

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Saša Muzga

Trženje pogrebnih in pokopaliških storitev

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Saša Muzga

Mentor: izr. prof. dr. Borut Marko Lah

Somentor: doc. dr. Samo Uhan

Trženje pogrebnih in pokopaliških storitev

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

Trženje pogrebnih in pokopaliških storitev

Pogrebne in pokopališke storitve na področju trženja storitev izstopajo predvsem zaradi posebne vloge, ki jo imajo v našem življenju smrt in pojavi, ki jo spremljajo. Po svetu so se razvile zelo različne navade, povezane s pogrebi in pokopališči. Ponekod je trženje pogrebnih in pokopaliških storitev že zelo razvito, v Sloveniji pa njihovi ponudniki na tem področju delajo šele začetne korake. Pri tem izstopa predvsem ljubljansko Javno podjetje Žale, zato sem v diplomskem delu uporabila njihova razmišljanja o novih storitvah, spremenjeni vlogi pokopališč v sodobni družbi in vpeljavi novih tehnoloških rešitev. Dopolnila sem jih z izkušnjami iz tujine in teoretskimi izhodišči ter tako oblikovala hipoteze za raziskovalni del naloge. Preverjala sem jih z raziskavo na kvotnem vzorcu 422 polnoletnih prebivalcev Slovenije. Izkazalo se je, da med uporabniki pokopaliških in pogrebnih storitev prihaja do sprememb predvsem glede želja o značilnostih pogrebnega obreda, naklonjeni so razvoju novih funkcij pokopališč in dodajanju novih storitev, vendar so zadržani do vpeljevanja sodobnih tehnoloških rešitev v izvajanje pogrebnih in pokopaliških storitev.

Ključne besede: pogrebne storitve, pokopališke storitve, trženje storitev

Marketing of funeral and cemetery services

Specific role of death in our lives is what makes funeral and cemetery services special case in the field of service marketing. People around the world have developed very different habits regarding funerals and cemeteries. In some places marketing of funeral and cemetery services is highly developed, while in Slovenia the providers of these services are starting to take their first steps of the marketing approach. Public enterprise Žale is taking the lead in it, therefore I have used their ideas on services development, new role of the cemeteries and introduction of modern technological solutions as a starting point. Together with experience from abroad and theoretical views I made them the foundation for developing hypothesis for the research. The research was conducted on the quota sample of 422 adults, living in Slovenia. Findings show that people's wishes on funerals are changing and that they are also in favor of developing new functions of the cemeteries and introducing new services. However, the majority is very reserved when it comes to introducing modern technological solutions to funeral and cemetery services.

Keywords: funeral services, burial services, cemetery services, service marketing

Kazalo

| | |
|---|-----------|
| 1. Uvod | 6 |
| 2. Storitveni sektor in trženje storitev | 8 |
| 2.1 Opredelitev in značilnosti storitev | 8 |
| 2.1.1 Neoprijemljivost | 8 |
| 2.1.2 Neločljivost | 9 |
| 2.1.3 Spremenljivost (heterogenost) | 10 |
| 2.1.4 Minljivost | 10 |
| 2.1.5 (Ne)lastništvo | 11 |
| 2.2 Trženje storitev | 11 |
| 2.2.1 Storitveni trženjski splet | 11 |
| 2.2.2 Storitev kot sistem | 12 |
| 2.3 Spremembe v trženju storitev | 13 |
| 3. Antropološki vidik smrti | 16 |
| 3.1 Strah pred smrtjo | 16 |
| 3.2 Premagovanje strahu pred smrtjo | 17 |
| 3.3 Smrt v sodobni družbi | 18 |
| 3.3.1 Družbene dimenzije smrti | 18 |
| 3.4 Pogreb in žalovanje | 19 |
| 3.5 Značilnosti sodobnih pogrebnih običajev | 21 |
| 3.5.1 Ravnanje s truplom | 21 |
| 3.5.2 Delež žarnih pogrebov | 21 |
| 3.5.3 Zakonska ureditev | 22 |
| 3.5.4 Žalovanje | 22 |
| 3.5.5 Regionalne značilnosti | 23 |
| 3.5.6 Pomen religije | 23 |
| 4. Pokopališča | 25 |
| 4.1 Pokopališča po svetu in pri nas | 25 |
| 4.2 Združenje pomembnih evropskih pokopališč (ASCE) | 25 |
| 4.3 Spremembe na evropskih pokopališčih | 26 |
| 4.4 Odnos Slovencev do pokopališč | 27 |
| 4.5 Slovenska zakonodaja | 28 |
| 5. Javno podjetje Žale | 30 |
| 5.1 Zgodovina in nastanek | 30 |
| 5.2 Dejavnosti | 31 |
| 5.3 Vizija in razvoj storitev | 32 |
| 5.4 Skrb za okolje | 33 |
| 6. Raziskava | 35 |
| 6.1 Izhodišča | 35 |
| 6.2 Hipoteze | 35 |
| 6.3 Izvedba | 37 |
| 6.4 Pomanjkljivosti | 37 |
| 6.5 Analiza podatkov | 38 |
| 6.5.1 Demografski podatki | 38 |
| 6.5.2 Pogostost obiskovanja pokopališča | 40 |
| 6.5.3 Religioznost in druge značilnosti pogrebnih obredov | 40 |
| 6.5.4 Vnašanje sodobnih tehnoloških rešitev v pogrebne obrede | 45 |
| 6.5.5 Razvoj novih funkcij pokopališč | 49 |
| 6.5.6 Zanimanje za dodatne storitve | 52 |
| 6.6 Interpretacija rezultatov | 56 |
| 7. Sklep | 62 |
| 8. Literatura | 65 |
| 9. Priloge | 68 |

Kazalo tabel

| | |
|---|----|
| Tabela 6.5.1.1: Spol anketirancev..... | 38 |
| Tabela 6.5.1.2: Starost anketirancev..... | 38 |
| Tabela 6.5.1.3: Izobrazba anketirancev | 39 |
| Tabela 6.5.1.4: Izobrazba anketirancev po razredih | 39 |
| Tabela 6.5.1.5: Tip krajevne skupnosti, kjer anketiranci prebivajo..... | 39 |

Kazalo slik

| | |
|---|----|
| Slika 6.5.2.1: Kako pogosto obiskujete pokopališča? | 40 |
| Slika 6.5.3.1: Bi želeli imeti religiozen pogrebni obred?..... | 40 |
| Slika 6.5.3.2: Bi želeli imeti religiozen pogrebni obred? (vpliv starosti) | 41 |
| Slika 6.5.3.3: Ali bi za bližnjega organizirali pogreb z duhovnikom?..... | 41 |
| Slika 6.5.3.4: Ali bi za bližnjega organizirali pogreb z duhovnikom? (vpliv starosti) | 42 |
| Slika 6.5.3.5: Bi želeli imeti za javnost zaprt pogrebni obred?..... | 42 |
| Slika 6.5.3.6: Bi želeli imeti za javnost zaprt pogrebni obred? (vpliv starosti)..... | 43 |
| Slika 6.5.3.7: Pripovedovanje anekdot bi moralo biti sestavni del obreda | 43 |
| Slika 6.5.3.8: Pripovedovanje anekdot bi moralo biti sestavni del obreda (starost)..... | 44 |
| Slika 6.5.3.9: Glasba na pogrebi bi morala biti omejena na tradicionalno | 44 |
| Slika 6.5.3.10: Glasba na pogrebi bi morala biti omejena na tradicionalno (vpliv starosti)..... | 45 |
| Slika 6.5.4.1: Ali bi želeli svojcem, ki se vašega pogreba ne bi mogli udeležiti, omogočiti prenos prek spleta? | 45 |
| Slika 6.5.4.2: Ali bi želeli svojcem, ki se vašega pogreba ne bi mogli udeležiti, omogočiti prenos prek spleta? (vpliv spola)..... | 46 |
| Slika 6.5.4.3: Prenos pogrebov prek spleta je dobra zamisel | 46 |
| Slika 6.5.4.4: Ali bi želeli imeti spletni grob? | 47 |
| Slika 6.5.4.5: Bi prave sveče nadomestili z virtualnimi, če bi bil del izkupička namenjen v dobrodelne namene?..... | 47 |
| Slika 6.5.4.6: Bi prave sveče nadomestili z virtualnimi, če bi bil del izkupička namenjen v dobrodelne namene? (vpliv starosti) | 48 |
| Slika 6.5.4.7: Kakšna bi bila po vašem mnenju prevladujoča vloga spletnega groba? | 48 |
| Slika 6.5.4.8: Kakšna bi bila po vašem mnenju prevladujoča vloga spletnega groba? (vpliv starosti) .. | 49 |
| Slika 6.5.4.9: Kolikšno bi bilo po vašem mnenju primerno plačilo za spletni grob glede na letno najemnino za klasični grob? | 49 |
| Slika 6.5.5.1: Iz katerih razlogov obiskujete pokopališča? | 50 |
| Slika 6.5.5.2: Ali podpirate zamisel, da se pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? | 50 |
| Slika 6.5.5.3: Ali podpirate zamisel, da se pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? (vpliv izobrazbe)..... | 50 |
| Slika 6.5.5.4: Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? (vpliv spola)..... | 51 |
| Slika 6.5.5.5: Bi se udeležili vodenega ogleda pokopališča?..... | 51 |
| Slika 6.5.5.6: Ali bi uporabljali informativne table ob pomembnih grobovih in spomenikih?..... | 51 |
| Slika 6.5.6.1: Ali bi uporabljali priložnostno urejanje grobov? | 52 |
| Slika 6.5.6.2: Bi uporabljali priložnostno urejanje grobov? (vpliv izobrazbe) | 52 |
| Slika 6.5.6.3: Bi uporabljali priložnostno urejanje grobov? (vpliv starosti) | 53 |
| Slika 6.5.6.4: Ali bi uporabljali celoletno urejanje groba?..... | 53 |
| Slika 6.5.6.5: Ali bi uporabljali cvetličarno na pokopališču? | 53 |
| Slika 6.5.6.6: Ali bi uporabljali cvetličarno na pokopališču? (vpliv starosti)..... | 54 |
| Slika 6.5.6.7: Ali bi uporabljali cvetličarno na pokopališču? (vpliv izobrazbe)..... | 54 |
| Slika 6.5.6.8: Ali bi uporabljali kavarno na pokopališču? | 54 |
| Slika 6.5.6.9: Ali bi uporabljali strokovno pomoč pri izdelavi rodovnikov? | 55 |
| Slika 6.5.6.10: Ali bi uporabljali strokovno pomoč pri izdelavi rodovnikov? (vpliv starosti)..... | 55 |
| Slika 6.5.6.11: Ali bi uporabljali strokovno pomoč pri izdelavi rodovnikov? (vpliv izobrazbe)..... | 56 |

Kazalo prilog

| | |
|--------------------------------------|----|
| Priloga A: Vprašalnik | 68 |
| Priloga B: Izpisi programa SPSS..... | 70 |

1. Uvod

Srečanje s smrtjo neizogibno čaka vsakega od nas. V svojem življenju se z njo ponavadi srečamo večkrat – smrt družinskih članov, znancev, sorodnikov, prijateljev, hišnih ljubljencev itd. Posebno mesto med izkušnjami s smrtjo zavzema srečanje z lastno smrtjo. Kljub temu, da je prav slednje za posameznika najbolj usodno, v trenutku, ko do njega pride, izgubi svoj pomen, saj se več ne zavedamo dogajanja okoli sebe. Lastna smrt ima tako največji vpliv na nas v času, ko smo živi, v hipu, ko do nje pride, pa postane veliko bolj pomembna za naše svojce in bližnje.

Od trenutka, ko se nekdo sreča s smrtjo, skrb zanj prevzamejo podjetja, ki ponujajo pogrebne in pokopališke storitve. Svojci jih najamejo in se dogovorijo o podrobnostih izvedbe storitev, pri tem pa običajno upoštevajo morebitne želje pokojnega. Značilnosti celotnega storitvenega sektorja veljajo tudi za področje pogrebnih in pokopaliških storitev. Tisto, kar jih najbolj ločuje od ostalih storitev, je, da so njihovi uporabniki običajno v posebnem in občutljivem čustvenem stanju, izvedba storitev je pogosto povezana z religioznim prepričanjem, poleg tega številne storitve na tem področju posegajo v intimo posameznika.

V svojem diplomskem delu sem želela predvsem ugotoviti prepričanja in navade Slovencev glede pokopališč in pogrebov ter storitev, povezanih z njimi. Ugotovitve raziskave sem skušala združiti s pridobljenim znanjem o storitvenem sektorju in družbeni vlogi pokopaliških in pogrebnih storitev ter tako oblikovati smernice in izhodišča za uspešno trženje pogrebnih in pokopaliških storitev in širjenje ponudbe na tem področju.

V prvem delu sem predstavila značilnosti storitev, trende v storitvenem sektorju in iz tega izhajajoče posebnosti pri njihovem trženju. Nadaljevala sem s pregledom antropoloških vidikov smrti, pogrebnih običajev in žalovanja v našem okolju. Sledi opis vloge pokopališč v tujini in Sloveniji ter sprememb, do katerih prihaja v zadnjem času na tem področju. Kot primer iz prakse sem predstavila ljubljansko Javno podjetje Žale, ki je največji in vodilni ponudnik pogrebnih in pokopaliških storitev pri nas. Na podlagi teoretičnih izhodišč in informacij, ki so mi jih posredovali na Žalah,

sem oblikovala anketni vprašalnik. Izvedba raziskave in njeni rezultati so predstavljeni v zadnjem delu diplomskega dela.

Krovna hipoteza, ki sem jo želela preveriti z raziskavo, je bila: **»Odnos uporabnikov do pokopaliških in pogrebnih storitev njihovim ponudnikom omogoča posodabljanje in nadgradnjo storitev ter širitev ponudbe.«** Za lažjo in preglednejšo analizo rezultatov sem jo razčlenila v naslednje štiri hipoteze:

Hipoteza 1

Želja po vključevanju religioznih elementov v pogrebne obrede se z mlajšimi generacijami zmanjšuje, obenem pa se krepi težnja k preprostejšim in bolj personaliziranim obredom z manjšim številom udeležencev.

Hipoteza 2

Uporabniki pogrebnih in pokopaliških storitev so naklonjeni združevanju sodobnih tehnoloških rešitev s pogrebnimi in pokopališkimi storitvami.

Hipoteza 3

Uporabniki pogrebnih in pokopaliških storitev so naklonjeni razvoju novih funkcij pokopališč, ki v ospredje postavljajo njihov zgodovinski, umetnostni in prostorski pomen. Prisotno je tudi zanimanje za pokopališča z netradicionalnih vidikov (na primer zgodovina, umetnost, pokopališča kot sprehajalne površine).

Hipoteza 4

Prisotno je zanimanje za dodatne storitve na pokopališčih, tako za tiste s področja pokopaliških in pogrebnih storitev, kot tudi za take, ki z njima niso neposredno povezane.

2. Storitveni sektor in trženje storitev

V zadnjih nekaj desetletjih po vsem svetu močno narašča obseg storitvenega sektorja. Kot navaja Kotler (1996: 588) je v Evropi, Ameriki in na Japonskem v storitvenem sektorju zaposlenih več ljudi kot v vseh ostalih sektorjih skupaj in predstavlja 60 do 70 % družbenega proizvoda. S storitvami se v svojem življenju nenehno srečujemo, na primer ob obisku zdravnika, knjižnice ali avtomehanika, v prostem času, v bankah, seveda pa tudi ob smrti bližnjih.

Rast ne zajema zgolj tradicionalnih storitvenih panog (zavarovalništvo, bančništvo, zdravstvo), temveč tudi ostale. Ponudniki in vrste storitev so zelo raznoliki. Kotler (1996: 588) našteva javni sektor (zdravstvo, vojska, izobraževanje itd.), zasebni neprofitni sektor (dobrodelne ustanove, muzeji in kolidži) in poslovni sektor, ki vključuje profitne ponudnike, denimo letalske prevoznike, svetovalna podjetja, restavracije in mnoge druge.

Z naraščanjem obsega storitev se večja tudi pomen njihovega trženja. Osnovano je na trženju izdelkov, a prilagojeno značilnim lastnostim storitev. V nadaljevanju se podrobneje ukvarjam z razlikami med izdelkom in storitvijo in iz tega izhajajočimi posebnostmi trženja.

2.1 Opredelitev in značilnosti storitev

Različni avtorji navajajo številne definicije storitev, večinoma pa izhajajo iz primerjave z izdelki in ugotavljajo, v katerih pogledih se storitve od njih razlikujejo. Te lastnosti so ključne tudi za trženje storitev, zato jih podrobneje predstavljam.

2.1.1 Neoprijemljivost

Kotler (1996: 464) storitev opisuje kot dejanje ali delovanje, ki ga ena stran lahko ponudi drugi. Po svoji naravi je neotipljiva in ne pomeni posedovanja česarkoli. Proizvodnja storitve je lahko ali pa tudi ne vezana na fizični izdelek.

Prav fizični izdelek, ki ga omenja Kotler, je po mnenju Hoffmana in Batesona (2001: 4) razlog, da meja med izdelkom in storitvijo ni vedno povsem jasna. Svojo ugotovitev pojasnjujeta z dejstvom, da številne storitve vključujejo vsaj nekaj stvarnih elementov (na primer jedilni list, bančni izpisek), po drugi strani pa tudi izdelki običajno vključujejo nekatere storitve (na primer dostava).

Kljub pogosto nejasni meji med izdelki in storitvami je neoprijemljivost postala najznačilnejša in ključna značilnost storitev.

Bateson (v Snoj 1998: 37) ponuja dve razlagi neoprijemljivosti (oziroma neotipljivosti) storitev:

- Nekaj, česar ni možno otipati oziroma jasno zaznati s čutili.
- Nekaj, česar ni možno enostavno opredeliti, formulirati, razumeti oziroma razumsko uokviriti.

Za razliko od storitev lahko kupec izdelkov ponujeno otipa, okusi, vonja in občuti in se tako natanko seznanji z blagom, ki je v prodaji. Pri odločitvi za nakup storitve pa vsega tega ni, zato se porabnik srečuje z večjo negotovostjo. Ponudniki storitev jo skušajo premostiti tako, da storitve dopolnjujejo z dokazi njihove kakovosti. Mednje sodijo kraj, ljudje, oprema, komunikacija in cena. Na ta način se otipljivost storitev povečuje. Po drugi strani pa ponudniki izdelkov skušajo dopolniti ponujeno z neotipljivimi elementi, ki so sicer značilni za storitve (Kotler 1996: 589).

2.1.2 Neločljivost

Nastanek in uporaba storitev sta neločljivo povezana, zato pa tudi njihovi ponudniki in uporabniki. Kotler (1996: 589) kot primer navaja koncert – ta ni mogoč, če ni prisotno občinstvo, prav tako je obvezna prisotnost glasbene skupine.

Zaradi sočasne prisotnosti ponudnika in uporabnika določene storitve na porabnikovo končno zadovoljstvo z njo bistveno vpliva tudi ponudnik. Ponudniki storitev se tega dobro zavedajo, zato v svoje poslovanje vpeljujejo različne načine, ki zmanjšujejo možnosti za nesoglasja med njimi oziroma njihovim osebjem in uporabniki storitev.

Poleg vpliva ponudnika na uporabnikovo zadovoljstvo s storitvijo Kotler (1996: 590) izpostavlja tudi vpliv ostalih porabnikov, ki storitev prejemajo istočasno in so z njo prav tako neločljivo povezani. Trditev ponazori s primerom restavracije, kjer je ob istem času prisotnih veliko gostov in neprimerno vedenje skupine gostov lahko bistveno vpliva na (ne)zadovoljstvo ostalih porabnikov.

2.1.3 Spremenljivost (heterogenost)

Storitve se lahko med seboj močno razlikujejo glede na to, kdo, kdaj, kje in kako jih ponuja (Kotler 1996: 590). Kadar je ponudnik storitve človek, so odstopanja med posameznimi načeloma enakimi storitvami še posebej očitna. Storitve, ki jo ponuja natakar v restavraciji – postrežba hrane in pijače – se namreč prav vsakič rahlo razlikuje, čeprav naj bi bila načeloma vedno enaka. Toda že iz vsakdanjega življenja vsi dobro vemo, da je odvisna od številnih dejavnikov, denimo zaposlenosti natakara, njegove volje, pa tudi gosta. Večja podobnost med posameznimi storitvami je prisotna, kadar je izvajalec storitve naprava, na primer avtomat, a tudi tam prihaja do odstopanj, saj lahko v avtomatu pride do napake, se izprazni ipd.

Kotler (1996: 590) navaja štiri načine, kako si storitvena podjetja prizadevajo za stalno doseganje zastavljene ravni kakovosti:

- Pozorna izbira zaposlenih in njihovo izobraževanje, poenotenje poteka storitev v organizaciji. Zaposlene poučujejo o nalogah ter prikažejo in vadijo najprimernejši način za njihovo izvajanje.
- Nagrajevanje na podlagi notranjega ali zunanega ocenjevanja zaposlenih.
- Redno preverjanje zadovoljstva uporabnikov in odpravljanje pomanjkljivosti.
- Nadomestitev ljudi z napravami, kar zagotavlja bolj nespremenjeno raven izvajanja storitve (na primer avtomati za pijačo ali podajanje listkov za plačilo cestnine).

2.1.4 Minljivost

Minljivost storitev pomeni, da jih ni mogoče proizvajati na zalogo (Jančič 1999: 60) in vnaprej, kot je to značilno za izdelke. Grönroos (1998) ta pojav nekoliko natančneje

opredeljuje in pravi, da je del storitve sicer lahko pripravljen vnaprej, toda njeno bistvo steče ob pojavu porabnika storitve.

Minljivost storitev je problematična predvsem na področjih, kjer so prisotna velika nihanja v povpraševanju, nekoliko manj pa tam, kjer je povpraševanje po storitvah enakomernejše. Storitvena podjetja se s to težavo spopadajo na dveh področjih:

- Na strani povpraševanja denimo s postavitvijo nižjih cen v času manjšega povpraševanja, z oblikovanjem dodatne ponudbe v času večjega povpraševanja itd.
- Na strani ponudbe s prilagajanjem delovne sile, širjenjem zmogljivosti ipd. (Kotler 1996: 592).

2.1.5 (Ne)lastništvo

To je peta lastnost, ki storitve ločuje od izdelkov, a jo navajajo le nekateri avtorji. Pomeni, da si storitvijo ničesar ne prilastimo. Grönroos (2000: 49) meni, da to drži le v nekaterih primerih; z nakupom letalske vozovnice res dobimo le pravico do leta in si ne prilastimo sedeža na letalu, po drugi strani pa po uporabi trgovskih storitev nedvoumno postanemo lastniki kupljenega blaga.

2.2 Trženje storitev

Grönroos (1998) je storitve poimenoval kar »primer manjkajočega izdelka« in meni, da je osnovna premisa, na kateri je zasnovano trženje storitev, ta, da gre pravzaprav za trženje procesov in ne izdelkov.

2.2.1 Storitveni trženjski splet

Trženjska strategija sloni na strategiji trženja izdelkov, le da je ustrezno prilagojena posebnostim storitvenega sektorja. Tradicionalni izdelčni trženjski splet s svojimi 4P (izdelek, cena, tržno komuniciranje in prodajne poti) za storitve ne zadostuje več. Dodani so trije novi elementi, in sicer ljudje (people), fizični dokazi (physical evidence) in procesiranje (processing), s pomočjo katerih ponudniki storitev premagujejo njihove posebnosti in si skušajo olajšati trženje svoje dejavnosti.

Storitveni trženjski splet 7P s tem zajema vse ključne sestavine, ki opredeljujejo naravo in kakovost storitve.

- **Ljudje** so najpomembnejši. Zaposleni morajo biti motivirani za interakcijo z uporabniki, upoštevati pa je treba tudi njihova pričakovanja, potrebe, znanje, vedenje in zmožnosti.
- **Fizični dokazi** imajo nalogo narediti storitev oprijemljivo. Okolje, v katerem storitev poteka ali jo kupimo, ima nek videz, opremo, vzdušje. Sem sodi vse, kar dokazuje njeno izvedbo (zavarovalna polica, darilni bon, bančna kartica, račun).
- **Procesiranje** vključuje niz zaporednih in vzporednih aktivnosti za uspešno izvedbo storitve; opozarja tudi na njeno procesno naravo (Potočnik 2000: 31).

2.2.2 Storitev kot sistem

Lovelock (1992b) trdi, da si vsako storitev lahko predstavljamo kot sistem, katerega del je viden uporabnikom, del pa ne. Slednjega imenujemo tudi tehnično jedro storitve in uporabnik morda sploh ne ve za njegov obstoj. Po njegovem mnenju celoten sistem storitve sestavljajo trije podsistemi:

- **Sistem delovanja storitve:** Uporabniki storitev vrednotijo po elementih, ki jih ob njeni uporabi dejansko uporabijo ali izkusijo, in ne po tistih, ki se dogajajo v zakulisju. Kolikšen del storitve je kupcem viden, je odvisno od njene narave.
- **Sistem izvedbe storitve:** Nanaša se na to kje, kdaj in kako je storitev opravljena. Kako tesen je stik med kupci in osebjem, kdaj je storitev na voljo. V zadnjem času je vedno več samopostrežnih storitev, ki so na voljo ob kateremkoli času.
- **Sistem trženja storitev:** Sem sodijo elementi, ki niso del drugih dveh sistemov, a lahko prispevajo k pogledu potrošnika na storitveno organizacijo. To so na primer komuniciranje oddelka za oglaševanje in prodajo, telefonski klici in pisma osebja, računi, pojavljanje organizacije in njenih storitev v medijih, govorice itd. Gre za vse načine, na katere uporabnik pride v stik s storitveno organizacijo. Ker gre pri storitvah predvsem za izkušnjo, vsak od teh elementov vpliva na uporabnikovo mnenje o naravi in kakovosti storitve. Neujemanje med posameznimi elementi sistema lahko oslabi verodostojnost organizacije v očeh kupca.

Ker se v svojem diplomskem delu lotevam predvsem trženja storitev, želim nekoliko podrobneje predstaviti elemente, ki sodijo v sistem trženja storitev. Strinjam se z Lovelockom (1992b), ki predlaga, da je ta seznam lahko tudi koristen pripomoček v praksi, saj ga lahko uporabimo kot odključnico pri načrtovanju trženja storitev:

- **Osebe:** V stik z uporabniki lahko pride iz oči v oči, prek telekomunikacij, pošte, elektronske pošte, dostave. Ta kategorija vključuje: prodajno osebje, osebje za pomoč uporabnikom, osebje v računovodstvu in osebje, ki izdaja račune, osebje, zadolženo za delovanje storitve, ki običajno ne nudi storitve neposredno uporabnikom (npr. hišnik) ter uradne sporočevalce, ki jih uporabniki dojemajo kot neposredne predstavnike storitvenega podjetja.
- **Oprema in pripomočki:** Zunanost stavbe, parkirišča, okolica, notranjost in oprema stavbe, oprema za samopostrežne storitve, vozila in ostala oprema.
- **Neosebna komunikacija:** Tipizirani dopisi, brošure, katalogi, navodila, oglaševanje, označevanje, novinarski prispevki v množičnih medijih.
- **Ostali ljudje:** Sočasni uporabniki storitev, komentarji prijateljev, znancev ali celo tujcev.

2.3 Spremembe v trženju storitev

Kot sem že omenila, je za svetovni storitveni sektor značilna rast. Lovelock (1992a) opisuje nekatere dejavnike, ki vplivajo na spreminjanje in razvoj storitvenega sektorja. V svojo potrditev navaja primere iz tujine, a večinoma lahko brez težav najdemo tudi slovenske primere, ki dokazujejo, da naš storitveni sektor sledi enakemu razvoju.

Spremembe zakonodaje

Številna storitvena področja, ki so bila v preteklosti močno regulirana, so v zadnjem času pod manjšim vplivom državnih predpisov, toda po drugi strani se marsikje krepijo zakoni za zaščito potrošnikov in njihovih pravic, varnosti, zaposlenih, okolja itd.

Ohlapnejši standardi strokovnih organizacij

Druga pobuda, ki se je začela v Ameriki, a so jo prav tako marsikje posnemali, je bilo spreminjanje pravil profesionalnih organizacij glede promocije in oglaševanja. Marsikatere storitve, denimo zdravstvene, ki se do nedavnega niso oglaševale, se sedaj smejo.

Privatizacija

Na tem področju je bila vodilna Velika Britanija, vendar se njen zgled širi po številnih drugih državah. Med storitve, ki se privatizirajo, sodijo letalski prevozi, telekomunikacije ipd. Privatizacija vodi do prestrukturiranja, zniževanja stroškov in večje trženjske usmerjenosti. Druga oblika privatizacije se pojavi, kadar se neprofitne organizacije, na primer bolnišnice v ZDA, spreminjajo v profitne.

Tehnološke inovacije in širjenje uporabe računalnikov

Novе tehnologije močno vplivajo na opravljanje storitev in stik s strankami. Storitve, ki temeljijo na velikih bazah podatkov, so se zaradi njih popolnoma spremenile, velike spremembe pa so se zgodile tudi na drugih področjih. Tehnologija prinaša nove, izboljšane storitve, omogoča večjo standardizacijo, nadomešča ljudi pri ponavljajočih se enostavnih opravilih in prek vpeljevanja samopostrežnih storitev povečuje vpletenost kupcev.

Rast franšiz

Franšize so postale zelo priljubljen način financiranja širitev storitvenih verig, ki v celotni mreži ponujajo enak storitveni koncept. Pogoji za uspeh teh verig so oglaševalske kampanje v množičnih medijih na nacionalni ali celo svetovni ravni, standardizacija storitev, vzpostavljeni uradni programi treninga za zaposlene, nenehno iskanje novih izdelkov in načinov za doseganje še boljše učinkovitosti ter dvojni trženjski programi – usmerjeni k potencialnim franšizojemalcem in h kupcem.

Širitev lizinskih in najemniških poslov

Tako podjetja kot potrošniki v čedalje večjem številu ugotavljajo, da so jim koristi nekega proizvoda lahko na voljo tudi, če ga nimajo zares v lasti. Fiksni stroški se tako spremenijo v pol-variabilne, takšna odločitev pa lahko prinaša tudi davčne koristi.

Proizvajalci kot ponudniki storitev

Dopolnile storitve, ki so bile sprva zasnovane kot konkurenčna prednost (Hoffman in Bateson 2001) in s tem pomoč pri prodaji izdelkov – svetovanje, kreditiranje, prevoz, dostava, montaža, urjenje, vzdrževanje – postajajo na voljo kot samostojne profitne storitve. Na voljo so celo tistim kupcem, ki so se odločili za nakup konkurenčnega izdelka.

Širjenje tržne miselnosti

Finančni pritiski, s katerimi se soočajo javne in neprofitne organizacije, jih silijo k nižanju stroškov, razvijanju učinkovitejših procesov, usmerjanju večje pozornosti k potrebam kupcev in delovanju konkurence. Svojo osnovno dejavnost dopolnjujejo s profitnimi storitvami kot so muzejske trgovine, katalogi, restavracije in razvijajo bolj trženjsko osnovano cenovno politiko.

Globalizacija

Internacionalizacija storitvenih podjetij je očitna. Razlogi za to so lahko želja po ponujanju boljših storitev obstoječim kupcem, prodor na nove trge ali oboje. Internacionalizacijo še spodbujajo različni sporazumi o prosti trgovini.

3. Antropološki vidik smrti

Poleg splošnih zakonitosti, ki veljajo na področju trženja storitev, se je pri pisanju o pogrebnih in pokopaliških storitvah smiselno seznaniti tudi z antropološkim vidikom smrti, pogrebov in pokopališč v naši družbi. Ti dejavniki namreč bistveno vplivajo na okoliščine za trženje pogrebnih in pokopaliških storitev. To nam omogoča, da bolje razumemo njihov namen in vlogo v današnji družbi in delno že nakaže, kakšen razvoj lahko na tem področju pričakujemo v prihodnje.

Biološko gledano je smrt mehanizem, ki biološki vrsti omogoča bolj učinkovito prilagajanje na spremembe v okolju, saj je osnova prilagajanja spreminjanje genetske zasnove organizmov, ta pa je mogoča le pri potomcu. Umiranje je s tega vidika nujen pogoj za spreminjanje in razvoj bioloških vrst (Ihan 2002: 60).

Antropologi so razvili svoj pogled na smrt; menijo, da človeška zavest o individualni smrti vsebuje vsaj tri antropološka dejstva: duševni pretres ob misli na smrt, realistično zavest o smrti in verovanje v brezsmrtnost (Sambolič 1995: 11).

3.1 Strah pred smrtjo

Kmalu po tistem, ko se ljudje zavemo lastne individualnosti, s tem pa tudi umrljivosti, se v nas razvije strah pred smrtjo. Njegov obstoj ni odvisen od tega, ali je človek zdrav ali bolan, mlad ali star, vendar s starostjo narašča pritisk na človekovo eksistenco, kot je to poimenoval Južnič (1991: 5).

Strah pred smrtjo vsebuje več različnih komponent. Te izhajajo iz različnih vzrokov, ki jih Samboličeva (1995: 11-12) razvršča v tri skupine:

- **Strah pred umiranjem in smrtjo**, še posebej bolečo ali nasilno. Kaže se kot strah:
 - da ne ostane neka naloga neizpolnjena (vzgoja otrok);
 - pred fizično bolečino;
 - pred psihološko agonijo – samoto, brezupom, praznino.
- **Strah pred tem, kar pride po smrti**. Kaže se na zelo različne načine, odvisno od tega, ali oseba veruje v posmrtno življenje ali ne.

- Strah pred trohnenjem;
 - negotovost glede drugega sveta;
 - nevoščljivost živim (Ali me bodo pozabili?);
 - obsedenost z ničevostjo;
 - nemir glede nujnih elementov pogreba za prehod v stanje prednikov.
- **Strah pred mrtvimi:**
 - strah pred duhovi (zakletimi, uročenimi dušami)
 - strah pred tistim, ki je umrl nasilne smrti.

Pretiran strah pred smrtjo lahko vodi tako daleč, da oseba nenehno živi v grozi pred svojo smrtjo, ki se včasih izraža tudi z navideznim nasprotjem – postavljanjem življenja na kocko.

3.2 Premagovanje strahu pred smrtjo

V naši in številnih drugih kulturah so se razvili različni načini premagovanja strahu pred smrtjo, kakor antropologi poimenujejo obremenitev z zavestjo o svoji umrljivosti, ki nas spremlja. Eden izmed njih so različne religije. V naši družbi je vloga religije ohranjanje vere v posmrtno življenje in ločevanje telesa in njegovega propada od osebnosti. Na ta način, kot pravi Kolakowski (2003: 53), smrt ni razumljena kot destrukcija, ampak predvsem kot tranzicija. Verniki si tako prek svojega verovanja pomagajo pri odpravljanju ali zmanjševanju ene izmed prej naštetih komponent strahu pred smrtjo – strahu pred tem, kar pride po smrti.

V sodobni družbi so se v odnos do smrti kot ga širi religija naselili številni dvomi. S tem se je, kot trdi Črnič (2002: 88), človek sicer rešil dogmatičnih pojmovanj, a je obenem ostal sam, brez podpore skupnosti, neposredno soočen s problemom svoje minljivosti.

S strahom pred umiranjem in smrtjo se najbolj odkrito spoprimejo umirajoči. Umiranje namreč poteka v fazah zanikanja, jeze, barantanja, depresije in sprejetja neizbežnega (Kubler-Ross v Butters 2002: 14). Umirajoči pred smrtjo poskrbijo, da uredijo nekatere stvari ter si tako zagotovijo notranji mir in zavedanje, da je vse urejeno in lahko umrejo. Med tovrstna opravila sodijo sestavljanje oporoke in

načrtovanje pogreba. To lahko družini umrlega zelo koristi, saj z uresničitvijo želja pokojnika pridobijo občutek, da lahko zanj storijo še zadnjo stvar in tako na svoj način pomagajo pri premagovanju žalovanja (Butters 2002: 14).

3.3 Smrt v sodobni družbi

Ob tem izrazu imam v mislih veliko več kot le umiranje in smrt. Za namen, s katerim se tokrat lotevam raziskovanja tega področja, je še posebej pomembna misel na smrt in odnos do nje, ki nas spremljata vse življenje.

Južnič (1991: 6) ugotavlja, da sodobni človek strah pred smrtjo razrešuje na povsem kontrastne načine. Po eni strani to svojo eksistencialno stisko razrešuje z določeno stalno pripravo, po drugi pa izganja misel na smrt in se vede, kot da ne bo nikoli umrl. V nekem smislu je ločnica med dvema različnima stališčema zarisana s prehodom od tradicionalne kmečke družbe v industrijsko in še posebej v postindustrijsko. Po njegovem mnenju se smrt v moderni, potrošniško zaznamovani in k življenjski uspešnosti naravnani družbi, v tolikšni meri izganja iz življenja, da taka družba pozablja celo na umirajoče in jih prepušča različnim servisom.

Odrivanje umirajočih in smrti iz sodobne družbe je opazil tudi Haller (2006: 10): »Ljudi raje umaknemo nekam – za zaveso, da se jih ne bi dotikali, da jih ne bi videli ali vonjali. Naredimo vse, da se odtrgamo in ločimo od smrti – to je običajen odziv v sodobnosti, zadnjih 200 let.«

3.3.1 Družbene dimenzije smrti

V preteklosti je bila smrt odhod iz sveta živih – torej smrt v svojem fiziološkem smislu. V moderni družbi, pravi Južnič (1991: 7), imamo vsaj dve obliki smrti:

- **Družbena smrt**, ki nastopi z izstopom človeka iz aktivnih mrež poklicnega življenja, ko je profesionalno odpisan in prisiljen živeti zunaj v javnosti priznanih dejavnosti. Prav izraz upokojenec kaže na paralelnost različnih smrti, saj je celo izvor besede pokoj vezan na pomen, ki ni daleč od sinonima za smrt.

- **Dejanska smrt** je praviloma odmaknjena od družbene smrti; ločuje ju čas, ki preteče od upokojitve do dejanske smrti.

Moja ocena je, da obe dimenziji smrti, ki ju navaja Južnič, postajata vedno bolj združeni, saj v zadnjem času tudi upokojnenci živijo vedno bolj aktivno in si po izteku delovne dobe poiščejo druge dejavnosti, s katerimi si zapolnijo prosti čas in pridobijo nove družabne stike.

Smrt se ne odvija več v navzočnosti živih, temveč postaja diskretna, higiensko zavarovana in še posebej samotna. Ljudje se skrivajo, da bi umrli. Jih tudi skrivajo, da ne bi motili zdravih in živih. Na osamljenost so obsojeni tudi tisti, ki so na pragu smrti (Južnič 1991: 14).

3.4 Pogreb in žalovanje

Za človeka je smrt zadnji kritičen trenutek življenja, vendar v hipu, ko pride, zanj že nima več pomena. Pomembna je za tiste, ki ostanejo živi. V mnogih družbah in kulturah je to pomemben družbeni dogodek, ki je obdan s številnimi rituali. Že pri obravnavi premagovanja strahu pred smrtjo smo omenili velik pomen religije. Logično je, da se je posledično oblikoval tudi močan vpliv religije na ravnanje ob smrti.

Vsako pospravljanje trupla spremljajo bolj ali manj izraziti obredi, ki jih je v preteklosti povsem določala mitologija oziroma religija – predvsem je šlo za način, na katerega je bilo potrebno truplo pokopati, da se mu je omogočilo vstop v svet mrtvih. V starem Egiptu so truplo mumificirali, v Indiji sežgali in pepel posipali v reko, v Tibetu izpostavili jastrebom, v antičnem Rimu so opravljali periodične rituale, ki naj bi preprečili vrnitev mrtvih v podobi duhov ipd. Danes je najpogostejša oblika pospravljanja trupla pokop (žarni ali s krsto), ostale oblike (na primer raztros pepela) so prisotne le v zelo majhnem deležu. Tudi pri pokopu so v preteklosti obstajale številne različice, nekatere med njimi navaja Južnič (1991: 14): pokop z raztegnjenimi telesi, skrčenimi, okrašenimi ali neokrašenimi, v različnih posodah, tkaninah, zavojih itd.

Namen vseh običajev je izkaz spoštovanja, izročanja v varstvo naravi, duhovom morja ali reke, bogu (Kolakowski 2003: 53). V tem se najbolje pokaže, da smrt ni

samo naravni pojav, temveč tudi družbeni, verski dogodek. Vse civilizacije poznajo spoštovanje do smrti in če se le da, z obredom izkažejo spoštovanje do pokojnika. Smrt, četudi ni redek ali nenavaden dogodek, poraja strah in nemir, obredni pokop pa povrne normalnost, združi žalujoče v bolečini, utrdi skupnost. Tudi sedmina, pravi Kolakowski (2003: 53), je v naših običajih del tega procesa: vrnemo se domov, vse teče naprej, smo ista skupnost.

Poleg že omenjenih pogreba in sedmine v naših krajih poznamo še različne druge spremljajoče običaje, prek katerih se živi poslavljajo od umrlega. Mednje sodijo na primer bedenje ob umrlem, prinašanje vencev, šopkov in sveč, zagotovitev mrliške vežice, nošenje žalnih oblek, plačevanje zvonjenja, najem duhovnika, naročanje maš. Izreka se sožalje, tako ustno kot pismeno, izobešajo se črne zastave, pripravljajo se osmrtnice in nagrobni govori, ki jih spremljajo geste žalovanja. Verniki se poleg tega udeležujejo maš sedmi in trideseti ter ob obletnicah, spominjajo pa se jih tudi ob večjih cerkvenih praznikih – na primer ob veliki noči, ko poudarjajo vero v vstajenje in ponovno snidenje (Gregorčič 1999).

Žalovanje in pogrebne svečanosti potekajo v znaku kontinuirane prisotnosti umrlega med živimi, pri čemer je prisotnost mrtvega telesa nebistvena ali pa je le simbolična povezava med zemeljskim in morebitnim pričakovanim drugačnim bivanjem. Tako dobijo pogrebne svečanosti povsem drugačno vsebino, kot bi jo imele, če bi se odvijale v domnevi o dokončnem izginotju človeka, ki umre (Južnič 1991: 18-19).

Za preživele smrt drugega pomeni izgubo ljubljene osebe, prisotnost trupla in popoln konec dialoga. Žalujoči ostane sam, zave se, da tudi njega čaka smrt. Dokler je truplo prisotno, še čuti neko povezanost z ljubljeno osebo, vendar pa je slovo neizogibno. Umrli ostane v zavesti žalujočega kot podoba, spomin, celo obsesija (idealizacija, zatajevanje). Smrt ljubljene osebe spremeni obnašanje posameznika, ga spomni na človekovo končnost in spremeni pomen predmetov ter stvari v okolici. Smrt drugega izzove odkritje samega sebe in novih odgovornosti.

Zato poleg pogreba in spremljajočih obredov, ki se nanašajo na pokojnika in naj bi mu omogočali ločitev duše od telesa ter prehod v posmrtno življenje, smrt spremljajo

še drugi obredi, ki so vezani predvsem na žalovanje ostalih, prenos premoženjskih pravic in ureditev statusnih zadev.

Ti rituali služijo skupnosti, ki je izgubila svojega člana, saj ji pomagajo urediti bolj ali manj moteno stanje. Urediti je treba tudi statusne in premoženjske zadeve. Njihovo urejanje je z zakoni močno formalizirano. V pravno urejenih državah se za vsakim umrlim razpiše zapuščinska razprava. Sodišče sklepa o tem, kako bo v premoženjskem pogledu urejena praznina, ki nastane za umrlim (Južnič 1991: 16-17).

3.5 Značilnosti sodobnih pogrebnih običajev

Vsi opažamo, da se v pogrebne običaje sčasoma vnašajo spremembe. Južnič (1991: 7-8) denimo ugotavlja, da izginjajo značilni sprevodi, s katerimi so nekdanje družbe pospremili na njegovi zadnji poti. Po njegovem mnenju to dokazuje, da sodobna družba izgublja potrpljenje s poslednjimi slovesi – truplo naj bi bilo potrebno čim prej umakniti.

V nadaljevanju opisujem sodobne trende na področju pogrebov in žalovanja po posameznih področjih.

3.5.1 Ravnanje s truplom

V zadnjem stoletju so napredovale tehnike ohranjanja lepote trupla in pokopa. Sodobna tanatopraksa spoštuje integriteto telesa, zato umrlemu nikoli ne odstrani drobovja, pač pa samo znake smrti z obraza (Sambolič 1995: 43).

3.5.2 Delež žarnih pogrebov

Vedno več ljudi se odloča za kremacijo, ki deloma rešuje problem prenaseljenih pokopališč v velikih mestih in preprečuje tanatomorfozo trupla. Na ljubljanskih Žalah je tako delež žarnih pokopov 87-odstoten, v celotni Sloveniji pa njihov delež znaša približno 60 % in narašča za 2 do 3 % letno (Martinčič 2006a). Visoke številke kažejo na to, da izginja tudi nasprotovanje kremaciji med vernimi. Delež žarnih pokopov je v

Sloveniji precej visok tudi v primerjavi z drugimi evropskimi državami – navajam podatke za leto 2002 (Worpole 2004): Belgija 37 %, Češka republika 77 %, Danska 72 %, Irska 6 %, Finska 29 %, Francija 20 %, Velika Britanija 72 %, Madžarska 36 %, Italija 7 %, Nizozemska 49 %, Španija 17 % in Švedska 70 %.

V Sloveniji so vedno pogostejše želje po raztrosu pepela umrlih na površinah, ki za to niso posebej predvidene, in po hrambi pepela doma. Prva možnost je zakonsko sicer dovoljena, a je potrebno zanjo pridobiti dovoljenje lokalnega upravnega organa, raztros pa mora opraviti pooblaščen pogrebno podjetje. Hrambe pepela pokojnika doma zakon v Sloveniji zaenkrat ne dopušča (Kadunec 2006: 18).

3.5.3 Zakonska ureditev

Zakonodajni okvir glede prevoza trupel, pogojev pokopa in izkopa, mrtvašnic in prevzema organov umrlega v zdravstvene namene je skladen v večini zahodnih držav. V njem je določeno, da truplo ostaja del osebnosti, zato je po temeljnih etičnih normah grob sodobnega človeka nedotakljiv, razen pri sodni avtopsiji in premestitvah. Spoštoval naj bi se spomin na pokojnika in njegove poslednje želje (Sambolič 1995: 44).

3.5.4 Žalovanje

Vse formalnosti glede umrlega so opravljene popolnoma diskretno, sožalje se navadno izraža le na pogrebnem obredu. Vidni dokazi žalosti (žalna obleka, konvencionalno obnašanje) počasi izginjajo in prevelika žalost velja za morbidno. Izginjajo tudi črni zastori, pogrebna mrtvaška vozila niso več tako okrašena, ni več pogrebnih povork. Pred otroki se smrt in žalost prikrivata, jokanje je prepovedano, obiski grobov so vedno redkejši. Zaradi smrti se ne sme izgubljati preveč časa, potrpljenja za dolgotrajno žalovanje ni. Slednje sproža velike travme pri svojcih umrlih, saj nimajo časa popolnoma izživeti svoje žalosti, opisuje Samboličeva (1995: 46). Haller (2006: 11) povzema: »Izgubili smo stik z žalovanjem.«

3.5.5 Regionalne značilnosti

V zahodni Evropi so se v zadnjem stoletju uveljavili trije tipi pogreba. V Franciji in Italiji se glavni, liturgijski del izvaja z mašo v cerkvi, ki naj bi pokojniku oprostila vse grehe. V saksonskih državah se vse dogaja ob grobu, mogoč pa je tudi pogrebni obred na domu. Pogrebni obred v sodobnem svetu se prilagaja prisotnim. Duhovnik je izgubil vrhovno vlogo, ki jo je imel v preteklosti, prisotni pa aktivno sodelujejo s petjem in molitvijo. Če ni maše, duhovnik ni potreben. Poseben primer pogrebnega obreda so ameriške pogrebne hiše (funeral home), ki pokojniku omogočajo dostojno in diskretno poslednje bivanje, njegovi družini pa dokaj mirno in udobno domače ozračje. Tanatopraktiki mrtveca polepšajo, da je videti kot bi bil živ. To pokojniku ne odvzema statusa mrtveca in ne negira smrti, ampak izraža obzirnost do pokojnika, način spoštovanja bolečine živih in izpolnjevanje osnovnih pogojev, ki jih zahteva higiena. V pogrebnem domu umrli v cvetju in ob umirjeni glasbi zadnjič sprejema obiske sorodnikov in prijateljev. Pokopljejo ga na parku podobnem pokopališču, polnem spomenikov. Američani, z izjemo intelektualcev, ki se raje odločajo za kremacijo, negujejo običaj svečanega slovesa od mrtvih. Bivanje v pogrebnih hišah naj bi bil kompromis med skorajšnjo hitro in radikalno deritualizacijo žalovanja v severni Evropi in tradicionalnim žalovanjem. Predvsem v severni Evropi in Veliki Britaniji pokojnika pogosto sežgejo, kar sicer izključuje kult groba in obiska, še zdaleč pa ni odraz ravnodušnosti in neobčutljivosti svojcev do umrlega. Sežig predstavlja prepričanje v racionalnost upepelitve, nevero v oni svet, osvoboditev od mrtvih in higieničnost (Sambolič 1995: 46-47).

Gregorčičeva (1999) ima na pogrebne hiše nekoliko bolj kritičen pogled, saj pravi, da je pogrebni industriji kot jo poznajo Američani, uspelo razvrednotiti pogrebni obred, ker naj bi šlo predvsem za komplicirano poigravanje s ponudbami pogrebnih direktorjev in denarjem žalujočih. Navaja avtorico Jessico Mitford, ki spremembe ponazarja tudi z uporabo spremenjenega besednjaka. Rože naj bi postale cvetni spomin, trupla vedno imenujejo ljubljene osebe, pepel je pepelnata zapuščina itd.

3.5.6 Pomen religije

Cerkev je v zadnjem času relativno poenotila pogrebni obred (enakost pred bogom), ga demistificirala in humanizirala (daje uteho živim). Pomembno spremembo je leta

1970 uvedel vatikanski koncilij: duhovnik na pogrebu nosi belo obleko, ki izraža upanje. S tem želi sporočiti, da smrti ne gre več zavijati v črnino in obup, pač pa v vero v vstajenje. Črnino zamenja upanje, kar se kaže v oblačilih, molitvah in nagovorih (Gregorčič 1999).

Cerkev na splošno sprejema pogreb ločenih oseb, nekrščenih otrok in ne zavrača več tako dosledno upepelitve (Sambolič 1995: 46).

Opazna je sekuralizacija pogrebnih obredov – manj je religioznih pogrebov, izginjajo običaji kot so maše za sedmi in trideseti dan – opisuje Gregorčičeva (1999). Robert Martinčič (2006b), direktor pokopališke dejavnosti v Javnem podjetju Žale, pravi, da se večina ljudi ob naročilu pogreba še vedno odloči za religiozni obred s prisotnostjo verskega predstavnika. Po Martinčičevi presoji vzrok za to izhaja iz tega, da je pogrebni obred brez prisotnosti duhovnika kratek in neoseben. V preteklosti so to pomanjkljivost želeli odpraviti z uvedbo civilnih obredov, ki so jih vodili predstavniki lokalne skupnosti, ki so pripravili tudi govor v spomin pokojnika, vendar se ta možnost ni posebej uveljavila.

4. Pokopališča

O pokopališčih se je skozi zgodovino spletlo mnogo zgodb in legend, v stoletjih pa so postala tudi pomemben zgodovinski vir, ki priča o družbeni ureditvi, umetnosti in kulturi, ki so bile nekdanje v veljavi. Kot pravi Ken Worpole (v Simoneti, 2004), je potovanje po starih pokopališčih zahodne civilizacije potovanje po čisto posebni plasti zgodovine, ki nas težko pusti neprizadete. Raziskovanje starih in novejših vzorcev ohranjanja spomina na mrtve odkriva sliko prostorov, s katerimi se večina ljudi srečuje v okoliščinah, nabitih s prvinskimi čustvi. Pokopališki prostor je pomnik minljivi pristnosti življenja v prostoru in zato izjemno občutljiv za posege in spremembe.

4.1 Pokopališča po svetu in pri nas

Tako kot pogrebi po svetu niso enotni, se tudi grobovi in pokopališča v severni Ameriki, Veliki Britaniji in v delu Skandinavije razlikujejo od grobov v Italiji, Nemčiji in Franciji. Pokojnik v severni Evropi je navadno upepeljen, kar svojce precej manj veže na grob. Pogosto je ohranjen le vertikalni element v obliki spominskega nagrobnika, medtem ko je horizontalni element zamenjala travnata masa. Položaj nog je označen z majhnim kamnitim robom. V Franciji, Nemčiji in še posebej v Italiji pa se je razvil kult groba, ki je povezan z obilnim trošenjem denarja za spomenike, nagrobnike, cvetje in s pogostimi obiski grobov (Sambolič 1995: 47).

Na slovenskih grobovih najdemo elemente različnih tradicij – od bogatih grobov in celo grobnic, do preprostejših grobov brez bogatih nagrobnikov. Vloga slovenskih pokopališč je večinoma še vedno omejena na prostor za pokopavanje mrtvih, ki ga živi bolj ali manj pogosto obišejo bodisi iz navade bodisi zaradi občutka bližine z umrlim.

4.2 Združenje pomembnih evropskih pokopališč (ASCE)

Številna evropska pokopališča imajo pomen (na primer zgodovinski ali kulturni), ki presega njihovo osnovno poslanstvo – prostor, za pokopavanje mrtvih. Ta pokopališča so leta 2001 ustanovila Združenje pomembnih evropskih pokopališč –

ASCE (Association of Significant Cemeteries in Europe). To je zveza zasebnih in javnih organizacij, ki skrbijo za pokopališča posebnega zgodovinskega ali umetnostnega pomena. Med slovenskimi pokopališči so vanjo včlanjene ljubljanske Žale.

Združenje ASCE kot svoj glavni cilj opredeljuje komunikacijo in širitev zavesti o pomenu pokopališč med evropskim prebivalstvom prek pogostejšega poročanja medijev, spodbujanje tiskanja likovnih in turističnih vodičev in spodbujanje univerz, naj razpišejo raziskovalne naloge in disertacije na to temo (Felicori 2004: 7). Poleg tega ASCE sodeluje tudi pri zaščiti, obnovi in skrbi za vzdrževanje pokopališč (ASCE 2001).

Zastavljene cilje skušajo pokopališča, združena v ASCE, dosegati prek izmenjave izkušenj in nasvetov, sodelovanja pri skupnih projektih, povečevanja zavesti o pomenu pokopališč med nacionalnimi in evropskimi ustanovami, vzbujanja in ohranjanja pozornosti univerz, pospeševanja sprejemanja zakonodajnega okvira za dobro upravljanje pokopališč, prizadevanja za pozornost medijev in turistične dejavnosti ter prek nenehnega uvajanja tehnoloških novosti (ASCE 2001).

K večjemu zavedanju o pomenu pokopališč med Evropejci želijo prispevati tudi z Dnevi dediščine evropskih pokopališč, ki so jih prvič organizirali junija 2004 po zgledu drugih prireditev, posvečenih kulturni dediščini posameznih držav. Na številnih evropskih pokopališčih od takrat naprej nekaj dni v juniju potekajo posebna javna vodstva, na razpolago je informativna literatura, organizirana so predavanja, koncerti in razstave. Tej pobudi so se pridružila mesta, ministrstva, zavodi za varovanje kulturne dediščine in skupine prostovoljcev skupaj s strokovnjaki za takšne monumentalne komplekse (Felicori 2004: 7).

4.3 Spremembe na evropskih pokopališčih

Na podlagi odgovorov na serijo vprašanj, ki so jih posredovala nekatera pokopališča iz združenja ASCE (odgovarjala so pokopališča iz mest Barcelona, Genova, Beograd, Bergen, Bologna, Flaybrick, Gent, Granada, Milano, Madrid, Plymouth, Stockholm in Zagreb), lahko prepoznamo trende v navadah ljudi, povezanih s

pokopališči. Ker so na nekaterih področjih med posameznimi pokopališči iz različnih delov Evrope velike razlike, navajam le tiste ugotovitve, ki so značilne za vsa oziroma za večino pokopališč (ASCE: 2005):

- Pogrebni obredi postajajo krajši, preprostejši in bolj posvetni, na kar na primer kaže tudi izbor glasbe, ki jo ljudje želijo slišati na pogrebu. Opazno je, da se pogrebni obredi iz cerkev selijo v druge prostore – na primer krematorije (posebej v Angliji), kapele itd.
- Zelo velik je delež pogrebov s kremacijo v primerjavi s klasičnimi pokopi. Ta pojav je značilen za večino pokopališč, vendar so med njimi tudi pomembne izjeme, kjer še vedno močno prevladujejo klasični pokopi – mednje sodi na primer Dunaj, ki ostaja tradicionalno usmerjen.
- Upravniki pokopališč in ponudniki pogrebnih storitev opažajo, da ljudje še vedno ne želijo govoriti o lastni smrti in pogrebu oziroma to storijo le stežka.
- Zmanjšuje se pogostost obiskov grobov. Tudi grobovi, za katere najemniki oziroma lastniki sprva skrbijo, so oskrbovani krajši čas.

4.4 Odnos Slovencev do pokopališč

V primerjavi z drugimi narodi Slovenci pogosto obiskujejo grobove in nanje znosijo velike količine cvetja, predvsem pa sveč. Po podatkih Ministrstva za okolje in prostor na pokopališčih vsako leto prižgemo 20 do 30 milijonov sveč, za katerimi ostane 3000 ton odpadkov, ki jih ni mogoče kompostirati ali sežgati (Tavčar 2006: 4). Tudi direktor JP Žale, Bojan Lepičnik (2006), priznava, da lahko o izvoru te slovenske navade le ugiba: »To prav gotovo ni povezano z vero, saj v najbolj katoliških državah, kot sta Španija in Italija, tega ne srečamo. V nekoliko manjši obliki se pojavlja še na Hrvaškem in v približno četrtinskem obsegu še na Češkem in Poljskem. Povsod drugod po Evropi so pristopi do pokopališča povsem drugačni. Cvetje, če že je, je praviloma plastično, sveč je v primerjavi z razmerami v Sloveniji približno desetkrat manj.«

Ponekod v tujini opažajo (ASCE 2005), da naraščajo obiski pokopališč iz drugih vzgibov kot je obiskovanje grobov svojcev – denimo zaradi raziskovanja družinske zgodovine ter izdelovanja rodbinskih dreves. Na ljubljanskih Žalah pravijo, da je takih obiskovalcev po njihovih opažanjih le nekaj na leto. Ena izmed ovir, da se ne

pojavnajo pogosteje, je tudi veljavna zakonodaja, ki upravljavcem pokopališč prepoveduje posredovanje podatkov o pokojnikih (Martinčič 2006a). Po pisanju časnika Delo (Delić 2006: 4) je pooblaščenka za dostop do informacij javnega značaja na podlagi Zakona o varovanju osebnih podatkov presodila, da objavljane podatkov o pokojnikih ni zakonito, če se svojci z njim izrecno ne strinjajo. Informacije, ki so dostopne prek infomatov na ljubljanskih Žalah, bi po mnenju pooblaščenke smele vsebovati le podatke o pokojnikih, ki so razvidni z nagrobnikov, vendar bi podjetje Žale moralo skrbeti za njihovo sprotno obnavljanje v skladu z morebitnimi spremembami. To je po besedah direktorja JP Žale, Bojana Lepičnika, pri 50.000 grobovih prevelik strošek.

4.5 Slovenska zakonodaja

V Sloveniji pokopališko in pogrebno dejavnost ureja Zakon o pokopališki in pogrebni dejavnosti in urejanju pokopališč (ZPPDUP), ki je v veljavi že od leta 1984. Prav to je izzvalo nejevoljo Odbora pogrebnih dejavnosti pri Obrtni zbornici Slovenije, ki je poleti 2006 »končno uspela prepričati vladne institucije, da dejavnost nujno potrebuje urejeno poslovno in drugo okolje, ki neposredno vpliva na kakovost in urejenost, nenazadnje pa bo treba končno priznati, da je pogrebna dejavnost tržna dejavnost, kot to velja za nešteto drugih« (Kern 2006: 21).

Po določitih ZPPDUP pokopališka in pogrebna dejavnost obsega: pogrebne storitve, storitve v zvezi z upepeljevanjem in oddajanje prostorov za grobove v najem. Pod urejanje pokopališč uvršča vzdrževanje, razdelitev na posamezne zvrsti grobov, prekop grobov in opustitev pokopališč. Zakon ureja tudi načine prenosa pokojnikov, njihovo shranjevanje do pogreba, odločanje o načinu pokopa, ureditev pokopališč, vrste grobov, kazenske določbe itd.

Vse naštetje dejavnosti so po zakonu komunalne dejavnosti posebnega družbenega pomena, ki jih opravljajo komunalne organizacije združenega dela oziroma krajevne skupnosti na krajevno običajen način, z dostojanstvom in spoštovanjem do umrlih (ZPPDUP 1984).

Natančnejša navodila glede delovanja pokopališč, dolžnosti in pristojnosti upravljavca ter poteka pogrebnih slovesnosti so določena v občinskih odlokih. V Mestni občini Ljubljana je tako v veljavi Odlok o pokopališkem redu iz leta 1986, poleg njega pa še Pravilnik o standardu za osnovni pogreb, ki določa vse podrobnosti glede opreme in izvedbe osnovnega pogreba in je bil sprejet leta 1997.

5. Javno podjetje Žale

Javno podjetje Žale je eno izmed sedmih podjetij v Mestni občini Ljubljana, ki delujejo v okviru Holdinga Ljubljana in opravljajo dejavnosti gospodarske javne službe. Je največje slovensko podjetje, ki se ukvarja s pogrebnimi in pokopališkimi storitvami. Ker gre za javno podjetje, so njegove osnovne dejavnosti opredeljene z odlokom Mestne občine Ljubljana.

JP Žale svoje storitve opravlja na 10 od 18 pokopališč, kolikor jih je v Mestni občini Ljubljana. Pokopališča v Ljubljani se širijo – tudi tista na podeželskem obrobju, saj tam nastajajo nova satelitska naselja okrog glavnega mesta. Tudi osrednje pokopališče na Žalah se bo v skladu s prostorskim odlokom MOL še širilo na sosednja zemljišča (Martinčič 2006a).

Javno podjetje Žale letno opravi približno 2.300 pogrebov od skupno 18.500, kolikor je umrlih v Sloveniji na leto (SURS 2005), in približno 9.000 upepelitev (Martinčič 2006b).

5.1 Zgodovina in nastanek

V Ljubljani so do začetka 20. stoletja umrle meščane pokopavali na starem pokopališču pri Sv. Krištofu, kjer je zdaj Gospodarsko razstavišče. Ker se je mesto hitro razvijalo in je postal ta kraj neprimeren za pokopališče, so leta 1906 začeli uradno pokopavati pokojnike na novem pokopališču pri Sv. Križu. Prvi pokop je bil tam opravljen leta 1904.

Okrog leta 1900 in prej so obstajala le zasebna pogrebna podjetja, ki so opravljala vse vrste pogrebov in prevoze umrlih. Leta 1913 je občinski svet sklenil ustanoviti mestni pogrebni zavod, ki naj bi ves potreben pogrebni inventar odkupil od tedanjih zasebnih pogrebnih podjetij v Ljubljani. Deželna vlada je prošnji ugodila in Mestni občini Ljubljana izdala koncesijo za opravljanje pogrebne dejavnosti.

Leta 1929 je Mestni pogrebni zavod načel nujno vprašanje gradnje mrliške vežice v Ljubljani, kajti pokojniki so še vedno ležali na svojih domovih. Občinski svet je sklenil

zgraditi mrliške vežice in polaganje pokojnikov vanje naj bi bilo obvezno. Po daljši javni razpravi je Mestni občinski svet 13. oktobra 1938 sprejel ime Žale za novo mrtvašnico z vežicami. Mrtvašnica z mrliškimi vežicami je bila dograjena po dveh letih in 7. julija 1940 so slovesno odprli današnje Plečnikove Žale. Mestni pogrebni zavod je tedaj tudi prenesel svoj sedež na Žale. Z odločbo Mestnega ljudskega odbora so 23. oktobra 1946 ustanovili Državno gospodarsko podjetje Žale in ga razglasili za gospodarsko ustanovo s samostojnim financiranjem. Novembra 1946 je MLO prevzel celotno ljubljansko pokopališče na Žalah, ki ga je dotlej upravljal škofijski ordinariat. Centralno ljubljansko pokopališče je bilo 1. julija 1947 priključeno podjetju Žale.

Po nekajkratni reorganizaciji in vključevanju dodatnih pokopališč na območju Ljubljane pod njihovo okrilje, dozidavah in prenovah objektov, današnje Javno podjetje Žale deluje v prostorih Plečnikovih Žal (Piškur 2004).

5.2 Dejavnosti

Javno podjetje Žale v okviru gospodarske javne službe za MOL opravlja:

- Pogrebne dejavnosti gospodarske javne službe
- Pokopališke dejavnosti, ki jih določa odlok MOL:
 - Gospodarska javna služba (upravljanje in vzdrževanje pokopališč, najemnine, varstvo okolja, kulturno-zgodovinske dediščine);
 - Javna pooblastila in naloge (evidence, soglasja, mnenja, kataster itd.);
 - Druge dejavnosti (pogodbe na prostem trgu znotraj pokopališč).

Naštete dejavnosti JP Žale na obeh področjih dopolnjuje s ponudbo tržnih dejavnosti:

- prevozi pokojnikov,
- urejanje pokojnikov,
- prekopi pokojnikov na vseh slovenskih pokopališčih,
- prodaja pogrebne in nagrobne opreme,
- celoletno ali priložnostno urejanje grobov,
- cvetličarske storitve,
- kamnoseške storitve itd.

Podjetju dobiček prinaša predvsem tržni del njihovih storitev, saj z njim pokrivajo izgubo, ki nastane pri izvajanju dejavnosti gospodarske javne službe. Za tržni uspeh podjetja bi bilo zato v prihodnje smiselno širiti nabor tržnih storitev tako na področju pokopaliških kot gospodarskih dejavnosti. Ob tem je potrebno upoštevati nekatere omejitve, ki jih prinaša status javnega podjetja in preprečujejo širitev dejavnosti na področja, ki z osnovnim niso povezana (Martinčič 2006a).

V zadnjih nekaj letih je opazno delovanje JP Žale na drugih področjih, ki se navezujejo predvsem na kulturno-zgodovinski pomen pokopališča Žale. So dejavni član združenja ASCE in sodelujejo v skupnih dejavnostih članov združenja. Organizirajo tudi lastne projekte, s katerimi skušajo pritegniti pozornost novih ciljnih skupin (turistov, izobraževalnih ustanov, umetnikov ipd.).

5.3 Vizija in razvoj storitev

V JP Žale so po včlanitvi v ASCE opredelili novo vizijo svojega podjetja, in sicer:

- ohranjanje zaščitenih pokopališč,
- ohranjanje zaščitenih grobov,
- ozaveščanje o pomenu kulturne, zgodovinske in umetniške dediščine pokopališč,
- nov informacijski sistem,
- nova zemljišča za pokopališča,
- virtualno pokopališče (Martinčič 2005).

Zastavljeno vizijo uresničujejo prek različnih dejavnosti. V poslopju Plečnikove molilnice je na primer na ogled stalna razstava fotografij z natečaja Detajli Plečnikove arhitekture, v njem so možni tudi koncerti; v dneh ob prvem novembru, ko je na pokopališčih največ obiskovalcev, so organizirali prevoz z električnim vlakcem po pokopališču Žale; tam so postavili tudi dva infomata, kjer obiskovalci lahko dobijo podatke o JP Žale in njihovi dejavnosti, pogrebih, pregledajo seznam pomembnih pokojnikov, ki so pokopani na Žalah, in poiščejo njihove grobove.

Med novostmi v svoji ponudbi radi izpostavijo tako imenovani virtualni pogreb. Ta je namenjen predvsem ljudem, ki se nekega pogreba želijo udeležiti, a jim okoliščine

onemogočajo prihod na pokopališče. Z odobritvijo svojcev jim JP Žale posreduje posebno geslo, s katerim imajo dostop do spletnega mesta, kjer se v živo predvaja posnetek pogreba. Slabost te storitve, ki je tudi vzrok, da še ni v celoti zaživela, so visoki začetni stroški vzpostavitve potrebne tehnične opreme za snemanje in prenos pogrebov prek spleta (Martinčič 2006b).

Druga sodobna storitev je spletno pokopališče, na katerem bi vsak pokojnik lahko dobil svoj spletni grob. Na njem bi svojci lahko objavljali fotografije, besedila in krajše video posnetke, obiskovalci pa bi lahko kupili in »prižgali« virtualne sveče in morda tudi cvetje. Podrobnosti glede cene in načina plačila za to storitev še niso določene, zato sem za potrebe raziskave upoštevala, da bi se uporaba storitve plačevala enkrat letno (enako kot najemnina za klasične grobove). Druga zamisel, ki sem jo tudi upoštevala pri izvedbi raziskave, je, da bi bil del sredstev, ki bi se nabrala od prodaje virtualnih sveč, namenjen v dobrodelne namene. Pri JP Žale namreč želijo zmanjšati količino odpadkov, ki nastajajo zaradi plastičnih sveč. Menijo, da bi element dobrodelnosti pomagal, da bi bile virtualne sveče bolje sprejete in bi se njihova uporaba hitreje razširila (Martinčič 2006b).

Na področju pogrebnih slovesnosti je uporabnikom JP Žale po zgledu iz tujine že nekaj časa na voljo tudi obred, kjer se svojci, prijatelji in ostali pogrebniki od pokojnega poslovijo preden gre truplo na sežig v krematorij. Ko truplo sežgejo in pepel shranijo v žaro, ga le še odnesejo do groba in pokopljejo, pri čemer je navzočih le nekaj družinskih članov ali pa sploh nihče, razen delavcev pokopališča. Tak postopek je v tujini običajen, pri nas pa ni zaživel (Martinčič 2006b).

5.4 Skrb za okolje

Na področju pogrebne in pokopališke dejavnosti je čedalje bolj v ospredju vprašanje ekološkega ravnanja s posmrtnimi ostanki, krstami, nagrobno opremo, cvetjem in svečami.

Javno podjetje Žale si za zmanjšanje obremenjevanja okolja prizadeva z uporabo ekološko ustreznih krst pri upepelitvah. Leta 2001 so že pridobili certifikat ISO9001, prizadevajo si še za pridobitev certifikata ISO14001 (Martinčič 2006a).

Dodatna skrb JP Žale s področja ekologije se navezuje na upoštevanje predpisov o varstvu voda, saj je večina ljubljanskih pokopališč na območjih, za katera veljajo ti predpisi. Najemnike grobnih prostorov prek svojih spletnih strani seznanjajo s predpisi o uporabi gnojil in fitofarmaceutskih sredstev in opozarjajo, da je na območjih, kjer velja strogi vodovarstveni režim, klasičen pokop dovoljen le izjemoma (JP Žale 2007a).

Ločeno zbiranje odpadkov na pokopališčih, ki jih upravlja JP Žale, zaenkrat še ni urejeno, vendar v prihodnosti načrtujejo postavitev ekoloških otokov (Lepičnik 2006).

6. Raziskava

6.1 Izhodišča

Trženje pogrebnih in pokopaliških storitev je vsekakor vredno samostojnega in raziskovalnega preučevanja. Vendar ta naloga zahteva tudi premišljeno in taktno obravnavo, saj ljudje neradi razmišljamo o svoji minljivosti in smrti. Ponudniki pogrebnih in pokopaliških storitev se ob želji po širitvi in razvoju svojih storitev ali pa le njihovem trženju, srečujejo z vprašanjem, kakšen pristop bi bil najprimernejši oziroma kakšne storitve bi bile na trgu dobro sprejete. Del odgovorov na ta vprašanja sem skušala pridobiti s svojo raziskavo.

Pregled sekundarnih podatkov je odkril dve anketi, ki jih je izvedlo JP Žale, in sicer:

- Anketa o virtualnem pogrebnem obredu, v kateri je sodelovalo 3.426 obiskovalcev spletne strani Žal. Na vprašanje Ali bi spremljali pogrebno svečanost prek interneta? je 38 % sodelujočih odgovorilo z da in 62 % z ne. (JP Žale 2007b).
- JP Žale je jeseni 2006 svoje uporabnike spraševalo tudi o tem, kako pogosto obiskujejo katero od pokopališč. Rezultati so bili naslednji: največ vprašanih je odgovorilo, da pokopališča obiskujejo nekajkrat letno (55,4 %), nekajkrat mesečno jih je odgovorilo 33,1 %, nekajkrat tedensko 10,8 % in vsak dan 0,6 % (Martinčič 2006c). Žal mi niso posredovali podatka o številu anketirancev in načinu izvedbe raziskave.

6.2 Hipoteze

Z raziskavo sem želela pridobiti koristne zaključke za oblikovanje prihodnjih ciljev in strategij na področju trženja pokopaliških in pogrebnih storitev, predvsem pa usmeritve za širjenje ponudbe JP Žale in podobnih podjetij.

Oris stanja in trende na področju svojega preučevanja sem skušala ugotoviti prek pogovorov s predstavnikom JP Žale, s preučevanjem prakse iz tujine in s pogovori z uporabniki pogrebnih in pokopaliških storitev. Na podlagi dobljenih informacij, razvoja tehnologije, medijskega prikazovanja in značilnosti sodobnega življenjskega stila sem

oblikovala osnovno hipotezo: **»Odnos uporabnikov do pokopaliških in pogrebnih storitev njihovim ponudnikom omogoča posodabljanje in nadgradnjo storitev ter širitev ponudbe.«** Razčlenila sem jo v naslednje štiri podrobnejše hipoteze:

Hipoteza 1

Želja po vključevanju religioznih elementov v pogrebne obrede se z mlajšimi generacijami zmanjšuje, obenem pa se krepi težnja k preprostejšim in bolj personaliziranim obredom z manjšim številom udeležencev.

Hipoteza 2

Uporabniki pogrebnih in pokopaliških storitev so naklonjeni združevanju sodobnih tehnoloških rešitev s pogrebnimi in pokopališkimi storitvami.

Hipoteza 3

Uporabniki pogrebnih in pokopaliških storitev so naklonjeni razvoju novih funkcij pokopališč, ki v ospredje postavljajo njihov zgodovinski, umetnostni in prostorski pomen. Prisotno je tudi zanimanje za pokopališča z netradicionalnih vidikov (na primer zgodovina, umetnost, pokopališča kot sprehajalne površine).

Hipoteza 4

Prisotno je zanimanje za dodatne storitve na pokopališčih, tako za tiste s področja pokopaliških in pogrebnih storitev, kot tudi za take, ki z njima niso neposredno povezane.

Te hipoteze sem preverila s pomočjo vprašalnika, ki se je nanašal na:

- demografske značilnosti anketirancev,
- odnos do pokopališč,
- navade, povezane s pokopališči,
- naklonjenost razvoju novih funkcij pokopališč in
- odnos do pogrebnih obredov (religioznost, naklonjenost vnašanju sodobnih storitev in elementov ipd.).

6.3 Izvedba

Podatke sem pridobivala z metodo kvantitativnega raziskovanja – anketiranja s strukturiranim vprašalnikom. Vprašalnik je vseboval 17 vprašanj, ki so bila večinoma zaprtega tipa, le dve vprašanji sta bili odprtega tipa.

Vprašalnik sem pripravila tako v elektronski kot v tiskani obliki. Distribucija vprašalnika je vključevala pošiljanje povezave za dostop do spletne različice vprašalnika po elektronski pošti in deljenje vprašalnika v papirnati obliki, s čimer sem zajela tudi tiste skupine anketirancev, ki ne uporabljajo računalnika oziroma interneta.

Zbiranje odgovorov je potekalo med 2. januarjem in 15. februarjem 2007. Populacija, ki je bila predmet raziskovanja, so bili vsi polnoletni prebivalci Slovenije. Uporabila sem kvotni vzorec s ciljem doseči med 400 in 500 anketirancev. Kvotni kriteriji so bili večinoma uresničeni, velikost vzorca pa glede na zmožnosti dovolj velika, da dovoljuje tudi sklepanje o značilnostih populacije.

6.4 Pomanjkljivosti

Za izvedbo raziskave nisem imela na voljo nobenih sredstev ali baz kontaktnih podatkov, zato sem bila z distribucijo vprašalnika omejena na svoje osebne stike in stike svojega socialnega okolja ter spletne forume.

Zaradi velikosti vzorca in načina distribucije vprašalnika ni bilo mogoče, da bi bila kot anketarka navzoča pri izpolnjevanju vseh vprašalnikov. To je lahko vodilo do nerazumevanja vprašanj ali manjše motiviranosti anketirancev za izpolnjevanje tistih vprašanj, ki zahtevajo nekoliko več razmisleka.

Kot sem opazila pri anketiranju, so imeli predvsem starejši anketiranci težave pri razumevanju vprašanj, ki so se nanašala na splet. V primerih, ko sem bila pri anketiranju navzoča, sem ta vprašanja podrobneje pojasnila, vendar to ni bilo mogoče pri vseh anketirancih. Slabše razumevanje vprašanj o spletu je zato lahko vplivalo na odgovore nekaterih anketirancev.

6.5 Analiza podatkov

6.5.1 Demografski podatki

Med 422 anketiranci jih je bilo 46,7 % moškega in 53,3 % ženskega spola, kar ustreza dejanskemu razmerju v celotni populaciji, ki ga sem ga navedla v tabeli (vir: SJM 03/4).

Tabela 6.5.1.1: Spol anketirancev

| | vzorec | | populacija |
|---------------|------------|--------------|---------------|
| | število | delež v % | delež v % |
| moški | 197 | 46,7 | 46,3 |
| ženski | 225 | 53,3 | 53,7 |
| skupaj | 422 | 100,0 | 100,00 |

Iz letnice rojstva anketirancev sem pridobila podatek o njihovi starosti in jih razdelila v štiri starostne skupine. V starostno skupino 18 do 30 let se je uvrstil 25,1 % anketirancev, v skupino 31 do 45 let 25,4 %, 46 do 60 let je imelo 27,5 % anketirancev, 61 let ali več pa je štelo 22,0 % anketirancev. Starostna razporeditev anketirancev ustreza razmerjem v populaciji, ki so navedena v tabeli (vir: SJM 03/4).

Tabela 6.5.1.2: Starost anketirancev

| | vzorec | | populacija |
|---------------|------------|--------------|--------------|
| | število | delež v % | delež v % |
| 18 do 30 let | 106 | 25,1 | 24,8 |
| 31 do 45 let | 107 | 25,4 | 27,1 |
| 46 do 60 let | 116 | 27,5 | 27,2 |
| 61 in več let | 93 | 22,0 | 20,9 |
| skupaj | 422 | 100,0 | 100,0 |

Največ anketirancev, 30,1 %, je imelo zaključeno 4-letno srednjo šolo, najmanj pa nedokončano osnovno šolo. V tabeli so za primerjavo navedeni tudi podatki za celotno populacijo (vir: SJM 03/4), ki sem se jim skušala približati z vzorcem raziskave.

Tabela 6.5.1.3: Izobrazba anketirancev

| | vzorec | | populacija |
|---|---------|-----------|------------|
| | število | delež v % | delež v % |
| nedokončana osnovna šola | 14 | 3,3 | 5,0 |
| dokončana osnovna šola | 49 | 11,6 | 17,3 |
| nedokončana strokovna ali srednja šola | 8 | 1,9 | 2,8 |
| dokončana 2- ali 3-letna strokovna šola | 69 | 16,4 | 24,2 |
| dokončana 4-letna srednja šola | 127 | 30,1 | 31,1 |
| nedokončana višja ali visoka šola | 50 | 11,8 | 2,9 |
| dokončana 2-letna višja šola | 26 | 6,2 | 4,5 |
| dokončana visoka šola, fakulteta, akademije | 79 | 18,7 | 11,7 |
| brez odgovora | 0 | 0,0 | 0,6 |

Za potrebe analize sem izobrazbene skupine združila v tri razrede, in sicer nizka (nedokončana osnovna šola, dokončana osnovna šola, nedokončana strokovna ali srednja šola), srednja (dokončana 2- ali 3-letna strokovna šola, dokončana 4-letna srednja šola, nedokončana višja ali visoka šola) in visoka izobrazba dokončana 2-letna višja šola, dokončana visoka šola, fakulteta ali akademija) in dobila rezultate, ki so prikazani v spodnji tabeli.

Tabela 6.5.1.4: Izobrazba anketirancev po razredih

| | vzorec | | populacija |
|---------------|---------|-----------|------------|
| | število | delež v % | delež v % |
| nizka | 71 | 16,8 | 25,1 |
| srednja | 246 | 58,3 | 58,1 |
| visoka | 105 | 24,9 | 16,2 |
| brez odgovora | 0 | 0,0 | 0,6 |

Največ anketirancev, 43,8 %, živi v mestni skupnosti, 40,5 % v vaški in 15,6 % v primestni skupnosti. Podatki za celotno populacijo, ki so navedeni v tabeli, kažejo podobno sliko (vir: SJM 03/4).

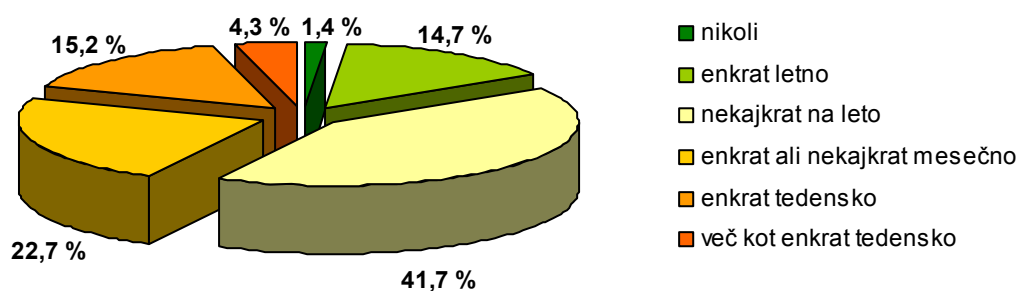
Tabela 6.5.1.5: Tip krajevne skupnosti, kjer anketiranci prebivajo

| | vzorec | | populacija |
|-----------|---------|-----------|------------|
| | število | delež v % | delež v % |
| mestna | 185 | 43,8 | 39,8 |
| primestna | 66 | 15,6 | 14,1 |
| vaška | 171 | 40,5 | 46,2 |

6.5.2 Pogostost obiskovanja pokopališča

Na vprašanje o pogostosti obiskovanja pokopališč je 41,7 % anketirancev odgovorilo, da jih obiskujejo nekajkrat na leto, 22,7 % pa enkrat ali nekajkrat mesečno. Skoraj enak delež anketirancev je odgovoril, da obiskujejo pokopališče enkrat tedensko (15,2 %) in enkrat letno (14,7 %). Vsi anketiranci, ki so odgovorili, da pokopališče obiskujejo enkrat letno in pripisali tudi dan, na katerega se odpravijo na pokopališče, so navedli 1. november.

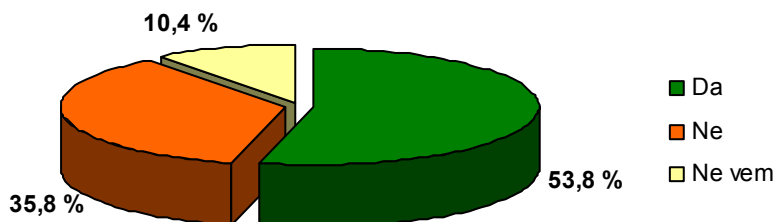
Slika 6.5.2.1: Kako pogosto obiskujete pokopališča?



6.5.3 Religioznost in druge značilnosti pogrebnih obredov

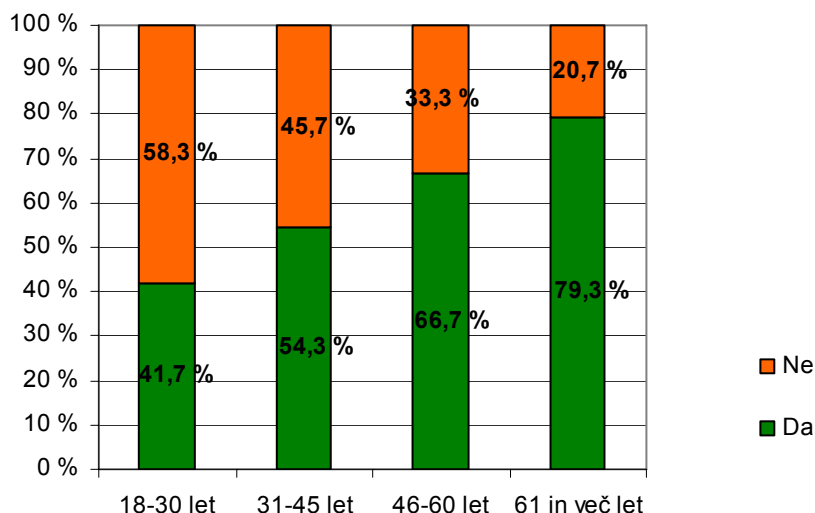
Več kot polovica anketirancev (53,8 %) si želi religiozen obred, 35,8 % pa ne. Neodločenih je 10,4 % anketirancev.

Slika 6.5.3.1: Bi želeli imeti religiozen pogrebni obred?



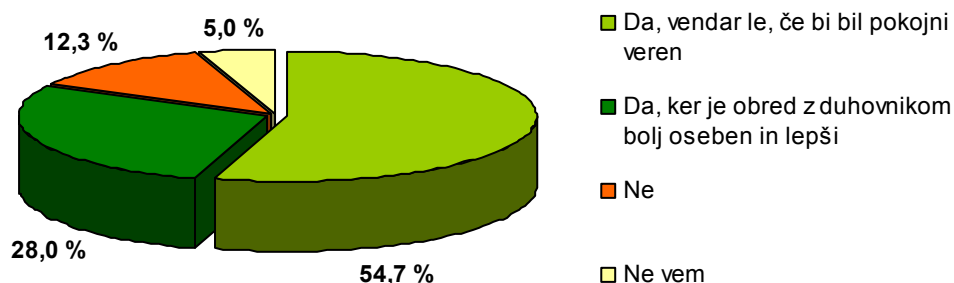
Starost anketirancev vpliva na željo po religioznem obredu, saj z njo strmo narašča delež anketirancev, ki si želijo religiozen obred.

Slika 6.5.3.2: Bi želeli imeti religiozen pogrebni obred? (vpliv starosti)



Če bi morali organizirati pogreb za svojega bližnjega, bi 28,0 % anketirancev pripravilo pogreb z duhovnikom ne glede na prepričanje pokojnega, 54,7 % bi jih upoštevalo, ali je bil pokojni veren ali ne, 12,3 % pa v nobenem primeru ne bi pripravilo pogreba z duhovnikom.

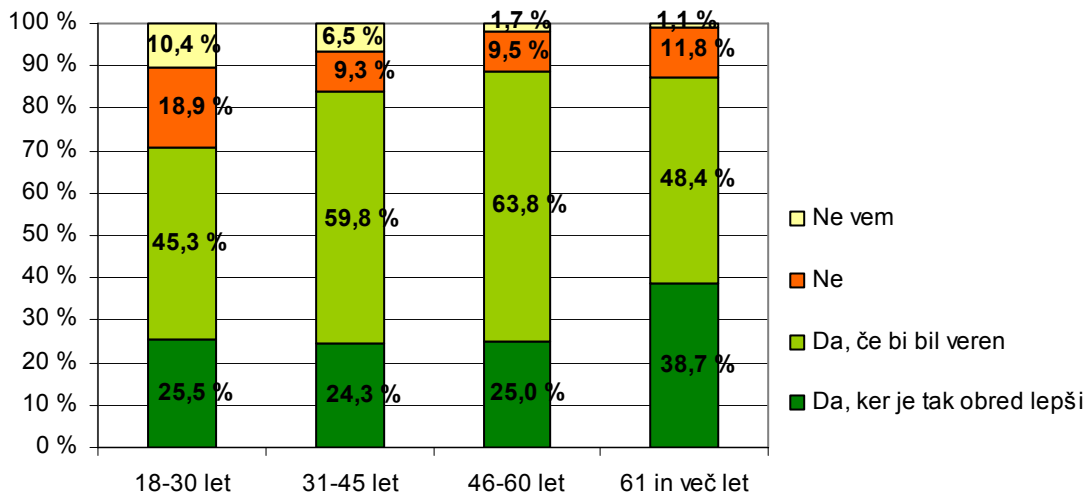
Slika 6.5.3.3: Ali bi za bližnjega organizirali pogreb z duhovnikom?



Statistična analiza je pokazala, da na mnenje anketirancev o tem, ali bi za bližnjega organizirali pogreb z duhovnikom ali ne, vpliva njihova starost.

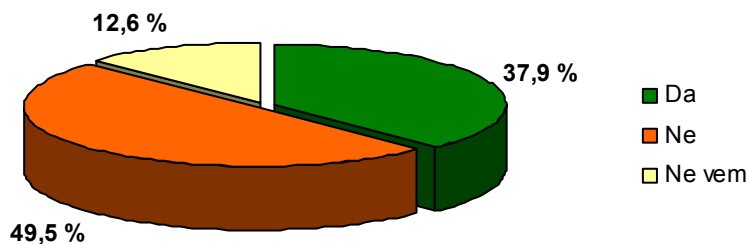
Med tistimi, ki bi se odločili za obred z duhovnikom ne glede na to, ali bi bil pokojni veren ali ne, je bilo največ (30,5 %) starejših od 60 let. Po drugi strani je bil največji delež anketirancev, ki so odgovorili, da v nobenem primeru ne bi organizirali pogreba z duhovnikom, v skupini od 18 do 30 let, in sicer 18,9 %, v višjih starostnih skupinah pa se je zniževal. S starostjo se je zniževal tudi delež anketirancev, ki so odgovorili z ne vem.

Slika 6.5.3.4: Ali bi za bližnjega organizirali pogreb z duhovnikom? (vpliv starosti)



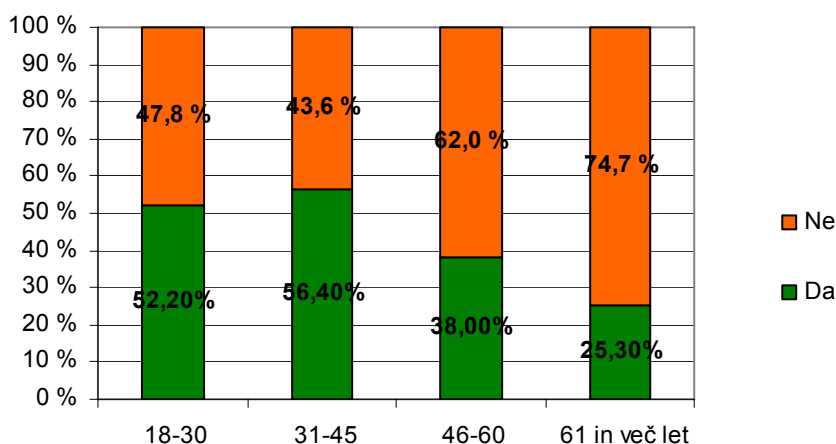
Skoraj polovica (49,5 %) anketirancev je odgovorila, da si ne želijo za javnost zaprtega obreda, 37,9 % pa si želi takšen obred. Neodločenih je 12,6 % anketirancev.

Slika 6.5.3.5: Bi želeli imeti za javnost zaprt pogrebni obred?



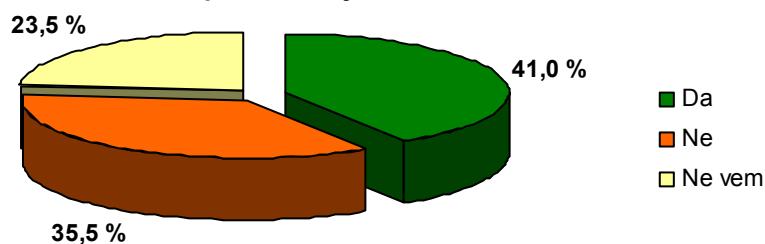
Analiza je pokazala, da obstaja povezanost med starostjo anketirancev in željo po zaprtem pogrebem obredu. S starostjo narašča delež tistih, ki zavračajo za javnost zaprt obred.

Slika 6.5.3.6: Bi želeli imeti za javnost zaprt pogrebni obred? (vpliv starosti)



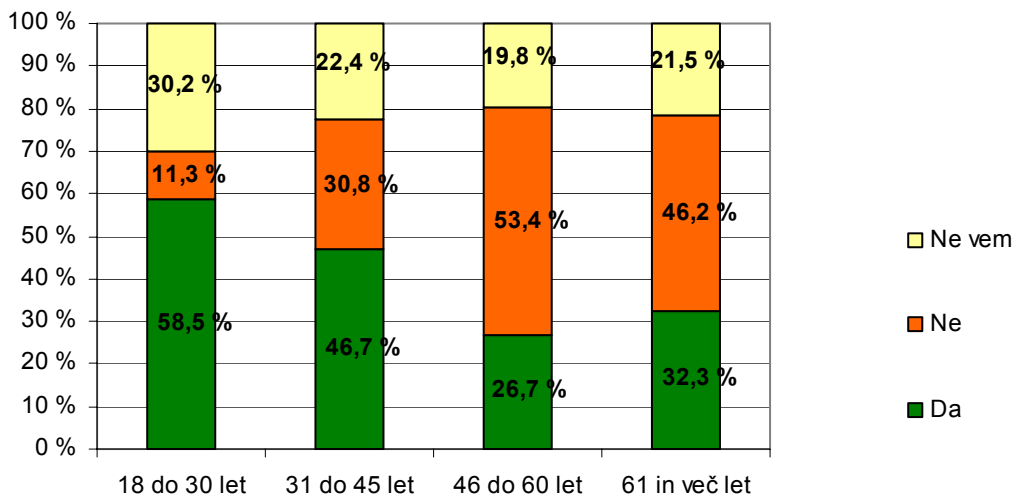
S trditvijo, da bi moralo biti pripovedovanje anekdot in obnavljanje dogodkov iz življenja pokojnika sestavni del pogrebnih obredov, se strinja 41,0 % anketirancev, 35,5 % jih temu nasprotuje, ostali pa so glede tega neodločeni.

Slika 6.5.3.7: Pripovedovanje anekdot bi moralo biti sestavni del obreda



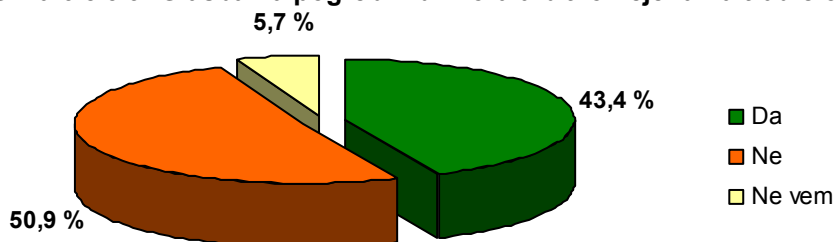
Tudi pri vprašanju o tem, ali naj bi se na pogrebnih obredih pripovedovale anekdote o pokojnem in obnavljali dogodki iz njegovega življenja, je opazen vpliv starosti anketirancev. Mlajši so temu naklonjeni v večji meri kot starejši. Vprašanje pri tem je, ali te razlike odražajo resnične spremembe v mišljenju, ki se bodo ohranile tudi, ko bodo anketiranci iz starostne skupine 18 do 30 let starejši in bo njihova smrt postala realnejši dogodek kot se zdi sedaj.

Slika 6.5.3.8: Pripovedovanje anekdot bi moralo biti sestavni del obreda (starost)



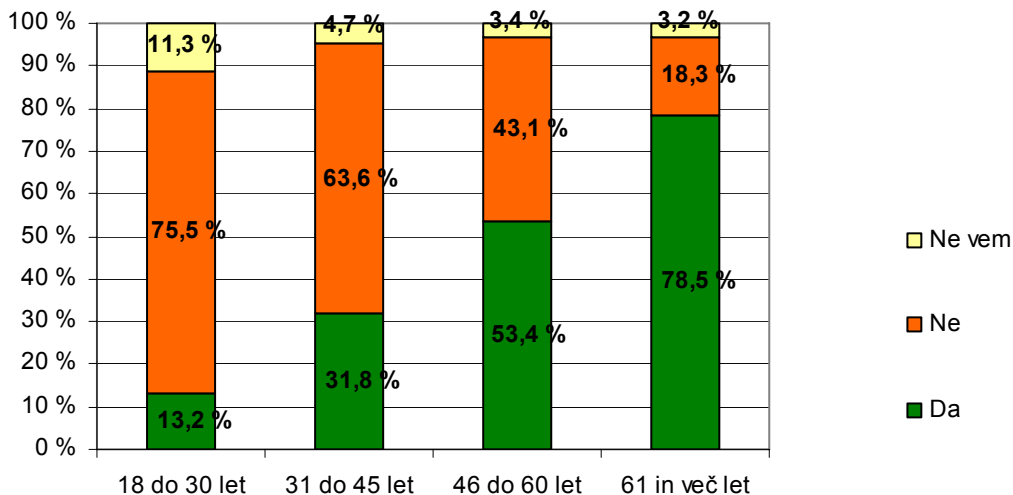
Nekoliko več kot polovica anketirancev meni, da ni potrebe, da bi bila glasba, ki se uporablja na pogrebnih obredih, omejena le na tisto, ki se v ta namen uporablja tradicionalno.

Slika 6.5.3.9: Glasba na pogrebnih bi morala biti omejena na tradicionalno



Starost anketirancev vpliva na prepričanje o tem, kakšna glasba je primerna za uporabo na pogrebnih obredih. S starostjo anketirancev narašča prepričanje, da bi se morala na pogrebnih obredih uporabljati glasba, ki se tradicionalno uporablja v ta namen.

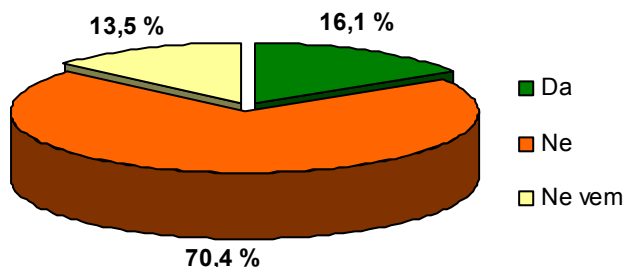
Slika 6.5.3.10: Glasba na pogrebih bi morala biti omejena na tradicionalno (vpliv starosti)



6.5.4 Vnašanje sodobnih tehnoloških rešitev v pogrebne obrede

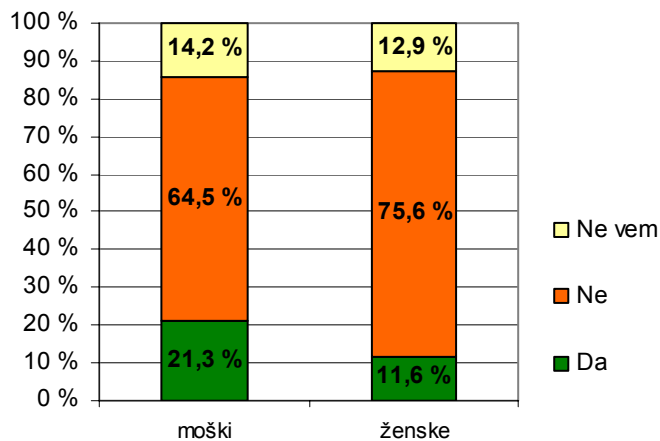
Na vprašanje, ali bi želeli omogočiti prenos svojega pogrebnega obreda prek spleta za tiste svojce, ki se ga ne bi mogli udeležiti, je kar 70,4 % anketirancev odgovorilo z ne.

Slika 6.5.4.1: Ali bi želeli svojcem, ki se vašega pogreba ne bi mogli udeležiti, omogočiti prenos prek spleta?



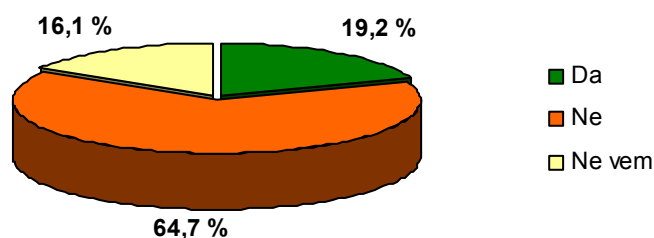
Kljub temu, da večina anketirancev ne želi omogočiti prenosa lastnega pogrebnega obreda, bi se za to možnost odločilo nekoliko več moških kot žensk.

Slika 6.5.4.2: Ali bi želeli svojcem, ki se vašega pogreba ne bi mogli udeležiti, omogočiti prenos prek spleta? (vpliv spola)



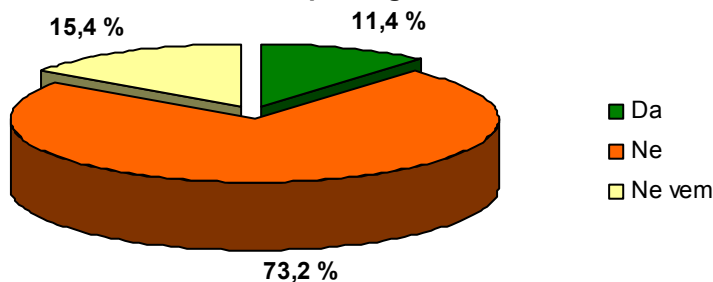
Na vprašanje, ali so naklonjeni zamisli o prenosih pogrebnih obredov prek spleta, je 19,2 % anketiranih odgovorilo da in 64,7 % ne, ostali pa so bili neodločeni. Zanimiva je primerjava odgovorov na to vprašanje, ki se nanaša na splošno naklonjenost prenosom prek spleta, z rezultati prejšnjega vprašanja, ki se je nanašalo na anketirančev pogreb osebno. Ideji o prenosu pogrebov prek spleta nasprotuje manj anketirancev kot pri vprašanju o njihovem pogrebnem obredu. Iz teh rezultatov bi lahko zaključili, da anketiranci težje sprejemajo misel na prenos lastnega pogreba prek spleta, bolj pa so ji naklonjeni, ko o njej sprašujemo na splošno. Kljub temu ne smemo zanemariti dejstva, da okrog dve tretjini anketirancev to storitev tudi na splošno zavračata. V nadaljevanju sem zato preučila, kateri demografski dejavniki vplivajo na odnos do te storitve in tako skušala ugotoviti, ali je njen potencial v enih skupinah večji kot v drugih, vendar se nobeden izmed vplivov ni izkazal za statistično značilnega.

Slika 6.5.4.3: Prenos pogrebov prek spleta je dobra zamisel



Zamisli o spletnem grobu anketiranci niso bili naklonjeni, saj jih je kar 73,2 % odgovorilo, da ga sami ne bi želeli imeti.

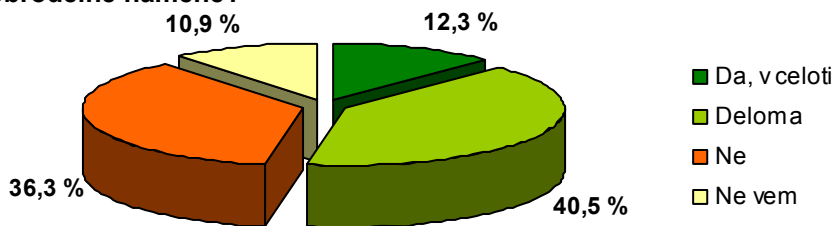
Slika 6.5.4.4: Ali bi želeli imeti spletni grob?



Zanimiva je primerjava deležev anketirancev, ki bi želeli imeti spletni grob in tistih, ki bi bili pripravljeni prave nagrobne sveče deloma ali v celoti nadomestiti z virtualnimi. To bi bila pripravljena storiti več kot polovica anketirancev (52,8 %), medtem ko jih le 11,4 % želi imeti spletni grob. Rezultati kažejo na to, da so anketiranci tej storitvi morda v resnici bolj naklonjeni, kot se zdi na prvi pogled, vendar pa si težko predstavljajo, da bi sami imeli spletni grob.

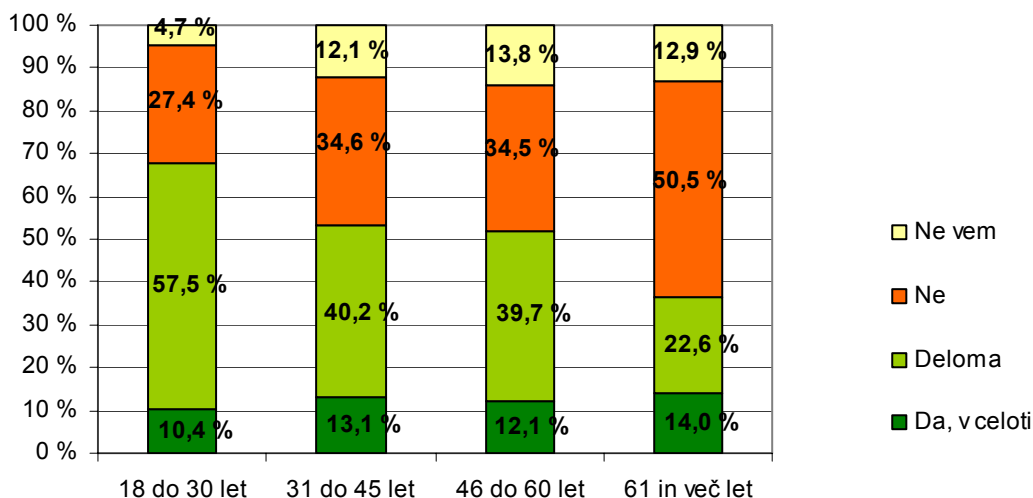
Seveda ne gre zanemariti, da je na anketirance gotovo vplivala tudi predpostavka, da bi bil del izkupička virtualnih sveč namenjen v dobrodelne namene. Prav to je bil tudi njen namen, saj pogrebna podjetja želijo zmanjšati količino sveč in odpadkov, ki od njih ostanejo, zato bi bila pripravljena uporabo virtualnih sveč spodbujati tudi z odrekanjem delu dobička.

Slika 6.5.4.5: Bi prave sveče nadomestili z virtualnimi, če bi bil del izkupička namenjen v dobrodelne namene?



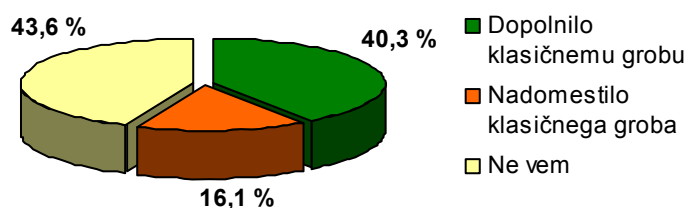
S starostjo anketirancev pada njihova pripravljenost na nadomestitev pravih sveč z virtualnimi, kar je razvidno s spodnje slike.

Slika 6.5.4.6: Bi prave sveče nadomestili z virtualnimi, če bi bil del izkupička namenjen v dobrodelne namene? (vpliv starosti)



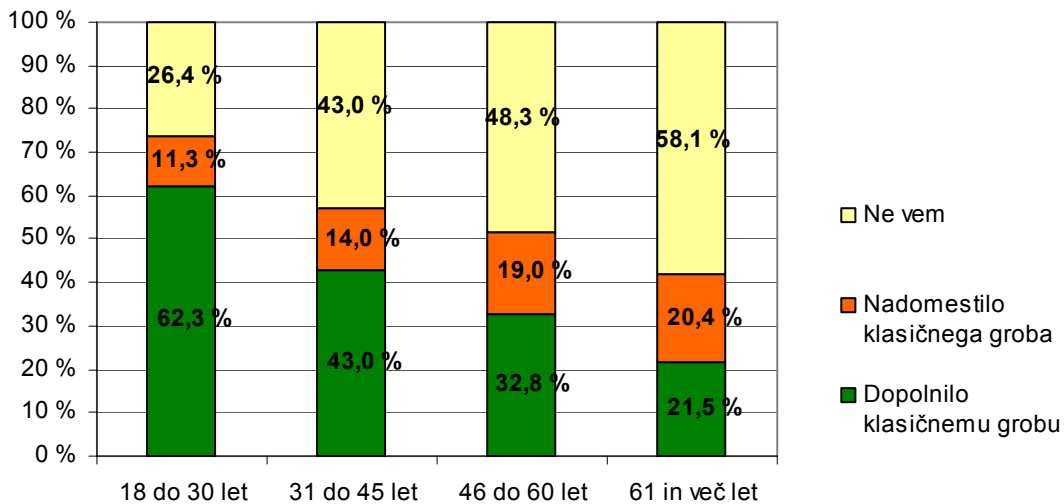
Anketirance sem spraševala tudi, kakšna bi bila po njihovem mnenju prevladujoča uporaba spletnega groba – kot dopolnilo klasičnemu grobu ali nadomestilo klasičnega groba za primere, ko pokojni nima klasičnega groba (na primer kadar je pokop opravljen z raztrosom pepela). 16,1 % anketirancev je menilo, da bi spletni grob večinoma služil kot nadomestilo klasičnega groba, 40,3 % pa se je odločilo, da bi bila njegova glavna vloga dopolnilo klasičnemu grobu. Zelo visok (43,6 %) je bil delež anketirancev, ki so izbrali tretjo možnost – ne vem. Ta rezultat lahko pojasnimo s tem, da je zamisel o spletnem grobu očitno velikemu deležu anketirancev zelo nepoznana, zato si težko predstavljajo, kako bi delovala in na kakšen način bi jo lahko uporabljali.

Slika 6.5.4.7: Kakšna bi bila po vašem mnenju prevladujoča vloga spletnega groba?



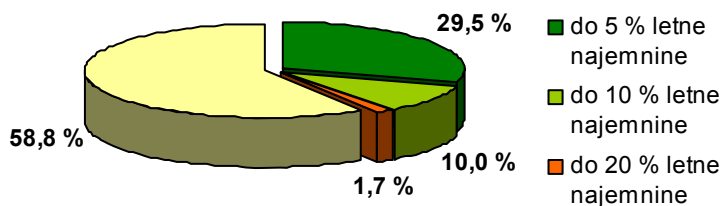
Pri razdelitvi na starostne skupine je vidno naraščanje deleža odgovorov ne vem s starostjo, kar pomeni, da je mlajšim generacijam ideja o spletnem grobu vendarle nekoliko bližja kot starejšim.

Slika 6.5.4.8: Kakšna bi bila po vašem mnenju prevladujoča vloga spletnega groba? (vpliv starosti)



Nepoznanost storitve spletnega groba je po vsej verjetnosti vplival tudi na odgovore glede primerne letnega plačila za spletni grob. Delež anketirancev, ki so odgovorili z ne vem, je bil tukaj še višji in je znašal 58,8 %. Za najnižje možno plačilo se je odločilo 29,5 % anketirancev; vzrok za to se zanesljivo vsaj deloma skriva v želji po varčevanju in s tem samodejni izbiri najnižje cene. Iz teh rezultatov zato nisem delala zaključkov, razen tega, da je ideja o spletnem grobu še zelo neznana, zato imajo anketiranci velike težave z oblikovanjem mnenja o njej in njenim vrednotenjem.

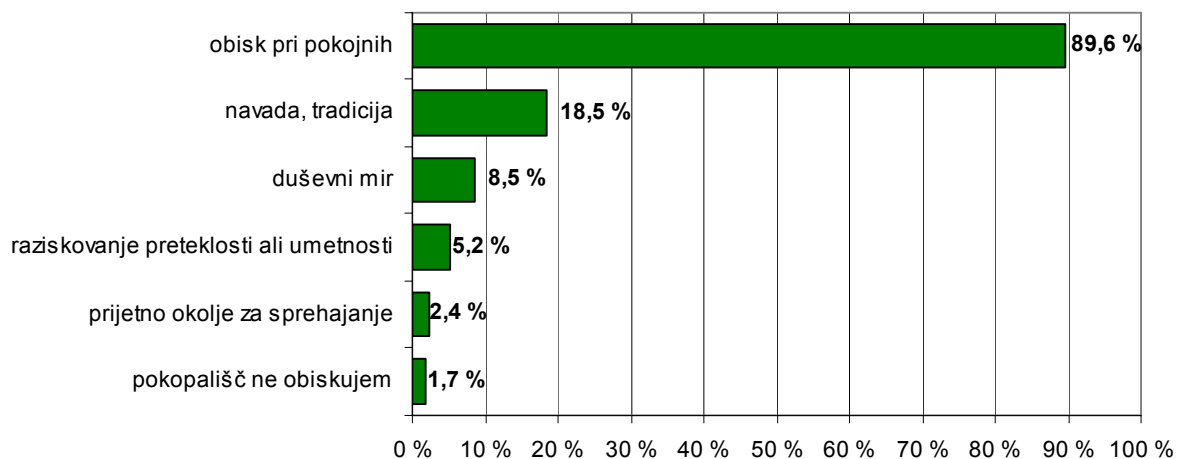
Slika 6.5.4.9: Kolikšno bi bilo po vašem mnenju primerno plačilo za spletni grob glede na letno najemnino za klasični grob?



6.5.5 Razvoj novih funkcij pokopališč

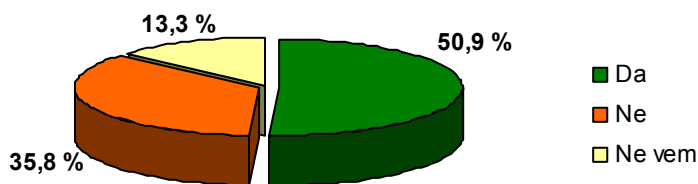
Daleč najpogostejši razlog za obisk pokopališča je obisk pri pokojnih, ki ga je navedlo kar 89,6 % anketirancev. 18,5 % anketirancev pokopališče obiskuje iz navade oziroma tradicije, 8,5 % jih na pokopališču najde duševni mir, 2,4 % cenita prijetno okolje za sprehajanje, 1,7 % pa jih pokopališč sploh ne obiskuje.

Slika 6.5.5.1: Iz katerih razlogov obiskujete pokopališča?



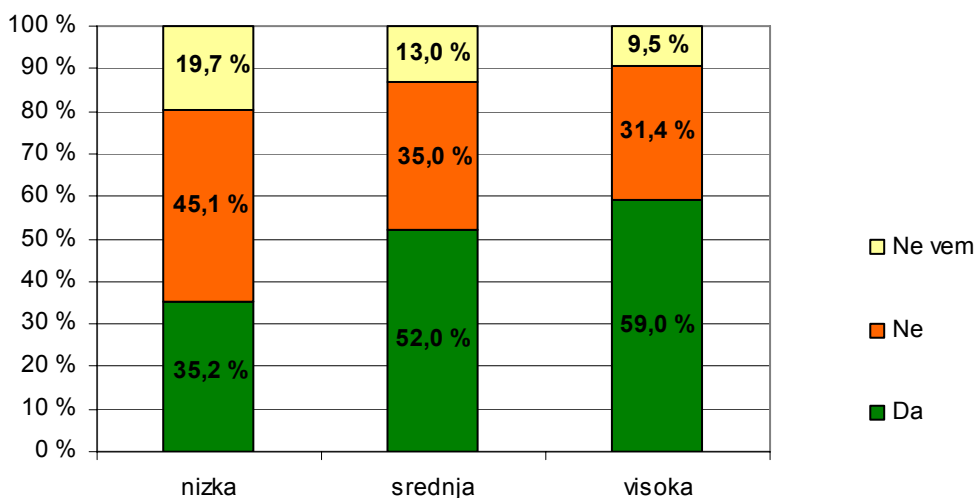
Nekoliko več kot polovica (50,9 %) anketirancev podpira razvoj pokopališč kot turističnih zanimivosti, 35,8 % jih nasprotuje, 13,3 % pa jih je neodločenih.

Slika 6.5.5.2: Ali podpirate zamisel, da se pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost?



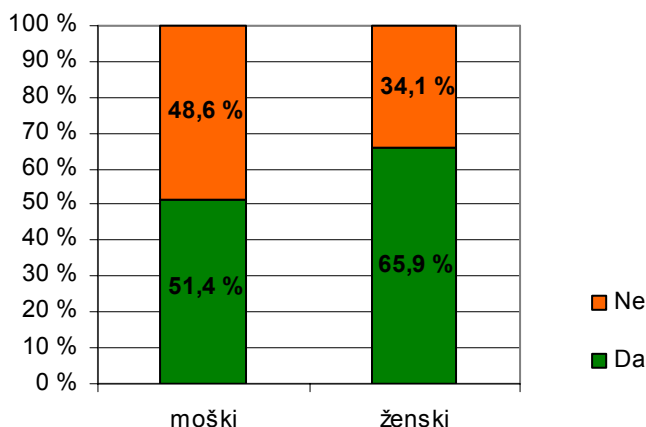
Naklonjenost razvoju pokopališč kot turističnih zanimivosti je večja med višje izobraženimi, saj jih v tej skupini kar 59,0 % podpira takšen razvoj, med nižje izobraženimi pa le 35,2 %.

Slika 6.5.5.3: Ali podpirate zamisel, da se pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? (vpliv izobrazbe)



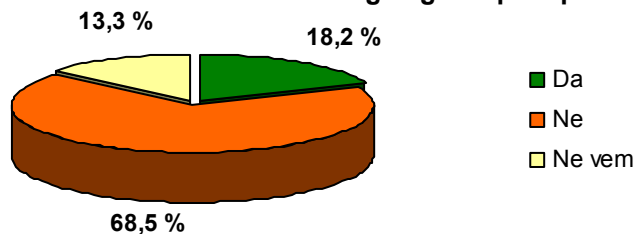
Poleg višje izobraženih so razvoju pokopališč kot turističnih zanimivosti naklonjene tudi ženske.

Slika 6.5.5.4: Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? (vpliv spola)



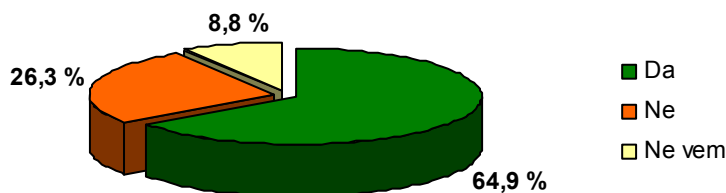
Anketiranci niso izrazili posebnega zanimanja za vodene ogledе pokopališč; 68,5 % jih takšna storitev ne zanima, 13,3 % jih je neodločenih, 18,2 % pa bi se jih udeležilo vodenega ogleda pokopališča.

Slika 6.5.5.5: Bi se udeležili vodenega ogleda pokopališča?



V nasprotju z nizkim zanimanjem za vodene ogledе, je bilo med anketiranci veliko zanimanje za informativne table, ki bi stale ob pomembnih grobovih in spomenikih, saj jih je 64,9 % odgovorilo, da bi takšne table prebrali.

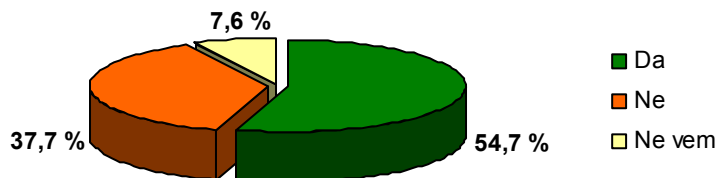
Slika 6.5.5.6: Ali bi uporabljali informativne table ob pomembnih grobovih in spomenikih?



6.5.6 Zanimanje za dodatne storitve

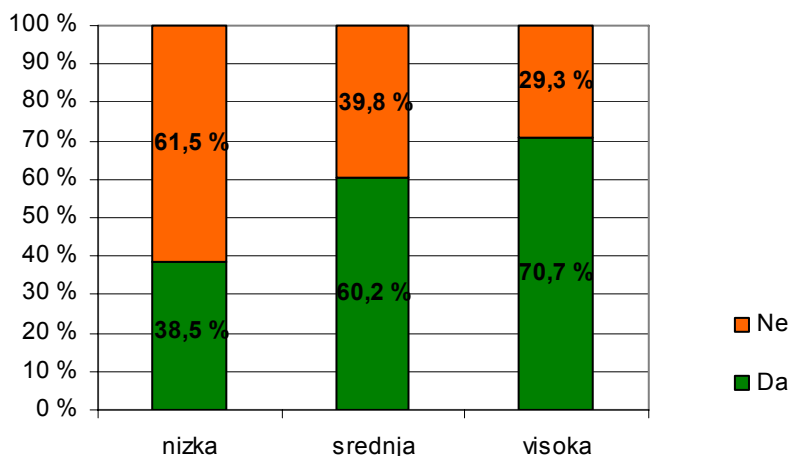
Priložnostno urejanje groba bi uporabljalo 54,7 % anketirancev, 37,7 % te storitve ne bi uporabljalo, 7,6 % pa jih je neodločenih.

Slika 6.5.6.1: Ali bi uporabljali priložnostno urejanje grobov?



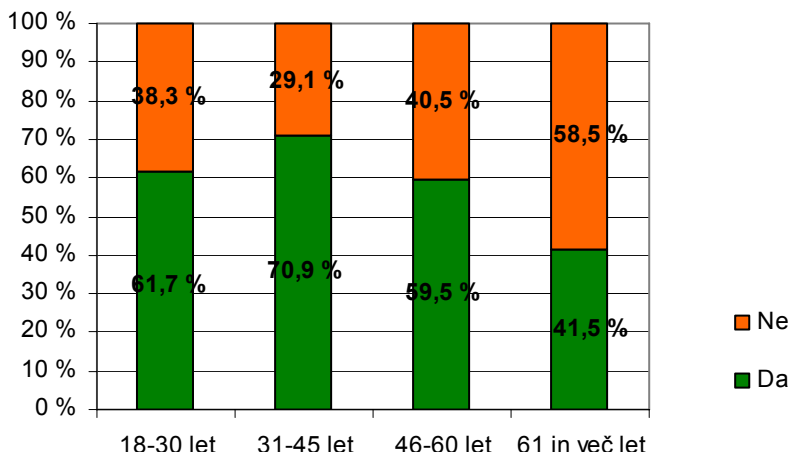
Z višjo izobrazbo anketirancev narašča tudi njihovo zanimanje za uporabo priložnostnega urejanja grobov.

Slika 6.5.6.2: Bi uporabljali priložnostno urejanje grobov? (vpliv izobrazbe)



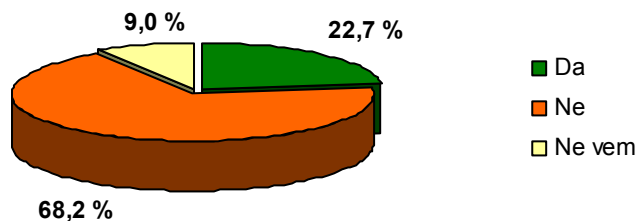
Razlike so tudi med starostnimi skupinami – najstarejša generacija se za občasno urejanje grobov zanima manj kot ostale. Največje zanimanje je med ljudmi v starosti 31 do 45 let.

Slika 6.5.6.3: Bi uporabljali priložnostno urejanje grobov? (vpliv starosti)



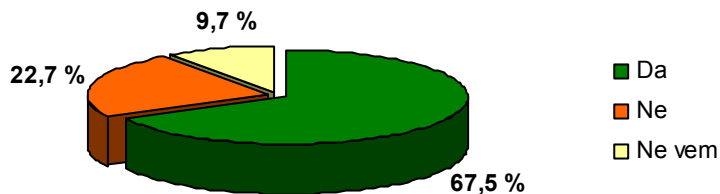
Zanimanje za celoletno urejanje groba je precej manjše kot za priložnostno; dobra petina (22,7 %) anketirancev bi uporabljala to storitev, 68,7 % pa je ne bi. Devet odstotkov anketirancev ne ve, ali bi jo uporabljali ali ne.

Slika 6.5.6.4: Ali bi uporabljali celoletno urejanje groba?



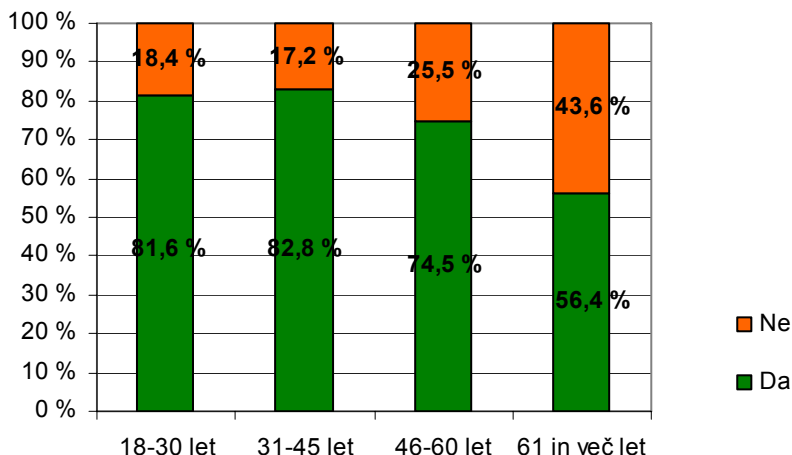
Na vprašanje, ali bi uporabljali cvetličarno na svojem pokopališču, je 67,5 % anketirancev odgovorilo z da, 22,7 % z ne in 9,7 % z ne vem.

Slika 6.5.6.5: Ali bi uporabljali cvetličarno na pokopališču?



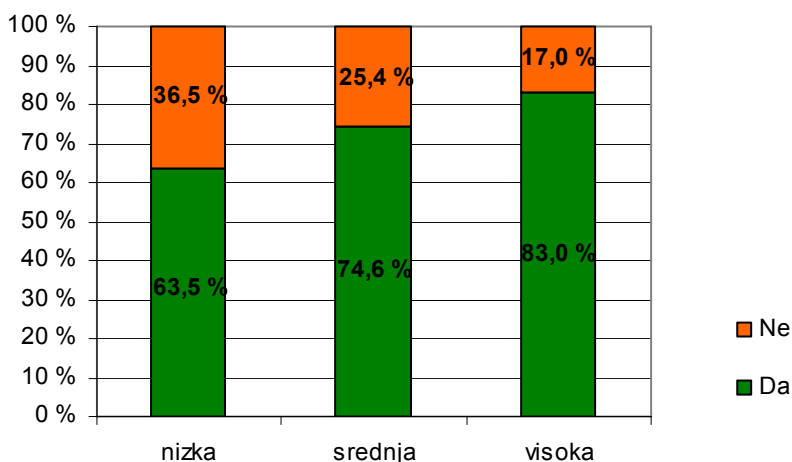
Med mlajšimi anketiranci je več takih, ki bi uporabljali cvetličarno, kot med starejšimi. V prvih dveh starostnih skupinah je namreč delež tistih, ki menijo, da bi uporabljali cvetličarno na pokopališču, višji od 80 %, v zadnji starostni skupini pa znaša le še 56,4 %.

Slika 6.5.6.6: Ali bi uporabljali cvetličarno na pokopališču? (vpliv starosti)



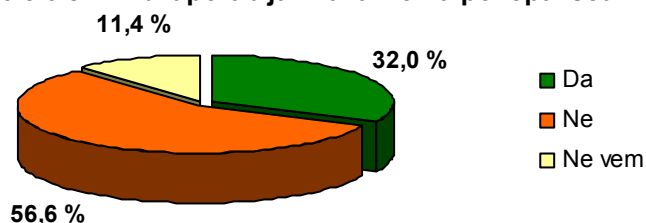
Na to, ali bi anketiranci uporabljali cvetličarno ali ne, vpliva tudi njihova izobrazba – z višjo izobrazbo narašča delež tistih, ki menijo, da bi uporabljali cvetličarno na pokopališču, če bi jim bila na voljo.

Slika 6.5.6.7: Ali bi uporabljali cvetličarno na pokopališču? (vpliv izobrazbe)



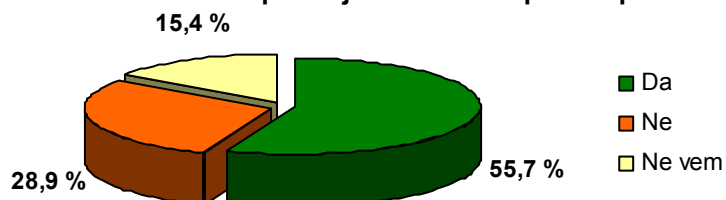
Nekoliko manj kot tretjina anketirancev (32,0 %) je odgovorila, da bi uporabljali kavarno na pokopališčih, 56,6 % jih je menilo, da je ne bi uporabljali, 11,4 % pa se jih ni moglo odločiti.

Slika 6.5.6.8: Ali bi uporabljali kavarno na pokopališču?



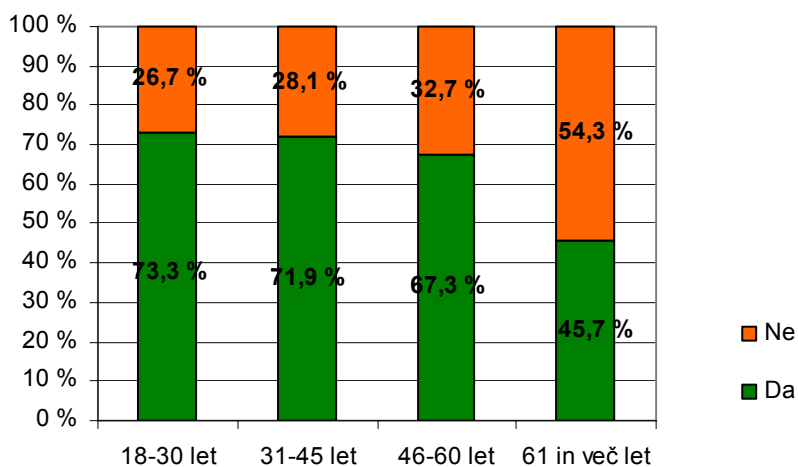
Sodeč po odgovorih anketirancev, bi bilo med njimi precejšnje zanimanje za uporabo strokovne pomoči pri izdelavi rodovnikov in raziskovanju družinske zgodovine. 55,7 % jih je odgovorilo, da bi takšno storitev uporabljali, če bi bila na voljo, 28,9 % jih je mnenja, da je ne bi, 15,4 % jih je izbralo odgovor ne vem.

Slika 6.5.6.9: Ali bi uporabljali strokovno pomoč pri izdelavi rodovnikov?

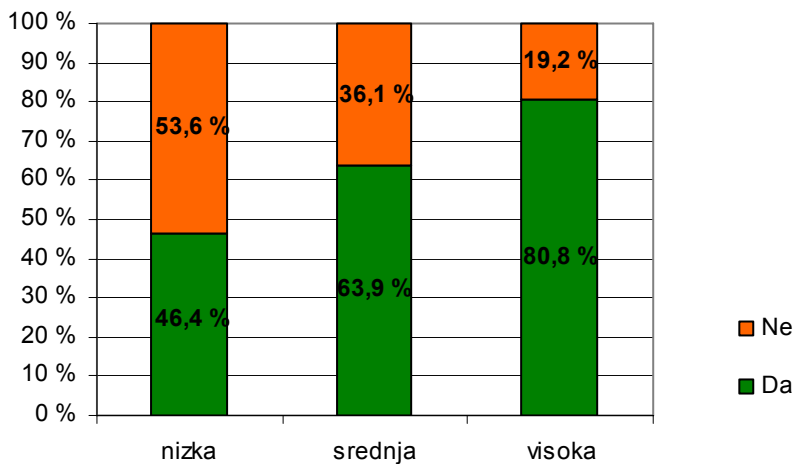


Glede na rezultate statistične analize lahko sklepamo, da bi bila strokovna pomoč pri izdelavi rodovnikov in raziskovanju družinske zgodovine nekoliko bolj zanimiva za mlajše in višje izobražene, čeprav je tudi med starejšimi in nižje izobraženimi okoli 45 % takšnih, ki so dejali, da bi tovrstno storitev uporabljali.

Slika 6.5.6.10: Ali bi uporabljali strokovno pomoč pri izdelavi rodovnikov? (vpliv starosti)



Slika 6.5.6.11: Ali bi uporabljali strokovno pomoč pri izdelavi rodovnikov? (vpliv izobrazbe)



6.6 Interpretacija rezultatov

Z raziskavo sem želela preveriti, kakšen je odnos ljudi do pogrebov, pokopališč in s tem povezanih storitev. Moja glavna predpostavka je bila, da se pod vplivom novih tehnologij, sprememb v mišljenju, medijskega prikazovanja in sodobnega načina življenja preoblikuje tudi odnos ljudi do pogrebniških in pokopaliških storitev. Sklepala sem, da so zato ponudnikom teh storitev na voljo nove možnosti za njihov razvoj in ustvarjanje novih storitev.

Pričakovana je bila povezava med starostjo anketirancev in njihovo naklonjenostjo pogrebu z duhovnikom. Željo po religioznem pogrebu je izrazilo 53,8 % anketirancev. Pri vprašanju o (ne)religioznem pogrebu, ki bi ga organizirali za bližnjega, je 28,0 % anketirancev odgovorilo, da bi izbrali obred z duhovnikom, ker je ta lepši in bolj osebni. Delež teh odgovorov je bil izrazito višji le v starostni skupini nad 61 let (38,7 %), v ostalih pa precej podoben in celo med najmlajšimi je bilo 25,5 % takih, ki bi obred z duhovnikom organizirali, ker se jim zdi lepši, čeprav so imeli na voljo tudi odgovor, da bi pri odločitvi upoštevali željo pokojnika.

Upadanje želje po religioznem obredu, obenem pa več kot petina anketirancev v vseh starostnih skupinah, ki bi za bližnjega organizirali pogreb z duhovnikom, ne glede na to, ali je bil ta veren ali ne, z vidika trženja pogrebniških storitev razumem kot pomanjkljivost v ponudbi. Ljudje si očitno želijo pogrebniških obredov, ki jih nekdo vodi, govori tolažilne besede in se spominja pokojnika, zato bi bilo smiselno ponudbo dopolniti s storitvami, ki bi bile namenjene tistim, ki si želijo obred brez duhovnika, a

kljub temu oseben. Pogrebna podjetja bi lahko ponudila nekakšne moderatorje, ki bi prevzeli vodenje pogrebnega protokola, pripravo pogrebnega govora in podobno, s čimer bi poskrbeli, da bi bili tudi nereligiozni pogrebi osebni in »lepi«, česar si ljudje želijo.

Pri vprašanju o tem, ali si anketiranci želijo za javnost zaprt ali odprt obred, se je prav tako pokazal vpliv starosti – med mlajšimi je več takšnih, ki želijo za javnost zaprt obred, le v ozkem krogu družine in prijateljev. Enaki rezultati so bili pri vprašanju o tem, ali naj bi se na pogrebi pripovedovale anekdote o pokojnem in obnavljali dogodke iz pokojnikovega življenja – mlajši anketiranci so bili temu naklonjeni bolj kot starejši, obenem pa je bilo med njimi tudi največ neodločenih.

Glede na našeto bi pogrebna podjetja, ki bi želela svojo ponudbo uskladiti s prihodnjim povpraševanjem, morala začeti povečevati nabor možnih scenarijev pogrebnih obredov, ki jih lahko ponudijo svojim strankam. Ob smrti bližnjega so njegovi svojci čustveno preveč pretreseni, da bi lahko skrbeli še za podrobnosti izvedbe pogrebnega obreda, zato je najlažja odločitev za obred z duhovnikom, saj ta poskrbi, da pogreb ni prazen in imajo žalujoči nekoga, ki jih vodi. Kot alternativa tej odločitvi bi pogrebna podjetja lahko ponudila osebe, ki bi po kratkem pogovoru s svojci pripravile predlog poteka obreda, se dogovorile z govorniki in jim svetovale pri pripravi govorov ali anekdot, poskrbele za žalno knjigo, uokvirjeno fotografijo pokojnega in ostale podrobnosti. Med omenjene podrobnosti sodi tudi izbor glasbe za pogrebni obred, kjer bi morala pogrebna podjetja, ki želijo slediti željam uporabnikov, večati nabor možne glasbe, saj so mlajši čedalje bolj naklonjeni uporabi raznovrstne glasbe in ne le tradicionalne pogrebne.

Eden izmed ključnih namenov izvedene raziskave je bil ugotoviti naklonjenost ljudi do spletnih grobov in prenosov pogrebnih obredov prek spleta. Ti dve storitvi sta namreč ponekod v tujini že uveljavljeni in tudi pri nas bi lahko kmalu zaživel – vsaj pri vodilnem ponudniku, JP Žale, o njima resno razmišljajo.

Izkazalo se je, da anketiranci ne sledijo naprednim tehnološkim zamislim ponudnikov. Kar 70,4 % jih je namreč dejalo, da ne bi želeli omogočiti prenosa lastnega pogreba

prek spleta (ugotovila sem, da bi prenos vendarle omogočilo nekaj več moških kot žensk) in 73,2 % jih ne želi imeti spletnega groba.

Nekoliko bolj spodbudni so podatki, da je bilo pri obeh vprašanjih več kot desetina (13,5 % oziroma 15,4 %) takšnih, ki so izbrali odgovor »ne vem«, in bi se še lahko odločili tudi v korist predlaganih storitev. Nekoliko boljše kaže tudi pri odgovorih na vprašanji, ki se nanašata na isti dve novosti, vendar ne na anketirancev pogreb osebno, temveč na njegov odnos do njiju na splošno. Anketirancev, ki v celoti zavračajo zamisel o spletnem prenosu pogrebnih obredov, je namreč nekaj odstotnih točk manj kot tistih, ki to zamisel zavračajo v primeru lastnega pogreba. Pri spletnem grobu je to odstopanje še večje – le 11,4 % je dejalo, da bi želeli imeti spletni grob, medtem ko jih je kar 52,8 % odgovorilo, da bi bili pripravljeni v celoti ali deloma nadomestiti prave nagrobne sveče z virtualnimi (ki se seveda uporabljajo na spletnem grobu). Oboje napeljuje na misel, da si anketiranci težko predstavljajo uporabo teh storitev na lastnih pogrebi, oziroma za njiju ne vidijo potrebe, medtem ko njune uporabe za druge ljudi ne bi nujno zavračali. Še posebej velika je bila naklonjenost virtualnim svečam, na kar je gotovo vplivala predpostavka, da bi bil del njihovega izkupička namenjen v dobrodelne namene. Ker je zamisel JP Žale tudi v resnici takšna, saj želijo s spodbujanjem uporabe virtualnih sveč zmanjšati obremenjevanje okolja zaradi velike količine odpadkov, ki nastanejo od običajnih sveč, bi bila njena izvedba lahko dobro sprejeta in menim, da je pri njej smiselno vztrajati.

Uporaba spleta na področju pogrebnih in pokopaliških storitev je v očeh anketirancev zelo inovativna ideja, saj je bil pri vseh vprašanjih, ki so se nanjo nanašala, precej visok delež odgovorov ne vem, še posebej pri vprašanjih, ki so bila nekoliko podrobnejša – 43,6 % anketirancev ni vedelo, kakšna bi bila po njihovem mnenju prevladujoča uporaba spletnega groba in 58,8 % ni opredelilo, kakšna bi bila primerna cena za to storitev. Ponekod se je kot statistično značilen izkazal vpliv starosti na odgovore, pri tem so mlajši anketiranci bolj kot starejši znali oceniti, kakšen bi bil prevladujoč tip uporabe spletnega groba, obenem so bili tudi bolj naklonjeni uporabi virtualnih sveč; pri vprašanju o spletnem grobu in prenosu pogrebnega obreda pa ni bilo statistično značilnih razlik med skupinami glede na demografske kazalce.

Rezultati raziskave torej niso spodbudni za vpeljevanje tehnoloških novosti v pogrebne in pokopališke storitve. Ker so ponekod v tujini takšne storitve že v uporabi in se je na primer pri vprašanju o uporabi virtualnih sveč pokazalo, da so mladi tovrstnim novostim nekoliko bolj naklonjeni, verjetno vseeno ne bi bilo prav, da bi pogrebna podjetja v celoti odstopila od teh zamisli. Ne bi mogla reči, da gre za velik tržni potencial, predvidevam pa, da bi se krog uporabnikov teh storitev počasi vendarle širil, zato bi jih v svojo ponudbo lahko uvrstila večja pogrebna podjetja, ki lažje prenesejo začetne stroške, potrebnih za vzpostavitev teh storitev. Glede na velik obseg storitev, ki jih opravijo, se bo prav pri največjih tudi najprej pokazalo zanimanje za sodobne storitve, čeprav, kot kaže, vsaj sprva v zelo omejenem obsegu.

Menim, da bodo ljudi k odločanju za spletni prenos pogreba in spletni grob v prihodnje spodbudili predvsem: spremembe v življenjskem slogu in s tem pogostejše potrebe po teh storitvah (vedno več ljudi dela v tujini in je veliko zdoma, zaradi česar ne more obiskati pokopališča, in vedno večji delež populacije je seznanjen z uporabo spleta) in premagovanje morebitnih predsodkov in pomislekov s predstavljanjem teh storitev in njihove uporabe v medijih in neposredno uporabnikom s strani ponudnikov. JP Žale slednje že izvaja, saj so mediji že večkrat poročali o predvideni novosti – spletnem prenosu pogrebov.

Daleč najpogostejši vzrok za obisk pokopališča, ki ga je navedlo kar 89,6 % anketirancev, je obisk pri pokojnih. Sledijo navada oziroma tradicija, duševni mir, ki ga najdejo na pokopališču, raziskovanje preteklosti ali umetnosti in prijetno sprehajalno okolje. Nizka deleža anketirancev, ki so med vzroki za obisk pokopališča navedli raziskovanje preteklosti ali umetnosti (5,2 %) in prijetno sprehajalno okolje (2,4 %) ne kažeta na to, da bi pokopališča v našem okolju igrala kaj več od svoje osnovne vloge – prostora za pokopavanje mrtvih. To ni nujno posledica nenaklonjenosti anketirancev, temveč lahko tudi tega, da pokopališča zaenkrat ne razvijajo drugih svojih funkcij, saj nekaj več kot polovica anketirancev (50,9 %) podpira razvoj pokopališč kot turističnih zanimivosti. Podpora je višja pri bolj izobraženih, ki imajo zaradi višje izobrazbe širši pogled na svet. Med visoko izobraženimi je tudi najmanj takih, ki se pri tem vprašanju niso opredelili. Menim, da je to zaradi tega, ker v povprečju več potujejo in po primerih iz tujine vedo, kako delujejo pokopališča, na katera obiskovalci hodijo zaradi turističnih privlačnosti. Poleg

visoko izobraženih so zamisli o pokopališčih kot turističnih zanimivostih bolj naklonjene tudi ženske v primerjavi z moškimi, kar si pojasnujem s tem, da se ženske običajno že v izhodišču bolj zanimajo za ogled znamenitosti kot moški.

Kljub naklonjenosti za razvoj pokopališč kot turističnih zanimivosti, večina (68,5 %) anketirancev ni izrazila zanimanja za vodene ogled pokopališč, veliko (64,9 %) pa jih je odgovorilo, da bi uporabljali informativne table ob pomembnejših spomenikih in grobovih na pokopališčih. Anketiranci se torej zanimajo za zgodovinski in umetnostni pomen pokopališč, vendar jim je ljubše, da se vanj poglobijo kadar in v tolikšni meri kot jim ustreza, vodenega ogleda pa se večinoma niso pripravljene udeležiti.

Glede na rezultate raziskave in dosedanji odziv obiskovalcev ob dogodkih, ki so jih organizirali na pokopališču Žale (dnevi kulturne dediščine) menim, da bo razvoj novih vidikov pokopališč v prihodnje med ljudmi dobro sprejet, še posebej, če bo tudi primerno predstavljen v medijih in na pokopališčih. Primeren bi bil pristop, ki bi v začetnih fazah vseboval predvsem storitve, ki zahtevajo manjšo vključenost uporabnikov. Ob dobrem odzivu bi lahko kasneje uvedli tudi druge, aktivnejše oblike (na primer vodene ogled), saj ob dnevih, ko so na voljo, tudi zanje že sedaj vlada zanimanje.

V zadnjem sklopu sem ugotavljala zanimanje anketirancev za uporabo storitev, ki dopolnjujejo osnovno dejavnost pogrebnih in pokopaliških podjetij in so ponekod tudi že na voljo.

Med vsemi anketiranci jih je več kot polovica (54,7 %) odgovorila, da bi uporabljali občasno urejanje groba, še višji delež je bil med visoko izobraženimi (70,7 %) in med mlajšimi, vendar ne v najmlajši starostni skupini. Menim, da je to posledica tega, da mladim (18 do 30 let) običajno ni potrebno skrbeti za urejenost grobov, zato tudi ne bi uporabljali te storitve, medtem ko je v generaciji od 31 do 45 let zanimanje največje.

Razlog za večje zanimanje med visoko izobraženimi je verjetno v tem, da gre v njihovem primeru praviloma tudi za ljudi z višjim finančnim standardom in z manj prostega časa, zato jim tovrstne storitve pridejo prav in si jih tudi lahko privoščijo. V

generaciji srednjih let pa je največ takih, ki morajo skrbeti za urejenost grobov – posledično je tudi najvišji delež tistih, ki bi bili pripravljene to storitev občasno plačati.

Precej manjše je zanimanje za celoletno urejanje groba, zato lahko pričakujemo, da bi bilo povpraševanje po urejanju grobov veliko predvsem v višku sezone (jeseni pred prvim novembrom in v manjšem obsegu tudi spomladi v obdobju zasajanja rastlin). Pogrebna in pokopališka podjetja bi morala pričakovanim nihanjem v povpraševanju prilagoditi svoje zmogljivosti, zato bi bilo na tem področju najbolj priporočljivo zaposlovati visoko prilagodljivo delovno silo, ki od tega dela ne bi bila odvisna, temveč bi ji predstavljalo le dopolnilo (študenti, mlajši upokojenci ipd.).

Zanimanje za cvetličarske storitve na pokopališču je bilo po pričakovanju precej visoko (67,5 %). Raslo je z izobrazbo anketirancev (višje izobraženi so tudi premožnejši) in padalo z njihovo starostjo, kar pomeni, da lahko v prihodnosti pričakujemo povečanje povpraševanja po teh storitvah.

Kavarno na pokopališču bi uporabljala nekaj manj kot tretjina anketirancev (32,0 %), kar je pri pokopališčih z nizkim številom obiskovalcev premalo za smiselnost uvedbe te storitve, pri srednje velikih in predvsem največjih pokopališčih, pa bi bila takšna dopolnitev ponudbe smiselna, če še ne obstaja.

Anketiranci so pokazali veliko zanimanje (55,7 %) za uporabo strokovne pomoči na pokopališčih pri raziskovanju družinske zgodovine in izdelavi rodovnikov. Zanimanje je večje pri višje izobraženih in mlajših anketirancih, zato lahko pričakujemo, da se bo v prihodnje potencial te storitve povečeval. Kolikor sem seznanjena, te storitve pri nas še ni nikjer na voljo, pred njeno uvedbo pa bi bilo vsekakor smiselno opraviti dodatne analize in raziskave, saj je to kompleksnejša storitev, ki zahteva tudi visoko izobražene zaposlene in ima posledično višjo ceno.

7. Sklep

Vsak posameznik srečanje s smrtjo v svoji okolici dojema kot usoden in tragičen dogodek, ki običajno močno zaznamuje njegovo življenje. V obdobju globoke žalosti in hudega čustvenega pretresa ob smrti in kasneje, ko skrbimo za urejanje groba in obiskujemo pokopališče, se srečujemo s številnimi pogrebnimi in pokopališkimi storitvami. Kot vse ostale so tudi te storitve lahko bolj ali manj kakovostne ali drage in lahko bolj ali manj zadovoljujejo naše potrebe. Stalnost in neizogibnosti smrti ne pomenita, da na področju trženja pogrebih in pokopaliških storitev ni potrebno ničesar spreminjati in da imajo njihovi uporabniki še vedno enake želje in pričakovanja.

V primerjavi s ponudbo, ki je na voljo ponekod v tujini, je pri nas izbor pogrebni in pokopaliških storitev še vedno precej skromen in šele v zadnjem času na tem področju prihaja do premikov. Pri tem je med vodilnimi ljubljansko JP Žale, ki številne nove ali dopolnjene storitve že ponuja ali jih načrtuje.

V svoji diplomski nalogi sem se lotila ugotavljanja odnosa uporabnikov do pogrebni in pokopaliških storitev. Predvsem sem želela ugotoviti morebitne spremembe, ki bi ponudnikom pomagale pri trženjsko uspešnem načrtovanju širitve obstoječih in razvoja novih storitev.

Religioznost in druge značilnosti pogrebni obredov

Želja po religioznih pogrebnih obredih se zmanjšuje, uporabniki si želijo obredov v ožjem krogu družine in prijateljev, ki bi odražali osebnost pokojnika. Mlajše generacije so naklonjene pripovedovanju anekdot in izboru glasbe za pogrebni obred, ki bi ustrezala okusu pokojnega. Opazna pomanjkljivost v ponudbi na tem področju je nekakšen »moderator«, ki bi vodil potek celotnega pogrebnega obreda, poskrbel za njegovo organizacijo (scenarij) in s tem zagotovil, da bi bil obred osebni in pristen, vendar ne religiozen.

Vnašanje sodobni tehnološki rešitev v pogrebne obrede

Kljub razmahu uporabe spleta in ostalih sodobni tehnološki rešitev na skorajda slehernem področju našega življenja, pogrebne in pokopališke storitve očitno ostajajo

izjema. Večina anketirancev si ne želi prenosa pogreba prek spleta ali spletnega groba, čeprav nekoliko bolj sprejemajo misel, da bi te storitve uporabljali ob smrti drugih. V tujini so se takšne rešitve že uveljavile in pričakujemo lahko, da bo podoben razvoj kmalu sledil tudi pri nas, vendar je trenutno odločitev za oblikovanje teh storitev še tvegana. Ponudniki, ki o njih razmišljajo, bi se morali omenjenih okoliščin zavedati in pred sprejemom dokončne odločitve opraviti dodatne analize ter biti pripravljeni na precejšnje začetne težave.

Razvoj novih funkcij pokopališč

Le malo je ljudi, ki pokopališča obiskujejo iz drugih razlogov kot je obisk pri svojih; kljub temu je velik del vprašanih naklonjen pokopališčem kot turističnim znamenitostim. Izrazili so zanimanje za uporabo predlaganih storitev, vendar je pri njihovem uvrščanju v ponudbo pogrebnih oziroma pokopaliških podjetij potrebna premišljenost. Anketiranci so bolj naklonjeni storitvam, ki zahtevajo njihovo manjšo vpletenost in so jim na voljo, ko se sami tako odločijo. Trdim lahko, da postavitve informativnih tabel ob pomembnih spomenikih na pokopališčih ne bi naletela na negativen odziv, potrebnega pa bi bilo kar nekaj časa, da bi se obiskovalci privadili na udeleževanje vodenih ogledov pokopališč. Dobra rešitev je, da bi jih sprva vpeljali le ob posebnih dnevih, kasneje pa bi lahko ponekod postali redna praksa. Previdnost bi svetovala tudi pri ponujanju strokovne pomoči s področja rodoslovja, saj gre za storitev, ki zahteva svojo ceno, vendar bi bilo potrebno še dodatno preučiti, ali so jo anketiranci pripravljeni plačati.

Zanimanje za dodatne storitve

Uporabniki pokopališč si želijo, da bi jim bile na njih na voljo dodatne storitve, a po drugi strani zanimanje ni tolikšno, da bi lahko ponudbo teh storitev brezpogojno svetovala vsem pokopališčem. Za zagotovitev tržnega uspeha dodatnih pokopaliških storitev (na primer urejanja groba, cvetličarne, kavarne itd.) bi moralo vsako pokopališče posebej pretehtati svoj položaj in pripraviti podrobnejšo analizo želja svojih uporabnikov.

Ob koncu lahko ugotovim, da odnos uporabnikov pogrebnih in pokopaliških storitev kot se je pokazal v moji raziskavi, ponudnikom daje dovolj manevrskega prostora za širitev in nadgradnjo ponudbe. Tržno uspešnost svojih storitev lahko zagotovijo s

premišljenim in postopnim uvajanjem sprememb, pri čemer morajo nenehno upoštevati, da delujejo na občutljivem področju, zato morajo imeti še posebej dober posluh za svoje uporabnike.

8. Literatura

1. Aaker, David A., Kumar, V. in Day, George S. (1998): *Marketing Research*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
2. ASCE (2001): *About us*. Dostopno na: <http://www.significantcemeteries.net/> (16. julij 2006).
3. ASCE (2005): *Visible changes taking place in the burial culture of your town/country*. Dostopno na: http://www.significantcemeteries.net/PDFFiles/riepilogo_berlin.pdf (17. julij 2006).
4. Butters, Jane (2002): *Aging and dying in Canada in the twenty-first century: a personal perspective*. *Leadership in Health Services* 15 (2), 9-18. Dostopno na: <http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=/published/emeraldfulltextarticle/pdf/2110150202.pdf> (17. julij 2006).
5. Črnič, Aleš (2002): Pojmovanje smrti: sodobni zahod in tradicionalna Indija. *Emzin* 12 (1-2), 87-91.
6. Delić, Anuška (2006): Objave pogrebov brez imen in starosti umrlih. *Delo*, 6. 10., 4.
7. Felicori, Mauro in Zanotti, Annalisa, ur. (2004): *Pokopališča v Evropi: Zgodovinska dediščina, ki jo je potrebno spoznati in ohraniti*, 7-11. Bologna: ASCE.
8. Gregorčič, Marta (1999): *Zmanjkalo je solz: Konceptualizacija fenomena smrti skozi prostorsko-časovno dimenzijo in tradicionalno vs. moderno dihotomijo na primeru pogrebnih obredov*. Dostopno na: http://www.etno-muzej.si/pdf/0354-0316_09_1_gregorcic_zmanjkalo.pdf (7. februar 2007).
9. Grönroos, Christian (2000): *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
10. Grönroos, Christian (1998): *Marketing services: the case of a missing product*. *Journal of business & industrial marketing* 13 (4-5), 322-338. Dostopno na: <http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=/published/emeraldfulltextarticle/pdf/0800130402.pdf> (17. julij 2006).
11. Haller, Ryushin Paul (2006): Intervju pod vodstvom Katarine Ferkov: Sprejeti, česar ne razumemo. *Ona* 8 (41), 9-12.
12. Hoffman, K Douglas in Bateson, John E. G. (2001): *Essentials of Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases*. Ohio: South-Western.
13. Ihan, Alojz (2002): Smrt kot biološki, subjektivni in obredni fenomen. *Emzin* 12 (1-2), 59-61.

14. Intervju 2006a: Pogovor z Robertom Martinčičem. Ljubljana, 10. oktober.
15. Intervju 2006b: Pogovor z Robertom Martinčičem. Ljubljana, 15. december.
16. Jančič, Zlatko (1999): *Celostni marketing*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
17. Javno podjetje Žale (2007a): *Varstvo okolja*. Dostopno na: <http://www.jh-lj.si/index.php?p=6&k=897> (24. januar 2007).
18. Javno podjetje Žale (2007b): *Anketa: Ali bi spremljali pogrebno svečanost prek interneta?* Dostopno na: <http://www.jh-lj.si/anketa.php?u=r&id=7> (25. januar 2007).
19. Južnič, Stane (1991): *Antropologija smrti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
20. Kadunec, Vlado (2006): Pokojnik v državni lasti. *Nedelo*, 29. 10., 18.
21. Kern, Marko (2006): Pogrebna dejavnost je tržna dejavnost. *Obrtnik*, 19. 7., 21.
22. Kolakowski, Leszek (2003): O pogrebi. *Reflektor*, november, 53-54.
23. Kotler, Philip et al. (1991): *Principles of Marketing*. London: Prentice-Hall, Inc.
24. Kotler, Philip (1996): *Marketing management – trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor*. Ljubljana: Slovenska knjiga.
25. Lepičnik, Bojan (2006): Intervju pod vodstvom Boruta Pogačnika. *Odprta dlan*, Radio Glas Ljubljane, 25. 10.
26. Lovelock, Christopher H. (ur.) (1992a): *Are services really different. Managing services: Marketing, operations and human resources*, 1-16. London: Prentice-Hall, Inc.
27. Lovelock, Christopher H. (ur.) (1992b): *A basic toolkit for service managers. Managing services: Marketing, operations and human resources*, 17-42. London: Prentice-Hall, Inc.
28. Martinčič, Robert (2005): *Visions of the company Žale d.o.o.* Dostopno na: http://www.significantcemeteries.net/PDFFiles/martincic_zagreb.pdf (16. julij 2006)
29. Martinčič, Robert (robert.martincic@zale.si), 18. december 2006c. *Raziskava o obiskovanju pokopališč*. E-pismo Saši Muzga (sasamuzga@hotmail.com).
30. Malinowski, Bronislaw (1955): *Magic, Science and Religion and other essays*. New York: Doubleday & Company, Inc.

31. Mestna občina Ljubljana (1990): *Pravilnik o merilih za oddajanje, pripravo in vzdrževanje grobov*. Uradni list RS 1990 (13).
32. Mestna občina Ljubljana (1997): *Pravilnik o standardu za osnovni pogreb*. Dostopno na: <http://www.uradnilist.si/1/ulonline.jsp?urlid=199736&dhid=26248> (10. december 2006).
33. Mestna občina Ljubljana (1986): *Odlok o pokopališkem redu*. Uradni list RS 1986 (45).
34. Piškur, Milena (2004): *Ljubljanske Žale: Vodnik po pokopališču*. Ljubljana: Družina.
35. Potočnik, Vekoslav (2000): *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
36. Sambolič, Dominika (1995): *Pojmovanje smrti v različnih kulturah*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
37. Simoneti, Maja (2004): *Mednarodna Konferenca o pokopališčih*. Dostopno na: <http://www.trajekt.org/?tid=1&id=253> (26. julij 2006).
38. Snoj, Boris (1998): *Management storitev*. Koper: Visoka šola za management.
39. Statistični urad RS (2005): *Podatki o številu umrlih*. Dostopno na: http://www.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=0554501S&ti=Osnovni+podatki+o+umrlih%2C+Slovenija%2C+letno&path=../Database/Dem_soc/05_prebivalstvo/03_05155_nar_gib/02_05545_umrli/&lang=2 (5. februar 2007).
40. Tavčar, Borut (2006): Predelava nagrobnih sveč šele prihodnje leto. *Delo*, 3. 11., 4.
41. Toš, Niko ur. (2004): *Vrednote v prehodu III. Slovensko javno mnenje 1999-2004*. Dostopno na: http://www.cjm.si/sites/cjm.si/files/File/e-dokumenti/SJM_vrednote_v_prehodu_3.pdf (6. februar 2007).
42. Worpole, Ken (2004): *Contemporary developments in cemetery design and management in the UK*. Dostopno na: http://www.significantceteries.net/PDFFiles/atti_worpole.pdf (18. julij 2006).
43. *Zakon o pokopališki in pogrebni dejavnosti in urejanju pokopališč* (1984). Dostopno na: <http://www.ius-software.si/baze/regi/zakoni/indexO1984.htm> (26. julij 2006).

9. Priloge

Priloga A: Vprašalnik

Spoštovani!

Prosim vas, da izpolnite ta vprašalnik in s tem sodelujete v raziskavi, ki mi bo pomagala pri pisanju diplomske naloge o pogrebnih in pokopaliških storitvah.

Izpolnjevanje vprašalnika vam bo vzelo slabih 10 minut.

Raziskava je anonimna.

Za sodelovanje se vam zahvaljujem.

Saša Muzga

1. Spol: M Ž
2. Leto rojstva: _____
3. Kako pogosto obiskujete pokopališča?
 - a) Nikoli
 - b) Enkrat letno. Kdaj? _____
 - c) Nekajkrat na leto
 - d) Enkrat ali nekajkrat mesečno
 - e) Enkrat tedensko
 - f) Več kot enkrat tedensko
4. Iz katerih razlogov obiskujete pokopališča? *Možnih je več odgovorov.*
 - a) Zaradi obiska pri pokojnih svojcih in bližnjih
 - b) Iz navade, tradicije
 - c) Zaradi duševnega miru, ki ga tam najdem
 - d) Zaradi prijetnega naravnega okolja za sprehajanje
 - e) Zaradi raziskovanja preteklosti ali umetnosti
 - f) Pokopališč ne obiskujem
5. Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost (na primer zaradi grobov pomembnih osebnosti, arhitekture, skulptur, parkovnih površin ...)?
 - a) Da
 - b) Ne
 - c) Ne vem
6. Predstavljajte si, da bi morali organizirati pogreb ob smrti svojega sorodnika ali bližnjega. Bi si želeli, da bi pokojni že za časa življenja sam določil podrobnosti za potek svojega pogreba (na primer način pokopa, glasbo, obred z duhovnikom ali brez njega itd.)?
 - a) Da
 - b) Ne
 - c) Ne vem
7. Predstavljajte si, da bi morali organizirati pogreb ob smrti svojega sorodnika ali bližnjega. Ali bi se odločili za obred z duhovnikom?
 - a) Da, vendar le, če bi bil pokojni veren
 - b) Da, ker je obred z duhovnikom bolj oseben in lepši
 - c) Ne
 - d) Ne vem

8. Predstavljajte si svoj pogrebni obred. Bi si želeli:

| | | | |
|--|----|----|--------|
| Obred, zaprt za javnost, le v ozkem krogu družine in prijateljev? | DA | NE | NE VEM |
| Religiozen obred z duhovnikom ali drugim predstavnikom verske skupnosti? | DA | NE | NE VEM |
| Sami določiti glavne značilnosti obreda, kot so način in kraj pokopa, religiozen ali nereligiozen obred? | DA | NE | NE VEM |
| Sami določiti podrobnosti obreda kot so glasba, vaša obleka, cvetje? | DA | NE | NE VEM |
| Svojcem, ki se pogrebnega obreda ne bi mogli osebno udeležiti, omogočiti, da ga spremljajo prek spleta? | DA | NE | NE VEM |

9. Ali se strinjate s spodnjimi trditvami?

| | | | |
|--|----|----|--------|
| Glasba na pogrebnih obredih mora biti omejena na tisto glasbo, ki se tradicionalno uporablja v ta namen. | DA | NE | NE VEM |
|--|----|----|--------|

| | | | |
|--|----|----|--------|
| Prenos pogrebnih obredov prek spleta za tiste, ki se obreda ne morejo osebno udeležiti, se mi zdi dobra zamisel. | DA | NE | NE VEM |
| Pripovedovanje anekdot in obnavljanje dogodkov iz pokojnikovega življenja bi moralo biti sestavni del pogrebnega obreda. | DA | NE | NE VEM |

10. Pričakujemo, da bo kmalu na voljo storitev, imenovana spletno pokopališče. Pokojnikom bi na spletnem pokopališču uredili spletni grob. Na njem bi lahko objavili besedila, fotografije, življenjepis in podobno v spomin pokojniku, obiskovalci pa bi lahko kupili virtualno cvetje in »prižigali« virtualne sveče. Ali bi vi osebno želeli imeti takšen spletni grob?
- Da
 - Ne
 - Ne vem
11. Ali bi takšen spletni grob po vašem mnenju služil bolj kot dopolnilo klasičnemu grobu ali bolj kot nadomestilo klasičnega groba (na primer v primeru raztrosa pepela, ko pokojnik nima klasičnega groba)?
- Dopolnilo klasičnemu grobu
 - Nadomestilo klasičnega groba
 - Ne vem
12. Kakšno bi bilo po vašem mnenju primerno letno plačilo za spletni grob?
- Do 5 % povprečne letne najemnine za grob
 - Do 10 % povprečne letne najemnine za grob
 - Do 20 % povprečne letne najemnine za grob
 - Ne vem
13. Koliko denarja (v SIT) letno porabite za nagrobne sveče in cvetje? _____
14. Ali bi bili pripravljeni kupovanje pravih sveč in cvetja nadomestiti z virtualnimi, če bi bil izkupiček od njih porabljen v dobrodelne namene?
- Da, v celoti
 - Deloma
 - Ne
 - Ne vem

15. Ali bi uporabljali našete storitve, če bi vam bile na vašem pokopališču na voljo?

| | | | |
|---|----|----|--------|
| Občasno, priložnostno urejanje groba | DA | NE | NE VEM |
| Celoletno urejanje groba | DA | NE | NE VEM |
| Cvetličarna | DA | NE | NE VEM |
| Kavarna | DA | NE | NE VEM |
| Voden ogled pokopališča | DA | NE | NE VEM |
| Informativne table ob pomembnih grobovih in spomenikih | DA | NE | NE VEM |
| Strokovna pomoč pri raziskovanju družinske zgodovine, izdelavi rodovnikov | DA | NE | NE VEM |

16. Končana izobrazba:

- Nedokončana osnovna šola
- Dokončana osnovna šola
- Nedokončana strokovna ali srednja šola
- Dokončana 2- ali 3-letna strokovna šola
- Dokončana 4-letna srednja šola
- Nedokončana višja ali visoka šola
- Dokončana 2-letna višja šola
- Dokončana visoka šola, fakulteta, akademija

17. Tip krajevne skupnosti, v kateri prebivate

- Mestna
- Primestna
- Vaška

Priloga B: Izpisi programa SPSS

Spol

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid moški | 197 | 46,7 | 46,7 | 46,7 |
| ženski | 225 | 53,3 | 53,3 | 100,0 |
| Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Leto rojstva

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1915 | 2 | ,5 | ,5 | ,5 |
| 1916 | 1 | ,2 | ,2 | ,7 |
| 1919 | 1 | ,2 | ,2 | ,9 |
| 1921 | 1 | ,2 | ,2 | 1,2 |
| 1923 | 2 | ,5 | ,5 | 1,7 |
| 1925 | 1 | ,2 | ,2 | 1,9 |
| 1926 | 2 | ,5 | ,5 | 2,4 |
| 1927 | 2 | ,5 | ,5 | 2,8 |
| 1929 | 2 | ,5 | ,5 | 3,3 |
| 1930 | 5 | 1,2 | 1,2 | 4,5 |
| 1931 | 9 | 2,1 | 2,1 | 6,6 |
| 1932 | 6 | 1,4 | 1,4 | 8,1 |
| 1933 | 4 | ,9 | ,9 | 9,0 |
| 1934 | 2 | ,5 | ,5 | 9,5 |
| 1935 | 1 | ,2 | ,2 | 9,7 |
| 1936 | 6 | 1,4 | 1,4 | 11,1 |
| 1937 | 4 | ,9 | ,9 | 12,1 |
| 1938 | 4 | ,9 | ,9 | 13,0 |
| 1939 | 3 | ,7 | ,7 | 13,7 |
| 1940 | 4 | ,9 | ,9 | 14,7 |
| 1941 | 2 | ,5 | ,5 | 15,2 |
| 1942 | 3 | ,7 | ,7 | 15,9 |
| 1943 | 3 | ,7 | ,7 | 16,6 |
| 1944 | 5 | 1,2 | 1,2 | 17,8 |
| 1945 | 3 | ,7 | ,7 | 18,5 |
| 1946 | 15 | 3,6 | 3,6 | 22,0 |
| 1947 | 2 | ,5 | ,5 | 22,5 |
| 1948 | 10 | 2,4 | 2,4 | 24,9 |
| 1949 | 10 | 2,4 | 2,4 | 27,3 |
| 1950 | 10 | 2,4 | 2,4 | 29,6 |
| 1951 | 5 | 1,2 | 1,2 | 30,8 |
| 1952 | 8 | 1,9 | 1,9 | 32,7 |
| 1953 | 8 | 1,9 | 1,9 | 34,6 |
| 1954 | 9 | 2,1 | 2,1 | 36,7 |
| 1955 | 9 | 2,1 | 2,1 | 38,9 |
| 1956 | 8 | 1,9 | 1,9 | 40,8 |
| 1957 | 5 | 1,2 | 1,2 | 41,9 |
| 1958 | 4 | ,9 | ,9 | 42,9 |
| 1959 | 3 | ,7 | ,7 | 43,6 |
| 1960 | 9 | 2,1 | 2,1 | 45,7 |

| | | | | |
|-------|-----|-------|-------|-------|
| 1961 | 16 | 3,8 | 3,8 | 49,5 |
| 1963 | 3 | ,7 | ,7 | 50,2 |
| 1964 | 7 | 1,7 | 1,7 | 51,9 |
| 1965 | 4 | ,9 | ,9 | 52,8 |
| 1966 | 14 | 3,3 | 3,3 | 56,2 |
| 1967 | 3 | ,7 | ,7 | 56,9 |
| 1968 | 2 | ,5 | ,5 | 57,3 |
| 1969 | 5 | 1,2 | 1,2 | 58,5 |
| 1970 | 9 | 2,1 | 2,1 | 60,7 |
| 1971 | 6 | 1,4 | 1,4 | 62,1 |
| 1972 | 5 | 1,2 | 1,2 | 63,3 |
| 1973 | 5 | 1,2 | 1,2 | 64,5 |
| 1974 | 7 | 1,7 | 1,7 | 66,1 |
| 1975 | 13 | 3,1 | 3,1 | 69,2 |
| 1976 | 24 | 5,7 | 5,7 | 74,9 |
| 1977 | 5 | 1,2 | 1,2 | 76,1 |
| 1978 | 7 | 1,7 | 1,7 | 77,7 |
| 1979 | 6 | 1,4 | 1,4 | 79,1 |
| 1980 | 11 | 2,6 | 2,6 | 81,8 |
| 1981 | 13 | 3,1 | 3,1 | 84,8 |
| 1982 | 19 | 4,5 | 4,5 | 89,3 |
| 1983 | 9 | 2,1 | 2,1 | 91,5 |
| 1984 | 11 | 2,6 | 2,6 | 94,1 |
| 1985 | 10 | 2,4 | 2,4 | 96,4 |
| 1986 | 3 | ,7 | ,7 | 97,2 |
| 1987 | 8 | 1,9 | 1,9 | 99,1 |
| 1988 | 1 | ,2 | ,2 | 99,3 |
| 1989 | 3 | ,7 | ,7 | 100,0 |
| Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Starost

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 18 | 3 | ,7 | ,7 | ,7 |
| 19 | 1 | ,2 | ,2 | ,9 |
| 20 | 8 | 1,9 | 1,9 | 2,8 |
| 21 | 3 | ,7 | ,7 | 3,6 |
| 22 | 10 | 2,4 | 2,4 | 5,9 |
| 23 | 11 | 2,6 | 2,6 | 8,5 |
| 24 | 9 | 2,1 | 2,1 | 10,7 |
| 25 | 19 | 4,5 | 4,5 | 15,2 |
| 26 | 13 | 3,1 | 3,1 | 18,2 |
| 27 | 11 | 2,6 | 2,6 | 20,9 |
| 28 | 6 | 1,4 | 1,4 | 22,3 |
| 29 | 7 | 1,7 | 1,7 | 23,9 |
| 30 | 5 | 1,2 | 1,2 | 25,1 |
| 31 | 24 | 5,7 | 5,7 | 30,8 |
| 32 | 13 | 3,1 | 3,1 | 33,9 |
| 33 | 7 | 1,7 | 1,7 | 35,5 |
| 34 | 5 | 1,2 | 1,2 | 36,7 |
| 35 | 5 | 1,2 | 1,2 | 37,9 |

| | | | | |
|-------|-----|-------|-------|-------|
| 36 | 6 | 1,4 | 1,4 | 39,3 |
| 37 | 9 | 2,1 | 2,1 | 41,5 |
| 38 | 5 | 1,2 | 1,2 | 42,7 |
| 39 | 2 | ,5 | ,5 | 43,1 |
| 40 | 3 | ,7 | ,7 | 43,8 |
| 41 | 14 | 3,3 | 3,3 | 47,2 |
| 42 | 4 | ,9 | ,9 | 48,1 |
| 43 | 7 | 1,7 | 1,7 | 49,8 |
| 44 | 3 | ,7 | ,7 | 50,5 |
| 46 | 16 | 3,8 | 3,8 | 54,3 |
| 47 | 9 | 2,1 | 2,1 | 56,4 |
| 48 | 3 | ,7 | ,7 | 57,1 |
| 49 | 4 | ,9 | ,9 | 58,1 |
| 50 | 5 | 1,2 | 1,2 | 59,2 |
| 51 | 8 | 1,9 | 1,9 | 61,1 |
| 52 | 9 | 2,1 | 2,1 | 63,3 |
| 53 | 9 | 2,1 | 2,1 | 65,4 |
| 54 | 8 | 1,9 | 1,9 | 67,3 |
| 55 | 8 | 1,9 | 1,9 | 69,2 |
| 56 | 5 | 1,2 | 1,2 | 70,4 |
| 57 | 10 | 2,4 | 2,4 | 72,7 |
| 58 | 10 | 2,4 | 2,4 | 75,1 |
| 59 | 10 | 2,4 | 2,4 | 77,5 |
| 60 | 2 | ,5 | ,5 | 78,0 |
| 61 | 15 | 3,6 | 3,6 | 81,5 |
| 62 | 3 | ,7 | ,7 | 82,2 |
| 63 | 5 | 1,2 | 1,2 | 83,4 |
| 64 | 3 | ,7 | ,7 | 84,1 |
| 65 | 3 | ,7 | ,7 | 84,8 |
| 66 | 2 | ,5 | ,5 | 85,3 |
| 67 | 4 | ,9 | ,9 | 86,3 |
| 68 | 3 | ,7 | ,7 | 87,0 |
| 69 | 4 | ,9 | ,9 | 87,9 |
| 70 | 4 | ,9 | ,9 | 88,9 |
| 71 | 6 | 1,4 | 1,4 | 90,3 |
| 72 | 1 | ,2 | ,2 | 90,5 |
| 73 | 2 | ,5 | ,5 | 91,0 |
| 74 | 4 | ,9 | ,9 | 91,9 |
| 75 | 6 | 1,4 | 1,4 | 93,4 |
| 76 | 9 | 2,1 | 2,1 | 95,5 |
| 77 | 5 | 1,2 | 1,2 | 96,7 |
| 78 | 2 | ,5 | ,5 | 97,2 |
| 80 | 2 | ,5 | ,5 | 97,6 |
| 81 | 2 | ,5 | ,5 | 98,1 |
| 82 | 1 | ,2 | ,2 | 98,3 |
| 84 | 2 | ,5 | ,5 | 98,8 |
| 86 | 1 | ,2 | ,2 | 99,1 |
| 88 | 1 | ,2 | ,2 | 99,3 |
| 91 | 1 | ,2 | ,2 | 99,5 |
| 92 | 2 | ,5 | ,5 | 100,0 |
| Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Starostna skupina

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 18 do 30 let | 106 | 25,1 | 25,1 | 25,1 |
| | 31 do 45 let | 107 | 25,4 | 25,4 | 50,5 |
| | 46 do 60 let | 116 | 27,5 | 27,5 | 78,0 |
| | 61 in več let | 93 | 22,0 | 22,0 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Končana izobrazba

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Nedokončana osnovna šola | 14 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | Dokončana osnovna šola | 49 | 11,6 | 11,6 | 14,9 |
| | Nedokončana strokovna ali srednja šola | 8 | 1,9 | 1,9 | 16,8 |
| | Dokončana 2- ali 3-letna strokovna šola | 69 | 16,4 | 16,4 | 33,2 |
| | Dokončana 4-letna srednja šola | 127 | 30,1 | 30,1 | 63,3 |
| | Nedokončana višja ali visoka šola | 50 | 11,8 | 11,8 | 75,1 |
| | Dokončana 2-letna višja šola | 26 | 6,2 | 6,2 | 81,3 |
| | Dokončana visoka šola, fakulteta, akademije | 79 | 18,7 | 18,7 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Izobrazba anketirancev po razredih

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nizka | 71 | 16,8 | 16,8 | 16,8 |
| | srednja | 246 | 58,3 | 58,3 | 75,1 |
| | visoka | 105 | 24,9 | 24,9 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Tip KS, kjer prebivate

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Mestna | 185 | 43,8 | 43,8 | 43,8 |
| | Primestna | 66 | 15,6 | 15,6 | 59,5 |
| | Vaška | 171 | 40,5 | 40,5 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Kako pogosto obiskujete pokopališče?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nikoli | 6 | 1,4 | 1,4 | 1,4 |
| | enkrat letno | 62 | 14,7 | 14,7 | 16,1 |
| | nekajkrat na leto | 176 | 41,7 | 41,7 | 57,8 |
| | enkrat ali nekajkrat mesečno | 96 | 22,7 | 22,7 | 80,6 |
| | enkrat tedensko | 64 | 15,2 | 15,2 | 95,7 |
| | več kot enkrat tedensko | 18 | 4,3 | 4,3 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Bi želeli religiozen obred?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 227 | 53,8 | 60,1 | 60,1 |
| | Ne | 151 | 35,8 | 39,9 | 100,0 |
| | Total | 378 | 89,6 | 100,0 | |
| Missing | Ne vem | 44 | 10,4 | | |
| Total | | 422 | 100,0 | | |

Povezava med starostno skupino in tem, ali si anketiranci želijo religiozen obred

| | | | Bi želeli religiozen obred? | | Total |
|-------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|--------|--------|
| | | | Da | Ne | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 40 | 56 | 96 |
| | | % within Starostna skupina | 41,7% | 58,3% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli religiozen obred? | 17,6% | 37,1% | 25,4% |
| | | % of Total | 10,6% | 14,8% | 25,4% |
| | 31 do 45 let | Count | 50 | 42 | 92 |
| | | % within Starostna skupina | 54,3% | 45,7% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli religiozen obred? | 22,0% | 27,8% | 24,3% |
| | | % of Total | 13,2% | 11,1% | 24,3% |
| | 46 do 60 let | Count | 72 | 36 | 108 |
| | | % within Starostna skupina | 66,7% | 33,3% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli religiozen obred? | 31,7% | 23,8% | 28,6% |
| | | % of Total | 19,0% | 9,5% | 28,6% |
| 61 in več let | Count | 65 | 17 | 82 | |
| | % within Starostna skupina | 79,3% | 20,7% | 100,0% | |
| | % within Bi želeli religiozen obred? | 28,6% | 11,3% | 21,7% | |
| | % of Total | 17,2% | 4,5% | 21,7% | |
| Total | | Count | 227 | 151 | 378 |
| | | % within Starostna skupina | 60,1% | 39,9% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli religiozen obred? | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % of Total | 60,1% | 39,9% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|--------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 29,367(a) | 3 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 30,197 | 3 | ,000 |

| | | | |
|------------------------------|--------|---|------|
| Linear-by-Linear Association | 29,288 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 378 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,76.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,279 | | | ,000 |
| | Cramer's V | ,279 | | | ,000 |
| | Contingency Coefficient | ,268 | | | ,000 |
| Interval by Interval | Pearson's R | -,279 | ,048 | -5,628 | ,000(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | -,279 | ,048 | -5,627 | ,000(c) |
| N of Valid Cases | | 378 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Bi se odločili za obred z duhovnikom za bližnjega?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da, vendar le, če bi bil pokojni veren | 231 | 54,7 | 54,7 | 54,7 |
| | Da, ker je obred z duhovnikom bolj osebno in lepši | 118 | 28,0 | 28,0 | 82,7 |
| | Ne | 52 | 12,3 | 12,3 | 95,0 |
| | Ne vem | 21 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med starostno skupino in tem, ali bi se anketiranci ob organizaciji pogreba za bližnjega odločili za obred z duhovnikom

| | | | Bi se odločili za obred z duhovnikom za bližnjega? | | | | Total |
|-------------------|--------------|---|--|--|-------|--------|--------|
| | | | Da, vendar le, če bi bil pokojni veren | Da, ker je obred z duhovnikom bolj osebno in lepši | Ne | Ne vem | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 48 | 27 | 20 | 11 | 106 |
| | | % within Starostna skupina | 45,3% | 25,5% | 18,9% | 10,4% | 100,0% |
| | | % within Bi se odločili za obred z duhovnikom za bližnjega? | 20,8% | 22,9% | 38,5% | 52,4% | 25,1% |
| 31 do 45 let | | Count | 64 | 26 | 10 | 7 | 107 |
| | | % within Starostna skupina | 59,8% | 24,3% | 9,3% | 6,5% | 100,0% |
| | | % within Bi se odločili za obred z duhovnikom za bližnjega? | 27,7% | 22,0% | 19,2% | 33,3% | 25,4% |

| | | | | | | | |
|--------------|---|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| 46 do 60 let | Count | 74 | 29 | 11 | 2 | 116 | |
| | % within Starostna skupina | 63,8% | 25,0% | 9,5% | 1,7% | 100,0% | |
| | % within Bi se odločili za obred z duhovnikom za bližnjega? | 32,0% | 24,6% | 21,2% | 9,5% | 27,5% | |
| | 61 in več let | Count | 45 | 36 | 11 | 1 | 93 |
| | | % within Starostna skupina | 48,4% | 38,7% | 11,8% | 1,1% | 100,0% |
| | | % within Bi se odločili za obred z duhovnikom za bližnjega? | 19,5% | 30,5% | 21,2% | 4,8% | 22,0% |
| Total | Count | 231 | 118 | 52 | 21 | 422 | |
| | % within Starostna skupina | 54,7% | 28,0% | 12,3% | 5,0% | 100,0% | |
| | % within Bi se odločili za obred z duhovnikom za bližnjega? | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 26,895(a) | 9 | ,001 |
| Likelihood Ratio | 26,819 | 9 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | 7,392 | 1 | ,007 |
| N of Valid Cases | 422 | | |

a 1 cells (6,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,63.

Symmetric Measures

| | | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|-------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,252 | ,001 |
| | Cramer's V | ,146 | ,001 |
| | Contingency Coefficient | ,245 | ,001 |
| N of Valid Cases | | 422 | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Bi želeli za javnost zaprt obred?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 160 | 37,9 | 37,9 | 37,9 |
| | Ne | 209 | 49,5 | 49,5 | 87,4 |
| | Ne vem | 53 | 12,6 | 12,6 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med starostno skupino in željo po za javnost zaprtem pogrebnem obredu

| | | | | Bi želeli za javnost zaprt obred? | | Total |
|-------------------|--|--|--------|-----------------------------------|--------|--------|
| | | | | Da | Ne | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | | 48 | 44 | 92 |
| | | % within Starostna skupina | | 52,2% | 47,8% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli za javnost zaprt obred? | | 30,0% | 21,1% | 24,9% |
| | | % of Total | | 13,0% | 11,9% | 24,9% |
| | 31 do 45 let | Count | | 53 | 41 | 94 |
| | | % within Starostna skupina | | 56,4% | 43,6% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli za javnost zaprt obred? | | 33,1% | 19,6% | 25,5% |
| | | % of Total | | 14,4% | 11,1% | 25,5% |
| | 46 do 60 let | Count | | 38 | 62 | 100 |
| | | % within Starostna skupina | | 38,0% | 62,0% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli za javnost zaprt obred? | | 23,8% | 29,7% | 27,1% |
| | | % of Total | | 10,3% | 16,8% | 27,1% |
| 61 in več let | Count | | 21 | 62 | 83 | |
| | % within Starostna skupina | | 25,3% | 74,7% | 100,0% | |
| | % within Bi želeli za javnost zaprt obred? | | 13,1% | 29,7% | 22,5% | |
| | % of Total | | 5,7% | 16,8% | 22,5% | |
| Total | Count | | 160 | 209 | 369 | |
| | % within Starostna skupina | | 43,4% | 56,6% | 100,0% | |
| | % within Bi želeli za javnost zaprt obred? | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |
| | % of Total | | 43,4% | 56,6% | 100,0% | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 21,593(a) | 3 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 22,170 | 3 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 17,344 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 369 | | |

a 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 35,99.

Symmetric Measures

| | | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|-----|-------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,242 | ,000 |

| | | |
|-------------------------|------|------|
| Cramer's V | ,242 | ,000 |
| Contingency Coefficient | ,235 | ,000 |
| N of Valid Cases | 369 | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Anekdote in dogodki bi morali biti del obreda.

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 173 | 41,0 | 41,0 | 41,0 |
| | Ne | 150 | 35,5 | 35,5 | 76,5 |
| | Ne vem | 99 | 23,5 | 23,5 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med starostno skupino in mnenjem o tem, ali bi moralo biti pripovedovanje anekdot del pogrebne obreda

| | | | Anekdote in dogodki bi morali biti del obreda. | | | Total |
|-------------------|---------------|---|--|-------|--------|--------|
| | | | Da | Ne | Ne vem | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 62 | 12 | 32 | 106 |
| | | % within Starostna skupina | 58,5% | 11,3% | 30,2% | 100,0% |
| | | % within Anekdote in dogodki bi morali biti del obreda. | 35,8% | 8,0% | 32,3% | 25,1% |
| | | % of Total | 14,7% | 2,8% | 7,6% | 25,1% |
| | 31 do 45 let | Count | 50 | 33 | 24 | 107 |
| | | % within Starostna skupina | 46,7% | 30,8% | 22,4% | 100,0% |
| | | % within Anekdote in dogodki bi morali biti del obreda. | 28,9% | 22,0% | 24,2% | 25,4% |
| | | % of Total | 11,8% | 7,8% | 5,7% | 25,4% |
| | 46 do 60 let | Count | 31 | 62 | 23 | 116 |
| | | % within Starostna skupina | 26,7% | 53,4% | 19,8% | 100,0% |
| | | % within Anekdote in dogodki bi morali biti del obreda. | 17,9% | 41,3% | 23,2% | 27,5% |
| | | % of Total | 7,3% | 14,7% | 5,5% | 27,5% |
| | 61 in več let | Count | 30 | 43 | 20 | 93 |
| | | % within Starostna skupina | 32,3% | 46,2% | 21,5% | 100,0% |
| | | % within Anekdote in dogodki bi morali biti del obreda. | 17,3% | 28,7% | 20,2% | 22,0% |
| | | % of Total | 7,1% | 10,2% | 4,7% | 22,0% |

| | | | | | |
|-------|---|--------|--------|--------|--------|
| Total | Count | 173 | 150 | 99 | 422 |
| | % within Starostna skupina | 41,0% | 35,5% | 23,5% | 100,0% |
| | % within Anekdote in dogodki bi morali biti del obreda. | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | % of Total | 41,0% | 35,5% | 23,5% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 50,782(a) | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 55,387 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 4,274 | 1 | ,039 |
| N of Valid Cases | 422 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,82.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,347 | | | ,000 |
| | Cramer's V | ,245 | | | ,000 |
| | Contingency Coefficient | ,328 | | | ,000 |
| Interval by Interval | Pearson's R | ,101 | ,050 | 2,076 | ,039(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | ,123 | ,051 | 2,548 | ,011(c) |
| N of Valid Cases | | 422 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Glasba na pogrebih mora biti omejena na tradicionalno.

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 183 | 43,4 | 43,4 | 43,4 |
| | Ne | 215 | 50,9 | 50,9 | 94,3 |
| | Ne vem | 24 | 5,7 | 5,7 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med starostno skupino in mnenjem o tem, ali bi morala biti glasba na pogrebih omejena na tradicionalno

| | | Glasba na pogrebih mora biti omejena na tradicionalno. | | | Total | |
|-------------------|--------------|---|-------|--------|-------|--------|
| | | Da | Ne | Ne vem | | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 14 | 80 | 12 | 106 |
| | | % within Starostna skupina | 13,2% | 75,5% | 11,3% | 100,0% |
| | | % within Glasba na pogrebih mora biti omejena na tradicionalno. | 7,7% | 37,2% | 50,0% | 25,1% |

| | | | | | | |
|-------|---|---|--------|--------|--------|--------|
| Total | 31 do 45 let | Count | 34 | 68 | 5 | 107 |
| | | % within Starostna skupina | 31,8% | 63,6% | 4,7% | 100,0% |
| | | % within Glasba na pogrebih mora biti omejena na tradicionalno. | 18,6% | 31,6% | 20,8% | 25,4% |
| | 46 do 60 let | Count | 62 | 50 | 4 | 116 |
| | | % within Starostna skupina | 53,4% | 43,1% | 3,4% | 100,0% |
| | | % within Glasba na pogrebih mora biti omejena na tradicionalno. | 33,9% | 23,3% | 16,7% | 27,5% |
| | 61 in več let | Count | 73 | 17 | 3 | 93 |
| | | % within Starostna skupina | 78,5% | 18,3% | 3,2% | 100,0% |
| | | % within Glasba na pogrebih mora biti omejena na tradicionalno. | 39,9% | 7,9% | 12,5% | 22,0% |
| Total | Count | 183 | 215 | 24 | 422 | |
| | % within Starostna skupina | 43,4% | 50,9% | 5,7% | 100,0% | |
| | % within Glasba na pogrebih mora biti omejena na tradicionalno. | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 99,584(a) | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 106,642 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 84,909 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 422 | | |

a 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,29.

Symmetric Measures

| | | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|-------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,486 | ,000 |
| | Cramer's V | ,343 | ,000 |
| | Contingency Coefficient | ,437 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 422 | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Bi želeli omogočiti prenos prek spleta?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 68 | 16,1 | 16,1 | 16,1 |
| | Ne | 297 | 70,4 | 70,4 | 86,5 |
| | Ne vem | 57 | 13,5 | 13,5 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med spolom in tem, ali bi želeli omogočiti prenos pogreba prek spleta

| | | | Bi želeli omogočiti prenos prek spleta? | | | Total |
|-------|--------|--|---|--------|--------|--------|
| | | | Da | Ne | Ne vem | |
| Spol | moški | Count | 42 | 127 | 28 | 197 |
| | | % within Spol | 21,3% | 64,5% | 14,2% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli omogočiti prenos prek spleta? % of Total | 61,8% | 42,8% | 49,1% | 46,7% |
| | ženski | Count | 26 | 170 | 29 | 225 |
| | | % within Spol | 11,6% | 75,6% | 12,9% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli omogočiti prenos prek spleta? % of Total | 38,2% | 57,2% | 50,9% | 53,3% |
| Total | | Count | 68 | 297 | 57 | 422 |
| | | % within Spol | 16,1% | 70,4% | 13,5% | 100,0% |
| | | % within Bi želeli omogočiti prenos prek spleta? % of Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 8,186(a) | 2 | ,017 |
| Likelihood Ratio | 8,206 | 2 | ,017 |
| Linear-by-Linear Association | 2,526 | 1 | ,112 |
| N of Valid Cases | 422 | | |

a 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,61.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|--------------------|-----|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,139 | | | ,017 |

| | | | | | |
|----------------------|-------------------------|------|------|-------|---------|
| | Cramer's V | ,139 | | | ,017 |
| | Contingency Coefficient | ,138 | | | ,017 |
| Interval by Interval | Pearson's R | ,077 | ,049 | 1,592 | ,112(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | ,079 | ,049 | 1,623 | ,105(c) |
| N of Valid Cases | | 422 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Prenos prek spleta je dobra zamisel

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 81 | 19,2 | 19,2 | 19,2 |
| | Ne | 273 | 64,7 | 64,7 | 83,9 |
| | Ne vem | 68 | 16,1 | 16,1 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Bi vi osebno želeli imeti spletni grob?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 48 | 11,4 | 11,4 | 11,4 |
| | Ne | 309 | 73,2 | 73,2 | 84,6 |
| | Ne vem | 65 | 15,4 | 15,4 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Bi prave sveče in cvetje nadomestili z virtualnimi?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da, v celoti | 52 | 12,3 | 12,3 | 12,3 |
| | Deloma | 171 | 40,5 | 40,5 | 52,8 |
| | Ne | 153 | 36,3 | 36,3 | 89,1 |
| | Ne vem | 46 | 10,9 | 10,9 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med starostno skupino in pripravljenostjo za nadomestitev pravih sveč z virtualnimi

| | | | Bi prave sveče in cvetje nadomestili z virtualnimi? | | | | Total |
|-------------------|---|---|---|--------|-------|--------|--------|
| | | | Da, v celoti | Deloma | Ne | Ne vem | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 11 | 61 | 29 | 5 | 106 |
| | | % within Starostna skupina | 10,4% | 57,5% | 27,4% | 4,7% | 100,0% |
| | 31 do 45 let | % within Bi prave sveče in cvetje nadomestili z virtualnimi? % of Total | 21,2% | 35,7% | 19,0% | 10,9% | 25,1% |
| | | Count | 14 | 43 | 37 | 13 | 107 |
| | % within Starostna skupina | 13,1% | 40,2% | 34,6% | 12,1% | 100,0% | |
| | % within Bi prave sveče in cvetje nadomestili z | 26,9% | 25,1% | 24,2% | 28,3% | 25,4% | |

| | | virtualnimi? | | | | | |
|---------------|--|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 46 do 60 let | % of Total | | 3,3% | 10,2% | 8,8% | 3,1% | 25,4% |
| | Count | | 14 | 46 | 40 | 16 | 116 |
| 61 in več let | % within Starostna skupina | | 12,1% | 39,7% | 34,5% | 13,8% | 100,0% |
| | % within Bi prave sveče in cvetje nadomestili z virtualnimi? | | 26,9% | 26,9% | 26,1% | 34,8% | 27,5% |
| | % of Total | | 3,3% | 10,9% | 9,5% | 3,8% | 27,5% |
| | Count | | 13 | 21 | 47 | 12 | 93 |
| Total | % within Starostna skupina | | 14,0% | 22,6% | 50,5% | 12,9% | 100,0% |
| | % within Bi prave sveče in cvetje nadomestili z virtualnimi? | | 25,0% | 12,3% | 30,7% | 26,1% | 22,0% |
| | % of Total | | 3,1% | 5,0% | 11,1% | 2,8% | 22,0% |
| | Count | | 52 | 171 | 153 | 46 | 422 |
| | % within Starostna skupina | | 12,3% | 40,5% | 36,3% | 10,9% | 100,0% |
| | % within Bi prave sveče in cvetje nadomestili z virtualnimi? | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | % of Total | | 12,3% | 40,5% | 36,3% | 10,9% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 28,417(a) | 9 | ,001 |
| Likelihood Ratio | 29,530 | 9 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | 8,841 | 1 | ,003 |
| N of Valid Cases | 422 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,14.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,259 | | | ,001 |
| | Cramer's V | ,150 | | | ,001 |
| | Contingency Coefficient | ,251 | | | ,001 |
| Interval by Interval | Pearson's R | ,145 | ,047 | 3,002 | ,003(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | ,161 | ,047 | 3,348 | ,001(c) |
| N of Valid Cases | | 422 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Kakšna bi bila vloga spletnega groba?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Dopolnilo klasičnemu grobu | 170 | 40,3 | 40,3 | 40,3 |
| | Nadomestilo klasičnega groba | 68 | 16,1 | 16,1 | 56,4 |
| | Ne vem | 184 | 43,6 | 43,6 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med starostno skupino in mnenjem o tem, kakšna bi bila prevladujoča uporaba spletnega groba

| | | | Kakšna bi bila vloga spletnega groba? | | | Total |
|-------------------|--|---|---------------------------------------|------------------------------|--------|--------|
| | | | Dopolnilo klasičnemu grobu | Nadomestilo klasičnega groba | Ne vem | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 66 | 12 | 28 | 106 |
| | | % within Starostna skupina | 62,3% | 11,3% | 26,4% | 100,0% |
| | | % within Kakšna bi bila vloga spletnega groba? % of Total | 38,8% | 17,6% | 15,2% | 25,1% |
| | 31 do 45 let | Count | 46 | 15 | 46 | 107 |
| | | % within Starostna skupina | 43,0% | 14,0% | 43,0% | 100,0% |
| | | % within Kakšna bi bila vloga spletnega groba? % of Total | 27,1% | 22,1% | 25,0% | 25,4% |
| | 46 do 60 let | Count | 38 | 22 | 56 | 116 |
| | | % within Starostna skupina | 32,8% | 19,0% | 48,3% | 100,0% |
| | | % within Kakšna bi bila vloga spletnega groba? % of Total | 22,4% | 32,4% | 30,4% | 27,5% |
| | 61 in več let | Count | 20 | 19 | 54 | 93 |
| | | % within Starostna skupina | 21,5% | 20,4% | 58,1% | 100,0% |
| | | % within Kakšna bi bila vloga spletnega groba? % of Total | 11,8% | 27,9% | 29,3% | 22,0% |
| Total | Count | 170 | 68 | 184 | 422 | |
| | % within Starostna skupina | 40,3% | 16,1% | 43,6% | 100,0% | |
| | % within Kakšna bi bila vloga spletnega groba? | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |
| | % of Total | 40,3% | 16,1% | 43,6% | 100,0% | |
| | | | | | | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 38,375(a) | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 39,150 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 32,686 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 422 | | |

a 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,99.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,302 | | | ,000 |
| | Cramer's V | ,213 | | | ,000 |
| | Contingency Coefficient | ,289 | | | ,000 |
| Interval by Interval | Pearson's R | ,279 | ,045 | 5,946 | ,000(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | ,277 | ,046 | 5,913 | ,000(c) |
| N of Valid Cases | | 422 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Kakšno bi bilo primerno plačilo za spletni grob?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | do 5 % letne najemnine | 124 | 29,4 | 29,5 | 29,5 |
| | do 10 % letne najemnine | 42 | 10,0 | 10,0 | 39,5 |
| | do 20 % letne najemnine | 7 | 1,7 | 1,7 | 41,2 |
| | ne vem | 247 | 58,5 | 58,8 | 100,0 |
| | Total | 420 | 99,5 | 100,0 | |
| Missing | System | 2 | ,5 | | |
| Total | | 422 | 100,0 | | |

Obisk pokopališč zaradi obiska pri pokojnih svojcih in bližnjih

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 378 | 89,6 | 100,0 | 100,0 |
| Missing | System | 44 | 10,4 | | |
| Total | | 422 | 100,0 | | |

Obisk pokopališč iz navade, tradicije

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 78 | 18,5 | 100,0 | 100,0 |
| Missing | System | 344 | 81,5 | | |
| Total | | 422 | 100,0 | | |

Obisk pokopališč zaradi duševnega miru

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Da | 36 | 8,5 | 100,0 | 100,0 |
| Missing System | 386 | 91,5 | | |
| Total | 422 | 100,0 | | |

Obisk pokopališč zaradi raziskovanja preklosti ali umetnosti

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Da | 22 | 5,2 | 100,0 | 100,0 |
| Missing System | 400 | 94,8 | | |
| Total | 422 | 100,0 | | |

Obisk pokopališč zaradi prijetnega okolja

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Da | 10 | 2,4 | 100,0 | 100,0 |
| Missing System | 412 | 97,6 | | |
| Total | 422 | 100,0 | | |

Obisk pokopališč - ne obiskujem pokopališč

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Da | 7 | 1,7 | 100,0 | 100,0 |
| Missing System | 415 | 98,3 | | |
| Total | 422 | 100,0 | | |

Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Da | 215 | 50,9 | 50,9 | 50,9 |
| Ne | 151 | 35,8 | 35,8 | 86,7 |
| Ne vem | 56 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med izobrazbenimi razredi in podporo zamisli, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost

| | | Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? | | | | |
|------|---------|--|-------|--------|-------|--------|
| | | Da | Ne | Ne vem | Total | |
| šola | nizka | Count | 25 | 32 | 14 | 71 |
| | | % within šola | 35,2% | 45,1% | 19,7% | 100,0% |
| | | % within Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? | 11,6% | 21,2% | 25,0% | 16,8% |
| | | % of Total | 5,9% | 7,6% | 3,3% | 16,8% |
| | srednja | Count | 128 | 86 | 32 | 246 |

| | | | | | |
|--------|--|--------|--------|--------|--------|
| | % within šola | 52,0% | 35,0% | 13,0% | 100,0% |
| | % within Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? | 59,5% | 57,0% | 57,1% | 58,3% |
| | % of Total | 30,3% | 20,4% | 7,6% | 58,3% |
| visoka | Count | 62 | 33 | 10 | 105 |
| | % within šola | 59,0% | 31,4% | 9,5% | 100,0% |
| | % within Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? | 28,8% | 21,9% | 17,9% | 24,9% |
| | % of Total | 14,7% | 7,8% | 2,4% | 24,9% |
| Total | Count | 215 | 151 | 56 | 422 |
| | % within šola | 50,9% | 35,8% | 13,3% | 100,0% |
| | % within Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | % of Total | 50,9% | 35,8% | 13,3% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 10,522(a) | 4 | ,032 |
| Likelihood Ratio | 10,602 | 4 | ,031 |
| Linear-by-Linear Association | 9,147 | 1 | ,002 |
| N of Valid Cases | 422 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,42.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,158 | | | ,032 |
| | Cramer's V | ,112 | | | ,032 |
| | Contingency Coefficient | ,156 | | | ,032 |
| Interval by Interval | Pearson's R | -,147 | ,048 | -3,054 | ,002(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | -,148 | ,048 | -3,075 | ,002(c) |
| N of Valid Cases | | 422 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Povezava med spolom in naklonjenostjo zamisli, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost

| | | | Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? | | Total |
|-------|--|--|---|--------|--------|
| | | | Da | Ne | |
| Spol | moški | Count | 93 | 88 | 181 |
| | | % within Spol | 51,4% | 48,6% | 100,0% |
| | | % within Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? % of Total | 43,3% | 58,3% | 49,5% |
| | ženski | Count | 122 | 63 | 185 |
| | | % within Spol | 65,9% | 34,1% | 100,0% |
| | | % within Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? % of Total | 56,7% | 41,7% | 50,5% |
| Total | Count | 215 | 151 | 366 | |
| | % within Spol | 58,7% | 41,3% | 100,0% | |
| | % within Ali podpirate zamisel, da se nekatera pokopališča razvijajo tudi kot turistična zanimivost? % of Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |
| | % of Total | 58,7% | 41,3% | 100,0% | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------|----------|----|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | 8,008(b) | 1 | ,005 | | |
| Continuity Correction(a) | 7,418 | 1 | ,006 | | |
| Likelihood Ratio | 8,038 | 1 | ,005 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | ,006 | ,003 |
| Linear-by-Linear Association | 7,986 | 1 | ,005 | | |
| N of Valid Cases | 366 | | | | |

a Computed only for a 2x2 table

b 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 74,67.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | -,148 | | | ,005 |
| | Cramer's V | ,148 | | | ,005 |
| | Contingency Coefficient | ,146 | | | ,005 |
| Interval by Interval | Pearson's R | -,148 | ,052 | -2,853 | ,005(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | -,148 | ,052 | -2,853 | ,005(c) |
| N of Valid Cases | | 366 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Bi uporabljali voden ogled pokopališča?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 77 | 18,2 | 18,2 | 18,2 |
| | Ne | 289 | 68,5 | 68,5 | 86,7 |
| | Ne vem | 56 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Bi uporabljali informativne table?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 274 | 64,9 | 64,9 | 64,9 |
| | Ne | 111 | 26,3 | 26,3 | 91,2 |
| | Ne vem | 37 | 8,8 | 8,8 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Bi uporabljali priložnostno urejanje groba?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 231 | 54,7 | 54,7 | 54,7 |
| | Ne | 159 | 37,7 | 37,7 | 92,4 |
| | Ne vem | 32 | 7,6 | 7,6 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med izobrazbenimi razredi in predvideno uporabo priložnostnega urejanja groba

| | | Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | | Total | |
|------|---------|--|-------|-------|--------|
| | | Da | Ne | | |
| šola | nizka | Count | 25 | 40 | 65 |
| | | % within šola | 38,5% | 61,5% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 10,8% | 25,2% | 16,7% |
| | | % of Total | 6,4% | 10,3% | 16,7% |
| | srednja | Count | 136 | 90 | 226 |
| | | % within šola | 60,2% | 39,8% | 100,0% |

| | | | | | |
|--|--------|--|--------|--------|--------|
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 58,9% | 56,6% | 57,9% |
| | | % of Total | 34,9% | 23,1% | 57,9% |
| | visoka | Count | 70 | 29 | 99 |
| | | % within šola | 70,7% | 29,3% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 30,3% | 18,2% | 25,4% |
| | | % of Total | 17,9% | 7,4% | 25,4% |
| | Total | Count | 231 | 159 | 390 |
| | | % within šola | 59,2% | 40,8% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % of Total | 59,2% | 40,8% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 17,094(a) | 2 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 17,055 | 2 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 15,854 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 390 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,50.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,209 | | | ,000 |
| | Cramer's V | ,209 | | | ,000 |
| | Contingency Coefficient | ,205 | | | ,000 |
| Interval by Interval | Pearson's R | -,202 | ,049 | -4,060 | ,000(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | -,199 | ,049 | -4,008 | ,000(c) |
| N of Valid Cases | | 390 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Povezava med starostno skupino in predvideno uporabo priložnostnega urejanja groba

| | | Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | | Total | |
|-------------------|--------------|---|-------|-------|--------|
| | | Da | Ne | | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 58 | 36 | 94 |
| | | % within Starostna skupina | 61,7% | 38,3% | 100,0% |

| | | | | | |
|-------|---------------|--|--------|--------|--------|
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 25,1% | 22,6% | 24,1% |
| | | % of Total | 14,9% | 9,2% | 24,1% |
| | 31 do 45 let | Count | 73 | 30 | 103 |
| | | % within Starostna skupina | 70,9% | 29,1% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 31,6% | 18,9% | 26,4% |
| | | % of Total | 18,7% | 7,7% | 26,4% |
| | 46 do 60 let | Count | 66 | 45 | 111 |
| | | % within Starostna skupina | 59,5% | 40,5% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 28,6% | 28,3% | 28,5% |
| | | % of Total | 16,9% | 11,5% | 28,5% |
| | 61 in več let | Count | 34 | 48 | 82 |
| | | % within Starostna skupina | 41,5% | 58,5% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 14,7% | 30,2% | 21,0% |
| | | % of Total | 8,7% | 12,3% | 21,0% |
| Total | | Count | 231 | 159 | 390 |
| | | % within Starostna skupina | 59,2% | 40,8% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali priložnostno urejanje groba? | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | | % of Total | 59,2% | 40,8% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 16,742(a) | 3 | ,001 |
| Likelihood Ratio | 16,740 | 3 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | 8,960 | 1 | ,003 |
| N of Valid Cases | 390 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,43.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|--------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,207 | | | ,001 |
| | Cramer's V | ,207 | | | ,001 |
| | Contingency Coefficient | ,203 | | | ,001 |
| | | | | | |

| | | | | | |
|----------------------|----------------------|------|------|-------|---------|
| Interval by Interval | Pearson's R | ,152 | ,051 | 3,024 | ,003(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | ,152 | ,051 | 3,024 | ,003(c) |
| N of Valid Cases | | 390 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Bi uporabljali celoletno urejanje groba?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Da | 96 | 22,7 | 22,7 | 22,7 |
| Ne | 288 | 68,2 | 68,2 | 91,0 |
| Ne vem | 38 | 9,0 | 9,0 | 100,0 |
| Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Bi uporabljali cvetličarno?

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Da | 285 | 67,5 | 67,5 | 67,5 |
| Ne | 96 | 22,7 | 22,7 | 90,3 |
| Ne vem | 41 | 9,7 | 9,7 | 100,0 |
| Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med starostnimi skupinami in predvideno uporabo cvetličarne

| | | Bi uporabljali cvetličarno? | | Total | |
|-------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------|--------|--------|
| | | Da | Ne | | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 80 | 18 | 98 |
| | | % within Starostna skupina | 81,6% | 18,4% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali cvetličarno? | 28,1% | 18,8% | 25,7% |
| | | % of Total | 21,0% | 4,7% | 25,7% |
| | 31 do 45 let | Count | 82 | 17 | 99 |
| | | % within Starostna skupina | 82,8% | 17,2% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali cvetličarno? | 28,8% | 17,7% | 26,0% |
| | | % of Total | 21,5% | 4,5% | 26,0% |
| | 46 do 60 let | Count | 79 | 27 | 106 |
| | | % within Starostna skupina | 74,5% | 25,5% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali cvetličarno? | 27,7% | 28,1% | 27,8% |
| | | % of Total | 20,7% | 7,1% | 27,8% |
| 61 in več let | Count | 44 | 34 | 78 | |
| | % within Starostna skupina | 56,4% | 43,6% | 100,0% | |
| | % within Bi uporabljali cvetličarno? | 15,4% | 35,4% | 20,5% | |
| | % of Total | | | | |

| | | | | |
|-------|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| Total | % of Total | 11,5% | 8,9% | 20,5% |
| | Count | 285 | 96 | 381 |
| | % within Starostna skupina | 74,8% | 25,2% | 100,0% |
| | % within Bi uporabljali cvetličarno? | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | % of Total | 74,8% | 25,2% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 19,812(a) | 3 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 18,714 | 3 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 15,122 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 381 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,65.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,228 | | | ,000 |
| | Cramer's V | ,228 | | | ,000 |
| | Contingency Coefficient | ,222 | | | ,000 |
| Interval by Interval | Pearson's R | ,199 | ,052 | 3,963 | ,000(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | ,198 | ,052 | 3,928 | ,000(c) |
| N of Valid Cases | | 381 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Povezava med izobrazbenimi razredi in predvideno uporabo cvetličarne

| | | Bi uporabljali cvetličarno? | | Total | |
|--------------------------------------|------------|--------------------------------------|-------|--------|--------|
| | | Da | Ne | | |
| šola | nizka | Count | 40 | 23 | 63 |
| | | % within šola | 63,5% | 36,5% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali cvetličarno? | 14,0% | 24,0% | 16,5% |
| | | % of Total | 10,5% | 6,0% | 16,5% |
| | srednja | Count | 167 | 57 | 224 |
| | | % within šola | 74,6% | 25,4% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali cvetličarno? | 58,6% | 59,4% | 58,8% |
| | | % of Total | 43,8% | 15,0% | 58,8% |
| | visoka | Count | 78 | 16 | 94 |
| % within šola | | 83,0% | 17,0% | 100,0% | |
| % within Bi uporabljali cvetličarno? | | 27,4% | 16,7% | 24,7% | |
| | % of Total | 20,5% | 4,2% | 24,7% | |

| | | | | |
|-------|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| Total | Count | 285 | 96 | 381 |
| | % within šola | 74,8% | 25,2% | 100,0% |
| | % within Bi uporabljali cvetličarno? | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | % of Total | 74,8% | 25,2% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 7,617(a) | 2 | ,022 |
| Likelihood Ratio | 7,578 | 2 | ,023 |
| Linear-by-Linear Association | 7,514 | 1 | ,006 |
| N of Valid Cases | 381 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,87.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,141 | | | ,022 |
| | Cramer's V | ,141 | | | ,022 |
| | Contingency Coefficient | ,140 | | | ,022 |
| Interval by Interval | Pearson's R | -,141 | ,050 | -2,765 | ,006(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | -,140 | ,050 | -2,751 | ,006(c) |
| N of Valid Cases | | 381 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Bi uporabljali kavarno?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 135 | 32,0 | 32,0 | 32,0 |
| | Ne | 239 | 56,6 | 56,6 | 88,6 |
| | Ne vem | 48 | 11,4 | 11,4 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Da | 235 | 55,7 | 55,7 | 55,7 |
| | Ne | 122 | 28,9 | 28,9 | 84,6 |
| | Ne vem | 65 | 15,4 | 15,4 | 100,0 |
| | Total | 422 | 100,0 | 100,0 | |

Povezava med starostno skupino in predvideno uporabo strokovne pomoči

| | | | Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? | | Total |
|-------------------|--|--|---|--------|--------|
| | | | Da | Ne | |
| Starostna skupina | 18 do 30 let | Count | 66 | 24 | 90 |
| | | % within Starostna skupina | 73,3% | 26,7% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? | 28,1% | 19,7% | 25,2% |
| | | % of Total | 18,5% | 6,7% | 25,2% |
| | 31 do 45 let | Count | 69 | 27 | 96 |
| | | % within Starostna skupina | 71,9% | 28,1% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? | 29,4% | 22,1% | 26,9% |
| | | % of Total | 19,3% | 7,6% | 26,9% |
| | 46 do 60 let | Count | 68 | 33 | 101 |
| | | % within Starostna skupina | 67,3% | 32,7% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? | 28,9% | 27,0% | 28,3% |
| | | % of Total | 19,0% | 9,2% | 28,3% |
| 61 in več let | Count | 32 | 38 | 70 | |
| | % within Starostna skupina | 45,7% | 54,3% | 100,0% | |
| | % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? | 13,6% | 31,1% | 19,6% | |
| | % of Total | 9,0% | 10,6% | 19,6% | |
| Total | Count | 235 | 122 | 357 | |
| | % within Starostna skupina | 65,8% | 34,2% | 100,0% | |
| | % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |
| | % of Total | 65,8% | 34,2% | 100,0% | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|--------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 16,504(a) | 3 | ,001 |

| | | | |
|------------------------------|--------|---|------|
| Likelihood Ratio | 15,902 | 3 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | 12,145 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 357 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 23,92.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,215 | | | ,001 |
| | Cramer's V | ,215 | | | ,001 |
| | Contingency Coefficient | ,210 | | | ,001 |
| Interval by Interval | Pearson's R | ,185 | ,053 | 3,541 | ,000(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | ,182 | ,053 | 3,487 | ,001(c) |
| N of Valid Cases | | 357 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.

Povezava med izobrazbenimi razredi in predvideno uporabo strokovne pomoči

| | | Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? | | Total | |
|-------|---------|--|-------|-------|--------|
| | | Da | Ne | | |
| šola | nizka | Count | 26 | 30 | 56 |
| | | % within šola | 46,4% | 53,6% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? % of Total | 11,1% | 24,6% | 15,7% |
| | srednja | Count | 129 | 73 | 202 |
| | | % within šola | 63,9% | 36,1% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? % of Total | 36,1% | 20,4% | 56,6% |
| | visoka | Count | 80 | 19 | 99 |
| | | % within šola | 80,8% | 19,2% | 100,0% |
| | | % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? % of Total | 22,4% | 5,3% | 27,7% |
| Total | | Count | 235 | 122 | 357 |
| | | % within šola | 65,8% | 34,2% | 100,0% |

| | | | |
|--|--------|--------|--------|
| % within Bi uporabljali strokovno pomoč pri rodovnikih in zgodovini? | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| % of Total | 65,8% | 34,2% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-----------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 19,592(a) | 2 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 20,048 | 2 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 19,535 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 357 | | |

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,14.

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error(a) | Approx. T(b) | Approx. Sig. |
|----------------------|-------------------------|-------|----------------------|--------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,234 | | | ,000 |
| | Cramer's V | ,234 | | | ,000 |
| | Contingency Coefficient | ,228 | | | ,000 |
| Interval by Interval | Pearson's R | -,234 | ,050 | -4,540 | ,000(c) |
| Ordinal by Ordinal | Spearman Correlation | -,234 | ,050 | -4,529 | ,000(c) |
| N of Valid Cases | | 357 | | | |

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on normal approximation.