

Metoodika välja töötamine rahvusvahelistelt huvipakkuvate kultuuri- ja spordisündmuste otsese ja kaudse sotsiaalmajandusliku mõju hindamiseks

1. Taustainfo

Turismisektor¹ on Eestile oluline majandusvaldkond, mille osakaal sisemajanduse kogutoodangust (SKT) oli COVID-19 kriisi eel ligi 8%. Turism kujundab Eesti kuvandit välismaal ja aitab hoida transpordiühendusi teiste riikidega, tasakaalustab regionaalset arengut ja pakub töökohti, mis on paljudele esimeseks võimaluseks tööturul alustada.

Kultuuri- ja spordisündmused (edaspidi ka sündmus)² on üks oluline ja kasvav osa turismi sotsiaalmajanduslikust mõjust. 2019. aastal moodustas kultuuri- ja loomemajanduse valdkonna lisandväärtus 2,2% Eesti SKT-st ning kultuuri- ja loomemajanduse valdkondades töötas 2019. aastal 28 300 inimest ning tegutses 10 700 ettevõtet (11,2% Eesti ettevõtete koguarvust). Sektori kogutulu oli 2019. aastal 1,863 miljardit eurot.³

Sündmused võivad vastuvõtvale kogukonnale tuua palju tulu, muutes need väärtuslikuks panustajaks sündmusega seotud maakonna/maakondade (turismi)majandusse. Sündmused võivad tänu nende ainulaadsusele avaldada püsivat positiivset mõju sihtkoha kuvandile ja viia tähelepanu olemasolevatele pakkumistele ja teenustele. Turismisihtkohad saavad seega tõsta tänu sündmustele oma profiili ja teha end nähtavaks siseriiklikult ja rahvusvaheliselt. Sündmused võivad olla turismisihtkoha arengu katalüsaatoriks. Sündmustest ajendatud turism on üks kiiremini kasvavaid turismisektoreid maailmas ja prognooside kohaselt selle tähtsus kasvab ka edaspidi.⁴

Spordiüritused võivad tuua võõrustavale turismisihtkohale nii lühiajalist suurt majanduslikku kasu küllastajate kulutuste kaudu kui ka pikaajalist kasu, parandades turismisihtkoha mainet sporditurismi sihtkohana⁵. Sporditurismiüritused on ühelt poolt seotud kitsalt turismi ja spordiga, teiselt poolt aga ka teiste valdkondadega (muuhulgas finants-, kultuuri- ja keskkonnavaldkondadega) ning toovad tulu teistele sektoritele (kaubandus, majutus, transport jm)⁶. Lisaks majanduslikule mõjule avaldavad

¹ Turismisektoriks loetakse kitsamas tähenduses majutusettevõtjaid, toitlustusettevõtjaid, spaasid ja veekeskusi, reisieettevõtjaid, nõupidamiste ja messide korraldajaid, turismiteenuste pakkujaid, turismiatraktsiooni pidajad ning laiemas käsitluses lisanduvad sõitjate muud maismaavedu teostavad ettevõtjad, suveniiri-, käsitöö- või Eesti disaini müüjad, ja giidid.

² Rahvusvahelised ja rahvusvahelise potentsiaaliga kultuuri- ja spordisündmused on selle uuringu kontekstis defineeritud järgnevalt:

(1) Rahvusvaheline sündmus on planeeritud tegevus, millel on kindel eesmärk, ajaline kestus ning mis on rahvusvaheliselt huvipakkuv ja mida turundatakse välisriikides. Sündmus on spordisündmus või kultuurisündmus.

(2) Spordisündmus on professionaalne või amatöörspordi mis tahes sündmus või võistlus mis tahes spordialal, mis on avalik ning mis järgib kindla spordiala eeskirja või tegevusjuhendi reegleid.

(3) Kultuurisündmus on avalikkusele suunatud üritus, kus esitletakse inimeste kunstilise väljendusega seotud loometöid, loovuse tulemusi kultuurivaldkonnas/-valdkondades (nt kunst, helikunst, film, etenduskunstid, kirjandus, arhitektuur, rahvakultuur, disain). Seega ei arvata kultuurisündmuste hulka näiteks konverentsi, seminari, kursust jms. Kultuurisündmus võib olla ooperifestival, džässifestival, elektroonilise muusika festival, teatri- või kirjandusfestival, kunstinäitus jne.

(4) Rahvusvaheliselt huvipakkuvaks loeme sündmust, mis motiveerib väliskülalastajaid reisima Eestisse või Eestis viibides reisima teise Eesti piirkonda ning mida külastab vähemalt 80 väliskülalastajat.

³ Eesti Konjunktuuriinstituut. (2022). *Eesti Loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus*.

https://ki.ee/publikatsioonid/valmis/1_Eesti_loomemajanduse_olukorra_uuring_ja_kaardistus_2021.pdf (vaadatud 16.03.2023).

⁴ Zarotis, G. F. (2021). The Importance and Impact of Cultural Events on Sustainable Development in Tourist Destinations. *Himalayan Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 174–181. <https://doi.org/10.47310/hjebm.2021.v02i03.018>

⁵ Lintumäki, P., Winner, H., Scheiber, S., Mederle, A., & Schnitzer, M. (2020). The Economic Impact of Participant Sports Events: A Case Study for the Winter World Masters Games 2020 in Tyrol, Austria. *Economies*, 8(4), 94. <https://doi.org/10.3390/economies8040094>

⁶ Pedauga, L. E., Pardo-Fanjul, A., Redondo, J. M., & Izquierdo, J. M. (2020). Assessing the economic contribution of sports tourism events: A regional social accounting matrix analysis approach. *Tourism Economics*, 28(3), 599–620. <https://doi.org/10.1177/1354816620975656>

spordisündmused ka sotsiaalset mõju. Selle hulka võivad kuuluda näiteks lühiajalised sotsiaalsed mõjud (nagu ühise kogukonnatunde kogemine) ning potentsiaalsed pikemaajalised sotsiaalsed hüved (näiteks tervislikumad eluviisid)⁷.

Kultuuriüritused toimivad turismi edendajatena ja aitavad kujundada sihtkoha kuvandit⁸. Kultuuriüritused on turismisihtkoha jaoks oluline turundustööriist⁹. See puudutab nii linnu kui ka väiksemaid kohti. Kultuuriturism võimaldab näiteks suurendada turismisihtkohtade globaalset konkurentsivõimet, parendada elukvaliteeti ja toetada turismisihtkohtade majanduslikku õitsengut ja arengut¹⁰. Üritusturismi, sh kultuuriürituste arendamine on väga ahvatlev eelkõige väikeste ja keskmise suurusega turismisihtkohtade jaoks; kui turismisihtkoht suudab lühikese aja jooksul toime tulla suure hulga külastajatega, võib ka väikesest kogukonnaüritusest saada arvestatav vaatamisväärsus¹¹. Väikesed turismisihtkohad korraldavad kultuuriüritusi, mis võimaldavad neil suurendada nähtavust, arendada oma sihtkoha brändingut ning elavdada ettevõtlust¹².

Eesti Konjunktuuriinstituut (EKI) on uuringus „Kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs“¹³ välja toonud, et kultuuri- ja spordisündmused muudavad Eesti piirkondi atraktiivsemaks nii sise- kui välituristile, parandavad elukeskkonda ja koostööd kohalike ettevõtete ja omavalitsuste vahel, annavad praktikavõimalusi vabatahtlikele noortele ning edendavad kohalikku kultuuri- ja spordielu. Eestis toimuvad sündmused on oluline motivaator Eestisse reisimisel ja need tõstavad Eesti mainet ja tuntust. 2017. aastal valminud väliskülastajate uuringu¹⁴ andmetel käis suvel 22% ja talvel 17% väliskülastajatest spordi- või kultuuriüritustel. Seejuures 7% kõigist külastajatest talvel nimetas sündmusi peamise põhjusena Eestisse tulekuks ja 8% suvel¹⁵.

EKI on arvutanud (2012. aastal) sündmuste külastajate kulutuste ja ürituste eelarve kulude suhet, et hinnata kui palju iga eelarvesse panustatud euro tõi piirkonnale raha tagasi. Selle kohaselt tõi keskmiselt iga eelarvesse panustatud euro piirkonda tagasi 4 eurot¹⁶. Samuti on EKI hinnanud, et 2018. aastal toimunud Rally Estonia majanduslik mõju oli 4,33 miljonit eurot, millelt riigile tasuti käibemaksu 656 000 eurot ja ettevõtetele lisandus käivet 3,67 miljonit eurot¹⁷.

Rahvusvaheliste sündmuste mõju ei piirdu ainult kultuuri või meelelahutusega. Nende ürituste korraldamine tõstab Eesti ja nende piirkondade mainet, kus sündmust toimub, edendab turismi ja toob otsest kasu Eesti majandusele, regiooni ettevõtetele ja asutustele, eeskätt teenusepakkujatele. Üha

⁷ Lockstone-Binney, L., Urwin, G., Bingley, S., & Burgess, S. (2020). Identifying social impact from supplemental events: a research framework. *Leisure Studies*, 39(6), 877–892. <https://doi.org/10.1080/02614367.2020.1795227>

⁸ Hernández-Mogollón, J. M., Duarte, P., & Folgado-Fernández, J. A. (2017). The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 170–178. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.004>

⁹ Intason, M., Lee, C. M., & Coetzee, W. (2021). Examining the interplay between a hallmark cultural event, tourism, and commercial activities: A case study of the Songkran Festival. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 508–518. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.11.007>

¹⁰ Carmichael, B. A. (2002). Global competitiveness and special events in cultural tourism: the example of the Barnes Exhibit at the Art Gallery of Ontario, Toronto. *Canadian Geographer*, 46(4), 310–324. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.2002.tb00753.x>

¹¹ Pasanen, K., Taskinen, H., & Mikkonen, J. (2009). Impacts of Cultural Events in Eastern Finland – Development of a Finnish Event Evaluation Tool. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2–3), 112–129. <https://doi.org/10.1080/15022250903119546>

¹² Potočnik Topler, J. (2021). Cultural events as tools of developing sustainable tourism in rural areas – The case of Sevnica in Slovenia. *Annales*, 31, 245–258.

¹³ Eesti Konjunktuuriinstituut. (2012). *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. <https://ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri- ja spordisundmuste majanduslik moju.pdf> (vaadatud 16.03.2023).

¹⁴ Statistikaamet. (2017). *2016-2017 väliskülastajate uuring*. Puhka Eestis.

<https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/uuringud-ja-statistika/valiskulastajate-uuring-2016-2017> (vaadatud 17.03.2023).

¹⁵ Visit Estonia. *Valminud 2016/17 väliskülastajate uuring*. 28. septembril 2018. <https://www.puhkaeestis.ee/et/valminud-2016/17-valiskulastajate-uuring> (vaadatud 17.03.2023).

¹⁶ Eesti Konjunktuuriinstituut. (2012). *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. <https://ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri- ja spordisundmuste majanduslik moju.pdf> (vaadatud 16.03.2023).

¹⁷ Allikas: Visit Estonia. Rally Estonia. Ülevaade ja kokkuvõte 2018. Eesmärgid ja tegevuskava 2019-2021.

enam leitakse, et majanduslike mõjude kõrval on oluline analüüsida teisigi üritusega kaasnevaid positiivseid ja negatiivseid mõjusid nagu sotsiaalkultuurilised, keskkonnaalased jm mõjud.

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi (MKM) poolt on nii aastatel 2014–2020 kui ka aastatel 2021–2027 Euroopa Liidu (EL) struktuurivahendite finantsperioodidel ja riigieelarvelistest vahenditest toetatud kultuuri- ja spordisündmuste korraldamist. Lisaks on ka Kultuuriministeerium (KUL) toetanud kultuuri- ja spordisündmuste korraldamist riigieelarvest.¹⁸ Samuti toetavad sündmuste toimumist kohalikud omavalitsused ja ka erinevad piirkondlikud ettevõtlusorganisatsioonid. MKMi toetuse puhul on sündmuste toetamise eesmärgiks rahvusvaheliste sündmuste arvu kasv Eestis, välisküllastajate arvu suurendamine ja Eesti kui meeldejäeva reisisihtkohana tuntuse suurendamine. KULi toetuse puhul on sündmuste toetamise eesmärgiks tuua Eestisse rahvusvahelisi kultuuri- ja spordisündmusi, mille raames välismaiste kaaskorraldajate, välismaiste toetajate toetuse arvelt tehtavatelt kulud, välisosalejate ning välisküllastajate poolt tehtud kulud tekitavad riigile täiendava maksutulu laekumist ning elavdavad Eesti majandust. Toetuse andmise tulemusena peab riigile laekuv hinnanguline täiendav maksutulu olema vähemalt võrdne toetuse 1,2 kordse suurusega.

Arvestades sündmuste suurt rolli turismi arendamisel mõõdadavad turismisihkohad sündmuste sotsiaalmajanduslikke mõjusid. Näiteks:

- Arts Council England on töötanud välja majanduslike mõjude hindamiseks kultuuri- ja kunsti organisatsioonidele praktilise juhendmaterjali¹⁹.
- Kultuuri, kunsti, pärandi ja spordi majandusliku mõju mudel Kanadas (The Culture, Arts, Heritage and Sport Economic Impact Model, CAHSEIM)²⁰.
- Culture Counts pakub omavalitsustele uuringuid erinevate kultuurisündmuste mõju hindamiseks, mis piirkonnas toimuvad; küsimustikud on valideeritud²¹.
- STCRC ENCORE Festival and Event Evaluation Kit (ENCORE) – festivalide ja sündmuste hindamise mudel Austraalias²².
- Soome sündmuste hindamise tööriist (ingl *Finnish Event Evaluation Tool, FEET*). Pasanen et al. (2009)²³ analüüsib selle tööriista väljatöötamist ja selle kitsaskohti.
- European Cities Marketing (nüüd City Destinations Alliance ehk CityDNA) töötas oma liikmetele välja sündmuse mõju kalkulaatori (ingl *Event Impact Calculator*)²⁴.
- Suurbritannias välja töötatud sündmuste hindamise tööriist²⁵.

Ka teaduskirjanduses on kultuuri- ja spordisündmuste majanduslike, sotsiaalsete jm mõjude käsitlus leidnud laia kajastust:

- Crompton (1995)²⁶ analüüsib spordiürituste majandusliku mõju analüüsi kitsaskohti.

¹⁸ MKM toetused EASi kaudu: „Ülevaade Eesti turismisektorile suunatud EASi teenustest ja toetustest“, <https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/turismi-teenused-ja-toetused> (vaadatud 16.03.2023). KULi toetused: Kultuuriministeerium. Toetused. <https://kul.ee/toetused> (vaadatud 16.03.2023).

¹⁹ Arts Council England. (2012). *Measuring the economic benefits of arts and culture. Practical guidance on research methodologies for arts and cultural organisations*. https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Measuring_the_economic_benefits_of_arts_and_culture.pdf (vaadatud 16.03.2023).

²⁰ Government of Canada. A User Guide for CAHSEIM: The Culture, Arts, Heritage and Sport Economic Impact Model. <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/corporate/publications/general-publications/culture-arts-heritage-sport-economic-impact-model/user-guide-culture-arts-heritage-sport-economic-impact-model.html> (viimati muudetud 30.10.2018; vaadatud 16.03.2023).

²¹ Culture Counts'i veebileht: <https://culturecounts.cc/arts> (vaadatud 16.03.2023).

²² Vt nt: Schlenker, K., Foley, C., Getz, D. (2010). ENCORE festival and event evaluation kit: review and redevelopment. CRC for Sustainable Tourism. <https://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2015/02/120005-Encore-Festival-and-Event-Evaluation-Kit- WEB.pdf> (vaadatud 16.03.2023).

²³ Pasanen, K., Taskinen, H., & Mikkonen, J. (2009). Impacts of Cultural Events in Eastern Finland – Development of a Finnish Event Evaluation Tool. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2–3), 112–129. <https://doi.org/10.1080/15022250903119546>

²⁴ European Cities Marketing. *Event Impact Calculator for European Market*. https://cdn.ymaws.com/europeancitiesmarketing.site-ym.com/resource/resmgr/documents/eic/ecm_eic_demo_summary.pdf (vaadatud 16.03.2023).

²⁵ eventIMPACTS. *eventIMPACTS ToolKit*. <https://www.eventimpacts.com/the-project> (vaadatud 06.04.2023).

²⁶ Crompton, J. L. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 9(1), 14–35. <https://doi.org/10.1123/jsm.9.1.14>

- Deery ja Jago (2010)²⁷ annavad ülevaate senisest sündmuste sotsiaalseid mõjusid käsitlevast kirjandusest, sealhulgas kasutatud uurimismeetoditest ja analüüsitehnikatest.
- Wallstam et al. (2020)²⁸ määravad kindlaks sündmuste sotsiaalse mõju näitajad, mis on sündmuste strateegilises juhtimises kasulikud.
- Saayman ja Saayman (2014)²⁹ teevad ülevaate kahe aastakümne jooksul (alates 1990. aastast) läbi viidud uuringutest spordiürituste majandusliku mõju kohta, pöörates erilist tähelepanu sellega seotud meetodilistele küsimustele ning mainides mh sisend-väljundmudelit (ingl *Input-Output, I-O*) ja arvutuslikku üldtasakaalu mudelit (ingl *computable general equilibrium, CGE*).
- Pedauga et al. (2020)³⁰ nimetavad teisi mudeleid ja meetodeid, mida kasutatakse turismisektori tegevuste majandusliku mõju arvutamiseks. Need on tasuvusanalüüs (ingl *cost-benefit analysis, CBA*), Keynesi kordajad (ingl *Keynesian multipliers*), sotsiaalse arvepidamise maatriks (ingl *social accounting matrix, SAM*) ja turismi satelliitkontod (ingl *tourism satellite accounts, TSA*).
- Torre ja Scarborough (2017)³¹ näitavad, kuidas kasutada tasuvusanalüüsi minimaalsete andmetega kultuuriürituste mõju hindamiseks. Ferrucci et al. (2021)³² kasutavad selleks otsekulutuste meetodit (ingl *Direct Expenditure Approach, DEA*).
- Nadotti ja Vannoni (2019)³³ analüüsivad kriitiliselt kirjandust turismi- ja kultuuriürituste majandusliku mõju hindamise kohta ning annavad ülevaate välja töötatud peamistest lähenemisviisidest. Neli peamist mõju hindamise meetodilist lähenemist on nende hinnangul majandusliku mõju hindamine, sotsiaalse mõju hindamine, territoriaalse mõju hindamine ja keskkonnamõju strateegiline hindamine.
- Nordvall ja Brown (2020)³⁴ analüüsivad, mida tuleks hinnata avalikult toetatavate perioodiliste ürituste ja festivalide kohta ja kuidas neid üritusi ja festivale hinnata, ning nimetavad varasemate hindamise meetodite väljatöötamisel saadud õppetunde.
- Paljude uuringute fookuses on sündmuste mõju turismisihthohtade kuvandile, näiteks Chalip et al. (2003)³⁵, Kaplanidou ja Vogt (2007)³⁶, Chen ja Funk (2010)³⁷, Hallmann ja Breuer (2010)³⁸,

²⁷ Deery, M., & Jago, L. K. (2010). Social impacts of events and the role of anti-social behaviour. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 8–28. <https://doi.org/10.1108/17852951011029289>

²⁸ Wallstam, M., Ioannides, D., & Pettersson, R. (2020). Evaluating the social impacts of events: in search of unified indicators for effective policymaking. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(2), 122–141. <https://doi.org/10.1080/19407963.2018.1515214>

²⁹ Saayman, M., & Saayman, A. (2014). Appraisal of measuring economic impact of sport events. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 36(3), 151–181.

³⁰ Pedauga, L. E., Pardo-Fanjul, A., Redondo, J. M., & Izquierdo, J. M. (2020). Assessing the economic contribution of sports tourism events: A regional social accounting matrix analysis approach. *Tourism Economics*, 28(3), 599–620. <https://doi.org/10.1177/1354816620975656>

³¹ Torre, A., & Scarborough, H. (2017). Reconsidering the estimation of the economic impact of cultural tourism. *Tourism Management*, 59, 621–629. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.018>

³² Ferrucci, L., Forlani, F., & Splendiani, S. (2022). The economic-impact evaluation of cultural events: the case of the Umbria Jazz Festival. *Anatolia an International Journal of Tourism and Hospitality*, 33(1), 31–47. <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1902824>

³³ Nadotti, L., & Vannoni, V. (2019). Cultural and event tourism: an interpretative key for impact assessment. *Eastern Journal of European Studies*, 10(1), 115–131.

³⁴ Nordvall, A., & Brown, S. D. (2020). Evaluating publicly supported periodic events: the design of credible, usable and effective evaluation. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(2), 152–171. <https://doi.org/10.1080/19407963.2018.1556672>

³⁵ Chalip, L., Green, B., & Hill, B. A. (2003). Effects of Sport Event Media on Destination Image and Intention to Visit. *Journal of Sport Management*, 17(3), 214–234. <https://doi.org/10.1123/jism.17.3.214>

³⁶ Kaplanidou, K., & Vogt, C. A. (2007). The Interrelationship between Sport Event and Destination Image and Sport Tourists' Behaviours. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3–4), 183–206. <https://doi.org/10.1080/14775080701736932>

³⁷ Chen, N., & Funk, D. C. (2010). Exploring Destination Image, Experience and Revisit Intention: A Comparison of Sport and Non-Sport Tourist Perceptions. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 239–259. <https://doi.org/10.1080/14775085.2010.513148>

³⁸ Hallmann, K., & Breuer, C. (2010). Image Fit between Sport Events and their Hosting Destinations from an Active Sport Tourist Perspective and its Impact on Future Behaviour. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 215–237.

<https://doi.org/10.1080/14775085.2010.513147>

Deng ja Li (2014)³⁹, Hernández-Mogollón et al. (2017)⁴⁰, Garay ja Pérez (2017)⁴¹, Vegara-Ferri et al. (2020)⁴², Taberner ja Juncà (2021)⁴³.

2012. aastal analüüsis EKI 20 kultuuri- ja spordisündmuse regionaalset otsest majanduslikku mõju⁴⁴, kuid seal puudub sotsiaalne dimensioon ega hinnata sündmuste ja nendega seotud meedianähtavuse mõju turismisihtkoha kuvandile. Väljatöötatud metoodikat on keeruline rakendada suuremates linnades toimuvate sündmuste puhul.

Uuringu eesmärk on töötada välja metoodika (tööriist) Eestis toimuvate rahvusvaheliselt huvipakkuvate kultuuri- ja spordisündmuste sotsiaalmajandusliku, sh Eesti kui turismisihtkoha kuvandit mõjutava mõju hindamiseks, sh korduvhindamiseks tulevikus; piloteerida metoodikat 20 sündmuse põhjal ning töötada välja metoodika rakendamise ettepanekud.

2. Eesmärgid ja uurimisküsimused

2.1. Uuringu üldeesmärgid on:

- 2.1.1. Saada teaduspõhine sotsiaalmajandusliku mõju hindamise metoodika ja selle rakendamise juhised digitaalse tööriistana, mis on kasutatav rahvusvaheliselt huvipakkuvate ja rahvusvahelise potentsiaaliga kultuuri- ja spordisündmuste mõju hindamisel Eesti turismile ja Eesti kui turismisihtkoha mainele.
- 2.1.2. Piloteerida väljatöötatud metoodikat vähemalt 10 kultuuri- ja 10 spordisündmuse sotsiaalmajandusliku mõju hindamisel.
- 2.1.3. Saada teada piloteeritavate rahvusvaheliselt huvipakkuvate ja rahvusvahelise potentsiaaliga kultuuri- ja spordisündmuste mõju Eesti turismile ja Eesti kui sihtkoha mainele.
- 2.1.4. Koostada metoodika piloteerimise tulemuste põhjal ettepanekud metoodika rakendamiseks.

2.2. Peamised uurimisküsimused:

- 2.2.1. **Sündmuste mõju metoodika.** Milliseid parameetreid ja millisel kujul tuleb hinnata, et saada Eestis toimuvate rahvusvaheliselt huvipakkuvate ja rahvusvahelise potentsiaaliga kultuuri- ja spordisündmuste sotsiaalmajandusliku mõju tervikhinnang (mh lähtudes teiste riikide kogemustest, sh õppetundidest, edulugudest ja proovikividest)? Mõju hinnang peab arvesse võtma mõju (võimalusel ka pikaajalist mõju) vähemalt:
 - 2.2.1.1. maksude laekumisele, sh sündmusega seotud maakonna/maakondade kohalike omavalitsuste tulubaasile,
 - 2.2.1.2. sotsiaalsele dimensioonile (nt tööhõive, elukvaliteet, meelelahutuse võimalused, puhkeaja veetmise võimalused, elanike paremad oskused,

³⁹ Deng, Q., & Li, M. (2014). A Model of Event–Destination Image Transfer. *Journal of Travel Research*, 53(1), 69–82. <https://doi.org/10.1177/0047287513491331>

⁴⁰ Hernández-Mogollón, J. M., Duarte, P., & Folgado-Fernández, J. A. (2017b). The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 170–178. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.004>

⁴¹ Garay, L., & Pérez, S. M. (2017). Understanding the creation of destination images through a festival's Twitter conversation. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(1), 39–54. <https://doi.org/10.1108/ijefm-04-2016-0030>

⁴² Vegara-Ferri, J. M., López-Gullón, J. M., Valantine, I., Suárez, A. D., & Sánchez, S. A. (2020). Factors Influencing the Tourist's Future Intentions in Small-Scale Sports Events. *Sustainability*, 12(19), 8103. <https://doi.org/10.3390/su12198103>

⁴³ Taberner, I., & Juncà, A. (2021). Small-Scale Sport Events as Place Branding Platforms: A Content Analysis of Osona's Projected Destination Image through Event-Related Pictures on Instagram. *Sustainability*, 13(21), 12255. <https://doi.org/10.3390/su132112255>

⁴⁴ Eesti Konjunktuuriinstituut. (2012). *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. <https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri- ja spordisundmuste majanduslik moju.pdf> (vaadatud 16.03.2023).

- taristuobjektid, kultuuripärandi säilitamine, turvalisus jms) sündmusega seotud maakonna/maakondade kontekstis,
- 2.2.1.3. sündmusega seotud ettevõtete majandusnäitajatele (vähemalt müügitulule, kasumile, töötajate arvule),
 - 2.2.1.4. Eesti ja vastava(te) maakonna/maakondade kuvandile ja atraktiivsusele (arvestades mh sündmustega seotud meediakajastuste, sotsiaalmeedia, muu reklaami, sündmuse küllastajate soovitude vms mõju),
 - 2.2.1.5. Eesti ja vastava(te) maakonna/maakondade küllastatavusele (nii sündmuse küllastajate korduvküllastustele kui ka uutele küllastajatele) (arvestades mh sündmustega seotud meediakajastuste, sotsiaalmeedia, muu reklaami, sündmuse küllastajate soovitude vms mõju),
 - 2.2.1.6. järgmise planeeritava sündmuse Eestisse toomisele.
- 2.2.2. Kuidas muuta sündmuse mõju metoodika rakendatavaks kasutajasõbraliku digitaalse tööriistana? Ehk millistest elementidest koosnevana ja millise ülesehitusega, tegurite / näitajate jms loeteluna, selgituste, arvutamislõigikate ja tehnilise lahendusega peab mõju hindamise tööriist olema?
 - 2.2.3. Kuidas on antud metoodikat võimalik kasutada prognoosivalt? S.t millised parameetrid ja küsimused ning struktuurne lahendus peab metoodikas ja selle alusel väljatöötatavas tööriistas olema, et selle alusel oleks võimalik hinnata planeeritavate sündmuste potentsiaalset sotsiaalmajanduslikku mõju?
 - 2.2.4. Milline peaks olema metoodika, mida saaks kasutada võimalikult paljude erinevate sündmuste puhul? Milliseid rahvusvaheliselt huvipakkuvaid ja potentsiaalselt huvipakkuvaid kultuuri- ja spordisündmusi on vajalik ja oluline antud uuringu eesmärki silmas pidades analüüsida? Millised neist sündmustest sobiksid uuringu valimiks (arvestades vajadust testida metoodikat erineva tausta, pikkuse, asukohaga, küllastajate ja osalejate arvuga, eelarvega, ja kasumlikkusega üritustel) ja miks?
 - 2.2.5. Milline on meetodite komplekt (küsitlused, intervjuud jm), millega sotsiaalmajanduslikku mõju sündmuste puhul hinnata? Milliste parameetrite hindamiseks mida kasutada?
 - 2.2.6. Millised on piloodi korras analüüsitud sündmuste küllastajate profiilid (sh vanus, sugu, elukoht, maakonnas/maakondades viibitud aeg, sündmust küllastanud seltskonna suurus, majutusteenuste eelistused), maakonnas/maakondades tehtud kulutused ja kulutuste struktuur, rahulolu ning tagasiside sündmusele?
 - 2.2.7. Milline on valitud sündmuste sotsiaalmajanduslik mõju välja töötatud sündmuste sotsiaalmajandusliku mõju hindamise metoodika alusel?
 - 2.2.8. Millised on realistlikud ja rakendatavad ettepanekud metoodika rakendamiseks, et tõsta Eesti kui turismisihtkoha positsioneerimist ja mainet sündmuste abil? Millised on ettepanekud sündmuste korraldajate, kohalike ettevõtete ja asutuste ning kohaliku omavalitsuse ja sihtkohaarendusorganisatsioonide vastastikuse positiivse mõju võimendamiseks?

3. Uuringu metoodika

- 3.1. Töö teostamise metoodika pakub välja Töövõtja. Töövõtja peab arvestama allpool toodud nõuetega uuringu metoodikale.
- 3.2. Töövõtja peab kasutama vähemalt järgmisi **meetodeid ja andmeid**:
 - 3.2.1. **teaduspublikatsioonide analüüs**, mille juures tuleb arvestada järgneva:
 - 3.2.1.1. uuringu lõpparuandes peab viitama mh Web of Science ja/või Scopus andmebaasides refereeritud publikatsioonidele;

- 3.2.1.2. teaduspublikatsioonide analüüs peab hõlmama mh kultuuri- ja spordisündmuste mõju hindamise meetodikaid/meetodeid/tööriistu võrdlevaid ja/või neile hinnanguid sisaldavaid publikatsioone;
- 3.2.2. **sekundaarallikate analüüs**, sh olemas- ja käsilolevate uuringute teisene ja dokumendianalüüs, ning **olemasolevate kvantitatiivsete andmete analüüs**, mh:
 - 3.2.2.1. Maksu- ja Tolliamet, Eesti Panga, sh kaardimaksete andmed, Statistikaameti, majutusplatvormide andmed⁴⁵;
 - 3.2.2.2. Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs⁴⁶;
 - 3.2.2.3. Välisküllastajate piiriuring 2016-2017⁴⁷ ja võimaluse korral 2023. aasta veebruarist 2024. aasta jaanuarini toimuva välisküllastajate piiriuringu tulemused;
 - 3.2.2.4. Statistikaameti turismi satelliitkonto andmed ja meetodika⁴⁸;
 - 3.2.2.5. Improving Sustainable Development Policies and Practices to assess, diversify and foster Cultural Tourism in European regions and areas (valmib 2023 III kvartal);
 - 3.2.2.6. EASi ja KredExi ühendasutuse festivalide uuring⁴⁹;
 - 3.2.2.7. Turismisektori muutuste ja mõju hindamine registripõhiselt (https://static.visitestonia.com/docs/3924760_turismisektorregistriandmetelt.pdf , https://static.visitestonia.com/docs/3638987_c-19-taisaruanne-24-03-21.pdf);
- 3.2.3. analüüsimiseks valitud **sündmuste andmete analüüs**;
- 3.2.4. **intervjueerimine ja küsitlus(ed)**: andmete kogumiseks sündmusi külastavatelt sise- ja välisküllastajatelt (soovituslikult minimaalselt 50 siseturisti⁵⁰ ja 50 välisturisti sündmuse kohta), samuti sündmuste korraldajate, ettevõtjate, erialaliitude ja sihtkohtade esindajatelt; ministriumide (vähemalt MKM, KUL, Rahandusministeerium) ja nende valitsemisala, omavalitsuste ja teiste riigi- jm asutuste (EASi ja KredExi ühendasutus jt) töötajatelt.

3.3. Töövõtja pakub täiendavaid meetodeid ja andmeallikaid.

3.4. Töövõtja kirjeldab uuringu meetodikat pakkumuses ning see on üheks pakkumuse hindamise kriteeriumiks.

4. Projektiplaan ja ajakava

4.1. Uuring tuleb teostada ja uuringu tulemused tuleb esitleda **58 nädala jooksul** pärast hankelepingu sõlmimist.

4.2. Töö koosneb järgmistest tegevustest:

- 4.2.1. uuringu teostamise täpsustatud tegevus- ja ajakava, kavandatava meetodika tutvustamine uuringu juhtrühma avakoosolekul ja avakoosoleku protokoll koostamine selle põhjal, mille tähtaeg on hiljemalt **kaks nädalat pärast hankelepingu sõlmimist**. Pooltel on kokkuleppel õigus pakkumuses esitatud aja-

⁴⁵ EASi ja KredExi ühendasutus ostab lühiajaliste üüripindade pakkumise ja nõudluse andmeid firmalt Transparent (<https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/uuringud-ja-statistika/luhiajaliste-uuripindade-pakkumine-ja-noudlus-eestis-alates-2019>) ning on vajadusel valmis jagama Töövõtjale detailsemaid andmeid päevade kaupa.

⁴⁶ Eesti Konjunktuuriinstituut. (2012). *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. [https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri- ja spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf](https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf) (vaadatud 23.03.2023).

⁴⁷ Statistikaamet. (2017). *Välisküllastajate uuring 2016-2017*. <https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/uuringud-ja-statistika/valiskulastajate-uuring-2016-2017> (vaadatud 23.03.2023).

⁴⁸ Statistikaamet. *Satelliit-arvepidamine. Turismi arvepidamine*. https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_rahvamajanduse-arvepidamine_satelliit-arvepidamine_turismi-arvepidamine (vaadatud 06.04.2023).

⁴⁹ Levellab OÜ ja Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor. (2022). *Festivalide uuring*.

<https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/uuringud-ja-statistika/turismiuuringud-eestis> (vaadatud 23.03.2023).

⁵⁰ Siseturistiksi loetakse antud uuringu kontekstis Eesti alalist elanikku (sõltumata rahvusest), kes ei ela sündmuse toimumise maakonnas/maakondades.

ja tegevuskava vajadusel täpsustada tingimused, et lõpptähtaeg ja tegevuskavas toodud tegevused ei muutu, muutuda võivad tegevuste vahetähtajad kui see on vajalik hankega püstitatud eesmärgi saavutamiseks. Sellisel juhul esitab Töövõtja 3 tööpäeva jooksul peale avakoosolekut täpsustatud aja- ja tegevuskava tingimused, et töö tulemi saavutamise lõpptähtajad (punktid 4.2.8 ja 4.2.9) ja punktides 4.2.2 ja 4.2.5 nimetatud vahetähtajad ei muutu;

- 4.2.2.uuringu vahearuaande esitamine ja tulemuste esitlemine Tellija esindajale ja uuringu juhtrühmale (**I etapp**) vastavalt juhtrühma avakoosolekul kokku lepitud tähtajale, kuid **mitte hiljem kui 30. novembril 2023**), juhtrühma liikmetelt ettepanekute kogumine;
- 4.2.3.uuringu täiendamine vastavalt vahearuaande tagasisidele ja vahearuaande kinnitamine Tellija poolt;
- 4.2.4.uuringu täiendamine vastavalt vahearuaande tagasisidele;
- 4.2.5.uuringu lõpparuande esitamine Tellija esindajale ja uuringu juhtrühmale (**II etapp**) **47 nädala jooksul pärast hankelepingu sõlmimist**. Vajadusel korraldatakse lisakohtumised lõpparuande sisu täpsustamiseks ja viimistlemiseks;
- 4.2.6.kui uuringu käigus selgub, et vahearuaandes analüüsitud osasid tuleb täiendada peale vahearuaande üleandmist ja vastuvõtmist, siis tuleb parandused sisse viia lõpparuandes;
- 4.2.7.uuringu lõpparuande täiendamine vastavalt Tellija esindaja ja uuringu juhtrühma tagasisidele. II etapp lõppeb uuringu lõpparuande heakskiitmisega Tellija poolt;
- 4.2.8.uuringu täiendatud lõpparuande lõpliku versiooni esitamine **52 nädala jooksul** pärast hankelepingu sõlmimist;
- 4.2.9.uuringu **tulemuste esitlemine avalikkusele** füüsilises või virtuaalses keskkonnas vastavalt poolte kokkuleppele **6 nädala jooksul** pärast täiendatud lõpparuande lõpliku versiooni esitamist.

5. Uuringu tulemid

5.1. Töövõtja peab töö tulemina esitama:

- 5.1.1.**Avakoosoleku kirjaliku protokoll**i (sh fikseeritud kontaktisikud, tähtajad jms). Vajadusel vastavalt punktile 4.2.1 uue detailse projektiplaani koos täpsustatud ajakava või meetodikaga.
- 5.1.2.Kirjaliku **vahearuaande** koos rakendatava meetodika kirjeldusega, mis sisaldab töö teostamise tulemit kuni vahearuaande esitamiseni (tehnilise kirjelduse punktid 2.2.1–2.2.5) **ehk I etapp**. Uuringu juhtrühm võib teha ettepanekuid selle muutmiseks ja/või täiendamiseks. Töövõtja on kohustatud uuringu juhtrühma tehtud ettepanekuid rakendama või põhjendama nende tagasilükkamist;
- 5.1.3.Kirjaliku **lõpparuande** (eesti keeles; mahuga soovituslikult kuni 70 lk; elektrooniliselt muudetavas (soovitavalt docx) ning mittemuudetavas (soovitavalt pdf) vormis), mis sisaldab vastuseid kõikidele uurimisküsimustele (sh tehnilise kirjelduse punktid 2.2.1–2.2.8 **ehk II etapp**. Uuringu juhtrühm võib teha ettepanekuid selle muutmiseks ja/või täiendamiseks. Töövõtja on kohustatud uuringu juhtrühma tehtud ettepanekuid rakendama või põhjendama nende tagasilükkamist. Lõpparuande koostamisel tuleb arvestada järgnevaga:
 - 5.1.3.1. Lõpparuande terviktekstile lisanduvad lisad, millena tuleb esitada vähemalt uuringu meetodika kirjeldus, sh küsitlus(t)e ankeedid ja intervjuude kavad, ülevaade küsitletute ja intervjuueeritute profiilidest. Koos lõpparuandega esitatakse uuringus kasutatud ja loodud andmestik (sh 20 piloteeritava sündmuse külastajate küsitluse tulemused andmefailina ja sagedustabelitena) ning lõpparuande jaoks koostatud tabelid ja jooniste aluseks olevad tabelid levinud andmetöötlustarkvara

- (nt MS Excel) vormingus. Andmete anonümiseerimist tuleb üleandmisel põhjendada.
- 5.1.3.2. Lisaks kirjalikule lõpparuandele peab Töövõtja tööd esitlema avalikkusele vastavalt punktile 5.4.
 - 5.1.3.3. Koos lõpparuandega esitatakse uuringu tulemuste **visualiseeritud esitlusslaidid** (vt punkti 5.4).
 - 5.1.3.4. Töövõtja peab lõpparuande üle andma koos ISBN numbriga.
 - 5.1.3.5. Peale lõpparuande heakskiitmist 10 tööpäeva jooksul peab Töövõtja lisama ETISesse andmeid uuringuprojekti kohta (projektide all; andmed peavad olema jäädavalt avalikult kättesaadavad), lõpparuande kohta (publikatsioonide all; sidudes lõpparuande publikatsiooni uuringuprojektiga; andmed peavad olema jäädavalt avalikult kättesaadavad) ning tegema lõpparuande faili ETISE kaudu jäädavalt avalikult kättesaadavaks.
 - 5.1.3.6. Lõpparuanne peab sisaldama esilehte, kahte visualiseeritud lühikokkuvõtet (nn üksleht; vastavalt eesti ja inglise keeles; lühikokkuvõttes peab sisalduma lõpparuande pealkiri), sisukorda, uuringu peamiste mõistete definitsioonide loetelu, uuringus kasutatud lühendite ja akronüümide loetelu, sissejuhatust, uuringu põhiteksti, vahekokkuvõtteid põhiteksti vähemalt esimese tasandi pealtükkide kohta, kokkuvõtet (soovituslikult kuni 5 lk), vajadusel ka tabelite ja jooniste loetelud.
 - 5.1.3.7. Kasutatud allikate viitamisel kasutatakse joonealuseid viiteid.
 - 5.1.3.8. Järeldused peavad olema selgelt eristatud. Nad peavad olema loogilised ja tuginema analüüsi tulemusel saadud faktidele. Järeldused ja faktid ei tohi olla omavahel vastuolus ja peavad olema loogiliselt põhjendatud. Järeldused peavad olema enamat kui leiud, nad peavad sisaldama uuringu läbiviija poolseid hinnanguid. Järeldused peavad olema õiglasel ja erapooletud ning võtma arvesse kõik asjaomased seaduslikud asjaolud, kui on selliseid. Vastuolulised teemad peavad olema esitatud tasakaalustatult (ehk arvestama kõikidelt osapooltelt saadud informatsiooni).
 - 5.1.3.9. Kokkuvõtte peab sisaldama kõiki peamisi analüütilisi teemasid, konkreetseid järeldusi, soovitusi ja ettepanekuid ning uuringu läbiviija hinnanguid.
 - 5.1.3.10. Lõpparuandes peab kajastama selgelt meetodite nõrkusi ja tugevusi ning välja tooma piirangud, mis võivad takistada analüüsi raames saadud info kasutamist.
 - 5.1.3.11. Kahtlused info/andmete usaldusväärsuse kohta peavad olema välja toodud.
 - 5.1.3.12. Kasutatud allikate viitamisel tuleb lähtuda üldlevinud viitamise vormistamise nõuetest. Viitamisel lisatakse viitese lehekülje number või lehekülgede vahemik, kui info pärineb raamatust, artiklist, kogumikust või muust mahukast allikast. Veebipõhise allika puhul ei piisa ainult lingi esitamisest; tuleb esitada vähemalt allika autor, selle puudumisel veebilehe omaniku nimi, allika pealkiri, lingi avamise kuupäev, olemasolul ka sisu loomise ja/või muutmise kuupäev/vähemalt aasta.
 - 5.1.3.13. Igal lootelule, tabelile, joonisele, fotole peab olema tekstis viidatud ja antud hinnang/lühike selgitus. Tabelid, joonised ja fotod peavad olema nummerdatud.
 - 5.1.3.14. Igal tabelil, joonisel, fotol on pealkiri/allkiri ja allikaviide.
 - 5.1.3.15. Tabel joondatakse lehel vasakule ja veergude pealkirjad joondatakse veeru keskele. Tabeli tekst joondatakse vasakule ja arvud paremale. Joonis joondatakse lehel vasakule.
 - 5.1.3.16. Lõpparuande teksti lõplik versioon peab olema ühtlaselt toimetatud ja tekstikorrektuuri läbinud.
 - 5.1.3.17. Kui Töövõtja kasutab uuringu jaoks juturobotit vm teksti loovat tööriista/tehisintellekti, peab selle kasutamine koos vastava metoodilise kirjeldusega (sh hinnang selle usaldusväärsusele) olema kajastatud nii pakkumuses kui ka lõpparuandes. Nii pakkumuses kui ka lõpparuandes peab selgelt kirjeldama,

kuidas, mille jaoks jms kasutatakse/kasutati vastavat tööriista. Juturoboti/tehisintellekti vms tööriistaga leitud teavet, fakte jm tuleb kontrollida teiste allikatega ning lõpparuandes tuleb viidata kontrollitud allikatele. Kogu analüüs peab otseselt tuginema teiste meetoditega kogutud andmetel/teabel, sh kontrollitud allikatest pärit teabel.

5.1.4. Uuringu lõpparuandes peavad selgelt sisalduma välja töötatud uudne sündmuste sotsiaalmajandusliku mõju hindamise meetoodika, sündmuste mõju meetoodika rakendamine digitaalse tööriistana, selle meetoodika väljatöötamise detailne kirjeldus, piloteerimise tulemused ja ettepanekud meetoodika rakendamiseks.

5.1.5. **Ettepanekud** peavad olema arvestatavad kogumina, st nad ei tohi olla omavahel vastuolus. Kõik ettepanekud peavad olema selgelt sõnastatud, nummerdatud ja tähtsuse järjekorras reastatud. Ettepanekute esitamise parameetriteks on vähemalt:

- 5.1.5.1. käsitletav teema: probleem, leid/järeldus
- 5.1.5.2. soovitus/ettepanek;
- 5.1.5.3. tegevus soovitus/ettepaneku rakendamiseks;
- 5.1.5.4. adressaat;
- 5.1.5.5. soovitatav elluviimise periood või tähtaeg.

5.2. **Nõuded** sündmuste sotsiaalmajandusliku **mõju hindamise meetoodikale** ja selle esitamisele vahe- ja lõpparuandes:

5.2.1. Meetoodika peab võimaldama kulutõhusalt ja süsteemselt hinnata tulevikus erinevate sündmuste tulemusi ja võrrelda sündmuste mõju riigisiselt.

5.2.2. Meetoodika peab võimaldama digitaalse tööriista loomist sündmuste mõju hindamiseks korraldajatele, riigiasutustele ja kohalikele omavalitsustele. Töövõtja peab töös kirjeldama, kuidas välja töötatud meetoodika võimaldab digitaalse tööriista loomist ning milliste võimalike takistustega võib digitaalse tööriista loomisel kokku puutuda.

5.2.3. Aruandes kirjeldatakse detailselt meetoodika väljatöötamise teoreetilisi ja meetoodilisi lähtekohti ning väljatöötamise etappe, selgelt tuuakse esile seni kasutatud meetodite/tööriistade jms kitsaskohti ja eeliseid, kirjeldatakse ja põhjendatakse nende kasutamist Eesti oludesse sobiva meetoodika väljatöötamisel.

5.2.4. Aruandes (nii uuringu täispikas aruandes kui ka selle kokkuvõttes) kirjeldatakse väljatöötatud meetoodika uudsust, sh Eestis ja välismaal seni kasutatud meetodite/tööriistade jms suhtes.

5.2.5. Sündmuste sotsiaalmajandusliku mõju hindamise meetoodika väljatöötamisel kaasab Töövõtja Tellijat aktiivselt. Töövõtja korraldab vähemalt 2 arutelu (koos slaididega) Tellijaga meetoodika väljatöötamise protsessis enne vahearuande esitamist eesmärgiga võrrelda alternatiive ning valida koostöös Tellijaga sobivaim mõju hindamise meetoodika. Lõpliku otsuse, millist meetoodikat esitatakse vahe- ja lõpparuandes ning mida piloteeritakse 20 sündmuse näitel, peab kinnitama Tellija.

5.3. Uuringu lõpparuanne koos lisadega avaldatakse MKMi ja KULi veebilehtedel ja vajadusel teistes avaliku sektori kanalites (nt Puhka Eestis veebilehel).

5.4. Töövõtja ülesandeks on ka **uuringu tulemuste suuline ja visualiseeritud** (nt PowerPoint, Prezi vmt esitlustarkvara abil) **tutvustus avalikkusele** suunatud füüsilisel või virtuaalsel üritusel.

5.4.1. Tulemusi esitletakse eesti keeles.

5.4.2. Osalejate arv on kuni 100 inimest, mis lisandub Töövõtja esindajate arvule.

5.4.3. Ürituse kestus on kaks kuni neli tundi, mida võib muuta Tellija nõusolekul.

- 5.4.4. Tellija teeb lõpliku otsuse, kas esitlusüritus toimub füüsiliselt koha peal olles, veebi vahendusel või hübriidvormis.
- 5.4.5. Kui üritus toimub füüsiliselt, siis osalejatele tuleb pakkuda enne ürituse algust tervislikku kohvipausi. Kui üritus kestab rohkem kui kaks tundi, tuleb pakkuda osalejatele tervislikku kohvipausi.
- 5.4.6. Ürituse korraldus ja visualiseeritud esitlusmaterjalid tuleb Tellijaga enne esitlust kooskõlastada.
- 5.4.7. Kutse edastab Tellija. Kutse ja registreerimisvormi põhja koostab Töövõtja.
- 5.4.8. Visualiseeritud esitlusmaterjalid tuleb uuringu lisana Tellijale üle anda.
- 5.4.9. Tellijal on õigus esitlusmaterjalid avaldada MKMi ja KULi veebilehtedel ja vajadusel teistes avaliku sektori kanalites (nt Puhka Eestis veebilehel).
- 5.4.10. Ürituse korraldamine on Töövõtja ülesanne ning Töövõtja kannab ürituse läbiviimisega seotud kulud. Tellija võib ürituse läbiviimiseks pakkuda ruumi ministeeriumide ühendhoones.

6. Töökorraldus

6.1. Uuringu teostamiseks moodustab Tellija uuringu juhtrühma.

- 6.1.1. Uuringu juhtrühm veendub Tööle esitatud nõuete täitmisel ja osaleb töös oma ekspert-teadmiste jagamisega.
- 6.1.2. Uuringu juhtrühma ülesandeks on teha ettepanekuid uuringu tegevusplaani, ajakava, meetodika (sh andmete kogumise meetodid ja valim) ja töökorralduse kohta, osalemine aruteludes ning tagasiside andmine Töö tulemile.
- 6.1.3. Töövõtja on kohustatud uuringu juhtrühma tehtud ettepanekuid rakendama või põhjendama nende tagasilükkamist.
- 6.1.4. Juhul, kui tööle esitatud nõuete sisu osas tekivad pooltel vaidlused, siis lõpliku otsuse teeb uuringu juhtrühm.
- 6.1.5. Juhtrühma on kaasatud vähemalt MKMi, EASi ja Kredexi Ühendasutuse turismiosakonna ja KULi esindajad. Tellija võib uuringu juhtrühma või uuringu elluviimise vajadusel kaasata ka teisi liikmeid. Töövõtja võib teha Tellijale ettepanekuid juhtrühma liikmelisuse osas.
- 6.1.6. Uuringu juhtrühma töö tehniline ettevalmistamine ja koordineerimine (muuhulgas koosolekute kokkukutsumine, läbiviimine, protokollimine on Töövõtja ülesanne.

6.2. Töövõtja juhhib uuringu elluviimist ja teostab töö. Tellija esindajaks uuringu teostamisel on MKMi turisminõunik.

- 6.2.1. **Töövõtja esitab ülevaate** töö käigust, edusammudest, tekkinud takistustest ja nende lahendustest/lahendusettepanekutest Tellija esindajale **vähemalt kord kahe kuu jooksul** kohtumisel Tellijaga (kohtumised võivad toimuda nii füüsiliselt kui ka elektrooniliselt; formaadis lepitakse jooksvalt kokku).
- 6.2.2. Kohtumisi korraldab ja viib läbi Töövõtja ning need võib ühendada uuringu juhtrühma kohtumistega. Töövõtja koostab kohtumiste protokollid ja saadab need Tellijale ülevaatamiseks kolme tööpäeva jooksul pärast kohtumist.
- 6.2.3. **Kohtumisi planeeritakse varakult, vähemalt kolm nädalat ette.**
- 6.2.4. Töövõtja esitab kohtumiste **materjalid** Tellija esindajale ja uuringu juhtrühmale **digitaalsel kujul vähemalt kolm tööpäeva enne kohtumist.**
- 6.2.5. Mõlemad pooled võivad teha teisele poolele ettepaneku täiendavaks kohtumiseks.
- 6.2.6. Tellijal on õigus vajadusel võtta ühendust otse Töövõtja poolsete ekspertidega ning nõuda nende osalemist kohtumistel Tellijaga.

6.3. Töövõtja täidab hanke raames teisi ülesandeid, mida ei ole siinkohal otseselt kirjeldatud, kuid mis on vajalikud analüüsi edukaks läbiviimiseks.