

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA DRUŽBENIH VPLIVOV ORGANIZACIJE DOGODKOV:
PRIMER ORGANIZACIJE EUROBASKETA 2013 V LJUBLJANI**

Ljubljana, september 2016

SABINA SEME

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Sabina Seme, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza družbenih vplivov organizacije dogodkov: Primer organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko dr. Knežević Cvelbar Ljubico.

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 DEFINICIJA IN TRENDI NA PODROČJU ORGANIZACIJE DOGODKOV	2
1.1 Zgodovina razvoja dogodkov	2
1.2 Definicija dogodkov	3
1.3 Področje dogodkov	5
1.4 Trendi razvoja dogodkov	6
2 TIPI DOGODKOV	8
2.1 Načini kategorizacije dogodkov	8
2.2 Dogodki glede na velikost	9
2.3 Dogodki glede na vsebino.....	12
3 VPLIVI DOGODKOV NA LOKALNO OKOLJE	16
3.1. Tipi vplivov na lokalno okolje.....	16
3.2 Ekonomski vplivi.....	16
3.3 Okoljski vplivi	17
3.4 Družbeni vplivi	18
4 DRUŽBENI VPLIVI EUROBASKETA 2013 V LJUBLJANI	20
4.1 EuroBasket 2013 v Ljubljani	20
4.2 Metodologija in potek raziskave	27
4.2.1 Uvodna pojasnila.....	27
4.2.2 Raziskovalni cilji, vprašanja in hipoteze.....	27
4.2.3 Raziskovalni instrument in zbiranje podatkov	29
4.2.4 Populacija in vzorec	31
4.2.5 Statistična obdelava podatkov in rezultati raziskave	33
4.2.6 Omejitve.....	45
4.2.7 Ugotovitve in priporočila	46
5 SKLEP	48
6 LITERATURA IN VIRI	50

KAZALO TABEL

Tabela 1: Trendi, povezani z organizacijo dogodkov	7
Tabela 2: Prikaz pozitivnih in negativnih ekonomskih vplivov dogodkov.....	17
Tabela 3: Prikaz pozitivnih in negativnih okoljskih vplivov dogodkov	18
Tabela 4: Prikaz pozitivnih in negativnih družbenih vplivov dogodkov	20
Tabela 5: Višina investicij v obnove dvoran za EuroBasket 2013	23
Tabela 6: Struktura vzorca vprašancev glede na državo stalnega prebivališča.....	25
Tabela 7: Struktura vzorca vprašancev glede na državo stalnega prebivališča (nad.)	26
Tabela 8: Struktura vzorca, populacijski deleži in uteži	31
Tabela 9: Struktura vzorca, populacijski deleži in uteži (nad.).....	32
Tabela 10: Ocene negativnih družbenih vplivov EB 2013	34
Tabela 11: Ocene pozitivnih družbenih vplivov EB 2013	35
Tabela 12: Pregled ocen pozitivnih in negativnih družbenih vplivov EB 2013.....	37
Tabela 13: Kakovost indikatorjev pozitivnega in negativnega vpliva organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani.....	38
Tabela 14: Aritmetična sredina in standardni odkloni sestavljene spremenljivke »Negativni vplivi«.....	39
Tabela 15: Aritmetična sredina in standardni odkloni sestavljene spremenljivke "Pozitivni vplivi"	39
Tabela 16: Shapiro-Wilkov test normalnosti	40
Tabela 17: T-test za ugotavljanje razlik v dojetanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med moškimi in ženskami.	41
Tabela 18: ANOVA za ugotavljanje razlik v dojetanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med mlajšimi in starejšimi.....	42
Tabela 19: ANOVA za ugotavljanje razlik v dojetanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med bolj in manj izobraženimi	42
Tabela 20: Mann-Whitneyev test za ugotavljanje razlik v dojetanju pozitivnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med obiskovalci in ne obiskovalci.	43
Tabela 21: T-test za ugotavljanje razlik v dojetanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med prebivalci lokalnega okolja in ostalimi prebivalci Ljubljane. 44	
Tabela 22: Mann-Whitneyev test za ugotavljanje razlike v dojetanju pozitivnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med zaposlenimi in nezaposlenimi na dogodku.....	45

KAZALO SLIK

Slika 1: Velikost dogodkov	8
Slika 2: Dogodki glede na velikost.....	9
Slika 3: Trajnostni koncept "trojne spodnje meje"	11
Slika 4: Tipi dogodkov glede na vsebino	12
Slika 5: Klasifikacija športnih dogodkov	13
Slika 6: Uradni logotip EuroBasketa 2013	21
Slika 7: Dvorane, ki so gostile EuroBasket 2013 in njihove kapacitete.....	22
Slika 8: Uradna maskota EuroBasketa 2013 - Lipko	24
Slika 9: Struktura vzorca obiskovalcev glede na državo stalnega prebivališča	25
Slika 10: Dva izmed najbolj pogostih logotipov za promocijo EuroBasketa 2013 in Slovenije	27
Slika 11: Starostne skupine respondentov	33
Slika 12: Mnenje o organizaciji EuroBasketa 2013 v Ljubljani.....	36

UVOD

Dogodki igrajo veliko vlogo pri razvoju turističnih destinacij in so opredeljeni kot pojavi na točno določeni lokaciji, ob točno določenem času, v točno določenih okoliščinah ter imajo namen zadovoljevati točno določene potrebe (Ritchie, 1984, str. 1; Getz, 2012, str. 16). V 80. in 90. letih prejšnjega stoletja so se začeli izrazito širiti in oblikovala se je sodobna industrija dogodkov, kot jo poznamo danes, ter je izrazito pomembna za sam razvoj turizma (Allen, O`Toole, Harris, & McDonnell, 2008, str. 9; Quinn, 2009, str. 8). V literaturi lahko najdemo dve delitvi dogodkov: glede na velikost in glede na vsebino. Med širšo javnostjo je definitivno bolj poznana delitev glede na vsebino, v okviru katere poznamo festivale, športne in poslovne dogodke (Getz, 2012, str. 41-69). Zaradi pomembnega vpliva dogodkov na gospodarstvo, družbo in okolje je pomembno, da pri organizaciji povzamemo trajnostni pristop in poskušamo čim bolj izkoristiti pozitivne vplive ter čim bolj minimizirati negativne vplive dogodkov (Jago & Dwyer, 2006, str. 2). Poznamo torej tri vrste vplivov dogodkov – ekonomske, okoljske ter družbene in prav slednji so izrednega pomena pri organizaciji dogodkov, saj lahko ima v primeru nekontroliranih negativnih vplivov nezadovoljstvo med lokalnimi prebivalci trajen vpliv na organizacijo dogodkov v določeni turistični destinaciji (Gursoy & Kendall, 2006, str. 606).

Odločila sem se za oceno družbenih vplivov organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani, saj je to največji organiziran dogodek od osamosvojitve Slovenije. Trajal je skoraj štiri tedne in v tem času so lahko lokalni prebivalci dobro zaznali vse družbene vplive, ki so vplivali na njihova življenja.

Namen magistrskega dela je analizirati družbene vplive organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani.

Cilji magistrskega dela so:

- definirati in preučiti dogodke, tipe dogodkov ter njihove vplive,
- analizirati družbene vplive dogodkov,
- predstaviti primer organizacije dogodka EuroBasket 2013 v Ljubljani ter pripraviti raziskavo o družbenih vplivih le-tega,
- pripraviti priporočila za turistične deležnike o tem, kako izboljšati organizacijo večjih športnih dogodkov s čim manj negativnih družbenih vplivov.

Glavno raziskovalno vprašanje se nanaša na naslov magistrskega dela. Ugotoviti želim, kakšne družbene vplive je imela organizacija EuroBasketa 2013 v Ljubljani na prebivalce. Oblikovala sem 4ožja raziskovalna vprašanja in 6 glavnih hipotez ter nekaj podhipotez, ki mi bodo pomagale pri dokazovanju hipotez.

Magistrsko delo temelji na deduktivno raziskovalnem pristopu. Prvi del vsebuje poglobljen pregled sekundarnih virov – strokovne literature, znanstvenih člankov, razprav in raziskav s področja obravnavane teme, iz katerih sem potegnila teoretične okvirje za nadaljnjo raziskavo na področju organizacije dogodkov in vplivov organizacije dogodkov. Prvi del magistrskega dela je torej analiziran z opisno metodo in metodo kompilacije, ki mi je pomagala združiti ugotovitve mnogih avtorjev. Po natančnem pregledu literature je sledilo oblikovanje raziskovalnega vprašanja in hipotez z empirično, raziskovalno metodo. Oblikovala sem vprašalnik o družbenih vplivih organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani in izbrani način vzorčenja je priložnostni vzorec. Sledilo je zbiranje kvantitativnih podatkov s pomočjo spletnega vprašalnika, s katerim sem pridobila mnenja 265 anketirancev. Podatki, pridobljeni s pomočjo le-tega, so mi služili kot osnova za oceno družbenih vplivov organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani, ki so jih prebivalci zaznali. Nazadnje sta sledili obdelava ter analiza podatkov, pridobljenih s kvantitativno raziskavo, s pomočjo uporabe statističnega programa SPSS.

Magistrsko delo je v grobem sestavljeno iz dveh delov, teoretičnega in raziskovalnega, ki skupaj tvorita štiri poglavja. Prvi, teoretični del vsebuje glavna tri poglavja, v katerih obravnavam dogodke, tipe in vplive dogodkov. Prvo poglavje pregled dogodkov se osredotoča predvsem na definicijo dogodka, industrijo, ki se je razvila zaradi razširitve več vrst dogodkov, in trende razvoja le-teh. Drugo poglavje obravnava dve različni delitvi dogodkov – delitev glede na velikost in vsebino. V tretjem poglavju pa pišem o ekonomskih, okoljskih in družbenih vplivih, ki jih dogodki povzročajo.

V drugem, raziskovalnem delu magistrskega dela se osredotočam na dogodek EuroBasket 2013 in njegove družbene vplive ter predstavljam raziskavo in njene rezultate, ki sem jih pridobila s pomočjo anketiranja lokalnega prebivalstva.

1 DEFINICIJA IN TRENDI NA PODROČJU ORGANIZACIJE DOGODKOV

1.1 Zgodovina razvoja dogodkov

Dogodki so organizirana dejanja, ki imajo svoje korenine že v antičnem času. So namreč dobro dokumentirani že pred sami padcem zahodnega rimskega cesarstva in v času antične Grčije. Imajo pomembno vlogo v družbi, saj zagotavljajo udeležencem uveljavitev in skrbijo za proslavo ter zabavo. V preteklosti so ljudje bolj kot ne praznovali verske praznike, kot sta božič in velika noč, ter se udeleževali različnih svečanosti, ki so jih organizirali predvsem takratni vladarji. Glavni namen organizacije takšnih svečanosti vladarjev pa je bila možnost kontrole nad ljudstvom (Raj, Walters, & Rashid, 2009, str. 1).

V modernejših časih smo ljudje verske dogodke postavili na stranski tir in niso več predstavljali bistvene osnove za motive druženja ljudi. Družba je v ospredje postavila praznovanja individualnih prelomnic, kot so: rojstni dnevi, poroke, obletnice porok idr., ki so prav tako poudarjali namen druženja (Raj et al., 2009, str. 1-2). Po drugi svetovni vojni je prišlo do znatnega povečanja števila organizacije dogodkov po vsem svetu, ki so imeli zelo širok razpon značilnosti in so trajali od enega dneva do več mesecev v primeru svetovnih razstav. V 80. in 90. letih je torej prišlo do velikega porasta v številu in različnih tipov dogodkov (Jago & Dwyer, 2006, str. 1). Oblikovati se je začela sodobna industrija dogodkov, ki jo poznamo danes. Organizatorji Olimpijskih iger v Los Angelesu leta 1984 so dokazali, da so lahko veliki dogodki ekonomsko uspešni. Celoten spektakel športnega dogodka so prenašali na televiziji in postali zgled za podobne dogodke v prihodnosti. S trženjskimi sposobnostmi televizijskega prenosa so pridobili občinstvo, ki je bilo širše kot kdajkoli prej, in pokazali moč velikega športnega dogodka, dodali prepoznavnost ter gospodarske koristi za mesto in celotno državo. Podjetja za organizacijo dogodkov so tako dokazala, da se v industriji dogodkov nahajajo pozitivni ekonomski vplivi in odličen način trženja, zato je zanimanje zanje posledično zelo hitro naraslo. Kmalu je vpletenost podjetij v sponzorstvo dogodkov postala norma za povečanje tržnega deleža, hkrati pa je organizacija dogodkov predstavljala možnost za zaposlitev in razvoj uspešne kariere, rast organizacije dogodkov pa je posledično postala svetovni fenomen (Allen et al., 2008, str. 10).

V današnjih časih so tako dogodki organizirani predvsem zaradi pomembnega vpliva na družbo in gospodarski razvoj držav, krajev oziroma destinacij, kjer je dogodek organiziran (Raj et al., 2009, str. 2).

1.2 Definicija dogodkov

Slovar opisuje dogodek kot enkratno stvar, ki se razlikuje od vsakdanjosti in izpolnjuje posebne potrebe v danem trenutku. Vsi dogodki trajajo določen čas ter so omejeni na določen kraj. Zaznamujejo jih predstavitve, nastopi, proslave ali tekmovanja, ki so zavestno ustvarjena za obeležitev posebnih priložnosti ali doseganje določenih družbenih, kulturnih, okoljskih in ekonomskih ciljev. Področje dogodkov je v današnjem času postalo tako široko, da je nemogoče najti definicijo, ki bi bila tako široka, da bi zajela vse različice dogodkov. Bolj specifično se omenjata zlasti dve opredelitvi dogodkov (Getz, 2012, str. 37; Allen et al., 2008, str. 11-12; Watt, 1998, str. 1):

- z vidika organizatorja: Dogodek je enkraten, zunaj običajnega programa ali dejavnosti sponzorja ali organizatorja.
- z vidika gosta: Dogodek je priložnost za izkušnje izven običajnega življenja ali izven vsakodnevnih izkušenj.

Dogodki so opredeljeni kot pojavi na točno določeni lokaciji, ob točno določenem času, v točno določenih okoliščinah ter zadovoljujejo točno določene potrebe. Po definiciji imajo začetek in konec, torej so začasni pojavi in imajo točno določeno časovno zaporedje – program. Osredotočeni so na določen prostor (Watt, 1998, str. 1; Getz, 2012, str. 16):

- posamezni objekt ali skupino le-teh,
- velik odprt prostor ali več lokacij na prostem.

Vse pa se dogaja ob istem času ali v določenem časovnem zaporedju. Dogodke je nemogoče ponoviti v točno isti obliki, saj se po definiciji pojavijo samo enkrat. Čeprav so si načrtovani dogodki lahko podobni po obliki, pa nekateri pogledi ne morajo biti nikoli več enaki. Ljudje (organizatorji, udeleženci in obiskovalci) so namreč spremenljivka – njihova pričakovanja in razpoloženja. Prav ta unikatnost pa dela dogodke vedno znova privlačne za ljudi. Prav vsi dogodki, tudi najmanjši, so namreč družabni dogodki, saj so narejeni za ljudi in njihovo zabavo (Getz, 2012, str. 37-38).

Dogodki so pogosto opredeljeni kot veliko, enkratno ali ponavljajoče doživetje, ki je časovno omejeno in organizirano za krepitev ozaveščenosti, privabljanje turistov in povečanje dobičkonosnosti turistične destinacije, tako kratkoročno kot dolgoročno (Ritchie, 1984, str. 2). So namenske človeške stvaritve in splošno poznane zaradi svoje unikatnosti in nepredvidljivosti. Služijo kot instrument za povezovanje lokalne skupnosti, spodbujanje prenov ter razvoja turizma in zagotavljajo boljšo kakovost življenja (Yuan, 2013, str. 1). Zagotavljajo pomembne rekreacijske priložnosti za lokalne prebivalce in v mnogih destinacijah tvorijo temeljni sestavni del strategije razvoja turizma. Obstaja več vrst dogodkov, zato je izredno težko najti opredelitev oziroma definicijo, ki bi obsegala vse komponente dogodkov. Opredeljeni so kot redko ponavljajoči pojavi z omejenim trajanjem in zagotavljajo obiskovalcem kakovostno preživljanje prostega časa ter družbene aktivnosti, ki presegajo njihove vsakodnevne izkušnje (Jago & Shaw, 1998, str. 29).

Dogodki igrajo veliko vlogo pri razvoju turističnih destinacij. Igrajo pomembno vlogo v turistični industriji in lokalnih skupnostih. Opredeljeni so kot pojavi izven običajnih dejavnosti in so velikokrat posledica dobičkonosnih motivov (Ritchie, 1984, str. 1). Zaradi dokazanih pozitivnih vplivov na gostujoče lokalne skupnosti so postali hitro rastoče in priljubljene metode privabljanja obiskovalcev v turistično destinacijo. V preteklih letih je zaradi omenjenih razlogov industrija dogodkov postala najhitreje rastoč sektor turistične industrije (Grosbois, 2009, str. 39). Dogodki so torej vsi ustvarjeni z namenom, ki v turizmu vključuje privabljanje obiskovalcev na točno določene destinacije, zmanjšanje sezonečnosti in povečevanje trženja (povečanje ugleda in razpoznavnosti destinacije) (Getz, 2012, str. 16). Razlogi za organizacijo dogodka so torej očitni (Getz, 2008, str. 2-3):

- izpolnjevanje številnih strateških ciljev,
- povečevanje konkurenčnosti turistične destinacije.

Dogodki so lahko opredeljeni tudi z vidika upravljanja in planiranja. Ta zasnova vključuje tri glavne komponente (Getz, 2012, str. 39):

- destinacije – gre za sistematično načrtovanje, razvoj in trženje dogodkov kot turističnih znamenitosti samih po sebi.
- organizatorji in sponzorji – strategije organizatorjev in sponzorjev za izpeljavo dogodkov morajo obvezno zajemati upravljanje pozitivnih in negativnih vplivov.
- obiskovalci – segment ljudi, ki potujejo in obiščejo organiziran dogodek.

1.3 Področje dogodkov

Področje pomeni sektor v gospodarstvu države, ki proizvaja enake produkte oziroma storitve. Takšna definicija pa je še posebej problematična za področje dogodkov, saj se nenehno spreminja in ima zelo raznolike značilnosti (Getz, 2012, str. 46). Hiter razvoj in širjenje dogodkov v zadnjem desetletju sta tako pripeljala do oblikovanja področja dogodkov z lastnimi izvajalci, dobavitelji in strokovnimi združenji. Na to vrsto področja je močno vplivala globalizacija trgov, komunikacije in vladne uredbe, kar je pomenilo razvoj v zelo kompleksnem in zahtevnem okolju. Ključni deležniki področja dogodkov so (Allen et al., 2008, str. 17-22):

- organizacije za dogodke – dogodki so pogosto uprizorjeni s strani organizacij za upravljanje dogodkov, ki so specializirane za izvajanje le-teh. Drugi dogodki so vodeni s strani specializiranih timov znotraj večjih organizacij. Dogodke podjetij pa najpogosteje organizirajo notranji projektni timi.
- podjetja za upravljanje dogodkov – so profesionalne skupine ali posamezniki, ki organizirajo dogodke na podlagi pogodbe med njimi in naročnikom. Ta vrsta podjetij pogosto izvaja oziroma organizira več dogodkov naenkrat za različne naročnike, s katerimi vzpostavijo dolgoročno poslovno razmerje.
- dobavitelji – rast velike in kompleksne industrije dogodkov je povzročila oblikovanje širokega spektra dobaviteljev. Ti dobavitelji lahko delujejo v neposredni povezavi z organizacijo dogodkov (npr. posoja in postavitve odrov, ozvočenje, razsvetljava, avdio in video produkcija, catering) ali v posredni (npr. transport, komunikacije, varovanje, računovodski servisi). Vsi ti dobavitelji so del industrije dogodkov in pripomorejo pri profesionalni izvedbi dogodkov.
- prizorišča – vrste prizorišč, ki vključujejo komponente za upravljanje dogodkov so hoteli, letovišča, konvencijski in kongresni centri, športni in fitnes centri, športni stadioni itn. Veliko prizorišč kot npr. zgodovinske stavbe, gledališča, galerije, muzeji, knjižnice idr. pa ustvarjajo dodatne prihodke skozi najeme za realizacijo dogodkov.

- združenja – pojav industrije je prav tako vodil do oblikovanja profesionalnih združenj za organizacijo dogodkov, povezovanje, komunikacijo, izobraževanja in akreditacijske programe znotraj industrije. Zaradi raznolikosti industrije so se pojavila mnoga združenja, ki zadovoljujejo točno določene potrebe posameznih sektorjev znotraj celote. Nekatera združenja so mednarodna, spet druga delujejo le na področju posamezne regije ali države.
- zunanji vladni organi – državni in upravni organi so odgovorni za nadzor nad izvajanjem in varno uprizoritvijo dogodkov ter so zato tesno povezani z industrijo.

1.4 Trendi razvoja dogodkov

Industrija dogodkov se bo tekom let spreminjala in čez deset let zagotovo ne bo enaka trenutnemu stanju. Hitro rastoči azijski trgi, želja ljudi po novih, bogatejših izkušnjah in neverjetna hitrost, s katero se razvija tehnologija, bodo spremenili dogodke, kot jih poznamo danes (A Look into the Future: Trends and Developments of the Meetings and Events Industry, 2014). Naslednjih nekaj let pa je treba posebno pozornost nameniti predvsem naslednjim štirim trendom (Friedman, 2013, str. 3-7):

- generacije – različne generacije imajo namreč različna pričakovanja, ko gre za vse vrste dogodkov.
- podatki – treba bo zbirati najbolj podrobne podatke, ki jih lahko dobimo in so pomembni za udeležence dogodkov, ter z njimi pridobiti informacije, kaj in kako izboljšati dogodke, da bodo pritegnili čim več udeležencev.
- dolgotrajno dogajanje – večina dogodkov je trenutno organiziranih za kratek čas. Treba bo začeti razmišljati v smeri nenehne organizacije dogajanja.
- neudeleženci – veliko število ljudi se dogodka ne mora udeležiti, kar pa ne pomeni, da jih ne zanima, kaj se tam dogaja. Treba bo začeti razmišljati, kako te ljudi vključiti v dogajanje s pomočjo družbenih omrežij in sorodnih tehnologij.

Osnovne trende, ki bodo oblikovali razvoj dogodkov prihodnosti, lahko razdelimo na šest področji: populacijo; politiko in pravo; ekonomijo; okolje; družbo in kulturo ter nazadnje tehnologijo (Getz, 2012, str. 22). Na oblikovanje trendov na področju populacije močno vpliva hitra rast prebivalstva, ki narekuje spremembe in želje po oblikovanju novih vrst dogodkov ter njihovo rast. Politika in pravo narekujejo hitro prilagajanje dogodkov raznim državnim in globalnim nestabilnostim, kot so npr. vojne in dejanja terorizma. Globalizacija svetovno znanih dogodkov, socialne razlike med bogatimi in revnimi ter gospodarske krize močno vplivajo na povpraševanje po različnih vrstah dogodkov na področju ekonomskih trendov, medtem ko klimatske spremembe in predvsem trajnostni koncepti razvoja turizma vplivajo na razvoj in povpraševanje po dogodkih na področju okoljskih trendov. Družba oziroma kultura vpliva na razvoj dogodkov v smislu vrednot populacije in potrebe po vse

večji vključenosti v družbeno dogajanje. Na področju tehnologije pa se bodo oblikovali trendi, ki jih narekujejo družbena omrežja in globalna komunikacija, ter bodo vplivali na porast povpraševanja po razvoju novih oblik dogodkov ter novih oblik trženja in organizacije dogodkov.

V Tabeli 1 so izpostavljeni trendi, ki bodo narekovali organizacijo dogodkov v prihodnosti (Getz, 2012, str. 22-25).

Tabela 1: Trendi, povezani z organizacijo dogodkov

	TRENDI	
Populacija	• migracije, • urbanizacija, • generacijske spremembe, • naraščanje povpraševanja po dogodkih.	• dogodki za urbana in ruralna področja, • dogodki, ki odražajo spremembe v demografiji.
Politika in pravo	• državna/globalna nestabilnost, • vojne, terorizem, • politike, ki vplivajo na potovanja, prosti čas in dogodke	• dogodki kot instrumenti javne politike, • povečanje regulative v industriji dogodkov.
Ekonomija	• socialne razlike med bogatimi in revnimi, • globalizacija, • finančne krize.	• dogodki kot instrument za strategije podjetij • industrija dogodkov v porastu • več dogodkov zaradi dobičkonosnosti.
Okolje	• klimatske spremembe, • obnovljive energije, • pomanjkanje hrane in vode,	• ogrožanje potovanj in prostega časa, • ogrožanje blaginje in miru, • trajnostni dogodki.
Družba in kultura	• vrednote, • multikulturalizem,	• družbeno vključevanje, • raznolikost v oblikah dogodkov.
Tehnologija	• globalne komunikacije, • družbeni mediji, • potencial za ustvarjanje in reševanje problemov, • na porastu medijski dogodki,	• vpliv družbenih medijev na obliko in povpraševanje po dogodkih, • nove tehnologije trženja, logistike in organizacije dogodkov.

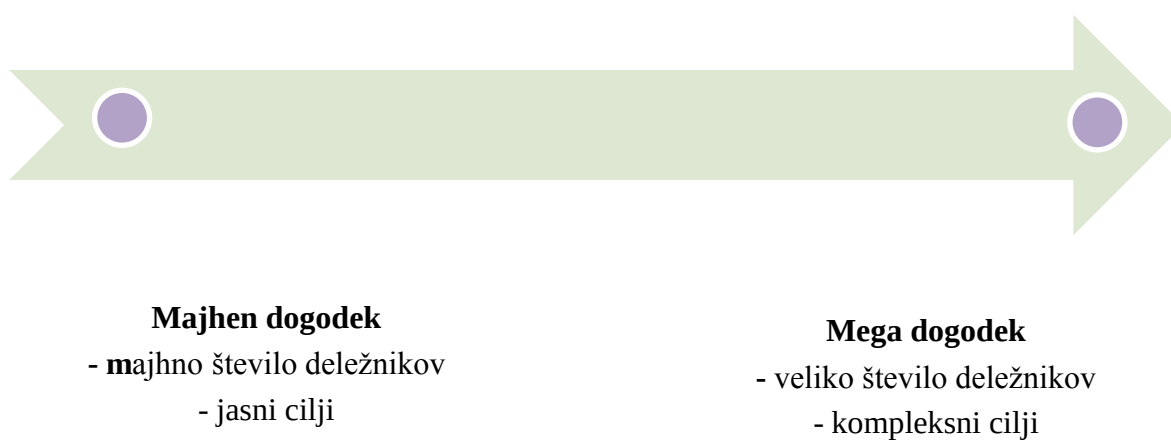
Vir: D. Getz, Event studies, 2012, str. 22-25.

2 TIPI DOGODKOV

2.1 Načini kategorizacije dogodkov

Dogodki današnjega časa zelo variirajo z vidika velikosti, razsežnosti in kompleksnosti ter števila deležnikov, ki so vpleteni. Manjši dogodki, kot so lokalni, imajo malo število deležnikov in jasne cilje. Mega in veliki dogodki pa vključujejo veliko število deležnikov in kompleksne cilje, kar je razvidno iz Slike 1 (Raj et al., 2009, str. 2).

Slika 1: Velikost dogodkov



Vir: R. Raj et al., Events Management: An Integrated and Practical Approach, 2009, str. 2.

Poznamo več različnih načinov kategorizacije dogodkov. Najbolj pogosto se delijo glede na velikost in glede na vsebino. Po velikosti ločimo (Allen et al., 2008, str. 12-17):

- lokalne dogodke,
- velike dogodke,
- prepoznavne dogodke,
- mega dogodke.

Po vsebini ločimo (Allen et al., 2008, str. 12-17):

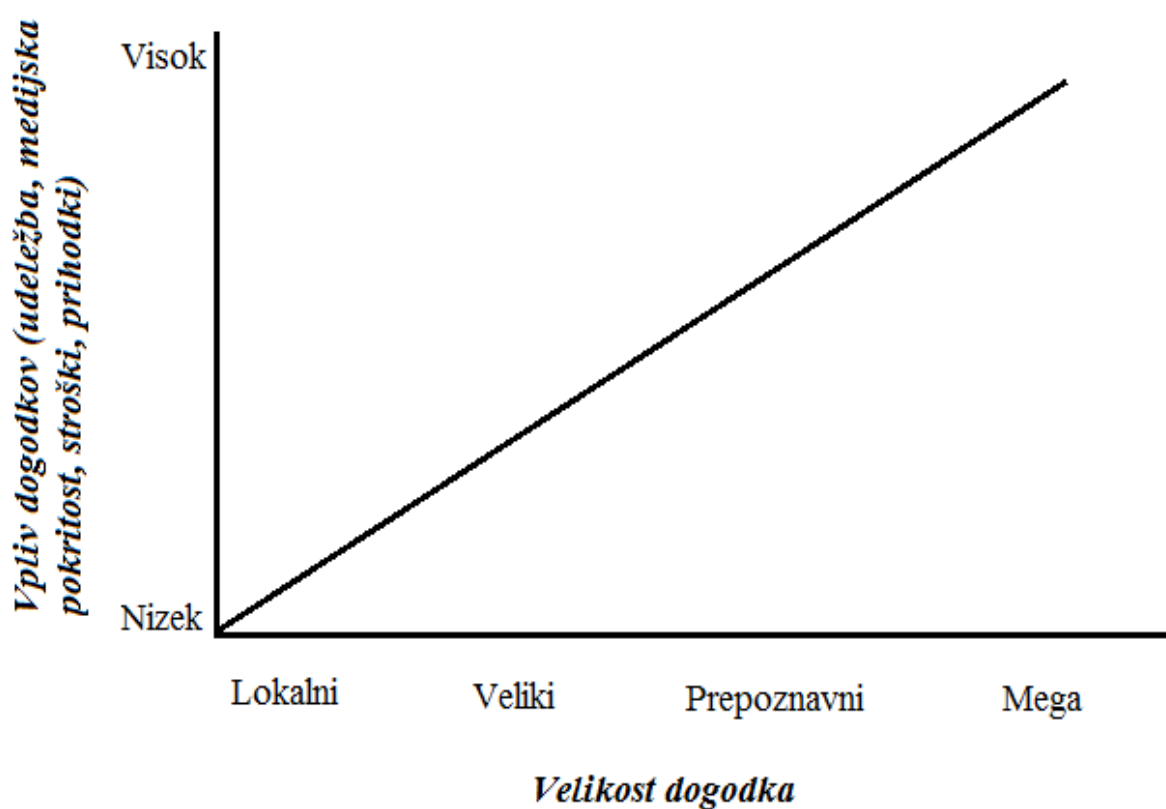
- festivale,
- športne dogodke,
- poslovne dogodke.

2.2 Dogodki glede na velikost

2.2.1 Uvodna pojasnila

Delitev dogodkov glede na velikost se osredotoča predvsem na štiri tipe dogodkov, med katerimi niso točno določene meje – mega dogodki, prepoznavni, veliki in lokalni dogodki (Getz, 2012, str. 41-69; Allen et al., 2008, str. 12-17). Na Sliki 2 je mogoče videti, kako se z velikostjo dogodka povečujejo tudi njihovi vplivi.

Slika 2: Dogodki glede na velikost



Vir: J. Allen et al., Festival & Special Event Management, 2008, str. 12.

2.2.2 Mega dogodki

Veliko pozornosti je namenjene prav mega dogodkom, saj imajo posebno privlačnost zaradi svoje razsežnosti. Definirani so z vidika števila obiskovalcev, trajanja in stopnje prisotnosti turističnega sektorja.

Mega se najbolj nanaša na velikost in pomembnost dogodka (Getz, 2012, str. 16; Kim, Gursoy, & Lee, 2006, str. 86). Presegli naj bi milijon obiskovalcev, stroški kapitala naj bi

znašali več kot 500 milijonov dolarjev, privabili naj bi svetovno javnost, pridobili pozornost svetovnih medijev, vzbujali občutek prestiža in ekonomsko vplivali na gospodarstvo gostujoče destinacije.

Vključujejo svetovne, vsem dobro znane dogodke, kot so zagotovo Olimpijske igre in FIFA svetovno prvenstvo v nogometu (Allen et al., 2008, str. 13; Malfas, Theodoraki, & Houlihan, 2004, str. 210; Lorde, Greenidge, & Devonisg, 2011, str. 350).

Čeprav so prvotno organizirani s pobudo športa ali kulture, jih turistični sektor smatra kot eno izmed odličnih priložnosti za povečanje turizma in njihovega pomena v destinaciji. Postali so pomemben del oblikovanja strategij za povečanje trženja mest oz. držav kot turističnih destinacij (Lamberti, Noci, Guo, & Zhu, 2011, str. 1477; Jago, Dwyer, Lipman, Van Lill, & Vorster, 2010, str. 222).

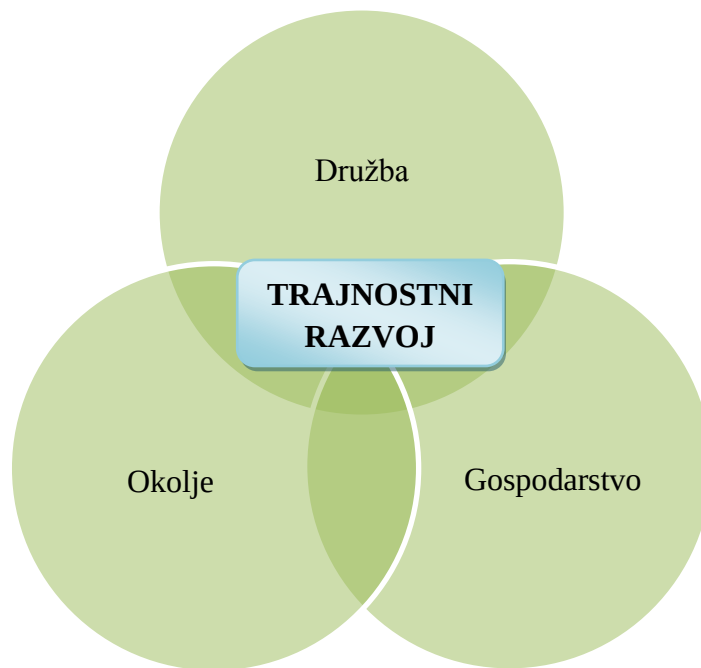
2.2.3 Prepoznavni dogodki

Prepoznavni dogodki so vključeni v mnoge razprave predvsem v smislu obsega, periodičnosti in vplivov na gostujočo destinacijo. Znani so po svoji kakovosti in avtentičnosti.

Najbolj splošno je sprejeta definicija, ki navaja, da so prepoznavni dogodki enkratni ali ponavljajoči veliki dogodki omejenega trajanja in so izvedeni zaradi povečanja ozaveščenosti, privlačnosti in donosnosti turistične destinacije na kratek in dolgi rok. Takšni dogodki postanejo tesno povezani z lokalno skupnostjo oziroma njihovo kulturo ter tvorijo pomemben del imidža destinacije (Ritchie, 1984, str. 2-11). Imajo velik pomen v smislu tradicije, privlačnosti, kakovosti in medijske pozornosti.

Prepoznavni dogodki morajo privabljati turiste, generirati pozitivne vplive, sodelovati z blagovno znamko destinacije ter prinašati konkurenčno prednost. Lokalna skupnost jih mora sprejeti kot del destinacije, saj s časoma postanejo tradicija. Med prepoznavne dogodke sodijo karneval v Rio de Janeiru, Oktoberfest v Münchnu in kolesarska dirka Tour de France (Allen et al., 2008, str. 13-14). Organizirani morajo biti s strani profesionalcev, saj gre za velike dogodke, ki vplivajo na lokalno skupnost, ter morajo biti zato načrtovani dolgoročno, saj zahtevajo trajnosti pristop »trojne spodnje meje« in morajo zadovoljevati potrebe gospodarstva, okolja in družbe (Getz, 2012, str. 43-44).

Slika 3: Trajnostni koncept "trojne spodnje meje"



Vir: T. Tyrrell, C. Morris Paris & V. Biaett Jr., A Quantified Triple Bottom Line for Tourism: Experimental Results, 2012, str. 4-6.

2.2.4 Veliki dogodki

Veliki dogodki pritegnejo s svojo razsežnostjo in zanimanjem večje število obiskovalcev, generirajo ekonomske koristi ter medijsko pokritost. Primera velikih dogodkov sta teniški turnir Avstralija open in Formula ena Grand Prix v Avstraliji (O`Toole et al., 2008, str. 14).

2.2.5 Lokalni dogodki

So organizirani s strani lokalnih prebivalcev in so namenjeni predvsem le-tem. Ti dogodki so pogosto prirejeni za povečanje ekonomskih koristi lokalne skupnosti ter za povečanje pripadnosti in kulturnega razvoja. Takšne dogodke lahko srečamo skoraj v vsakem manjšem mestu. Ta vrsta dogodkov lokalne ljudi izpostavi novim idejam, izkušnjam in vabi k sodelovanju v športnih, kulturnih aktivnostih ter spodbuja raznolikost in toleranco. Zaradi teh razlogov lokalne oblasti pogosto podpirajo in spodbujajo organizacijo takšnih dogodkov, saj so del njihovih kulturnih in družbenih razvojnih strategij (O`Toole et al., 2008, str. 14-15).

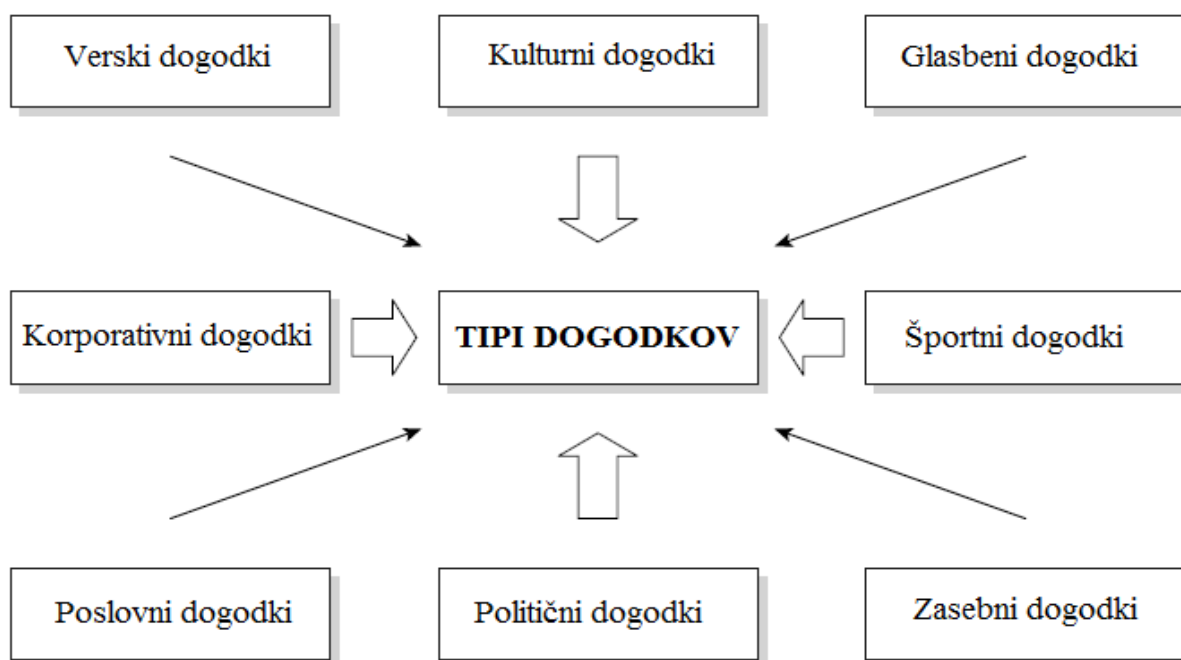
2.3 Dogodki glede na vsebino

2.3.1 Uvodna pojasnila

Delitev glede na vsebino se širše osredotoča na festivale, športne dogodke in poslovne dogodke (Getz, 2012, str. 41-69; Allen et al., 2008, str. 12-17).

Na Sliki 4 je razvidna ožja, bolj podrobna delitev dogodkov po vsebini. Vsebinsko in oblikovno lahko dogodke namreč delimo tudi ožje, saj oblika izhaja predvsem iz kombinacije več elementov programa in sloga, ki dela dogodke unikatne in različne (Getz, 2012, str. 40-41; Ray et al., 2009, str. 3).

Slika 4: Tipi dogodkov glede na vsebino



Vir: R. Raj et al., *Events Management: An Integrated and Practical Approach*, 2009, str. 3.

2.3.2 Festivali

Festivali so lahko definirani kot združenje skupnosti ali dogodek, ki je osredotočen na določeno temo in organiziran letno ali manj pogosteje za točno določen čas. Bistveno prispevajo k družbenemu in kulturnemu življenju, ustvarjajo poslovne dejavnosti in prihodek za lokalno skupnost – gostitelja. So po definiciji tematska, javna praznovanja in pomemben odraz človeške aktivnosti (Getz, 2012, str. 51). Festivali so tesno povezani s

turizmom in generiranjem poslovnih aktivnosti in prihodkov v gostujočih turističnih destinacijah. Zelo pogosti so festivali umetnosti, najbolj priljubljeni pa so glasbeni festivali. V zadnjem času pridobivajo na pomenu tudi festivali hrane in pijače. Postali so pomembna komponenta kulturnega dogajanja in predstavljajo čedalje bolj pomemben del industrije dogodkov. V večini so zelo dobro sprejeti s strani lokalne skupnosti, saj prinašajo zabavo, razvedrilo, pripomorejo k občutku pripadnosti ter imajo veliko vlogo v ekonomiji gostujoče turistične destinacije (Allen et al., 2008, str. 15-16; Raj et al., 2009, str. 3).

2.3.3 Športni dogodki

Merjenje športne vzdržljivosti in pripravljenosti skozi športne dogodke oziroma tekmovanja ima bogato tradicijo, saj sega že v čas antične Grčije. Športni dogodki imajo sposobnost privabljanja turistov, velike medijske pokritosti, združevanja milijonov ljudi po vsem svetu in generiranja ekonomskih vplivov, zato so postali pomemben del gospodarskih ter destinacijskih strategij razvoja, saj ne prinašajo koristi le državam gostiteljicam, temveč tudi udeležencem in obiskovalcem (Allen et al., 2008, str. 16; Internacional Olympic Committee, 2005, str. 6). Destinacije torej organizirajo športne dogodke predvsem zaradi zabave, popestitve vsakdanjega življenja, povečanja ponosa lokalne skupnosti in stimulacije potrošnje prebivalcev in obiskovalcev – turistov (Daniels, 2007, str. 332-333).

Po definiciji so športni dogodki dejansko tekmovanja ali srečanja, ki se pojavijo v različnih športnih aktivnostih. Poznamo več vrst športnih dogodkov in ena od klasifikacij je prikazana v Tabeli 2 (Getz, 2012, str. 64-65).

Slika 5: Klasifikacija športnih dogodkov

• Profesionalni	• Amaterski
• Notranji	• Zunanji
• Redni, ponavljajoči	• Enkratni
• Lokalni, regionalni	• Nacionalni, internacionalni
• Samo za udeležence	• Za udeležence in obiskovalce
• En šport	• Več športov

Vir: D. Getz, Event studies, 2012, str. 64-65.

Športni dogodki so tako ena izmed večjih kategorij dogodkov, saj se ta vrsta nenehno pojavlja v različnih oblikah (Getz, 2012, str. 65). V 21. stoletju so zabeleženi kot eni izmed najhitreje rastočih nišnih trgov turistične industrije. Dokazano je namreč, da ima

organizacija športnih dogodkov veliko vlogo in zaznane ekonomske, družbene in okoljske vplive (Getz, 2008, str. 412). Športni dogodki pritegnejo obiskovalce iz različnih krajev in držav ter postajajo osnova za nadaljnji razvoj in trženje turističnih destinacij. Primeri športnih dogodkov, ki so znani po celotnem svetu, so: Olimpijske igre, FIFA svetovno prvenstvo v nogometu, FIBA svetovno prvenstvo v košarki in navsezadnje tudi EuroBasket 2013 (Caiazza & Minis, 2012, str. 849). Obsegajo vse od največjih mednarodnih dogodkov do tekmovanj lokalnih lig in športnih tekmovanj za otroke. Glavni namen športnih dogodkov je tekmovanje, izziv, konkurenca in seveda druženje (Ray et al., 2009, str. 14).

Prav tako so v tesni povezanosti s športnim turizmom in se nanašajo na namen obiska športnega srečanja ali tekmovanja. Čeprav so športni dogodki pogosto povezani z mega dogodki, pa pod njih uvrščamo tudi najmanjše dogodke, ki so povezani s športno dejavnostjo (Weed, 2008, str. 19).

Čedalje bolj se povečuje tudi težnja po trajnostni organizaciji športnih dogodkov, ki ima v mislih ekonomski, družbeni in okoljski razvoj. Trajnostni športni dogodki naj bi zadovoljevali potrebe sedanjih generacij – deležnikov dogodka, ne da bi ogrožali prihodnje generacije (Karba, Breclj, & Kern, 2013, str. 7).

2.3.4 Poslovni dogodki

Poslovni ali MICE dogodki (angl: *Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*) predstavljajo kongrese, motivacijska srečanja, konvencije in razstave oziroma promocije. Gre torej za dogodke, organizirane zaradi poslovnih ambicij podjetij, saj prinašajo izpostavljenost, obiskovalce in gospodarske koristi za gostujoča podjetja in mesta. Eden izmed glavnih ciljev te vrste dogodkov je torej trženje, pospeševanje trgovanja in posledično dobička. Organizirani so za druženje podjetij, političnih strank ali religij za navezovanje stikov in spoznavanje novih ljudi. Vključujejo lahko izobraževalno komponento, oblikovanje politik ali izgradnjo morale. Podjetja organizirajo ali sponzorirajo takšne tipe dogodkov zaradi notranjih (npr. izobraževanje) in zunanjih ciljev (npr. predstavitve novih produktov oziroma storitev) (Allen et al., 2008, str. 16-17; Getz, 2012, str. 60-61).

Ne smemo pa spregledati dejstva, da je mnogo teh dogodkov povezanih s hoteli, kongresnimi centri in cateringi ter imajo pomembno vlogo v sami turistični industriji (Allen et al., 2008, str. 16-17; Getz, 2012, str. 60-61). Vključujejo določeno industrijo ali celotni sektor in so ključni za udeležitev predstavnikov vseh podjetij sektorja ali industrije. Vključujejo letne konference, poslovna druženja zbornic (Ray et al., 2009, str. 16).

2.3.5 Verski dogodki

Pritegnejo veliko število ljudi predvsem zaradi verskih razlogov oz. pripadnosti določeni veri. Največji in najbolj znan primer verskega dogodka je Hadž oziroma romanje v Meko – središče muslimanske vere, kamor se vsako leto odpravi okoli 3,4 milijona vernikov, saj mora vsak pravi musliman vsaj enkrat obiskati ta sveti kraj. Drugi večji primer pa je obisk papeža večjih mest po svetu (Ray et al., 2009, str. 13).

2.3.6 Kulturni dogodki

Nekateri kulturni dogodki lahko imajo verski pridih, drugi pa so organizirani iz komercialnih razlogov. V obeh primerih pa je glavni razlog proslava kulture gostujoče turistične destinacije. Po eni strani kulturne prireditve poskrbijo za vključevanje manjših skupnosti, družin in prijateljev v večjo skupnost. Na drugi strani pa dovoljujejo vključitev tudi obiskovalcem iz sosednjih skupnosti in turistom. Primer kulturne prireditve je dan svetega Patrika v Dublinu (Ray et al., 2009, str. 14).

2.3.7 Glasbeni dogodki

Glasbeni dogodki imajo pogosto komercialni namen, hkrati pa poudarjajo tudi kulturo in modo. Lahko so organizirani zgolj za namen praznovanja oziroma proslave ali pa tudi v dobrodelne namene. Glasbeni koncerti vzbujajo zlasti občutek pripadnosti med udeleženci. Primer glasbenih dogodkov je festival EXIT v Novem Sadu, Ultra festival v Splitu in Balaton Sound na Madžarskem (Ray et al., 2009, str. 14).

2.3.8 Zasebni dogodki

Pri zasebnih dogodkih gre za praznovanja ob posebnih priložnostih v krogu družine in prijateljev ter jih lahko razumemo kot neko najmanjšo obliko kulturnih dogodkov. Primeri zasebnih dogodkov so rojstni dnevi, poroke in obletnice (Ray et al., 2009, str. 15).

2.3.9 Politični dogodki

Ti dogodki so lahko med drugim komercialne narave in ponavadi je njihova organizacija med dražjimi, glede na velikost. Poudarek takšnih dogodkov pa ni na ekonomskih vplivih, temveč političnih. Primer političnega dogodka je praznovanje dneva samostojnosti in neodvisnosti (Ray et al., 2009, str. 15-16).

2.3.10 Korporativni dogodki

Dogodki te vrste vključujejo le eno samo organizacijo oziroma podjetje. Njihov namen je seznaniti vse deležnike korporacije o njihovih ciljih, viziji, poslanstvu, hkrati pa so spodbudne narave (Ray et al., 2009, str. 16).

3 VPLIVI DOGODKOV NA LOKALNO OKOLJE

3.1. Tipi vplivov na lokalno okolje

Dogodki imajo tako pozitivne kot negativne vplive na gospodarstvo, okolje in družbo in so lahko kratkoročni ali dolgoročni. Poznamo torej ekonomske, družbene in okoljske vplive dogodkov, katerih velikost je odvisna od same razsežnosti organiziranega dogodka (Moreira, 2009, str. 30; Jago et al., 2010, str. 223).

Za resnično dolgoročno uspešnost dogodka je izrednega pomena, da deležniki prevzamejo holistični, trajnostni pristop ocenjevanja ekonomskih, okoljskih in družbenih vplivov (Jago & Dwyer, 2006, str. 2). Vedno je treba preučiti tako pozitivne kot negativne vplive dogodka, vendar zaradi konkurence in želje po zaslužku organizatorji in politika pogosto ignorirajo negativne vplive ter poudarjajo le prisotnost pozitivnih. Pozitivni vplivi organizacije dogodkov so namreč ključni in najbolj pomemben razlog mest, regij ali držav za organizacijo dogodka (Gursoy & Kendall, 2006, str. 608; Malfas et al., 2004, str. 212).

3.2 Ekonomski vplivi

Raziskave so pokazale, da so lokalne skupnosti velikokrat pripravljene organizirati dogodke predvsem zaradi pozitivnih ekonomskih vplivov, ki jih lahko povzročijo. Povezani so z izmenjavo dobrin in storitev, gibanjem cen in vrednosti, ki jih lahko povežemo z dogodkom. Ekonomski vpliv je možno opredeliti kot neko ekonomsko spremembo v lokalni skupnosti, ki je posledica organizacije dogodka (Moreira, 2009, str. 30-31; Malfas et al., 2004, str. 213-215).

Ekonomski prispevek dogodka se razume v smislu možnosti povečanja ozaveščenosti o turistični destinaciji, povečanja naložb tujih investitorjev ter večje medijske pozornosti, ki je ključnega pomena za večjo prepoznavnost. Vse to posledično ustvari nova delovna mesta ter prispeva h gospodarski rasti destinacije. Nova delovna mesta niso le neposredno povezana z organizacijo dogodka temveč tudi posredno preko drugih industrij (Malfas et al., 2004, str. 213-215). Pozitivni ekonomski vplivi dogodkov se med drugim kažejo zlasti skozi povečanje števila turistov, ki obiščejo destinacijo, poveča se njihov povprečen čas bivanja in s tem tudi potrošnja v destinaciji ali regiji zaradi potrošnje namestitev, prehrane,

prevozov, zabave, proizvodov in storitev – gre torej za multiplikativen učinek. Povečajo pa se tudi poslovne priložnosti in ustvarjajo nova delovna mesta (Getz, 2012, str. 308-328).

Vsi zgoraj naštet argumenti poudarjajo veliko vlogo pozitivnih ekonomskih vplivov, vendar po drugi strani se lahko pojavi tudi vrsta negativnih vplivov, ki jih povzročijo dogodki. Primeri negativnih ekonomskih vplivov so začasna izselitev lokalnega prebivalstva in s tem oportunitetni stroški, ki se pojavijo zaradi zmanjšanja potrošnje prebivalcev ter povečanje življenjskih stroškov prebivalcev v primeru dviga cen dobrin in storitev zaradi povečanega obiska turistov (Getz, 2012, str. 308-328; Allen et al., 2008, str. 63-73).

Tabela 2: Prikaz pozitivnih in negativnih ekonomskih vplivov dogodkov

EKONOMSKI VPLIVI	
Pozitivni	Negativni
• povečanje turističnih prihodov, • podaljšan povprečen čas bivanja obiskovalcev, • povečanje prihodkov, • nove in dodatne poslovne priložnosti, • ustvarjanje novih delovnih mest, • novi investitorji, • gospodarska rast.	• Inflacija, • slabo upravljanje odgovornih institucij z javnimi sredstvi, • povečanje davkov, • oportunitetni stroški, • prekinitev normalnega poslovanja podjetij, • začasna izselitev lokalnega prebivalstva.

Vir: D. Getz, Event studies, 2012, str. 308-328; J. Allen et al., Festival & Special Event Management, 2008, str. 63-7; M. Malfas et al., Impacts of the Olympic Games as mega-events, 2004, str. 212-214; H. J. Kim, et al., The impact of 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games, 2006, str. 88-89.

3.3 Okoljski vplivi

Kakovost okolja je ključ do zadovoljstva turistov oziroma njihovih želja in potreb. Turizem sam po sebi ne mora obstajati brez zdravega, prijetnega, naravnega okolja, ki ima dobro ohranjeno naravno bogastvo in vzdržuje harmonijo v povezavi z lokalnimi prebivalci. Prav zaradi teh razlogov je ključnega pomena, da smo dobro seznanjeni s pozitivnimi in negativnimi vplivi dogodkov na okolje (Yuan, 2013, str. 176-178). Okoljski vplivi so povezani s spremembami v okolju, onesnaževanjem in zaščito naravnega okolja. So eni izmed vplivov, ki jih je najtežje napovedati, čeprav jih v fazi načrtovanja dogodka pogosto upoštevamo (Moreira, 2009, str. 30-31).

Ko analiziramo razmerje med dogodki in okoljem, se lahko osredotočimo na tri skupine okoljskih vplivov (Lorant, 2009, str. 102):

- vplivi na naravno okolje – kakovost ozračja, geološki faktorji, izčrpavanje naravnih virov, flora in favna.
- vplivi na izgrajeno okolje – stavbe, vizualni vplivi, infrastruktura in superstruktura.
- vplivi na ekosistem.

Pozitivni okoljski vplivi organizacije dogodkov povečujejo okoljsko ozaveščenost prebivalcev in turistov. Ustvarjajo lahko priložnosti za izgradnjo ali prenovo infrastrukture in superstrukture, splošne podobe oziroma urbanizacije destinacije. Potrebna je izgradnja novih športnih centrov ali kulturnih centrov, obenem pa veliko število novih obiskovalcev zahteva izgradnjo novih cest, nastanitvenih kapacitet ter vzpostavitev dodatnega organiziranega lokalnega in medkrajevnega prevoza. Vse to je lahko na račun organizacije dogodka zgrajeno v hitrejšem času kot v primeru, če se dogodka ne bi gostilo, saj je to v interesu organizatorja in oblasti (Malfas et al., 2004, str. 212-215).

Negativni okoljski vplivi se pojavijo, ko je stopnja obiskovalcev večja, kot jo lahko okolje prenese (Lorant, 2009, str. 103). Negativni vplivi dogodkov na okolje se odražajo v povečani onesnaženosti okolja, kjer so organizirani dogodki, povečanih izpustih ogljikovega dioksida, degradaciji okolja, povečanih stopnjah hrupa ter zastojev zaradi nenadnega naraščanja ljudi v destinaciji (Getz, 2012, str. 308-328; Allen et al., 2008, str. 63-73).

Tabela 3: Prikaz pozitivnih in negativnih okoljskih vplivov dogodkov

OKOLJSKI VPLIVI	
Pozitivni	Negativni
• nova in prenovljena infrastruktura, • nova in prenovljena superstruktura, • povečanje okoljske ozaveščenosti, • kontrola onesnaževanja, • zasajevanja novih zelenih površin, • širjenje trajnostnih konceptov poslovanja.	• Onesnaževanje, • povečanje hrupa, • uničevanje naravne dediščine, • povečanje izpustov ogljikovega dioksida, • degradacija, erozija, izsekavanje gozdov, • prekomerna uporaba virov.

Vir: D. Getz, Event studies, 2012, str. 308-328; J. Allen et al., Festival & Special Event Management, 2008, str. 63-73; M. Malfas et al., Impacts of the Olympic Games as mega-events, 2004, str. 214-21; H. J. Kim et al., The impact of 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games, 2006, str. 88-89.

3.4 Družbeni vplivi

Družbeni vplivi so povezani z izpostavljenostjo lokalne skupnosti posledicam organizacije dogodkov in s spremembami v družbi. Mnoge raziskave pa potrjujejo, da imajo prav ti

vplivi največjo težo v dojemanju pozitivnih ali negativnih vplivov dogodka, saj jih lokalni prebivalci najbolj neposredno občutijo (Prayag et al., 2013, str. 631).

Končna uspešnost dogodkov je v veliki meri odvisna od razumevanja in sodelovanja vseh deležnikov. Pomembno je, da lokalne oblasti in organizatorji cenijo stopnjo podpore lokalnih prebivalcev. Osredotočenost na družbene vplive je tako izrednega pomena, saj lahko ima nezadovoljstvo med lokalnimi prebivalci trajen vpliv na organizacijo dogodkov v določeni destinaciji. Prebivalci imajo namreč pomembno vlogo pri organizaciji, saj pogosto zavzemajo vloge gostiteljev in obiskovalcev – še posebej pri organizaciji manjših dogodkov. Lokalna skupnost priskrbi mnogo potrebnih objektov ter javnih krajev, kjer je dogodek prirejen, poleg tega pa mnogi prebivalci delajo kot prostovoljci (Gursoy & Kendall, 2006, str. 606; Schlenker, Foley, & Getz, 2010, str. 6).

Vsi dogodki imajo torej neposreden družbeni vpliv na delovanje lokalne skupnosti. Pozitivni vplivi dogodkov pa so prav tako pomembni kot ekonomski (Kim et al., 2006, str. 88). Zagotavljajo pomembne aktivnosti preživljanja prostega časa za turiste kot za lokalno prebivalstvo in lahko izboljšajo podobo destinacije oz. lokalne skupnosti. Precej dogodkov se osredotoča prav na prebivalce in se odvijajo predvsem za njihovo razvedrilo. Športni in kulturni dogodki lahko povečajo lokalni interes in udeleževanje v teh dveh vrstah aktivnosti ter krepijo tradicijo, vrednote, ponos in lokalni duh pripadnosti. Vse to lahko posledično pripomore oziroma izboljša kakovost življenja posameznikov in družbe kot celote. Povečana športna aktivnost ali kulturno udejstvovanje namreč zagotavlja dobro počutje skozi zabavo in uživanje, kar vodi do samouresničevanja in možnosti interakcije s tistimi, ki se počutijo družbeno izključeni (Malfas et al., 2004, str. 214).

Dogodki prav tako seznanjajo ljudi z novimi idejami, izkušnjami in lahko spodbujajo k športni ali kulturni dejavnosti, saj lahko prebivalci uporabljajo zgrajeno infrastrukturo še dolga leta po zaključku dogodka. Povečujejo strpnost do drugih kultur, saj se s pomočjo dogodkov lokalno prebivalstvo spoznava s tujimi kulturami in izboljšujejo odnose v družbi, kar prispeva k medsebojnemu razumevanju (Jago et al., 2010, str. 223-224; Allen et al., 2008, str. 63-73). Organizacija dogodkov prav tako pripomore k osebnemu izpopolnjevanju, saj prebivalci, ki sodelujejo pri izvedbi, pridobijo organizacijske sposobnosti in kompetence ter s tem izboljšajo svoja znanja (Zagnoli & Radicchi, 2009, str. 49; De Grosbois, 2009, str. 41-42).

Na negativni strani organizacije dogodkov se lahko pojavljajo prometni zastoji, povečana uporaba drog, kriminal, prostitucija, vandalizem in buren način življenja zaradi drastično povečanega števila obiskovalcev. Prihaja do konfliktov med lokalnimi prebivalci in turisti zaradi različnega življenjskega standarda ter komercializacije kulture in uničenja tradicije. Prihaja lahko tudi do zmanjšane vlaganja v lokalne športne in kulturne prireditve in društva, saj se oblasti osredotočijo na financiranje večjih in bolj uglednih dogodkov (Jago et al., 2010, str. 223-224; Kim et al., 2006, str. 88).

Tabela 4: Prikaz pozitivnih in negativnih družbenih vplivov dogodkov

DRUŽBENI VPLIVI	
Pozitivni	Negativni
• večja prepoznavnost destinacije in mednarodno priznanje, • oživitev tradicije, • povečanje ponosa lokalne skupnosti, • krepitev narodne zavesti, lokalnih vrednot in kulture, • povečanje pripadnosti lokalnih prebivalcev, • nova, skupna izkušnja lokalnih prebivalcev, • večja povezanost lokalne skupnosti, • spoznavanje novih kultur in širitev kulturnih vidikov, • povečanje in spodbujanje zanimanja za športne ter kulturne dejavnosti.	• povečanje socialnih problemov, • prisilna izselitev prebivalcev, • povečanje socialnih razlik med prebivalci, • povečanje kriminala, vandalizma in prostitucije, • prometni zastoji, • uničenje kulturne dediščine lokalne skupnosti, • komercializacija kulture, • konflikti med lokalnim prebivalstvom in obiskovalci, • buren način življenja, • zmanjšanje vlaganja javnih sredstev v lokalna športna in kulturna društva.

Vir: D. Getz, Event studies, 2012, str. 308-328; J. Allen et al., Festival & Special Event Management, 2008, str. 63-73; M. Malfas et al., Impacts of the Olympic Games as mega-events, 2004, str. 214-215; H. J. Kim et al., The impact of 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games, 2006, str. 88-89.

4 DRUŽBENI VPLIVI EUROBASKETA 2013 V LJUBLJANI

4.1 EuroBasket 2013 v Ljubljani

Odločila sem se za oceno družbenih vplivov organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani, ker je to največji organiziran dogodek od osamosvojitve Slovenije in verjetno še dolgo ne bo dogodka, ki bi se lahko kosal z razsežnostjo samega EuroBasketa 2013. Drugi razlog za analizo tega dogodka pa je, da je bil eden izmed najbolj obiskanih v Sloveniji in zagotovo najboljše poznanih v Evropi. Trajal je skoraj štiri tedne in v tem času so lahko lokalni prebivalci dobro zaznali vse družbene vplive, ki so vplivali na njihova življenja. Zadnji in glavni razlog za osredotočenje na prav ta dogodek pa je, da ni narejene še nobene raziskave, ki bi preučila družbene vplive EuroBasketa 2013.

Organizacija športnega dogodka takšne razsežnosti postavi gostujoče mesto v središče pozornosti globalnih medijev in trga. Zagotavlja promocijo oziroma trženje vseh kulturnih in naravnih znamenitosti ter aktivnosti, ki jih ima destinacija v svoji ponudbi, in neznana turistična destinacija je lahko postavljena v ospredje ter si zagotovi uveljavitev v mednarodnem okolju (Caiazza & Minis, 2012, str. 850).

Evropsko košarkarsko prvenstvo, ki ga bolj poznamo pod imenom EuroBasket 2013, je bilo izvedeno od 4. do 22. septembra 2013 na petih lokacijah v Sloveniji in je zagotovo največji športni dogodek, ki ga je Slovenija gostila v času od svoje samostojnosti. Glavni organizator je bilo posebej za to prvenstvo ustanovljeno podjetje EP 2013, ki je vključevalo profesionalce na vseh področjih, ki so se zavzemali za organizacijo takšne vrste športnega dogodka, skupaj z Košarkarsko zvezo Slovenije in Mednarodno košarkarsko federacijo (angl. *Federation Internationale Basketball – FIBA*) (Brozovič, 2014, str. 4; EP 2013, 2013, str. 1-2).

Slika 6: Uradni logotip EuroBasketa 2013



Vir: Organizacijski odbor EuroBasketa 2013, EuroBasket 2013, 2013, str. 1.

Glavni cilji EuroBasketa 2013, ki si jih je postavil organizator, so bili (Smrdel, 2014; EuroBasket 2013 velikanski uspeh, 2013):

- povečanje zanimanja za šport oziroma košarko zlasti pri mlajših prebivalcih (ciljna skupina otrok 3-16 let), povečanje vpisa v košarkarske šole in posledično doseči širše družbene vplive,
- prenova športnih objektov za potrebe dogodka in hkrati omogočiti izboljšanje športne infrastrukture v državi,
- povečanje prihodkov v državno blagajno in izvesti prvenstvo z dobičkom,
- velik promocijski učinek in povečanje zanimanja tujcev za Slovenijo kot turistično in športno destinacijo.

Vseh 90 tekem, na katerih je sodelovalo 24 ekip, se je odigralo na petih različnih lokacijah po Sloveniji. Prva polovica tekem se je odvijala v manjših dvoranah v Ljubljani (dvorana Tivoli), Celju (dvorana Zlatorog), Kopru (dvorana Bonifika) in na Jesenicah (dvorana Podmežakla).

Druga polovica tekem, torej tekme za višja mesta, ki so imele več obiskovalcev, pa so se odvijale v ljubljanski dvorani Stožice, katere kapaciteta je 12.500 ljudi. V Tabeli 6 je podan opis dvoran EuroBasketa 2013 (EuroBasket 2013, 2014).

Slika 7: Dvorane, ki so gostile EuroBasket 2013 in njihove kapacitete

	Ljubljana • Dvorana Stožice • Kapaciteta: 12.500
	Ljubljana • Dvorana Tivoli • Kapaciteta: 5.600
	Celje • Dvorana Zlatorog • Kapaciteta: 5.200
	Jesenice • Dvorana Podmežakla • Kapaciteta: 5.500
	Koper • Dvorana Bonifika • Kapaciteta: 5.000

Vir: Organizacijski odbor EuroBasketa 2013, EuroBasket 2013, 2013, str. 52-77.

Za potrebe EuroBasketa 2013 se torej ni zgradilo nobene nove športne dvorane. Sta pa bili dve dvorani deležni korenite prenove – jeseniška Podmežakla in koprška Bonifika. V primeru celjske dvorane Zlatorog in ljubljanskega Tivolija pa so bile potrebne le manjše posodobitve opreme in varnostnih standardov, medtem ko je ljubljanska dvorana Stožice popolnoma zadovoljevala vse visoke standarde FIBE. Iz Tabele 8 je razvidna višina investicij v dvorane s strani državnih oziroma občinskih sredstev ter evropskih sredstev (Ivašković, 2014, str. 36-37).

Tabela 5: Višina investicij v obnove dvoran za EuroBasket 2013

Dvorana	Skupaj	Evropska sredstva	Lastna sredstva
Ljubljana - Stožice	/	/	/
Ljubljana - Tivoli	100.000	/	100.000
Celje - Zlatorog	500.000	/	500.000
Koper - Bonifika	2.700.000	1.200.000	1.500.000
Jesenice - Podmežakla	6.500.000	3.000.000	3.500.000
Skupaj	9,8 milijona €	4,2 milijona €	5,6 milijona €

Vir: I. Ivašković, Analiza stroškov in koristi projekta EuroBasket 2013 – Zaključno poročilo, 2014, str. 37.

Promocija EuroBasketa se je začela že celo leto pred začetkom dogodka in so si jo lahko mnogi zapomnili kot nekaj posebnega in univerzalnega. Glavno vlogo pri promociji je imela maskota Lipko. Maskoto so izbirali na oblikovalskem natečaju in med štirimi predlogi je bil javno izbran za uradno maskoto EuroBasketa 2013 Lipko, ki izhaja iz imena drevesa lipa. Simbol lipa je namreč prepoznan kot slovenski turistični simbol, ki ima še danes zelo veliko simbolno moč, saj je lipa veljala za drevo, pod katerim se je zbiralo ljudstvo in sprejemalo pomembne odločitve. Ima pa maskota EuroBasketa 2013 tudi pomembno vlogo na področju trajnosti, saj izvira iz sožitja narave in človeka ter je prva t.i. zelena maskota EuroBasketa in poleg vrednot države ter prvenstva v ospredje postavlja tudi pozitiven odnos do narave in okolja (Lipko, 2014).

Slika 8: Uradna maskota EuroBasketa 2013 - Lipko

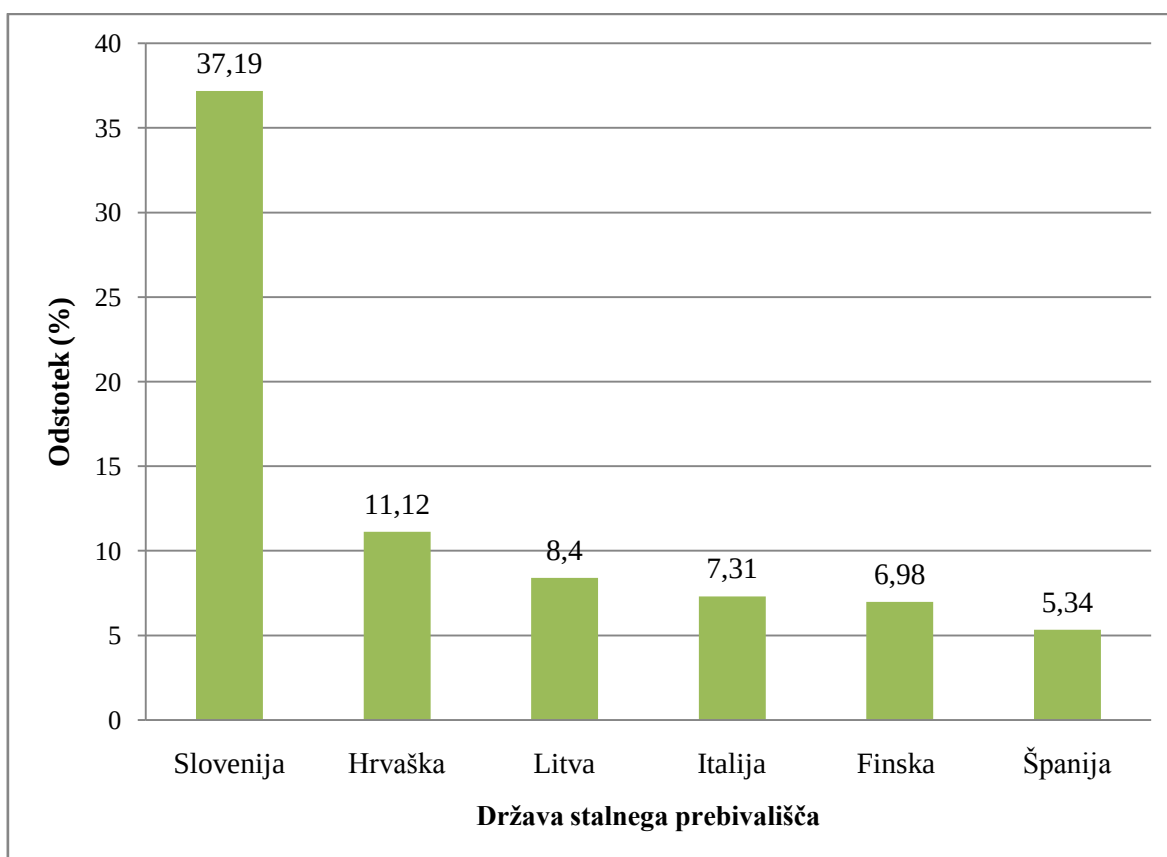


Vir: Organizacijski odbor EuroBasketa 2013, EuroBasket 2013, 2013, str. 45.

Lipko je skupaj s tremi ambasadorji (Ivo Daneu, Rašo Nesterovič in Peter Vilfan) samo v letu 2013 obiskal več kot 500 različnih prireditev po vsej Sloveniji ter se udeležil dogodkov povezanih s košarko v 15 tujih državah, kjer je skrbel za temeljito in izvirno promocijo EuroBasketa 2013. Sam dogodek in njegova maskota pa sta bila prisotna tudi na družbenih omrežjih, kot sta Facebook in Twitter (Lipko, 2014).

Dogodek si je v živo ogledalo več kot 331.000 gledalcev, povprečen obisk tekme je torej znašal 3.700 gledalcev (EuroBasket leto pozneje, 2014). V spodnjem grafu si lahko ogledamo sestavo obiskovalcev glede na državo stalnega prebivališča. Največ obiskovalcev je bilo seveda iz Slovenije – približno 37,19 %, nato sledijo obiskovalci iz sosednje Hrvaške – 11,12 %, Litovci s 8,40 %, Italijani z 7,31 %, Finci s 6,98 % in Španci s 5,34 % (Ivašković, 2014, str. 4-5).

Slika 9: Struktura vzorca obiskovalcev glede na državo stalnega prebivališča



Vir: I. Ivašković, *Analiza stroškov in koristi projekta EuroBasket 2013 – Zaključno poročilo*, 2014, str. 4-5.

V Tabelah 9 in 10 so prikazani odstotki tistih skupin obiskovalcev iz 13 držav, ki presegajo 1 odstotek celotnega vzorca ter preostalih, ki tega odstotka ne dosežajo.

Tabela 6: Struktura vzorca vprašancev glede na državo stalnega prebivališča

Država	% obiskovalcev, ki presegajo 1 %	Država	% obiskovalcev do 1%
Slovenija	37,19 %	Ukrajina	0,98 %
Hrvaška	11,12 %	Avstrija	0,91 %
Litva	8,40 %	Poljska	0,87 %
Italija	7,34 %	Makedonija	0,84 %
Finska	6,98 %	BIH	0,69 %

Se nadaljuje

Tabela 7: Struktura vzorca vprašancev glede na državo stalnega prebivališča (nad.)

Španija	5,34 %	Izrael	0,55 %
Francija	3,71 %	Švedska	0,55 %
Nemčija	3,16 %	Madžarska	0,44 %
Belgija	2,84 %	Rusija	0,44 %
Grčija	1,64 %	ZDA	0,44 %
Srbija	1,31 %	Turčija	0,33 %
Češka	1,20 %	Gruzija	0,22 %
Velika Britanija	1,09 %	Ostalo	2,51 %
SKUPAJ	100 %		

Vir: I. Ivašković, Analiza stroškov in koristi projekta EuroBasket 2013 – Zaključno poročilo, 2014, str. 4-5.

Zabeležili so 1.300 akreditiranih medijev oziroma novinarjev, ki so poročali o dogodku v 40 držav sveta. Prenos samih tekem pa je sprejemalo skupaj 167 držav. Tekme si je torej pred televizijskimi zasloni ogledalo v povprečju okoli 154.000 Slovencev, skupaj v tujini pa več kot 200 milijonov ljudi (Smerdel, 2014; EuroBasket leto pozneje, 2014).

Za uspešnost dogodka je skrbelo skoraj 6.000 ljudi z različnih delovnih področij in strok. Od tega je bilo samo ožjih sodelavcev 150, ki so skrbeli za nemoteno delovanje in kooperacijo pred, med in po dogodku ter so sodelovali s 350 partnerskimi podjetji. Pri sami organizaciji so zelo pomagali tudi prostovoljci, ki so ključnega pomena pri takšnih vrstah dogodkov, in jih je bilo na EuroBasketu 2013 okoli 1.100 iz 21 držav vsega sveta – največ iz Italije, Španije in Litve. Najmlajši prostovoljec je bil star 8 let, najstarejši pa 77. Skupaj so opravili okoli 80.000 ur prostovoljnega dela in zaključili delo z novo, neprecenljivo izkušnjo, doživetjem, novimi poznanstvi ter seznanjeni z navadami lokalnih prebivalcev in s Slovenijo kot deželo (Smerdel, 2014).

Organizatorji so prodali skupno 182.126 vstopnic za tekme tekom prvenstva in z njimi ustvarili 6.143.150 € prihodkov. Končni rezultat organizatorja pa je bil 0,5 milijona dobička in s tem dosežen cilj, ki so si ga postavili pred začetkom organizacije EuroBasketa 2013 (Ivašković, 2014, str. 8-9).

Ugotovljeno je bilo, da so se obiskovalci EuroBasketa 2013 v Sloveniji zadržali povprečno 5,7 dni, kar je za 2,9 dni več od običajnega turista, ki obišče Slovenijo. Tako se je s tem realiziralo 179.552 dni s strani tujih turistov (Ivašković, 2014, str. 19-20). Po drugi strani

pa se je Slovenija dodatno in dobro tržila v svetu kot uveljavljena turistična destinacija, saj je bilo s strani Palme, kot uradne turistične agencije EuroBasketa 2013, poskrbljeno za konstantne izlete obiskovalcev v vse turistične destinacije v Sloveniji. Slovenska turistična organizacija pa je poskrbela za nenehno pojavljanje dveh vrst logotipov, ki so jih lahko obiskovalci povezali s sedaj že uveljavljenim logotipom Slovenije »I feel Slovenia« (EuroBasket 2013, 2014; EuroBasket magazin, 2014).

Slika 10: Dva izmed najbolj pogostih logotipov za promocijo EuroBasketa 2013 in Slovenije



Vir: Organizacijski odbor EuroBasketa 2013, EuroBasket 2013, 2013, str. 1.

4.2 Metodologija in potek raziskave

4.2.1 Uvodna pojasnila

Pri pregledovanju strokovne literature in virov sem ugotovila, da je bilo večino znanstvenih raziskav narejenih na področju ekonomskih ter okoljskih vplivov turizma. Na temo družbenih vplivov pa najtežje najdemo znanstveno podprte raziskave, katerih pomen pa se iz leta v leto povečuje in posledično se družbenim vplivom namenja vse več pozornosti.

Na podlagi teh ugotovitev sem se odločila, da bom analizirala družbene vplive organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani.

4.2.2 Raziskovalni cilji, vprašanja in hipoteze

Namen magistrskega dela je analizirati pozitivne in negativne družbene vplive organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani.

Cilji magistrskega dela so:

- definirati in preučiti tipe dogodkov ter njihove vplive.
- analizirati družbene vplive dogodkov.
- predstaviti primer organizacije dogodka EuroBasket 2013 v Ljubljani ter pripraviti raziskavo o družbenih vplivih le-tega.
- pripraviti priporočila za turistične deležnike o tem, kako izboljšati organizacijo večjih športnih dogodkov s čim manj negativnih družbenih vplivov.

Glavno raziskovalno vprašanje se nanaša na naslov magistrskega dela. Ugotoviti sem želela, kakšne družbene vplive je imela organizacija EuroBasketa 2013 v Ljubljani na prebivalce. Oblikovala sem 4 ožja raziskovalna vprašanja, 6 hipotez in nekaj podhipotez, ki so mi pomagale pri dokazovanju hipotez.

Da bi ugotovila povezanost med dojemanjem pozitivnih in negativnih družbenih vplivov in demografskimi lastnostmi, sem si zastavila sledeče raziskovalno vprašanje, na katerega se nanašajo tudi vse tri naslednje hipoteze.

Raziskovalno vprašanje 1: »Ali se dojemanje pozitivnih in negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani razlikuje glede na demografske značilnosti lokalnih prebivalcev?«

Na podlagi raziskovalnega vprašanja sem postavila naslednje hipoteze:

H₁: Ženske dojemajo negativne vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani bolj izrazito kot moški.

H₂: Starejši prebivalci Ljubljane zaznavajo negativne družbene vplive EuroBasketa 2013 bolj kot mlajši prebivalci.

H₃: Manj izobraženi prebivalci Ljubljane dojemajo negativne vplive EuroBasketa 2013 bolj izrazito kot bolj izobraženi prebivalci Ljubljane.

Z zgornjimi hipotezami sem tako želela preveriti kako spol, starost in izobraženost vplivata na dojemanje pozitivnih in negativnih vplivov organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani.

Mnogi avtorji so mnenja, da na dojemanje pozitivnih in negativnih vplivov turizma in organizacije dogodkov vpliva tudi osebna korist in dejstvo, ali so se posamezniki udeležili dogodka ter celo ali imajo samo željo po udeležitvi. V takšnih primerih ljudje ponavadi bolj pozitivno dojemajo vplive organizacije dogodkov (Vargas-Sanchez, Porras-Bueno, & Plaza-Mejia, 2011, str. 476). Da bi dokazala, da obiskovalci dogodkov bolj pozitivno dojemajo vplive organizacije, kot ne obiskovalci, sem oblikovala naslednje raziskovalno vprašanje.

Raziskovalno vprašanje 2: »Ali se dožemanje pozitivnih družbenih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani razlikuje med obiskovalci in ne obiskovalci dogodka?«

Hipoteza na podlagi zgornjega raziskovalnega vprašanja se glasi:

H₄: Dožemanje pozitivnih družbenih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani se razlikuje med obiskovalci in ne obiskovalci dogodka.

Zapisano je, da na dožemanje pozitivnih in negativnih vplivov turizma močno vpliva oddaljenost prebivališča lokalnih prebivalcev. Tisti, ki živijo v neposredni bližini dogodkov, ponavadi bolj dojemajo negativne vplive, kot tisti, ki so bolj oddaljeni od samega organiziranega dogodka (Deery, Jago, & Fredline, 2012, str. 72). Z namenom, da dokažem zgornje trditve, sem oblikovala naslednje raziskovalno vprašanje in hipotezo.

Raziskovalno vprašanje 3: »Ali se dožemanje negativnih družbenih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani razlikuje glede na prebivalce, ki živijo bližje lokaciji, na kateri je bil organiziran dogodek in ostale prebivalce Ljubljane?«

Hipoteza na podlagi zgornjega raziskovalnega vprašanja se glasi:

H₅: Prebivalci, ki živijo bližje lokaciji, na kateri je bil organiziran dogodek, bolj negativno dojemajo družbene vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani kot ostali prebivalci Ljubljane.

Kot že omenjeno, na dožemanje pozitivnih in negativnih vplivov turizma in organizacije dogodkov vpliva tudi osebna korist v obliki zaposlitve. V takšnih primerih ljudje ponavadi bolj pozitivno dojemajo vplive dogodkov (Vargas-Sanchez et al., 2011, str. 476). Na podlagi tega sem oblikovala naslednje raziskovalno vprašanje in hipotezo.

Raziskovalno vprašanje 4: »Ali se dožemanje pozitivnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani razlikuje med zaposlenimi in nezaposlenimi na dogodku?«

Hipoteza na podlagi zgornjega raziskovalnega vprašanja se glasi:

H₆: Zaposleni na EuroBasketu 2013 v Ljubljani bolj pozitivno dojemajo družbene vplive dogodka kot nezaposleni na dogodku.

4.2.3 Raziskovalni instrument in zbiranje podatkov

Za pridobivanje primarnih podatkov sem oblikovala anketni vprašalnik, za katerega velja, da je najpogostejša metoda zbiranja podatkov v ekonomiji in celotnemu družboslovju. Za oblikovanje vprašanj oziroma končnega vprašalnika sem si pomagala z nekaterimi že oblikovanimi vprašalniki, ki so se nanašali na družbene vplive turizma. Prvi vprašalnik, s

katerim sem si pomagala pri zasnovi svojega spletnega vprašalnika, se je nanašal na obnašanje obiskovalcev dogodka in njihovo mnenje o dogodku (Allen et al., 2008, str. 542). Oprla pa sem se tudi na anketni vprašalnik, ki je v ospredje postavljala družbene vplive dogodkov na lokalno skupnost in temeljil na raziskavi, opravljeni v Avstraliji (Schlenker et al., 2010, str. 25-28).

Odločila sem se za oblikovanje spletnega vprašalnika na straneh 1ka.si (Bregar, Ograjenšek, & Bavdaž, 2005, str. 86-92). 1ka.si je programska oprema za spletno anketiranje oziroma za izdelovanje spletnih vprašalnikov. Spletni vprašalnik z naslovom EuroBasket 2013 je bil aktiven od 3. februarja do 20. marca 2015. Zajemal je 12 vprašanj, predviden oz. okviren čas za izpolnitev vprašalnika je bil 6 minut in 28 sekund. Zbrane podatke sem nato statistično obdelala s programom SPSS (angl. *Statistical Package for Social Science*).

Prednosti spletnega vprašalnika so predvsem v hitrosti prejetih odgovorov, možnosti grafične izpopolnitve ter interaktivnosti. Po drugi strani pa dosežejo le določeno število populacije, saj zahtevajo računalniško pismenost. Prav iz tega razloga sem vprašalnice v tiskani obliki odnesla tudi na organizirane skupine »Izobraževanja za odrasle« in s tem pridobila tudi nekaj mnenj starostne skupine 61 let in več (Bregar et al., 2005, str. 116).

Namen vprašalnika je ugotoviti dožemanje pozitivnih in negativnih družbenih vplivov organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani. Vprašalnik je zajemal 11 vprašanj in je bil sestavljen iz treh sklopov.

Prvi sklop je vseboval osnovna socio-demografska vprašanja o spolu, starosti, stopnji dosežene izobrazbe, zaposlitvi in kraju bivanja. Ta tip vprašanj načeloma sodi v zadnji del vprašalnikov, vendar zaradi pogoja o prebivališču anketirancev¹ so v tem primeru morala biti socio-demografska vprašanja že na začetku vprašalnika.

Drugi sklop vprašanj je anketirance spraševal, ali vedo za dogodek, ki je bil organiziran v njihovem lokalnem okolju, ali so se ga udeležili in ali so bili v okviru dogodka prostovoljci ali mogoče zaposleni.

V zadnjem sklopu vprašanj pa je bilo 20 trditev, ki so zajemale različne pozitivne in negativne vplive organizacije dogodkov na lokalno skupnost. Anketiranci so morali s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice izraziti strinjanje s posamezno trditvijo (od »Sploh se ne strinjam« do »Povsem se strinjam«). Ob zaključku vprašalnika so morali še obkrožiti izjavo, ali zapisati mnenje, ki najbolj odraža njihovo splošno predstavo o organizaciji EuroBasketa 2013 v Ljubljani.

¹Anketa je vsebovala pogoj sodelovanja prebivalcev Ljubljane – v raziskavo so bili torej zajeti le prebivalci občine Ljubljana.

Vsi podatki, pridobljeni s pomočjo spletnega vprašalnika, so služili kot osnova za oceno družbenih vplivov organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani, ki so jih prebivalci zaznali. Celoten anketni vprašalnik se nahaja v Prilogi 1.

Pred javno objavo spletnega vprašalnika sem k testnemu sodelovanju povabila 10 znancev, ki niso imeli večjih težav z razumevanjem in izpolnjevanjem anketnega vprašalnika. Po testiranju in pred objavo sem popravila še nekatere oblikovne malenkosti.

4.2.4 Populacija in vzorec

Statistično populacijo zaznamujejo tisti istovrstni pojavi, ki so izbrani za namen raziskave. Posamezen pojav oziroma element populacije pa predstavlja statistično enoto (Pfajfar & Arh, 2005, str. 9). Ciljno populacijo raziskave v mojem primeru sestavljajo prebivalci Ljubljane. Statistična enota pa je posamezen prebivalec Ljubljane.

Pri spletnih vprašalnikih se soočamo s problemom reprezentativnosti. Ker gre v mojem primeru za neverjetnostni vzorec, ne vem, s kakšno verjetnostjo so bili rekrutirani respondenti, ki so izpolnjevali anketni vprašalnik. Za spletni vprašalnik, ki so ga reševali naključno izbrani anketiranci, pa seveda ne morem uporabiti posploševanja na celotno populacijo. Ker ne poznam verjetnosti za vključitev, ne vem, kakšna je verjetnost, da se motim, zato sem po izbranih spremenljivkah (glej Tabelo 11 in 12) izvedla uteževanje vzorca. Z uteževanjem sem premalo zastopanim kategorijam dodelila večjo utež, preveč zastopanim kategorijam pa manjšo utež.

Tabela 8: Struktura vzorca, populacijski deleži in uteži

Spremenljivka	Kategorija	Populacijski %	Vzorčni %	Utež	% Uteženih kategorij
Spol	moški	47.4	50.6	0.94	47.6
	ženska	52.6	49.4	1.06	52.4
Starost	do 20	19.9	6.1	3.26	15.0
	21-40	29.7	71.0	0.42	42.6
	41-60	27.4	16.4	1.67	27.1
	61 in več	23.0	6.5	3.54	15.3
Izobrazba	SŠ ali manj	69.1	39.9	1.73	58.5
	višja in visoka	30.9	60.1	0.51	41.5
Kraj	Bežigrad	12.1	24.1	0.50	17.5
	Center	9.0	8.7	1.03	8.3
	Črnuče	4.0	4.1	0.98	3.8
	Dravlje	5.5	3.6	1.53	4.5
	Golovec	4.2	3.1	1.38	4.3
	Moste	7.7	7.7	1.00	6.9
	Polje	6.8	6.2	1.10	7.6
	Jarše	4.9	3.1	1.58	3.3

Se nadaljuje

Tabela 9: Struktura vzorca, populacijski deleži in uteži (nad.)

	Posavje	3.4	1.5	2.19	2.3
	Rožnik	5.7	1.5	3.71	3.4
	Rudnik	4.7	3.6	1.32	4.9
	Sostro	2.4	1.0	2.29	1.9
	Šentvid	4.9	4.1	1.20	4.6
	Šiška	12.2	12.3	0.99	12.9
	Šmarna gora	1.7	1.5	1.09	1.9
	Trnovo	5.9	3.6	1.66	4.6
	Vič	4.9	10.3	0.47	7.4

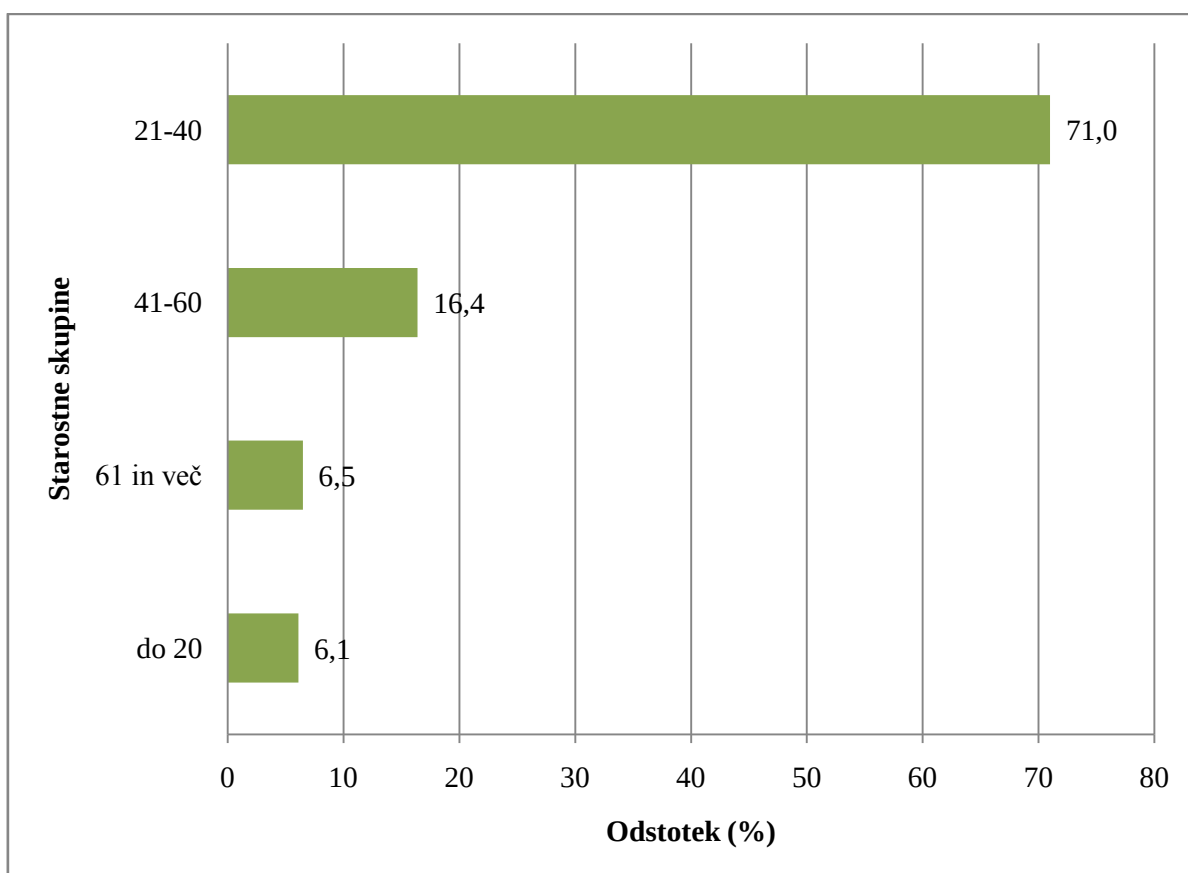
Konec leta 2014 je bilo po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije v občini Ljubljana 258.873 prebivalcev, v vzorec pa je bilo zajetih 265 respondentov, kar predstavlja 0,102 % prebivalcev ljubljanske občine. Od tega je bilo 50,6 % moških in 49,4 % žensk.

Respondente sem pridobila tako, da sem svojim znancem in prijateljem posredovala povezavo do spletnega vprašalnika ter jih prosila, da jo posredujejo naprej. Spletni vprašalnik sem objavila tudi na več različnih forumih. V vzorec sem prav tako poskušala zajeti čim več ljudi, ki so bili v kakršnikoli obliki zaposleni na samem dogodku EuroBasket 2013, saj sem vprašalnik posredovala vsem hostesam, biljeterjem in drugim, za katere sem imela informacijo, da so delali na samem dogodku. Z namenom pridobitve tudi nekaj starejših respondentov sem fizične vprašalnike posredovala na dveh dogodkih »Izobraževanja za odrasle« v tretjem življenjskem obdobju. Dostop do vprašalnika sem torej želela omogočiti čim več prebivalcem Ljubljane z različnimi lastnostmi, saj je bilo v marsikaterih znanstvenih študijah v preteklosti ugotovljeno, da obstaja pozitivna povezava med lokalnimi prebivalci, ki imajo od turizma oziroma organiziranega dogodka ekonomsko ali drugo korist (Jackson, 2008, str. 252-253; Bishnu Sharma, 2009, str. 353-354). V preteklih študijah pa je bila prav tako ugotovljena povezava med tistimi prebivalci, ki živijo v neposredni bližini turističnih atrakcij oziroma organiziranih dogodkov: ti imajo ponavadi bolj negativen odnos do organizacije, saj so neposredno vpeti v dogajanje (Haley, Snaith, & Miller, 2005, str. 663)

Celoten vzorec sem utežila po kategorijah spol, starost, izobrazba in kraj bivanja oz. predel Ljubljane, kjer imajo anketiranci stalno prebivališče.

V Sliki 9 so prikazani deleži anketiranih po starostnih skupinah znotraj občine Ljubljana. Največ, 71 % anketiranih, je starih med 21 in 40 let, nato s 16,4 % sledijo anketiranci v starostnem razponu 41-60 let, nato 61 let in več s 6,5 % in nazadnje s 6,1 % prebivalci do 20 let.

Slika 11: Starostne skupine respondentov



4.2.5 Statistična obdelava podatkov in rezultati raziskave

Odgovore, ki sem jih pridobila s pomočjo anketnega vprašalnika, sem analizirala s statističnim programom SPSS ter uporabo Excela pri manj zahtevnih izračunih in oblikovanju grafov.

V sklopu 20 trditev, ki se nanašajo na ocene pozitivnih in negativnih družbenih vplivov organizacije EuroBasketa 2013v Ljubljani, so anketiranci na lestvici od 1 do 5 izrazili strinjanje s posamezno trditvijo.

Pomen števil je naslednji: 1 – sploh se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – niti niti, 4 – se strinjam, 5 – povsem se strinjam. Trditve družbenih vplivov EuroBasketa 2013 sem za lažjo interpretacijo razdelila na negativne in pozitivne in jih prikazala v Tabeli 13 in Tabeli 14.

Tabela 10: Ocene negativnih družbenih vplivov EB 2013

Negativni družbeni vplivi	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)
Zaradi EB 2013 je bil povečan promet v vašem lokalnem okolju.	21	17	18	28	15
Zaradi EB 2013 je bilo težje najti parkirno mesto v vašem lokalnem okolju.	29	26	26	14	5
Zaradi EB 2013 je bil povečan hrup v vašem lokalnem okolju.	33	26	25	13	3
Zaradi EB 2013 je bila v okolici prizorišč tekem večja onesnaženost z odpadki.	14	19	31	29	7
Zaradi EB 2013 je prihajalo do gneče v širši okolici prizorišč tekem.	5	8	20	49	18
V času EB 2013 je bila povečana uporaba škodljivih substanc (alkohola, drog).	9	18	36	33	5
V času EB 2013 je bila povečana stopnja kriminala v vaši lokalni skupnosti.	27	45	24	5	0
V času EB 2013 so se nekatere storitve in proizvodi v lokalni skupnosti podražile.	13	23	48	14	2
Zaradi EB 2013 so se povečale cene nepremičnin in njihovega najema v lokalni skupnosti.	19	31	41	8	1

Iz Tabele 13 je razvidno, da so se anketiranci nadpovprečno strinjali z le dvema od devetih trditev o negativnih družbenih vplivih organizacije EuroBasketa 2013.

Opazimo lahko, da je največji delež respondentov izbralo odgovor »se strinjam« pri trditvah, da je bil zaradi EuroBasketa 2013 povečan promet v lokalnem okolju (28 %) in da je zaradi EuroBasketa 2013 prihajalo do gneče v širši okolici prizorišč tekem (49 %).

Največkrat so anketiranci izbrali odgovor »niti niti« pri trditvah, da je bila zaradi EuroBasketa 2013 v okolici prizorišč tekem večja onesnaženost z odpadki (31 %), da je bila zaradi EuroBasketa 2013 povečana uporaba škodljivih substanc - alkohola, drog ipd. (36 %), da so se zaradi EuroBasketa 2013 nekatere storitve in proizvodi v lokalni skupnosti podražile (48 %) ter da so se zaradi EuroBasketa 2013 povečale cene nepremičnin in njihovega najema v lokalni skupnosti (41 %).

Največji delež anketirancev je izbralo odgovor »ne strinjam se« pri trditvi, da je bila v času EuroBasketa 2013 povečana stopnja kriminala v lokalni skupnosti (45 %). Odgovor »sploh se ne strinjam« pa je največ respondentov izbralo pri trditvah, da je bilo zaradi EuroBasketa 2013 težje najti parkirno mesto v lokalnem okolju (29 %) in nazadnje, da je bil zaradi EuroBasketa 2013 povečan hrup v lokalnem okolju (33 %).

Tabela 11: Ocene pozitivnih družbenih vplivov EB 2013

Pozitivni družbeni vplivi	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)
Zaradi EB 2013 so se obnovile ali posodobile športne dvorane.	5	5	26	40	25
EB 2013 je predstavljal dodatno zabavo za lokalno skupnost.	4	4	13	45	34
EB 2013 je predstavljal možnost novih doživetji.	3	3	12	45	37
EB 2013 je zagotavljal možnost preživljanja prostega časa s prijatelji.	2	6	15	47	30
EB 2013 je zagotavljal možnost spoznavanja novih ljudi.	3	5	17	38	37
EB 2013 je povečal ponos lokalnih prebivalcev.	6	7	23	45	20
EB 2013 je povečal ugled Ljubljane.	3	4	14	65	24
EB 2013 je povečal možnosti za razvoj turizma v Ljubljani.	2	2	13	57	26
Pri organizaciji EB 2013 so sodelovali lokalni prebivalci.	3	5	25	51	15
EB 2013 je povečal potrošnjo v lokalni skupnosti.	9	14	33	34	10
EB 2013 je povečal možnost zaposlitve za lokalne prebivalce.	12	19	40	24	4

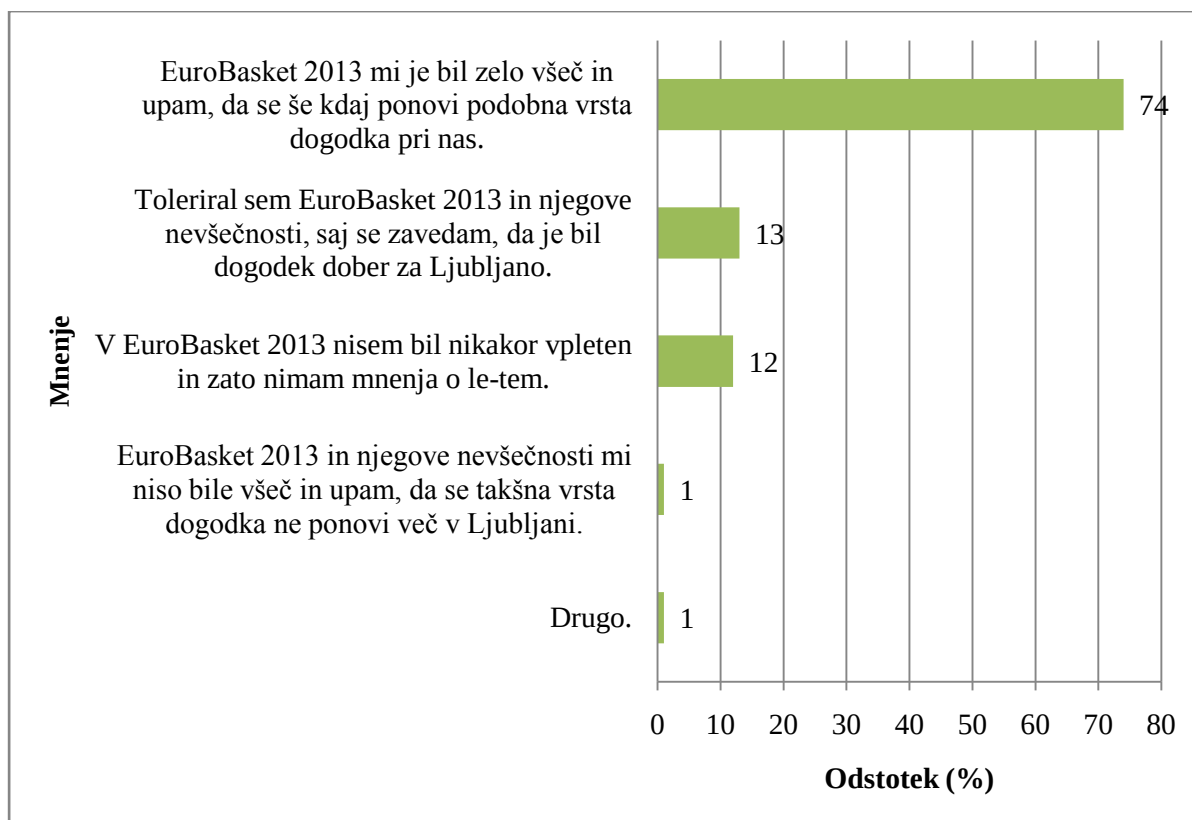
Iz Tabele 14 je razvidno, da so se anketiranci nadpovprečno strinjali z desetimi od enajstih trditev o pozitivnih družbenih vplivih. Opazimo lahko, da je največji delež respondentov izbralo odgovor »se strinjam« pri trditvah, da so se zaradi EuroBasket 2013 obnovile ali posodobile športne dvorane (40 %), da je EuroBasket 2013 predstavljal dodatno zabavo za lokalno skupnost (45 %), da je EuroBasket 2013 predstavljal možnost novih doživetji (45 %), da je EuroBasket 2013 zagotavljal možnost preživljanja prostega časa s prijatelji (47 %), da je EuroBasket 2013 zagotavljal možnost spoznavanja novih ljudi (38 %), da je EuroBasket 2013 povečal ponos lokalnih prebivalcev (45 %), da je EuroBasket 2013 povečal ugled Ljubljane (65 %), da je EuroBasket 2013 povečal možnosti za razvoj turizma v Ljubljani (57 %), da so pri organizaciji EuroBasket 2013 sodelovali lokalni prebivalci (51 %) in nazadnje, da je EuroBasket 2013 povečal potrošnjo v lokalni skupnosti (34 %).

Največkrat pa so anketiranci izbrali odgovor »niti niti« pri trditvi, da je EuroBasket 2013 povečal možnost zaposlitve za lokalne prebivalce (40 %).

Pregled ocen pozitivnih in negativnih družbenih vplivov je podrobneje predstavljen v naslednjem poglavju.

Na zaključno polodprto vprašanje vprašalnika »Označite izjavo, ki najbolje izraža vaše mnenje o EuroBasketu 2013.« so imeli anketiranci na voljo 5 različnih odgovorov. Njihove opredelitve glede mnenja o organizaciji EuroBasketa 2013 v Ljubljani so razvidne iz Slike 10.

Slika 12: Mnenje o organizaciji EuroBasketa 2013 v Ljubljani



Največ, 74 % anketirancev je izbralo prvi odgovor, da jim je bil EuroBasket 2013 zelo všeč in upajo, da se še kdaj ponovi podobna vrsta dogodka pri nas. 13 % anketirancev je obkrožilo drugi odgovor, da so tolerirali organizacijo EuroBasketa 2013 in njene nevšečnosti, saj se zavedajo, da je bil dogodek dober za Ljubljano. 12% vprašancev je odgovorilo, da v EuroBasket 2013 niso bili nikakor vpleteni, zato tudi nimajo mnenja o tem. EuroBasket 2013 in njegove nevšečnosti niso bile všeč in upajo, da se takšna vrsta dogodka ne ponovi več v Ljubljani 1% anketirancev. Eden respondent je obkrožil odgovor »Drugo« in napisal, da je EuroBasket 2013 spremljal, vendar meni, da ni imel posebnega vpliva na Ljubljano.

Z indikatorji oziroma trditvami v Tabeli 15 sem preverjala pozitivne in negativne družbene vplive organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani. Za preverjanje pozitivnih ali negativnih vplivov sem uporabila Likertovo lestvico, kjer sem sestavila 20 trditev, ki izražajo stališče anketiranca do določenega dejstva. Anketiranci so tako lahko navedli, do kakšne mere se s posamezno trditvijo strinjajo ali ne strinjajo (pri čemer pomeni 1 - sploh se ne strinjam, 2 - se ne strinjam, 3 - sem nevtralen, se ne strinjam niti se strinjam, 4 - se strinjam, 5 - povsem se strinjam).

Tabela 12: Pregled ocen pozitivnih in negativnih družbenih vplivov EB 2013

EuroBasket 2013	N	AS (aritmetična sredina)	SO (standard ni odklon)	Asimetrija	Sploščenost
Je predstavljal možnost novih doživetji.	174	4,07	0,897	-1,342	2,482
Je zagotavljal možnost spoznavanja novih ljudi.	174	4,07	0,96	-1,175	1,438
Je povečal možnosti za razvoj turizma v Ljubljani.	169	4,04	0,744	-1,022	2,749
Je predstavljal dodatno zabavo za lokalno skupnost.	174	3,94	0,979	-1,271	1,875
Je zagotavljal možnost preživljanja prostega časa s prijatelji.	174	3,92	0,914	-1,086	1,495
Je povečal ugled Ljubljane.	170	3,90	0,839	-0,854	1,271
Pri organizaciji EB 2013 so sodelovali lokalni prebivalci.	169	3,76	0,764	-0,95	1,909
So se obnovile ali posodobile športne dvorane.	174	3,71	0,976	-0,54	0,049
Je prihajalo do gneče v širši okolici prizorišč tekem.	174	3,67	0,995	-0,999	0,83
Je povečal ponos lokalnih prebivalcev.	169	3,66	1,032	-0,856	0,547
Je povečal potrošnjo v vaši lokalni skupnosti.	170	3,22	1,046	-0,505	-0,237
Je bila povečana uporaba škodljivih substanc (alkohola, drog).	169	3,15	0,952	-0,276	-0,277
Je bila v okolici prizorišč tekem večja onesnaženost z odpadki.	174	3,12	1,174	-0,349	-0,733
Je povečal možnost zaposlitve za lokalne prebivalce.	170	2,87	0,967	-0,321	-0,381
Je bil povečan promet v vašem lokalnem okolju.	174	2,80	1,371	0,068	-1,279
So se nekatere storitve in proizvodi v lokalni skupnosti podražile.	168	2,64	0,842	-0,299	-0,064
So se povečale cene nepremičnin in njihovega najema v lokalni skupnosti.	170	2,41	0,901	0,175	0,013
Je bilo težje najti parkirno mesto v vašem lokalnem okolju.	174	2,33	1,163	0,38	-0,857
Je bil povečan hrup v vašem lokalnem okolju.	174	2,20	1,104	0,517	-0,593
Je bila povečana stopnja kriminala v vaši lokalni skupnosti.	170	2,12	0,847	0,261	-0,661
Veljavne N	164				

Koeficienta asimetrije in sploščenosti kažeta na rahlo asimetrijo indikatorjev, torej ni potrebe po izločanju. Aritmetična sredina (AS) je pri večini indikatorjev večja od vrednosti 3, kar pomeni, da so v povprečju anketiranci na vprašanja odgovarjali z vrednostjo več kot 3 (torej se strinjajo ali povsem strinjajo). Vrednost 3 pomeni, da se z zgornjimi indikatorji v povprečju niti strinjajo niti ne strinjajo.

Za analizirane indikatorje sem izračunala tudi Cronbachov koeficient alfa (glej Tabelo 16). Cronbachov koeficient alfa vrednotimo na podlagi kriterija, ki pravi, da je lestvica

zanesljiva takrat, ko postavke dobro korelirajo (se povezujejo) s celoto, in sicer; če znaša korelacija med 0,7 in 1,0, potem gre za močno korelacijo, če znaša med 0,5 in 0,7, gre za tako imenovano zmerno korelacijo in če znaša med 0,3 in 0,5, potem govorimo o šibki korelaciji (Field, 2009, str. 673-674). Če je vrednost korelacijskega koeficienta v stolpcu manjša od 0,3, potem je priporočljivo, da spremenljivko izločimo iz vprašalnika.

Tabela 13: Kakovost indikatorjev pozitivnega in negativnega vpliva organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani

	Negativni vplivi	Pozitivni vplivi
Trditve	Zaradi EB 2013 je bil povečan promet v vašem lokalnem okolju.	Zaradi EB 2013 so se obnovile ali posodobile športne dvorane.
	Zaradi EB 2013 je bilo težje najti parkirno mesto v vašem lokalnem okolju.	EB 2013 je predstavljal dodatno zabavo za lokalno skupnost.
	Zaradi EB 2013 je bil povečan hrup v vašem lokalnem okolju.	EB 2013 je predstavljal možnost novih doživetji.
	Zaradi EB 2013 je bila v okolici prizorišč tekem večja onesnaženost z odpadki.	EB 2013 je zagotavljal možnost preživljanja prostega časa s prijatelji.
	Zaradi EB 2013 je prihajalo do gneče v širši okolici prizorišč tekem.	EB 2013 je zagotavljal možnost spoznavanja novih ljudi.
	V času EB 2013 je bila povečana uporaba škodljivih substanc (alkohola, drog).	EB 2013 je povečal ponos lokalnih prebivalcev.
	V času EB 2013 je bila povečana stopnja kriminala v vaši lokalni skupnosti.	EB 2013 je povečal ugled Ljubljane.
	V času EB 2013 so se nekatere storitve in proizvodi v lokalni skupnosti podražile.	EB 2013 je povečal možnosti za razvoj turizma v Ljubljani.
	Zaradi EB 2013 so se povečale cene nepremičnin in njihovega najema v lokalni skupnosti.	Pri organizaciji EB 2013 so sodelovali lokalni prebivalci.
		EB 2013 je povečal potrošnjo v vaši lokalni skupnosti.
		EB 2013 je povečal možnost zaposlitve za lokalne prebivalce.
Aritmetična sredina (AS)	2,722	3,741
Standardni odklon (SO)	0,06	0,02
Zanesljivost sklopa (Cronbach α)	0,772	0,846

Iz Tabele 16 vidimo, da je vrednost Cronbachovega koeficienta alfa večja od 0,7 in na podlagi tega lahko zaključim, ali je lestvica z vrednostmi od ena do pet zanesljiva ob predpostavki, da ima lahko koeficient zanesljivosti vrednost med 0 (popolnoma nezanesljiva meritev) in 1 (popolnoma zanesljiva meritev).

V nadaljevanju predstavljam univariatno analizo ali z drugimi besedami, analizo posamezne spremenljivke, njenega povprečja, razpršenosti in porazdelitve za posamezna merska koncepta »Pozitivni vplivi« in »Negativni vplivi«.

Spremenljivki, ki sem ju poimenovala »Pozitivni vplivi« in »Negativni vplivi«, sem sestavila na podlagi seštevka vrednosti posameznih indikatorjev negativnih in pozitivnih vplivov organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani (glej Tabelo 17 in Tabelo 18), in jih nato delila s številom vseh indikatorjev tega merskega koncepta, oziroma po spodnji formuli.

$$\text{Spremenljivka} = \frac{\text{indikator}_1 + \text{indikator}_2 + \dots + \text{indikator}_n}{n} \quad (1)$$

Tabela 14: Aritmetična sredina in standardni odkloni sestavljene spremenljivke »Negativni vplivi«

Kategorija	N	Aritmetična sredina (AS)	Stand. odklon (SO)	Asimetrija	Sploščenost
Negativni vplivi	168	2,9082	0,65553	-0,387	-0,103

Vrednost aritmetične sredine nakazuje na delno strinjanje (Sem nevtralen/a) anketirancev s trditvami, da je imela organizacija EuroBasketa 2013 v Ljubljani negativen vpliv na družbo. Koeficienta asimetrije in sploščenosti pa kažeta na približno normalno porazdelitev sestavljene spremenljivke.

Tabela 15: Aritmetična sredina in standardni odkloni sestavljene spremenljivke "Pozitivni vplivi"

Kategorija	N	Aritmetična sredina (AS)	Stand. odklon (SO)	Asimetrija	Sploščenost
Pozitivni vplivi	168	3,5887	0,64182	-1,257	4,156
Veljavni N	168				

V primeru sestavljene spremenljivke »Pozitivni vplivi« so anketiranci v povprečju odgovarjali z vrednostjo 4, kar pomeni »Se strinjam«. Standardni odklon z vrednostjo 0,64 pove, da se podatki od povprečja (3,6) standardno odklanjajo za vrednost 0,64. Koeficienta asimetrije in sploščenosti pa nakazujeta na asimetrično porazdelitev v desno, ki je rahlo koničasta.

Za ugotavljanje, ali so podatki pri novih spremenljivkah (»pozitivni vplivi« in »negativni vplivi«) normalno porazdeljeni (po Gaussovi krivulji), sem izračunala Shapiro-Wilkov test.

Tabela 16: Shapiro-Wilkov test normalnosti

Kategorija	Vrednost	Stopnja prostosti	P vrednost
Negativni vplivi	0,989	165	0,234
Pozitivni vplivi	0,897	165	0,000

Testiranje normalnosti porazdelitve sem izračunala z zgoraj omenjenim Shapiro-Wilkovim testom normalnosti (glej Tabelo 19). Porazdelitev je normalna, kadar je stopnja značilnosti več kot 0,05. Shapiro-Wilkov test je pokazal, da ima spremenljivka »negativni vplivi« značilnosti normalne porazdelitve, medtem ko spremenljivka »pozitivni vplivi« nima normalne porazdelitve.

4.2.4.1 Preverjanje raziskovalnih hipotez

Pri bivariatni analizi sem uporabila dana statistična testa, in sicer T-test za neodvisni vzorec (angl. *Independent Sample T test*) in analizo variance (ANOVA).

S pomočjo T-testa sem preverjala domnevo o razliki aritmetičnih sredin na dveh populacijah pri isti spremenljivki. Natančneje sem preverjala povprečje iste spremenljivke v dveh vzorcih, ta dva vzorca sta v tem primeru ženski in moški spol. T-test za neodvisni vzorec uporabimo v primeru, ko preverjamo, ali se povprečna vrednost spremenljivke razlikuje med dvema skupinama (spol, izobrazba, kraj bivanja itn.) enot, oziroma uporabimo ga takrat, ko preverjamo, kakšna je verjetnost, da med populacijama, iz katerih smo izbrali vzorca, obstaja razlika. Pri T-testu preverjamo s pomočjo Levenovega testa in T statistik naše predpostavke.

Z analizo variance (ANOVA), ki primerja različne vire variance znotraj niza podatkov, pa sem preverjala domnevo o razliki aritmetičnih sredin na več populacijah pri isti spremenljivki. Namen primerjave je ugotoviti, ali obstajajo bistvene razlike med več skupinami.

Raziskovalno vprašanje 1 se glasi: »Ali se dožemanje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani razlikuje glede na demografske značilnosti?«

Na podlagi raziskovalnega vprašanja sem postavila naslednje hipoteze:

H₀₁: V povprečju je dožemanje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri moških in pri ženskah enako ($\mu_M = \mu_Z$).

H₁: V povprečju se dožemanje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri moških in ženskah razlikuje ($\mu_M \neq \mu_Z$).

Tabela 17: T-test za ugotavljanje razlik v dožemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med moškimi in ženskami.

Kategorija	Spol	Aritmetična sredina (AS)	Standardni odklon (SO)	T	P vrednost (dvostranska)
Negativni vplivi	M	2,7446	0,73040	-2,752	0,007
	Ž	3,0247	0,57725		

Ženske se bolj strinjajo z negativnimi vplivi, povezanimi z organizacijo EuroBasketa 2013 Ljubljani (AS=3,0247), kot moški (AS=2,7446).

Statistična značilnost T-testa o enakosti povprečij je manjša od vrednosti 0,05, torej ničelno domnevo o enakosti povprečij zavrnilo pri 5% stopnji značilnosti, kar pomeni, da sprejmemo osnovno hipotezo, da obstajajo statistično značilne razlike v povprečnem dožemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri moških in pri ženskah. Na podlagi vrednosti aritmetične sredine (glej tabelo 20), ki je pri ženskah nekoliko višja glede na moške, lahko sklepamo, da ženske dojemajo negativne vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani bolj izrazito kot moški.

Sklepamo lahko, da so moški večji privrženci košarke in zato negativne vplive zaradi subjektivnosti zaznajo v manjši meri kot ženske.

Naslednja hipoteza se glasi:

H₀₂: V povprečju so z naraščajočo starostjo prebivalcev negativni vplivi EuroBasketa 2013 v Ljubljani enako zaznani ($\mu_{\text{Starejši}} = \mu_{\text{Mlajši}}$).

H₂: V povprečju so z naraščajočo starostjo prebivalcev negativni vplivi EuroBasketa 2013 v Ljubljani različno zaznani ($\mu_{\text{Starejši}} \neq \mu_{\text{Mlajši}}$).

Tabela 18: ANOVA za ugotavljanje razlik v dožemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med mlajšimi in starejšimi

Kategorija	V katero starostno skupino spadate?	Aritmetična sredina (M)	Standardni odklon	F	P vrednost (dvostranska)
Negativni vplivi	do 20	3,0000	0,64022	0,889	0,448
	21-40	2,8851	0,64540		
	41-60	2,8681	0,67465		
	61 in več	3,1944	0,72028		

Iz Tabele 21 je razvidno, da se anketiranci v povprečju, ne glede na starost, v dokaj enaki meri strinjajo z negativnimi vplivi organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani. Negativne vplive najbolj zaznavajo prebivalci v starostni skupini 61 in več let ($AS=3,1944$) ter prebivalci do 20. leta starosti ($AS=3,00$).

Ničelno hipotezo nismo uspeli zavrniti, saj je $p=0,448$, kar kaže, da ne obstajajo statistično značilne razlike v povprečnem dožemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri različnih starostnih skupinah. Sprejmemo lahko ničelno hipotezo, da so v povprečju z naraščajočo starostjo prebivalcev negativni vplivi EuroBasketa 2013 v Ljubljani enako zaznani.

Naslednja hipoteza se glasi:

H₀₃: V povprečju je dožemanje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri manj izobraženih in pri bolj izobraženih enako ($\mu_1 = \mu_2$).

H₃: V povprečju se dožemanje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri manj izobraženih in pri bolj izobraženih razlikuje ($\mu_1 \neq \mu_2$).

Tabela 19: ANOVA za ugotavljanje razlik v dožemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med bolj in manj izobraženimi

Kategorija	Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?	Aritmetična sredina (M)	Standardni odklon	F	P vrednost (dvostranska)
Negativni vplivi	osnovnošolska izobrazba	2,8333	0,70711	0,186	0,945
	srednješolska izobrazba	2,9145	0,57023		
	višje ali visokošolska izobrazba	2,8056	0,77622		
	univerzitetna izobrazba	2,9315	0,65201		
	magisterij, specializacija ali doktorat	2,9444	0,79401		

Iz Tabele 22 je razvidno, da se anketiranci v povprečju, ne glede na stopnjo izobrazbe, v skoraj enaki meri strinjajo z negativnimi vplivi organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani.

Rezultati kažejo, da je stopnja značilnosti večja od kritične meje 5 %, zaradi tega ne moremo zavrniti ničelne hipoteze, ki pravi, da ne obstajajo statistično značilne razlike v povprečni oceni o dojemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri skupinah anketirancev z različno stopnjo izobrazbe. Sklepamo lahko, da je v povprečju dojetje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri manj izobraženih in pri bolj izobraženih enako.

Raziskovalno vprašanje 2 se glasi: »Ali se dojetje pozitivnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani razlikuje med obiskovalci in neobiskovalci dogodka?«

Naslednja hipoteza se glasi:

H₀₄: Obiskovalci enako dojemajo pozitivne družbene vplive dogodka EuroBasket 2013 v Ljubljani kot ne obiskovalci.

H₄: Obiskovalci bolj pozitivno dojemajo družbene vplive dogodka EuroBasket 2013 v Ljubljani kot ne obiskovalci.

Tabela 20: Mann-Whitneyev test za ugotavljanje razlik v dojetju pozitivnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med obiskovalci in ne obiskovalci.

Kategorija	Ste se udeležili katerekoli tekme EuroBasketa 2013 v Ljubljani?	Povprečni Rang	Vsota rangov	U	Z	P vrednost (enostranska)
Pozitivni vplivi	Da	95,76	6990,50	2572,5	-2,77	0,003
	Ne	74,87	7037,50			

Iz Tabele 23 je razvidno, da anketiranci, ki so se udeležili katerekoli tekme EuroBasketa 2013, v povprečju bolj pozitivno (Rang=95,76) dojemajo družbene vplive dogodka glede na anketirance, ki se niso udeležili nobene tekme v okviru dogodka EuroBasket 2013. Razlike med obiskovalci in ne obiskovalci so statistično značilne ($\alpha < 0,05$), zato lahko zastavljeno hipotezo potrdimo.

Raziskovalno vprašanje 3 se glasi: »Ali se dojetje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani razlikuje glede na prebivalce, ki živijo bližje lokaciji, na kateri je bil organiziran dogodek, in ostale prebivalce Ljubljane?«

H₀₅: Prebivalci, ki živijo bližje lokaciji, na kateri je bil organiziran dogodek, enako dojemajo družbene vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani kot ostali prebivalci Ljubljane.

H₅: Prebivalci, ki živijo bližje lokaciji, na kateri je bil organiziran dogodek, bolj negativno dojemajo družbene vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani kot ostali prebivalci Ljubljane.

Med prebivalce, ki živijo bližje lokaciji, na kateri je bil organiziran dogodek, sem zajela anketirance, ki živijo v bližini arene Stožice (prebivalci Bežigrada) ter v bližini dvorane Tivoli (prebivalci Šiške). Med ostale prebivalce Ljubljane pa sem zajela vse anketirance, ki niso doma za Bežigradom ali v Šiški, torej vse ostale prebivalce občine Ljubljana.

Tabela 21: T-test za ugotavljanje razlik v dojetanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med prebivalci lokalnega okolja in ostalimi prebivalci Ljubljane.

Kategorija	V katerem predelu Ljubljane živite?	Aritmetična sredina (AS)	Standardni odklon	T	P vrednost (enostranska)
Negativni vplivi	Prebivalci iz lokalnega okolja	2,8889	0,65703	2,492	0,007
	Ostali prebivalci Ljubljane	2,6262	0,65706		

Statistična značilnost T-testa o enakosti povprečij je manjša od vrednosti 0,05, torej ničelno domnevo o enakosti povprečij zavrnilo pri 5 % stopnji značilnosti in sprejmemo osnovno hipotezo, da obstajajo statistično značilne razlike v povprečnem dojetanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med prebivalci lokalnega okolja in ostalimi prebivalci Ljubljane. Na podlagi vrednosti aritmetične sredine (glej Tabelo 24), ki je pri prebivalcih, ki živijo bližje lokaciji, kjer je bil organiziran dogodek, višja glede na ostale prebivalce Ljubljane, sklepamo, da prebivalci, ki živijo bližnje lokaciji, kjer je bil organiziran dogodek, dojemajo negativne vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani bolj izrazito kot ostali prebivalci Ljubljane.

Raziskovalno vprašanje 4 se glasi: »Ali se dojetanje pozitivnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani razlikuje med zaposlenimi in nezaposlenimi na dogodku?«

H₀₆: Zaposleni na EuroBasketu 2013 v Ljubljani enako dojemajo pozitivne družbene vplive dogodka kot nezaposleni na tem istem dogodku.

H₆: Zaposleni na EuroBasketu 2013 v Ljubljani bolj pozitivno dojemajo družbene vplive dogodka kot nezaposleni na dogodku.

Tabela 22: Mann-Withneyev test za ugotavljanje razlike v dojemanju pozitivnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med zaposlenimi in nezaposlenimi na dogodku

Kategorija	Ste bili zaposleni v okviru organizacije EuroBasket 2013?	Povp. rang	Vsota rangov	U	Z	P vrednost (enostranska)
Pozitivni vplivi	Da	125,39	1755,50	2572,5	-2,77	0,003
	Ne	80,21	12272,50			

Pri zgornji hipotezi sem uporabila Mann-Whitneyev test, ki je alternativa parametričnemu T-testu za neodvisna vzorca. Z neparametričnimi testi – v tem primeru Mann-Whitneyev test, primerjamo mediane in računamo povprečne range. Na podlagi rangov, primerjamo skupine.

Iz Tabele 25 je razvidno, da anketiranci, ki so bili zaposleni na EuroBasketu 2013, v povprečju bolj pozitivno ($Rang=125,39$) dojemajo družbene vplive dogodka kot anketiranci, ki niso bili zaposleni na tem istem dogodku. Razlike med zaposlenimi in nezaposlenimi so statistično značilne ($\alpha < 0,05$). Zato lahko zavrnemo ničelno hipotezo in potrdimo zastavljeno osnovno hipotezo, da zaposleni na EuroBasketu 2013 v Ljubljani bolj pozitivno dojemajo družbene vplive dogodka kot nezaposleni na dogodku.

Sklepamo lahko, da so zaposleni na EuroBasketu 2013 zaradi subjektivnosti, ki je posledica neposrednih koristi organizacije dogodka, pozitivne vplive dojemali bolj izrazito od tistih prebivalcev Ljubljane, ki na dogodku niso bili zaposleni.

4.2.6 Omejitve

Omejitve v raziskavi predstavljajo dejstva:

- izvedba spletnega vprašalnika, katerega pomanjkljivosti so, da določeni segmenti prebivalstva niso vključeni in jih posledično s takšno vrsto anketiranja ne moremo zajeti v vzorec,
- spletni vprašalnik je bil aktiven v začetku leta 2015, iz česar lahko sklepamo, da so respondenti na različna opažanja negativnih in pozitivnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani že rahlo pozabili oz. o njih niso več tako intenzivno razmišljali, kot takrat, ko je bil dogodek še aktualen,

- raziskava je bila izvedena samo v Ljubljani, zato je težko posplošiti rezultate na celotno Slovenijo oz. na vse preostale kraje, kjer je potekal EuroBasket 2013 (Celje, Koper, Jesenice),
- negativni vplivi se lahko drastično zmanjšajo in pozitivni vplivi izpostavijo, v primeru, da se že v fazi načrtovanja dogodka nameni velik poudarek tej temi. Vplive je zato potrebno spremljati in upoštevati v procesu načrtovanja in hkrati optimizirati koristi za lokalne prebivalce. Ugotovitev zato ne moremo posplošiti na vse vrste organiziranih dogodkov.

4.2.7 Ugotovitve in priporočila

V narejeni raziskavi o dojemanju družbenih vplivov dogodkov sem želela ugotoviti, kako prebivalci Ljubljane dojemajo organizacijo dogodka EuroBasket 2013 in njegove pozitivne ter negativne družbene vplive. Predvsem me je zanimalo, kakšno mnenje imajo anketiranci o vplivih dogodka ter če obstajajo razlike v dojemanju vplivov med različnimi demografskimi in drugimi skupinami prebivalcev.

Zastavila sem 4 raziskovalna vprašanja, ki sem jih podprla s hipotezami. Pri prvem raziskovalnem vprašanju sem oblikovala 3 hipoteze, ki so se nanašale na spol, starost in izobraženost anketirancev. Prva hipoteza je predvidevala, da se v povprečju dojemanje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med moški in ženskami razlikuje. Ugotovila sem, da obstajajo statistično značilne razlike v povprečnem dojemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri moških in pri ženskah oziroma, da ženske dojemajo negativne vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani bolj izrazito kot moški. Druga hipoteza se je nanašala na starost prebivalcev in je predvidevala, da so v povprečju z naraščajočo starostjo prebivalcev negativni vplivi EuroBasketa 2013 v Ljubljani različno zaznani. Ugotovila sem, da ne obstajajo statistično značilne razlike v povprečnem dojemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri različnih starostnih skupinah, zato te hipoteze ne moremo sprejeti. Zadnja hipoteza v tem sklopu se je nanašala na izobraženost in predvidevala, da se v povprečju dojemanje negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri manj izobraženih in pri bolj izobraženih razlikuje. S pomočjo izpolnjenih anketnih vprašalnikov sem ugotovila, da ne obstajajo statistično značilne razlike v povprečni oceni o dojemanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani pri skupinah anketirancev z različno stopnjo izobrazbe, zato hipoteze ne moremo hipoteze.

Pri drugem raziskovalnem vprašanju sem oblikovala hipotezo, ki je predvidevala, da obiskovalci bolj pozitivno dojemajo družbene vplive dogodka EuroBasket 2013 v Ljubljani kot ne obiskovalci. Ugotovila sem, da anketiranci, ki so se udeležili katerekoli tekme EuroBasketa 2013 v povprečju bolj pozitivno dojemajo družbene vplive dogodka glede na anketirance, ki se niso udeležili nobene tekme v okviru dogodka EuroBasket 2013, zato lahko hipotezo potrdimo.

Pri tretjem raziskovalnem vprašanju sem oblikovala hipotezo, ki je predvidevala, da prebivalci iz lokalnega okolja bolj negativno dojemajo družbene vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani kot ostali prebivalci Ljubljane. Ugotovila sem, da obstajajo statistično značilne razlike v povprečnem dojetanju negativnih vplivov EuroBasketa 2013 v Ljubljani med prebivalci lokalnega okolja in ostalimi prebivalci Ljubljane. Iz tega lahko sklepamo, da lokalni prebivalci dojemajo negativne vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani bolj izrazito kot ostali prebivalci Ljubljane in posledično hipotezo potrdimo.

Pri četrtem raziskovalnem vprašanju sem oblikovala hipotezo, ki je predvidevala, da zaposleni na EuroBasketu 2013 v Ljubljani bolj pozitivno dojemajo družbene vplive dogodka kot nezaposleni na istem dogodku. Ugotovila sem, da anketiranci, ki so bili zaposleni na EuroBasketu 2013, v povprečju bolj pozitivno dojemajo družbene vplive dogodka kot anketiranci, ki niso bili zaposleni na tem istem dogodku, zato lahko zastavljeno hipotezo potrdimo.

Raziskava je prav tako pokazala, katere družbene vplive organizacije EuroBasketa 2013 so prebivalci najbolj zaznali in jim je v potrebno prihodnje nameniti več pozornosti za uravnavanje. Anketiranci so se glede negativnih vplivov v največji meri opredelili, da jih moti gneča v širši okolici prizorišč tekem in povečan promet.

Gnečo v širši okolici dvoran bi lahko zmanjšali z dogajanjem za navijače oziroma tako imenovanimi uradnimi »fan zonami«, ki bi jih povečali ali organizirali na več različnih lokacijah, da bi se gneča enakomerno razporedila. Seveda bi bilo potrebno navijače o vsem dogajanju sprotno obveščati in v »fan zonah«, ki bi bile načeloma malo bolj oddaljene od športnih dvoran, ponuditi ugodnejše cene hrane in pijače. Za dosego zmanjšane prometa so se organizatorji zavezali, da imajo obiskovalci z vstopnico na katerokoli tekmo brezplačen prevoz z avtobusi Ljubljanskega potniškega prometa 3 ure pred in po tekmi. To bi lahko nadgradili še z brezplačnimi prevozi za navijače s Štajerske, Gorenjske, Primorske in Dolenjske, saj bi s tem drastično zmanjšali promet, hkrati pa poskrbeli za večjo varnost na cestah.

Na splošno lahko trdimo, da so se prebivalci bolj zavedali vseh pozitivnih vplivov organizacije EuroBasketa 2013 v Ljubljani kot negativnih, saj so v veliki meri izrazili strinjanje s trditvami o pozitivnih vplivih. Iz tega lahko sklepamo, da je organizacija dogodkov za lokalne prebivalce dobrodošla, saj jim prinese veliko prednosti, hkrati pa se morajo spopasti tudi z nekaterimi negativnimi vplivi, ki jih je potrebno v največji meri omejiti oziroma zmanjšati.

5 SKLEP

Dogodki predstavljajo pomemben člen pri razvoju turizma in turističnih destinacij ter so opredeljeni kot pojavi na točno določeni lokaciji, ob točno določenem času, v točno določenih okoliščinah ter imajo namen zadovoljevati točno določene potrebe (Ritchie, 1984, str. 1; Getz, 2012, str. 16).

Zaradi tako pomembnih oziroma izrazitih vplivov dogodkov na lokalno okolje je pomembno, da pri organizaciji zavzamemo trajnostni pristop in poskušamo čim bolj izkoristiti pozitivne vplive ter čim bolj minimizirati negativne vplive dogodkov (Jago & Dwyer, 2006, str. 2). Dogodki imajo namreč tako pozitivne kot negativne vplive na gospodarstvo, okolje in družbo in so lahko kratkoročni ali dolgoročni. Poznamo torej ekonomske, družbene in okoljske vplive dogodkov, katerih velikost je odvisna od same razsežnosti organiziranega dogodka (Moreira, 2009, str. 30).

Družbeni vplivi so povezani z izpostavljenostjo lokalnega prebivalstva posledicam organizacije dogodkov in mnogi avtorji potrjujejo, da imajo prav ti vplivi največji pomen v dožemanju pozitivnih ali negativnih vplivov dogodka, saj jih lokalni prebivalci najbolj neposredno občutijo. Pozitivni vplivi dogodkov zagotavljajo pomembne aktivnosti preživljanja prostega časa, lahko izboljšajo podobo destinacije, omogočajo razvedrilo za lokalno skupnost, krepijo tradicijo, vrednote, ponos in pripadnost, izboljšajo kakovost življenja posameznikov in družbe kot celote, povečajo športno aktivnost ali kulturno udejstvovanje lokalnega prebivalstva, zagotavljajo dobro počutje skozi zabavo in uživanje, kar vodi do samouresničevanja in občutka izpopolnjenosti, obenem pa povečujejo strpnost do drugih (Malfas et al., 2004, str. 214). Na negativni strani organizacije dogodkov se lahko pojavljajo prometni zastoji, povečana uporaba drog, kriminal, prostitucija, vandalizem, hektičen način življenja, prihaja lahko do konfliktov med lokalnimi prebivalci in turisti zaradi različnega življenjskega standarda ter komercializacije kulture in uničenja tradicije (Jago et al., 2010).

Cilj magistrskega dela je bil ugotoviti, kako prebivalci Ljubljane dojemajo pozitivne in negativne družbene vplive organizacije EuroBasketa 2013. Lokalni prebivalci imajo na splošno dokaj pozitivno mnenje o samem dogodku, izmed negativnih vplivov je bilo največkrat izpostavljeno dejstvo, da je bila v okolici prizorišč tekem gneča in prometni zastoji. Pri dožemanju negativnih družbenih vplivov so bile potrjene statistično značilne razlike med prebivalci različnega spola, na drugi strani pa niso bile potrjene statistično značilne razlike med prebivalci različne starosti in z različnimi stopnjami izobrazbe. Pri primerjavi obiskovalcev s tistimi, ki si niso v živo ogledali nobene tekme EuroBasketa 2013 v Ljubljani, torej ne obiskovalci, so bile prav tako potrjene statistično značilne razlike, kar pomeni, da obiskovalci bolj dojemajo pozitivne družbene vplive EuroBasketa 2013 kot ne obiskovalci. Pri primerjavah prebivalcev iz lokalnega okolja in prebivalcev preostalih predelov Ljubljane in njihovem dožemanju negativnih družbenih vplivov

EuroBasketa 2013 je bilo dokazano, da obstajajo statistično značilne razlike v povprečnem dojetanju negativnih vplivov. Iz tega lahko sklepam, da lokalni prebivalci dojemajo negativne vplive EuroBasketa 2013 v Ljubljani bolj izrazito kot ostali prebivalci Ljubljane. Pri zadnji primerjavi zaposlenih in nezaposlenih na dogodku EuroBasket 2013 v Ljubljani pa sem primerjala njihovo dojetanje pozitivnih družbenih vplivov in ugotovila, da so zaposleni na EuroBasketu 2013 v povprečju bolj pozitivno dojemali družbene vplive dogodka glede na anketirance, ki niso bili zaposleni na tem istem dogodku, saj so bile razlike statistično značilne.

Raziskava je pokazala, kateri negativni družbeni vplivi lokalno skupnost najbolj motijo (gneča v okolici dvoran in prometni zastoji oziroma poveča promet) in kljub temu, da so to eni izmed najbolj pogostih stranskih vplivov organizacije dogodkov, ji je treba nameniti večjo pozornost in jih poskušati zmanjšati ali vsaj omejiti. Za vse negativne družbene vplive je potrebno poiskati kratkoročne in dolgoročne ukrepe za njihovo rešitev in nadaljnji razvoj organizacije dogodkov načrtovati skladno z njimi. Zavedati se namreč moramo, da organizacija dogodkov predstavlja odlično priložnost za povečanje ugleda destinacije in njene prepoznavnosti.

6 LITERATURA IN VIRI

1. *A Look into the Future: Trends and Developments of the Meetings and Events Industry*. Najdeno 28.7.2014 na spletnem naslovu <http://yashabergmann.com/2012/03/20/a-look-into-the-future-trends-and-developments-of-the-meetings-and-events-industry/>
2. Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, J. (2008). *Festival & Special Event Management*. Milton: John Wiley & Sons.
3. Bishnu Sharma, P.D. (2009). "Residents' involvement in tourism and their perceptions of tourism impacts". *Benchmarking: An International Journal*, 16(3), 351-371.
4. Bregar, L. Ograjenšek, I. & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: Izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
5. Brozovič, E. (2014, 17. januar). Ostali brez kolajne, vendar ne brez zaslužka. *Delo*, str. 1 in 4.
6. Caiazza, R. & Minis, I. (2012). Evaluating Benefits of Sport Mega-Events on the Host Cities: Effects of the 34th America's Cup on Naples. *Chinese Business Review*, 11(10), 849-854.
7. *Celje*. Najdeno 14. decembra 2014 na spletnem naslovu http://www.eurobasket2013.org/si/cid_c3tbP002GgYu1c94jBO422.pageID_VVvJAfOeIg-gxkcIlAtWP0.compID_qMRZdYCZI6EoANOrUf9le2.season_2013.html
8. Daniels, M. J. (2006). Central place theory and sport tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 332-347.
9. De Grosbois, D. (2009). Assessing the socio-cultural impact of special events: Frameworks, methods, and challenges. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 2(2), 39-52.
10. Deery, M., Jago, L. & Fredline, L. (2012). Rethinking Social Impacts of Tourism Research: A new Research Agenda. *Tourism Management*, 33, 64-73.
11. EP 2013 (2013). *EuroBasket 2013* (interno gradivo). Ljubljana: EP 2013 d.o.o.
12. *Eurobasket 2013 velikanski uspeh*. Najdeno 26. oktobra 2013 na spletnem naslovu http://www.eurobasket2013.org/si/coid_8v,UgcXrIrALZMWa,Ko4E0.articleMode_on.html
13. *EuroBasket 2013*. Najdeno 14. septembra 2014 na spletnem naslovu <http://www.eurobasket2013.org/si/default.asp>.

14. *EuroBasket leto pozneje*. Najdeno 14. decembra 2014 na spletnem naslovu http://www.siol.net/sportal/kosarka/2014/09/eno_leto_od_zacetka_evropskega_prvenstva_v_sloveniji.aspx
 15. *EuroBasket magazin*. Najdeno 14. decembra 2014 na spletnem naslovu http://www.kzs.si/fileadmin/user_upload/eurobasket_newsletter/8-2013/slo/#p=1
 16. *Evropsko prvenstvo v košarki 2013 logo*. Najdeno 1. 6. 2016 na spletnem naslovu https://sl.wikipedia.org/wiki/Evropsko_prvenstvo_v_ko%C5%A1arki_2013#/media/File:Evropsko_prvenstvo_v_ko%C5%A1arki_2013_logo.jpg
 17. Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. London: SAGE
 18. Friedman, F.J. (2013). *Future Trends Impacting the Exhibitions and Events Industry*. Dallas: International Association of Exhibitions and Events.
 19. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, (29), 403-428.
 20. Getz, D. (2012). *Event studies: theory, research and policy for planned events*. New York: Routledge.
 21. Gursoy, D. & Kendall, K.W. (2006). Hosting Mega Events Modelling Locals' Support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623.
 22. Haley, A., Snaith, T. & Miller, G. (2005). The Social impacts of Tourism: A Case Study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647-668.
 23. International Olympic Committee. (2005). *Manual on Sport and the Environment*. Lausanne, Switzerland: International Olympic Committee.
 24. Ivašković, I. (2014). *Analizastroškov in koristi projekta EuroBasket 2013*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
 25. Jackson, L. A. (2008). Residents' perceptions of the impacts of special event tourism. *Journal of Place Management and Development*, 1(3), 240-255.
 26. Jago, L. & Dwyer, L. (2006). *Economic evaluation of special events: A practitioner's guide*. Altona: Common Ground Publishing Pty Ltd.
- Jago, L. & Shaw, R. (1998). Special events: a conceptual and definitional framework. *Festival Management and Event Tourism*, 5, 21-32.

27. Jago, L., Dwyer, L., Lipman, G., Lill, D. & Vorster, S. (2010). Optimising the potential of mega-events: an overview. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(3), 220-237.
28. *Jesenice*. Najdeno 14. decembra 2014 na spletnem naslovu http://www.eurobasket2013.org/si/cid_c3tbP002GgYu1c94jBO422.pageID_-wT1ZrvHJmwVZtL2-Glzh1.compID_qMRZdYCZI6EoANOrUf9le2.season_2013.html
29. Karba, R., Breclj, G. & Kern, Š. (2013). *Priročnik za organizacijo trajnostnih športnih dogodkov*. Ljubljana: Umanotera.
30. Kim, H.J., Gursoy, D. & Lee, S. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, (27), 86-96.
31. *Koper*. Najdeno 14. decembra 2014 na spletnem naslovu http://www.eurobasket2013.org/si/cid_c3tbP002GgYu1c94jBO422.pageID_xYtDrS0nHqIqSvdLk86QY1.compID_qMRZdYCZI6EoANOrUf9le2.season_2013.html
32. Lamberti, L., Noci, G., Guo, J. & Zhu, S. (2011). Mega-events as drivers of community participation in developing countries: The case of Shanghai World Expo. *Tourism Management*, 32, 1474-1483.
33. *Lipko*. Najdeno 14. decembra 2014 na spletnem naslovu http://www.eurobasket2013.org/si/cid_c3tbP002GgYu1c94jBO422.pageID_MPVROxKHQ66SZ6JyHbCZ3.compID_qMRZdYCZI6EoANOrUf9le2.season_2013.html.
34. *Ljubljana*. Najdeno 14. decembra 2014 na spletnem naslovu http://www.eurobasket2013.org/si/cid_c3tbP002GgYu1c94jBO422.pageID_JS6JbzM8Gf6wAWTxSeI0R0.compID_qMRZdYCZI6EoANOrUf9le2.season_2013.html
35. Lorant, D. (2009). Events and Tourism: An Environmental Approach and Impact Assessment. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 2(2), 101-114.
36. Lorde, T., Greenidge, D. & Devonish, D. (2011). Local residents' perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 32, 349-356.
37. Malfas, M., Theodoraki, E. & Houlihan, B. (2004). Impacts of the Olympic Games as Mega-events. *Municipal Engineer*, 157, 209-220.
38. Moreira, P. (2009). A Mega-event inside the Great wall of China: Expectations and possible impacts of the Beijing 2008 Olympic games. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 2(2), 29-38.

39. *Official mascot*. Najdeno 1. 6. 2016 na spletnem naslovu
[https://en.wikipedia.org/wiki/EuroBasket_2013#/media/File:Lipko_\(EuroBasket_2013_mascot\).jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/EuroBasket_2013#/media/File:Lipko_(EuroBasket_2013_mascot).jpg)
40. Pfajfar, L. & Arh, F. (2005). *Statistika 1*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
41. Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R. & Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, (36), 629-640.
42. *Prizorišča*. Najdeno 1. 6. 2016 na spletnem naslovu
https://sl.wikipedia.org/wiki/Evropsko_prvenstvo_v_ko%C5%A1arki_2013#Prizori.C5.A1.C4.8Da
43. Raj, R., Walters, P. & Rashid, T. (2009). *Events Management: An Integrated and Practical Approach*. London: SAGE Publishing Ltd.
44. Ritchie, J.R.B. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11.
45. Schlenker, K., Foley, C. & Getz, D. (2010). *ENCORE Festival and Event Evalutaion Kit: Review and Redevelopment*. Queensland: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.
46. Smerdel, D. (producent). (2014, 5. januar). *Dokumentarnifilm Eurobasket 2013, zgodba o uspehu* [televizijska oddaja]. Ljubljana: RTV Slovenija.
47. Tyrrell, T., Morris Paris, M. & Biaett Jr. V. (2012). A Quantified Triple Bottom Line for Tourism: Experimental Results. *Journal of Travel Research*, 20(10), 1-15.
48. Vargas-Sanchez, A., Porras-Bueno, N. & Plaza-Mejia, M. (2011). Explaining Residents' Attitudes to Tourism: Is a universal model possible? *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480.
49. Watt, D. C. (1998). *Event Management in Leisure Tourism*. New York: Addison Wesley Longman Publishing.
50. Weed, M. (2008). *Olympic Tourism*. Oxford: Elsevier Ltd.
51. Yuan, Y. Y. (2013). Adding environmental sustainability to the management of event tourism. *International Journal of culture, tourism and hospitality research*, 7(2), 175-183.
52. Zagnoli, P. & Radicchi, E. (2009). Do Major Sports Events Enhance Tourism Destinations?. *Physical Culture and Sport Studies Research*, 40(7), str. 44-63.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik.....	1
Priloga 2: Izpis računalniške obdelave podatkov z SPSS programom.....	4

Priloga 1: Anketni vprašalnik

1. Spol:

- Moški
- Ženski

2. V katero starostno skupino spadate?

- do 20 let
- 21-40 let
- 41-60 let
- 61 let in več

3. Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?

- Osnovnošolska izobrazba
- Srednješolska izobrazba
- Višje ali visokošolska izobrazba
- Univerzitetna izobrazba
- Magisterij, specializacija ali doktorat

4. Ali ste zaposleni v turističnem sektorju?

- Da
- Ne

5. V katerem predelu Ljubljane živite?

- Bežigrad
- Center
- Črnuče
- Dravlje
- Golovec
- Moste
- Polje
- Jarše
- Posavje
- Rožnik
- Rudnik
- Sostro
- Šentvid
- Šiška
- Šmarna gora
- Trnovo

- Vič
- Nisem občan Ljubljane

6. Ali veste, da je septembra 2013 v Ljubljani potekalo evropsko košarkarsko prvenstvo EuroBasket 2013?

- Da
- Ne

7. Ste se udeležili katerekoli tekme EuroBasketa 2013?

- Da
- Ne

8. Ste bili prostovoljec pri organizaciji EuroBasketa 2013?

- Da
- Ne

9. Ste bili zaposleni v okviru organizacije EuroBasket 2013 (kakršnakoli oblika zaposlitve - določen čas, podjemna pogodba, avtorska pogodba, študentsko delo itd.)

- Da
- Ne

10. Označite strinjanje s posamezno trditvijo.

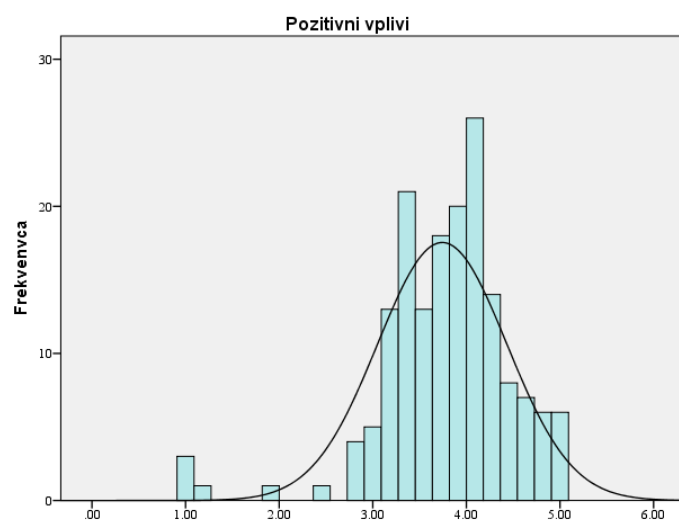
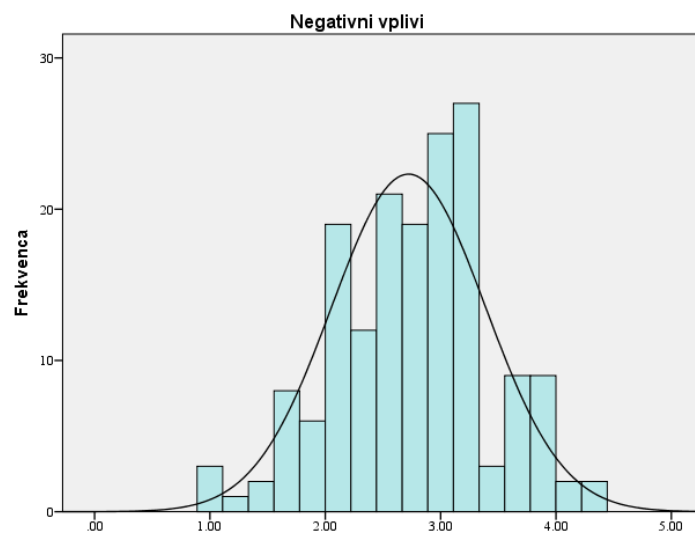
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam
Zaradi EB 2013 je bil povečan promet v vašem lokalnem okolju.	•	•	•	•	•
Zaradi EB 2013 je bilo težje najti parkirno mesto v vašem lokalnem okolju.	•	•	•	•	•
Zaradi EB 2013 je bil povečan hrup v vašem lokalnem okolju.	•	•	•	•	•
Zaradi EB 2013 je bila v okolici prizorišč tekem večja onesnaženost z odpadki.	•	•	•	•	•
Zaradi EB 2013 je prihajalo do gneče v širši okolici prizorišč tekem.	•	•	•	•	•
Zaradi EB 2013 so se obnovile ali posodobile športne dvorane.	•	•	•	•	•

EB 2013 je predstavljal dodatno zabavo za lokalno skupnost.	•	•	•	•	•
EB 2013 je predstavljal možnost novih doživetji.	•	•	•	•	•
EB 2013 je zagotavljal možnost preživljanja prostega časa s prijatelji.	•	•	•	•	•
EB 2013 je zagotavljal možnost spoznavanja novih ljudi.	•	•	•	•	•
EB 2013 je povečal ponos lokalnih prebivalcev.	•	•	•	•	•
EB 2013 je povečal ugled Ljubljane.	•	•	•	•	•
EB 2013 je povečal možnosti za razvoj turizma v Ljubljani.	•	•	•	•	•
Pri organizaciji EB 2013 so sodelovali lokalni prebivalci.	•	•	•	•	•
EB 2013 je povečal potrošnjo v vaši lokalni skupnosti.	•	•	•	•	•
EB 2013 je povečal možnost zaposlitve za lokalne prebivalce.	•	•	•	•	•
V času EB 2013 je bila povečana stopnja kriminala v vaši lokalni skupnosti.	•	•	•	•	•
V času EB 2013 je bila povečana uporaba škodljivih substanc (alkohola, drog).	•	•	•	•	•
V času EB 2013 so se nekatere storitve in proizvodi v lokalni skupnosti podražile.	•	•	•	•	•
Zaradi EB 2013 so se povečale cene nepremičnin in njihovega najema v lokalni skupnosti.	•	•	•	•	•

11. Označite izjavo, ki najbolj izraža vaše mnenje o EuroBasketu 2013.

- EuroBasket 2013 mi je bil zelo všeč in upam, da se še kdaj ponovi podobna vrsta dogodka pri nas.
- Toleriral sem EuroBasket 2013 in njegove nevšečnosti, saj se zavedam, da je bil dogodek dober za Ljubljano.
- EuroBasket 2013 in njegove nevšečnosti mi niso bile všeč in upam, da se takšna vrsta dogodka ne ponovi več v Ljubljani.
- V EuroBasket 2013 nisem bil nikakor vpleten in zato nimam mnenja o le-tem.
- Drugo: _____

Priloga 2: Izpis računalniške obdelave podatkov z SPSS programom



H₁

Group Statistics					
	Spol:	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Negativni_vpliv	Moški	67	2,7446	,73040	,08923
	Ženski	99	3,0247	,57725	,05802

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Negativni_vpliv	Equal variances assumed	1,222	,271	-2,752	164	,007	-,28008	,10177	-,48102	-,07914
	Equal variances not assumed			-2,631	119,242	,010	-,28008	,10643	-,49083	-,06933

H₂

Descriptives

Negativni_vpliv

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
do 20 let	6	3,0000	,64022	,26137	2,3281	3,6719	2,22	4,00
21 - 40 let	117	2,8851	,64540	,05967	2,7669	3,0033	1,00	4,33
41 - 60 let	32	2,8681	,67465	,11926	2,6248	3,1113	1,00	4,22
61 let ali več	12	3,1944	,72028	,20793	2,7368	3,6521	1,56	3,89
Total	167	2,9082	,65553	,05073	2,8080	3,0083	1,00	4,33

ANOVA

Negativni vpliv

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,148	3	,383	,889	,448
Within Groups	70,185	163	,431		
Total	71,333	166			

H₃

Descriptives

Negativni vpliv

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
osnovnošolska izobrazba	2	2,8333	,70711	,50000	-3,5198	9,1864	2,33	3,33
srednješolska izobrazba	52	2,9145	,57023	,07908	2,7558	3,0733	1,56	3,89
višje ali visokošolska izobrazba	24	2,8056	,77622	,15845	2,4778	3,1333	1,00	4,33
univerzitetna izobrazba	73	2,9315	,65201	,07631	2,7794	3,0836	1,00	4,22
magisterij, specializacija ali doktorat	16	2,9444	,79401	,19850	2,5213	3,3675	1,00	3,89
Total	167	2,9082	,65553	,05073	2,8080	3,0083	1,00	4,33

ANOVA

Negativni vpliv

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,327	4	,082	,186	,945
Within Groups	71,006	162	,438		
Total	71,333	166			

H₄

	Ste se udeležili katerekoli tekme EuroBasketa 2013?	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Pozitivni.vplivi	DA	73	95.76	6990.50
	NE	94	74.87	7037.50
	Total	167		

Test Statistics^a

	Pozitivni.vplivi
Mann-Whitney U	2572.500
Z	-2.774
Asymp. Sig. (2-tailed)	.006

H₅**Group Statistics**

	Kje živijo?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Negativni vplivi	Prebivalci iz lokalnega okolja	61	2.8889	.65703	.08412
	Ostali prebivalci Ljubljane	107	2.6262	.65706	.06352

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Negativni vplivi	Equal variances assumed	.080	.777	2.492	166	.014	.26272	.10541	.05460	.47084
	Equal variances not assumed			2.492	124.933	.014	.26272	.10541	.05410	.47134

H₆

Ranks

	Ste bili zaposleni v okviru organizacije EuroBasket 2013 (kakršnakoli oblika zaposlitve - določen čas, podjemna pogodba, avtorska pogodba, študentsko delo itd.)	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Pozitivni vplivi	DA	14	125.39	1755.50
	NE	153	80.21	12272.50
	Total	167		

Test Statistics^a

	Pozitivni.vplivi
Mann-Whitney U	491.500
Wilcoxon W	12272.500
Z	-3.351
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001