http://office.riga2014.org/> [skatīts 2015, 15. maijā].
54. *The official website of INTERKULTUR and its projects.* Pieejams:
<http://www.interkultur.com/welcome/> [skatīts 2015, 18. apr.].
55. *Online application for calculation of economic impacts of cultural organizations and events in the Czech Republic.* Pieejams: <http://www.kulka.cz/?lang=en> [skatīts 2015, 15. janv.].
56. Ontario Ministry of Tourism, Culture and Sport. *Tourism Regional Economic Impact Model.* Pieejams: <http://www.mtr-treim.com/webtreim/en/main.aspx> [skatīts 2015, 25. martā].
57. *The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) – the official website.* Pieejams: <http://www.oecd.org/> [skatīts 2015, 21. martā].
58. *Pasaules koru olimpiādes 2014 oficiālā mājaslapa* <http://singriga.lv/>. Pieejams:
<http://178.16.25.106/> [skatīts 2015, 20. apr.].
59. *Pētījums „Rīga – Eiropas kultūras galvaspilsēta 2014 programmas ietekmes novērtējums”.* 2014, 1. maijs. Pieejams:

- <http://office.riga2014.org/2014/05/01/petijums-riga-eiropas-kulturas-galvaspilseta-2014-programmas-ietekmes-novertejums/> [skatīts 2015, 15. apr.].
60. *Rīga 2014 brīvprātīgo platforma*. Pieejams: [http://piedalies.riga2014.org/](http:// piedalies.riga2014.org/) [skatīts 2015, 15. apr.].
61. Rīga 2014. *Zināmi Pasaules koru olimpiādes 2014 galvenie mākslinieki*. 2013, 10. apr. Pieejams: <http://www.delfi.lv/kultura/news/music/zinami-pasaules-koru-olimpiades-2014-galvenie-makslinieki.d?id=43217850> [skatīts 2015, 15. martā].
62. *Rokasgrāmata "Inovātīvās darbības pamatelementi"*. Pieejams: <http://www.innosupport.net/index.php?id=158&L=2> [skatīts 2015, 20. martā].
63. *Tirdzniecības noteikumi tirdzniecībai pasākuma „Pasaules koru olimpiādes Lielkoncerts” laikā 2014. gada 13. jūlijā*. Pieejams: <http://www.rigasgadatirgus.lv/nolikums.pdf> [skatīts 2015, 5. maijā].
64. Vaivare, Lāsma. *Vēl 800 tūkstoši eiro Rīgai 2014*. 2014, 27. maijā. Pieejams: <http://www.db.lv/laikraksta-arhivs/zinas/vel-800-tukstosi-eiro-rigai-2014-415459> [skatīts 2015, 15. apr.].
65. *Valsts aģentūra „Jaunie „Trīs brāļi”” Latvijas Nacionālās bibliotēkas ietekmi uz ekonomiku aicina vērtēt, tikai pamatojoties uz faktiem un to analīzi*. Paziņojums plašsaziņas līdzekļiem. 2007, 22. aug. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/jaunumi/?news_id=214 [skatīts 2015, 16. apr.].
66. Van der Steina, Aija. *Ārzemju tūristu pētījums Rīgā: patērētāju uzvedības tendences un izaicinājumi nākotnē*. Pētījuma ziņojums Latvijas Tūrisma forumā 2014, 21. nov. Pieejams: <http://www.tava.gov.lv/sites/default/files/dokumenti/prezentacijas/turisma-forums-2014/2Steina.pdf> [skatīts 2015, 16. maijā].
67. Žagars, Juris. *Profesionālās mākslas produkti reģiona ekonomikas sildīšanai*. Uzstāšanās radošo industriju konferencē *Subject: Creativity* Liepājā, 2015. gada 20. februārī. Pieejams: <https://www.youtube.com/watch?v=S0WoC53M2rQ> [skatīts 2015, 15. apr.].

ABSTRACT

Master's Thesis *Economic Impact of Cultural Events. Example of the World Choir Games*. Author: Kristīne Freiberga, supervisor Doc., Mg. art. Ieva Zemīte.

The present Thesis consists of 3 chapters, 12 subchapters and 4 annexes; the Paper includes 12 tables, 5 figures and 67 titles in the sources and literature list.

The aim of the Master's Thesis was to find the most suitable method for measuring the economic impact of cultural events, evaluate the economic impact of the World Choir Games 2014 and outline a template for an economic impact calculator, considering the Latvian situation. On the whole, the Paper succeeds to achieve the aforementioned aim. The first chapter of the Paper analyses the incentive for carrying out an economic impact study, deals with the experience of foreign researchers and compares several methods for analysing the economic impact of cultural events. The second chapter describes the aims and fundamental principles of the World Choir Games, as well as the organizational process and partners involved; it even analysis the various types of events. The third chapter of the Paper evaluates the daily expenses of participants; by using the economic impact assessment method it calculates the direct, the induced, the indirect and the total economic impact of the World Choir Games, as well as the indirect effect of revenue.

Direct economic impact or the economic impact of the organizers is negative, meaning no vital foreign funds were raised for organizing an international event. The average participant daily expenditure was 112 €; the induced economic impact – 11.8 million Euros. Through provision of services the World Choir Games provided an additional 10.4 million Euros (indirect economic impact) to other economic sectors in 2014. In total 0.30 Euros or 30 % of each euro, which was spent to organise the World Choir Games in 2014, were channelled to enterprises of other sectors. The assessment of the total economic impact of the World Choir Games 2014 constitutes 21.6 million €.



WCG 2014 questionnaire for participants

I'm Kristine Freiberga, currently studying in Latvian Academy of Culture and writing my Master's Thesis about the economic impact of the World Choir Games 2014 in Riga. To assist me in measuring the impact, I would like to ask you some questions about your approximate expenditure while in Riga. All individual survey responses will remain anonymous, only aggregated data will be reported.

*Required

When you were visiting Riga, did you plan your trip particularly to come to the WCG? *

- Yes
- No
- Not applicable – I live in Riga

How many days did you spend in Riga in total? *

How much money (€, in total) have you spent on flight tickets? *

Did you use airBALTIC? *

- Yes, only airBALTIC
- Partly
- No
- I don't know
- Other:

On these days in Riga, how much money (€, in total) have you spent *

on accommodation*

on food (provided by the organizers) *

on food outside the event*

on transport in Riga or surroundings

on entertainment (cafes, clubs, pubs etc.)

on souvenirs

on shopping

on entrance tickets to WCG 2014 events

on other purchases (please, state what other purchases)?

What is your country of residence?

What is your age?

What is your gender?

- Female
- Male

If there is anything else you would like to tell, please do so in the space provided below

Submit

Never submit passwords through Google Forms.

Thank you for your time, attention and effort!

If you have any questions regarding my research or want to follow the results, do not hesitate to contact me by e-mail k.freiberga@gmail.com

N.p.k.	Veicamā darbība		
1.	Definē ekonomiskās ietekmes reģionu		
	LATVIJA		
2.	Tiešā ekonomiskā ietekme jeb organizatoru tēriņi		
	Latvijas	Ārpus definētā reģiona	Kopā
IENĒMUMI			
Biļešu ieņēmumi	153742	153742	307484
Vietējās pašvaldības finansējums	1191983	0	1191983
Valsts finansējums	1603350	0	1603350
Kopā	2949075	153742	3102817
IZDEVUMI			
Maksas tiesības (autortiesības)	49939,64		49939,64
Maksa <i>INTERKULTUR</i> par dalību un starptautisko mārketingu		401250	401250
Pasākumu producēšana	1740153,46		1740153,46
Darbinieku algas	84086,13		84086,13
Dalībnieku informācijas centra un servisa darbības nodrošināšana	174529,82		174529,82
Mākslinieku honorāri	73771,3	55652,03	129423,33
Mārketing	128855,66		128855,66
Citi:	104469,73	190108,93	294578,66
Biļešu tirdzniecības izmaksas	17626,22		17626,22
Starptautiskās žūrijas izmaksas 80 žūrijas locekļiem (samaksa, ceļa izdevumi un izmitināšanas izdevumi)	18434,81	190108,93	208543,74
Administratīvie izdevumi, biroja izmaksas u.c.	52375		52375
Transporta nodrošinājums	16033,7		16033,7
Kopā	2355805,74	647010,96	3002816,7
No datiem iekrāsotajās šūnās divos veidos iespējams aprēķināt tiešo ekonomisko ietekmi:			
Organizatoru izdevumi	3002816,7	Vietējie izdevumi	2355805,74
Ārējie izdevumi	647010,96	Vietējie ieņēmumi	2949075
To starpība	2355805,74	To starpība	-593269,26
Vietējie ieņēmumi	2949075		
Starpība	-593269,26		
rezultātiem iekrāsotajās šūnās jāsanāk vienādiem			
TIEŠĀ EKONOMISKĀ IETEKME		-593269,26	

3. Stimulējošā ekonomiskā ietekme jeb apmeklētāju un dalībnieku tēriņi	
Apmeklējumu skaits bez vietējiem iedz. un bez nejaušiem apmeklētājiem:	21000
Vidējais reģionā pavadītais dienu skaits:	5
Apmeklētāju izdevumi par naktsmājām dienā, €:	52,59
	5521950
Apmeklētāju pārējie izdevumi vid. dienā, €:	60
	6300000
Kopējie apmeklētāju un dalībnieku izdevumi, €:	11821950
STIMULĒJOŠĀ EKON. IETEKME	11821950
4. Netiešā ekonomiskā ietekme jeb multiplikatora piemērošana	
Tiešā + stimulējošā ekon. iet.	11228680,74
Keinsa multiplikatora aprēķināšanas formula:	(piemērota pasākumiem)
$k = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m}$	
c = mājsaimniecību tēriņi t = nodokļu slogs (aprēķini no IKP vai RKP) m = importa rādītāji (aprēķini no IKP vai RKP) dati Latvijā par 2014. gadu:	
	0,61 c
	0,279 t
	0,52 m
	0,93 k
NETIEŠĀ EKONOMISKĀ IETEKME	10395097,84
5. Kopējā ekonomiskā ietekme	
Kopējā ekonomiskā ietekme = tiešā + stimulējošā + netiešā	21623778,58

N.p.k.	Veicamā darbība						
1.	Definē ekonomiskās ietekmes reģionu						
2.	Tiešā ekonomiskā ietekme jeb organizatoru tēriņi						
		(definētais reģions)	Ārpus definētā reģiona	Kopā			
	IENĒMUMI						
	Bīlešu ieņēmumi			0			
	Ieņēmumi no tirgotājiem pasākumos			0			
	Dalības maksas			0			
	Reklāmas ieņēmumi			0			
	Sponsoru līdzekļi			0			
	Granti			0			
	Fondu līdzekļi			0			
	Vietējās pašvaldības finansējums			0			
	Valsts finansējums			0			
	Sadarbības partneru ieguldījums (piem., bartera veidā)			0			
	Privātpersonu ziedojumi			0			
	U.c.			0			
	Kopā	€ -	€ -	€ -			
	IZDEVUMI						
	Maksas tiesības (autortiesības)			0			
	Pasākumu producēšana			0			
	Pasākumu tehniskā producēšana			0			
	Darbinieku algas (administratīvās izmaksas)			0			
	Izdevumi par brīvprātīgajiem			0			
	Izmaksas par māksliniekiem (viesnīcas, ēdināšana)			0			
	Mākslinieku honorāri			0			
	Mārketing			0			
	Citi			0			
	Kopā	€ -	€ -	€ -			
	No datiem iekrāsotajās šūnās divos veidos iespējams aprēķināt tiešo ekonomisko ietekmi:						
	Organizatoru izdevumi		0 Vietējie izdevumi	0			
	Ārējie izdevumi		0 Vietējie ieņēmumi	0			
	To starpība		0 To starpība	€ -			
	Vietējie ieņēmumi		0				rezultātiem iekrāsotajās šūnās jāsanāk vienādiem
	Starpība	€ -					
	TIEŠĀ EKONOMISKĀ IETEKME			€ -			

3.	Stimulējošā ekonomiskā ietekme jeb apmeklētāju un dalībnieku tēriņi					
	Apmeklējumu skaits bez vietējiem iedz. un bez nejausiem apmeklētājiem:					
	Vidējais reģionā pavadītais dienu skaits:					
	Apmeklētāju izdevumi par naktmājām dienā, €:					
		€	-			
	Apmeklētāju pārējie izdevumi vid. dienā, €:					
		€	-			
	Dalībnieku (ja atšķiras no apmeklētājiem) izdevumi, €:	€	-			
	Kopējie apmeklētāju un dalībnieku izdevumi, €:	€	-			
	STIMULĒJOŠĀ EKONOMISKĀ	€	-			
4.	Netiešā ekonomiskā ietekme jeb multiplikatora piemērošana					
	Tiešā + stimulējošā ekon. iet.	€	-			
	Keinsa multiplikatora aprēķināšanas formula:	(piemērota pasākumiem)		Investīciju multiplikatora aprēķināšanas formula:	(piemērota organizācijām un infrastruktūras būvēm)	
	$k = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m}$			$k = \frac{\Delta Y}{\Delta I}$		
	c = mājsaimniecību tēriņi no IKP			ΔY = (nacionālā vai reģionālā) ienākuma izmaiņas		
	t = nodokļu slogs (aprēķini no IKP vai RKP)			ΔI = investīciju izmaiņas		
	m = importa rādītāji (aprēķini no IKP vai RKP)			abi - konkrētā laika periodā un konkrētā nozarē		
	dati Latvijā par 2014. gadu:					
	0,61 c				ΔY	
	0,279 t				ΔI	
	0,52 m					
	0,93 k			#DIV/0!	k	
	NETIEŠĀ EKONOMISKĀ IETEKME	€	-			
5.	Kopējā ekonomiskā ietekme					
	Kopējā ekonomiskā ietekme = tiešā + stimulējošā + netiešā					
		€	-			

Ekonomiskās ietekmes aprēķināšanas rokasgrāmata,

izmantojot ekonomiskās ietekmes novērtēšanas (*economic impact assessment*)
metodi

Saturs

1. Ekonomiskās ietekmes reģiona definēšana	97
2. Pasākuma organizēšanas izdevumi – tiešā ekonomiskā ietekme	97
3. Apmeklētāju un dalībnieku izdevumi – stimulējošā ekonomiskā ietekme	100
4. Netiešā un kopējā ekonomiskā ietekme	104
5. Kopsavilkums.....	107
Izmantotie avoti	108

1. Ekonomiskās ietekmes reģiona definēšana

Pirmais solis kultūras pasākuma tiešās ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai ir novilkt formālas ģeogrāfiskās robežas tam, ko var uzskatīt par *māju ekonomiku*. Tā var būt pilsētas, reģiona, novada vai valsts ekonomika.¹ Izvēloties reģionu, jāņem vērā, vai būs iespējams noteikt dalībnieku/apmeklētāju skaitu, kas dzīvo ārpus izvēlētajām ģeogrāfiskajām robežām, kā arī projekta ienākumus no atbalstītājiem, kuri neatrodas šajās robežās.²

Ekonomiskās ietekmes reģions	
-------------------------------------	--

2. Pasākuma organizēšanas izdevumi – tiešā ekonomiskā ietekme

Masu pasākumu organizēšana var būt dārga un komplicēta, gan ieņēmumi, gan izdevumi nāk gan no vietējās ekonomikas, gan ārpus tās. Galvenais mērķis ir aprēķināt organizatoru izdevumus tieši vietējā ekonomikā. Praksē ir iespējams, ka pasākuma organizēšana ir ar negatīvu bilanci, tātad ar negatīvu ekonomisko ietekmi, īpaši tad, ja

¹ The eventIMPACTS Toolkit. *Defining the Host Economy*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_one/ [skatīts 2015, 18. apr.].

² Economic Impact Toolkit. *Select a Geographical Area of Interest*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?plD=31> [skatīts 2015, 20. apr.].

izmantotie pakalpojumi un eksperti ir iepirkti no ārpuses. Tādējādi ir diezgan loģiski veidot vietējo piegādātāju un ekspertu tīklu, kas sabiedrības un valsts iestāžu acīs radīs daudz lielāku ekonomisko ietekmi no pasākuma.³

Jāņem vērā šādi pasākuma organizēšanas ieņēmumi un izdevumi:

- Vietējie finansējuma (ienākumi) avoti;
- Ārējie finansējuma avoti;
- Organizēšanas izdevumi, kas tērēti vietējiem uzņēmumiem (palikuši vietējā ekonomikā);
- Organizēšanas izdevumi, kas atdoti ne-vietējiem uzņēmumiem (nav palikuši vietējā ekonomikā).

Turklāt ir ļoti būtiski nodalīt šos vietējos un ārējos ieņēmumus un izdevumus, **jo tikai ārējie ieņēmumi, kas palikuši vietējā ekonomikā, būs tie, kas veidos ekonomisko ietekmi.**

Shematiski tiešās ekonomiskās ietekmes veidošanos varētu attēlot šādi:

1. tabula

Shematiska tiešās ekonomiskās ietekmes veidošanās

Vietējie ienākumi	Ārējie ienākumi	Vietējie izdevumi	Ārējie izdevumi	Tiešā ekonomiskā ietekme
X	-	X	-	Neitrāla
X	-	-	X	Negatīva
-	X	-	X	Neitrāla
-	X	X	-	Pozitīva

Autores veidota

Finanšu avoti var būt:

- Biļešu ieņēmumi.
- Dalības maksas
- Ieņēmumi no tirgotājiem
- Reklāmas ieņēmumi
- Sponsoru līdzekļi
- Sadarbības partneru ieguldījums (piem., bartera veidā)
- Granti
- Fondu līdzekļi
- Vietējās pašvaldības finansējums
- Valsts finansējums
- Privātpersonu ziedojumi
- u.c.

³ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of the Event Organiser*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_four/ [skatīts 2015, 11. maijā].

Savukārt izdevumus sastāda:

- Pasākumu producēšana un tehniskā producēšana
- Mākslinieku honorāri
- Darbinieku algas (administratīvās izmaksas)
- Izdevumi par brīvprātīgajiem
- Mārketings
- u.c.

Precīzu tabulu aprēķiniem skatīt maģistra darba Pielikumā Nr. 3 – ekonomiskās ietekmes kalkulatora Excel tabulā.

Tiešo ekonomisko ietekmi rēķinot, tālāko soli var spert ar divām atšķirīgām aprēķinu metodēm, bet rezultāts ir vienāds:

Organizatoru izdevumi	
Atņem ārējos izdevumus	
Atņem vietējos ieņēmumus	

Economic Impact Toolkit⁵

Vietējie izdevumi	
Vietējie ieņēmumi	
To starpība (izdevumi – ieņēmumi)	

The eventIMPACTS Toolkit⁴

Pasākumos, ko rīko privāti uzņēmēji, jāņem vērā, ka ne vienmēr peļņa obligāti nonāks vietējā ekonomikā un veidos pasākuma ekonomisko ietekmi – tas ir atkarīgs no katra pasākuma specifikas un katra organizatora vēlmēm. Lai labāk salīdzinātu ietekmi no dažādiem pasākumiem, ekonomiskās ietekmes aprēķinu paraugos ir ieteikts šāda veida peļņu neņemt vērā, lai ekonomiskā ietekme būtu aprēķināta kā minimālā, protams, ar iespēju, ka tā ir lielāka (nevis otrādi – rezultātos atspoguļota pārspīlēti liela).⁶ Ja pasākuma tiešā ekonomiskā ietekme sanāk negatīva – tā būs jāatņem no apmeklētāju veidotās stimulējošās ekonomiskās ietekmes.

Kopējie organizēšanas izdevumi, €: (tiešā ekonomiskā ietekme)	
--	--

⁴ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of the Event Organiser*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_four/ [skatīts 2015, 18. apr.].

⁵ Economic Impact Toolkit. *Defining economic activity & economic impact*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?pid=59> [skatīts 2015, 20. apr.].

⁶ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of the Event Organiser*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_four/ [skatīts 2015, 18. apr.].

3. Apmeklētāju un dalībnieku izdevumi – stimulējošā ekonomiskā ietekme

Nākamais, vislaikietilpīgākais solis ekonomiskās ietekmes aprēķināšanā, ir datu iegūšana par pasākuma apmeklētāju tēriņiem. Šādi dati ļauj aprēķināt pasākuma stimulējošo ekonomisko ietekmi – kā apmeklētāju izdevumi, ierodoties uz kultūras pasākumu, rada apgrozījumu citās tautsaimniecības nozarēs, vietējos uzņēmumos.

Dati par dalībnieku tēriņiem veido būtisku daļu no tiešās ekonomiskās ietekmes, tāpēc ir svarīgi rūpīgi pārdomāt aptaujas anketā uzdotos jautājumus, to formulējumu un pat anketas noformējumu.

Anketā būtu jāiekļauj šādi jautājumi⁷:

1. Vai ieradās konkrēti uz pasākumu;
2. Vai nakšņoja ārpus mājām;
3. Ja jā, vai pie radiem, draugiem vai arī maksas naktsmājās;
4. Cik dienas pavadīja pasākumā;
5. Cik daudz naudas dienā / kopumā iztērēja (neskaitot ieejas biļešu cenas):
 - a. Par aviobiļetēm;
 - b. Par ekskursijām un izbraucieniem;
 - c. Par naktsmājām;
 - d. Par ēdināšanu;
 - e. Iepirkšanās un suvenīriem;
 - f. Izklaidēm;
 - g. Citi tēriņi (nosaukt, kādi).
6. Par ieejas biļetēm pasākumos.

Lai arī ekonomiskās ietekmes novērtēšanas pētījumos noderīgāks un efektīvāks dalībnieku un apmeklētāju aptaujas veids ir papīra anketa vai īsa saruna ar intervētāju pasākuma beigās⁸, izvēloties pētījumu veikt ilgāku laiku pēc pasākuma norises, var veidot aptaujas anketu internetā.

⁷ Economic Impact Toolkit. *How do I encourage project participants to complete questionnaires?* Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?plD=62> [skatīts 2015, 20. apr.]; Janeczko, Ben, Trevor Mules, Brent Ritchie. *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*. Southport: Sustainable Tourism CRC, 2002. P. 21. Pieejams: <http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Estimate%20Econ%20Impacts%20Festivals-Events.pdf> [skatīts 2015, 20. febr.].

⁸ Economic Impact Toolkit. *How do I encourage project participants to complete questionnaires?* Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?plD=62> [skatīts 2015, 20. apr.].

Ierasti projektu veida pasākumos būtu nepieciešams nodalīt **skatītājus no projekta dalībniekiem**. Aprēķinu veikšana soli pa solim, lai noteiktu atbilstošo apmeklētāju skaitu un attiecīgi viņu tēriņus:

1. Nosaka pasākumu apmeklējumu skaitu – korektu apmeklētāju tēriņu aprēķinu var veikt tikai ar korektiem datiem par apmeklētāju skaitu. Šo nosaka organizatoru sniegtā informācija – parasti akurātu informāciju var iegūt par akreditētajām grupām (dalībnieki, oficiālie pārstāvji, lūgtie viesi, mediju pārstāvji). Par pārējiem apmeklētājiem dati var atšķirties, lai arī pētījumos apliecinās, ka šie dati ir vissvarīgākie ietekmes aprēķināšanai. Pasākumos ar ieejas biļetēm un stadionu / arēnu pasākumos apmeklējumu novērtēt ir vienkāršāk. Jau zinātniskāka pieeja apmeklējuma novērtēšanai nepieciešama brīvas pieejas pasākumiem.

Kopējais apmeklējumu skaits:	
-------------------------------------	--

2. Atņem atkārtotos apmeklējumus (apmeklētājus, kas iet uz vairākiem pasākumiem) – skaits atkarīgs no pasākuma ilguma (dienu skaita), tāpat arī no dažādām lokācijām (piemēram, ja vairāki bezmaksas pasākumi ir kājām sasniedzamā attālumā). Būtu loģiski samazināt iepriekš aprēķināto skaitu, īpaši to, kas attiecas uz bez biļešu pasākumiem.

Unikālo apmeklējumu (apmeklētāju) skaits:	
--	--

3. Neņem vērā vietējos iedzīvotājus – parasti pasākumi konkurē savā starpā (īpaši vasaras sezonā). Ja vietējais iedzīvotājs savu naudu neizmēģē konkrētajā kultūras pasākumā, viņš šo naudu izmēģē, piemēram, citā sporta pasākumā, un šī nauda jebkurā gadījumā paliks vietējā ekonomikā. Vietējo iedzīvotāju tēriņi netiek iekļauti ekonomiskās ietekmes aprēķinos – tie ir tēriņi, kas būtu notikuši arī bez konkrētā pasākuma. Var argumentēt, ka pasākums veicina vietējo iedzīvotāju tēriņus un ieguldījumu ekonomikā, bet to ir grūti pierādīt un šis neveicina *jaunas* naudas apriti valsts ekonomikā.

Apmeklējumu skaits bez vietējiem iedz.:	
--	--

4. Neņem vērā nejaunos apmeklētājus, kas būtu ieradušies pilsētā tik un tā.

Apmeklējumu skaits bez vietējiem iedz. un nejaušiem apmeklētājiem:	
---	--

5. Izvērtē apmeklētāju tipus un nosaka viņu tēriņu virzienu. Visus apmeklētājus var iedalīt trīs lielās grupās – komerciālie apmeklētāji (tie, kas paliek viesnīcās), nekomerciālie

apmeklētāji (tie, kas paliek attiecīgajā reģionā, bet nemaksā par naktsmājām, piem., pie draugiem, radiem), un vienas dienas apmeklētāji, kas vispār nepaliek pa nakti. Šāda klasifikācija palīdz izsekot apmeklētāju tēriņiem, jo katrā no šīm grupām tie atšķirsies – komerciālie apmeklētāji, protams, attiecīgajā ekonomikā atstās vairāk līdzekļu.⁹

Komerčiālie apmeklētāji	Nekomerciālie apmeklētāji	Vienas dienas apmeklētāji

6. Aprēķina apmeklētāju izdevumus par naktsmājām – lai tos noskaidrotu, tiek sastādīta un veikta apmeklētāju aptauja. Izdevumi par naktsmājām parasti ir vislielākie un visbūtiskāk ietekmē ekonomiskās ietekmes pētījumu, tāpēc šiem datiem un aprēķiniem ir jābūt pamatotiem un uzticamiem. Naktsmītņu izdevumus ir relatīvi viegli aprēķināt:

4. tabula

	Komerčiālo apmeklētāju skaits	
x	Vidējais nakšu skaits Rīgā	
=	Komerčiālo nakšu skaits Rīgā	
x	Vidējās izmaksas par nakti pilsētas viesnīcās	
=	Apmeklētāju izdevumi par naktsmājām	

The eventIMPACTS Toolkit¹⁰

Pasākumiem, kam ir liels apmeklētāju skaits, ir ieteicams iegūtos aptauju rezultātus salīdzināt ar viesnīcu un citu naktsmāju nodrošinātāju reālo pieredzi un novērojumiem.

Apmeklētāju izdevumi par naktsmājām, €:	
--	--

7. Aprēķina pārējos apmeklētāju izdevumus – blakus izdevumiem par naktsmītnēm, dalībnieki tērē savus līdzekļus arī citiem mērķiem; tos aplūkojām jau iepriekšējā apakšnodaļā. Arī šos izdevumus katrā pozīcijā var aprēķināt vidēji vienai dienai un tad sareizināt ar apmeklētāju skaitu.

5. tabula

	Apmeklētāju skaits	
--	--------------------	--

⁹ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the spending of spectators*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_two_one/ [skatīts 2015, 18. apr.].

¹⁰ Turpat.

x	Vidējais dienu skaits Rīgā	
x	Vidējie tēriņi dienā, izņemot naktsmājas un ieejas biļetes	
=	Apmeklētāju pārējie izdevumi	

The eventIMPACTS Toolkit¹¹

Būtiski, ka šeit neparādās izdevumi par pasākumu ieejas biļetēm vai programmiņām – šīs summas tiek ierēķinātas pasākuma organizatoru ienākumos, bet visi augstākminētie apmeklētāju izdevumi kļūst par vietējo uzņēmēju ienākumiem.

Apmeklētāju pārējie izdevumi, €:	
---	--

8. Atņem tiešās noplūdes (*direct leakages*)¹² – brīdī, kad apmeklētājs tērē savus līdzekļus, daļa no tiem var nekavējoties atstāt *māju* ekonomiku – piemēram, ja pasākumā ir tirdzniecības vietas, kuru īpašnieki nav vietējie uzņēmēji. Lai arī tirgotāji maksā pasākuma organizatoriem par dalību tajā, šādi izdevumi jāskata pie organizatora ieņēmumiem. Lai šādas noplūdes aprēķinātu, apmeklētāju kopējie tēriņi pasākuma norises vietā jāsamazina par to pašu proporciju, cik tirgotāju nav vietējie.

Lai arī pasākuma apmeklētāju izdevumi veido lielāko daļu no ekonomiskās ietekmes, ir arī citas pasākumā iesaistīto cilvēku grupas, kas arī var veidot būtisku ieguldījumu kopējā ietekmē – tie ir dalībnieki, oficiālie viesi, oficiālie delegāti, mākslinieki, mediji, brīvprātīgie. Līdzīgi kā apmeklētājiem, var aprēķināt arī šo grupu tēriņus.¹³ Šos datus samērā precīzi var iegūt no pasākumu organizatoriem.

Dalībnieku, mūziķu, mākslinieku pārējie izdevumi, €:	
---	--

Kopējie apmeklētāju un dalībnieku izdevumi, €: (stimulējošā ekonomiskā ietekme)	
--	--

¹¹ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Spending of Spectators*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_two_two/ [skatīts 2015, 18. apr.].

¹² Turpat.

¹³ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the spending of attendees*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/intermediate_resource/step_three/ [skatīts 2015, 11. maijā].

4. Netiešā un kopējā ekonomiskā ietekme

Ja tiešā ekonomiskā ietekme nosaka „pirmās kārtas” izdevumus, ko rada pasākums (teiksim, tiešo saikni starp pasākuma apmeklētāju un vietējo restorānu), tad netiešā ekonomiskā ietekme cenšas piefiksēt papildus izraisītos ienākumus māju ekonomikā (piem., līdzekļus, ko šis restorāns iztērējis vietējā ekonomikā, lai nodrošinātu sava biznesa darbību). Vēl viens koncepts, kas jāaplūko šajā nodaļā, ir pārvietošanās (*displacement*) un importa aizvietošana (*import substitution*), ko parasti izjūt liela mēroga starptautiskos pasākumos.

Tā kā nozares savā starpā ir saistītas, ieguldot investīcijas kādā no tām, gūstam lielāku efektu, jo naudas līdzekļi daļēji pārplūst arī uz citām, iepērkot materiālus, izlietojot darba algu patēriņa preču iegādei utml.¹⁴ Koeficientu, kas atspoguļo šo ieguldījumu efektivitāti, ekonomikā sauc par multiplikatoru (arī reizuli, daudzkārtotāju, no angļu val. *multiplier*). Ir dažāda veida multiplikatori: eksportā bāzēti, tradicionālie Keinsa multiplikatori, ielaides un izlaides multiplikatori un proporciju multiplikatori. Multiplikatora lielums atkarīgs no starpreģionālajām saistībām – tas būs zemāks mazākos reģionos, un lielāks – plašākos, pašpietiekamos reģionos.¹⁵ Tāpat arī jāņem vērā, ka dažādās nozarēs investīcijām ir atšķirīgs multiplikatora efekts.¹⁶ Daudzos gadījumos multiplikatora vērtību aizņemas no citiem pētījumiem, kas, protams, ir mazāk precīzi un efektīvi, kā multiplikatori, ko empīriski atvasina, balstoties izvēlētās māju ekonomikas starp-industriju attiecībās. Šādi empīriski atvasināti multiplikatori nav derīgi un pieejami jebkuram ģeogrāfiskajam līmenim. Nepareiza multiplikatoru aprēķināšana radīs aplamu priekšstatu par pasākuma ekonomisko ietekmi pasākuma finansētājiem.¹⁷

Visvienkāršākais veids netiešās ekonomiskās ietekmes aprēķināšanai ir – paņemt tiešās un stimulējošās ekonomiskās ietekmes rādītājus un piemērot tiem multiplikatoru. Tomēr pati multiplikatora rēķināšana ir sarežģīts un komplicēts process – tas prasa rūpīgu un smalku iedziļināšanos un ekonomisko attiecību studijas izvēlētajā ģeogrāfiskajā teritorijā. Praksē šo veic profesionāļu kompānijas, kam ir pieredze strādāt ar sarežģītiem ekonomiskajiem datiem.¹⁸

¹⁴ Šenfelde, Maija. *Makroekonomika*. Rīga: Rīgas Tehniskā universitāte, 2014. 78. lpp.

¹⁵ Bille, Trine, Günther G. Schulze. Culture in Urban and Regional Development. *Handbook of the Economics of Arts and Culture. First edition*. Edited by Victor A. Ginsburgh, David Throsby. Amsterdam: Elsevier/North-Holland, 2006. Pp. 1057 – 1058.

¹⁶ Šenfelde, Maija. *Makroekonomika*, 80. lpp.

¹⁷ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Total Economic Impact*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/advanced_resource/measuring/ [skatīts 2015, 18. apr.].

¹⁸ The eventIMPACTS Toolkit. *Economic Advanced Impacts*. Pieejams: <http://www.eventimpacts.com/economic/advanced/> [skatīts 2015, 17. apr.].

Gadījumos, kur multiplikators nav uzreiz pieejams vai arī ir pārāk dārgi vai sarežģīti to empīriski atvasināt, ir ieteikums pētījuma ziņojumā runāt tikai par tiešo un stimulējošo ekonomisko ietekmi.

Jāpiebilst, ka pašam pasākumam nav pilnīgi nekādas ietekmes uz multiplikatoru. Tādējādi, kad salīdzina dažādu pasākumu atšķirīgās pilsētās / valstīs ekonomisko ietekmi, nav korekti salīdzināt multiplikatora efektus, un būtu jārunā tikai par tiešo un stimulējošo ekonomisko ietekmi.¹⁹

Kultūras jomā un šajā metodē būs piemērotāki divi multiplikatori – investīciju (organizāciju gadījumos) un Keinsa (pasākumu gadījumos).

- **Investīciju multiplikatoru** (*Investment Multiplier* – M_i) aprēķina dalot ienākuma izmaiņas ar investīciju izmaiņām²⁰:

$$k = \frac{\Delta Y}{\Delta I}$$

ΔY = (nacionālā vai reģionālā) ienākuma izmaiņas (*increase in national income*),

ΔI = investīciju izmaiņas (*increase in initial investment*) (abi – konkrētā laika periodā un konkrētā nozarē)

- **Keinsa multiplikators** mēra no ārpuses ienākošo tēriņu (piem., tūristu tēriņus) ietekmi uz reģionālo kopproduktu. Reģionālais kopprodukts (RKP) ir ekvivalents valstiskajam konceptam par iekšzemes kopproduktu, tikai izmantotie rādītāji multiplikatora aprēķināšanas formulā attieksies uz definētā ekonomiskās ietekmes reģiona ekonomiku. Šī pētījuma kontekstā – principā uz to pašu Latvijas iekšzemes kopproduktu. Multiplikatora aprēķināšanas formula:

$$k = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m}$$

c = mājsaimniecību patēriņa izdevumi no IKP (*the propensity for households to spend*),

t = nodokļu slogs (no IKP vai RKP) (*marginal propensity to tax out of GRP*),

m = importa rādītāji (no IKP vai RKP) (*marginal propensity to import out of GRP*).

Tādējādi ekonomikai, kurā vidējie mājsaimniecību tēriņi ir 0,9, nodokļu slogs – 30% un importa rādītāji 0,25, Keinsa multiplikators ir 1,6.²¹ Ar to tad attiecīgi ir jāreizina iepriekš aprēķinātie tiešās ekonomiskās ietekmes rādītāji, vēlreiz jāpieskaita tiešās ekonomiskās ietekmes rādītāji, lai iegūtu kopējo ekonomisko ietekmi.

¹⁹ The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Total Economic Impact*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/advanced_resource/measuring/ [skatīts 2015, 14. apr.].

²⁰ Šenfelde, Maija. *Makroekonomika*, 78. lpp.

²¹ Janeczko, Ben, Trevor Mules, Brent Ritchie. *Estimating the economic impacts of festivals and events...*, pp. 28 – 29.

k =	
Netiešā ekonomiskā ietekme = (tiešā + stimulējošā) x k	
Kopējā ekonomiskā ietekme = tiešā + stimulējošā + netiešā	

Īpaši lielos pasākumos iespējamas situācijas, kad pasākums izraisa ietekmi uz vietējo iedzīvotāju normālo / ierasto ekonomisko rīcību, un arī šis ir jāņem vērā:

- Masu pasākumi var atturēt vietējos iedzīvotājus no īslaicīgas māju ekonomikas atstāšanas (palikt uz pasākumu, nevis pašiem ceļot kur citur). Tas atspoguļojas ienākumos māju ekonomikā. Piemēram, ja 2012. gadā Parīze (nevis Londona) iegūtu tiesības uzņemt Vasaras Olimpiskās spēles, būtu pamatoti apgalvot, ka daļa londoniešu un Lielbritānijas iedzīvotāju dotos un Franciju apmeklēt spēles. Tā kā spēles notika Londonā, Lielbritānijas iedzīvotājiem bija iespēja vērot spēles, neatstājot valsti. Tomēr, aprēķinot vietējo iedzīvotāju radītos ienākumus Londonas budžetā spēļu laikā, labākajā gadījumā tie ir niecīgi.
- Iespējams arī pretējais scenārijs – daļa vietējo iedzīvotāju apzināti var atstāt valsti, lai izvairītos no masu pasākuma, kas, protams, negatīvi ietekmētu valsts ekonomiku.
- Vēl viens efekts, kas jāņem vērā lielos pasākumos ir pārvietošanās (*displacement*). To izraisa ierindas tūristu vēlme vienkārši ceļot / apciemot kādu vietu, bet pasākuma norises laikā tā ir pārpildīta ar pasākuma apmeklētājiem. Piemēram, Londona ir populārs tūristu galamērķis arī bez Olimpiskajām spēlēm; gaidītais tūristu pieplūdums radīs papildu prasības Londonas ekonomikai. Pieprasījuma pieaugums, visticamākais, izraisīs cenu līmeņa pieaugumu noteiktos sektoros (piem., naktsmājās). Sastrēguma rezultāts bija paaugstinātas cenas, un tas atstāja iespaidu uz vienkāršo tūristu plāniem apmeklēt Londonu tajā laika posmā. Izaicinājums ekonomiskās ietekmes kontekstā tad ir aprēķināt naudas izteiksmē vērtību, ko radījusi šī pārvietošanās.²²

²² The eventIMPACTS Toolkit. *Measuring the Total Economic Impact*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/advanced_resource/measuring/ [skatīts 2015, 18. apr.].

5. Kopsavilkums

Vienkāršotā veidā iepriekš veiktās aprēķinu darbības var attēlot tabulā:

Dalībnieku izdevumi ↓	Organizatoru izdevumi ↓
Atņem vietējo dalībnieku izdevumus ↓	Atņem tēriņus par ārpus interesējošā reģionā bāzētiem uzņēmumiem – pakalpojumiem un precēm ↓
Atņem nejaušo dalībnieku izdevumus ↓	Atņem vietējos finansējuma avotus ↓
Atņem noplūdes – naudu, kas nepaliek vietējā ekonomikā ↓	
Multiplikators (izvēles iespēja, piemērot vai ne) ↓	
EKONOMISKĀ IETEKME	

„Ja ekonomiskās ietekmes novērtējumā rezultāts sanācis negatīvs, tas nav iemesls panikai. Negatīva ekonomiskā ietekme vienkārši apliecina to, ka notikusi naudas līdzekļu noplūde ārpus interesējošā ekonomiskā reģiona, kā arī to, ka naudas devēji pārsvarā ir vietējie, savukārt pakalpojumu sniedzēji un preču piegādātāji atrodas ārpus šī reģiona.”²³

Svarīgi arī piedomāt pie tā, kā tiek atspoguļoti pētījuma rezultāti – tiem jābūt caurspīdīgiem un jāļauj lasītājam izsekot, kā rezultāti iegūti. Tā iemesls ir iespēja veikt salīdzinājumus starp vairākiem pasākumiem, tāpēc jābūt skaidri norādītai pētījuma metodoloģijai un nepietiks vien nosaukt vienu ciparu. Pasākumu ekonomiskās ietekmes analīzes pētījumu rezultātos ir ierasta 10 soļu informācijas atspoguļošana:

Publiskās atskaitēs vai preses relīzēs ieteicams izmantot iepriekš minētos un standartizētos jēdzienus – tiešā ekonomiskā ietekme un kopējā ekonomiskā ietekme. Tāpat arī būtu svarīgi paskaidrot pasākuma dalībnieku aptaujas, norādot respondentu skaitu un iespējamo kļūdu.²⁴

²³ Economic Impact Toolkit. *Defining economic activity & economic impact*. Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/Page.aspx?PID=59> [skatīts 2015, 20. apr.].

²⁴ The eventIMPACTS Toolkit. *Reporting on Economic Impact*. Pieejams: http://www.eventimpacts.com/project/resources/economic/advanced_resource/economic_report/index.php [skatīts 2015, 18. apr.].

Izmantotie avoti

1. Bille, Trine, Günther G. Schulze. Culture in Urban and Regional Development. *Handbook of the Economics of Arts and Culture. First edition.* Edited by Victor A. Ginsburgh, David Throsby. Amsterdam: Elsevier/North-Holland, 2006. Pp. 1051 – 1099.
2. Janeczko, Ben, Trevor Mules, Brent Ritchie. *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide.* Southport: Sustainable Tourism CRC, 2002. Pieejams: <http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Estimate%20Econ%20Impacts%20Festivals-Events.pdf> [skatīts 2015, 20. febr.].
3. Šenfelde, Maija. *Makroekonomika.* Rīga: Rīgas Tehniskā universitāte, 2014.
4. *Economic Impact Toolkit.* Pieejams: <http://www.eitoolkit.org.uk/> [skatīts 2015, 20. apr.].
5. *The eventIMPACTS Toolkit.* Pieejams: <http://www.eventimpacts.com/> [skatīts 2015, 18. apr.].

Maģistra darbs

“Kultūras pasākumu ekonomiskā ietekme. Pasaules koru olimpiādes piemērs”

izstrādāts Latvijas Kultūras akadēmijas Kultūras socioloģijas un menedžmenta katedrā

Ar savu parakstu apliecinu, ka maģistra darbs izstrādāts patstāvīgi; izmantojot citu autoru darbos publicētus datus, definējumus un viedokļus, dotas precīzas norādes (atsauces) uz to ieguves avotu; iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: Kristīne Freiberga _____ . ____ .2015.
Paraksts

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītājs: _____ . ____ .2015.
Akadēmiskais amats, grāds, vārds, uzvārds Paraksts

Recenzents: _____
Akadēmiskais amats, grāds, vārds, uzvārds

Darbs iesniegts ____ . ____ .2015.

Studējošo servisa speciālists: _____
Vārds, uzvārds Paraksts

Darbs aizstāvēts LKA _____ gala pārbaudījumu komisijas sēdē
Bakalaura, maģistra

____ . ____ .2015. prot. Nr. _____ vērtējums _____

Komisijas sekretārs: _____
Vārds, uzvārds Paraksts