

Wielkie wydarzenia a rozwój

Marek W. Kozak

Wielkie wydarzenia a rozwój

Mechanizm i jego składowe
na przykładzie EURO 2012

Recenzje:

dr hab. Jacek Kaczmarek, prof. nadzw. UŁ

dr hab. Renata Włoch

Redaktor prowadzący:

Michał Zgutka

Redakcja i korekta:

Jerzy Lewiński

Projekt okładki:

Katarzyna Juras

Ilustracja na okładce:

Fotolia/Alex Green

Copyright © by Wydawnictwo Naukowe Scholar Spółka z o.o., Warszawa 2017

Publikacja została sfinansowana ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2013/09/B/HS5/00442

ISBN 978-83-7383-848-2

Wydawnictwo Naukowe Scholar Spółka z o.o.
ul. Wiślana 8 (róg Browarnej), 00-317 Warszawa
tel./faks 22 692 41 18; 22 826 59 21; 22 828 93 91
dział handlowy: jak wyżej, w. 108
e-mail: info@scholar.com.pl
www.scholar.com.pl

Wydanie pierwsze

Skład i łamanie: WN Scholar (*Jerzy Łazarski*)

Druk i oprawa: Totem, Inowrocław

Spis treści

Wprowadzenie	9
Rozdział 1	
Efekty wielkich wydarzeń według literatury światowej:	
krótko- i długookresowe	27
Wprowadzenie	27
1.1. Koszty i korzyści wydarzenia	30
1.2. Aspekt ekonomiczny	31
1.3. Efekty krótkookresowe	34
1.4. Efekty długookresowe	37
1.5. Aspekt społeczny	45
1.6. Aspekt promocyjny	48
1.7. Aspekt planistyczno-infrastrukturalny i rewitalizacyjny	51
Wnioski	54
Rozdział 2	
Czynniki sukcesu wielkich wydarzeń: studia przypadku za granicą	58
Wprowadzenie	58
2.1. Barcelona: miasto podawane jako wzór wykorzystania wielkiej imprezy	59
2.1.1. Organizacja prac	63
2.1.2. Efekty krótkookresowe	63
2.1.3. Rezultaty długookresowe	65
2.2. Wystawa światowa EXPO w Sewilli	67
2.2.1. Organizacja	70
2.2.2. Rezultaty krótkookresowe	71
2.2.3. Rezultaty długookresowe	72
2.3. Wystawa światowa EXPO w Lizbonie	74
2.3.1. Organizacja i kontekst	75
2.3.2. Motywacje i mechanizm	77
2.3.3. Realizacja	79
2.3.4. Rezultaty krótkookresowe	81
2.3.5. Rezultaty długookresowe	81
Wnioski	85

Rozdział 3	
Euro 2012 w Polsce: wybory, kontekst, przygotowania	88
Wprowadzenie	88
3.1. Przygotowania	88
3.2. Wielkie wydarzenie	92
3.3. Efekty przygotowań	100
3.4. Raporty zamawiane	101
3.5. Prace niezależne (niezamawiane) w Polsce	106
3.6. Rezultaty krótko- i długookresowe oraz podejście strategiczne	107
3.6.1. Efekty krótkoterminowe	108
3.6.2. Efekty długookresowe	110
Wnioski	112
Rozdział 4	
Euro 2012 po trzech latach w świetle badań empirycznych	115
Wprowadzenie	115
4.1. Wyniki kwestionariuszy 2014–2015 – opinie przedsiębiorców (właścicieli i kadry)	117
4.2. Ocena rezultatów przez przedsiębiorców	118
4.3. Opinie mieszkańców okolic stref kibica i stadionów	124
4.4. Wywiady pogłębione	132
4.5. Opinie mieszkańców ośrodka pobytowego na temat Euro 2012	135
4.6. Opinie turystów zagranicznych o związkach przyjazdu z Euro 2012	137
Wnioski	138
Rozdział 5	
Dane statystyczne dotyczące efektów Euro 2012 w Polsce	140
Wprowadzenie	140
5.1. Efekty ekonomiczne	141
5.2. Efekty społeczne	145
5.3. Efekty promocyjne	146
5.4. Efekty infrastrukturalne i planistyczno-rewitalizacyjne	147
Wnioski	149
Rozdział 6	
Mechanizm wielkiej imprezy	151
Wprowadzenie	151
6.1. Administracja (administracje) i politycy	154
6.2. Organizacja i „rodzina” organizacji	157
6.3. Przedsiębiorcy krajowi	162
6.4. Mieszkańcy	162
Wnioski	165

Zakończenie	166
Bibliografia	174
Aneks	189
1. Instrumenty badawcze 2014–2015	189
2. Struktura raportu ze studium przypadku (Barcelona, Sewilla, Lizbona)	199
Summary	201
Indeks nazwisk	204
Spis rycin i tabel	209