

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Ivika Kakko

TH3

**SUURSÜNDMUSTE ARENDAMINE
ARVESTADES KOHALIKU KOGUKONNA
HEAOLUGA WEEKEND FESTIVAL
BALTICU NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Tatjana Koor, Msc

Pärnu 2016

Soovitan suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

.....

(kaasjuhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "...“..... a.

TÜ Pärnu kolledži turismiosakonna juhataja

Heli Müristaja

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Sündmuste mõju ja nende arendamine arvestades kohaliku kogukonna heaoluga...	7
1.1. Sündmuste erinevad käsitusviisid	7
1.2. Sündmuste mõju sihtkohale ja erinevatele aspektidele	12
1.3. Sündmuste arendamisvõimalused lähtuvalt kohaliku kogukonna heaolust	17
2. Pärnu elanike taju uuring Weekend Festival Balticu mõjust nende heaolule	24
2.1. Uuringu meetod, valim ja korraldus	24
2.2. Uuringu tulemuste analüüs	28
3. Järeldused ja ettepanekud.....	46
Kokkuvõte	52
Viidatud allikad.....	55
Lisad	58
Lisa 1. Ankeet	59
<i>Summary</i>	62

SISSEJUHATUS

Sündmused on saanud üheks lahutamatuks osaks inimeste elus ning neid võib pidevalt märgata meedias: Internetis, televisioonis ning reklaamides (Ambrósio, Manuel, & Faria, 2011, lk 331-332). Igapäevaselt leiab aset lugematu arv sündmusi igal pool maailmas ning need mõjutavad inimeste elusid (Fredline, Raybould, Jago, & Deery, 2015, lk 3). Vastavalt UNWTO 2014. aastaaruandele, omavad sündmused, täpsemini mega-sündmused, otsest mõju turismisihukohtadele, sealjuures mõjutades mitmesuguseid valdkondi, mis hõlmavad omakorda investeringuid, töökohtade loomist, infrastruktuuri arendamist, majutust, transpordivahendeid ning sihtkoha „brändimist“ (UNWTO, 2015, lk 19).

Sündmustel on nii keskkondlik, majanduslik, poliitiline kui ka sotsiaal-kultuuriline mõju (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 60). Öeldakse, et sotsiaal-kultuuriline mõju on kestvam ning püsivam kui majanduslik mõju, sest see on juurdunud ka kohalikul tasandil (Liu, 2014, lk 984). Vastavalt SQW (*leading independent provider of research, analysis and advice in economic and social development* – juhtiv sõltumatu teadusuuringute, analüüsi ning nõuannete pakkuja majandus- ja sotsiaalvaldkonnas) aruandele, on siiani vaid vähesed sündmused jälginud sotsiaal-kultuurilist mõju, täpsemalt mõju kogukonnale, kuid ei tohiks unustada, et need on sündmuste ühed tähtsamad tulemused (viidatud Liu, 2014, lk 984 vahendusel).

Eesti Riiklikus Turismiarengukavas 2014-2020 on välja toodud, et suursündmused on turismisektorile oluliseks võimaluseks Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamiseks ja välisküllastajate arvu kasvatamiseks. Arengukavas on toodud kolm alaeesmärki ning üks neist on järgnev: Eestis toimuvad sündmused on rahvusvaheliselt huvipakkuvad ja

reisimotivatsiooni loovad. Selleks kavatakse toetada rahvusvahelisi sündmusi ning osaleda nende korraldamisel. (Eesti Riiklik Turismiarengukava 2014-2020, 2013, lk 25)

2015. aasta augustis toimus Pärnu rannas esimest korda suursündmus Weekend Festival Baltic, mida korraldatakse ka käesoleval, 2016. aastal. Selleks et suurendada kogukonnapoolset toetust on oluline, et selle korraldamisel ja arendamisel võetaks arvesse ka kohalike heaolu. Sellest tulenevalt on uurimisprobleem järgnev – kuidas saab suursündmust korraldada ning arendada nii, et oleks arvestatud sündmust võõrustava kogukonna heaolu. Lõputöö eesmärk on teha ettepanekuid Weekend Festival Baltic OÜ meeskonnale suursündmuse arendamiseks, arvestades kohaliku kogukonna heaolu ning uuringu käigus sooviti teada saada, milline on Pärnu elanike tajude Weekend Festival Balticu mõjust nende heaolule.

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks püstitati järgnevad ülesanded:

- anda ülevaade sündmuste ja kogukonna, sündmuste mõju ja arendamise teoreetilisest käsitlusest, sealhulgas selgitada välja sobiv uurimismeetod;
- valmistada ette küsitlus ning viia läbi Pärnu kohalike elanike seas saamaks teada, kuidas nad tajuvad Weekend Festival Balticu mõju nende heaolule;
- analüüsida uuringu tulemusi;
- teha järeldusi ja soovituslikke ettepanekuid suursündmuse arendamiseks kohaliku kogukonna heaolu arvestades Weekend Festival Baltic OÜ meeskonnale.

Uurimisprobleemi lahendamiseks vajalik teoreetiline tagapõhi ja metoodika tugineb peamiselt inglisekeelsel sündmuste korraldamist ja hindamise meetodeid käsitleval erialasel kirjandusel ja teaduslikel artiklidel. Tunnustatud autorid on Donald Getz, John Allen, Elizabeth Fredline, William O'Toole, Vitor Ambrósio, Katie Small, Katie Schlenker, Lynn Wan Der Wagen, Leo Jago, Razaq Raj jt.

Käesolevas lõputöös on kolm peatükki, millest esimene koosneb kolmest alapeatükist ning mis keskenduvad teoreetilise tagapõhja loomisele tulenevalt töö teemast. Esimeses alapeatükis on välja toodud erinevad sündmuste definitsioonid, teises sündmuste mõju sihtkohale ja erinevatele aspektidele ning kolmandas kogukonnast lähtuvad sündmuste arendamisvõimalused. Töö teine osa koosneb kahest alapeatükist. Esimene alapeatükk

kirjeldab uuringu meetodit, valimit ning korraldust, teine alapeatükk sisaldab uuringu analüüsi. Lõputöö kolmandas peatükis tehakse tulemuste analüüsist järeldusi ja teooriat aluseks võttes esitatakse ettepanekud Weekend Festival Baltic OÜ meeskonnale. Töö lisa sisaldab ankeeti. Lisaks Weekend Festival Baltic OÜ meeskonnale võiks käesolev lõputöö huvi pakkuda ka Pärnu Linnavalitsusele ning teistele samalaadsete suursündmuste korraldajatele.

1. SÜNDMUSTE MÕJU JA NENDE ARENDAMINE

ARVESTADES KOHALIKU KOGUKONNA HEAOLUGA

1.1. Sündmuste erinevad käsitusviisid

Sündmuse on defineeritud paljudel erinevatel viisidel. Sõna sündmus (ingl k *event*) on tuletatud ladinakeelsest sõnast *eventus* ning kasutati algupäraselt kirjeldamiseks suuri üritusi, mis erinesid tavapärasest (Online Etymology Dictionary, 2016). Vastavalt Dammele (2012, lk 1) sisaldab sündmuse mõiste tänapäeval palju erinevaid kokkusaamisi, kohtumisi, sportlikke mängu, etendusi ja näitemänge, lisaks on sõna sündmus on saanud kui moesõnaks, mida kasutatakse igal võimalusel.

Ambrósio jt (2011, lk 331-332) märgivad, et sündmus tähendab turismiteenust, kus tarbijad, institutsioonilised turismiorganisatsioonid, eraturismiettevõtjad, turismiteenuse pakkujad ja sponsorid teevad koostööd, et saavutada üheskoos ainulaadne sündmus, mille tulemuseks on väärtuse loomine. Samade autorite kohaselt iseloomustavad sündmust veel sõnad nagu edu, juhtum, tulemus, meeldejääv, organisatsioon ning tegevused.

Paljud sündmused, mis aset leiavad, on privaatsed ning registreerimata, samal ajal teised jällegi korraldatud selleks, et saada avalikkuse tähelepanu. Sündmused võivad olla kas ühekordsed või korduvad. Ühekordsete ürituste osas on olulisel kohal nende haruldus ning hädavajalikkus. Korduvatel üritustel on samuti oma unikaalne õhkkond, mis tuleneb nende kindlaks määratud kestusest, erilisest asetsemisest, programmist, juhtimisest ning osalejatest. (Jafari, 2000, lk 209)

Sündmused ning sündmusturism on oluline võimalus just sihtkohtadele kui ka nende turundajatele, kuid samas tähtis ka sündmuse korraldajatele, kelle sooviks on saada oma

üritusele publikut. Sündmusturismil on kaks dimensiooni. Esimeseks on sündmuse kui turismiatraktsiooni süstemaatiline planeerimine, arendamine ning turundamine, abivahendiks olemine teistele arendustegevustele, imago kujundamine ning sihtkoha, piirkonna või atraktsiooni kuvandiks olemine. Teiseks dimensiooniks on turusegment, mis koosneb inimestest, kes reisivad selleks, et osaleda sündmusel või keda saab motiveerida selleks, et nad osaleksid sündmusel. (Jafari, 2000, lk 210)

Jago ja Shaw (1998, viidatud Ambrósio jt 2011, lk 332 vahendusel) on andnud ka omapoolse definitsiooni, iseloomustamaks sündmust. Nende kohaselt on sündmus unikaalne juhtum või harva esinev juhus, mis on ajaliselt piiratud ning pakub tarbijatele vaba aega ja sotsiaalset võimalust, mis erineb nende igapäevaelust. Sündmustega saab kõita turiste ning on sageli korraldatud selleks, et suurendada teadlikkust, nähtavust ja ettekujutust piirkonnast. (Ambrósio, Manuel, & Faria, 2011, lk 332)

Lynn Van Der Wagen (2007, lk 4) on iseloomustanud sündmusi alljärgnevate punktidega:

- osalejate jaoks tihti „üks kord elus“ kogemus;
- kallis korraldada;
- toimuvad lühikese aja jooksul;
- nõuavad pikka ja hoolikat planeerimist;
- toimuvad üldiselt vaid üks kord (kuigi paljusid sündmusi korraldatakse iga-aastaselt, tavaliselt iga aasta samal ajal);
- kannavad kõrget riskitaset, nagu finantsriski ning turvariski;
- sündmusega seotud inimesed peavad palju sellesse panustama, eriti sündmuse korraldustiim.

Tänapäeval on sündmused inimeste kultuuris kesksel kohal. Vaba aja ning kulutuste suurenemised on viinud avalike sündmuste, pidustuste ning meelelahutuse levikuni. Valitsused on hakanud toetama ning edendama sündmusi, nagu need oleksid osa nende strateegiatest ning seda selleks, et arendada majandust, ehitada üles riiki ning turundada sihtkohta. Korporatsioonid ja ettevõtted kasutavad sündmusi põhielementidena enda turundusstrateegias ning mainekujunduses. Kogukonnagruppide ja indiviidide huvid ning kirk annavad alust hulga erinevate sündmuste tüüpide tekkeks. Sündmuseid kajastatakse

ajalehtedes ning televisioonis, võtavad palju inimeste ajast ning rikastavad elusid. (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 5)

Kõikide eelpool toodud definitsioonide juures on mainitud inimesi – kas osalejaid või korraldajaid. Enamuse puhul on välja toodud, et üheks tähtsamaks ülesandeks on sündmuse puhul pakkuda inimestele meelelahutuslikku võimalust. Lisaks meelelahutuslikule poolele on välja toodud ka teisi kasutegureid, näiteks sihtkoha turundus ja majanduse arendamine. Mitmel korral mainitakse sõnu, nagu „ainulaadne“, „üks kord“ ja „unikaalne“. Kuna sündmused koosnevad paljudest erinevatest aspektidest, on definitsioonid üksteisest sõnastuselt küllaltki erinevad, kuid kõik üheskoos annavad terviklikuma pildi sellest, mis ja millised on sündmused.

Lisaks sellele, et on nii korduvad kui ühekordsed sündmused, saab sündmusi liigitada kategooriatesse ka teiste kriteeriumite põhjal, milleks on sisu ja suurus. Sisu poolest saab Allen jt (2011, lk 15) kohaselt sündmusi liigitada järgmiselt: spordisündmused, ärisündmused ja festivalid. Spordisündmuste ajalugu ulatub juba Vana-Kreeka Olümpiamängude aega ja isegi enne seda. Sellist tüüpi sündmused on sündmuste ajaloos tähtsal kohal ning üha rohkem edasi arenemas tänapäevalgi. Spordisündmused ei ole kasulikud ainult valitsustele ja spordiorganisatsioonidele, vaid ka osalejatele, nagu mängijad, treenerid ja ametnikud. Samuti pakuvad meelelahutust vaatajatele.

Ärisündmused on pika ajalooga nagu spordisündmusedki. Nende fookuses on äri ja kaubandus, kuid mõjutavad ka turismi ning avalikkust. Ärisündmused meelitavad märkimisväärselt küllastajaid ning toovad majanduslikku kasu. Viimased, festivalid, aitavad palju kaasa inimeste sotsiaalsele ja kultuurilisele elule. Järjest rohkem seostatakse festivale turismiga, need elavdavad äritegevust ning on heaks sissetuleku allikaks võõrustavatele kogukondadele. Tavaliselt on sellisteks sündmusteks muusika-, toidu- ja joogifestivalid. (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 15-16)

Ainulaadsus, kordumine, mälestamine, maine, risk, kirg, teadmised ning äri on sõnad, mida kasutatakse tihti festivalide ja sündmuste puhul, nii akadeemiliselt kui laiemas sotsiaalses sfääris (Robertson, Chambers, & Frew, 2008, lk 7). Silvanto ja Hellman (2005, lk 6) on öelnud, et festivalid mõjutavad inimeste arusaama ning pilti sihtkohast. Festivalid

aitavad luua oma identiteeti, liidavad omavahel subkultuure ning loovad ühtekuuluvustunnet. Parimad festivalid kulmineeruvad nii-öelda „festivali hetkega“, mis on omaette kogemus ning toob omavahel kokku publiku ning festivali esinejad. (Silvanto & Hellman, 2005, lk 6)

Kõik kultuurid tähistavad midagi ning asjad, inimesed või teemad, mida kultuurid hindavad, annavad põhjust festivalide korraldamiseks. Sel ajal kui traditsioonilistel festivalidel on religioossed või pühalikud tähendused, on kaasaegsed festivalid peamiselt ilmalikud või pühendamatud. Kuigi paljud traditsioonilised festivalid on säilitatud, on palju uusi festivali tüüpe loodud, mille eesmärkideks on näiteks majanduse areng või kogukonna identiteet ja uhkus. Festivalid pakuvad rohkem kui vaid meelelahutust – atmosfäär võib olla elevust tekitav, rõõmsameelne, mänguline või tavapärastest piirangutest vabastav. (Jafari, 2000, lk 226)

Nagu eelpool mainitud, saab sündmuseid eristada üksteisest lisaks sisule ka suuruse poolest. Kuigi definitsioonid pole täpsed, kasutatakse kõige sagedamini kategooriaid nagu *mega-events* ehk mega-sündmused, „*hallmark*“ sündmused, *major events* ehk suursündmused ja *local or community events* ehk kohalikud või kogukondlikud sündmused (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 12). Mõned sündmused on nii olulised, et neile omistatakse sõna „mega“. See sõna tähendab ühte miljonit meetermõõdukust, kuid võib samuti tähendada ulatuslikku majanduslikku mõju või ülemaailmset avalikkuse köitvust (Jafari, 2000, lk 210).

Kuna väikesele kogukonnale võib ükskõik milline sündmus jätta suuri tagajärgi, siis sõna „mega“ on suhteline mõiste. Seega mega-sündmuse võib defineerida kui sündmuse, mille tagajärjeks on erakordselt suur turismi areng, meediakajastus, prestiiž või majanduslik mõju võõrustavale kogukonnale või sihtkohale. (Jafari, 2000, lk 210) Vastavalt Allen jt (2011, lk 12-13) on mega-sündmused nii suured, et mõjutavad kogu majandust ja peegelduvad meedias ülemaailmselt. Paljudel sündmustel on keeruline pretendeerida mega-sündmuse kategooriasse. Üheks mega-sündmuse näiteks võib tuua Olümpiamängud. (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 12-13)

„Hallmark“ sündmused tähendavad, et sündmustest on saanud küla, linna, piirkonna või isegi riigi tunnusjoon ning sündmusi seostatakse kohaga automaatselt, kasutatakse vahel isegi sünonüümina (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 12-13). Getz (2005, viidatud Getz 2008, lk 407 vahendusel) on mõistet „hallmark“ lahti seletanud kui sündmuse vormi, millel on selline tähtsus, traditsioon, atraktiivsus, kvaliteet ning avalik tähelepanu, et annab kas toimumispaigale, kogukonnale või sihtkohale teistega võrreldes konkurentsieelise. Üheks näiteks on Oktoberfest, mis toimub Münchenis (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 12-13).

Suursündmused ehk *major events* on sellised üritused, mis on suutelised ligi meelitama märkimisväärset arvu külastajaid, meedia huvi ning toovad majanduslikku kasumit (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 14). Vastavalt Carlson jt (2015, lk 1065) köidavad suursündmused turiste ning tulemuseks on suurenenud tarbimiskulud sündmust võõrustavas majanduses. Suursündmused on kui abivahendiks sihtkoha suuremale külastatavusele, sealhulgas suurenevad majutuskohtade täituvused, eluks vajalike toodete tarbimised ning puhkeaja veetmisega seotud tegevuste kasv (Carlson, Rosenberger III, & Rahman, 2015, lk 1066). Selliseid sündmusi on palju ning ühe näitena võib tuua *Queensland*'i muusikafestivali (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 14).

Suuruselt kõige väiksemad, kohalikud sündmused, on suunatud kohalikule publikule ning eesmärgiga anda sotsiaalset, lõbusat ning meelelahutuslikku väärtust (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 14). Sellistel sündmustel on palju kasutegureid, nagu kogukonna uhkuse tekitamine, kuuluvustunne, uute ideede ning kogemuste loomine, spordis ning kunstitegevustes osalemise julgustamine ning sallivuse ja erinevuse õpetamine. (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 45) Selliseid sündmusi on väga palju ning võib leida peaaegu igast külast (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 14).

Seega sündmusi võib liigitada mitmel erineval viisil. Kõik oleneb sellest, mis on sündmuse eesmärk ning kes on sündmuse sihtrühmaks. Sündmused on kas planeeritud või planeerimata, ühekordsed või korduvad. Planeeritud sündmused jagunevad omakorda sisu ning suuruse poolest. Sisu poolest on sündmusi jagatud erinevates kirjandustes erinevalt – põhjalikumalt ja vähempõhjalikumalt. Enamasti jagatakse sündmused sisu

poolest festivalideks, spordisündmusteks ja ärisündmusteks. Suuruse poolest on kõige sagedamini kasutatud mõisteid, nagu mega-sündmused, suursündmused, „*hallmark*“ sündmused ja kohalikud sündmused.

1.2. Sündmuste mõju sihtkohale ja erinevatele aspektidele

Sündmuste mõju võib olla nii positiivne kui negatiivne. Sündmuste positiivne mõju väljendub näiteks selles, et need on populaarsed ning saavad palju toetust, sest sündmustest saadav tulu on kõigile meelepärane. Sündmused on hästi dokumenteeritud ja uuritud, samuti on neile koostatud erinevaid strateegiaid, et sündmus oleks edukam. (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 60) Vastavalt Holmes jt (2015, lk 99-100), on sündmustel positiivseteks aspektideks veel jagatud kogemus, meelelahutuse ja vabatahtlikuks olemise võimalus, külastajate arvu ja töökohtade arvu tõus jpm.

Siiski võivad sündmustel olla ka soovimatud tagajärjed, mis võivad lõppeda avaliku tuntuse ja meedia tähelepanuga, kuid seda valel põhjustel. Sündmuse läbikukkumine võib olla laastav – positiivne kasu ja eelised pöörduvad negatiivseteks, kaasneb halb reklaam ning kulukad kohtuasjad. Seega kaasaegse sündmuse korraldamiseks on vajalik tuvastada, seirata ning hallata sündmuse mõju. (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 60)

Sündmuse korraldaja ülesanne on positiivset ja negatiivset mõju tuvastada ning prognoosida, seejärel hallata neid nii, et nad saavutaksid parima tulemuse kõikidele osapooltele. Selleks peab sündmuse korraldaja arendama ja maksimeerima ettenähtava positiivse mõju, kuid arvestama ka negatiivse mõjuga. Hea planeerimine on alati kriitiline. Kindlasti peab mõistma, et erinevat tüüpi mõjud vajavad erinevaid hindamisviise. Näiteks sotsiaal-kultuuriliste mõjude kirjeldamises ei saa olla statistiline, vaid pigem tuleb läheneda jutustavalt. (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 60)

Lisaks positiivsele ja negatiivsele, jagatakse sündmuste mõju ka majanduslikuks, keskkondlikuks, sotsiaal-kultuuriliseks ning poliitiliseks mõjuks (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 60). Järgnevalt on toodud tabelis 1 kolme erineva, st

majandusliku, sotsiaalse, keskkondliku mõju erinevatele sidusrühmadele: üksikisikule, tööstusele, kogukonnale kui piirkonnale.

Tabel 1. Sündmuste mõju kategooriad vastavalt uurimisobjektile ja -ainele

Uurimisobjekt/ Uurimisaine	Üksikisik	Tööstus	Kogukond	Piirkond
Majanduslik mõju	väljaminekud; töövõimalused	käive; kasum; turundus	heaolu; inflatsioon; tööhõive	maksutulu; toetused; SKP
Sotsiaalne mõju	kogemused; sotsiaalvõrgustik	brändi maine; Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum; äri võrgustik	maine; sotsiaalne ja kultuuriline kapital	sihtkoha kuvand; organisatsioon; võrgustikud
Keskkondlik mõju	ökoloogiline jalajälg; heitgaasid	ressursside kasutamine; taaskasutamine	keskkonnakaitse; elukvaliteet	ökoloogiline jalajälg; heitgaasid

Allikas: Armbrrecht & Andersson, 2016, lk 112.

Sündmuste majanduslik kasu on üks peamistest põhjustest, miks korraldatakse linnades suuri välisündmusi. Sündmustesse ja festivalidesse suhtuvad hästi nii sündmuse korraldajad, kohalik ja riiklik valitsus kui ka kogukond laiemalt, sest tänu sündmusturismile on tagatud majanduslik jätkusuutlikkus. Sündmused on kui mainekujundajad, majandusliku kasumi tekitajad, turismiatraktsioonid, hooajalisuse vähendajad, kohalike kogukondade, ettevõtete arenemisesse ning peamistesse tööstussektoritesse panustajad. (Raj & Musgrave, 2009, lk 59-60)

Raj ja Musgrave (2009, lk 68-69) on välja toonud kokkuvõtlikult festivali põhjustatud keskkondliku mõju:

- transport – erinevad transpordiviisid kurnavad keskkonda, nagu õhu- ja mürasaaste, millest viimane põhjustab inimeste pahameelt, stressi, kuulmislangust (kes elavad lähedal), lisaks segab elusloodust ning inimeste loomulikku igapäeva elu;
- majutus – majutushoonete kütmine, õhukonditsioneer ja valgustus vajavad energia tõhusat kasutamist ja energiasäästlike seadmete ning meetodite kohaldamist;
- söök – festivaliküllastajad mõjutavad mitte ainult jäätmete hulka, vaid ka toidu valmistamisviisi, mis võib põhjustada pinnareostust. Lisaks kasutatakse palju

ühekordseid pakendeid – alternatiivina on võimalus kasutada kohalikult valmistatud naturaalseid tooteid;

- energia – majutusasutuste elekter ja kütte, toiduvalmistamise energiavajadus, transpordi kütusekulu, meelelahutusseadmete toimimine – kõik liigne tarbimine viib suuremate kuludeni ning heitgaaside kasvuni;
- veetarbimine – festivali ajal kasutatakse vett nii toidu valmistamiseks, isikliku hügieeni tarbeks, koristamiseks ning samuti haljastustöödeks ümber festivali – liigne veetarbimine viib mageveevarude vähenemiseni;
- prügi – kõige märgatavam keskkonnamõju, millest suure osa moodustavad ühekordsed joogipakendid, teise suure osa aga allesjäänud toit ja ühekordsed söögiriistad.

Sotsiaalset mõju võib defineerida mitmeti. Üks kasutatavamaid definitsioone on, et sotsiaalse mõju all mõistetakse tagajärgi inimpopulatsioonidele, mida põhjustavad ükskõik millised avaliku- või erasektori tegevused. Tagajärgede tõttu muutuvad inimeste elamis-, töötamis- ning vabaaja veetmise viisid, samuti viisid oma vajaduste rahuldamiseks ning üleüldiselt ühiskonnaliikmeks olemiseks. Termin sisaldab samuti kultuurset mõju, kaasates muutusi normides, väärtustes ja uskumustes, mis suunavad ja parandavad inimeste tunnetust enda ja ühiskonna vastu. (Raj & Musgrave, 2009, lk 80)

Öeldakse, et sotsiaal-kultuuriline mõju on isegi kestvam ja püsivam kui majanduslik mõju, sest on juurdunud ka kohalikul tasandil (Liu, 2014, lk 984). Vaid vähesed sündmused on siiani jälginud sotsiaal-kultuurilist mõju. Sotsiaalsete hüvede peamine hindamise alus on praeguseni põhinenud kohalike elanike osavõtul ning rohkem informatsiooni tavaliselt selle mõju kohta kogutud pole. See võib olla tingitud sellest, et sotsiaal-kultuurilist mõju on keeruline hinnata, kuid see on üks tähtsamaid sündmuste tulemusi. (SQW 2006, viidatud Liu 2014, lk 984 vahendusel) Vastavalt Holmes jt (2015, lk 99) on sotsiaal-kultuuriline mõju väga tähtis, arvestades mõju, mis festivalidel ja sündmustel võib võõrustavale kogukonnale olla.

Sotsiaal-kultuuriline mõju võib olla väga lihtne – nagu jagatud meelelahutuslik kogemus. Samuti võib sündmuse üheks sotsiaal-kultuuriliseks mõjuks või tulemuseks olla kogukonna uhkus, kui võidetakse näiteks mõni võistlus. Sündmused võivad muuta isegi

ajalugu (riikide tippkohtumised) ning soodustada kogukonna paranemist (sündmused, mis pühendatakse tragöödiate auks). Sündmused tekitavad ka põnevust ning pikaajalist ootusaega (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 62). Vastavalt Ambrósio jt (2011, lk 332), võib sotsiaal-kultuuriline mõju suurendada inimeste teadlikkust ja osalust, avardades nende silmaringi ning viies neid uute ideedeni, pannes neid tundma, et nende territooriumil võib olla teisigi kasutusi.

Lisaks positiivsetele mõjudele on ka negatiivseid sotsiaal-kultuurilise mõju aspekte. Vastavalt Getz'ile (2005, viidatud Allen jt 2011, lk 62 vahendusel), võivad suursündmustel olla tahtmatud sotsiaalsed tagajärjed, nagu mõnuainete kuritarvitamine, rahvahulga halb käitumine ning kuritegevuse kasv. Kui ei tegeleta piisavalt sündmuse juhtimise ja kontrollimisega, võivad need tahtmatud tagajärjed mõjutada avalikku arvamust kogu üritusest. Selleks, et muuta rahvahulga käitumist, tuleb hoolikalt planeerida. (Allen jt 2011, lk 63).

Getz (2005, viidatud Allen jt 2011, lk 63 vahendusel) on välja toonud, et sündmustel on ka palju ulatuslikumaid sotsiaal-kultuurilise mõju aspekte. Paljudel juhtudel elanikud pole rahul, et ei pääse oma kodudele ligi liiklusummikute tõttu. Kurdetakse ka müra ning mugavuste kadumise, samuti kulude ja tulude ebaõiglase jaotumise üle. Madalama sissetulekuga inimeste jaoks tekitab pahameelt toodete ja teenuste kallinemine. Seega peaks kogukondadel olema sõnaõigus sündmuse planeerimises ja juhtimises.

Small jt (2005, lk 67-73) kohaselt mõjutavad sündmused, täpsemalt festivalid, sotsiaal-kultuuriliselt järgmisi valdkondi:

- kogukond – suurenenud töö- ja ärivõimalused, kaupade ja teenuste hinnatõus ja nende valiku suurenemine; kohaliku elanikkonna uhkustunde kasv;
- puhke- ja lõõgastumisvõimalused – suurenenud arv meelelahutusvõimalusi, olemasolevate puhke- ja lõõgastumisvõimaluste populaarsuse kasv;
- taristu – olemasolevate avalike hoonete või ehitiste restaureerimine, samuti nende kõrgetasemeline hooldamine;
- tervis ning ohutus – suurenenud kuritegevus ja vandalism, suurem politsei kohalolek;

- kultuur – mõju kogukonna mainele ja identiteedile, kohalike suurem huvi nii piirkonna kultuuri kui ka ajaloo vastu, kohalike suurem teadlikkus kultuurilistest tegevustest, külastajate tõttu õpetlike kogemuste saamine.

Robinsoni jt (2010, lk 182) sõnul on sündmuste ja poliitika omavahelisel suhtel kaks aspekti – kuna sündmustel võib olla poliitiline mõju, mis mõjutab nii majanduslikku, sotsiaal-kultuurilist kui keskkondlikku mõju, peegeldavad ja mõjutavad sündmused alati poliitilist olukorda ja keskkonda. Valitsused on aru saanud, et tänu sündmustele suureneb inimeste tähelepanu võõrustava sihtkoha vastu ning seetõttu on paljude riikide valitsused huvitatud rahvusvaheliste mega-sündmuste võõrustamisest. (Robinson, Wale, & Dickson, 2010, lk 182)

Sündmused võivad lühiajaliselt muuta või seadustada poliitilisi prioriteete, pikaajaliselt võivad aga seadustada poliitilisi ideoloogiaid ning muuta sotsiaal-kultuurilist reaalsuspilti. Väiksemas mastaabis võidakse kohalikke sündmusi kasutada suhtlusvahendina eelkõige poliitilise või sotsiaalse sõnumi edastamiseks, lisaks ka ühiskonna heaolusse panustamiseks. Üheks kasuteguriks loetakse ka sündmuse korraldamisega kaasnevat administratiivsete oskuste arendamist. (Robinson, Wale, & Dickson, 2010, lk 182)

Teiselt poolt, sündmuse ebaõnnestumise risk võib mõjutada sündmust võõrustavat riiki või piirkonda. Rahaliste vahendite vale jaotamine tekitab valitsustes või kohalikes organites umbusaldust. Kui sündmusel pole selget organisatsioonilist struktuuri, võib see kaasa tuua ka vastutuse puudumise. Kui kasutada sündmust suhtlusvahendina, kaasneb risk, et sündmust kasutatakse valedele eesmärkidel, nagu propaganda või ideoloogia seadustamine, mida ei pruugita jagada kõikide sündmuse sidusrühmadega. (Robinson, Wale, & Dickson, 2010, lk 182)

Seega sündmuste mõju on laiahaardeline ning hõlmab palju erinevaid aspekte – sotsiaal-kultuurilist, majanduslikku, poliitilist kui ka keskkondlikku. Igal mõjul on nii negatiivseid kui positiivseid aspekte. Neid kõiki on vaja tuvastada, hallata ning juhtida, et negatiivseid minimeerida ning positiivseid maksimeerida. Kuna kaudselt mõjutavad kõik eelpool

toodud mõju erinevad vormid üksteist, siis sündmuse juhtimisel peab arvesse võtma kõiki. Tehes seda edukalt, kindlustab sündmuse korraldaja sündmuse tuleviku.

1.3. Sündmuste arendamisvõimalused lähtuvalt kohaliku kogukonna heaolust

Sündmuse ning nendega seotud tegevusi ümbritsevad paljud inimesed ning inimgrupid. Neid inimesi või grupe nimetatakse sidusrühmadeks. Sündmuse sidusrühmad on sellised grupid või inividid, kes saavad mõjutada või on mõjutatud festivalist või sündmusest, samuti sõltuvad suurel määral nendesse kaasatud erinevatest sidusrühmadest (Quinn, 2013, lk 139). Vastavalt Allen jt (2011, lk 126) on lisaks publiku vajaduste täitmisele oluline rahuldada ka teisi nõudeid, nagu valitsuse eesmärgid ning regulatsioone, meedia nõudmisi, sponsorite vajadusi ning kogukonna ootusi.

Sündmustel on tavaliselt sidusrühmadeks kaastöötajad, meedia, sponsorid, kogukond, valitsus, ettevõtted, osalejad, pealtvaatajad. Edukas sündmuse korraldaja peab suutma tuvastada, kui palju on korraldataval sündmusel sidusrühmi ning seejärel tulla toime nende vajadustega. Mõnikord võivad sidusrühmade vajadused omavahel kattuda ning on oht, et tekib konflikt (vt tabel 2). (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 230) Sündmust loetakse edukaks, kui ta suudab sidusrühmade nii-öelda „võistlevad“ vajadused, huvid ja ootused omavahel tasakaalustada ehk leida kompromissi (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 126).

Tabel 2. Sidusrühmade ning sündmuste omavaheline suhe

Sidusrühmad, Omavaheline suhe	Osalejad ja pealtvaatajad	Võõrustavad ettevõtted	Võõrustav kogukond	Kaastöötajad	Meedia	Sponsorid
Sündmused omaltpoolt	osalus; toetus	osalus; toetus	mõju	palk; preemia	reklaami-materjal	tunnustamine
Sidusrühmad omaltpoolt	meelelahutus; preemia	osalus; toetus	kontekst	tööjõud; toetus	turundamine	raha; sidusus

Allikas: Bowdin jt, 2011, lk 230 (autori kohandatud).

Sidusrühmi võib jaotada kaheks: primaarsed sidusrühmad ehk inimesed või organisatsioonid, kelle toetuseta sündmus aset ei leiaks ning sekundaarsed sidusrühmad

ehk grupid või üksikisikud, kes pole otseselt sündmusega seotud, kuid sellest hoolimata võivad mõjutada sündmuse edu (Holmes, Hughes, Mair, & Carlsen, 2015, lk 24). Sidusrühmi saab jagada ka sisemisteks ning välimisteks. Sisemised sidusrühmad on töötajad, ülemus ehk korraldaja ning ajutised töötajad. (Jones, 2014, lk 33)

Välimised sidusrühmad sisaldavad gruppe, nagu töövõtjad ning tarnijad. Teised välimised sidusrühmad, nagu kogukonnagrupid, kohalikud ettevõtted, kohalik omavalitsus ja valitsuse määrused, valitsusvälised organisatsioonid, naabrid, meedia, sponsorid, rahastavad asutused, avalikkus, mõjutavad sündmuse tulemusi. Välimiseks sidusrühmaks võib lugeda veel osalejaid, kes sündmusel esinevad ehk pakuvad meelelahutust. Need, kes nii-öelda tarbivad sündmust, peaksid samuti olema sündmuse korraldusmeeskonna fookuses. (Jones, 2014, lk 33)

Sündmuse korraldajad peavad mõistma, millised on üldised suundumused ja mõjuvad jõud kogukonnas laiemalt, sest need määravad sündmuskorraldajate tegevuskeskkonna. Kogukonna meeleolu, vajadused ning püüdlused määravad selle, kui vastuvõtlikud nad on sündmuse stiilile ja moele. Meeleolu, vajaduste ning püüdluste õige tõlgendamine on põhifaktor eduka sündmuse kavandamisel. Lisaks laiemale kogukonnale, on sündmustel ka „oma“ võõrustav kogukond, mis mõjutab suuresti sündmuse edu või ebaedu. (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 233)

Kohaliku kogukonna heakskiit on sündmuse eduks tähtis. Kui sündmuse tõttu külastab sündmust võõrustavat kohta palju inimesi, siis see mõjutab seal elavate inimeste igapäevaelu. Kõige suuremateks probleemideks on liiklus, ühistransport, ligipääsetavus, müra ning prügi. Konsulterides kohaliku kogukonnaga, et muuta sündmust keskkonnahoidlikumaks, võib see ennetada võimalikud kaebused. (Jones, 2014, lk 44)

Paljud uurijad, näiteks Getz, Jago, Goldblatt ja Perry on märkinud, et kogukonna kaasamine sündmusesse on tähtis, sest vastutasuks edastavad kogukonna liikmed positiivseid sõnumeid külalistele. Paljud kogukonnaliikmed osalevad aktiivselt sündmuses, mis toimuvad nende kogukonnas ning räägivad häid sõnumeid sündmusest potentsiaalsetele osalejatele. Kohalike inimeste osalemine ja omandiõigus sündmustel on kõige silmnähtavamad aspektid, mis saavad jätkuda vaid siis, kui jätkatakse vabatahtlike

kaasamist korraldamisesse. (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 234-235)

Sündmuskorraldajate jaoks on võõrustava kogukonna informeerimine ning „enda pool hoidmine“ tähtsaks ülesandeks sündmuse planeerimisel. On oluline siduda võõrustavat kogukonda sündmusega, sest kui kogukond on sündmusega rahulolematu, siis see suhtumine mõjutab ka väljastpoolt tulevate külaliste kogemust. Üheks näiteks on 2007. aasta *Heart of the Dragon Festival*, kus ei kaasatud kogukonda festivali planeerimisse ning osade kogukonnaliikmete suhtumine mõjus küllastajatele negatiivselt. (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 66)

Lisaks peab sündmuse korraldaja vaatama, kas sündmusest räägitakse olulisi kuulujutte, mis sageli võivad võõrustava kogukonna arvamust sündmusest kas muuta või rikkuda. Kuulujutte saab kinnitada või ümber lükata kommentaariga (sotsiaal)meedias. Näited *Lizard Festival*'ist, mis maksis 1,5 miljonit naela ning *Total Eclipse Festival*'ist, mis lõppes pankrotiga. Korraldajate sõnul ebaõnnestusid need sündmused negatiivsete väljaütluste tõttu kohalike omavalitsuste poolt, kes väitsid, et piirkond ei suuda tulla toime suure küllastajatevooga. Väljaütluste kajastati meedias, lisaks mõjusid ilmaennustused, kus lubati festivali ajaks pilvist ilma. (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 235)

Kohaliku kogukonna liikmetega kohtumine või suhtlemine on samuti olulisel kohal – tuleks arutada, kuidas sündmus neid mõjutada võib või kuidas kogukonnaliikmed saavad sündmusest kasu. Selline teguviis aitab kaasa sündmuse jätkusuutlikkusele. Kui sündmusel on positiivne majanduslik või sotsiaalne mõju, siis tuleks sellest kogukonnale teada anda, sest see pakub kogukonnale meelehead nii enne sündmust, sündmuse ajal kui ka peale sündmuse toimumist. (Jones, 2014, lk 44)

Seega kogukonna osalus sündmuses on oluline. Kogukonnaga on vaja suhelda, kohtuda, konsulteerida, lisaks on kogukonda oluline informeerida ning kaasata. Kogukonda on vaja hoida „enda pool“ ning mõista, millised on vajadused, püüdlused ning nõudmised. Kui need punktid või enamus nendest on täidetud, siis on suurema kogukonna heakskiit saavutatud, mis on oluline sündmuse eduks. Nii on kogukonnaliikmed positiivselt

meelestatud, st tunnevad sündmuse üle uhkust, saavad kogemuse võrra rikkamaks ning võimaluse arenemiseks – tänu sellele tunnevad ka festivali külastajad ennast sündmust võõrustavas kohas paremini.

Kui ettevõtte on otsustanud või ettevõttel on palutud planeerida ning ellu viia sündmust, siis esimesena peab kindlaks tegema, mis on kavandatava sündmuse eesmärk ning samuti luua sihid ja eesmärgid (Raj, Walters, & Rashid, 2013, lk 258). Sündmuse on vaja organiseerida ning igal sündmusel peab olema oma sisu, ettevalmistus, turundus ning palju muud (Rey, 2015, lk 1).

Sündmuse planeerimiseks on sätestatud seitse planeerimisprotsessi etappi: idee ja ettepanek, teostatavusuuring, sihid ja eesmärgid, sündmuse elluviimise nõuded, rakendusplaan, järelvalve ja hindamine ning tulevikuplaan. (Raj, Walters, & Rashid, 2013, lk 258) Raj jt (2013, lk 258-259) on kohandanud ja arendanud algset sündmuse planeerimise protsessi seitset etappi järgnevalt:

1. esimene etapp – sihtide ja eesmärkide loomine (nende hindamine, erikriteeriumite sätestamine);
2. teine etapp – uurimine (kõikide vajalike andmete kogumine);
3. kolmas etapp – teostatavusuuringu läbiviimine (sündmuse elujõulisuse uurimine, võttes arvesse sise- ja väliskeskkonda, samuti partnereid);
4. neljas etapp – äririski arengukava koostamine (finantsriskide ning sündmuse mõju hindamine ettevõttele);
5. viies etapp – peamiste sidusrühmade määratlemine (sidusrühmade mõju planeerimisprotsessile või sündmusele);
6. kuues etapp – projekti juhtimine ja elluviimine (üksikasjalik periood, kus põhieesmärgiks on parim võimalik sündmuse juhtimine arvestades piiranguid);
7. seitsmes etapp – sündmuse hindamine (õppimine ning arenemine, arvestades tehtud vigu ning edu).

Sündmuse hindamine on viimane samm planeerimise protsessis, kus algselt seatud eesmärgid ja sihid kasutatakse kui alustalasid, mille järgi tehakse kindlaks, kas sündmus on olnud edukas või mitte. Nii saavad sündmuse korraldajad hinnata enda tööd, kuid samas ka edastada tulemusi tähtsatele sidusrühmadele. Kuna sündmused on muutumas

üha olulisemaks osaks majanduses, on üha tähtsam hinnata ka nende tulemusi. (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 492)

Sündmuse hindamiseks on Allen jt (2011, lk 492) välja toonud kolm etappi:

- sündmuse eelne hindamine – teha kindlaks, kas üritus on piisavalt „elujõuline“, et seda üldse korraldada;
- järelevalve ja kontrolli protsess – põhiülesandeks on kindlustada, et kõik läheb plaanipäraselt ning vajadusel kasutada parandusmeetmeid;
- sündmuse järgne hindamine – ürituse tulemuste mõõtmine ning parendusettepanekute tegemine.

Sündmuse eelne hindamine on oluline, et uurida, kas sündmust saab edukalt korraldada saadaval ajavahemikul ning ressurssidel. Seda protsessi nimetatakse teostatavusuuringuks, mida viiakse läbi kas ettevõttesiseselt, kuid suuremate sündmuste korral laiendatakse ka ettevõtetest väljapoole. Vastavalt Shone'le ja Parry'le on üheks teostatavusuuringu võimaluseks n-ö läbivaatusprotsess (ingl k *screening process*), mille vältel tehakse kindlaks, kas sündmuse kontseptsioon sobib sündmuse ressursside ja vajadustega. Analüüsitakse turundamist, ressursse, oskusi ja finantsilist poolt. (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2011, lk 143)

Allen jt (2011, lk 492) kohaselt sündmuse järgses hindamises kogutakse ning hinnatakse sündmuse relevantseid andmeid. Hindamise käigus moodustatakse terviklik ülevaade sündmusest ning samuti hõlbustab see anda edasi sidusrühmadele sündmuse tulemusi. Suursündmuste puhul on eesmärkide mõõtmine keerulisem, sisaldades kriteeriume, nagu majanduslik mõju, meediakajastus, mõju turismile ning kasu sponsorile.

Sündmuse mõju hinnatakse kohalikule elanikkonnale peale sündmuse toimumist, kuna see võimaldab korraldajatel mõista sügavamalt probleeme, mis kogukonda puudutavad. Selline hindamine annab teavet positiivsete ja negatiivsete mõjude suhtelisest tähtsusest võõrustavale kogukonnale, kuid lisaks sellele aitab sündmuse korraldajatel arendada tulevikustrateegiaid, kus püütakse positiivseid mõjusid maksimeerida ning negatiivseid minimeerida. (Small, Edwards, & Sheridan, 2005, lk 68)

Kogukonna arendamise eesmärk on tugevdada sündmust võõrustava kogukonna eluviisi, majandust ja keskkonda. Sündmustelt oodatakse, et need täidaksid võõrustava kogukonna vajadusi, kuid seda ei tohi võtta iseenesestmõistetavana. Probleemid võivad tekkida, kui sündmus määratakse võõrustavale kogukonnale ning kui sündmust kontrollib väike huvigrupp. (Tassiopoulos, 2005, lk 8)

Kogukonna kaasamiseks on Bowdin jt (2011, lk 67-69) välja toonud mitmeid võimalusi, millest mõned toob töö autor järgnevalt välja. Üheks võimaluseks on kogukonna osalemise hõlbustamine (tasuta või soodushinnaga transpordivõimalused; raadiosaateid kogukonnaliikmetele, kel pole võimalik kodust lahkuda; soodushinnaga piletid valitud ühiskonnagrupid) (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 67).

Järgmiseks võimaluseks on ühiskonna panustamise ja tagasiside andmise võimaluse lihtsustamine (kogukonnapõhised ürituse strateegilised arvustused; töötoad, mille eesmärk on aidata disainida ning programmeerida sündmust, veebilehel tagasiside andmise võimalus). Lisaks on üheks võimaluseks teha abistamis- ja teavitustööd (rohkem tegevusi ühiskonnaliikmetele, kes on sündmusel osalemiseks ebasoodsas olukorras; kooli õppekavade kaasamine sündmusesse või sündmusega seotud tunnikavade loomine, mida koolid saavad rakendada, tutvustamiseks sündmuse üldiselt). (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 68)

Olulisel kohal on ka kogukonna arendamine ja suutlikkuse tõstmine (vabatahtlikuks olemise võimaldamine ja koolitused; kogukonna suutlikkuse tõstmine mingi kindla probleemi või mure lahendamiseks). Kogukonna kaasamiseks sündmusesse on kindlasti oluline ka kaasata kohalikku ettevõtlust (julgustada osalejaid kulutama kohalikes ettevõtetes – luues preemiaid, mis on seotud sündmusega; andes eeliseid kohalikele ettevõtetele teenuste osutamisel). (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 69)

Sündmuse arendamise juures kasutatakse sageli mõistet jätkusuutlikkus. Jätkusuutlik sündmus on sündmus, mis hõlmab lisaks keskkondlikule ka sotsiaalset ning majanduslikku tasakaalu. Kokkuvõtvalt öeldes on jätkusuutlik sündmus selline, kus

tasakaal jääb kas samaks, mis enne sündmuse toimumist või paraneb sündmuse tulemusel. (Matthews, 2016, lk 236)

Jones (2014, lk 44) on toonud välja jätkusuutliku sündmuse korraldamise võimalused arvestades kohalikku kogukonda:

- kutsuda kohalikke kogukonna gruppe osalema sündmusega seonduvatesse tegevustesse;
- annetada kohalikele gruppidele ning seeläbi vastutasuks saada sündmusele vabatahtlikke;
- lubada kogukonnagruppidel tulu eesmärgil organiseerida sündmusele toitlustust pakkuvaid müügikohti;
- kaasata kogukonnagruppe erinevatesse tegevustesse või teenuste osutamisesse, nagu infolaud, garderoob, infopunktid või programmi müük;
- pakkuda soodushinnaga või VIP-pileteid kohalikele, kes elavad sündmuspaiga läheduses;
- pakkuda „kohalike pileteid“ neile, kelle elukoha postikood ühtib sündmuspaiga omaga;
- pakkuda soodushinnaga pileteid ühisostudeks kogukonnagruppidele;
- pakkuda sündmusel eelkõige kohalikele elanikele paremaid töökohti;
- palgata eelkõige kohalikke töövõtjaid, toote- ja teenusepakkujaid;
- pakkuda kohalikele ettevõtetele soodushinnaga müügikohti või näitusepindu;
- tuvastada ning suunata mistahes kultuuriline või religioosne tundlikkus, mis puudutab sündmust, selle tegevusi, ajastust või kohta;
- pakkuda kompensatsiooni või alternatiivseid tuluteenimisvõimalusi.

Sündmuse arendamine arvestades kohaliku kogukonna heaoluga ei tähenda vaid sotsiaalkultuurilise mõju tuvastamist ning parendamist. Kogukonda mõjutavad lisaks nii poliitilised, keskkondlikud kui majanduslikud aspektid ning selleks, et kogukond oleks rahulolevam, tuleks sündmuse arendamisel kõiki eeltooduid arvestada. Kuna sündmus mõjutab kohalike elanike igapäevaelu, siis tuleks võtta arvesse nende arvamust sündmuse planeerimisel, teostamisel kui ka arendamisel.

2. PÄRNU ELANIKE TAJU UURING WEEKEND FESTIVAL BALTICU MÕJUST NENDE HEAOLULE

2.1. Uuringu meetod, valim ja korraldus

2015. aasta augustis toimus esimest korda Pärnu rannas suursündmus Weekend Festival Baltic, mida korraldatakse ka käesoleval, 2016. aastal. Tegemist on Põhjamaade suurima festivaliga, mis sai alguse 2012. aastal Soomes, kuid laienes 2015. aastal Eestisse ning 2016. aastal korraldatakse esimest korda Rootsis (Weekend Festival Baltic, 2016). Eesti Riiklikus Turismiarenduskavas 2014-2020 on märgitud, et kavatsetakse toetada rahvusvahelisi sündmusi ning osaleda nende korraldamisel, sest nähakse suursündmuste puhul olulist võimalust Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamiseks ja välisküllastajate arvu kasvatamiseks. (Eesti Riiklik Turismiarenduskava 2014-2020, 2013, lk 25)

Kohaliku kogukonna heakskiit on sündmuse eduks tähtis, sest sündmus leiab aset kohas, kus elavad võõrustava kogukonna liikmed ning sündmus mõjutab nende igapäevaseid toiminguid ja elukeskkonda (Jones, 2014, lk 44). Selleks, et suurendada kogukonnapoolset toetust on oluline, et sündmuse korraldamisel ja arendamisel võetaks arvesse ka kohalike heaolu. Uuringu eesmärk on uurida, kuidas Pärnu elanikud tajuvad Weekend Festival Balticu mõju nende heaolule.

Kõige rohkem on sotsiaalse mõju hindamiseks kasutatud meetodit, mis püüab välja selgitada sotsiaalse mõju läbi kohalike elanike küsitluse ning seeläbi proovitakse aru saada, millised on elanike ettekujutused sündmuse mõjust nende elukvaliteedile. See on subjektiivne hindamistehnika, kuid väidetakse, et sotsiaalne mõju ongi oma loomult juba subjektiivne ning samuti võib olla erinev mõju erinevatele kogukonnaliikmetele, mida ei saakski mõõta objektiivselt. (Fredline, Raybould, Jago, & Deery, 2015, lk 5) Küsitlus on

meetod, kus uuritavad inimesed vastavad etteantud küsimustele. Küsitlus peab kindlasti algama sissejuhatusega, kus küsitleja ennast ning uuringu eesmärgi tutvustab, samuti selgitab, kuidas saadud informatsiooni kasutatakse. (SÜG, Andmekogumismeetodid, 2016)

Sündmust võõrustava kogukonna arusaamade ja hoiakute mõõtmiseks kasutatakse peamiselt astmestikel ehk skaaladel põhinevaid küsimuste tüüpe (Likerti skaala), kus esitatakse erineva tugevusastmega väiteid, mille hulgast valib vastaja oma arusaamadele sobivama (Schlenker, Foley, & Getz, 2010). Käesolevas uuringus kasutatakse *ENCORE Festival and Event Evaluation Kit* vahendit, mis töötati välja 2005. aastal Austraalias *Sustainable Tourism Cooperative Research Centre (STCRC)* poolt (Schlenker, Foley, & Getz, 2010). Allen jt (2011, lk 508) järgi on *ENCORE* rahvusvaheliselt tunnustatud festivalide ja sündmuste hindamise vahend, mis pakub kvaliteetset andmetöötlust sündmustega seotud kuludest.

ENCORE Festival and Event Evaluation Kit vahendis on toodud eraldi näidisküsimustik, mille nimetus on võõrustava kogukonna sotsiaalse mõju küsitlus (*Host Community Social Impacts Survey*). Küsitluses küsitakse kohalike elanike erinevate sotsiaalsete mõjude esinemise kohta ning kuidas nad suhtuvad nendesse mõjudesse. Mõjud esitatakse väidetena, sealjuures vastatakse skaalal, mis ulatub väga negatiivsest kuni väga positiivseni, kuid samuti on skaalal ka neutraalne keskpunkt. Küsitluses on ka demograafilised küsimused ning küsimused elanike huvi ja kaasatuse suuruse kohta festivalil. (Schlenker, Foley, & Getz, 2010)

Näidisküsimustikku on käesolevas uuringus kohandatud (vt lisa 1). Ankeeti on juurde lisatud küsimus, mis soovib teada ankeedi täitja elukohta. Küsimus lisati, et saada teada, kas festivaliala läheduses elavad inimesed hindavad sündmust teisiti või mitte. Muudetud on ka väidetele järgnevad hindamisskaalad. Kui näidisküsimustikus tuli vastata lausete kohta skaalal väga negatiivsest kuni väga positiivseni, siis antud uuringus kasutati 5-palli skaalat („nõustun“, „pigem nõustun“, „osaliselt nõustun/osaliselt mitte“, „pigem ei nõustu“, „ei nõustu“ ning „ei oska öelda“). Töö autori arvates on selline skaala ankeedi täitjale arusaadavam. Samuti on muudetud küsimuste järjekorda, et luua parem visuaalne pilt.

Ankeedis on 10 kohustuslikku küsimust ning neli küsimust, mille korral saab vastaja valida, kas täidab lahtri või mitte. Esimesed seitse küsimust uurib vastaja kaasatuse ning arvamuse suursündmuse Weekend Festival Balticu kohta. Kaheksas küsimus sisaldab 20 väidet, mille korral tuleb vastajal märkida, kui nõus ta antud väitega on. Üheksas küsimus soovib teada, mis on vastaja arvamus sündmusest. Viimased kolm küsimust keskenduvad demograafilistele näitajatele – vastaja soole, vanusele ning elukohale. Kõige viimaks saab ankeedi täitja teha ettepanekuid ning avaldada arvamust sündmuse kohta.

Uuringu üldkogumiks on Pärnu linna elanikud, kes on vähemalt 18-aastased. 2015. aasta seisuga elab Statistikaameti andmetel Pärnu linnas 32 551 vähemalt 18-aastast inimest. Valimi puhul otsustas töö autor kasutada kihtvalimit. Kihtvalimi korral jagatakse uuritav populatsioon erinevate segmentide alusel (nt sugu, vanus, elukoht) homogeensetesse rühmadesse ning iga rühma seest valitakse liikmed edasi juhuvaliku abil, arvestades, et valitud rühmad saavad populatsiooni jaotusele vastava proportsionaalse esindatuse. Kui on ette teada, et üldkogum koosneb erinevatest osadest ning uurijal on põhjust arvata, et need segmendid võiks mõne tunnuse poolest erineda, siis on valimi moodustamisel mõistlik kasutada tüüpväljavõttu. Sel juhul otsustatakse, kui palju liikmeid valitakse valimisse igast üldkogumi erinevast osast. (Rämmer, 2014)

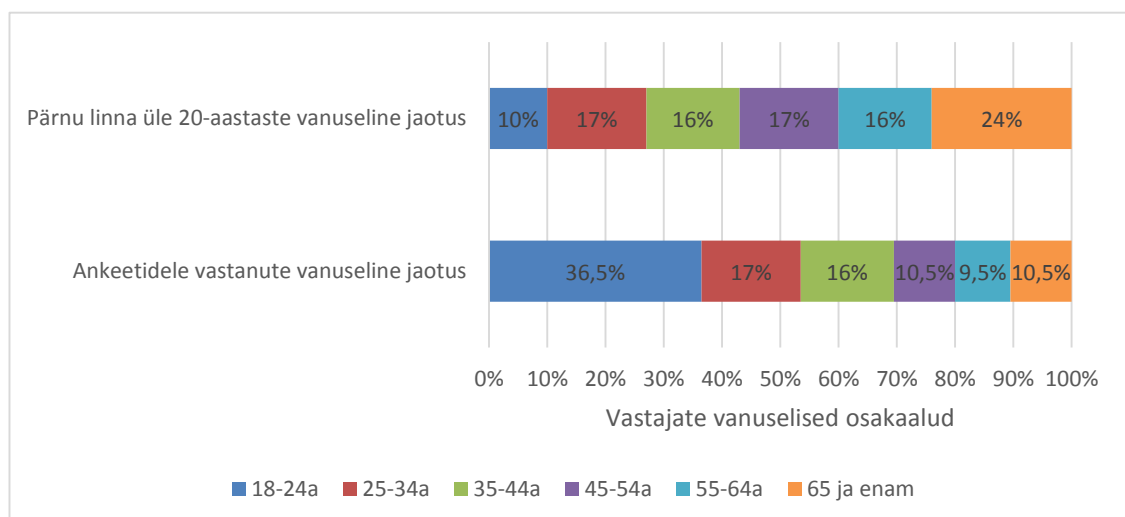
Statistikaameti andmetel elab 2015. aasta seisuga Pärnu linnas 14 072 üle 18-aastast meest ning 18 479 täiskasvanud naist. Kuna naised moodustavad 57% üldkogumist, on naissoost vastajate arv antud uuringus suurem. Uuringus osales kokku 200 inimest, kellest 114 olid naised ning 86 mehed (vastavalt 57% ning 43%). Kuna Pärnu Linnavalitsusel pole andmeid selle kohta, kui palju elab Pärnus igas linnajaos vähemalt 18-aastaseid elanikke, siis võttis töö autor kasutusele olemasolevad andmed ehk vähemalt 20-aastaste elanike proportsionaalse jaotuse iga linnajao kohta. Andmed pärinevad 1. jaanuarist 2014. Tammistes elab Pärnu elanikkonnast 0,5%, Raekülas 10%, Mais 20%, Eeslinnas 17%, Kesklinnas 3,7%, Rannarajoonis 6%, Räämal 21,5%, Vana-Pärnus 4,3% ning Ülejõel 17%.

Seejärel arvutati, kui palju inimesi peaks igast linnajaost inimesi vastama, kui vastanute arv on 200. Vastavalt elukohale õnnestus töö autoril saada peaaegu et täpne proportsionaalse vastajate jaotus. Tammiste linnajaost oli üks vastaja, Raekülast 20,

Maist 40, Eeslinnast 34, Kesklinnast 11, Rannarajoonist 12, Räämalt 40, Vana-Pärnust kaheksa ning Ülejõelt 34. Antud jaotuse järgi oleks pidanud ankeedile vastajaid olema kesklinnast kolm inimest vähem ning Räämalt kolm rohkem.

Lisaks soole ning elukohale otsustati vastanute puhul jälgida ka nende vanust. Uuringust on välja arvatud alaealised ning üle 85-aastased inimesed. Statistikaameti andmetel moodustavad elanikkonnast 18-24-aastased 10%, 25-34-aastased 17%, 35-44-aastased 16%, 45-54-aastased 17%, 55-64-aastased 16% ning 65-84 vanused 48%. Uuringu ankeeti enda isiklikule *Facebook*'i lehele üles laadides ning sõpradel jagada paludes tuli ilmsiks, et vanuses 18-24 vastanute osakaal on liiga suur, samas vanemate elanike osakaal Pärnu linnas on noortega võrreldes suurem.

Vanemate vastajate saamiseks mindi tänavale küsitlema. Kokkuvõtteks õiget vanuselisele proportsionaalset jaotust ei saavutatud, kuid kõiki vanusegruppe sai uuringusse siiski kaasatud (vt joonis 1). 36,5% vastanutest olid vanuses 18-24, 17% vastanutest vanuses 25-34, 16% vastanutest 35-44, 10,5% vastanutest 45-54, 9,5% vastanutest 55-64 ning 10,5% vastanutest märkisid, et on üle 65-aastased. Vanuses 18-24 inimeste osakaal sai kolmekordselt ületatud, kuid üle 65-aastasi inimesi oleks pidanud küsitlema poole rohkem. Vanuses 25-44 vastajaid oli täpselt õige arv ning 45-64-aastaseid oleks võinud saada umbes 20 inimest rohkem.



Joonis 1. Pärnu linna elanike ning ankeetidele vastanute vanuselised osakaalud (autori koostatud).

Esmalt viidi läbi pilootuuring, mis toimus ajavahemikul 23.-25. veebruar. Pilootuuringule vastas kümme inimest. Pärast pilootuuringut otsustati, et esimene küsimus eemaldatakse ankeedist. Selle küsimusega sooviti vastajalt teada saada, kas ollakse teadlik, et eelmisel, 2015. aastal toimus festival nimega Weekend Festival Baltic. Küsimus eemaldati, sest sooviti vastama vaid neid inimesi, kes on teadlikud antud festivalist ning ankeedile oleks olnud raske vastata inimestel, kes ei ole kuulnud Weekend Festival Balticust. Antud informatsioon lisati ankeedi sissejuhatusse, kuhu kirjutati, et kui vastaja on teadlik antud festivalist, siis palutakse täita käesolev ankeet.

Põhiuuring viidi läbi 1.-16. märtsil. Elektroonilisel viisil asus ankeet *LimeSurvey* lehel. Esmalt edastati ankeet vastajatele vastamiseks töö autori isiklikule *Facebook*'i lehele, kus paluti seda jagada ka sõpradel ning tuttavatel. Elektrooniliselt sai vastata ankeedile vaid paar päeva, sest kontrolliti vastajate demograafilisi näitajaid, nagu vanus, elukoht ja sugu. Parema proportsionaalse jaotuse saamiseks mindi inimesi küsitama tänavale. Inimesi küsitleti nii Rüütli kui Suur-Sepa tänaval, kaubanduskeskuses Maxxxima ning viimaks Rääma linnajaos. Paber kandjal saadud ankeedid sisestati koheselt *LimeSurvey* keskkonda.

Küsitluse kaudu saadud kvantitatiivsete andmete töötlemiseks kasutati statistilist analüüsi ning meetodina kasutas töö autor nii analüütilist kui kirjeldavat statistikat. Kasutati andmetöötlusprogrammi *Microsoft Excel* vahendit *Pivot Table*, millega tehti kokkuvõtteid ja mitme tunnuse analüüsi risttabelite abil. Kommentaare ja arvamused analüüsiti kontentanalüüsi teel. Standardiseeritud kontentanalüüsi kasutati abimeetodina ankeetküsitluse lahtiste küsimuste vastuste kodeerimiseks (Standardiseeritud kontentanalüüs, 2016). Uuringus kasutati statistilist kontentanalüüsi.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs

Uuringule vastajaid oli kokku 200. Küsimus, millega sooviti vastajatelt teada, kas nad osalesid festivalil või mitte, osales nendest Weekend Festival Balticul 48,5%, ei osalenud aga 51,5%. Järgnesid küsimused, millega sooviti teada, kas vastaja võttis festivali ajaks tööpakkumise vastu, oli vabatahtlikuks või osales mõnel muul viisil antud festivalil. 8,5% vastajatest võttis festivali ajaks tööpakkumise vastu, vabatahtlikuks oli 5%.

Küsimusele, kas osalesite mõnel muul viisil Weekend Festival Balticul, vastas 18% vastanutest. 12 inimest kuulas muusikat värava taga või viibis festivaliümbruses. Neli inimest kirjutas, et kuulis muusikat omaenda koju. Neli inimest võõrustas festivali külastajaid. Kaks inimest olid festivaliümbruses tööl ning kaks inimest osutasid taksojuhi teenust. Ühel juhul osaleti sündmuse linnapoolses organiseerimises ning üks inimene oli politseile tõlgiks, aidates neid vene keelega. Kümme vastajat soovis veel üle korrata, et osales antud festivalil pidutsejana ehk osalejana.

Järgnevalt sooviti vastajalt teada saada, mis sõna talle kõigepealt mõttesse tuleb seoses Weekend Festival Balticuga. Tegemist oli küsimusega, millele sai vastata oma sõnadega ning vastuste analüüsimisel kasutati induktiivset kodeerimist – töö autor kategoriseeris ühetaolised vastused. Kõige rohkem, täpsemalt 41% vastas, et esimesena tuleb meelde meelelahutuslik võimalus (pidu, melu, meelelahutus).

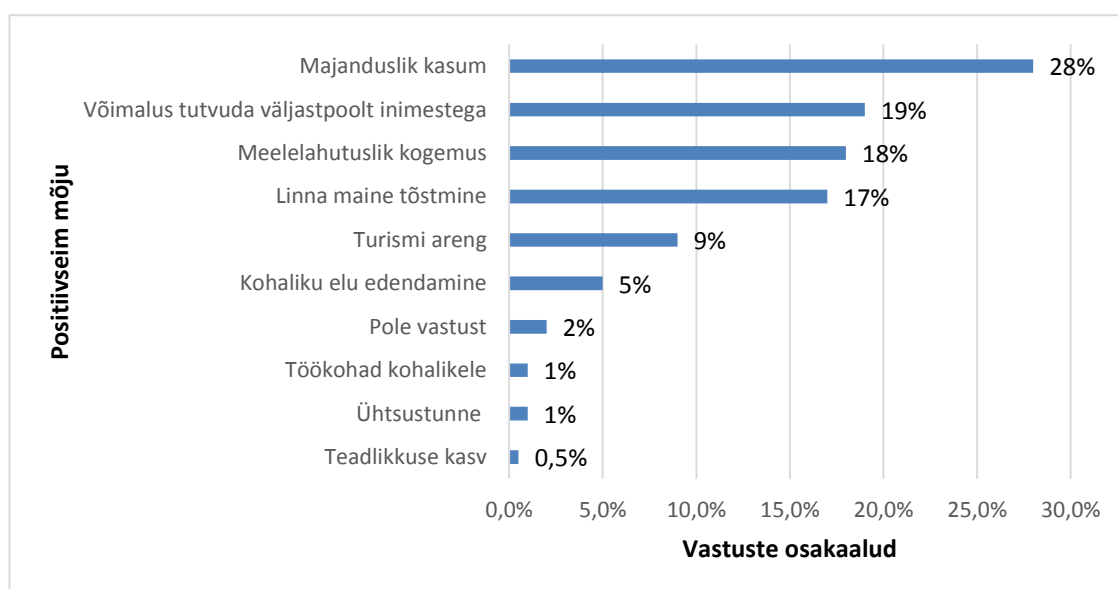
13% vastajatest tuli mõttesse muusika, 11%-le kas seltskond või rahvas ning 11% vastas, et mõttesse tuleb hea emotsioon, kirjeldades seda sõnadega, nagu „võimas“, „super“ jpm. Veidi vähem, 9%, kirjeldas oma esimest mõtet sündmuse keskkonnaga seonduvalt. Selleks oli kas siis rand, liiv või lava. 4% vastajatest mainis halba emotsiooni, lisaks 3% mainis nii raha, tööd kui müra ja 2% mõnuaineid (alkohol, narkootikumid).

Võrreldes vastanute vanust ning esimest mõtet seoses festivaliga selgus, et enamus, kes vastasid meelelahutuslik võimalus, olid nooremapoolsed vastajad – täpsemalt 64% kõigist vastanutest. Samuti oli enamuses ehk 69% 18-34-aastaste osakaal kategoorias „muusika“. Lisaks selgus, et sõna „töö“ vastasid inimesed, kes olid vähemalt 45-aastased. Sõna „müra“ tuli mõttesse vaid inimestel, kes olid 35-44-aastased.

Küsimustele, mis soovis teada vastajate arvamust Weekend Festival Balticu kõige positiivsemast ning seejärel negatiivsemast mõjust, sai vastaja samuti kirjutada vastuse oma sõnadega. Mõned vastanutest mainisid enda ankeedis mitut mõju ning analüüsimisel võeti arvesse kõiki kirjeldatuid, seega vastuste arv ei ühti vastanute arvuga, vaid näitab, mitu korda mingit mõju mainitud on. Mainimiskordi oli kokku 215. Küsimuste vastuste analüüsimiseks kasutas töö autor antud uuringus kasutatud vahendit *ENCORE Festival and Evaluation Kit*'i, kus võõrustava kogukonna sotsiaalse mõju näidisküsimustikus oli

esitatud erinevaid mõjuvaldkondi, millest töö autor valis kategoriseerimiseks sobivaimad. Need mõjuvaldkonnad, mida antud näidisküsimustikus polnud, kuid mida uuringus osalenud vastajate vastuste hulgas esines, leiti autorite teosest, nagu Razaq Raj ning James Musgrave.

Positiivse mõju kategooriad on järgnevad: majanduskasv, töökohad kohalikele, turismi areng, linna maine tõstmine, võimalus tutvuda inimestega väljaspool kogukonda, ühtsustunne, meelelahutuslik võimalus, teadlikkuse kasv ning kohaliku elu edendamine. Kõige rohkem, täpsemalt 28%, mainis majanduslikku kasumit (vt joonis 2). Selle iseloomustamiseks kasutati palju erinevaid väljendeid, kuid kõige rohkem kirjutati sõnu, nagu: „raha“, „käive“, „tulu“, „ärikasum“.



Joonis 2. Vastanute arvamus Weekend Festival Balticu positiivseimast mõjust (autori koostatud).

Teisel kohal oli võimalus tutvuda väljastpoolt kogukonda inimestega, mida kirjeldas 19% enamasti sõnadega, nagu „uued tutvused“, „erinev seltskond“, „uued inimesed“ jpm. Pärnu elanikud pidasid tähtsaks ka meelelahutuslikku poolt (18%). Oluliseks peeti samuti linna maine tõstmist, mida 17% vastanutest esile tõstis. Kõige rohkem kirjeldati seda järgnevate sõnadega: „reklaam“, „tuntus“, „populaarsus“, „kuulsus“ ja „tutvustus“. Vähem, täpsemalt 9%, mainis turismi arengut.

5% pidas oluliseks kohaliku elu edendamist, kirjeldades seda, nagu „elu edendamine“, „linn elab“, „vähemalt korraldatakse midagi“ jne. 1% mainis töökohti kohalikele elanikele, ühtsustunnet ning 0,5% teadlikkuse kasvu, mille all mõeldi maailmamuusikaga rohkem kursis olemist. 2% vastanutest jättis küsimusele vastamata, lisaks 0,5% ei saanud küsimusest aru, vastates „jah“ ning 0,5% mainis mõnuaineid positiivse mõjuna. Kahte viimast otsustas töö autor analüüsimisel eraldi kategooriasse panemata jätta ning analüüsimisse mitte kaasata. Tulemuste analüüsimisel ei esinenud erinevust inimeste arvamusel positiivseimast mõjust vastavalt nende elukohale või festivalil osalemisele.

Küsimusele, mis soovis teada vastajate arvamust negatiivseimast mõjust, vastati samuti mõnel korral rohkem kui üks mõju. Mainimiskordi oli kokku 208. Kategooriad on järgnevad: liigne alkoholi ning narkootikumide tarvitamine, kohalike normaalse igapäevarutiini häirimine, avalike kohtade ja hoonete ülerahvastatus, üürihindade tõus, prügi, kuritegeliku käitumise soodustamine, liikluse suurendamine, toodete hindade tõus, vanurite pahameel, müra, parkimiskohtade halb saadavus, rohkem tööd kohalikele ning juurdepääs tavapärasele kohale takistatud.

Lisaks tuli välja eraldi nii-öelda kategooria, kus kirjutati, et negatiivset mõju festivalil pole. Seda vastati ka kõige rohkem ehk 21,5%. 20,5% märkis negatiivse mõjuna alkoholi ning narkootikumide liigset tarvitamist. 19,5% mainis prügi, iseloomustades seda järgnevate sõnadega: „laga“, „läbustamine“ ning „praht“. 12,5% vastanutest oli arvamusel, et negatiivseks mõjuks on kohalike inimeste häirimine. Mainiti elukoha lähedal asetleidvat lärmi ning öörahu rikkumist. Ühel juhul kirjutas Rannarajoonis elav naine pikema kommentaari:

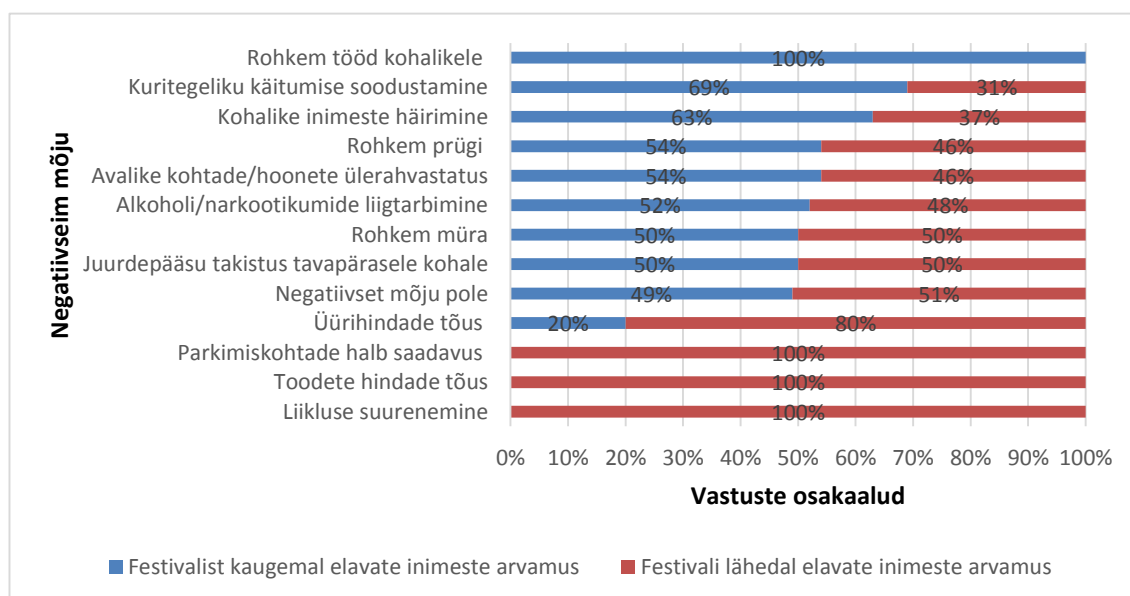
„Elan mõnikümmend meetrit sissepääsukohast ning peale festivali toimumist olid kõik kohad prügi täis. Magada ei saanud, sest meie perekonda segasid muusika ning joobes inimeste lärm. Laps nuttis kõik ööd ning koduloomad läksid segaseks. Lisaks sellele pargiti kodu juures asuv väljapääs kinni ning lõhuti maja juures olevaid istumispinke.“

8% mainis kuritegelikku käitumist, viidates turvalisuse vähenemisele ning mõeldes nii isiklikku vara kui tervist. 6% väljendas pahameelt avalike kohtade ning hoonete

ülerahvastatuse osas. 4% mainis, et festivali tõttu oli rohkem müra. 2,5% polnud rahul, et üürihinnad on tõusnud, sealhulgas mainiti, et festivali tõttu on pikaajaliste üürikorterite üürimine raskendatud. 1,5% arvas, et negatiivseimaks mõjuks on liikluse suurenemine.

1% mainis parkimiskohtade halba saadavust, samuti 1% juurdepääsu takistust tavapärasele kohale, milleks on rand. 1% arvas ka, et negatiivseimaks mõjuks on vanurite pahameel. 0,5% pööras tähelepanu toodete hindade tõusule, lisaks 0,5% ka sellele, et festivali perioodil on palju tööd, lisades, et puhkust on selleks perioodiks raske saada. Kahe vastaja arvamused otsustas töö autor jätta analüüsimisse kaasamata, sest need koosnesid sõnadest, nagu „raha“ ja „ilm“. Töö autor ei leidnud antud vastuste puhul loogilist seost Weekend Festival Balticu negatiivsest mõjust.

Analüüsid, kas elukoht mõjutab inimeste arvamust negatiivsest mõjust, jagas töö autor linnajaod kaheks – festivali lähedal asuvad linnajaod ning festivalist kaugemal asuvad linnajaod. Lähedalasuvateks linnajagudeks loeti Kesklinn, Rannarajoon, Mai (sh Papiniidu) ning Eeslinn. Ülejäänud ehk Ülejõe, Rääma, Tammiste, Vana-Pärnu ning Raeküla grupeeriti kaugelasuvateks linnajagudeks. Analüüsimisel võeti arvesse ka seda, et kaugelasuvad linnajaod, nagu Rääma ja Ülejõe, on elanikurohked ning lähedalasuvatest linnajagudest on vaid Mai linnajaos palju elanikke (vt joonis 3).

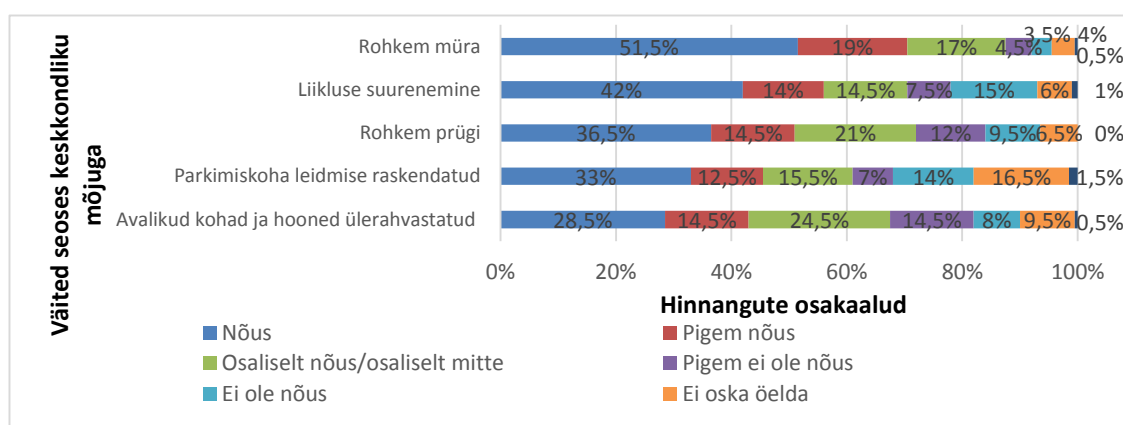


Joonis 3. Vastanute arvamus Weekend Festival Balticu negatiivsest mõjust osakaaludena vastavalt elukohale (autori koostatud).

Vastuste, nagu negatiivset mõju pole, alkoholi ja/või narkootikumide liigtarbimine, prügi, kohalike inimeste häirimine, kuritegeliku käitumise soodustamine, ülerahvastatus, müra ning takistatud juurdepääs tavapärastele kohtadele seas olid vastuste mainimiskorrad küllaltki võrdväärised, arvestades linnajagudes elavate elanike arvu erisust. Üürihindade tõusu üle väljendasid pahameelt 80% kogu vastustest festivali ümbruses elavad inimesed. Liikluse suurenemist, parkimiskohtade halba saadavust ning toodete hindade tõusu mainisid vaid festivali läheduses elavad inimesed.

Järgmises küsimuseblokkis esitati vastajatele 20 lauset. Iga lause puhul tuli vastajal valida, kas ta on antud väitega nõus, pigem nõus, osaliselt nõus või osaliselt mitte, pigem ei ole nõus, ei ole nõus, ei oska öelda või jätab vastamata. Elektroonilisel teel vastatud ankeetides esines vastamata jäänud väiteid, kuid tänavaküsitluse teel mitte. Kõikides ankeetides oli töö autori arvates piisavalt ehk üle pooltele väidetele oli vastatud ning analüüsimisel arvestati kõiki ankeete. Analüüsimisel rühmitati väited järjekorda vastavalt nende sisule – keskkondliku, sotsiaalse ja majandusliku mõjuga seotud väited.

Keskkondliku mõjuga seotud väiteid oli viis (vt joonis 4). Väitele, et festivali ümbruses oli rohkem müra kui tavapäraselt, jättis vastamata 0,5%. Selle väite puhul nõustuti keskkondliku mõjuga seonduvatest väidetest kõige rohkem – 51,5%. 19% oli pigem nõus, 17% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 4,5% pigem ei nõustunud, 3,5% ei nõustunud, 4% ei osanud öelda. Analüüsid vanust selgus, et kõikidest vanusekategoriatest kaldusid üle poole vastajatest väitega nõustuma, sealjuures protsent oli kõige kõrgem üle 65-aastaste vanusegrupis.



Joonis 4. Vastajate hinnangud keskkondliku mõjuga seotud väidetele (autori koostatud).

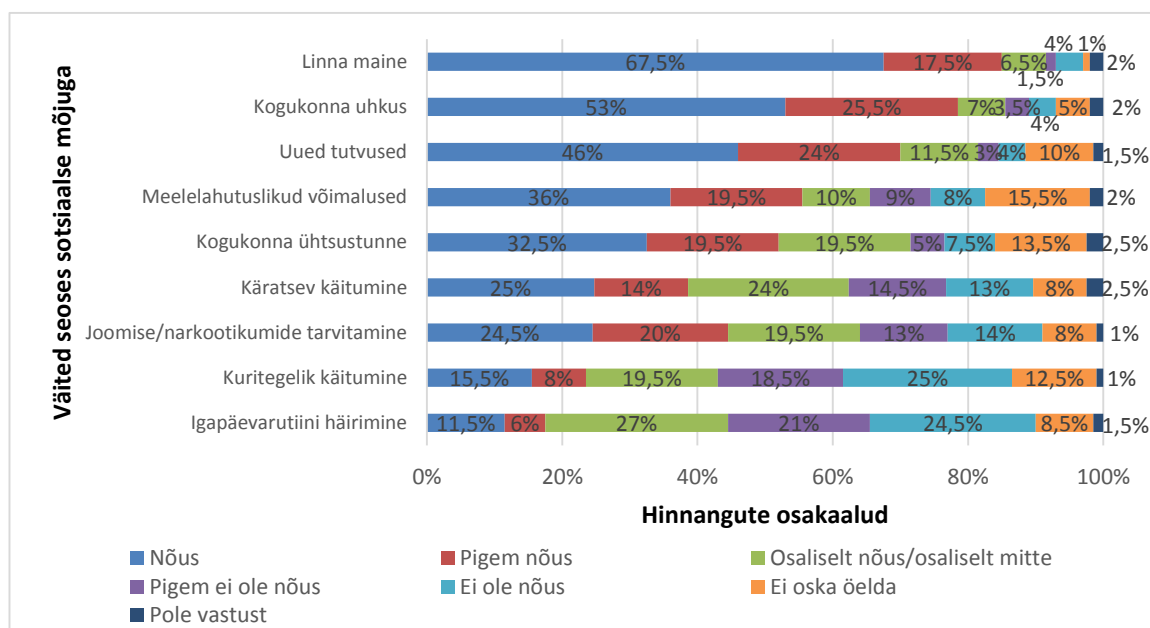
Analüüsid elukohta, oli kõige rohkem nõustujaid (23%) nende hulgas, kes elasid Mai rajoonis ehk festivalile lähemal, kuid tuleneb sellest, et Mai rajoon oli üks nendest, kus oli uuringule vastajaid kõige rohkem. Teisel kohal oli nõustujatest Rääma linnajaost (21%), kust oli samuti palju uuringule vastajaid, kuid asub festivalist kaugemal – see näitab, et arvamused ei erine vastavalt elukohale.

Järgmisele väitele, et festival suurendas liiklust minu kodukohas, ei vastanud 1% vastanutest. 42% oli nõus, 14% oli pigem nõus, 14,5% oli osaliselt nõus või osaliselt mitte, 7,5% pigem ei nõustunud ning 15% ei nõustunud selle väitega. 6% vastajatest ei osanud öelda. Võrreldes tulemusi vanusega ning elukohaga, sealjuures grupeerides elukohad lähedalasuvateks ning kaugelasuvateks, ei esinenud märkimisväärseid erinevusi.

Väitega, millega sooviti vastajatelt teada, kas nende arvates oli festivali ümbruses rohkem prügi kui tavapäraselt, ei jätnud keegi vastamata. 36,5% oli nõus, 14,5% pigem nõus, 21% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 12% pigem ei nõustunud, 9,5% ei nõustunud ning 6,5% ei osanud öelda. Vastajate hulgas, kes olid väitega nõus, oli rohkem naisi – vastavalt 67%. Nende hulgas, kes pigem nõustusid, osaliselt nõustusid või ei nõustunud, pigem ei nõustunud või ei olnud nõus, märkimisväärset erinevust ei esinenud. Nendest, kes ei osanud öelda, moodustasid 62% mehed.

Järgmine väide oli, et festivali tõttu oli raske leida parkimiskohta. Väitele jättis 1,5% vastamata. 33% oli nõus, 12,5% pigem nõus, 15,5% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 7% pigem ei nõustunud, 14% ei nõustunud selle väitega. 16,5% ei osanud öelda. Siinkohal samuti ei olenenud vastused vastanute elukohast, soost ega vanusest. Järgmise väitega sooviti teada saada, kas kohalikud nõustuvad, et avalikud kohad ja hooned olid festivali ajal ülerahvastatud. Väitele jättis 0,5% vastamata. 28,5% olid nõus, 14,5% pigem nõus, 24,5% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 14,5% pigem ei olnud nõus, 8% ei nõustunud ning 9,5% ei osanud öelda. Analüüsid vastuseid vanusega on märkimisväärne see, et üle 65-aastaste vanusegrupis oli kõige suurem nõustujate protsent (40%), teistel vanusegruppidel jäi 20% piiresse.

Sotsiaalse mõjuga seonduvaid väiteid oli üheksa (vt joonis 5). Nendest kõige rohkem nõustuti väitega, et festival tõstab kohalike elanike linna mainet. 67,5% olid nõus, 17,5% pigem nõus, 6,5% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 1,5% pigem ei nõustunud, 4% ei nõustunud ning 1% ei osanud öelda. 2% jättis vastamata. Analüüsimisel ei selgunud vahet inimeste arvamusel sõltuvalt vastajate festivalil osalemisest, soost ega elukohast.

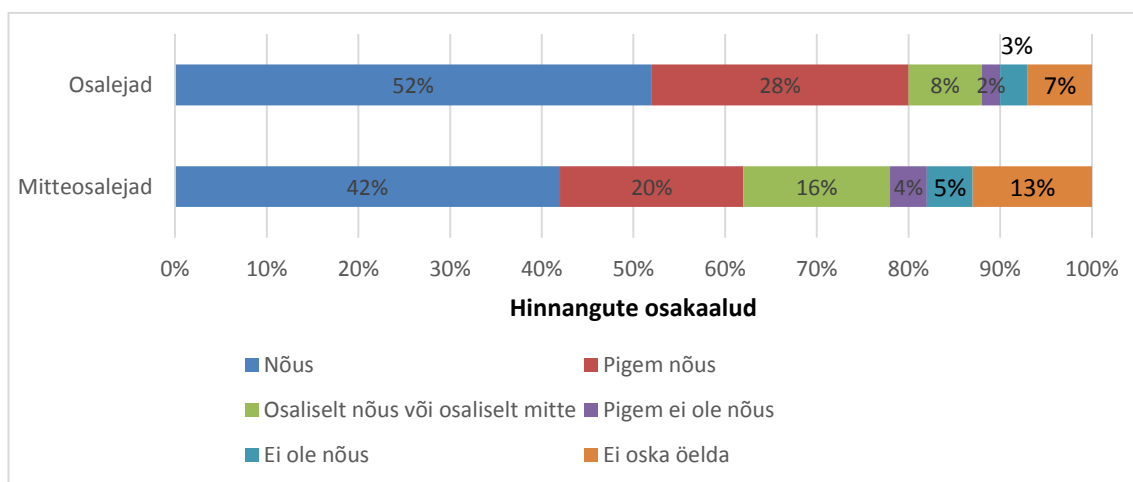


Joonis 5. Vastajate hinnangud sotsiaalse mõjuga seotud väidetele (autori koostatud).

Järgmise väitega sooviti vastajalt teada, kas festival suurendas kogukonna uhkust oma linna üle. 2% jättis väitele vastamata. Üle poole ehk 53% nõustus, 25,5% pigem nõustus, 7% osaliselt nõustus või osaliselt mitte, 3,5% pigem ei nõustunud, 4% ei nõustunud, 5% ei osanud öelda. Tulemuste analüüsimisel selgus, et kohalike elanike arvamused ei erine märkimisväärselt sõltuvalt soost ega vanusegrupist, kuid vanusegruppide puhul on märkimisväärne see, et vaid nooremate, vanuses 18-34, puhul ilmnis vastust, nagu „ei oska öelda“. Vanuses 35-64 ei maininud ükski kohalik eeltoodud vastust ning üle 65-aastastest mõni üksik.

Väitele, kas festival pakkus võimalusi tutvuda väljaspool kogukonda inimestega, jättis 1,5% vastajatest vastamata. 46% nõustus, 24% pigem nõustus, 11,5% osaliselt nõustus või osaliselt mitte, 3% pigem ei nõustunud, 4% ei nõustunud, 10% ei osanud öelda. Võrreldes antud väidet sellega, kas vastaja osales festivalil või mitte selgus, et väitega

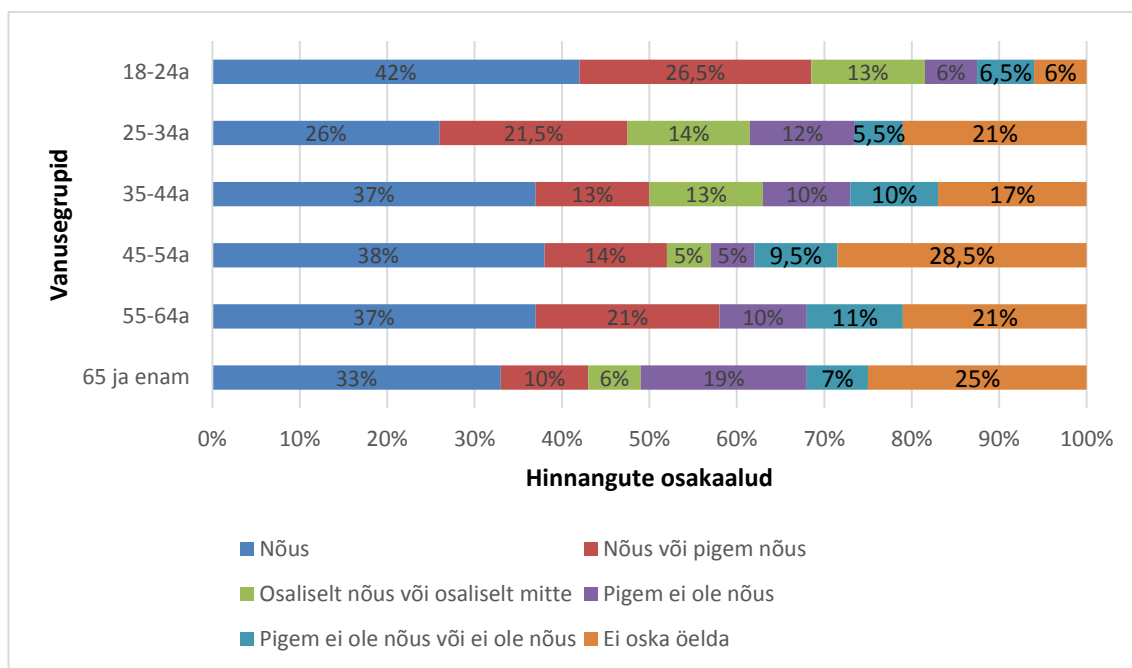
nõustused rohkem need, kes osalesid. Festivalil osalenutest jagunesid arvamused järgnevalt: 80% oli nõus või pigem nõus, 8% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 5% pigem ei olnud nõus või ei olnud nõus, 7% ei osanud öelda. Festivalil mitteosalenutest jagunesid osakaalud järgnevalt: 62% oli nõus või pigem nõus, 16% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 9% pigem ei nõustunud või ei nõustunud ning 13% ei osanud öelda (vt joonist 6).



Joonis 6. Vastajate arvamus sellest, kas tänu festivalile oli võimalus tutvuda väljaspool kogukonda inimestega, võrreldes nende osalemisega festivalil (autori koostatud).

Järgmine väide oli, et festivali poolt pakuti meelelahutuslikke võimalusi kohalikele kogukonnale. Vastamata jättis 2%. 36% oli nõus, 19,5% pigem nõus, 10% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 9% pigem ei nõustunud, 8% ei nõustunud, 15,5% ei osanud öelda. Vanusekategoriaid analüüsidis oli nõustujate või pigem nõustujate osakaal kõige suurem vanuses 18-24 – 68,5%.

Kõige rohkem nõustused osaliselt või osaliselt mitte vanusekategoriates 25-34 eluaastat – 14%. Enim mitte nõustujaid või pigem mitte nõustujaid oli vanusegrupis 65 ja enam (26%), mis näitab, et kõige vanemate elanike arvamus kohaselt ei ole kohalikele meelelahutuslikke võimalusi. Kõige enam ei osanud öelda 45-54-aastased (28,5%) (vt joonist 7).



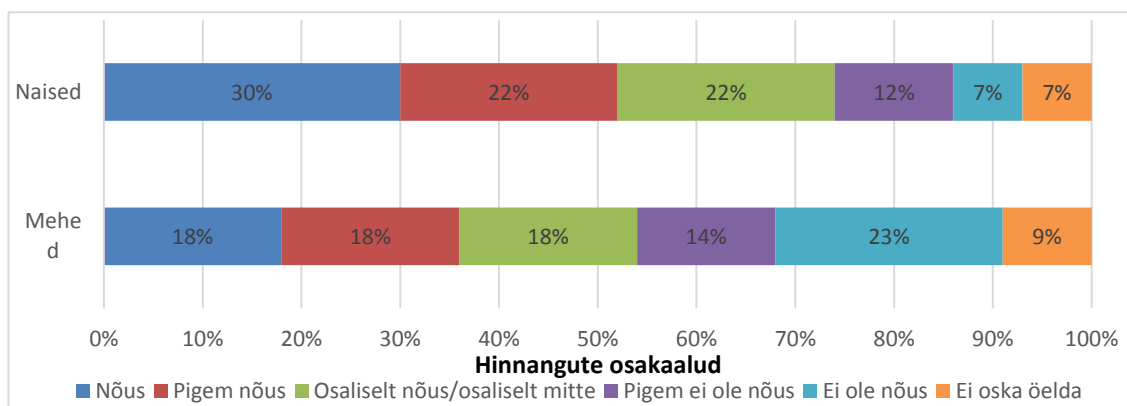
Joonis 7. Vastanute arvamus meelelahutuslike võimaluste pakkumisest vanuserühmade osakaalude järgi (autori koostatud).

Järgmine väide oli, et festival suurendas kogukonna ühtsustunnet. 2,5% jättis vastamata. Väitega nõustus 32,5%, pigem nõustus 19,5%, osaliselt samuti 19,5%, pigem ei nõustunud 5%, ei nõustunud 7,5% ning ei osanud öelda 13,5%. Analüüsisides tulemusi vastavalt vanusele selgus, et kõige suurem osakaal, kes väitsid, et ei oska öelda, kas festival suurendas kogukonna ühtsustunnet, oli vanusegruppides 45-54 ning 65 ja enam (vastavalt 28% ja 24%). Teistes vanusegruppides jäi osakaal alla 13%.

Järgnes väide, millega sooviti vastajalt teada saada, kas festival soodustas käratsevat käitumist. 2,5% jättis vastamata. 25% nõustusid, 14% pigem nõustusid, 24% osaliselt või osaliselt mitte, 14,5% pigem ei nõustunud ning 13% ei nõustunud. 8% ei osanud öelda. Analüüsisides vastajate osalemist festivalil selgus, et need, kes festivalil ei osalenud ning kes vastasid, et on väitega nõus, oli osakaal suurem kui nende hulgas, kes Weekend Festival Balticul osalesid – vastavalt 34% ja 15%. Nende hulgas, kes pigem nõustusid ja osaliselt nõustusid/osaliselt mitte, märkimisväärset erinevust polnud. Need, kes pigem ei nõustunud, olid osakaalud järgmised: osalejatest 21% ja mitteosalejatest 9%. Ka nende hulgas, kes ei nõustunud, oli osalejate osakaal suurem – 18%, samas mitteosalenutest oli

8%. Need, kes ei osanud öelda, oli suurem protsent mitteosalejate seas (10%, seevastu osalenutest vaid 4%).

Väitele, et festival soodustas liigset joomist või narkootikumide tarvitamist, jättis vastamata 1%. Arvamused jagunesid järgmiselt: nõus 24,5%, pigem nõus 20%, osaliselt nõus ning osaliselt mitte 19,5%, pigem ei ole nõus 13% ning ei ole nõus 14%. Ei osanud öelda 8%. Meessoost vastajatest olid 36% nõus või pigem nõus, seevastu naistest 52% – see teeb peaaegu poole rohkem kui meessoost nõustujaid. 18% meestest oli osaliselt nõus või osaliselt mitte, naised aga 22%. 37% meestest kas pigem ei nõustunud või ei nõustunud, naised sealjuures märgatavalt vähem ehk 19%. 9% meestest, 7% naistest ei osanud öelda (vt joonis 8). Analüüsidest vanust on märkimisväärne see, et kõige suurem nõustujate protsent oli üle 65-aastaste kohalike seas – 43%.



Joonis 8. Vastanud meeste ja naiste arvamus festivali liigse alkoholi või narkootikumide tarbimise soodustamisest (autori koostatud).

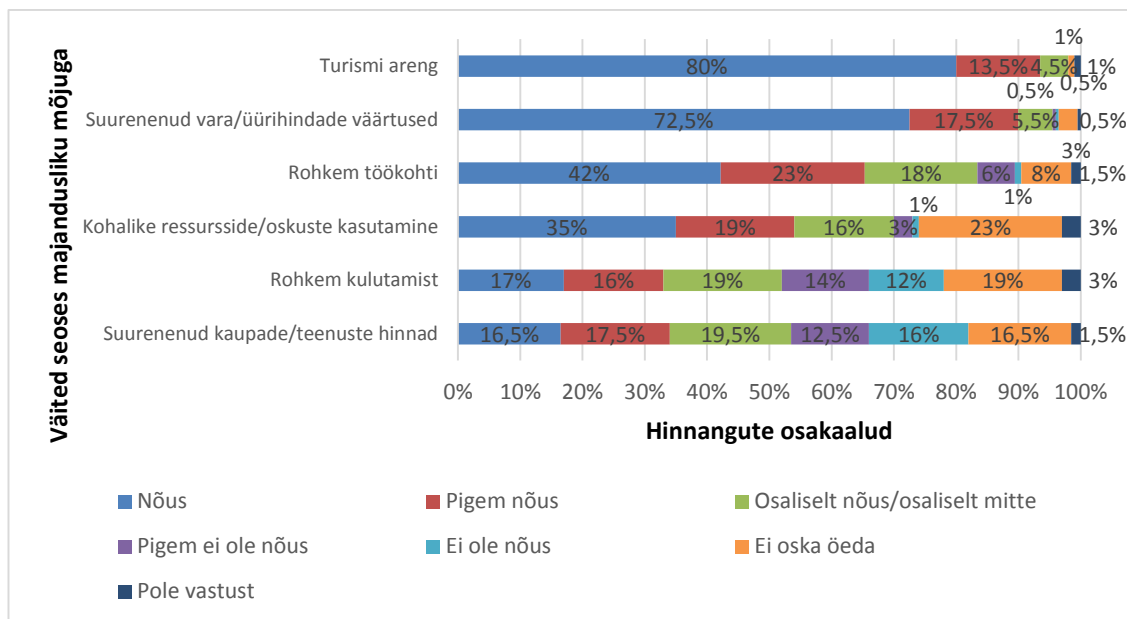
Järgmise sooviti väitega vastajalt teada, kas festival soodustas kuritegelikku käitumist. Väitele ei vastanud 1% uuringus osalenutest. Kõige rohkem, 25% vastas, et ei nõustu. 19,5% vastas, et osaliselt nõustuvad ning osaliselt mitte. 18,5% pigem ei nõustunud. 15,5% nõustusid, 12,5% ei osanud öelda ning 8% pigem nõustusid. Analüüsidest vastajate osalemist festivalil, nõustusid väitega rohkem need, kes festivalil ei osalenud – mitteosalejatest 24% ja osalejatest 7%. Pigem nõustujate, osaliselt nõustujate, pigem mitte nõustujate seas märkimisväärseid erinevusi ei esinenud. Need, kes ei nõustunud, olid ülekaalus festivalil osalejad – osalejatest moodustus 37%, mitteosalejatest 14%. Üle kahe korra rohkem ei osanud öelda festivalil mitteosalenud (vastavalt 8% ja 17%).

Väitele, millega sooviti teada, kas festival häiris kohalike elanike tavapärasest igapäevarutiini, jättis vastamata 1,5%. 11,5% vastajatest olid väitega nõus, 6% pigem nõus, 27% osaliselt nõustus või osaliselt mitte, 21% pigem ei nõustunud, 24,5% ei nõustunud, 8,5% ei osanud öelda. Analüüsidest vastajate festivali külastavust ning arvamust selgus, et need, kes Weekend Festival Balticul ei osalenud ning vastasid, et on väitega nõus, oli üle kuue korra rohkem kui neid, kes festivalil osalesid ning sama väitega nõustusid – protsentides 87% ja 13%.

Vastuste „pigem nõustun“, „osaliselt nõustun/osaliselt mitte“, „pigem ei nõustu“ ja „ei nõustu“ seas märkimisväärseid erinevusi ei ilmnunud. Väidet ei osanud kommenteerida 35% osalenutest ning 65% mitteosalenutest. Analüüsidest vanust selgus, et vanusegruppidest nõustujate protsent oli kõige suurem üle 65-aastaste seas – 25%, kõige väiksem aga 18-24-aastaste seas – 8%. Kõige suurem mittenõustujate protsent oli vanuses 45-54-aastaste seas, seevastu kõige väiksem üle 65-aastaste seas (15%).

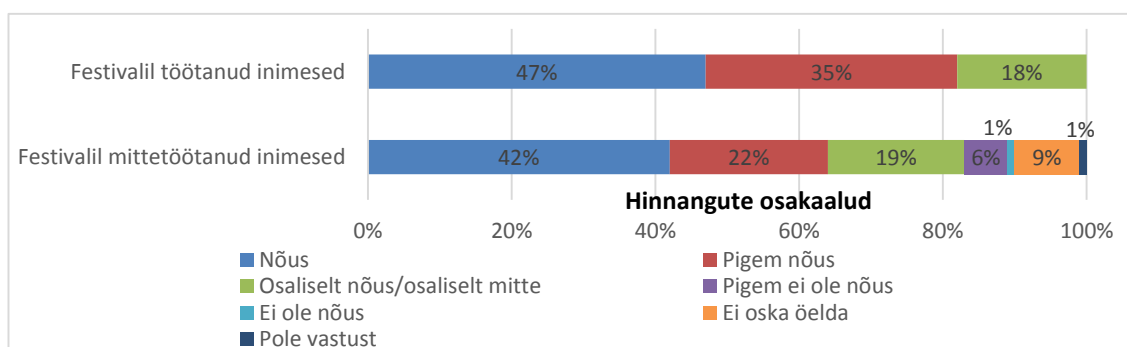
Majandusliku mõjuga seotud väiteid oli kuus (vt joonist 9 järgmisel leheküljel). Väitele, et festival aitab kaasa turismi arengule, jättis vastamata 1%. Võrreldes teiste väidetega nõustusid antud väitega kohalikud elanikud kõige rohkem, täpsemalt 80%. 13,5% olid pigem nõus, 4,5% osaliselt nõus või osaliselt mitte ning 1% ei osanud öelda. Need, kes osaliselt olid nõus või osaliselt mitte, elasid enamasti kaugelasuvates linnajagudes (Ülejõe, Rääma, Raeküla/Lodja). Elanikud, kes ei osanud öelda, jagunesid võrdselt – üks neist oli kaugemal elav elanik (Rääma) ning teine lähedal (Mai).

Väitele, millega sooviti teada, kas vara väärtused või üürihinnad suurenesid, jättis 0,5% vastamata. Enamus vastajatest olid väitega nõus – 72,5%. Pigem nõustusid 17,5%, 5,5% osaliselt ning osaliselt mitte, 0,5% kas pigem ei nõustunud ja ei nõustunud. 3% ei osanud öelda. Analüüsidest vastajate vanust selgus, et need, kes pigem ei nõustunud, ei nõustunud või ei osanud öelda, olid üle 45-aastased isikud. Ühel korral vastas „ei oska öelda“ ka 18-24-aastane isik.



Joonis 9. Vastajate hinnangud majandusliku mõjuga seotud väidetele (autori koostatud).

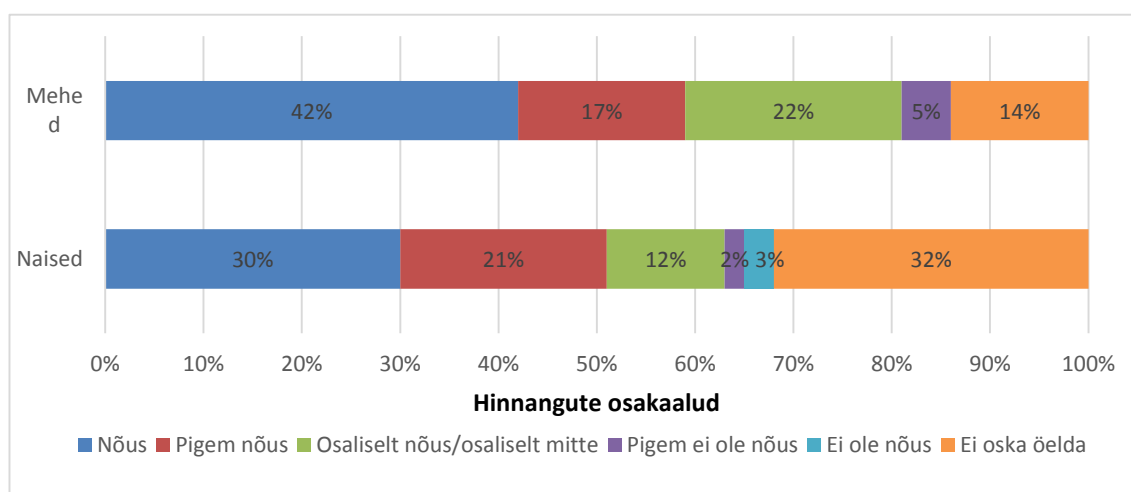
Järgmise väitega sooviti teada, kas kohalike elanike arvates oli tänu festivalile rohkem töökohtasid. 1,5% uuringus osalenutest ei vastanud antud väitele. Kõige rohkem, 42%, nõustuti väitega. 23% oldi „pigem nõus“, 18% „osaliselt nõus/osaliselt mitte“, 6% „pigem ei ole nõus“, 1% „ei ole nõus“ ning 8% „ei oska öelda“. Festivali ajaks võttis tööpakkumisi vastu 17 inimest. Nendest 47% nõustusid väitega, 35% pigem nõustusid ning 18% osaliselt nõustusid või osaliselt mitte. Mittetöötanute seas oli 42% inimesi, kes olid väitega nõus. 22% pigem nõus, 19% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 6% pigem ei olnud nõus, 1% ei olnud nõus, 9% ei osanud öelda. 1% jättis vastamata (vt joonist 10).



Joonis 10. Vastajate arvamus sellest, kas tänu festivalile oli rohkem töökohtasid, võrreldes sellega, kas nad olid festivalil tööl või mitte (autori koostatud).

Järgmise väitega sooviti vastajalt teada saada arvamust, kas festivali ülesehitamisel kasutati kohalikke ressursse ja oskusi. 3% jättis väitele vastamata. Kõige rohkem, 35%, nõustus väitega. 23% ei osanud öelda, 19% olid pigem nõus, 16% nõustus osaliselt, 3% pigem ei nõustunud ning 1% ei nõustunud. Analüüsimisel selgus, meeste osakaal, kes vastasid „nõus“, oli suurem, kui naistel – vastavalt 42% ning 30%.

Nende seas, kes pigem nõustusid, märkimisväärset erinevust polnud. Naised nõustusid osaliselt ning osaliselt mitte tunduvalt vähem ehk 12%, mehed aga 22%. Naised ei nõustunud või pigem ei nõustunud – vastavalt 3% ja 2%, kuid meeste seas oli vaid pigem mitte nõustujaid 5%. Naisi, kes ei osanud öelda, oli mitme korra rohkem kui mehi – vastavalt 32% ning 14% (vt joonis 11). Vanust analüüsidis oli kõige suurem nõustujate protsent vanuses 45-54-aastaste seas – 52%, teistes vanusegruppides jäi see alla 40% (enamasti 30% ligidale). Kõige rohkem ei osanud öelda üle 65-aastased isikud (47%), teistes vanusegruppides jäi protsent alla 25%.

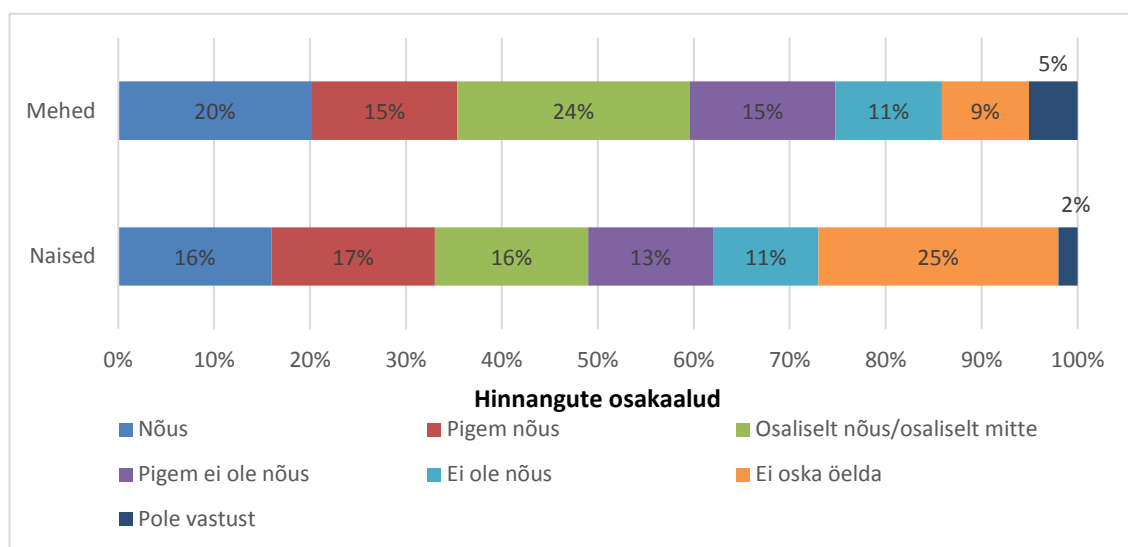


Joonis 11. Vastanud meeste ja naiste arvamus festivali ülesehitamiseks kasutatud kohalikest ressurssidest ja oskustest (autori koostatud).

Lausele, et festival põhjustas kogukonnas rohkem kulutamist, jättis 3% uuringus osalenutest vastamata. Siinkohal olid kõikide vastuste osakaalud suhteliselt võrdväärsed – nõustus 17%, pigem nõustus 16%, osaliselt 19%, pigem ei nõustunud 14%, ei nõustunud 12% ning ei osanud öelda 19%. Vanuselist seost analüüsidis ei ilmnenu

erinevusi. Soo põhjal analüüsid selgus, et naiste puhul, kes vastasid „ei oska öelda“, oli osakaal peaaegu kolm korda suurem kui meestel – vastavalt 25% ning 9%.

Ülejäänud näitajad olid suhteliselt võrdväärsed – 11% naistest ei nõustunud, sealjuures mehed 12%. Pigem ei nõustunud 13% naistest ning 15% meestest. Osaliselt nõustusid või osaliselt mitte 16% naistest ning 24% meestest. Pigem nõustusid 17% naistest, 15% meestest. Meeste hulgas oli rohkem nõustujaid – nõustusid 16% naistest ning 20% meestest. Vastamata jätsid 2% naistest, 5% meestest (vt joonis 12). See näitab, et meessoost vastajad kaldusid rohkem nõustuma antud väitega, kuid naiste vastuste seast on kõige rohkem neid, kes ei oska öelda.



Joonis 12. Vastanud meeste ja naiste arvamus kogukonna suurema kulutamise kohta festivali tõttu (autori koostatud).

Viimase väitega sooviti teada, kas festivali tõttu suurenesid teenuste või kaupade hinnad. Väitele jättis 1,5% vastamata. Arvamused olid selle väite puhul küllaltki võrdväärselt erinevad – 16,5% oli nõus, 17,5% pigem nõus, 19,5% osaliselt nõus või osaliselt mitte, 12,5% pigem ei nõustunud, 16% ei nõustunud ning 16,5% ei osanud öelda. Ka vanusegrupe analüüsid oli iga vanusegrupi hinnangud küllaltki võrdväärselt jagunenud.

Vanuses 18-24 oli kõige rohkem neid, kes nõustusid osaliselt või osaliselt mitte (22%) ning neid, kes ei osanud öelda (19%). Vanuses 25-34 oli kõige rohkem neid, kes samuti

osaliselt nõustusid või osaliselt mitte (27%). Vanuses 35-44 oli kõige rohkem neid, kes pigem nõustusid – 32%. 44-54 ja 55-64 vanusegruppides ei ilmenud märkimisväärseid erinevusi. Üle 65-aastaste seas oli kõige rohkem neid, kes nõustusid või pigem nõustusid ehk 48% koguvastustest.

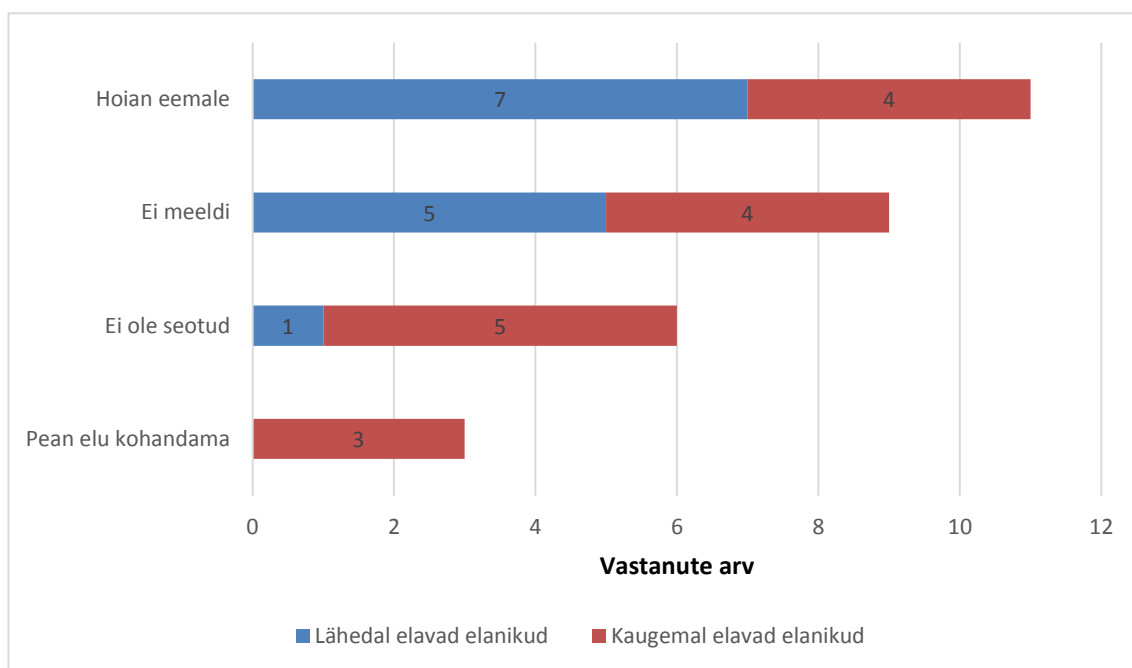
Peale väiteid esitati vastajatele küsimus, et kas esines peale eeltoodud väidete mõni muu mõju festivali tõttu. Vastajad said vastuse kirjutada oma sõnadega ning 200st vastas küsimusele üheksa inimest. Vastused olid järgmised: kahel korral mainiti teenindusasutuste töömahu suurenemist; üksikutel kordadel telefonivõrkude ülekoormust; taksoliinide hõivatust; kohaliku elaniku psühholoogilist traumat; liigset reklaami (sotsiaal)meedias; teenindusasutuste töömahu suurenemist; turvalisuse vähenemist – kartust liikuda; juurdepääsu takistust tavapärasele kohale ehk rannale.

Järgmise ning viimase sisulise küsimusega paluti vastajal valida lause, mis iseloomustab kõige paremini tema arvamust Weekend Festival Balticust. Variantideks olid:

- mulle meeldib Weekend Festival Baltic ning loodan, et seda korraldatakse ka edaspidi;
- ma tolereerin Weekend Festival Balticut ning festivaliga kaasnevaid ebamugavusi, sest üldiselt ma arvan, et see festival on hea minu kogukonnale;
- ma pean enda elu festivali järgi kohandama, et vältida ebamugavusi, mis on seotud Weekend Festival Balticuga;
- ma hoian eemale Weekend Festival Balticu festivaliümbriest, sest mulle ei meeldi ebamugavused, mis sellega kaasnevad;
- mulle ei meeldi Weekend Festival Baltic ning oleksin õnnelik, kui seda ei korraldataks järgnevatel aastatel;
- ma ei ole kuidagi seotud Weekend Festival Balticuga ega oma sellest ka mingit arvamust.

Edaspidi kasutatakse lausete asemel sõnud ja väljendeid, nagu meeldib, tolereerin, pean elu kohandama, hoian eemale, ei meeldi ning ei ole seotud. 124 ehk 63% vastajatest väitis, et neile meeldib antud festival. Weekend Festival Balticut tolereerivad 24% vastanutest, oma elu peavad kohandama 1% vastanutest, 6% hoiab festivalist eemale, 3% vastanutest ei meeldi Weekend Festival Baltic ning 3% pole seotud.

Kolm inimest, kes vastasid, et peavad enda elu festivali järgi kohandama, elavad Ülejõel, Räämal ning Raekülas ehk festivalist kaugemal asuvates linnajagudes ning on vanuses 25-44. Seitse inimest 11-st, kes hoiavad festivalist eemale, elavad lähedalasuvates linnajagudes (Rannarajoon, Mai, Eeslinn). Need, kes festivalist eemale hoiavad, esines igas vanusegrupis paaril korral, väljaarvatud 35-44-aastaste seas. Samuti viis inimest üheksast ehk üle poolte, kellele Weekend Festival Baltic ei meeldi, elavad lähedalasuvates linnajagudes. Inimesed, kes vastasid, et festival neile ei meeldi, olid enamasti vanuses 18-44-eluaastat, ühel korral ka üle 65-aastane. Viis inimest kuuest, kes väitsid, et ei ole festivaliga seotud, elavad ühel juhul Ülejõel, ülejäänud Räämal. Nende seas ei ilmnunud märkimisväärseid erinevusi vanusest lähtuvalt. Tulemused on näha ka joonisel 13.



Joonis 13. Uuringus osalenud elanike arvamused Weekend Festival Balticust elukoha järgi (autori koostatud).

Lõpuks sai vastaja soovi korral avaldada arvamust või esitada ettepanekuid festivali kohta. Kahesajast inimesest vastas 46, millest enamus olid nooremapoolsed vastajad, vanuses 18-44 eluaastat. Arvamusavaldusi oli palju ning 23 inimest ehk pooled väljendasid rahulolu, sealhulgas enamikel juhtudel sooviti, et Weekend Festival Balticut korraldatakse Pärnus ka edaspidi. Kiideti sündmuse korraldust ning planeerimist,

kogemuslikkust, kohalike kaasatust ning festivalijärgset puhtust. Järgnevalt on välja toodud ühe naissoost, vanuses 25-34 ning Rannarajoonis elava kohaliku kommentaar:

„Alguses tekkis hirm, kui nii suurt üritust Pärnusse planeeriti. Arvati, et tuleb palju huligaanitsemist ning linn on ülerahvastatud, lisaks kriitiline liiklusolukord. Positiivne üllatus oli see, et kõik oli uskumatult hästi planeeritud, prügi ei vedelenud ning inimesed olid linna peal viisakad. Ei esinenud ka üleliigset lärmi. Ei oska midagi halba öelda. Pigem võiks taolisi üritusi rohkem olla, sest see annab Pärnule väga palju juurde.“

Viiel korral juhiti tähelepanu sellele, et festivaliala võiks suurem olla. Ühel juhul soovitati, et festivaliala võiks jaguneda kaheks, mille keskel on vaba koridor, kus inimesed saaksid liikuda. Samuti esitati ettepanek VIP-ala suurendamiseks. Viiel korral pöörati tähelepanu korrakaitsjate tööle. Sooviti, et tänavatel oleks rohkem korralvalvet, et kohalikud tunneksid ennast turvalisemalt. Viidati eraisikute hoovidele ning narkomaanidele.

Kolmel korral esitati ettepanekud, et oleks esindatud rohkem muusikastiile, mis oleks rahulikumad ning lõõgastavamad. Vastanute seas oli ka kolm kohalikku, kes sündmusega rahul pole, kirjutades, et Weekend Festival Baltic võiks toimuda kas mujal, mitte kunagi või rannarajoonist kaugemal, kus elanikud nii lähedal festivalile ei ela. Kahel juhul pöörati tähelepanu hindadele, mis võiksid olla madalamad nii kohalikus baaris kui atraktsioonidel. Lisaks esitati mitmeid ettepanekuid korralduse poole pealt, nagu suitsetamise keelustamine festivalialal; liiklusuundade korraldamine peolistele; rohkem koristust tualettruumides; loos lemmikartistiga kohtumiseks; erinevad käepaelad nii täiskasvanutele kui alaealistele; rohkem veevõtukohti ning mürataseme suurem piiramine.

3. JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD

Käesoleva uuringu kohta tunti suurt huvi – soovitatav ankeetide arv sai kiiresti täis ning tänavaküsitlusel leidis vaid paar inimest, kes ankeedile vastata ei soovinud. Lisaks esitati palju ettepanekuid sündmuse parendamiseks. See näitab, et inimestel on suur huvi anda festivalile tagasisidet. Kuigi uuringu valim on kogukonna suurust arvestades väike, et paikapidavaid üldistusi teha, oli festivalil töötanud ning vabatahtlike kohalike inimeste osakaal tagasihoidlik – vastavalt 8,5% ja 5%. Samuti uuringus osalenud vastajatest osales sündmusel 48,5%, mis teeb vastajatest peaaegu pool. Uuringus osalenutest vanemapoolsetest (alates 65-aastastest) inimestest ei külastanud festivali keegi.

Küsimusega, mis soovis teada, mis vastajatel tuleb esimesena meelde seoses festivaliga, vastas enamus positiivsete või neutraalsete märksõnadega, mis näitab, et kogukonnaliikmetel seondub festivaliga pigem positiivne mälestus. Kõige positiivsem mõju on Pärnu elanike arvates majanduslik kasum, mis näitab, et elanikkond on rahul, et tänu festivalile on paranenud majanduslik olukord. Lisaks väidete osas nõustuti kõige rohkem sellega, et festival soodustab turismi arengut.

Kõige negatiivsema mõju vastamisel mainiti kõige rohkem, et negatiivset mõju pole. See näitab taaskord, et enamus kohalikest ei näe festivali ning selle tagajärgi negatiivsena. Väitega, millega sooviti vastajalt teada, kas festival tõstab linna mainet, nõustuti sotsiaalse mõjuga seonduvatest väidetest kõige rohkem. Samuti väitega, festival suurendas kogukonna uhkusetunnet, nõustusid paljud. Võib järeldada, et festival on saavutanud olukorra, kus kohalik kogukond on uhke festivali toimumise üle nende kodukohas ning aktsepteerib festivali, mis on sündmuse eduks tähtis.

Kui mitte arvesse võtta, et paljude kohalike meelest negatiivseimat mõju pole, siis kõige enam mainitud negatiivne mõju oli, et festivali tõttu esineb alkoholi ning narkootikumide liigtarbimist. Samuti ettepanekute osas mainiti mitmel korral, et tänavatel võiks olla rohkem kontrolli alkoholi- ja narkojoobes inimeste üle. Väitele, et festival soodustas alkoholi ja narkootikumide liigset tarbimist, nõustus uuringule vastajatest ¼ ehk veerand, lisaks oli üle 65-aastaste seas kõige suurem nõustujate protsent. See näitab, et kohalikud, eriti vanemas eas inimesed, tunnevad muret antud probleemi üle.

Lisaks alkoholile ning narkootikumidele, vastati paljudel juhtudel, et negatiivseimaks mõjuks on prügi teke. Samuti keskkonnaga seonduvatest väidetest oli nõustujaid kõige rohkem väidete juures, kus küsiti vastajatelt müra, prügi ning liikluse suurenemise kohta. Väitele, kus küsiti prügi tekke suurenemise kohta, oli üks ainsatest väidetest, millele ei jätnud keegi vastamata. Sellest võib järeldada, et kohalikud tunnevad muret keskkonna pärast.

Inimesed, kes ei osalenud festivalil, nõustusid rohkem väitega, et festival segas kogukonnaliikmete igapäevarutiini kui need, kes osalesid. Samuti väitele, et festival soodustas kätartsevat käitumist, kaldusid rohkem nõustuma need, kes festivalil ei osalenud. Need, kes festivalil osalesid, kaldusid rohkem mitte nõustuma väitega, et festival soodustas kuritegelikku käitumist. Lisaks mitteosalejate seas oli rohkem neid, kes ei osanud väidetele hinnangut anda. Sellest võib järeldada, et festivalil osalemine võib muuta kohalike elanike arvamust festivalist paremuse poole.

Väitele, mis soovis teada vastajalt, kas festival soodustas kuritegelikku käitumist, vastati kõige rohkem, et „ei nõustu“. Lisaks negatiivseima mõju all oli üheks kõige vähem mainitud mõjuks kuritegelik käitumine. Sellest võib järeldada, et kuigi kohalikud tunnevad muret alkoholi ning narkootikumide liigse tarbimise pärast, ei arva nad, et see põhjustaks või soodustaks kuritegelikku käitumist.

Meelelahutuslik võimalus tuli esimesena mõttesse vaid noorematele, vanuses 18-34 elanikele ning need, kes vastasid esimeseks mõtteks „müra“ või „töö“, olid vähemalt 45-aastased. Lisaks väite juures, kus paluti vastajatel märkida oma hinnang meelelahutuslike võimaluste kasvule tänu festivalile, oli mittedõustujate protsent kõige suurem üle 65-

aastaste seas. Väitele, et festival segas igapäevarutiini, kaldusid kõige rohkem nõustuma üle 65-aastased ning lausele, et festivali tõttu suurenesid kaupade ja teenuste hinnad, vastasid „nõus“ 48% üle 65-aastastest. See näitab, et vanemapoolsetele tekitab festival rohkem ebamugavusi ning ei tunne, et meelelahutuslik võimalus antud festivalil on neile suunatud.

Mitmes kohas ilmnes, et festivaliümbruses elavad elanikud märkasid rohkem festivaliga kaasnevaid muutusi – negatiivseima mõju all märkisid just eelpool toodud piirkonnas elavad kohalikud üürihindade tõusu, liikluse suurenemist, parkimiskohtade halba saadavust ning toodete hindade tõusu. Küsimuses, kus tuli valida kuuest lausest üks, mis iseloomustab kõige paremini arvamust Weekend Festival Balticust, vastasid rohkem festivali lähedal elavad inimesed, et neile ei meeldi festival või hoiavad eemale. Sellest võib järeldada, et nende arvamuse parandamiseks võiks võtta kasutusele meetmeid.

Väide, et festivali tõttu suurenesid vara- ja üürihinnad, nõustusid rohkem 18-44-aastased, kes tõenäoliselt üürivad kortereid rohkem kui vanemas eas kohalikud. Sellest võib järeldada, et seetõttu on nad märganud rohkem ka üürihindade tõusu. Üle 45-aastased, kellel on tavapärastel kindel elukoht olemas, seda muutust nii suurel määral ei ole täheldanud. Kõige vähem nõustuti väidetega, et festival põhjustas rohkem kulutamist ning toodete ja teenuste hinna tõusu. Sellest võib järeldada, et kuigi vara- ja üürihinnad on kohalike arvamuste kohaselt tõusnud, ei ole see mõjutanud igapäevatarbimist – nii toodete hinda kui suuremat kulutamist.

Kohalike ressursside ja oskuste kasutamise kohta festivali ülesehitamiseks nõustusid rohkem mehed kui naised. Lisaks oli üle kahe korra rohkem naisi, kes ei osanud öelda. Sellest võib järeldada, et festivali tööjõuna kasutati rohkem mehi või oli rohkem meeste jaoks mõeldud töökohti kui naistele, mistõttu on naised vähem teadlikud erinevatest võimalustest festivalil töötamiseks või muudeks tegevusteks. Väidete osas parkimiskohtade raskendatud leidmise kohta nõustusid kõige rohkem üle 65-aastased isikud, kuid nooremad vanusegrupid, kes tõenäoliselt liikleavad rohkem, nõustusid märgatavalt vähem. See näitab, et nii-öelda „põhiliiklejad“ ei märganud parkimiskohtade leidmisega seoses märkimisväärset muutust.

Võttes arvesse eelpool teoorias väljatoodud sündmuse arendamise aspekte ning uuringu tulemuste analüüsi ja järeldusi, teeb töö autor Weekend Festival Balticule OÜ meeskonnale soovituslikud ettepanekud. Kasutatud on järgmiste autorite teoseid: Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, O'Toole, Jones, Small, Edwards, Sheridan, Matthews, Raj, Musgrave, Getz, Jago, Goldblatt ning Perry.

Uuringus osalenud vastajate protsent, kes Weekend Festival Balticust osa võttis, oli alla poole, sealjuures eakamatest inimestest (üle 65-aastastest) ei osalenud festivalil keegi. Samuti üle 65-aastased märkasid rohkem muutusi linnapildis, nagu suurenenud müra, vähenenud parkimiskohtade arv jt. Seega üheks võimaluseks oleks pakkuda osadele kogukonnaliikmetele ehk pensionäridele või kogukonnagruppidele soodushinnaga pileteid (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 67).

Selleks võiks Pärnus olla eelmüügis nii-öelda „kohalikud festivali passid“ (Jones, lk 44), mida saavad osta pensionärid, tõendades enda sissekirjutust Pärnu linnas. Kuna analüüsist järeldusi tehes ilmnes, et kogukonnaliikmed, kes festivalil ei osalenud, kaldusid festivalist halvemal arvamusel olema, siis võiks võimaldada ka gruppidele (nt vähemalt 10 inimest) soodushinna, sealjuures kõik peavad olema sisse kirjutatud Pärnu linna. See hõlbustaks kohalike osalemist festivalil, mille Bowdin jt on kogukonna kaasamiseks välja toonud (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 67). Festivalil osalemine võib muuta nende kohalike arvamust paremaks, kes eelmisel aastal festivalil ei osalenud.

Nagu eelpool mainitud, soovisid uuringus osalenud kohalikud anda tagasisidet festivalile, sealjuures esitades parendusettepanekuid ka festivali korraldusele. Tagasiside andmise lihtsustamiseks, mida soovitas ka Bowdin jt (2011, lk 68), võiks meeskond viia läbi sarnaseid uuringuid, nagu käesolevas töös. Selleks võiks kasutada sama vahendit, mis antud uuringus ehk *ENCORE Festival and Event Evaluation Kit*'i kas originaalsel kujul või kohandatud kujul, mis asub käesoleva töö lisa 1.

Ankeeti võiks paluda jagada Pärnu Linnavalitsuse ametlikel lehtedel, sest nii jõuaks ankeet paremini kohalikeni. Samuti võiks viia uuringut läbi tänavatel erinevatel nädalapäevadel, erinevates kohtades ning kellaaegadel, sest kõik kohalikud ei kasuta Interneti. Nii saaks uurida mõju peale sündmuse toimumist – see võimaldab korraldajatel

mõista sügavamalt probleeme, mis kogukonda puudutavad (Small, Edwards, & Sheridan, 2005, lk 68). Lisaks võiks olla kodulehel vastav koht, kuhu tagasisidet saaks esitada.

Korralduse poole pealt kohalike elanike kaasaitamiseks võiks Weekend Festival Balticu meeskond korraldada nii-öelda töötubasid, kus kogukonnaliikmed saaksid esitada ettepanekuid sündmuse disainimiseks ja programmeerimiseks. Töötoad võiksid toimuda peale sündmuse toimumist, umbes nädal, kus kohalikel on nii-öelda kõik veel „värskelt meeles“. See annaks kohalikele tunde, et nende arvamus on oluline ning nendega arvestatakse.

Kuna eelnevalt ei ole selliseid sündmusi Pärnus, samuti ka Eestis varem toimunud, siis võiks korraldada erinevaid koolitusi vabatahtlikele ning koolitustel saaks keskenduda probleemidele või murekohtadele, millega seoses kohalikud kogukonnaliikmed end kõige ebakindlamalt tunnevad. Vastavalt Matthews'ile (2016, lk 236), on lisaks keskkondlikule vaja jälgida ning parandada ka sotsiaalset ning majanduslikku tasakaalu. Üheks probleemiks, mis tulemuste analüüsimisel selgus, on alkoholi- ja narkojoobes inimesed. Koolitustel võiks rääkida, kuidas käituda erinevates olukordades. Paljudel juhtudel mainiti turvalisuse kadumist, mõeldes nii ennast kui oma isiklikku vara. Seega on ettepanekuks suurendada turvalisust – kaasata veelgi rohkem korralveametnikke.

Linnajagude lõikes analüüsidest tuli ilmsiks, et need, kes elavad festivali läheduses, kalduvad olema halvemal arvamusel festivalist kui need, kes elavad kaugemal. Lisaks kirjutati mitmel korral pikem negatiivne kommentaar festivali vahetus läheduses elavate inimeste poolt. Kompensatsiooniks võiks pakkuda inimestele, kelle kodu on festivali sissepääsu kõrval või vahetus läheduses soodushinnaga või VIP-pileteid, sest festivalil „kohal olema“ peavad nad niikuinii. Selle võimaluse on pakkunud välja Jones (2014, lk 44) jätkusuutliku sündmuse arendamiseks arvestades kohalikku kogukonda.

Kogukonna informeerimine on sündmuskorraldajate jaoks tähtis ülesanne sündmuse planeerimisel (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 234-235). Nagu eelpool mainitud, tundsid kohalikud muret keskkonna pärast. Kohalikele kogukonnale võiks teada anda, kuidas sündmus kavatseb olla keskkonnahoidlikum või siis konsulteerida nendega (Jones, lk 44), küsides sotsiaalmeedias nende arvamusi.

Teemadeks võiksid olla säästlikum transpordikasutus, tõhusam energia kasutus, naturaalse toodete kasutamine söögipakenditena, tõhusam veetarbimine, prügi sorteerimine (Raj & Musgrave, 2009, lk 59-60).

Getz'i, Jago, Goldblatti ja Perry kohaselt on kogukonna kaasamine sündmustesse tähtis nende suuremaks rahuloluks (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 234-235). Uuringus osalenud inimestest oli väike protsent eelmisel aastal vabatahtlikuks, mis võis olla vähese teadlikkuse tulemus. Rohkem vabatahtlike kaasamine ning selle võimalustest teavitamine suurendaks kohalike inimeste omanditunnet. Omanditunne ja –õigus on sündmustel üheks silmnähtavaimaks aspektiks (Bowdin, Allen, Harris, McDonnell, & O'Toole, 2011, lk 234-235). Seega võiks kaasata tuleval, 2016. aastal rohkem vabatahtlikke. Üheks vabatahtlike kaasamise võimaluseks on järelkoristamine.

Käesoleva uuringu eesmärk oli teada saada, milline on Pärnu elanike taju Weekend Festival Balticu mõjust nende heolule ning seejärel esitada ettepanekuid korraldustiimile. Eesmärk sai täidetud ning edaspidi võiks lisaks kohalikule kogukonnale uurida ka teisi sidusrühmi, nagu võimukandjad, ettevõtjaid, korraldajad jt, et analüüsis oleks kajastatud rohkemate sidusrühmade arvamusi.

KOKKUVÕTE

Sündmused on saanud üheks lahutamatuks osaks inimeste elus ning neid võib pidevalt märgata igal pool. Sündmustel on palju erinevaid definitsioone, kuid üheks on järgnev: sündmusel teevad koostööd erinevad inimesed ja inimgrupid, et saavutada üheskoos ainulaadne sündmus, mille tulemuseks on väärtuse loomine. Sündmuste mõju võib olla nii positiivne kui negatiivne, kuid liigitatakse ka majanduslikuks, keskkondlikuks, poliitiliseks kui ka sotsiaal-kultuuriliseks. Need kõik mõjutavad kaudselt üksteist ning seetõttu on oluline kõiki arvesse võtta võrdselt. Sündmused erinevad üksteisest nii sisu kui suuruse poolest. Sisu poolest jagatakse sündmusi enamasti festivalideks, spordi- ning ärisündmusteks, suuruse poolest mega-sündmusteks, „*hallmark*“ sündmusteks ning kohalikeks sündmusteks.

Sündmustel on erinevad grupid või inividid, kes saavad mõjutada või on mõjutatud sündmusest. Neid nimetatakse sidusrühmadeks. Sündmustel on tavaliselt sidusrühmadeks kaastöötajad, meedia, sponsorid, kogukond, valitsus, organisatsioonid, osalejad, pealtvaatajad. Edukas sündmuse korraldaja peab suutma tuvastada, kui palju on korraldataval sündmusel sidusrühmi ning seejärel tulla toime nende vajadustega. Üheks tähtsaks sidusrühmaks on kohalik kogukond, mille heakskiit on sündmuse eduks tähtis. Kui sündmuse tõttu külastab sündmust võõrustavat kohta palju inimesi, siis see mõjutab seal elavate inimeste igapäevaelu.

Uuringu eesmärk oli teada saada, kuidas Pärnu elanikud tajuvad Weekend Festival Balticu mõju nende heaolule. Selleks kasutati meetodit, mis püüab välja selgitada sotsiaalse mõju läbi kohalike elanike küsitluse ning seeläbi prooviti aru saada, millised on elanike ettekujutused sündmuse mõjust nende elukvaliteedile. Uuringus kasutati *ENCORE Festival and Event Evaluation Kit* vahendi eraldi näidisküsimustikku, mille

nimetus on võõrustava kogukonna sotsiaalse mõju küsitlus. Küsitlust kohandati antud uuringu tarbeks.

Lõputöös kasutati poolstruktureeritud küsitlust, mis tähendab nii suletud kui avatud küsimusi. Küsitluse kaudu saadud kvantitatiivsete andmete töötlemiseks kasutati statistilist analüüsi – nii analüütilist kui kirjeldavat statistikat. Vastajate kommentaare ja arvamusalaldusi analüüsiti statistilise kontentanalüüsi teel.

Valimi koostamiseks kasutati kihtvalimit, kus arvestati, et vastajaid saaks piisavalt nii vanusest, soost kui elukohast lähtuvalt. Statistikaametist ning Pärnu Linnavalitsuselt saadud andmetest tehti järeldused ning arvestati osakaaludeks, kui vastajate arv on 200. Küsitlus asus elektrooniliselt keskkonnas *LimeSurvey* ning vanemate vastajate saamiseks mindi tänavale küsitlema. Tänaval küsitleti inimesi nii Rüütli kui Suur-Sepa tänaval, kaubanduskeskuses Maxxxima ning viimaks Rääma linnajaos. Pilootuuring viidi läbi ajavahemikul 23.-25. veebruar ning põhiuuring 1.-16. märts. Uuringus osales 200 inimest.

Uuringust selgus, et käesoleva uuringu ning üleüldse sündmuse kohta tundsid kohalikud elanikud suurt huvi – soovitatav ankeetide arv sai kiiresti täis ning tänavaküsitlusel leidis vaid paar inimest, kes ankeedile vastata ei soovinud. Sellest tulenevalt võiks inimestel olla rohkem võimalust osaleda sündmuse korraldamisel ning tagasiside andmisel, nagu töötubade, uuringute korraldamine ning kodulehel tagasiside andmise võimalus.

Inimestele meenus seoses festivaliga pigem positiivne mälestus, festival tekitas enamuses uhkusetunnet ning paljud arvasid, et see tõstab linna mainet. 80% ulatuses oldi nõus väitega, et festival soodustab turismi arengut. Lisaks on positiivne asjaolu, et küsimusele, kus küsiti vastajalt kõige negatiivsema mõju kohta, vastasid kõige rohkem inimesed, et negatiivset mõju pole.

Siiski leidis teemasid, mille korral väljendati rahulolematust ning mida mainiti nii negatiivse mõju all, nõustuti suuremas osas väidete juures ning mainiti ettepanekute ja arvamusalalduste seas. Sellisteks teemadeks olid alkoholi- ja narkojoobes inimesed ning keskkondlikud tegurid, nagu liikluse suurenemine, prügi ja müra teke. Samuti arvamusalalduste seas väljendati pahameelt turvalisuse vähenemise üle. Nende olukordade leevendamiseks pakkus töö autor välja koolituste korraldamise teemal

alkoholi- ja narkojoobes inimesed, konsulteerimise kogukonnaliikmetega sündmuse keskkonnahoidlikumaks muutmiseks ning viimaks rohkemate korralveametnike kaasamise.

Lisaks tuli ilmsiks ettepanekute, kommentaaride, negatiivse mõju ning väidete analüüsimisel asjaolu, et festivalile lähedamal elavad inimesed on rahulolematumad kui need, kes elavad kaugemal. Inimesed, kes elavad festivali läheduses, võiksid töö autori ettepanekul saada kompensatsiooni pileti soetamisel soodushinnaga. Kuna rahulolematust ilmes rohkem ka üle 65-aastaste kohalike seas, tegi töö autor ettepaneku, et vanematel kogukonnaliikmetel võiks olla soodushinnaga pileti ostmise võimalus.

Lisaks asjaolud, et festivalil osales peaaegu pool uuringus osalenutest ning festivalil mitteosalenud kaldusid halvema arvamuse poole kui need, kes osalesid, võiks anda korraldajatele mõtlemisainet ka teiste, mitte ainult eakate osalemise hõlbustamise peale. Ettepanek oleks, et soodushind võiks kehtida ka kõikidele kogukonnaliikmetele, kes ostavad pileteid gruppides, mis algab kümnest inimesest. Kuna vabatahtlike protsent oli uuringus osalenute seas väike, tegi töö autor ettepaneku, et võiks kaasata tuleval, 2016. aastal rohkem vabatahtlikke (näiteks koristustöodesse), suurendamaks kohalike omanditunnet ning rahulolu.

Lõputöö eesmärk oli teha ettepanekuid Weekend Festival Baltic OÜ-le suursündmuse arendamiseks, arvestades kohalikkude kogukonda ning eesmärk sai täidetud. Käesoleva lõputöö uuringu ankeeti saab edaspidi kasutada Weekend Festival Balticu või samataoliste sündmuste kogukonna suhtumise ja taju mõõtmiseks edaspidigi. Samuti võiks uurida ja küsitleda lisaks kogukonnaliikmetele ka teisi sidusrühmi, nagu võimukandjad, ettevõtjaid, korraldajad jt, et analüüsis oleks kajastatud rohkemate sidusrühmade arvamusi. Lõpetuseks esitab töö autor tänusõnad juhendajale, samuti Weekend Festival Baltic OÜ-le ning uuringule vastajatele koostöö eest.

VIIDATUD ALLIKAD

- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). *Festival and special event management*. Milton: John Wiley & Sons Australia.
- Ambrósio, V., Manuel, L., & Faria, T. (2011). Events and destination management - Car Launch in Lisbon. *International Journal of Management Cases*, 331-337.
- Armbrecht, J., & Andersson, T. D. (2016). Subjects and objects of event impact analysis. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 111-114. Allikas: <http://www.tandfonline.com.ezproxy.utlib.ee/doi/pdf/10.1080/15022250.2016.1162417>
- Bowdin, G., Allen, J., Harris, R., McDonnell, I., & O'Toole, W. (2011). *Events Management*. New York: Routledge.
- Carlson, J., Rosenberger III, P. J., & Rahman, M. M. (2015). Cultivating group-oriented travel behaviour to major events: assessing the importance of customer-perceived value, enduring event involvement and attitude towards the host destination. *Journal of Marketing Management*, 1065-1089.
- Damm, S. (2012). *Event Management: How to Apply Best Practices to Small Scale Events*. Hamburg: Herstellung.
- (2013). *Eesti Riiklik Turismiarengukava 2014-2020*. Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. Allikas: <https://www.riigiteataja.ee/aktiivisa/3191/1201/3015/lisa.pdf>
- Fredline, E. D., Raybould, M., Jago, L., & Deery, M. (18. 11 2015. a.). *Triple Bottom Line Event Evaluation: A proposed framework for holistic event evaluation*.

Allikas:

ResearchGate:

https://www.researchgate.net/publication/40403798_Triple_Bottom_Line_Event_Evaluation_a_Proposed_Framework_for_Holisitic_Event_Evaluation

Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*, 403-428.

Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., & Carlsen, J. (2015). *Events and Sustainability*. New York: Routledge.

Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., & Carlsen, J. (2015). *Events and Sustainability* . New York: Routledge.

Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge.

Jago, L., & Shaw, R. (1998). A conceptual and differential framework. *Festival Management and Event Tourism*, 21-32.

Jones, M. (2014). *Sustainable Event Management: A Practical Guide* (2 tr.). New York: Routledge.

Liu, Y.-D. (2014). Socio-Cultural Impacts of Major Event: Evidence. *Social Indicators Research*, 983-998.

Matthews, D. (2016). *Special Event Production: The Process* (2 tr.). New York: Routledge.

Online Etymology Dictionary. (14. April 2016. a.). Event. Allikas: <http://www.etymonline.com/index.php?term=event>

O'Toole, W. (2011). *Events Feasibility and Development: From Strategy to Operations*. London: Routledge.

Quinn, B. (2013). *Key Concepts in Event Management*. London: Sage Publications Ltd.

- Raj, R., & Musgrave, J. (2009). *Event Management and Sustainability*. London: MPG Books Group.
- Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. (2013). *Events Management: Principles & Practice*. London: SAGE Publications Ltd.
- Rey, M. (2015). Future of events and event management. *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, 1-6.
- Robertson, M., Chambers, D., & Frew, E. (2008). Events and festivals: Current trends and issues . rmt: M. Robertson, & E. Frew, *Events and Festivals* (lk 7). New York: Routledge.
- Robinson, P., Wale, D., & Dickson, G. (2010). *Events Management*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Allikas: Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas: <http://samm.ut.ee/valimid>
- Schlenker, K., Foley, C., & Getz, D. (2010). *ENCORE FESTIVAL AND EVALUATION KIT: Review and Redevelopment*. Allikas: PATA: Pacific Asia Travel Association: http://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2015/02/120005-Encore-Festival-and-Event-Evaluation-Kit-_WEB.pdf
- Silvanto, S., & Hellman, T. (2005). Helsinki - The festival city. rmt: L. Lankinen, *Arts and culture in Helsinki* (lk 4-9). Helsinki: City of Helsinki.
- Small, K., Edwards, D., & Sheridan, L. (2005). A Flexible Framework for Evaluating The Socio-Cultural Impacts of a (Small) Festival. *International Journal of Event Management Research*, 66-77.
- SQW. (2006). Leeds: SQW Consultants. *Culture 10 evaluation final report*.
- Standardiseeritud kontentanalüüs*. (17. 1 2016. a.). Allikas: Tartu Ülikool: <http://samm.ut.ee/kontentanalyyis>

- SÜG. (11. 1 2016. a.). *Andmekogumismeetodid*. Allikas: Uurimistöö alused: http://syg.edu.ee/~peil/ut_alused/andmekogumismeetodid.html
- Tassiopoulos, D. (2005). *Event Management: A Professional and Developmental Approach*. Lansdowne: Juta Academic .
- UNWTO. (2015). *Annual Report 2014*. Madrid: World Tourism Organization.
- Wagen, L. W. (2007). *Event Management For Tourism, Cultural, Business And Sporting Events, 3rd edition*. Australia: Pearson Education Australia.
- Weekend Festival Baltic. (16. 5 2016. a.). Weekend Festival Baltic - Biggest Festival in Northern Europe. Allikas: <http://weekendbaltic.com/et/avaleht/>

Lisa 1. Ankeet

Weekend Festival Balticu puhul on tegemist väga suure ning palju külastajaid ligimeelitava sündmusega, mis toimub käesoleval aastal teist korda. Kui te olete teadlik, et 6.-8. august 2015 toimus Pärnu rannas Weekend Festival Baltic, siis palume Teil vastata antud küsitlusele.

Käesoleva uuringu eesmärk on teada saada, kuidas Pärnu elanikud tajuvad Weekend Festival Balticu mõju nende heaolule. Küsitlust viib läbi koostöös Weekend Festival Balticuga Tartu Ülikooli Pärnu kolledži üliõpilane Ivika Kakko lõputöö „Suursündmuse arendamine arvestades kohaliku kogukonna heaoluga Weekend Festival Balticu näitel“ raames.

Teie vastused jäävad anonüümseks ning neid kasutatakse üldistatud kujul.

1. Kui Te mõtlete Weekend Festival Balticu peale, siis mis sõna Teile esimesena mõttesse tuleb?

2. Mis on Teie arvates Weekend Festival Balticu kõige positiivsem mõju?

3. Mis on Teie arvates Weekend Festival Balticu kõige negatiivsem mõju?

4. Kas Te osalesite Weekend Festival Balticul 2015. aastal?

jah ei

5. Kas Te olite Weekend Festival Balticul vabatahtlikuks?

jah ei

6. Kas Te võtsite vastu mõne tööpakkumise Weekend Festival Balticu ajaks?

jah ei

7. Kas Te osalesite mõnel muul viisil Weekend Festival Balticul? Palun kirjeldage. Kui ei, jätke rida tühjaks.

8. Järgnevalt on toodud laused. Palun lugege need läbi ning märkige vastavasse kohta rist (X), millisel määral Te nende väidetega nõustute:

Väide	Nõustun	Pigem nõustun	Osaliselt nõus/osaliselt mitte	Pigem ei nõustu	Ei nõustu	Ei oska öelda
Festival suurendas liiklust minu kodukohas.						
Festivali tõttu oli raske leida parkimiskohta.						
Festivali ümbruses oli rohkem müra kui tavapäraselt.						

Lisa 1. järg

Väide	Nõustun	Pigem nõustun	Osaliselt nõus/osaliselt mitte	Pigem ei nõustu	Ei nõustu	Ei oska öelda
Festivali tõttu oli festivali ümbruses rohkem prügi kui tavapäraselt.						
Festivali tõttu olid avalikud kohad ning hooned ülerahvastatud.						
Festival häiris kohalike elanike normaalset igapäevarutiini.						
Festivali poolt pakuti meelelahutuslikke võimalusi kohalikule kogukonnale.						
Festival pakkus võimalusi tutvuda väljaspool kogukonda elavate inimestega.						
Festival suurendas kohaliku kogukonna uhkust oma linna üle.						
Festival suurendas kogukonna ühtsustunnet.						
Festival tõstab linna mainet.						
Festival aitab kaasa turismi arengule.						
Festivali ülesehitamisel kasutati kohalikke ressursse ja oskusi.						
Festival põhjustas meie kogukonnas rohkem kulutamist.						
Tänu festivalile oli meie kogukonna elanikele rohkem töökohti.						
Festival soodustas kätsevat käitumist.						
Festival soodustas kuritegelikku käitumist.						
Festival soodustas liigset joomist ja/või narkootikumide tarvitamist.						
Festivali tõttu suurenesid kaupade ja teenuste hinnad.						
Festivali tõttu suurenesid vara väärtused ja/või üürihinnad.						

Lisa 1. järg

9. Kas on mõni muu mõju, mida pole eelnevalt nimetatud, kuid mis Weekend Festival Balticu tõttu esines? Kui jah, siis palun kirjeldage.

10. Järgnevatest lausetest palun valige välja üks, mis on kõige sobivam kirjeldamaks Teie arvamust Weekend Festival Balticu kohta. Tehke palun lause ees oleva kasti ümber ring.

- Mulle meeldib Weekend Festival Baltic ning loodan, et seda korraldatakse ka edaspidi.
- Ma tolereerin Weekend Festival Balticut ning festivaliga kaasnevaid ebamugavusi, sest üldiselt ma arvan, et see festival on hea minu kogukonnale.
- Ma pean enda elu festivali järgi kohandama, et vältida ebamugavusi, mis on seotud Weekend Festival Balticuga.
- Ma hoian eemale Weekend Festival Balticu festivaliümbrikest, sest mulle ei meeldi ebamugavused, mis sellega kaasnevad.
- Mulle ei meeldi Weekend Festival Baltic ning oleksin õnnelik, kui seda ei korraldataks järgnevatel aastatel.
- Ma ei ole kuidagi seotud Weekend Festival Balticuga ega oma sellest ka mingit arvamust.

11. Te olete...

- mees
- naine

12. Mis on Teie vanus?

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 ja enam

13. Millises linnajaos Te elate?

- Ülejõe
- Kesklinn
- Rääma
- Rannarajoon
- Tammiste
- Mai (sh Papiniidu)
- Vana-Pärnu
- Raeküla, Lodja
- Eeslinn (Riia mnt ja jõe vaheline ala Suure-Jõe selverini, Karja piirkond)

14. Kui Teil on arvamusalaldusi või ettepanekuid seoses Weekend Festival Balticuga, siis palun kirjutage siia.

SUMMARY

THE DEVELOPMENT OF MAJOR EVENTS CONSIDERING THE WELL-BEING OF LOCAL COMMUNITY: THE CASE OF WEEKEND FESTIVAL BALTIC

Ivika Kakko

Events are an integral part of our lives and they are constantly noticed in the media: Internet, newspaper, television and advertisements. According to UNWTO annual report of 2014, events have direct impact on the host destination and impacts can be environmental, economical, political and socio-cultural. There are few events, which have been monitoring socio-cultural impacts (impacts on the community), but they are important, because they are among the most important event outcomes.

Events have different definitions, but one of the main purposes of events is to entertain people. Lot of scientists describe events with words, like „unique“ and „one-time“. Moreover, events have different ways of classification, for example by size and content. Also events have different impacts, which all indirectly influence each other and that is the reason why event organizer should take them all into consideration.

Events are surrounded by different people and groups of people and the approval of local community is important, because due to an event, there are a lot of people, who visit the host destination and the daily life of local residents is affected. It is said that considering the well-being of local community, the local residents have better attitude and it influences the experience of visitors, who have come from outside of the local community.

The biggest electronic dance music festival in the Nordic regions, Weekend Festival Baltic, took place in Estonia for the first time in August of 2015. This is an annual event and because of the importance of local community in the event success, it is essential to take into consideration the well-being of local people, when organizing and developing the event. So the research problem is – how to organize and develop a major event, considering the well-being of local community. The purpose of the thesis is to make suggestions to the team of Weekend Festival Baltic for developing the event, considering the well-being of local community. The purpose of the study was to find out how local people in Pärnu perceive the impacts of Weekend Festival Baltic to their well-being.

The most used method to evaluate social impacts is survey, where people are interviewed. The purpose is to understand how local people perceive event impacts on their lives. In this study, ENCORE Festival and Event Evaluation Kit was used, which is internationally recognized festivals and events assessment tool. There is an example of a questionnaire, what is called Host Community Social Impacts Survey and it was adjusted for this study.

This study was carried out from 1 to 16 of March and 200 local people participated. They were chosen by their gender, age and residence. Underage and over 85 years old people did not attend. The survey was in the Internet environment LimeSurvey and was shared in the authors' Facebook account. Also, older people were interviewed on the streets. For analyzing quantitative data, there was used analytical and descriptive statistics, specifically Microsoft Excel tool Pivot Table. Comments and opinion expressions were analyzed by statistical content analysis.

This study showed that the majority of local people accept the event and are pleased with its' outcomes. Most of the participants described the event with positive or neutral words. When they were asked about the most negative impact of event, a quarter of participants answered, that there is no negative impact. Many of them agreed, that festival enhances the reputation of city and increases the pride of local residents, also contributes to the development of tourism.

Also this study showed, that people were interested about this survey – they were glad to give feedback and many of them made suggestions to the organization. The proposal is

to simplify the opportunity to give feedback (researches like this one and official website feedback system). Also the team of Weekend Festival Baltic could organize workshops after the event for local people to design and programme the event.

In addition, local residents were concerned about alcohol and drugs abuse, also lack of security. Although people were concerned about alcohol and drugs abuse, the least mentioned topic was delinquency. It shows that people do not think that alcohol and drugs could be the cause of delinquent behaviour at this festival. Moreover, this study showed that local people are concerned about environment, too. The most common subjects were litter, noise and traffic. The proposals are to organize courses on subject like intoxicated people, to consult with local people how to make the event „greener“ and to involve more policing.

Also this study showed that people, who did not attend the festival, agreed more, that festival disrupted the normal routines of local residents, encouraged increased rowdy and delinquent behaviour. In addition, those who did not attend Weekend Festival Baltic, answered to statements „do not know“ more often, than those, who attended the festival. Therefore, it shows that when local residents attend the festival, then their opinion could change for better. The proposal is to encourage participation of local residents, like ticket discounts for groups (at least 10 people).

This study also showed, that people who live closer to the festival and its' entrance, are more dissatisfied than those, who live farther. Also, older than 65 year old local residents expressed more dissatisfaction. The proposal is that those who live closer and over 65 year old people can get a discount ticket. Moreover, a percentage of volunteers in this study was small and the proposal is to involve more volunteers in the future, e.g cleaning after event, to increase their sense of ownership.

The purpose of the thesis to make suggestions to the team of Weekend Festival Baltic has been completed. The adjusted survey in this study can be used in the future to measure attitude and perceptions of local residents for Weekend Festival Baltic and other similar events. In addition to the community, other stakeholders, like organizers, entrepreneurs, etc. could be examined, to reflect a bigger picture.

Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina,

Ivika Kakko

annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Suursündmuste arendamine arvestades kohaliku kogukonna heaoluga Weekend Festival Balticu näitel,

mille juhendaja on lektor Tatjana Koor,

reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, 19.05.2016