**Ministru kabineta rīkojuma projekta “Par finanšu līdzekļu piešķiršanu no valsts budžeta programmas “Līdzekļi neparedzētiem gadījumiem”” sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija)**

|  |
| --- |
| **Tiesību akta projekta anotācijas kopsavilkums** |
| Mērķis, risinājums un projekta spēkā stāšanās laiks | Ministru kabineta rīkojuma projekts (turpmāk – Projekts) sagatavots, lai segtu izdevumus informēšanas kampaņai par drošas tirdzniecības jautājumiem un iedzīvotāju paradumu maiņai.Projekts paredz no valsts budžeta programmas 02.00.00 “*Līdzekļi neparedzētiem gadījumiem*” piešķirt Ekonomikas ministrijai finansējumu **118 521 *euro*** (ar PVN) apmērā. Savukārt Ministru kabineta protokollēmuma projekts paredz slēgt līgumu ar **SIA “McCann Rīga”** par informēšanas kampaņu saistībā ar drošu tirdzniecību un iedzīvotāju paraduma maiņu par kopējo summu 118 521 *euro* (ar PVN). Projekts stājas spēkā ar tā parakstīšanas brīdi. |

|  |
| --- |
| **I. Tiesību akta projekta izstrādes nepieciešamība** |
| 1. | Pamatojums | 1. Ministru kabineta 2021. gada 5.februāra sēdes protokollēmuma (prot. Nr.13 3.§ TA-260) 6.punkts
2. Covid-19 infekcijas izplatības seku pārvarēšanas likuma 24.pants
3. Ministru kabineta 2018.gada 17.jūlija noteikumu Nr.421 “Kārtība, kādā veic gadskārtējā valsts budžeta likumā noteiktās apropriācijas izmaiņas” 43.punkts
 |
| 2. | Pašreizējā situācija un problēmas, kuru risināšanai tiesību akta projekts izstrādāts, tiesiskā regulējuma mērķis un būtība | Covid-19 izplatības ierobežošanai valdība ar Ministru kabineta 2020.gada 6.novembra rīkojumu Nr.655 “*Par ārkārtējās situācijas izsludināšanu*” un Ministru kabineta 2020.gada 9.jūnija noteikumiem Nr.360 “*Epidemioloģiskās drošības pasākumi Covid-19 infekcijas izplatības ierobežošanai*” ieviesusi īpašus epidemioloģiskās drošības pasākumus, tostarp nosakot īpašus ierobežojumus tirdzniecības vietām, ierobežojot tirdzniecības vietu darbību un preču pieejamību visai sabiedrībai.Iedzīvotāju paradumu un uzvedības maiņa ir ilgtermiņa komunikācijas lielākais izaicinājums jebkurā nozarē. Ņemot vērā sabiedrības ierobežojumus pandēmijas laikā, kas darbojas jau kopš 2020.gada 12.marta, īpaši plašus ierobežojumus tirdzniecībā, kas skar ikvienu Latvijas iedzīvotāju neatkarīgi no vecuma un dzīvesvietas, neprognozējamiem Covid-19 vīrusa infekcijas tālākiem uzliesmojumiem vai attīstības scenārijiem, nepieciešama vienota pieeja valstiskā līmenī valsts pārvaldes iestāžu komunikācijai ar sabiedrību. Pašlaik ir īpaši svarīgi atgādināt un izglītot gan tirgotājus, gan iedzīvotājus par sekām, kādas var iestāties, neievērojot valdības pieņemtos un epidemiologu rekomendētos noteikumus, un skaidrot riskus, kas pastāv tirdzniecības vietās. Turklāt jāveic ne tikai informēšanas funkcija valstiskā mērogā, bet arī jāīsteno centieni mainīt iedzīvotāju uzskatus par iepirkšanos ar mērķi mainīt viņu uzvedību un iepirkšanās paradumus, uzsverot, ka iepirkšanās nav izklaide un brīvā laika pavadīšana ģimenei ar bērniem tirdzniecības vietās.Kampaņas mērķis ir izstrādāt un laika posmā no 2021.gada marta līdz 2021.gada 30.jūnijam īstenot intensīvu integrētas komunikācijas sociāli orientētu kampaņu par drošas tirdzniecības nosacījumiem, kas ietver dažādas sabiedrisko attiecību aktivitātes un mediju attiecības, t.sk. publikācijas un reklāmu daudzveidīgos mediju kanālos, piemēram, nacionālajos un reģionālajos drukātajos un digitālajos medijos, pašvaldību portālos, ziņu portālos, radio un televīzijā, vidē, u.c. ar mērķi:• informēt iedzīvotājus par drošas iepirkšanās nosacījumiem un to nozīmi Covid-19 vīrusa izplatības ķēdes mazināšanā;• skaidrot sabiedrībai, tai skaitā tirdzniecības nozarei, par pakāpeniskas drošas tirdzniecības modeļa ieviešanas epidemioloģiskajiem apsvērumiem;• aicināt sabiedrību ievērot epidemioloģiskās drošības pasākumus tirdzniecības vietās – pareizi nēsāt sejas maskas, nepulcēties, distancēties, ievērot higiēnas prasības, u.c.;• mudināt sabiedrību mainīt attieksmi un uzvedību tirdzniecības vietās, kā arī iepirkšanās paradumus (iepirkties pa vienam, ievērot tirgotāju norādes, utt.);• pateikties visiem, kas ievēro epidemioloģiskās drošības pasākumus tirdzniecības vietās (integrēta ar Slimību profilakses un kontroles centra kampaņu);• informēt un izskaidrot tirdzniecības nozares dalībniekiem, jo īpaši mazajiem tirgotājiem mazpilsētās un ciemos, nosacījumus drošu epidemioloģisko apstākļu nodrošināšanai tirdzniecības vietās darbiniekiem un pircējiem un sekām šo noteikumu neievērošanas gadījumā.Izvērtējot iespēju efektīvākas, plašākas un mērķtiecīgākas komunikācijas nodrošināšanai piesaistīt sabiedrisko attiecību aģentūru, tika veikta tirgus izpēte par nacionāla mēroga integrētas komunikācijas sociāli orientētas kampaņas drošas tirdzniecības nodrošināšanai un ievērošanai izstrādi un īstenošanu, uzrunājot sešas lielākās reklāmas aģentūras, kas ir savas nozares speciālisti un veiksmīgi pierādījuši savas prasmes citos lielāka uz mazāka mēroga projektos: SIA “DDB Worldwide Latvia”, TBWA Latvija, SIA “Not Perfect”, SIA “Guilty”, SIA “McCann Rīga”, SIA “VUCA communications”. Vienlaikus ņemot vērā situāciju valstī saistībā ar COVID-19 infekcijas izplatību un to, ka informēšanas kampaņa par drošu tirdzniecību un iedzīvotāju paraduma maiņu ir steidzami nepieciešama, lai nodrošinātu valsts drošības interešu aizsardzību saistībā ar COVID-19 infekcijas izplatības novēršanu, uzrunātās reklāmas aģentūras tirgus izpētē tika aicinātas iesniegt arī kampaņas idejas aprakstu un plānotās aktivitātes, lai varētu novērtēt iespēju veikt iepirkumu informēšanas kampaņai steidzamības kārtībā. SIA “McCann Rīga” bija vienīgais pretendents, kas iesniedza kopējo kampaņas prezentāciju, kurā tika iekļautas sekojošas sadaļas: 1) integrētās kampaņas stratēģija, 2) radošais komunikācijas koncepts un taktiskais plāns, 3) sabiedrisko attiecību komunikācijas plāns un atbalsts, 4) mediju plāna izvēles pamatojums un kanālu sadalījums, papildus nodrošinot arī kampaņas laika plānu un budžeta sadalījumu kampaņas realizācijai. Atbilstoši iesniegtajai informācijai, SIA “McCann Rīga” kopējās izmaksas sastāda 97 950.62 *euro* (bez PVN), kas iekļauj ražošanas izmaksas 28 000 *euro* (bez PVN), SIA “McCann Rīga” izmaksas 30 000 *euro* (bez PVN) un mediju izmaksas 39 950.62 *euro* (bez PVN).SIA “McCann Rīga” piedāvātais kampaņas idejas apraksts un plānotās aktivitātes kampaņas mērķa grupu uzrunāšanai atbilst kampaņas noteiktajiem mērķiem un sasniedzamajiem rezultātiem. SIA “McCann Rīga” iesniegtais piedāvājums pauž pārliecību, ka aģentūras rīcībā ir spēcīga un radoša profesionāļu komanda, kas, īstenojot iecerētos pasākumus, samērā īsā laika periodā sasniegs labus kampaņas rezultātus.Lai arī valstī tiek īstenoti epidemioloģiskās drošības pasākumi, kas ir ļoti līdzīgi vairākās citās Eiropas Savienības valstīs veiktajiem pasākumiem, pastāvot augstai saslimstībai, mirstībai un veselības aprūpes sistēmas noslogojumam, pasākumu efektivitāte ir atkarīga gan no cilvēku līdzdalības konkrētu pasākumu (fiziskā distancēšanās, sejas masku lietošana, higiēnas ievērošana u.c.) īstenošanā un piesardzības pasākumu ievērošanas ikdienas gaitās, gan komersantu līdzdalības, ievērojot epidemiologu rekomendētos noteikumus tirdzniecības vietās. Ņemot vērā, ka izmaiņas attiecībā uz tirdzniecības ierobežojumiem ir atkarīgas no neprognozējamiem Covid-19 vīrusa infekcijas tālākiem uzliesmojumiem vai attīstības scenārijiem, jautājums par sabiedrības, t.sk. tirdzniecības nozares dalībnieku un iedzīvotāju, informēšanu ir īpaši aktuāls un nepieciešams, jo skar būtiskas sabiedrības drošības un veselības intereses, Ekonomikas ministrija, pamatojoties uz Publisko iepirkumu likuma 8.panta septītās daļas 3.punktu un veiktās cenu aptaujas rezultātiem, nolēma uzsākt sarunu procedūru par informēšanas kampaņu saistībā ar drošu tirdzniecību un iedzīvotāju paraduma maiņu, veicot iepirkumus, un nolēma slēgt līgumu ar SIA “McCann Rīga” par kopējo cenu 97 950.62 *euro* (bez PVN), kas iekļauj ražošanas izmaksas 28 000 *euro* (bez PVN), SIA “McCann Rīga” izmaksas 30 000 *euro* (bez PVN) un mediju izmaksas 39 950.62 *euro* (bez PVN). |
| 3. | Projekta izstrādē iesaistītās institūcijas un publiskas personas kapitālsabiedrības | Ekonomikas ministrija  |
| 4. | Cita informācija | Nav |

|  |
| --- |
| **II. Tiesību akta projekta ietekme uz sabiedrību, tautsaimniecības attīstību un administratīvo slogu** |
| Projekts šo jomu neskar. |

|  |
| --- |
| **III. Tiesību akta projekta ietekme uz valsts budžetu un pašvaldību budžetiem** |
| Rādītāji | 2021. gads | Turpmākie trīs gadi (*euro*) |
| 2022. | 2023. | 2024. |
| saskaņā ar valsts budžetu kārtējam gadam | izmaiņas kārtējā gadā, salīdzinot ar valsts budžetu kārtējam gadam | saskaņā ar vidēja termiņa budžeta ietvaru | izmaiņas, salīdzinot ar vidēja termiņa budžeta ietvaru 2022. gadam | saskaņā ar vidēja termiņa budžeta ietvaru | izmaiņas, salīdzinot ar vidēja termiņa budžeta ietvaru 2023. gadam | izmaiņas, salīdzinot ar vidēja termiņa budžeta ietvaru 2023. gadam |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1. Budžeta ieņēmumi | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.1. valsts pamatbudžets, tai skaitā ieņēmumi no maksas pakalpojumiem un citi pašu ieņēmumi | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.2. valsts speciālais budžets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1.3. pašvaldību budžets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2. Budžeta izdevumi | 0 | 118 521 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.1. valsts pamatbudžets | 0 | 118 521 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.2. valsts speciālais budžets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3. pašvaldību budžets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3. Finansiālā ietekme | 0 | -118 521 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.1. valsts pamatbudžets | 0 | -118 521 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.2. speciālais budžets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.3. pašvaldību budžets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4. Finanšu līdzekļi papildu izdevumu finansēšanai (kompensējošu izdevumu samazinājumu norāda ar "+" zīmi) | X | +118 521 | X | 0 | X | 0 | 0 |
| 5. Precizēta finansiālā ietekme | X | 0 | X | 0 | X | 0 | 0 |
| 5.1. valsts pamatbudžets | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5.2. speciālais budžets | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5.3. pašvaldību budžets | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6. Detalizēts ieņēmumu un izdevumu aprēķins (ja nepieciešams, detalizētu ieņēmumu un izdevumu aprēķinu var pievienot anotācijas pielikumā) | Lai segtu izmaksas 2021.gadā, Ekonomikas ministrijai nepieciešams finansējums 118 521 *euro* apmērā.Kopējais darbs pie informēšanas kampaņas plānots no 2021.gada marta līdz 2021.gada 30.jūnijam. SIA “McCann Rīga” kopējās izmaksas sastāda 97 950.62 *euro* (bez PVN), kas iekļauj ražošanas izmaksas 28 000 *euro* (bez PVN), SIA “McCann Rīga” izmaksas 30 000 *euro* (bez PVN) un mediju izmaksas 39 950.62 *euro* (bez PVN). PVN veido 20 569,63 *euro*.Ražošanas izmaksās iekļauts kampaņas materiālu izstrāde un sagatavošana; aģentūras izmaksās iekļauta detalizētākas Kampaņas komunikācijas stratēģijas un plāna izstrāde, kampaņas īstenošana, vadība un kontrole, kā arī nodevumu sagatavošana; mediju izmaksās iekļautas informatīvo materiālu un reklāmas izvietošana medijos.  |
| 6.1. detalizēts ieņēmumu aprēķins |
| 6.2. detalizēts izdevumu aprēķins |
| 7. Amata vietu skaita izmaiņas | Projekts šo jomu neskar |
| 8. Cita informācija | Izdevumus sedz no valsts budžeta programmas 02.00.00 “*Līdzekļi neparedzētiem gadījumiem*”.  |

|  |
| --- |
| **IV. Tiesību akta projekta ietekme uz spēkā esošo tiesību normu sistēmu** |
| Projekts šo jomu neskar. |

|  |
| --- |
| **V. Tiesību akta projekta atbilstība Latvijas Republikas starptautiskajām saistībām** |
| Projekts šo jomu neskar. |

|  |
| --- |
| **VI. Sabiedrības līdzdalība un komunikācijas aktivitātes** |
| Projekts šo jomu neskar. |

|  |
| --- |
| **VII. Tiesību akta projekta izpildes nodrošināšana un tās ietekme uz institūcijām** |
| 1. | Projekta izpildē iesaistītās institūcijas | Ekonomikas ministrija |
| 2. | Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes funkcijām un institucionālo struktūru.Jaunu institūciju izveide, esošu institūciju likvidācija vai reorganizācija, to ietekme uz institūcijas cilvēkresursiem | Projekts šo jomu neskar |
| 3. | Cita informācija | Nav |

Ekonomikas ministrs J. Vitenbergs

Vīza:

Valsts sekretārs E. Valantis