



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Poslovni sekretar
Modul: Spletno poslovanje

**ORGANIZACIJA DOGODKA
»POTOP BOŽIČNEGA DREVESCA
V JEZERO ČRNAVA V PREDDVORU«**

Mentorica: mag. Darinka Kazič
Lektorica: Metka Bartol, prof. slov.

Kandidatka: Barbara Nunar

Kranj, junij 2022

ZAHVALA

Za vso pomoč, spodbudne besede in hitro odzivnost se iskreno zahvaljujem mentorici mag. Darinki Kazič.

Zahvaljujem se tudi lektorici Metki Bartol, ki je lektorirala moje diplomsko delo. Želim se zahvaliti tudi prevajalki Andreji Gašperlin za njen doprinos k mojemu diplomskemu delu.

Posebna zahvala je namenjena moji družini. Iskrena hvala možu Jožetu, ki se je dve leti zelo trudil, da me je pripravil k pisanju. Najlepša hvala sinu Sašu za vso tehnološko in informacijsko podporo ter hčerki Nini, ki je kljub zahtevni službi in natrpanemu urniku našla čas za prebiranje napisanega. Bravo, uspelo nam je!

IZJAVA

Študentka Barbara Nunar izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Darinke Kazič.

Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.

Dne _____

Podpis: _____

POVZETEK

Organizacija javnega dogodka je projekt, ki se ga je treba lotiti sistematično. Teoretična izhodišča nam dajejo smernice pri organizaciji dogodkov in nas seznanijo s pomembnimi segmenti, ki bistveno vplivajo na njihovo uspešnost, kajti uspešni so lahko le, kadar z njimi dosežemo zastavljene cilje.

V diplomskem delu smo predstavili dogodek »Potop božičnega drevesca v jezero Črnava v Preddvoru«. Dogodek je tradicionalen že od leta 1999 in vsako leto poteka na enak način. Namen diplomskega dela je bil ugotoviti, ali obstajajo možnosti za dvig dogodka na višjo raven in ali si obiskovalci to sploh želijo. Zanimalo nas je tudi, kako bi v sklopu dogodka še bolj povezali lokalno skupnost občine Preddvor.

Raziskava je pokazala, da si obiskovalci želijo določene nadgradnje, čeprav jih je več kot polovica zadovoljnih s prireditvijo kot celoto. Izrazili so tudi željo, da bi se ob dogodku predstavilo več lokalnih ponudnikov, kar bi bistveno pripomoglo k povezovanju lokalnega prebivalstva. Ugotovitve raziskave so pokazale, da bi z manjšimi spremembami lahko naredili dogodek zanimivejši in privlačnejši za obiskovalce.

KLJUČNE BESEDE

- dogodek
- organizacija
- prireditve
- načrtovanje
- potop božičnega drevesca
- lokalna skupnost

ABSTRACT

The organization of a public event is a project which needs a systematic approach. When organizing an event, a theoretical basis gives us guidelines and introduces important segments, which fundamentally influence the successiveness of the event as the event is successful only when achieving the laid goals.

In the graduation thesis » The Christmas Tree Dive into Lake Črnava in Preddvor« is introduced. It has been traditional since 1999 and has been performed in the same way each year.

The purpose of the graduation thesis was to find out if there are any possibilities to bring the event to a higher level and if the visitors are interested in an upgrade. There was also the interest in how the local community of Preddvor could be bonded more.

The research has shown, that the visitors would like a certain upgrade, although more than a half are satisfied with the event as it is. Some of the people wished more local providers would introduce themselves, which would help to bond the local community of Preddvor more. The research findings have shown, that the event itself would be more interesting for the visitors when smaller changes would be introduced.

KEYWORDS

- event
- organization
- planning
- Christmas Tree Dive
- local community

KAZALO

1 UVOD.....	1
1.1 Predstavitev problema	1
1.2 Cilji naloge	1
1.3 Metode dela	2
2 TEORETIČNE OSNOVE	3
2.1 Organizacija javnega dogodka	3
2.2 Vrste dogodkov	4
2.3 Upravljanje dogodkov	6
2.4 Organizacijska shema – deležniki dogodka	7
2.5 Načrtovanje dogodka	9
2.6 Priprava dogodka.....	11
2.7 Finančno upravljanje dogodkov	12
2.7.1 Sponzorstvo	15
2.7.2 Donatorstvo.....	15
2.8 Promocija.....	16
2.9 Pravni vidik upravljanja dogodkov	17
2.10 Vrednotenje dogodka.....	20
2.11 Smernice pri organizaciji dogodkov.....	21
3 PRAKTIČNI DEL	23
3.1 Opis raziskave	23
3.1.1 Predstavitev lokacije dogodka	23
3.1.2 Predstavitev tradicionalnega dogodka	24
3.1.3 Intervju z direktorico Zavoda za turizem Preddvor	30
3.1.4 Anketa z obiskovalci dogodka	32
3.2 Interpretacija rezultatov raziskovalnih metod.....	41
3.3 Primerjava med preteklimi dogodki s predlogi za izboljšavo pri naslednjem dogodku.....	43
4 ZAKLJUČEK	44
5 VIRI IN LITERATURA	46
PRILOGI	48

KAZALO TABEL

Tabela 1: Model procesa upravljanja dogodkov.....	7
Tabela 2: Primer proračuna dogodka	14
Tabela 3: Predlagana razširitev gostinske ponudbe	34
Tabela 4: Popestritev ponudbe na stojnicah.....	37
Tabela 5: Predlogi sprememb prireditve	39

KAZALO SLIK

Slika 1: Pogled z grajske terase na jezero Črnava z Zaplato v ozadju	24
Slika 2: Potop božičnega drevesca v jezero Črnava	25
Slika 3: Plakat, ki vabi na dvajseto obletnico potopa božičnega drevesca	27
Slika 4: Plakat, ki vabi na virtualni dogodek.....	28
Slika 5: Potapljača, ki bosta potopila drevesce	29
Slika 6: Potopljeno božično drevesce v jezeru Črnava	29

KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Poznavanje prireditve.....	32
Grafikon 2: Obisk prireditve	32
Grafikon 3: Zadovoljstvo obiskovalcev z gostinsko ponudbo	33
Grafikon 4: Zadovoljstvo s programom prireditve	35
Grafikon 5: Zadovoljstvo s ponudbo na stojnicah	36
Grafikon 6: Datum prireditve.....	38
Grafikon 7: Zadovoljstvo s prireditvijo kot celoto.....	38
Grafikon 8: Udeležba lokalnega prebivalstva.....	40
Grafikon 9: Starost obiskovalcev	40

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

V Preddvoru vsako leto 25. decembra organizirajo tradicionalni potop božičnega drevesca. Ob samem potopu se ob jezeru Črnava zvrsti še veliko drugih dogodkov, zato sama organizacija zahteva dobro organizacijo. Na ta način organizatorji pritegnejo obiskovalce različnih starostnih in interesnih skupin, k uspešnosti dogodka pa poleg potopa pripomorejo še drugi dejavniki. Ljudem je potop božičnega drevesca všeč, hkrati pa si želijo, da bi bilo dogajanja še več. Da bi bil dogodek za ljudi nekaj posebnega, bi ga lahko spremenili oziroma obogatili in izboljšali.

1.2 CILJI NALOGE

Namen diplomske naloge je na kratko opisati tradicionalni potop božičnega drevesca v Preddvoru, saj smo se ga udeležili že večkrat in imamo glede izvedbe tega dogodka nekaj predlogov za njegovo nadgradnjo. Naš namen je tudi nakazati elemente, s katerimi bi čim bolj povezali lokalno skupnost pri soustvarjanju tradicionalnega dogodka, v našem primeru prebivalce občine Preddvor.

Glavni namen diplomske naloge je odgovoriti na zastavljeni raziskovalni vprašanji:

1. Na kakšen način lahko dogodek dvignemo na višjo raven?
2. Kateri so glavni elementi, s pomočjo katerih bi še bolj povezali lokalno skupnost občine Preddvor?

Cilj diplomske naloge je prikazati zahtevnost organizacije javnega dogodka, hkrati pa raziskati, na kakšen način in s katerimi dejavniki bi dogodek lahko dvignili na višjo raven.

Konkretni cilji so:

- podali bomo teorijo o organizaciji javnih dogodkov,
- raziskali bomo, katera dokumentacija je potrebna za organizacijo javne prireditve,
- podali bomo mnenja intervjuvanih obiskovalcev,
- ocenili bomo, kako mnenja ljudi vplivajo na organizacijo in izvedbo dogodka,
- predlagali bomo, s katerimi dejavniki lahko še izboljšamo dobro počutje in zadovoljstvo obiskovalcev,
- pripravili in oblikovali bomo smernice, s pomočjo katerih bi dogodek izboljšali in naredili še zanimivejši,

- predlagali bomo elemente, s katerimi bi lahko še bolj povezali prebivalce občine Preddvor,
- primerjali in ocenili bomo odstopanja med dejansko in predlagano organizacijo dogodka.

1.3 METODE DELA

V diplomski nalogi bomo uporabili kavzalno neeksperimentalno metodo za pridobivanje, analizo in interpretacijo podatkov ter izsledkov z uporabo intervjuja in anketnega vprašalnika.

- Intervjuvali bomo gospo Ernesto Koprivc, direktorico Zavoda za turizem Preddvor, in tako dobili odgovore na vprašanja o zahtevnosti organizacije dogodka.
- Prav tako bomo štiridesetim (40) obiskovalcem dogodka poslali anketni vprašalnik z dvanajstimi (12) vprašanji. Tako bomo lahko proučili in primerjali mnenja ljudi o potopu božičnega drevesca.

2 TEORETIČNE OSNOVE

2.1 ORGANIZACIJA JAVNEGA DOGODKA

Že od nekdaj so ljudje praznovali pomembne dogodke, kot so rojstvo, poroka, menjava letnih časov, žetev in podobno. Potreba po druženju se skozi zgodovino ni spremenila, saj na ta način zadovoljujemo fizične kot tudi socialne potrebe. Zadovoljevanje socialnih potreb je v današnjem času, ko nam primanjkuje medsebojnih stikov, še pomembnejše. Udeležba na prireditvi pa nam pomeni tudi umik iz vsakodnevne življenjske rutine in nam omogoča posebne občutke, doživetja in nove spomine (Mumel, 2012).

Organizacija javnih dogodkov se je v zadnjem času razvila v pravo tržno nišo. Na spletu najdemo veliko število podjetij, ki se ukvarjajo izključno s pripravo dogodkov. Če želimo dobro organizirati in izpeljati neki dogodek, ali če uporabimo angleško besedo »event«, moramo najprej definirati, kaj beseda dogodek sploh pomeni.

Slovar slovenskega knjižnega jezika (2014) dogodek opredeli kot nekaj, kar se zgodi. Tudi svoje življenje opredeljujemo kot niz dogodkov. Zgodijo se nam spontani dogodki, ki jih ne moremo nadzirati, in dogodki, ki jih načrtujemo ali organiziramo vnaprej. Zanimajo nas posebni dogodki s posebnim namenom. Pojavljajo se na vseh področjih družbenega življenja in v najrazličnejših oblikah. Skupna podlaga posebnih dogodkov je, da se zgodijo zaradi interesov organizatorja ali investitorja. Njihova ključna značilnost je načrtovanje, ki se začne s potrebo po dogodku. Vsak dogodek je nekaj posebnega in zgodba zase ter ima svoje mesto v določenem času in določenem prostoru. Predstavlja druženje manjšega ali večjega števila udeležencev. Posameznik ga ne more imeti samo zase, čeprav se zgodi v glavi in je neotipljiv. Ko se konča, ostane le kot spomin in nam pusti določene občutke. Dogodek je posebna izkušnja in doživetje, posebno doživetje pa je bistvo posebnih dogodkov (Novak et al., 2009).

Veljavna zakonodaja ne zajema definicije pojma dogodek, temveč zajema posamezne vrste dogodkov. Za organizatorje različnih dogodkov so pomembni predvsem dogodki, ki jih označujemo kot javne. Veljavna zakonodaja govori o javnih prireditvah.

Slovar slovenskega knjižnega jezika (2014) prireditev definira kot javni dogodek, predvsem kulturni, športni in zabavni. Javna prireditev je lahko tudi izobraževalne in verske narave ter druge aktivnosti, pri čemer udeležba ni pogojena ali pa je pod določenimi pogoji dopuščena vsakomur (Nunič, 2011).

Vnaprej je določeno, zakaj in kje se bo javna prireditev zgodila, kaj, kje in kdaj se bo dogajala ter kdo se je bo udeležil (Novak et al., 2009).

Lahko pa trdimo, da sta oba izraza, torej dogodek in prireditev, med seboj tesno povezana. Dogodek oziroma niz dogodkov so del prireditve, prireditev pa je celovit pojav. Povezavo vidimo tudi tako, da je dogodek vzrok oziroma povod, da se lotimo organizacije prireditve. Prav tako pa je prireditev lahko vzrok za dogodek, saj velikokrat komentiramo, da je bila neka prireditev »velik, nepozaben« dogodek (Sikošek, 2010). V diplomskem delu bomo uporabljali oba izraza.

Vendar pa moramo vedeti, da nekega dogodka ali javne prireditve ne bo, če je ne bo nekdo organiziral. Pojem organiziranje *Slovar slovenskega knjižnega jezika* (2014) opredeljuje kot usklajevanje, sistematizacijo sestavnih delov nečesa z namenom, da to dobro deluje in poteka. Sopomenke besede organizirati so pripraviti, prirediti, preskrbeti, osnovati.

V diplomskem delu bomo predstavili, kako organizirati dogodek in kaj organizacija javnega dogodka sploh zajema. Kako se bomo lotili organizacije dogodka, pa je odvisno od tega, kakšne vrste dogodek bomo organizirali ter kakšna sta njegov namen in cilj.

2.2 VRSTE DOGODKOV

Razdelitev posebnih dogodkov na posamezne vrste je toliko, kolikor je avtorjev o upravljanju dogodkov. Klasificirajo jih glede na velikost, vsebino in namen, na javne in zasebne. Razvrstili bi jih lahko tudi glede na povpraševanje predvidenega obiskovalca. Ne glede na to, za katero klasifikacijo se odločimo, so vsem dogodkom skupni namenskost, načrtovanje, edinstvenost, minljivost, fizičnost, neotipljivost, interaktivnost, obrednost in doživetje (Novak idr., 2009).

Velikost dogodka lahko merimo s privlačnostjo in sposobnostjo, koliko obiskovalcev bo privabil in kolikšno pozornost medijev bo pridobil. Velikost dogodka lahko merimo tudi s finančnim rezultatom, ki ga ustvari. Delimo jih na manjše, večje in velike dogodke (Sikošek, 2010).

- (Naj)manjši dogodki so dogodki lokalnega pomena. Obiskovalci so lokalni, prebivalci iz bližnje okolice in mimoidoči gostje in turisti. Za primer lahko navedemo »Potop božičnega drevesca v jezero Črnava« v Preddvoru. Udeležijo se ga večinoma domačini, medijsko pa je zanimiv le za lokalni časopis.
- Večje prireditve pritegnejo večjo pozornost obiskovalcev, udeležijo se jih obiskovalci iz celotne države in vzbudijo zanimanje medijev. V angleščini jih poimenujejo »major events«. Mednje štejemo predvsem športne, kulturne in

poslovne prireditve. Primer večje športne prireditve v Sloveniji je vsakoletna izvedba smučarskih skokov v Planici.

- Velike prireditve v angleščini imenujejo »mega events« in »hallmark events«. »Hallmark events« je nekoliko manjša prireditev kot »mega events«, vendar pa obe privabita izjemno veliko število obiskovalcev, odziv medijev je močan in prinašata dolgoročne ekonomske, infrastrukturne, ekološke vplive, oba pa odmevata po vsem svetu. Potekajo na ravni države, regije ali mesta. Take velike prireditve so olimpijske igre, Oktoberfest, Tour de France.

Avtorji strokovne literature se najpogosteje odločajo za **razvrstitev glede na vsebino** dogodka, ki je v tesnem odnosu z namenom prireditve. To razdelitev uporablja tudi edina slovenska klasifikacija dogodkov, ki jo je osnovala Sekcija organizatorjev dogodkov (SOD). Po klasifikaciji SOD dogodka delimo na sedem vrst (Novak et al., 2009):

- izobraževalne,
- komercialne,
- korporativne,
- politične,
- kulturne,
- športne,
- dobrodelne.

Vendar pa je omenjena klasifikacija pomanjkljiva, saj ne vključuje verskih dogodkov niti ne zajema posebnih osebnih dogodkov, kot so poroke, okrogle obletnice, otroški rojstni dnevi. Zaradi kompleksnosti dogodkov se posamezne kategorije med seboj prekrivajo, zato seznam nikoli ne bo dokončen (Novak et al., 2009).

Dogodke lahko razvrstimo tudi na **javne in zasebne**. Javni dogodki so namenjeni širši javnosti, zasebni pa zaprtemu krogu ljudi. Taka razvrstitev se je uveljavila v večini strokovne literature (Sikošek, 2010, povzeto po Getz, 1997).

Javne dogodke delimo na (Sikošek, 2010):

- kulturne (festivali, karnevali, verske prireditve, parade, spominske slovesnosti),
- umetnostne in zabavne (koncerti, predstave, razstave),
- poslovno komercialne (sejmi),
- športne (profesionalne in amaterske prireditve),
- izobraževalne in znanstvene (seminarji, kongresi, konference),
- rekreacijske (šport za zabavo, zabavne igre),
- državno politične (zborovanja, obiski državnikov).

Zasebne dogodke razvrščamo na (Sikošek, 2010):

- osebne proslave (obletnice, družinska praznovanja),
- družabne dogodke (zabave, srečanja).

Predstavili smo nekaj najpogostejših klasifikacij dogodkov, med avtorji strokovne literature pa se največkrat uporablja delitev glede na velikost, namen in vsebino.

V nadaljevanju bomo predstavili faze in naloge, ki jih moramo opraviti, če želimo dobro organizirati javni dogodek. To pomeni, da bomo dogodek upravljali.

2.3 UPRAVLJANJE DOGODKOV

Dogodki so stari kot človeštvo in dolgo je veljalo, da jih znamo pripraviti vsi. Upravljanje dogodka se začne s potrebo po dogodku in se je kot tržna niša pojavilo šele v zadnjem času. V pomoč pri upravljanju dogodkov so nam izsledki z različnih strokovnih področij, kot so organizacijske vede, management, psihologija, pedagoške vede, komunikacijska znanost, turistične vede (Novak et al., 2009).

Eno od osnovnih orodij upravljanja dogodkov je projektni management, saj ima vso širino in značilnosti projekta. Časovno in finančno je omejen, neponovljiv in enkratno. S pomočjo projektnega managementa bodo organizatorji dogodkov te učinkovitejše in kakovostnejše izvajali ter hkrati izboljšali njihovo organiziranje (Kuhar in Stare, 2017).

Shone & Parry (2010) menita, da organiziranje dogodkov vključuje določitev ciljev, grobo izdelavo načrta, podrobno planiranje, organizacijo in pripravo dogodka, izvedbo dogodka ter zaključevanje in oceno rezultatov.

Novak in drugi (2009) pa navajajo, da je na vsebinski in logistični ravni, ki zajema načrtovanje, pripravo in izvedbo dogodka primernejši izraz upravljanje dogodkov. Organizacija je namreč le del celote, ki jo imenujemo upravljanje dogodkov, in dejanski pomen angleškega izraza »event management«.

Proces upravljanja dogodkov opredeljuje priročnik *EMBOK (Event Management Body of Knowledge)*, ki predstavlja standard organiziranja vseh vrst dogodkov. *EMBOK* ponazarja niz nalog, ki se izvajajo korak za korakom in vsebujejo celoten obseg aktivnosti organizatorjev dogodkov. Skozi življenjski cikel dogodka se ukvarjamo z vsemi področji, zato je model brez zaporedja in hierarhije (Kuhar in Stare, 2017).

ADMINISTRACIJA	DESIGN	MARKETING	IZVEDBA	TVEGANJA
Finance	Vsebina	Marketinški načrt	Udeleženci	Predpisi
Človeški viri	Tema	Materiali	Komunikacija	Odločitve
Informacije	Program	Trgovanje	Infrastruktura	Prva pomoč
Nabava	Okolje	Promocija	Logistika	Zdravje in varnost
Deležniki	Produkcija	Odnosi z javnostmi	Sodelavci	Zavarovanje
Sistem	Zabava	Prodaja	Prizorišče	Pravni vidik
Čas	Catering	Sponzorstva	Tehnična podpora	Varnost

Tabela 1: Model procesa upravljanja dogodkov

(Vir: Kuhar in Stare, 2017)

Vsak od procesov prispeva k uresničevanju osnovne naloge, to je izvesti dogodek. Model opredeljuje tudi pet temeljnih načel upravljanja dogodkov, ki so osnova vseh procesov, in sicer kreativnost, povezovanje, etiko, stalne izboljšave in strateško razmišljanje. Temeljna načela je treba upoštevati pri vsakem elementu, fazi in procesu, o katerem se odločamo. Le na ta način bodo odločitve privedle do uspešnih in trajnostnih rezultatov (Kuhar in Stare, 2017).

Pri upravljanju dogodkov je lahko vpletenih veliko javnih ali zasebnih institucij, vsaka od njih pa ima svoj interes, da sodeluje pri izvedbi.

2.4 ORGANIZACIJSKA SHEMA – DELEŽNIKI DOGODKA

Deležniki dogodka so najpomembnejši del upravljanja dogodkov, saj se brez njih dogodek ne bo zgodil. Glavni deležnik je investitor, s katerim se organizacija dogodka pravzaprav začne. Izvajalci in podizvajalci so zadolženi, da se dogodek izpelje, ciljna javnost pa je vabljen na dogodek. Deležniki so tudi sponzorji, mediji, sodelavci, prav tako pa tudi lokalna skupnost, kjer bo dogodek potekal. Ob večjih dogodkih ali »major events« je deležnik, ali pa bi vsaj moral biti, vsa nacionalna javnost (Novak et al., 2009).

Investitor dogodka je organizacija ali posameznik in je lastnik dogodka. Ima največji interes za organizacijo dogodka ter nosi finančno in pravno odgovornost za njegovo izvedbo (Novak et al., 2009).

Organizator lahko nastopa v vseh treh vlogah, kar pomeni, da je lahko:

- pobudnik,
- naročnik in
- izvajalec hkrati.

Lahko je samo podjetje, ki je naročnik dogodka, vendar ni izvajalec. Organizator je lahko tudi podjetje, ki ni naročnik, je pa izvajalec – torej organizira dogodek za naročnika.

Zakon o javnih zbiranjih s komentarjem (Nunič, 2011) v 4. členu navaja, da je organizatorka oziroma organizator shoda oziroma prireditve fizična ali pravna oseba, na račun katere se izvede shod oziroma prireditve, in vsak, ki se javno razglaša za organizatorja ali kot organizator nastopa pred državnim organom.

Organizacijski odbor je sestavljen iz predstavnika naročnika in profesionalnega organizatorja ter prostovoljcev in podizvajalcev. Profesionalni organizator potrebuje pomoč zunanjih izvajalcev, hkrati pa tudi investitorje, sponzorje in promotorje. Naloga organizatorja je tudi, da prepozna deležnike, na katere dogodek lahko vpliva, njihove cilje in pričakovanja (Nunič, 2011).

Prostovoljci in podizvajalci s svojimi storitvami pomagajo pri pripravljanju in izvajanju dogodka. To so gostinske storitve, zdravstvene in varnostne službe, agencije za prodajo vstopnic, cvetličarji, fotografi, snemalci, povezovalci programa, tehnične in transportne službe, hoteli, kongresni centri, turistične agencije (Bowdin, 2011).

Načrtovanje vsakega dogodka se začne z raziskavo in eno izmed petih Goldblattovih W-vprašanj se glasi, kdo bodo **udeleženci dogodka**. Ne zadostuje le odgovor, kdo bo naš obiskovalec dogodka, opredeliti moramo tudi demografsko strukturo, želje, potrebe in pričakovanja. Od tega odgovora je odvisno, kakšni bodo:

- program,
- glasba,
- gostinske storitve,
- način trženja in
- varnostni ukrepi.

Ciljna javnost, za katero pripravljamo dogodek, je deležnik dogodka, za katerega si moramo vzeti največ časa (Novak et al., 2009).

Obiskovalci dogodka so skupina posameznikov, ki jim je dogodek namenjen. Lahko so le gledalci ali pa pri izvajanju dogodka aktivno sodelujejo. Bistveno je, da dogodek zadovolji njihove potrebe in pričakovanja ter jim ostane v čim lepšem spominu (Sikošek, 2010).

Največja nagrada organizatorju dogodka je prav gotovo zadovoljstvo obiskovalcev, zato je načrtovanju dogodka treba nameniti veliko časa.

2.5 NAČRTOVANJE DOGODKA

Začetna, a najpomembnejša naloga pri organizaciji dogodkov je načrtovanje. Z načrtovanjem dogodka zgradimo namreč podlago za vse nadaljnje aktivnosti, ki se nanašajo na pripravo, izvedbo in zaključek prireditve. Na ta način se izognemo negotovosti v naslednjih fazah dela. Končen uspeh prireditve je odvisen od uspešnega načrtovanja, v grobem pa poteka na dveh stopnjah.

Najprej določimo:

- cilje, ki jih želimo doseči,
- na drugi stopnji pa z načrtom določimo, kako bomo zastavljene cilje dosegli.

Načrt prireditve mora imeti jasno začrtano pot do zastavljenega cilja. Načrt dogodka je sestavljen iz več postopkov (Sikošek, 2010).

Načrtovanje vsakega dogodka se začne z raziskavo dogodka, s katero pripravimo izhodišča za izvedbo dogodka. Preden začnemo pripravljati načrt, si zastavimo pet osnovnih vprašanj, znanih kot Goldblattovi W-ji, ki predstavljajo osnovo za njegovo formacijo. Z odgovori na pet Goldblattovih W-jev dobimo podatek, ali se dogodek lahko realizira in ali ima tudi potencial za svoj nadaljnji razvoj (Sikošek, 2010).

Goldblattovi W-ji so (Novak et al., 2009):

1. **WHY** – zakaj želimo pripraviti dogodek?

Pomembni so razlogi za organizacijo in cilji, ki jih želimo doseči. V veliko pomoč nam je lahko SMART-formula. Cilji morajo biti pomembni (significant), merljivi (measurable), dosegljivi (attainable), relevantni (relevant) in pravočasni (timely). Dogodek mora biti uspešen, drugače nima smisla. Uspešen pa je takrat, kadar zastavljene cilje dosežemo in je koristen za vse deležnike.

2. **WHO** – kdo bodo udeleženci dogodka?

Osredotočimo se na deležnike dogodka in značilnosti ciljne skupine. Ne bo zadostoval le odgovor, kdo se bo dogodka udeležil, opredeliti moramo tudi značilnosti obiskovalcev, kot so njihova demografska struktura, želje, potrebe in pričakovanja. Ciljna javnost je najpomembnejši deležnik.

3. **WHEN** – kdaj se bo dogodek zgodil?

Dobra izbira termina je bistvena za dobro udeležbo na dogodku. Preveriti je treba, da se na isti dan ne dogaja kakšna podobna prireditev. Na udeležbo vpliva tudi vreme, zato je pomembno, da pripravimo rezervni načrt, sploh če bo dogodek potekal na prostem.

4. **WHERE** – kje bo dogodek potekal?

Vsak dogodek se dogaja na prizorišču, ki sovpada z njegovim namenom, ciljno javnostjo, terminom in programom. Na ta način prizorišče dogodka predstavlja tudi statusni simbol in dopolnjuje sporočilo, ki ga želimo sporočiti z dogodkom.

5. **WHAT** – kaj se bo dogajalo?

Aktivnosti, ki se bodo dogajale, so odvisne od vsebine dogodka, udeležencev dogodka, namena in vsebine našega sporočila. Pomembno je, da določimo rdečo nit, ki ji sledimo skozi celoten dogodek. V predpripravi ne bomo določili programa v vseh njegovih podrobnostih, pač pa osnutek, ki je podlaga za proračun.

Pomembno orodje pri raziskavi je tudi SWOT-analiza, s katero preverimo izvedljivost dogodka kot celote ali pa njegove posamezne faze. To je metoda, s katero ugotavljamo (Novak in drugi, 2009):

- prednosti (**Strengths**),
- slabosti (**Weaknesses**),
- priložnosti (**Opportunities**),
- nevarnosti (**Threats**) dogodka.

Prednosti in pomanjkljivosti se nanašajo na notranje faktorje, priložnosti in nevarnosti pa na zunanje okolje (Novak et al., 2009).

Če slabosti in nevarnosti prevladajo nad prednostmi in priložnostmi, je dogodek najbolje preklicati ali preložiti (Vodopivec, 2009/2010).

Za še realnejši občutek o stroških in koristih dogodka je treba narediti še **študijo izvedljivosti**. V nasprotnem primeru se lahko organizacije dogodka lotimo brez ustreznih podatkov o dejanskih finančnih stroških. Prav tako ne bomo dobili pravega občutka o času, ki ga bomo potrebovali za pripravo dogodka, in koristih, ki jih bo sploh prinesel. Odgovore dobimo s študijo izvedljivosti, ki mora najprej dati podatek, ali so koristi večje od stroškov in katera varianta dogodka je najboljša (Novak idr., 2009).

Ko smo odgovorili na vsa zastavljena vprašanja v fazi raziskave in če so odgovori v prid dogodku, je večina dela še pred nami. Z raziskavo in zasnovo smo dobili vsebino dogodka in določili osnovne sestavine. V nadaljnjem načrtovanju nas čakajo določitev vsega, kar potrebujemo za dogodek, priprava in koordinacija za izvedbo. V tej fazi moramo pomisliti tudi na najmanjše podrobnosti, ki se nanašajo na posamezne dele dogodka (Novak et al., 2009).

Govorimo o operativnem oziroma izvedbenem načrtu, sestavljenem iz več posameznih načrtov, ki se med seboj ločijo po vsebini. Načrtovati je treba program prireditve, komunikacijska orodja, izvedbene aktivnosti pred dogodkom, med njim in

po njem, človeške vire, finančne vire, sponzorska sredstva, čas, lokacijo in koordinacijo (McDonnell, Allen in O'Toole, 1999, v Sikošek, 2010).

2.6 PRIPRAVA DOGODKA

Priprava dogodka je naslednji korak pri organizaciji in pomeni uresničevanje vsega, kar smo si zastavili v fazi načrtovanja. Priprava dogodka se začne s sestankom organizacijske skupine, na katerem predstavimo potek dela, določimo naloge in odgovornosti članov skupine, uvedemo sistem komunikacije in razložimo, kar je nejasno. Od velikosti in kompleksnosti dogodka je odvisno, iz koliko članov je sestavljena organizacijska skupina, ki jo lahko poimenujemo tudi projektni tim. Pred dogodkom skupina skrbi za organizacijo in koordinacijo z nastopajočimi in drugimi podizvajalci, na dogodku pa za koordinacijo in skrbi, da vse poteka brez zapletov. Priporočeno je, da skupino vključimo tudi v odločanje na primer o načinu izvedbe ali tehničnih rešitvah, saj bomo na ta način dvignili motivacijo članov. Člani te skupine morajo biti zanesljivi in usposobljeni za izvajanje nalog, saj je od njih odvisno, ali bo dogodek potekal gladko. Pred sestavljanjem organizacijske skupine moramo vedeti, kakšno organizacijsko strukturo potrebujemo:

- enostavno,
- funkcijsko ali
- mrežno.

Enostavna struktura je prilagodljiva in jasna, vse odločitve pa sprejema oseba, ki ima nadzor nad skupino in delom. Člani skupine morajo imeti veliko znanja in opravljati več funkcij hkrati, po navadi so zelo motivirani, slabosti pa se pokažejo, če nekdo zboli ali če je vodenje preveč avtorsko.

V funkcijski strukturi so člani skupine odgovorni za logistiko, trženje, odnose z mediji, nastopajoče in varnost, specializirani so za delo na svojem področju. Skupino vodi upravljaec dogodka, prednost je večja učinkovitost, slabost pa slaba komunikacija med člani. Pomembno je, da so člani skupine sproti obveščeni o dogajanju, zato so priporočljivi redni sestanki.

Mrežna struktura je sestavljena iz zunanjih izvajalcev, kar pomeni, da za izvedbo posameznih delov dogodka najamemo zunanje izvajalce. Včasih je težko najti zanesljive zunanje izvajalce, vendar so prednosti v učinkovitosti, kakovosti storitev, prilagodljivosti, dinamičnosti, odzivnosti ter hitrem reševanju težav. Te vrste organizacijske strukture so najprimernejše za manjše ali večje prireditve (Novak et al., 2009).

Poznamo še dve organizacijski strukturi, to sta:

- matrična struktura in

- organizacijski odbor,

ki sta primerni za organizacijo velikih prireditev.

Matrična struktura je primerna za prireditvena podjetja, ki se ukvarjajo z organizacijo več prireditev hkrati. Ustrezna je tudi za velike prireditve, ki so sestavljene iz več zaokroženih in samostojnih dogodkov. Za organizacijski odbor je značilno, da ga sestavimo takrat, ko so potrebne dolgoročne in obsežne priprave na veliko prireditev.

Organizacijsko strukturo in nosilce posameznih funkcij smo določili, določiti pa je treba še njihovo odgovornost, pravice, način komunikacije in kontrole (Bowdin, 2001, v Sikošek, 2010). Od članov organizacijskega odbora se pričakuje specializirana znanja.

Komunikacija z deležniki mora biti jasna, trajna, konstruktivna, dvosmerna in sprotna, kar je naloga upravljavca dogodka. Dobri odnosi z deležniki in dobra komunikacija bodo poskrbeli, da bomo uresničili cilj dogodka.

Pri pripravi dogodka je zelo pomembno razmerje med organizatorjem in podizvajalci, kar je zahtevno in tvegano. V izogibitev finančnemu in vsebinskemu tveganju ter uresničevanju zavezujočih dogovorov je treba podpisati pogodbe. V pogodbi se proizvajalci zavežejo, da bodo storili natančno tako, kot je bilo dogovorjeno v pogajanjih. Dobra priprava pogodbe vzame nekaj časa, vendar naj bo vseeno čim bolj natančna. To je še posebej pomembno, če s podizvajalcem sodelujemo prvič. Upoštevati je treba, da lahko pride do sprememb pri organizaciji, zato mora biti pogodba tudi dovolj fleksibilna. Pogodbe se podpisujejo predvsem za storitve, za dobavo blaga pa navadno zadostuje naročilnica (Novak et al., 2009).

2.7 FINANČNO UPRAVLJANJE DOGODKOV

Dogodek se postopoma oblikuje in organizator mora imeti sposobnost, da poda približno oceno odhodkov in prihodkov. Pripraviti je treba finančni načrt, saj so stroški organizacije dogodka lahko precej višji, kot organizator pričakuje. Finančni načrt imenujemo tudi oblikovanje proračuna dogodka, za njegovo pripravo pa je potrebno veliko pozornosti, natančnosti in znanja. Finančni načrt nam pove, koliko stroškov in prihodkov lahko pričakujemo, prav tako nam prikaže razporeditev finančnih virov (McDonnell, Allen in O'Toole, 1999, v Sikošek, 2010).

Z oblikovanjem proračuna bomo obvladovali stroške in prihodke ter zagotovili ekonomsko uspešnost dogodka. Pri pripravi proračuna imamo dve možnosti. Prva možnost je, da pripravimo začetni predlog proračuna, ki vsebuje oceno višine vseh stroškov in prihodkov. Druga možnost je, da pripravimo delni proračun, ki zajema vsako postavko prihodka in odhodka posebej. S končnim proračunom oziroma obračunom pa bomo ugotovili, ali je bil dogodek ekonomsko uspešen (Sikošek, 2010).

Goldblatt (1997) predlaga tri korake oblikovanja proračuna:

- pregled stroškov in prihodkov podobnih ali enakih dogodkov,
- analiziranje ekonomskega okolja dogodka,
- ocena stroškov in prihodkov našega dogodka.

Od vrste in velikosti prireditve ter izvedbenih aktivnosti pa je odvisno, kakšna bo struktura stroškov in prihodkov.

Stroške je priporočljivo razdeliti na nujne, manj nujne in na tiste, za katere lahko izpogajamo višino. Poznati moramo zahteve dobaviteljev glede plačilnih rokov. Poklicni igralci, mojstri za zvok in glasbeniki na primer zahtevajo plačilo takoj, drugi izvajalci in podizvajalci pa imajo valuto petnajst oziroma trideset dni po prejetju računa. Višino stalnih stroškov, kot so na primer najemnine (prostora, opreme ...), plače redno zaposlenih in stroški zavarovanja lažje predvidimo in posledično lažje vplivamo nanje. Spremenljive stroške, kot so na primer stroški tiskanja vstopnic in priprava propagandnega materiala, pa težje predvidimo. Od razmerja med stroški in prihodki je odvisna ekonomska uspešnost dogodka. Zato je treba razdeliti skupne stroške na stalne in spremenljive ter določiti točko preloma (Sikošek, 2010).

Če naročnik naroči prireditev, je znan tudi vir prihodkov – torej naročnik. V primeru, da ne gre za takšne vrste prireditve, je treba najti druge vire. Dogodki se po večini financirajo iz prodaje vstopnic, prispevkov sponzorjev in donatorjev ter prodaje različnih vrst artiklov (McDonnell, Allen in O'Toole, 1999, v Sikošek, 2010).

V razpredelnici bomo prikazali proračun dogodka s primeri pomembnejših postavk stroškov in prihodkov. Posamezne postavke lahko opredelimo še podrobneje (Sikošek, 2010).

STROŠKI	Znesek	PRIHODKI	Znesek
Administrativni stroški		Prodaja vstopnic	
Stroški oglaševanja		Donacije	
Stroški najema prostora		Sponzorska sredstva	
Oprema, dekoracija prostora		Subvencije	
Plače zaposlenih		Kotizacije	
Nagrade prostovoljcem		Prodaja spominkov	
Zavarovanje		Prodaja prehrabnih artiklov	
Dovoljenja			
Potni stroški			
Stroški pogostitve			
SKUPAJ		SKUPAJ	
RAZLIKA: (dobiček oz. izguba)			

Tabela 2: Primer proračuna dogodka

(Vir: McDonnel, Allen in O'Toole, 1999, v Sikošek, 2010)

Oblikovanje proračuna je fleksibilen proces, ki ga je treba nenehno preverjati in nadzorovati (Sikošek, 2010).

Izvedbo dogodkov moramo vedno potrditi s študijo izvedljivosti, ki jo naredimo v fazi raziskave. Dogodek mora ustvariti dodano vrednost. Finančno upravljanje dogodka je postopek, ki traja ves čas, dokler trajajo finančne posledice dogodka. Namen finančnega upravljanja je zagotavljanje finančnega zdravja organizacije, ki upravlja dogodek. Zelo pomembno je tudi, da dosledno upoštevamo davčno zakonodajo in računovodske prakse.

Cilji finančnega upravljanja dogodka (Novak et al., 2009):

- zagotoviti vire prihodkov, ki bodo pokrivali stroške,
- povezava posameznih elementov s posebnimi viri (nastop izvajalca s sponzorstvom ali donacijo),
- ukvarjanje z aktivnostmi, ki prinašajo prihodek,
- nadzor nad stroški in prihodki,
- upravljanje finančnih tveganj.

Finančno upravljanje dogodka je prisotno v vseh dimenzijah in fazah upravljanja dogodka. Proračun nam pove, ali imamo denarna sredstva za študijo izvedljivosti, več denarja pomeni tudi več glasbe, z več sredstvi pa dosežemo boljše rezultate (Novak et al., 2009).

2.7.1 Sponzorstvo

Pridobivanje sponzorskih sredstev je zahteven proces, ki mora biti skrbno zasnovan. Sponzoriranje je poslovni odnos med dvema poslovnima partnerjema, ki imata določene koristi in obveznosti (Sikošek, 2010).

Sponzorstvo je oblika oglaševanja in naročnik je znan. Sponzor in naročnik dogodka skleneta pogodbo o sponzorstvu, ki je zavezujoča za obe stranki. Sponzor se zaveže, da bo sponzoriral sredstva, ki so v pogodbi natančno določena, znesek je poslovna skrivnost. Naročnik dogodka pa se zavezuje, da bo oglaševal sponzorja in njegove izdelke oziroma storitev. Naročnik dogodka sponzorja oglašuje na plakatih, vabilih, programskih listih, spletnih straneh in v sredstvih javnega obveščanja (Petrovič, 2006).

Sponzorstvo je za sponzorja investicija v poslovno priložnost, vrednost sponzorstva pa je le njegova dodana vrednost, ne sme pa biti cilj (Novak et al., 2009).

Priprava in izvedba dogodka sta finančno zelo zahtevna in odvisna od velikosti ter vsebine dogodka. Naročnik dogodka pogosto poišče sponzorje, ki pomagajo kriti stroške priprave in izvedbe dogodka (McDonnell, Allen in O'Toole, 1999; Goldblatt, 1997, v Sikošek, 2010).

Sponzor dogodka od sponzoriranca pričakuje, da bo povezal svojo blagovno znamko z vrednotami dogodka, dostopal do ciljne skupine sponzoriranca ter sodeloval pri dogodku z realizacijo marketinških in komunikacijskih ciljev. Pravica sponzorja je, da je predstavljen in promoviran z imenom, logotipom in zahvalo. Njegova dolžnost pa je, da v zameno za te storitve ponudi finančna sredstva ali določene storitve, blago ali pravice (Novak et al., 2009).

2.7.2 Donatorstvo

Glavna razlika med sponzorstvom in donatorstvom je, da stranka, ki donira sredstva, od druge ne pričakuje nobenih poslovnih koristi (Sikošek, 2010).

Donator ni vedno javno znana oseba ali podjetje. Donatorstvo je lahko tudi tajno in donatorja pri izvajanju aktivnosti ne omenjamo. Če nekdo ponuja donacijo in hkrati zahteva račun, to ni več donacija, ampak sponzorstvo. Donacija so materialna ali finančna sredstva, ki jih donator podari in v zameno ne pričakuje ničesar (Petrovič, 2006).

Donacija je torej plačilo oziroma prispevek denarnih sredstev, ki ga prejmejo na primer zavod, ustanova, verska skupnost, zbornica, sindikat od fizične ali pravne osebe. Doniranec nima obveznosti vračila in poplačila za proizvode ali opravljene storitve.

Doniranje pomeni, da podjetje podari denarna sredstva določeni organizaciji, brez kakršnih koli obveznosti. Dogovor o donaciji je lahko sklenjen s pogodbo ali katerim drugim dokumentom. Pomembno je, da so iz nje razvidni podatki, kot so naziv in status organizacije, ki bo donacijo prejela, namen zbiranja sredstev ter kako bodo sredstva porabljena (Donacija ali sponzorstvo? Kakšna je razlika?, 2018).

Podjetja se večinoma težko odločajo za sodelovanje oziroma podporo nevladnim organizacijam, društvom, zavodom v obliki doniranja, ker ne poznajo davčnih posebnosti. Večinoma velja, da je za dajalca z davčnega vidika sponzoriranje ugodnejše (Podjetnik.net, 2022).

2.8 PROMOCIJA

Za uspešnost dogodka nam manjka zelo pomemben člen, ki nam bo zagotovil primerno udeležbo in večje prihodke od stroškov. To je ciljna javnost, obiskovalci, ki se bodo udeležili dogodka. Kdo je naša ciljna javnost, smo morali razčistiti že v fazi načrtovanja, ko smo odgovorili na enega od ključnih Goldblattovih W-jev. Temu primerna mora biti tudi promocija dogodka, ki bo seznanila potencialne udeležence z vsemi pomembnimi informacijami, ki so vezane na prireditve.

Osnovni namen promocije je (Mumel, 2012):

- posredovanje informacij potencialnim obiskovalcem,
- prepričati jih, da je udeležba na prireditvi zanje smiselna in koristna,
- obiskovalcem omogočiti udeležbo.

Najpomembnejše je, da potencialnim obiskovalcem predstavimo vsebino prireditve in razlog, zakaj naj se je udeležijo. Na kakšen način bomo te informacije posredovali, je odvisno od velikosti prireditve in pomembnosti posameznika. Veliko prireditev, na kateri si želimo množico obiskovalcev, bomo oglaševali preko časopisov, revij, televizije, radia, plakatov, oglasnih tabel. Na manjši dogodek lahko udeležence povabimo z osebno pošto, nekoč so se informacije o dogodkih na vasi prenašale v večini od ust do ust (Mumel, 2012).

Od tega, preko katerega medija bomo posredovali informacije do potencialnih obiskovalcev, so odvisne značilnost posameznega medija, velikost in vsebina prireditve ter značilnost ciljne skupine. Danes v promocijske namene uporabljamo predvsem svetovni splet, ki nam ponuja veliko možnosti. Socialna omrežja, kot sta Facebook in Instagram, omogočata ustvarjanje oglasa in njegovo širjenje, saj je namen oglasa, da ga vidi čim več potencialnih obiskovalcev. Zato tudi ne zadostuje, da spletno stran samo ustvarimo, temveč moramo poskrbeti, da jo obiše čim več ljudi (Mumel, 2012).

Pomemben element pri promociji prireditve so tudi partnerji, kot so na primer zaposleni, ki pomagajo pri pripravi prireditve. Zaposleni, ki verjamejo v prireditev, bodo navdušili tudi druge ljudi in jim priporočili udeležbo. Tudi zunanji izvajalci in podizvajalci, ki imajo veliko stikov z drugimi, bodo poskrbeli, da bo prireditev čim bolj obiskana, saj je to tudi njihov interes (Mumel, 2012).

Prireditev bo uspešna le, če bomo dobro izpeljali promocijo, kar je v veliki meri odvisno od tega, kako dobro poznamo vse deležnike prireditve, še posebej ciljno skupino. Bistvo promocije je poudarek na doživetju, ki ga bodo deležni obiskovalci. Za vsako promocijo prireditve je pomembno, da se začne z načrtovanjem, osnova načrtovanja pa je raziskava. Najboljši način za promocijo dogodkov je pravzaprav kar drugi dogodek (Novak et al., 2009).

2.9 PRAVNI VIDIK UPRAVLJANJA DOGODKOV

Pred realizacijo dogodka moramo vedeti, da mora biti vsak javni dogodek organiziran v skladu z zakonskimi zahtevami. Za lažje razumevanje bomo v grobem pregledali, katere zakone in predpise mora upoštevati organizator dogodka, saj bo le tako dogodek potekal brez težav in zapletov. Zavedati se je treba tudi, da nespoštovanje zakona pomeni prekršek, ki se ga oglobi z zakonsko določeno vsoto. Organizator mora predvideti in upoštevati vse negativne dejavnike in se zavedati, da sta varnost in zdravje obiskovalcev na prvem mestu.

Prvi pravni vir, ki omogoča javne prireditve, je Ustava Republike Slovenije (2021), ki v 42. členu vsakomur daje pravico, da se svobodno združuje z drugimi, prav tako zagotavlja pravico do mirnega zbiranja in javnih zborovanj. Zakonske omejitve te pravice so dopustne, če to zahtevajo varnost države ali javna varnost ter varstvo pred širjenjem nalezljivih bolezni.

Podlaga za organizacijo javnih zbiranj sta Zakon o javnih zbiranjih (ZJZ, 2021) in Pravilnik za izvajanje zakona o javnih zbiranjih (2021). ZJZ je glavni zakonski akt, ki ureja način uresničevanja ustavne pravice do mirnega zbiranja in javnih zborovanj na javnih shodih in javnih prireditvah. Javna prireditev je v ZJZ-ju definirana kot vsako organizirano zbiranje oseb, ki želijo izvajati kulturne, športne, zabavne, izobraževalne, verske ali druge aktivnosti tako, da je udeležba brezpogojno ali pod določenimi pogoji dovoljena vsakomur. Javne shode in javne prireditve ima vsakdo pravico organizirati in se jih udeleževati. Prav tako ni dopustno nikomur preprečevati udeležbe, razen v primerih, ki jih določa zakon.

Nadzor nad izvajanjem tega zakona izvaja policija in tudi pristojni organi, če v dovoljenju organizatorju naloži dodatne ukrepe za večjo varnost ljudi in premoženja ter vzdrževanje reda. Nadzor nad izvajanjem predpisa, kot so uporaba zvočnih in drugih naprav ter nadzor nad zagotavljanjem reda, varnosti udeležencev in drugih

oseb ter premoženja v športnih objektih, izvajajo inšpektorji, pristojni za varstvo okolja in športa. Organizator prireditve je dolžan uradnim osebam pristojnega organa omogočiti dostop na prireditev ali shod (ZJZ, 2021).

Drugi predpisi, ki neposredno urejajo področje javnih zbiranj (GOV.SI, 2022):

- Zakon o volilni in referendumski kampanji (ZVRK),
- Pravilnik o službi nujne medicinske pomoči,
- Zakon o športu (ZŠpo-1),
- Uredba o splošnih ukrepih v športnih objektih na športnih prireditvah,
- Zakon o varstvu pred utopitvami (ZVU),
- Zakon o varnosti na smučiščih (ZVSmuč-1),
- Zakon o varstvu pred požarom (ZVPoz),
- Uredba o varstvu pred požarom v naravnem okolju,
- Pravilnik za izvajanje ognjemetov,
- Uredba o načinu uporabe zvočnih naprav, ki na shodih in prireditvah povzročajo hrup,
- Zakon o veterinarskih merilih skladnosti (ZVMS),
- Zakon o ohranjanju narave (ZON).

Vsako javno prireditev mora organizator prijaviti najmanj pet dni pred njeno izvedbo osebno na pristojni policijski postaji (ZJZ, 2021).

Poleg prijave javne prireditve na policijski postaji, na območju katere se organizira prireditev, je treba pridobiti tudi posebno dovoljenje, ki ga izda krajevno pristojna upravna enota in ga je treba vložiti deset dni pred dnevom prireditve. To velja za naslednje prireditve (ZJZ, 2021):

- prireditev na javni cesti, če predstavlja izredno uporabo ceste;
- za mednarodno športno prireditev in člansko tekmovanje v kolektivnih športih, če na njem sodeluje vsaj en klub prve državne lige;
- za prireditev, na kateri se uporablja odprt ogenj oziroma predmeti ali naprave, zaradi katerih je lahko ogroženo življenje ali zdravje ljudi ali premoženje;
- za prireditev, na kateri se pričakuje več kot 3000 udeležencev.

V določenih primerih, ko gre za specifične prireditve in ko bi lahko prišlo do ogrožanja varnosti ali pravic drugih, je treba zaprositi še za nekatera druga dovoljenja (GOV.SI, 2022):

- dovoljenje za zaporo ceste ali omejitev prometa pri organiziranju prireditve ali shoda na cesti, ki ga izda Direkcija za ceste ali pristojni organ lokalne skupnosti;
- dovoljenje za organiziranje prireditve na vodi v območju morskega pristanišča, ki ga izda Uprava za pomorstvo;
- soglasje za prireditve z zbiranjem živali, ki ga izda Uprava za varno hrano, veterinarstvo in varstvo rastlin;
- dovoljenje za uporabo zrakoplova na prireditvi, ki ga izda Uprava za civilno letalstvo;
- dovoljenje za začasno ali občasno čezmerno obremenitev okolja na prireditvi, če se uporabljajo zvočne ali druge naprave, ki povzročajo čezmeren hrup, ali dovoljenje za drugačne čezmerne obremenitve okolja, ki ga izda pristojni organ občine ali Ministrstvo za okolje in prostor;
- dovoljenji za izvedbo klasične igre na srečo, kot sta srečelov ali tombola večje vrednosti, ki ju izdaja Ministrstvo za finance in Urad za nadzor prirejanja iger na srečo;
- soglasje fizične ali pravne osebe, ki ima v lasti nepremičnino, kjer bo potekala prireditev, oziroma soglasje lokalne skupnosti, če je lastnik ali upravitelj prireditvenega prostora.

Za tekmovalne športne prireditve v kolesarstvu ter avto-moto športu na cesti in druge prireditve na cesti, ki potekajo na območju dveh ali več upravnih enot, je treba zaprositi za dovoljenje najmanj trideset dni pred dnevom prireditve (GOV.SI, 2022).

Prireditve ni treba prijaviti, če ta zakon ne določa drugače, v kolikor jo organizirajo (ZJZ, 2021):

- gospodarske družbe in samostojne podjetnice posameznice oziroma samostojni podjetniki posamezniki kot svojo redno dejavnost v svojih poslovnih prostorih;
- državni organi, lokalne skupnosti, politične stranke, sindikati, verske skupnosti, društva ter druge organizacije v zvezi z opravljanjem svoje dejavnosti, določene s predpisom, statutom ali pravili, v svojih poslovnih prostorih, ki so namenjeni za opravljanje te dejavnosti;
- študentke oziroma študenti, dijakinje oziroma dijaki, učenke oziroma učenci v mejah hišnega reda v šolskih prostorih.

Področje javnega zbiranja in združevanja posredno urejajo še drugi pravni predpisi, ki urejajo odnose med organizatorjem prireditve in udeleženci ter med organizatorjem prireditve in njegovimi podizvajalci. Drugi temeljni pravni viri za ureditev teh odnosov so predvsem (Novak et al., 2009):

- Obligacijski zakonik,
- Zakon o varstvu potrošnikov,
- Zakon o varstvu konkurence,
- Zakon o varstvu osebnih podatkov,
- Zakon o avtorskih in sorodnih pravicah,
- Zakon o industrijski lastnini,
- Zakon o varstvu javnega reda in miru,
- Zakon o varstvu potrošnikov.

Pri pregledu zakonov in predpisov, ki obravnavajo organizacijo dogodka, smo ugotovili, da je treba vsako prireditev organizirati tako, da ne ogroža življenja in zdravja obiskovalcev ali njihovega premoženja. Poskrbljeno mora biti za red in varnost. Na shodih in prireditvah je policija dolžna zagotoviti, da shod oziroma prireditev ne bo motena ali ovirana.

2.10 VREDNOTENJE DOGODKA

Dogodek se je zgodil, obiskovalci so odšli, naše delo pa še ni končano. Neposredno po zaključku je treba pospraviti prizorišče, pregledati in plačati račune, sestaviti obračun, vrednotiti opravljeno delo in oblikovati poročilo. Vse te aktivnosti smo predvideli v načrtu prireditve. Vrednotenje dogodka je še posebej pomembno, če bomo enak ali podoben dogodek še kdaj pripravljali. Na ta način ugotovimo, kaj je bilo dobro, kaj napačno oziroma kaj lahko v prihodnje izboljšamo, pa naj gre za velik, večji ali manjši dogodek (Mumel, 2012).

Vrednotenje dogodka je zahtevno opravilo, zato je pri tem treba vključiti vse deležnike, ki so prispevali k dogodku, in vse, na katere je dogodek vplival.

Podatke, ki jih potrebujemo za vrednotenje dogodka, lahko zberemo z anketiranjem obiskovalcev, z opazovanjem ali s poročanjem. Opazujejo lahko zaposleni, ki so na to nalogo pripravljeni in usposobljeni. Poročajo pa lahko policisti, gasilci, zdravstvena ekipa, turistični delavci in prevozniki (McDonnell, Allen in O'Toole, 1999, v Sikošek 2010).

Metodi, ki ju uporabljamo pri vrednotenju, sta:

- kvantitativna in
- kvalitativna raziskava.

Pri kvantitativni raziskavi ovrednotimo število udeležencev, njihovo porabo, obiskanost spletne strani in druge pokazatelje, ki jih lahko vrednotimo s številkami. S kvalitativno raziskavo pa ugotavljamo, ali so udeleženci dojeli sporočilo dogodka, ali je dogodek zadovoljil njihova pričakovanja, koliko smo vplivali na njihova prepričanja (Novak et al., 2009).

Rezultati, ki jih dobimo na podlagi podatkov in metod, dosežejo svoj namen, če jih posredujemo interni in zunanji javnosti. Z rezultati seznanimo vse, ki so sodelovali pri pripravi in izvedbi dogodka. Interna javnost so zaposleni oziroma vodje posameznih delovnih skupin. Z izvajalci prireditve se pogovorimo o opravljenem delu ter se jim zahvalimo. Sponzorjem, medijem in udeležencem predstavimo rezultate in se jim zahvalimo za sodelovanje in pomoč. Poročilo za sponzorje naj vsebuje podatke, ki so za posameznega sponzorja zanimivi. Pogovorimo se tudi o izboljšavah in priložnostih, ki bi jih lahko izkoristili pri nadaljnjem sodelovanju. V duhu dobrega prihodnjega odnosa je prav, da tudi pri lokalni skupnosti preverimo, ali so bili zadovoljni z izpolnjevanjem dogovorov glede trajanja dogodka in čiščenja prireditvenega prostora (Mumel, 2012).

Kdaj torej lahko rečemo, da je bil dogodek uspešen? Samo takrat, ko smo dosegli zastavljene cilje. Za vrednotenje uspešnosti dogodka moramo že v raziskavi postaviti merljive cilje, da jih po dogodku lahko ovrednotimo (Novak et al., 2009).

2.11 SMERNICE PRI ORGANIZACIJI DOGODKOV

Velika količina podatkov in informacij, ki nas preplavljajo vsak dan, zahtevajo prilagajanje tudi s formatom dogodkov. Ljudje pričakujejo veliko različnega dogajanja, po možnosti nekaj novega in zabavnega. Ključne smernice, na katere moramo biti pozorni, so spreminjanje formata dogodkov, angažiranje in soustvarjanje, novi načini mreženja, družbeno odgovorni dogodki in učinkovitost dogodkov. Dogodke lahko soustvarjamo z obiskovalci in te na ta način dodatno angažiramo ter vpletemo v določen dogodek. Tako si bodo obiskovalci dogodek še bolj zapomnili in ga bolj poglobljeno doživeli. Mreženje dogodkov ni nekaj novega, je pa vedno aktualna tema. Socialna omrežja, kot so na primer Facebook, Instagram, Youtube, so zelo uporabna in hitra orodja za mreženje, samo znati jih moramo izkoristiti (Novak et al., 2009).

Smernice v organizaciji dogodkov težijo tudi k varovanju okolja, saj ne smemo pozabiti, da vsak dogodek poteka v nekem okolju. Organizatorji dogodkov imajo priložnost, da organizirajo dogodke kot družbeno odgovorne v ekološkem in socialnem smislu. Takim dogodkom pravimo trajnostni dogodki, saj so izvedeni s kar najmanjšim vplivom na okolje. Prispevajo k varovanju narave in okolja, torej na način, da ne onesnažujejo vode, tal, zraka in podnebja. Prav tako pa pozitivno vplivajo na družbo, kot na primer na blaginjo lokalne skupnosti in širše družbe, vključenost lokalnih deležnikov, dostopnost za vse, etičnost, odgovornost in transparentnost.

Organizator v največji meri lahko vpliva na mobilnost obiskovalcev, ravnanje z odpadki, dogovor z lokalnimi pridelovalci hrane in pijače in podobno (Plan B za Slovenijo, 2019).

Mednarodna zveza Zero Waste si prizadeva za čim manj odpadkov tudi na organiziranih dogodkih, zato je podala splošne smernice. Pri tem imajo občine pomembno vlogo, saj lahko organizatorje aktivno spodbujajo ali pa jih v to prisilijo in skozi prilagoditve lokalnih predpisov zvišajo minimalne standarde. Občine najbolj poznajo lokalne razmere in ljudi ter njihove navade, zato z majhnimi ukrepi lahko storijo veliko. Prav dogodki na javnih površinah so tisti, ki določajo smernice drugih dogodkov. Dogodek, ki je okolju prijazen, je bolj družbeno odgovoren in hkrati ozavešča obiskovalce (Zero waste Slovenija, 2016).

V Sloveniji organiziramo vedno več večjih prireditev, kar predstavlja določeno tveganje za pojav in širjenje nalezljivih bolezni. Nikakor se ne moremo izogniti pandemiji, ki nas je doletela in ki bo bistveno določala smernice pri organizaciji dogodkov v naslednjih letih. Pomembno tveganje predstavlja že manjši dogodek, zato bodo morali organizatorji spremljati in izpolnjevati zakonsko predpisane pogoje za organizacijo dogodkov. Potrebna bo velika mera prilagodljivosti in še več načrtovanja različnih možnosti izvedbe dogodka (v živo, hibridni dogodek ali samo preko spleta) (NIJZ, 2013).

Prihodnost so prav gotovo hibridni dogodki ali po angleško »streaming«, ki predstavljajo most med virtualnim in fizičnim svetom. Dogodka se je mogoče dejansko udeležiti ali pa ga spremljati preko spleta. Vsak ima svoje tipične lastnosti in prednosti. Fizični dogodek poveže občinstvo in ustvari posebno vzdušje ter hkrati omogoča tvorjenje spominov v centru dogajanja. Največji prednosti virtualnih dogodkov sta dostopnost in širok doseg. Udeležbo omogoča tudi tistim, ki se ga zaradi financiranja ali geografskih omejitev ne bi mogli udeležiti. Hibridne dogodke lahko organiziramo za konference, predavanja, stand up komedije, glasbene festivale, zabave, športne in druge dogodke. Hibridni dogodki nudijo nove možnosti in priložnosti, sploh v trenutnih časih pandemije. Organizatorji na ta način organizirajo varen in kakovosten dogodek, ki je v skladu s trenutnimi omejitvami in priporočili. Prepričani smo, da je v hibridnih dogodkih prihodnost prireditvene industrije in da jih bo v prihodnosti vedno več (Smile festival d.o.o., 2022).

3 PRAKTIČNI DEL

3.1 OPIS RAZISKAVE

Raziskovali smo izvedbo tradicionalnega dogodka »Potop božičnega drevesca v jezero Črnava v Preddvoru«, katerega organizator je Zavod za turizem Preddvor. Zanimalo nas je, kako so obiskovalci zadovoljni z dogodkom, kaj bi si želeli drugače ali boljše.

Predstavili smo lokacijo dogodka in njegovo vsebino. Opravili smo intervju z organizatorjem dogodka, to je Zavod za turizem Preddvor, ki je bil sestavljen iz desetih vprašanj odprtega tipa. Za obiskovalce dogodka smo pripravili spletno anketo, ki je bila sestavljena iz dvanajstih vprašanj. Devet vprašanj je bilo zaprtega tipa, tri vprašanja pa odprtega. Pri dveh vprašanjih smo uporabili Likertovo lestvico, s katero smo pridobili podatke o zadovoljstvu obiskovalcev dogodka. Uporabili smo spletno orodje 1ka.si. Odzvalo se je 40 anketirancev, ki pa niso vsi odgovorili na vsa vprašanja.

Iz intervjuja in ankete smo pridobili rezultate, ki jih interpretiramo v nadaljevanju diplomskega dela.

3.1.1 Predstavitev lokacije dogodka

Preddvor je naselje v severnem delu Slovenije, ki mu domačini s ponosom rečemo Dvor mirne narave. Leži pod pobočjem Storžiča in Zaplate, kjer reka Kokra izstopi iz soteske. Gora Zaplata se bohota nad naseljem in jo prepoznamo po zaplata gozda sredi gore, imenovani Hudičkov boršt. Legenda o nastanku Hudičkovega boršta je ena najbolj znanih v tem kraju (*Vodnik po Preddvoru*).

Poleg naravnih lepot se Preddvor ponaša s štirimi gradovi. Grad Hrib stoji ob jezeru Črnava, le nekaj sto metrov naprej najdemo grad Turn, ki je bil dom naše prve pesnice in pisateljice Josipine Urbančič Turnograjske, danes pa je dom starejših občanov. V bližini je Pusti ali Novi grad, ki je že dolgo razvalina. V središču Preddvora pa stoji grad Dvor, po katerem je kraj dobil tudi ime in je hkrati tudi najstarejši med preddvorskimi gradovi. Naravna in kulturna dediščina v Preddvoru je zelo pestra. Poleg štirih gradov ima tudi devet cerkva, prav vse pa so vredne ogleda. Preddvor kot majhen turistični kraj nudi veliko možnosti predvsem za butični turizem (Sodnik, 2019).

Naš mali biser sredi neokrnjene narave je najbolj poznan po akumulacijskem jezeru, ki je nastalo konec petdesetih let prejšnjega stoletja z zajezitvijo potoka Bistrica. Zajezili so ga zato, ker so potrebovali rezervoar za vodo, ki je poganjala stroje lesnega

obrata v bližini. Na tem mestu je rasel teman, črn gozd, zato so ga poimenovali Črnava. Jezero je veliko približno en hektar, obdaja ga sprehajalna pot. Ob jezeru stoji hotel Alma, zraven pa grad Hrib, ki je bil pred leti priljubljena destinacija za poročna slavja. Med njima stoji grajska terasa, na kateri vsako leto poteka dogodek »Potop božičnega drevesca v jezero Črnava v Preddvoru« (Izleti po Sloveniji, 2020).



*Slika 1: Pogled z grajske terase na jezero Črnava z Zaplato v ozadju
(Vir: Hotel Alma)*

3.1.2 Predstavitev tradicionalnega dogodka

Potop božične jelke se je začel leta 1999, ko so potapljači iz Gasilsko-reševalne službe Kranj v jezero Črnava prvič potopili osvetljeno božično drevesce. Pobudo za to idejo je dal Iztok Valič, in sicer so se potapljači GRS Kranj med letno vajo reševanja pod ledom domislili, da bi iz tega lahko naredili poseben dogodek. Na ta način je nastal potop božičnega drevesca (Gorenjski glas, 2019).

Vodja potapljačev Aljoša Zalaznik pravi, da so bili začetki potopa zanimivi. Družina petih potapljačev se je dogovorila, da bi potopili božično drevo v jezero Črnava. Našli so smrečico, ki so jo okrasili s kemičnimi lučkami, kakršne uporabljajo ribiči, saj drugih primernih luči niso našli, in jo potopili v jezero. Iz tega se je razvil dogodek, ki je postal tradicionalen. Obenem predstavlja tudi vajo za gasilce, da se naučijo delati v

zahtevnejših razmerah, ob mrazu, v vodi, pod ledom. Na takšen način imajo gasilci trening reševanja iz vode. Gospod Zalaznik pravi, da smrečico okrasijo z običajnimi lučkami, kakršne ima doma na smrečici skoraj vsakdo. Ustrezno so zatesnjene, a tudi če voda pride zraven, se nikomur ne more nič zgoditi, saj lučke le pregorijo (Gorenjski glas, 2019).



*Slika 2: Potop božičnega drevesca v jezero Črnava
(Vir: Gorenjski glas, 2019)*

Dogodek je tradicionalen in vsako leto se ga udeleži veliko ljudi. Preddvor je edini kraj, ki se na ta način poslovijo od starega leta. Dogodek poteka pri hotelu Alma ob jezeru Črnava, in sicer se program začne na terasi hotela z nastopom domače folklorne skupine in ženskega cerkvenega pevskega zbora iz Kokre. Josip Ekar iz KUD Matije Valjavca Preddvor vsako leto pove tudi zgodbo oziroma legendo o Hudičkovem borštu, ki pravi takole (Gorenjski glas, 2019):

V Potočah pri Preddvoru sta živela dva brata, ki sta se venomer prepirala, čigav je gozd, ki je rasel pod današnjo Zaplato. Brata sta se zaradi spora tožila tudi na sodišču. Nekega dne pa se je starejši brat razjezil in dejal, da če gozd ne bo njegov, naj ga vzame kar hudič. Takrat se je razbesnela nevihta, grmelo je in se bliskalo. Nevihta je bila tako huda, da so se podirala drevesa in odkrivala strehe. V tej nevihti je prišel hudič, se zlobno zasmejal in dejal: »Kjer se prepirata dva, tretji dobiček ima!« Na ramena si je optal celoten gozd in ga odnesel proti vrhu Zaplate. Takrat pa je v cerkvi sv. Jakoba zazvonilo poldne. Hudič se je prestrašil in gozd spustil iz rok prav na sredini Zaplate, kjer stoji še danes. Naslednji dan je hudič ugotovil, da v gozdu

manjkata dve drevesi. Enega je našel sam, drugega pa je izsledil s pomočjo ljudi. To drevo je zasvetilo, ko se ga je dotaknila človeška roka (OŠ Šenčur, 2014/2015).

Mlajši brat je hotel pogledati, kaj se dogaja z gozdom, a tega ni bilo več. To novico je sporočil tudi starejšemu bratu, a mu ta ni verjel. Kmalu pa se je prepričal, da brat govori resnico. Na mestu, kjer je bil prej gozd, je ostala pusta jasa. Dolgo časa se nihče ni upal približati gozdu, vendar so lovci sčasoma ugotovili, da je to tisti gozd, ki je bil včasih pod Zaplato. Ta gozd je še danes nekaj posebnega, saj je v njem veliko starih, debelih dreves in veliko rož. Po tem gozdu, ki je kakor zaplata, je gora dobila tudi ime (OŠ Šenčur, 2014/2015).

Zgodba je sicer vedno enaka, vsakič pa jo g. Ekar pove malo drugače. Če legende ne poznamo, ne moremo vedeti, kako se je porodila ideja o potopu božičnega drevesca.

Obiskovalce vedno pozdravi tudi župan, nato pa se potapljači v mraku z baklami podajo z ene strani jezera na drugo, proti drevescu, ki je že postavljeno v jezeru. Božično drevesce sveti do 6. januarja, ko je praznik svetih treh kraljev (Gorenjski glas, 2019).

Ob jezeru Črnava se tako od leta 1999 naprej vsako leto zbere veliko obiskovalcev, saj je Preddvor edini kraj v Sloveniji, ki na ta način zaznamuje odhod starega leta in teme ter prihod novega leta in svetlobe, ki spet prihaja v naša življenja (Gorenjski glas, 2019).

Zavod za turizem Preddvor vsako leto v mesecu decembru organizira niz dogodkov, ki so združeni pod skupnim imenom gRajski Preddvor. Večina dogodkov se dogaja v središču Preddvora, kjer stojita grad Dvor in kulturni dom. Izjema je le potop božičnega drevesca, ki se zgodi na jezeru Črnava.



Slika 3: Plakat, ki vabi na dvajseto obletnico potopa božičnega drevesca
(Vir: Spletna stran Občine Preddvor, 2021)

V letu 2020 in 2021 se je tudi ta dogodek moral prilagoditi epidemiološkim razmeram in je potekal brez zabavnega programa in obiskovalcev, ki so si lahko potop ogledali preko spleta in se je zgodil kot virtualni dogodek.

GRAD DVOR

gRajski Preddvor

Vsakodnevno dogajanje
Razstava jasic
Oglejte si jaslice na grajskem dvorišču in za praznično osvetljenimi okni gradu Dvor

Skupaj okrasimo novoletno drevesce
Na parkirišču pred gradom Dvor stoji smrečica in čaka, da jo okrasite z doma narejenimi okraski

Sobote in nedelje, ob 16. uri
Vila Mila in mehurčki želja
Ujemite milne mehurčke Vile Mille, ki izpolnjujejo želje

Sobote in nedelje, od 12. do 16. ure
Pravljični kotiček v grajski kavarni
Na zlatem stolu izrecite novoletno željo, mi pa jo bomo objavili na družbenih omrežjih

Torek, 21. 12. 2021, ob 18. uri
Glasbeni večer Svetloba
Glasba v izvedbi slepih in slabovidnih

Sreda, 22. 12. 2021, ob 18. uri
Večer božičnih pesmi s Tino Nunar

Četrtek, 23. 12. 2021, ob 17. uri
Pravljična urica in ustvarjalna delavnica
Pravljičica Zlata ptica Matije Valjavca ob 200. obletnici njegovega rojstva

Sobota, 25. 12. 2021, ob 21. uri
Potop božičnega drevesca v jezero Črnava
Virtualni dogodek na FB strani Visit Preddvor

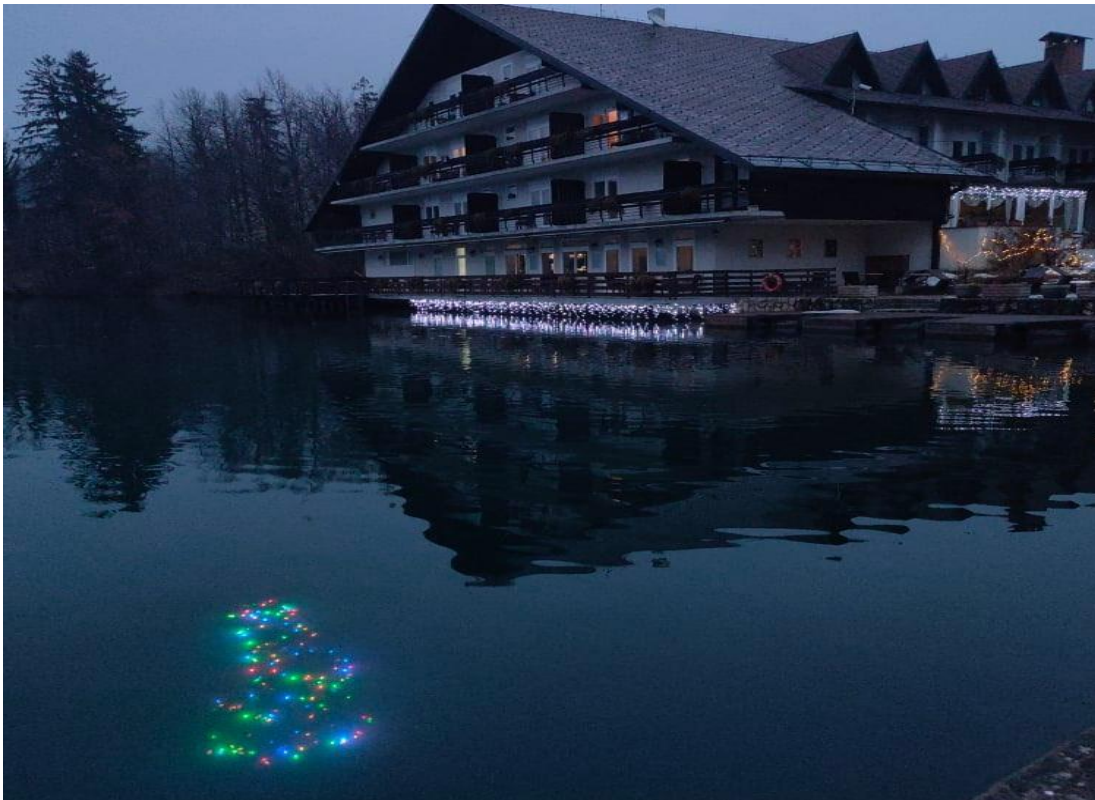
Ponedeljek, 27. 12. 2021, ob 18. uri
Novoletni glasbeni večer z Mileno Vrečko

Vsi dogodki so brezplačni. Za obisk sta potrebna pogoj PCT in zaščitna maska.

Slika 4: Plakat, ki vabi na virtualni dogodek
(Vir: Spletna stran Občine Preddvor, 2022)



*Slika 5: Potapljača, ki bosta potopila drevesce
(Vir: Gorenjski glas 2021)*



*Slika 6: Potopljeno božično drevesce v jezeru Črnava
(Vir: Spletna stran Občine Preddvor, 2022)*

3.1.3 Intervju z direktorico Zavoda za turizem Preddvor

Glavni organizator dogodka »Potop božičnega drevesca v jezero Črnava v Preddvoru« je Zavod za turizem Preddvor v sodelovanju z Občino Preddvor. Z direktorico Zavoda za turizem Preddvor, gospo Ernesto Koprivc, smo opravili intervju z naslednjimi vprašanji:

- 1. Glede na to, da ste vi, torej Zavod za turizem Preddvor, organizator dogodka, me zanima, kako ste prišli na idejo, da boste organizirali ta dogodek?**

Potapljači GRS Kranj imajo večkrat na leto vaje v jezeru, kot je na primer reševanje iz vode, in gasilec Uroš Valič je prišel na idejo, da bi v sklopu vaj potopili božično drevo. Ideja gospoda Valiča je prišla čisto spontano in iz tega je nastal dogodek, ki je ostal vsa ta leta približno enak, malo širši je bil program le leta 2019, ko smo praznovali dvajseto obletnico potopa.

- 2. Na kakšen način ste se lotili organizacije tega dogodka?**

Organizator tega dogodka je Zavod za turizem Preddvor, vendar ni bila ustanovljena organizacijska skupina, ki bi vodila ta projekt. Organizacija je prepuščena meni.

- 3. Ali so bili ciljna skupina udeležencev dogodka občani občine Preddvor ali tudi drugi obiskovalci iz sosednjih občin?**

Ciljna skupina dogodka so bili tako občani občine Preddvor kakor tudi drugi obiskovalci. Vendar pa se je dogodka udeležilo več obiskovalcev iz sosednjih občin kot pa domačinov.

- 4. Ali ste naleteli na kakšne ovire pri organizaciji dogodka, in če, kakšne so te bile in kako ste jih premostili?**

Pri organizaciji dogodka nismo imeli nobenih težav. Zavod za turizem Preddvor večkrat letno organizira razne dogodke in imamo že kar nekaj izkušenj. Dogodek je treba prijaviti na upravni enoti, zagotoviti redarje, prvo pomoč ...

5. Kaj ste želeli doseči z organizacijo tega dogodka? Je šlo zgolj za profit ali bolj za povezovanje lokalne skupnosti?

Zavod za turizem je javni zavod in dela za javno dobro, ne za dobiček. Glavna naloga našega zavoda je, da povezuje domače turistične deležnike, jih vključuje v dogodke in promovira samo destinacijo.

6. Ste za dogodek uspeli pridobiti sponzorje ali donatorje, in če, kako vam je to uspelo?

Ne, sponzorjev in donatorjev nismo iskali, ker stroški organizacije dogodka niso visoki. Potapljači pridejo zato, da izvedejo vajo, nastopajočih pa tudi ni veliko. Malo večji strošek bo naslednje leto nakup novega drevesca, ker je stari že dotrajan, in novih lučk.

7. Ste mogoče razmišljali o širitvi dogodka, in če, na kakšen način?

O širitvi dogodka nisem razmišljala. Težava je v tem, da se potop dogaja na božični dan, takrat pa so ljudje najrajši v krogu družine. Poleg tega je glavna zanimivost potop božičnega drevesca, kar se mora zgoditi v temi. Če bi se dogodek razširil čez ves dan, bi bilo vsega dogajanja preveč in ljudje ne bi čakali do teme, da bi videli potop.

8. Ste mogoče razmišljali, da bi dogodek prestavili na dan pozneje, torej na 26. december?

Ne, ker dogodek tradicionalno poteka na božični dan. Sprememba datuma tradicionalnega dogodka po večini zmede ljudi in posledično bi bila udeležba lahko precej manjša, kot je sicer.

9. Ste mogoče razmišljali, da bi izvedbo dogodka prestavili na zahodno stran jezera, kjer je več prostora?

S spremembo prireditvenega prostora ne bi dosti pridobili, ker je dogodek točkoven. Poleg tega na zahodni strani jezera voda ni dovolj globoka za potop drevesca. Tudi z varnostnega vidika je boljša grajska terasa, tudi drevesce, ki ostane v jezeru do šestega januarja, se od tam boljše vidi.

10. Ali ste z organizacijo dogodka zadovoljni ali bi kaj spremenili?

Najbolj bi bila vesela, če bi imela kakšno pomoč pri organizaciji.

3.1.4 Anketa z obiskovalci dogodka

1. Ali poznate prireditev »Potop božičnega drevesca v jezeru Črnava v Preddvoru«, ki se tradicionalno dogaja 25. decembra vsako leto?

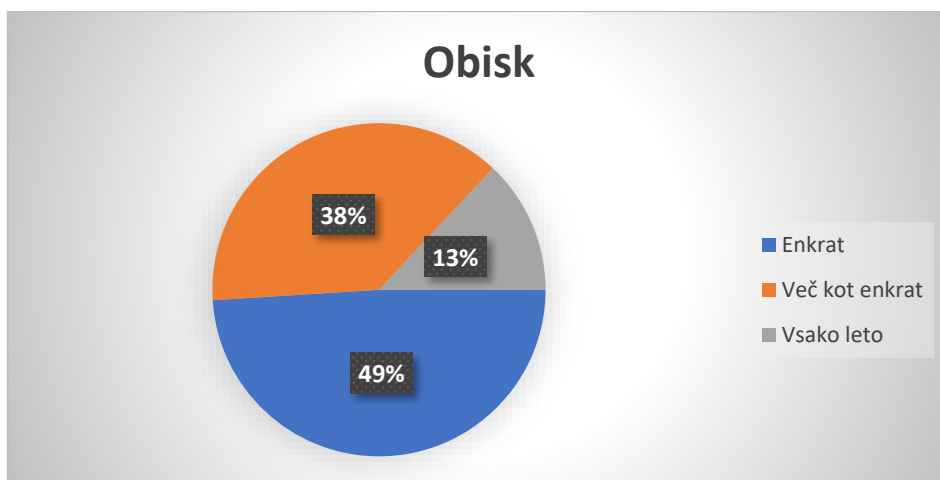


Grafikon 1: Poznavanje prireditve

(Lastni vir)

Iz grafa 1, ki predstavlja poznavanje prireditve, je razvidno, da vsi anketiranci (100 %) poznajo prireditev.

2. Kolikokrat ste omenjeno prireditev že obiskali?

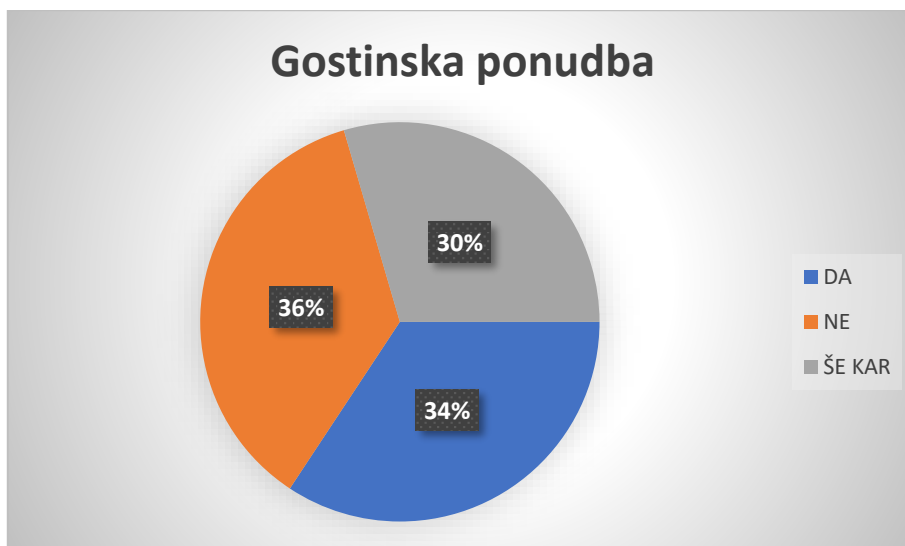


Grafikon 2: Obisk prireditve

(Lastni vir)

Anketa je pokazala, da se je slaba polovica anketirancev (49 %) prireditve udeležila enkrat, malo manj (38 %) več kot enkrat, le dobra desetina (13 %) pa se jih prireditve udeleži vsako leto.

3. Ali ste zadovoljni z gostinsko ponudbo?



Grafikon 3: Zadovoljstvo obiskovalcev z gostinsko ponudbo

(Lastni vir)

Z gostinsko ponudbo več kot tretjina (36 %) anketirancev ni zadovoljna, 34 % je zadovoljnih, ostalih 30 % pa je še kar zadovoljnih.

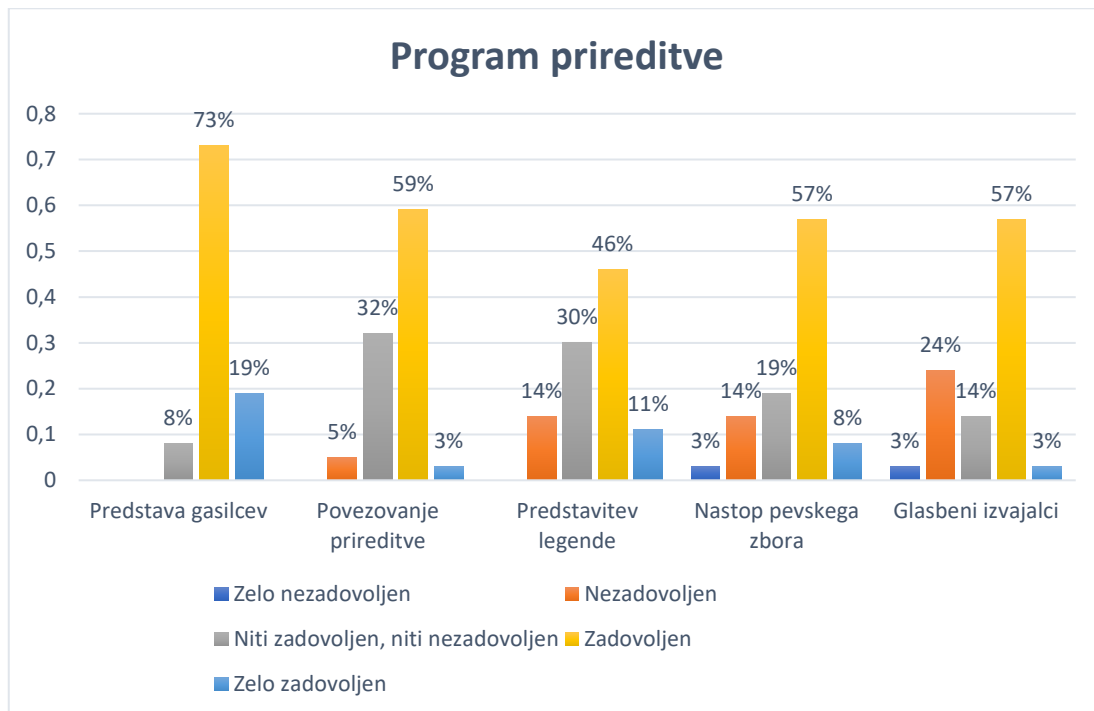
4. Česa bi si želeli v širši gostinski ponudbi?

Odgovori	Frekvenca	Odstotek
hitrejšo odzivnost	1	3 %
predvsem hitrejšo postrežbo	1	3 %
poleg toplih napitkov tudi kaj za jesti	1	3 %
večjo raznolikost	1	3 %
več različne domače hrane	1	3 %
domače jedi, več različne ponudbe	1	3 %
bolj pestro ponudbo	2	5 %
proteinske napitke	1	3 %
dobro kulinariko	1	3 %
sveže krofe in palačinke	1	3 %
hrano	1	3 %
dobro hrano po primerni ceni	1	3 %
kaj za jesti	1	3 %
vse ok	1	3 %
bolj raznolik jedilnik	1	3 %
več lokalne ponudbe	1	3 %
morda kakšen kanapejček več	1	3 %
hitrejšo postrežbo, palačinke, šmorn, jedi na žlico	1	3 %
lahko bi bilo kaj za jesti	2	5 %
stojnice s hrano, gostujoči kuharji ipd.	1	3 %
palačinke, šmorn	1	3 %
šmorn	1	3 %
lepšo postrežbo	1	3 %
sem zadovoljna z njihovo ponudbo	1	3 %
več toplih napitkov, npr. vroča čokolada ...	1	3 %
raznolikost	1	3 %
Skupaj	28	70 %
(Ni odgovoril)	12	30 %
Skupaj	12	30 %
SKUPAJ	40	100 %

Tabela 3: Predlagana razširitev gostinske ponudbe
(Lastni vir)

Tabela prikazuje, da si večina anketirancev (70 %) želi širšo in raznovrstnejšo gostinsko ponudbo, kot so je dejansko deležni na prireditvi. Želijo predvsem več različne domače, tople hrane. 30 % anketirancev na odprto vprašanje ni odgovorilo.

5. Kako ste zadovoljni s programom prireditve?



*Grafikon 4: Zadovoljstvo s programom prireditve
(Lastni vir)*

Zbrani podatki kažejo, da je večina obiskovalcev najbolj zadovoljna s predstavo gasilcev (73 %), ki vključuje potop božičnega drevesca. Nekoliko manj, a še vedno so zadovoljni s povezovanjem prireditve (59 %), predstavitvijo legende o Hudičkovem borštu (46 %) in nastopom pevskega zbora (57 %) ter z izbiro glasbenih izvajalcev (57 %).

Neodločeni so odgovori v zvezi s povezovanjem prireditve (32 %), predstavitvijo legende o Hudičkovem borštu (30 %) in nastopom pevskega zbora (19 %) ter nezadovoljni (24 %) z izbiro glasbenih izvajalcev, kar nakazuje na to, da je še veliko možnosti za izboljšave.

6. Ali ste zadovoljni s ponudbo na stojnicah?



*Grafikon 5: Zadovoljstvo s ponudbo na stojnicah
(Lastni vir)*

Večina anketirancev je s ponudbo na stojnicah še kar zadovoljna (54 %), dobra tretjina (35 %) je zadovoljna, desetina (11 %) pa je nezadovoljnih.

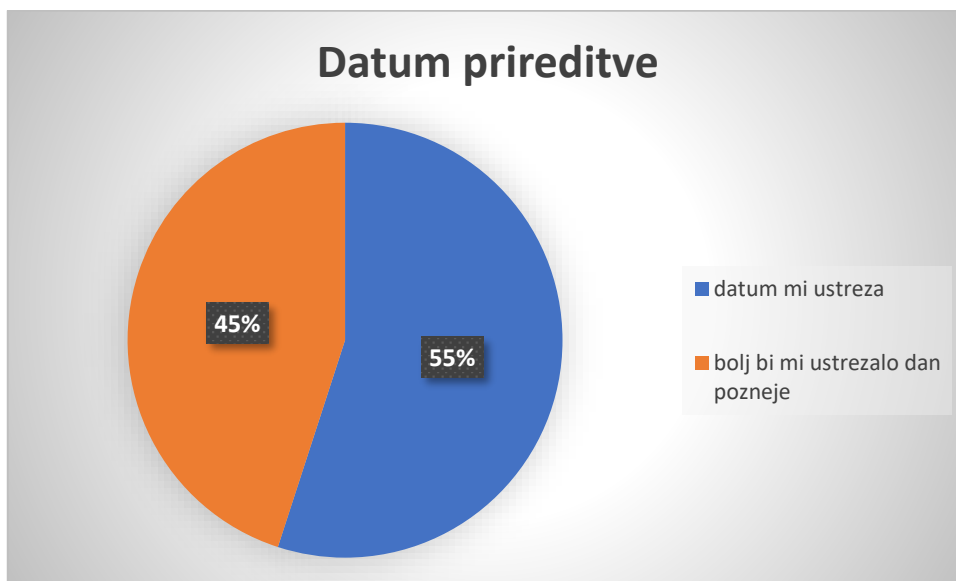
7. S čim bi lahko popestrili ponudbo na stojnicah?

Odgovori	Frekvenca	Odstotek
/	1	3 %
prodaja domačih izdelkov	1	3 %
z domačimi izdelki domačih ali tujih obrtnikov	1	3 %
prodaja božičnih piškotov	1	3 %
s čokolado	1	3 %
kvačkani izdelki, božični izdelki	1	3 %
kape, šali, rokavice	1	3 %
vse ok	1	3 %
več božičnih izdelkov	1	3 %
več domačih izdelkov	1	3 %
več domačih dobrot	1	3 %
nagradne igre	2	5 %
z domačimi izdelki, več poudarka na predstavitvi domačega kraja, običajev ...	1	3 %
izvirna darila	1	3 %
še več lokalnega	1	3 %
več lokalnih izdelkov	1	3 %
prodaja domačih piškotov in ostalega peciva	1	3 %
z domačimi kvačkanimi izdelki	1	3 %
lokalni izdelki	1	3 %
božični izdelki	1	3 %
pletene kape	1	3 %
predstavitev domače obrti	1	3 %
Skupaj	23	58 %
(Ni odgovoril)	17	43 %
Skupaj	17	43 %
SKUPAJ	40	100 %

*Tabela 4: Popestritev ponudbe na stojnicah
(Lastni vir)*

Anketiranci so na odprto vprašanje podali različne možnosti ponudbe na stojnicah. Večina (58 %) si želi več domačih, lokalnih izdelkov domače obrti, od piškotov do ročno izdelanih pokrival in božičnih izdelkov. Vse to je namig in morebitna spodbuda za lokalno inovativnost. Res pa je, da 43 % anketirancev ni odgovorilo. Žal ne moremo z gotovostjo trditi, ali so med njimi anketiranci iz prejšnjega vprašanja, ki so nezadovoljniji s ponudbo (11 %).

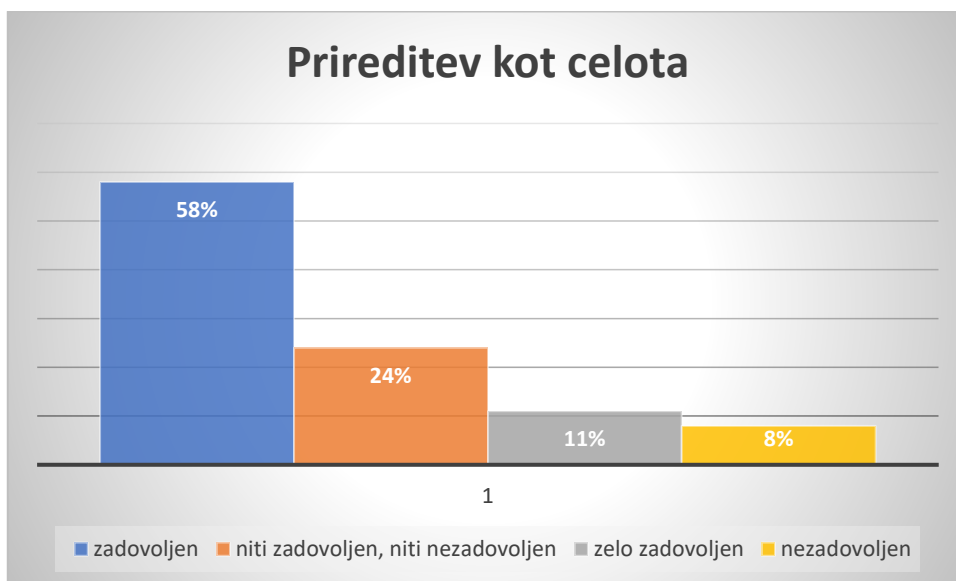
8. Vam je všeč, da se prireditve dogaja na božični dan, ali bi raje videli, da bi bila dan pozneje?



*Grafikon 6: Datum prireditve
(Lastni vir)*

Več kot polovici anketirancev (55 %) datum prireditve ustreza, 45 % pa bi jim bolj ustrezalo, če bi se dogajala dan pozneje.

9. S prireditvijo kot celoto sem ...



*Grafikon 7: Zadovoljstvo s prireditvijo kot celoto
(Lastni vir)*

11 % anketiranih je s prireditvijo zelo zadovoljnih, 58 % jih je zadovoljnih, 24 % je neopredeljenih (niti zadovoljni niti nezadovoljni), 8 % pa nezadovoljnih, kar kaže na to, da sta večini anketiranim tradicija in tradicionalni program všeč.

10. Kaj bi želeli pri prireditvi spremeniti? (vaše želje, predlogi, ideje ...)

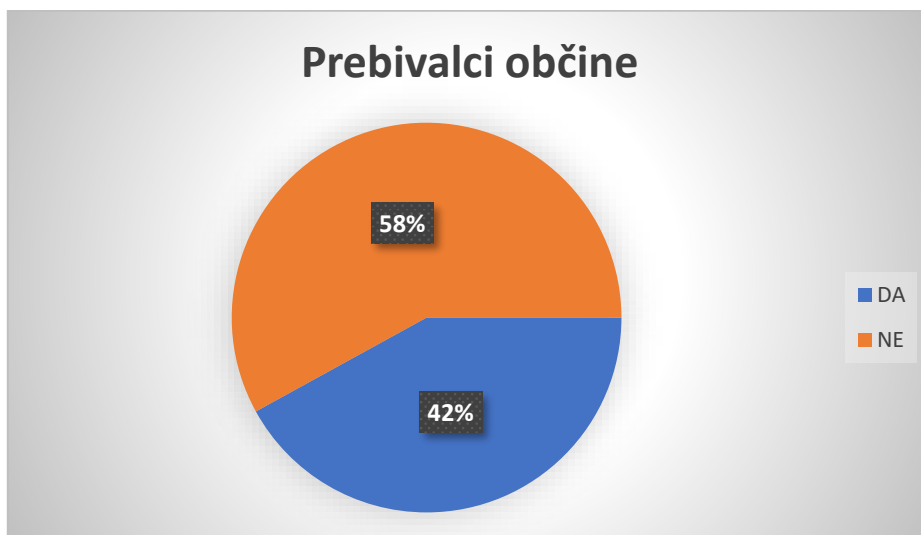
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
da bi se dogajanje začelo prej in ne šele pozno popoldne	1	3 %
več obveščanja o dogodku	1	3 %
več dogajanja	3	8 %
da bi več nastopali otroci	1	3 %
boljša glasba, več dogajanja	1	3 %
več glasbenih izvajalcev	1	3 %
kvalitetnejše glasbene izvajalce	1	3 %
legenda bi bila lahko boljše predstavljena	1	3 %
boljšo gostinsko ponudbo, kvalitetnejše nastope nastopajočih, boljše ozvočenje ...	1	3 %
nič	1	3 %
boljša glasba	2	5 %
/	1	3 %
še dodatna inovativnost in iskanje idej v starih običajih	1	3 %
ognjemet bi bil super	1	3 %
lahko bi bila prireditev na bolj profesionalnem nivoju in ne tako »po domače« (tu predvsem mislim na profesionalno gostinsko ponudbo, ozvočenje, povezovanje programa ipd.); prireditev bi lahko malce razširili, da bi bil dogodek zanimiv tudi prebivalcem drugih občin in ne samo domačim preddvorskim	1	3 %
boljša glasba, več dogajanja, legendo o Hudičkovem borštu bi lahko predstavili zanimiveje	1	3 %
legendo o Hudičkovem borštu bi lahko predstavili kot gledališko igro	1	3 %
Skupaj	20	50 %
(Ni odgovoril)	20	50 %
Skupaj	20	50 %
SKUPAJ	40	100 %

Tabela 5: Predlogi sprememb prireditve
(Lastni vir)

Od vprašanih smo želeli vedeti, kaj bi pri prireditvi spremenili. Od 40 anketirancev smo dobili 12 želja, predlogov in idej, ki se nanašajo predvsem na glasbo in izboljšano

predstavitev legende o Hudičkovem borštu, morda tudi kot gledališko igro. Na splošno si želijo več dogajanja, omenili so celo nastop otrok.

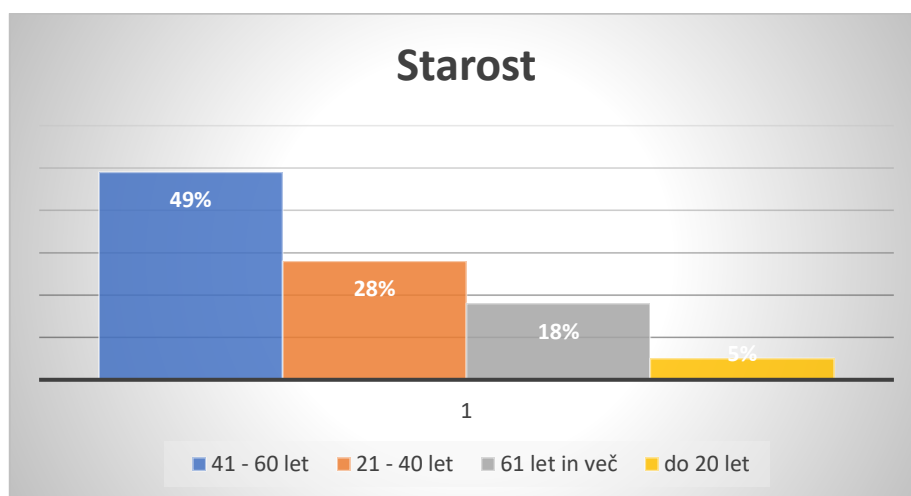
11. Ali ste prebivalec/-ka občine Preddvor?



Grafikon 8: Udeležba lokalnega prebivalstva
(Lastni vir)

V naši raziskavi je sodelovalo 58 % ljudi, ki niso prebivalci občine Preddvor, in 42 % ljudi, ki so prebivalci lokalne skupnosti.

12. V katero starostno skupino spadate?



Grafikon 9: Starost obiskovalcev
(Lastni vir)

49 % anketirancev je starih od 41 do 60 let, 28 % je starih od 21 do 40 let, 18 % je starih 61 let in več, 5 % pa je starih do 20 let.

3.2 INTERPRETACIJA REZULTATOV RAZISKOVALNIH METOD

Raziskava, ki smo jo opravili, je bila ciljno usmerjena na obiskovalce dogodka »Potop božičnega drevesca v jezero Črnava v Preddvoru«. Za pridobivanje informacij in analizo smo uporabili anketni vprašalnik z dvanajstimi vprašanji. Za potrebe raziskovanja smo izbrali vprašanja, ki se nanašajo na pogostost obiskovanja prireditve, gostinsko ponudbo, ponudbo na stojnicah, datum prireditve ter na prireditev kot celoto. Predvsem so nas zanimale želje, ideje in predlogi udeležencev dogodka, saj na podlagi le-teh lahko izboljšamo njegovo raven. Od demografskih podatkov nas je zanimala starost obiskovalcev in ali so prebivalci občine Preddvor.

Obiskovalce smo prosili, da so izpolnili anketni vprašalnik. K anketi je pristopilo 40 anketirancev in vsi poznajo prireditev. Polovica jih je prireditev obiskala vsaj enkrat, nekoliko manj več kot enkrat, rednih obiskovalcev pa je bilo le nekaj več kot za desetino. Iz teh podatkov lahko sklepamo, da prireditev ni tako zanimiva, da bi jo obiskovali vsakoletno.

Anketa je pokazala, da z gostinsko ponudbo več kot tretjina obiskovalcev ni zadovoljna, enak delež je zadovoljnih, ostali pa so še kar zadovoljni. Gostinsko ponudbo bi morali razširiti z domačo, toplo hrano, ki bi bila raznovrstna. Zadovoljni bi bili tudi s palačinkami in carskim pražencem ter z več izbire, kar se tiče toplih napitkov. Pripombe so bile tudi na samo postrežbo, ki bi vsekakor morala biti hitrejša.

Prireditev sestavljajo predstava gasilcev, predstavitev legende o Hudičkovem borštu, nastop pevskega zbora in glasbenih izvajalcev. Vse komponente je treba združiti v celoto, kar pomeni, da mora nekdo program povezovati. Obiskovalce smo povprašali, katero stopnjo zadovoljstva po njihovem mnenju predstavlja določen del prireditve. Dobili smo odgovore, da so zadovoljni z vsemi segmenti. Najbolj so zadovoljni s predstavo gasilcev, nekoliko manj pa s povezovanjem prireditve in glasbenimi izvajalci.

Zbrani podatki kažejo, da so obiskovalci s ponudbo na stojnicah še kar zadovoljni. Vendar si večina želi na stojnicah več ponudbe domačih, lokalnih izdelkov. Več poudarka bi moralo biti na predstavitvi domačega kraja in običajev. Želijo pa tudi več božičnih izdelkov, kot so na primer domači božični piškoti, ker se prireditev dogaja na božični dan.

Zanimalo nas je, kako na udeležbo dogodka vpliva datum, saj se dogaja na božič, ki ga tradicionalno najraje preživljamo doma, v družinskem krogu. Anketirancem smo

ponudili možnost, da bi dogodek prestavili na dan po božiču. Ugotovili smo, da datum ustreza več kot polovici obiskovalcev, torej bi bilo nesmiselno prestavljati dogodek na dan pozneje, torej na 26. december. Dogodek se že tradicionalno, dvaindvajset let dogaja na 25. december, saj je osrednji dogodek potop božičnega drevesca. Vendar pa smo nanj poskušali gledati tudi z drugega zornega kota, saj so pomembni deležniki na dogodku ponudniki hrane in pijače, prodajalci na stojnicah in nastopajoči, ki si ravno tako želijo biti na ta dan v krogu družine.

Splošno gledano je s prireditvijo kot celoto zadovoljnih več kot polovica vprašanih, vendar smo jih povprašali, kaj bi želeli pri prireditvi spremeniti in izboljšati. Prejeli smo odgovore, kot na primer, da bi se dogajanje začelo prej in ne šele pozno popoldan. Udeleženci želijo tudi več dogajanja in kakovostnejše glasbene izvajalce. Legenda o Hudičkovem borštu bi bila lahko boljše in zanimivejše predstavljena, na primer kot gledališka igra, v kateri bi nastopali otroci.

Anketa je pokazala, da je več kot polovica obiskovalcev prišla iz sosednjih občin, njihova starost pa je bila po večini med 41 in 60 let.

Če povzamemo interpretacijo rezultatov ankete, bi bil dogodek lahko bolj na profesionalni ravni in ne pripravljen tako »po domače«. Prav tako bi ga lahko malce razširili, da bi bil zanimivejši. Na ta način bi se ga udeležilo veliko več ljudi, bolj bi se jim vtisnil v spomin in naslednje leto bi ga prav gotovo spet obiskali.

Glavni organizator dogodka je Zavod za turizem Preddvor in direktorici Ernesti Koprivc smo zastavili vprašanja, ki se nanašajo na organizacijo dogodka, kot na primer, ali so naleteli na kakšne ovire pri organizaciji in kakšen cilj so z njim želeli doseči. Zanimalo nas je, kdo so ciljna skupina prireditve, ali so za dogodek uspeli pridobiti sponzorje in ali razmišljajo o širitvi oziroma nadgradnji dogodka.

Na podlagi opravljenega intervjuja smo izvedeli, da se dogodka po navadi udeleži več obiskovalcev iz sosednjih občin kot pa iz domače.

Gospa Ernesta Koprivc nas je seznanila z organizacijo dogodka, za katero pravi, da ni zahtevna, saj dogodek vsako leto poteka približno enako, z istimi nastopajočimi in približno enakim programom. Sponzorjev ali donatorjev doslej še niso potrebovali, ker stroški organizacije dogodka niso visoki in jih zmorejo sami. O spremembah in širitvi dogodka ne razmišljajo, saj vidijo težavo v tem, da poteka na božični dan, ko so ljudje najrajši v krogu družine. Vendar ne bi bilo smiselno spreminjati datuma prireditve, saj je dogodek tradicionalen in bi ljudi samo zmedlo. Z organizacijo dogodka je zadovoljna, bila pa bi vesela, če bi pri sami organizaciji imela pomoč, saj je v celoti repuščena njej.

Obiskovalci dogodka »Potop božičnega drevesca v jezero Črnava v Preddvoru« si želijo določenih sprememb in višjo raven izvedbe dogodka, ki bi jo lahko dosegli z več kakovostnega dogajanja. Mogoče bi moral Zavod za turizem Preddvor vseeno razmisliti o možnostih uvedbe vsaj nekaj sprememb, saj bi na ta način pripomogel k večjemu obisku in zadovoljstvu udeležencev. Posledično bi bolj povezali domače turistične deležnike in jih še bolj vključili v dogodek ter promocijo kraja.

3.3 PRIMERJAVA MED PRETEKLIMI DOGODKI S PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVO PRI NASLEDNJEM DOGODKU

Dogodek »Potop božičnega drevesca v jezero Črnava v Preddvoru« je že nekaj let vključen v promocijo dogodkov v gRajskem Preddvoru, ki potekajo ves mesec december, zato ga organizator tudi ni posebej izpostavljala.

Dogodek je tradicionalen in tradicionalen je tudi njegov železni repertoar, ki obsega:

- vodeno moderacijo na temo Hudička, ki je nosil drevesa,
- akcijo potapljačev, ki z baklami preplavajo jezero in nato potopijo drevesce,
- glasbeno spremljavo ter gostinsko ponudbo.

25. decembra 2019, na dvajseto obletnico potopa božičnega drevesca, je organizator popestril dogajanje še:

- z nastopom Pevskega zbora iz Kokre, ki je prepeval božične pesmi,
- z razstavo o jezeru Črnava,
- s ponudbo na stojnicah (domači in tuji ponudniki),
- s predstavitev vseh dotedanjih potopov na platnu,
- z ognjenim spektaklom (predstava z ognjem).

Glede na dodatno dogajanje, ki ni obsegalo samo potopa drevesca in legende o Hudičkovem borštu, je bilo tudi obiskovalcev precej več kot prejšnja leta. Na ta način je organizator vsekakor dobil potrditev, da si obiskovalci želijo več različnega dogajanja. Tudi anketa, ki smo jo izvedli z obiskovalci dogodka, je pokazala, da si želijo več različnih in kakovostnih vsebin.

Naš glavni namen diplomskega dela je bil odgovoriti na vprašanja, na kakšen način lahko dogodek dvignemo na višjo raven in kako bi še bolj povezali lokalno skupnost.

Na višjo stopnjo lahko dogodek dvignemo predvsem s kakovostnejšo izvedbo predstavitve legende o Hudičkovem borštu. Na vseh preteklih dogodkih je o legendi pripovedoval en človek, ki je tudi igral Hudiča. Naša zamisel je, da bi jo lahko izvedli člani dramske skupine Preddvor, in sicer kot gledališko igrano. Če bi dodali še zvočne učinke, bi se obiskovalcem vtisnila globoko v spomin. S še večjim poudarkom na

legendi o Hudičkovem borštu bi vsekakor obogatil tudi dosedanje promocijo našega kraja in turizma, hkrati pa bi ozaveščali mlade o pomembnosti kulturne dediščine.

Potapljači, ki z baklami preplavajo jezero in nato potopijo drevesce, naredijo predstavo, s katero je zadovoljnih največ anketiranih obiskovalcev. Lahko pa bi predstavo potapljačev spremljala primerna glasba.

Izboljšava je potrebna pri ponudbi na stojnicah z domačimi, lokalnimi izdelki. V občini Preddvor je zadnje čase vedno več kmetij, ki se usmerjajo v izdelavo izdelkov iz mleka in mesa. Ponudba hrane in pijače bi vsekakor morala biti v domeni domačih gostincev, ki jih je v občini Preddvor kar nekaj.

Naš predlog je tudi sodelovanje otrok na dogodku, na primer z izdelavo božičnih izdelkov, ki bi jih lahko prodajali na stojnicah. Organizator bi lahko povabil otroške pevske zbornice iz sosednjih občin, da bi peli božične pesmi. Starši bi pripeljali otroke in na ta način bi se občutno povečala udeležba na prireditvi. Hkrati otroci dodajo pozitivno noto dogodku in prispevajo k dobremu vzdušju.

V naši lokalni skupnosti imamo zelo dobre glasbenike in na tem dogodku bi se lahko predstavili tudi oni. Ne smemo pozabiti na Dom starejših občanov v bližini prireditvenega prostora, ki bi prav tako lahko prispevali kakšno pevsko ali dramsko točko.

Navedli smo nekaj predlogov, idej in izboljšav, ki bi dogodek dvignili stopničko višje in še bolj povezali domačine.

4 ZAKLJUČEK

Ljudje smo socialna bitja in potrebujemo družbo drugih ljudi, zato se radi udeležujemo raznovrstnih dogodkov. Udeležba na dogodku nam poleg izpolnitve socialnih teženj omogoča posebne občutke, nova doživetja in nove spomine.

Ločimo med dogodki, ki se zgodijo spontano, in dogodki, ki jih vnaprej načrtujemo in organiziramo. Organizacija dogodka je odvisna od namena in cilja, ki ga želimo doseči, ter od vrste dogodka, ki ga bomo organizirali. Pri pisanju diplomskega dela smo spoznali, da je organizacija dogodka zelo kompleksno opravilo, ki ga imenujemo projektni management. Sestavljeno je iz več faz. Proces upravljanja zajema deležnike dogodka, načrtovanje, pripravo, finance, promocijo, pravni vidik in vrednotenje dogodka. Če je cilj organizatorja čim večje zadovoljstvo udeležencev in posledično tudi dobiček, se je treba dobro posvetiti vsaki fazi posebej.

V diplomskem delu smo se posvetili organizaciji dogodka »Potop božičnega drevesca v jezeru Črnava v Preddvoru«. Raziskali smo, kako dogodek dejansko poteka, kakšna je stopnja zadovoljstva obiskovalcev in na kakšen način bi ga lahko poživili in usmerili proti višji stopnji. Dogodek je tradicionalen, dogaja se vsako leto na 25. december, z več ali manj enako vsebino že dvaindvajset let.

Organizator dogodka je Zavod za turizem Preddvor, ki dogodek organizira z minimalnimi sredstvi in pretežno temelji na prostovoljstvu, kar je tudi razlog, da se finančne strukture v diplomski nalogi nismo dotaknili. Občani občine Preddvor smo lahko vzor drugim lokalnim skupnostim, kako se zmore s skupnimi močmi organizirati dogodek in prebivalce še bolj povezati med seboj. Dobri medsebojni odnosi med prebivalci povečajo splošno učinkovitost, nas bogatijo in nam lepšajo življenje. Hkrati pa s sodelovanjem na dogodku spodbujamo medgeneracijsko povezovanje (staršev z otroki), kar je v današnjem tehnološko naprednem svetu postalo že nujno potrebno.

Raziskovalna metoda je pokazala, da obiskovalci želijo raznovrstnejše in kakovostnejše dogajanje. Navedli smo nekaj morebitnih predlogov za izboljšavo, ki bi lahko pripomogli k večjemu zadovoljstvu udeležencev in hkrati k nadaljnjemu razvoju dogodka. Ne smemo pozabiti na pomembnost ozaveščanja mladih o kulturni dediščini.

Slovenci imamo radi tradicijo in tradicionalne dogodke ter jim tudi radi prisostvujemo. Vendar če želimo, da se dogodka udeležujejo isti obiskovalci vsako leto, je treba uvajati novosti. Če pa želimo pritegniti še nove obiskovalce, je treba dogodek oglaševati na vse mogoče načine. Potopa božičnega drevesca se večinoma udeležijo prebivalci občine Preddvor in prebivalci sosednjih občin.

Smernice v organizaciji dogodkov nakazujejo, da se bodo ti v prihodnosti dogajali tudi virtualno. Virtualno okolje nam je lahko v pomoč, vendar ne more nadomestiti pristnosti človeške bližine.

Za zaključek velja poudariti, da se vsak organizator javne prireditve potruži po svojih najboljših močeh in da mu njegov čas, voljo in delo, ki ga je vložil v organizacijo, lahko najbolje povrnemo s prisotnostjo na dogodku. Zavedati se moramo, da je beseda doživeti sestavljena iz besedi »do« in »živeti«. Torej ne samo živeti življenja, ampak ga tudi doživeti z navzočnostjo na organiziranih dogodkih kot obiskovalec ali pa eden izmed drugih deležnikov. Bolj bomo vpleteni v dogodek, bolj se nam bo vtisnil v spomin. To pa sta bistvo in namen dogodka.

5 VIRI IN LITERATURA

Bubnič, E. et al., (2009). *Dogodek od A do Ž*. Ljubljana: Planet GV.

GOV.SI (2022). *Javni shodi in prireditve*. Pridobljeno 7. 4. 2022 z naslova <https://www.gov.si teme/javni-shodi-in-prireditve/>.

Inštitut za slovenski jezik ZRC SAZU (2021). *Fran, slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU*. Pridobljeno 19. 3. 2022 z naslova <https://fran.si/>.

Izleti po Sloveniji, 2020. *Pisane zgodbe*. Pridobljeno 25. 5. 2022 z naslova <https://www.pisanezgodbe.si/jezero-crnava-prijeten-sprehod-in-zanimiva-zgodba-opotopljenem-drevescu/>.

Kolar, E. in Zaletel, Z. (2013). *Management (športnih) prireditev*. Ljubljana: Agencija Poti.

Kuhar, E. in Stare, A.. (2017). "Analiza projektnega pristopa pri organizaciji dogodkov v Sloveniji." *Projektna mreža Slovenije*, 1–15.

Minimax (2018). *Donacija ali sponzorstvo? Kakšna je razlika?* Pridobljeno 7. 4. 2022 z naslova <https://www.minimax.si/blog-donacija-ali-sponzorstvo-kaksna-je-razlika/>.

NIJZ (2013). *Načrt delovanja ob množičnih prireditvah v Sloveniji za področje nalezljivih bolezni in okoljskih tveganj*. Pridobljeno 5. 4. 2022 z naslova <https://www.nijz.si/sl/publikacije/nacrt-za-delovanje-ob-mnozicnih-prireditvah-v-sloveniji-za-podrocje-nalezljivih-bolezni>.

Občina Preddvor (2022). *Božični potop drevesca v preddvorsko jezero*. Pridobljeno 25. 5. 2022 z naslova <https://www.preddvor.si/objava/582375>.

OŠ Šenčur (2014/2015). *Zgodbe turizma. Legenda + zabava = Hudičev boršt*. Pridobljeno 14. 3. 2022 z naslova http://www.os-sencur.si/files/2015/03/Hudi_%C4%8Dev-bor_%C5%A1t.pdf.

Plan B za Slovenijo (2019). *Priročnik za organizacijo trajnostnih dogodkov*. Pridobljeno 4. 4. 2022 z naslova <https://www.planbz slovenijo.si/images/arhiv/prirocnik-trajnostni-dogodki.pdf>.

Podjetnik.net (2022). *Sponzorstvo vs donatorstvo*. Pridobljeno 7. 4. 2022 z naslova <https://podjetnik.net/sponzorstvo-vs-donatorstvo/>.

Shone, A., in Perry, B. (2010). *Successful event management: a practical handbook*. Andover (Hampshire): Cengage Learning.

Sikošek, M. (2010). *Management prireditev: organizacija študentskih prireditev*. Koper: Univerza na Primorskem, Fakulteta za management Koper, 2010.

Smile festival d.o.o. (2022). *Kaj so hibridni dogodki?* Pridobljeno 5. 4. 2022 z naslova <https://www.thesmilenation.com/kaj-so-hibridni-dogodki/>.

Sodnik, I. (2019). *Kako so Preddvor predstavili novi turistični vodniki.* Pridobljeno 18. 5. 2022 z naslova <https://www.mojaobcina.si/preddvor/novice/kako-so-preddvor-predstavili-novi-turisticni-vodniki.html>.

Služba Vlade Republike Slovenije za zakonodajo (2021). *Pravilnik za izvajanje zakona o javnih zbiranjih.* Pridobljeno 7. 4. 2022 z naslova <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=PRAV4628>.

Služba Vlade Republike Slovenije za zakonodajo (2021). *Ustava Republike Slovenije.* Pridobljeno 7. 4. 2022 z naslova <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=USTA1>.

Služba Vlade Republike Slovenije za zakonodajo (2021). *Zakon o javnih zbiranjih (ZJZ).* Pridobljeno 5. 4. 2022 z naslova <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1455>.

Vodopivec, V. *Projektno organiziranje poslovnih dogodkov 2009/2010.* Pridobljeno 25. 3. 2022 z naslova <https://www.leila.si/dokumenti/popd.pdf>.

Zavod za turizem Preddvor (b. l.). *Visit Preddvor.* Pridobljeno dne 17. 5. 2022 z naslova <https://www.visitpreddvor.si/si/dobrodosli/odkrij-preddvor/>.

Zavr, Žlebir, Danica. (27. 12. 2019). *Dvajsetič potopili božično drevesce.* *Gorenjski glas.* Pridobljeno 13. 5. 2022 z naslova <https://www.gorenjskiglas.si/article/20191227/C/191229792/1016/February>.

Zero waste Slovenija (2016). *Zakonodajna priporočila za občine.* Pridobljeno 4. 4. 2022 z naslova http://ebm.si/zw/wp-content/uploads/2017/02/Zakonodajna_priporo%C4%8Dila_za_ob%C4%8Dine.pdf.

PRILOGI

Priloga 1: VPRAŠANJA ZA INTERVJU Z DIREKTORICO ZAVODA ZA TURIZEM PREDDVOR

1. Glede na to, da ste vi, torej Zavod za turizem Preddvor, organizator dogodka, me zanima, kako ste prišli na idejo, da boste organizirali ta dogodek?
2. Na kakšen način ste se lotili organizacije tega dogodka?
3. Ali so bili ciljna skupina udeležencev dogodka občani občine Preddvor ali tudi drugi obiskovalci iz sosednjih občin?
4. Ali ste naleteli na kakšne ovire pri organizaciji dogodka, in če, kakšne ovire so to bile in kako ste jih premostili?
5. Kaj ste želeli z organizacijo tega dogodka doseči? Je šlo zgolj za profit ali bolj za povezovanje lokalne skupnosti?
6. Ste za dogodek uspeli pridobiti sponzorje ali donatorje, in če, kako ste jih uspeli pridobiti?
7. Ste mogoče razmišljali o širitvi dogodka, in če, na kakšen način?
8. Ste mogoče razmišljali, da bi dogodek prestavili na dan pozneje, torej na 26. december?
9. Ste mogoče razmišljali, da bi izvedbo dogodka prestavili na zahodno stran jezera, kjer je več prostora?
10. Ali ste z organizacijo dogodka zadovoljni ali bi kaj spremenili?

Priloga 2: VPRAŠANJA ANKETE ZA OBISKOVALCE DOGODKA

1. Ali poznate prireditev »Potop božičnega drevesca v jezeru Črnava v Preddvoru«, ki se tradicionalno dogaja 25. decembra vsako leto?

Da
Ne

2. Kolikokrat ste omenjeno prireditev že obiskali?

Enkrat
Več kot enkrat
Vsako leto

3. Ali ste zadovoljni z gostinsko ponudbo?

Da
Ne
Še kar

4. Česa bi si želeli v širši gostinski ponudbi? (vaše želje, predlogi, ideje...)

5. Kako ste zadovoljni s programom prireditve?

Zelo nezadovoljen
Nezadovoljen
Niti zadovoljen, niti nezadovoljen
Zadovoljen
Zelo zadovoljen

6. Ali ste zadovoljni s ponudbo na stojnicah? (vaše želje, predlogi, ideje...)

Da
Ne
Še kar

7. S čim bi lahko popestrili ponudbo na stojnicah?

8. Vam je všeč, da se prireditev dogaja na božični dan, ali bi raje videli, da bi bila dan pozneje?

Datum mi ustreza
Bolj bi mi ustrezalo dan pozneje

9. S prireditvijo kot celoto sem...

Zelo nezadovoljen
Nezadovoljen
Niti zadovoljen, niti nezadovoljen

Zadovoljen

Zelo zadovoljen

10. Kaj bi želeli pri prireditvi spremeniti? (vaše želje, predlogi, ideje...)

11. Ali ste prebivalec/-ka občine Preddvor?

Da

Ne

12. V katero starostno skupino spadate?

Do 20 let

21–40 let

41–60 let

61 let in več