



## MENADŽMENT DOGAĐAJA KAO PLATFORMA ZA SINHRONIZACIJU AKTIVNOSTI INSTITUCIJA VLASTI, PRIVREDE I OBRAZOVNIH INSTITUCIJA

## EVENT MANAGEMENT AS A PLATFORM FOR SYNCHRONIZATION GOVERNMENT, ECONOMY AND EDUCATION INSTITUTIONS ACTIVITIES

Elvir Čizmić<sup>a,1</sup>

<sup>a</sup>Univerzitet u Sarajevu, Bosna i Hercegovina/University in Sarajevo, Bosnia and Herzegovina

### PODACI O ČLANKU

Primljen 12.02.2019.  
Dostavljen na recenziju 15.02.2019.  
Prihvaćen 25.03.2019.  
Dostupan online od 05.07.2019.

#### *Ključne riječi:*

Industrija događaja  
Upravljanje znanjem  
Klasifikacija događaja  
EMBOK  
Ekonomski razvoj

### ARTICLE INFO

Received 02/12/2019  
Sent to revision 02/15/2019  
Accepted 03/25/2019  
Available online 07/05/2019

#### *Keywords:*

Event Industry  
Knowledge Management  
Event Classification  
EMBOK  
Economic Development

### APSTRAKT

Koncept upravljanja događajima predstavlja veliku sliku, odnosno radni okvir, koji daje odgovore na sva bitna pitanja koja se odnose na planirane događaje, upravljanje događajima, projektiranje i operacije događaja. S obzirom da savremeni koncepti upravljanja troškovima polaze od činjenice da su aktivnosti osnovni elementi koji generiraju troškove, odnosno konzumiraju resurse, jasno da se na upravljanje događajima u potpunosti mogu primijeniti novi sistemi upravljanja troškovima na bazi aktivnosti, kao i principi upravljanja projektima. Menadžment događaja je multidisciplinarna naučna disciplina, jer u kreiranje modela, koncepata i praksi uključuje spoznaje koje dolaze iz drugih naučnih disciplina, dok kroz aplikaciju istih objedinjuje rad različitih obrazovnih profila koji, pored profesionalnog menadžera za upravljanje događajima, uključuju psihologe, sociologe, ekonomiste, pravnike i druge obrazovne profile tehničkih i prirodnih znanosti što zavisi od specifičnosti događaja te njegovog sadržaja, vremena, fokusa, namjene, lokacije kroz jasno razumjevanje istog kao interdisciplinarno orijentiranog naučnog pravca. Industrija događaja, uključujući sajmove, festivale, sastanke, konferencije, izložbe, vjerske događaje, sport i niz drugih događanja, brzo se razvija i čini značajan doprinos poslovnom razvoju a posebno u oblasti turizma ali ujedno predstavlja i platformu za početak ili unapređenje poslovnih aktivnosti u drugim privrednim granama. S povećanjem regulacije i rasta državne i korporativne uključenosti u događaje, okruženje za ovaj vid industrije i biznisa je postalo znatno složenije. Voditelji događaja sada su potrebni za identifikaciju i servisiranje širokog raspona sudionika, odnosno interesnih skupina uz balansiranje njihovih zahtjeva, potreba i ciljeva. Ovaj rad ima za cilj prezentirati ključne komponente različitih događaja koji bi mogli biti iskorišteni za privredni razvoj Bosne i Hercegovine, kroz korištenje naučnih spoznaja menadžmenta događaja kao platforme za optimizaciju djelovanja institucija vlasti, poslodavaca i obrazovnih institucija.

### ABSTRACT

The event management concept represents a big picture, or a framework, that gives answers on all important issues related to planned events, event management, event design and event operations. Since, modern cost management concepts are based on the fact that the activities are the basic elements that generate costs or consume resources, it is clear that new activities based costs management systems and project management principles can be fully applied to event management. Event management is a multidisciplinary scientific discipline, because in the creation of models, concepts and practices, it includes insights coming from other disciplines, while through the application it combines the work of different educational profiles that, in addition to a professional event manager, include psychologists, sociologists, economists, lawyers and other educational profiles of technical and natural sciences that depend on the specificity of the event and its content, time, focus, purpose, location through a clear understanding of the same as an interdisciplinary oriented science stream. The event industry, including fairs, festivals, meetings, conferences, exhibitions, religious events, sports and a number of other events, is rapidly evolving and making a significant contribution to business development, especially in the field of tourism, but also represents a platform for starting or improving business activities in other economic branches. With the increase in regulation and growth of state and corporate involvement in events, the environment for this industry and business has become much more complex. Event leaders are now required to identify and service a broad range of stakeholders, or interest groups, by balancing their requirements, needs, and goals. This paper aims to present key components of various events that could be used for the economic development of Bosnia and Herzegovina through the use of scientific knowledge of event management as a platform for optimizing the work of government institutions, employers and educational institutions.

<sup>1</sup> elvir.cizmic@efsa.unsa.ba

## Uvod

Menadžment događaja postaje sve važnije područje istraživanja iz razloga što sve bitnije društvene i poslovne aktivnosti počinju određenim događajima koji definiraju jasne odrednice, ciljeve, sadržaj i aktere. Ako se posmatra interni organizacijski kontekst svako bitno strateško opredjeljenje počinje određenim događajem koji top menadžment projektira sa ciljem mobilizacije svih zaposlenika na planiranom projektu i na taj način stvara alijansu podrške kroz razvoj osjećaja hitnosti za sve zaposlenike. To znači da kada se organizira događaj bilo kojeg nivoa trebaju postojati određeni parametri dizajna istog koji će pomoći top menadžmentu da optimizira njihov sadržaj, trajanje, učesnike i efekte. To znači da čak i događaji tipa sastanka u organizaciji moraju imati određene parametre dizajna koji će osigurati optimizaciju organizacijskih procesa koji trebaju biti usmjereni na organizacijski opstanak, rast i razvoj. Ako se događaji posmatraju u širem kontekstu može se zaključiti da sve društvene, ekonomske i političke promjene počinju određenim događajima počevši od onih niže razine koji uključuju potpisivanje nekog ugovora, deklaracije ili memorandum pa do događaja visoke razine tipa konferencija, foruma, konvencija i različitih tipova rituala i ceremonija. U navedenom kontekstu događaji su bitna vehikula za razvoj i promociju novih naučnih dostignuća, aplikacije novih tehnologija, novih programa, projekata i drugih aktivnosti koje mogu uključiti i međunarodne događaje uz kulturalni diverzitet. Konačno menadžment događaja u savremenim uvjetima uzima u obzir i događaje vezane za pojedince i određene porodice na društvenom mikro nivou, tako da prostor vezan za razvoj navedenih društvenih i poslovnih aktivnosti postaje sve značajniji i sadržajniji.

S obzirom na navedene društvene i poslovne izazove pojavila se potreba za razvoj specifične profesije koja se fokusira na efektivno organiziranje različitih tipova događaja. Za planiranje, upravljanje i realizaciju različitih tipova događaja trebaju se razvijati osobe koje posjeduju specifična multidisciplinarna znanja koja uključuju opšti menadžment, projektni menadžment, upravljanje troškovima na bazi aktivnosti i niz drugih naučnih disciplina koje uključuju grupacije tehničkih, prirodnih, društvenih, umjetničkih i humanističkih nauka. S obzirom na navedenu kompleksnost u ovom području se stvara prostor za ustrojavanje agencija koje mogu biti posebna vrsta profesionalne djelatnosti za organizovanje različitih vrsta događaja što se često i dešava u praksi u smislu osnivanja agencija, odnosno biznisa koji se bave ovom djelatnošću. S obzirom na navedene fenomene neophodno je upravljanje događajima u okviru društvenog i privrednog djelovanja metodološki modelirati i naučno utemeljiti na određenim spoznajama koje će osigurati isporuku višeg nivoa vrijednosti na efektivan i efikasan način.

### 1. Ključna metodologija i konceptualni okvir organizacije događaja

Radni okvir koji predstavlja platformu za upravljanjem događajima, poznatiji pod nazivom *EMBOK (Event Management Body of Knowledge)* metodologija, je nastala na platformi, odnosno po uzoru, jednog već dobro poznatog radnog okvira iz oblasti menadžmenta, ili preciznije upravljanja projektima, koji nosi naziv *PMBOK (Project Management Body of Knowledge)*. Radni okvir projektnog menadžmenta *PMBOK* je dokumenat dostupan i kreiran od strane američkog instituta za projektni menadžment *PMI (Project Management Institute)*. Originalan dokument je objavljen 1987-me godine a do danas je doživio niz dorađenih izdanja koja kontinuirano unapređuju praksu upravljanja projektima. Ovaj dokument identificira i opisuje generalno prihvaćene principe i praksu projektnog menadžmenta. To ne znači da se projekti svugdje provode na isti način nego da su ljudi zaključili tokom duge prakse da su korisni u realizaciji projekata. Na osnovu navedenih iskustava došlo se do spoznaje koja su najvažnija znanja za koja su potrebna za realizaciju projekata tako da *PMBOK* prepoznaje devet generalnih područja znanja koja su za to potrebna (Marchewka, 2003: 25):

1. Menadžment integracije projekta-(*eng. Project Integration Management*)-ili integracija projekta se fokusira na koordiniranje razvoja projektnog plana, njegovo izvršenje i kontrolu promjena.
2. Menadžment domenom projekta-(*eng-Project Scope Management*)-domen projekta je posao koji se mora kompletirati od strane projektnog tima. Menadžment domenom projekta pruža osiguranje da su projektni poslovi potpuno skladno definirani i da su kompletirani kako je planirano. Nadalje, Menadžment domenom projekta uključuje puteve za osiguranje da se pravilno koriste procedure promjene domena projekta. *PMBOK* identificira pet procesa koji čine grupu procesa za upravljanje domenom projekta a oni su kako slijedi 1. Inicijalizacija domena, 2. Planiranje domena, 3. Definiranje domena, 4. Verifikacija domena i 5. Kontrola promjene domena.

3. Menadžment vremena projekta-(eng-Project Time Management)-Menadžment vremena projekta je važan za razvoj, monitoring i upravljanje projektnim planom. To uključuje identificiranje faza i aktivnosti projekta a nakon toga procjenu, sekvenciranje i pridruživanje resursa za svaku aktivnost da bi se osiguralo da će se domen i ciljevi projekta dostići.
4. Menadžment troškovima projekta-(eng-Project Cost Management)-Menadžment troškovima projekta osigurava da je budžet projekta adekvatno razvijen i kompletiran.
5. Menadžment kvaliteta projekta-(eng-Project Quality Management)-Menadžment kvaliteta projekta je fokusiran na planiranje, razvoj i upravljanje kvalitetnim okruženjem koje pruža sigurnost da projekat dostigne ili prevaziđe potrebe ili očekovanja interesnih grupa.
6. Menadžment ljudskim resursima projekta-(eng-Project Human Resource Management)-Ljudi su najvažniji resurs za svaki projekat. Menadžment ljudskim resursima projekta je fokusiran na kreiranje i razvoj projektnog tima kao i razumijevanje i odgovarajući odgovor na specifikum ponašanja ljudi u okviru Projektnog Menadžmenta općenito.
7. Menadžment komunikacije projekta-(eng-Project Communications Management)-Menadžment komunikacije projekta podrazumijeva zahtjeve za pravovremenu komunikaciju i adekvatnu diseminaciju informacija vezanih za projekat a interesnim grupacijama projekta.
8. Menadžment rizika projekta-(eng-Project Risk Management)-Svi projekti podrazumijevaju postojanje određene doze rizika. Menadžment rizika projekta se tiče identifikacije i odgovora na određene izazove rizika koji mogu uticati na projekat.
9. Menadžment snabdjevanja projekta-(eng-Project Procurement Management)-Projekat uvijek zahtjeva resurse (ljudje, hardware, software i drugu opremu) koja se nalazi izvan organizacije. Menadžment snabdjevanja projekta čini više određenim zahtjev da će navedeni resursi biti planirani i pravovremeno nabavljeni.

Na sličnoj matrici je razvijen koncept *EMBOK* radnog okvira koji uzima u obzir niz elemenata koji su specifični za učinkovito upravljanje događajima. S tim u vezi moguće je prepoznati pet oblasti znanja i povezanih funkcionalnih jedinica i aktivnosti koje uključuju 1.administraciju (finansije, ljudski resursi, informacije, nabavka, akteri, sistemi, vrijeme); 2.dizajn (ugostiteljstvo, sadržaj, zabava, okolina, produkcija, program, tema); 3. marketing (marketing plan, materijali, roba, promocija, odnosi sa javnošću, prodaja, sponzorstvo); 4.operacije (sudionici, komunikacije, infrastruktura, logistika, učesnici, mjesto, tehnika; i 5.rizik (saglasnost, vanredno stanje, zdravlje i bezbjednost, osiguranje, pravo i etika, analiza odluka, obezbjeđenje), koji su korisni kako kao teorijski okvir, tako i kao praktično uputstvo za planiranje i upravljanje događajima a što je predstavljeno na slici br. 1., kako slijedi (Getz, 2007: 2).

**Slika 1: Komponente radnog okvira za upravljanje događajima**

EMBOK-Domen Znanja iz Oblasti Menadžmenta događaja				
<b>Administracija:</b> -Ljudski resursi -Finansije -Informacije -Nabava -Uticajne skupine -Sistemi -Vrijeme	<b>Dizajn:</b> -Sadržaj -Posluga -Zabava -Okruženje -Produkcija -Program -Teme	<b>Marketing:</b> -Marketing plan -Materijali -Robe -Promocija -Odnosi s javnošću -Prodaja -Sponzorstva	<b>Operacije:</b> -Prisustvo -Komunikacije -Infrastruktura -Logistika -Učesnici -Mjesto -Tehnička oprema	<b>Rizik:</b> -Usklađenost -Hitni slučajevi -Zdravlje i sigurnost -Osiguranje -Pravo i etika -Analize i odluke -Zaštita

Radni okvir upravljanja događajima predstavlja veliku sliku, odnosno radni okvir koji daje odgovore na sva bitna pitanja koja se odnose na planirane događaje, upravljanje događajima, projektiranje i operacije događaja. S obzirom da savremeni koncepti upravljanja troškovima polaze od činjenice da su aktivnosti

osnovni elementi koji generiraju troškove, odnosno konzumiraju resurse, jasno da se na upravljanje događajima u potpunosti mogu primijeniti novi sistemi upravljanja troškovima na bazi aktivnosti. Upravljanje događajima ne treba mješati sa studiranjem događaja jer studiranje događaja mogu značiti analizu efekata događaja koji ne moraju nužno uzimati u analizu sve elemente vezane za upravljanje događajima. Potrebno je reći da će se u okviru ovog rada uzeti u obzir obje navedene kategorije na integralan način, tako da se dobiju smjernice kvalitetnog upravljanja događaja uzimajući u obzir i efekte istog na učesnike što predstavlja integralni dio studiranja događaja. Kada novine pišu o prednostima i nedostacima ponude na događaju u svojoj zajednici, to je također element studija, odnosno studiranja događaja. Ukratko, događaji imaju političke implikacije koje se ne mogu zanemariti, i oni nisu jedina dimenzija opservacije kreatora i menadžera događaja.

## 2. Dizajniranje proizvoda, usluga i događaja

Dizajniranje proizvoda, usluga i događaja podrazumijeva oblikovanje koncepta proizvoda i/ili usluge, odnosno koncepta događaja i komponenti koje čine proizvod, usluge ili događaj i sam proces kroz koji će se njegov output konačno producirati. Dobar dizajn pozitivno utiče na konkurentnost organizacije u kontekstu sve tri spomenute vrste outputa. Dizajn ima jedan od najvažnijih ciljeva svake organizacije: pružiti proizvode, usluge i događaje koji će zadovoljiti klijentove potrebe. Dobro dizajnirani output treba producirati pozitivan osjećaj kod kupaca (osjećaj lijepog), ali u isto vrijeme proizvod, usluga i događaj moraju imati i svoju upotrebnu vrijednost (funkciju), te biti isporučeni po razumnoj cijeni i na prihvatljiv način za klijente. Dizajnirani proizvodi, usluge i događaji predstavljaju sve outpute koji se mogu posmatrati sa tri aspekta (Slack et al., 2007: 121):

1. Koncept – razumijevanje prirode, korištenja i vrijednosti proizvoda, usluge ili događaja;
2. Paket komponenti – koje čine proizvod i/ili uslugu, odnosno događaj, koje pružaju pogodnosti prethodno definirane u konceptu;
3. Proces – koji određuje način na koji će se proizvod i/ili usluga, odnosno događaj i njihove komponente proizvesti i isporučiti.

Dizajn proizvoda podrazumijeva stvaranje novog proizvoda kroz efikasnu i učinkovitu pripremu i razvoj ideja kroz proces koji dovodi do novih proizvoda. S druge strane, dizajn usluga predstavlja oblik idejnog rješenja koji uključuje aktivnosti planiranja i organiziranja ljudi, infrastrukture, komunikacija i materijalnih komponenti usluge kako bi se poboljšao kvalitet i uspostavila što bolja interakcija između pružaoca usluge i korisnika. Konačno dizajn događaja podrazumijeva definiranje sadržaja, aktivnosti, dodane vrijednosti, klijenata, vremena i operacija, te projekciju mogućih rizika i pitanja sigurnosti vezanih za predmetni događaj. U navedenom slučaju se jasno vidi da dizajniranje događaja obuhvata i elemente dizajniranja proizvoda i usluga, uz dosta širi kontekst navedenih elemenata. U navedenom smislu potrebno je podrobnije elaborirati navedeni fenomen uzimajući u obzir proizvodnju, upravljanje i načine poimanja i analize događaja u smislu obrazovanja profesionalaca za uspješnu realizaciju istih.

## 3. Proizvodnja događaja, upravljanje događajima i studije događaja

Kroz razvoj obrazovnih programa, kompanija za proizvodnju događaja, rad specijalističkih agencija, te profesionalna udruženja i praksu planiranja i upravljanja događajima mogu se primjetiti sljedeća tri nivoa u ovoj oblasti što uključuje projektiranje/produkciju događaja, upravljanje događajima i studij događaja (Getz, 2007: 3). Bazni nivo je usmjeren prije svega na operativne aspekte koji uključuju vještine za dizajniranje i produkciju događaja. Ova razina zahtjeva učenje kroz praktičan rad i može se povezati sa dizajniranjem i produkcijom događaja kao kod pozorišne predstave, planiranja sastanaka ili organizovanja različitih izložbi. Prirodan domen ovakvih aktivnosti privlači veliki broj ljudi u ovo profesionalno područje ali u savremenim uvjetima treba osigurati određeno predznanje i edukaciju vezano za osmišljavanje i proizvodnju kvalitetnih događaja koji će osigurati pozitivna iskustva a navedena znanja se u savremenim uvjetima na sistematičan način mogu dobiti jedino kroz proces visokog obrazovanja. Pored navedenog, nakon savladavanja teorijskih koncepata i znanja profesionalci u ovoj oblasti razvijaju dizajnerske i produkcijske kapacitete za industriju događaja što zahtjeva savladavanje praktičnih upravljačkih vještina. Znači potrebno je graditi jednu opštu bazu znanja iz ove oblasti a nakon toga iste primjenjivati na konkretno dizajniranje i proizvedene događaje na fleksibilan način bilo da su događaji jednokratni, ciklični ili turistički. Svaka osoba koja se bavi događajima mora razumijeti proces dizajniranja i produkcije događaja uz

razumijevanje određenih univerzalnih teorijskih i znanstvenih koncepata događaja koja su često naslonjena na određena druga znanstvena područja i discipline, što uključuje strateški menadžment, menadžment ljudskih resursa, operacioni i projektni menadžment uključujući i specifična područja menadžmenta vezano za obrazovanje, zdravlje, umjestnost i turizam. Na vrhu navedene piramide su studije događaja kojima se u posljednje vrijeme pridaje velika važnost prije svega zbog složenosti i multidisciplinarnosti koje ovo područje zahtjeva kao preduvjet za kvalitetno dizajniranje i produkciju događaja i naravno njihovo operativno provođenje sa ciljem osiguranja sadržajnog i inspirativnog iskustva učesnika. Upravo kao što je Leibniz, na osnovama logike i silogizama Aristotela (Davis et al., 2003: 17), producirao ključne simbole vezane za integriranje i diferenciranje, uz kategoriziranje pojedinih pojmova tako je i u okviru nove naučne discipline vezane za menadžment događaja neophodno determinirati određene polazne osnove za kvalitetnije razumijevanje materije i bolji sistem mjera za implementaciju istih.

#### **4. Nomenklatura oblasti u okviru industrije organizovanja događaja**

Prema Leiper-u, multidisciplinarni pristup ovom području uključuje proučavanje događaja, prije svega u kontekstu industrije turizma, što uključuje znanja iz drugih naučnih disciplina, dok interdisciplinarna praksa menadžmenta događaja stvara prostor za aplikaciju miksa različitih filozofija, koncepata i tehnika kroz njihovu integraciju u oblasti upravljanja događajima (Zillinger, 2007: 11; Getz, 2007: 8). Za upravljanje događajima se može kazati da je istovremeno društvena, eklektička, primjenjena, multidisciplinarna i interdisciplinarna naučna disciplina. Upravljanje događajima kao predmet izučavanja ima planiranje, organiziranje, vođenje, odnosno implementaciju različitih događaja koji uključuju sportske, turističke, obrazovne, poslovne i druge manifestacije tako da je ova disciplina duboko ukorijenjena u socijalnu stvarnost i praksu. Eklektička nauka (Grč: eklego znači biram, odnosno vidim) znači da je navedena naučna disciplina derivirana kroz spoznaje nastale induktivnim i deduktivnim istraživanjima niza drugih nauka koje uključuju antropologiju, psihologiju, sociologiju, filozofiju, ekonomiju, menadžment, projektni menadžment i druge naučne discipline. Menadžment događaja je primjenjena, odnosno aplikativna praktična naučna disciplina jer su, kroz specifične spoznaje u okviru iste, kreirana specifična znanja, modeli, koncepti i metode koje služe za anticipaciju problema i kvalitetno upravljanje organizacijom događaja i organizacijama koje se bave menadžmentom događaja kao „core“ biznisom. Menadžment događaja je multidisciplinarna naučna disciplina jer u kreiranje modela, koncepata i praksi uključuje koncepte koji dolaze iz drugih naučnih disciplina, dok kroz aplikaciju istih objedinjuje rad različitih obrazovnih profila koji, pored profesionalnog menadžera za upravljanje događajima, uključuju psihologe, sociologe, ekonomiste, pravnike i druge obrazovne profile tehničkih i prirodnih znanosti što zavisi od specifičnosti događaja te njegovog sadržaja, vremena, fokusa, namjene, lokacije kroz jasno razumijevanje istog kao interdisciplinarno orijentiranog naučnog pravca. Navedene činjenice predstavljaju platformu na kojoj će se temeljiti budući razvoj ove naučne discipline. Iz navedenog konteksta se može izvući zaključak da je oblast industrije događaja interesantna za niz industrija koje uključuju industriju obrazovanja, industriju zdravstva, industriju turizma, industriju sporta i sve druge oblasti, unutar koga se u kontekstu različitih ciljeva organiziraju različite vrste događaja.

Industrija događaja, uključujući festivale, sastanke, konferencije, izložbe, poticaje, sport i niz drugih događanja, brzo se razvija i čini značajan doprinos poslovnom razvoju a posebno u oblasti turizma. S povećanjem regulacije i rasta državne i korporativne uključenosti u događaje, okruženje za ovaj vid industrije i biznisa je postalo znatno složenije. Voditelji događaja sada su potrebni za identifikaciju i servisiranje širokog raspona sudionika, odnosno interesnih skupina uz balansiranje njihovih zahtjeva, potreba i ciljeva.

#### **5. Klasifikacija događaja u poslovnom kontekstu**

Svijet planiranih događaja je veoma raznovrstan i uzbudljiv sa skoro neograničenim brojem pojavnih formi, sadržaja, funkcija i iskustava. Značenje koje se može pridružiti događajima, kao i značaj koji mogu imati u našem individualnom i organizacijskom životu i kontekstu, čine od njih fundamentalnu komponentu kulture, realizacije posla i životnog stila (prilagođeno prema Getz, 2007:18). Ovdje je potrebno napraviti distinkciju između događaja i planiranih događaja, uključujući i diskusiju o karakteristikama planiranih i neplaniranih događaja kao i razliku između malih (organizacija rođendana), te velikih događaja tipa

konferencija sa velikim brojem učesnika, do mega događaja koji uključuju olimpijade i svjetska ili regionalna sportska prvenstva i druge tipove manifestacija. Karakteristika temporalnosti (privremenosti) menadžment događaja odnosno predmet njegovog izučavanja „događaj“ postavlja u matricu upravljanja projektima jer sam projekt kao kategorija u svojoj definiciji sadrži karakteristiku privremenosti, tako da kada se promišlja o navedenoj oblasti ovu činjenicu treba imati kontinuirano na umu čak i ako se radi o cikličnim sezonskim događajima, jer se jedino na taj način može osigurati fundamentalna platforma za razumijevanje povezanih naučnih disciplina koje tangiraju ovu oblast. Mnogi pridjevi ili ekstenzije koje se pridružuju događajima iste preciznije određuju ukazujući i na njihovu namjenu, funkcije, formu i ključni uticaj prije svega u kontekstu planiranih događaja koji moraju imati svoju misiju, propoziciju vrijednosti koja se isporučuje i naknadne mjerljive efekte i impakte, odnosno prolongirane uticaje. Termini koji služe kao bliža oznaka događaja što može uključivati pridjeve kao što su „mega“, „epohalni“, „jedinstveni“ i slično referiraju se na sadržaj, značaj, veličinu i funkciju planiranog događaja što može uključivati kombinaciju ili strogi fokus na kreiranje individualnog ili organizacijskog imidža, plasman proizvoda ili usluge, jedinstvenu poruku koja se želi prenijeti, promjenu načina promišljanja i ponašanja učesnika i niz drugih efekata koji se kroz događaja mogu isporučiti. Na osnovu navedenog planirani događaji se mogu kategorisati kao kulturni događaji, politički događaji, umjetnički i zabavni događaji, poslovni događaji, obrazovni i naučni događaji, sportska takmičenja, događaji za rekreaciju i privatni događaji (Getz, 2007: 23). Nadalje se planirani događaji mogu dijeliti prema određenim subkriterijima gdje se kao primjer u oblasti obrazovnih i naučnih događaja mogu navesti različite vrste konferencija iz oblasti poslovne ekonomije, medicine, prava ili neke druge naučne oblasti ili događaja tipa organizacije seminara, webinar, okruglih stolova, radionica ili njihove kombinacije. Naravno da je, u okviru drugih industrija, moguće prepoznati neke dodatne kriterije za podjelu događaja ali se uvijek treba imati na umu da događaji po definiciji trebaju uzeti u obzir sadržaj događaja, vrijeme, mjesto, specifičnosti i druge okolnosti vrijedne pažnje.

## 6. Upravljanje i planiranje događaja

Događaji u okviru menadžmenta događaja mogu biti generalno podijeljeni na planirane i neplanirane događaje. Planirani događaji predstavljaju događaji, čiji je domen projektiran i formatiran od strane profesionalnih menadžera i dizajnera događaja, dok su osnovni ciljevi postavljeni na način da uzimaju postulate i procedure menadžmenta događaja i uobziruju interese ključnih interesnih grupa, odnosno stakeholder-a. Ovakav tip događaja je planiran u kontekstu sadržaja, vremena i troškova do najsitnijih detalja gdje se poseban fokus stavlja na dizajniranje sadržaja koji će proizvesti specifično islustvo učesnika, gostiju i izvođača. Kontrolni proces uključuje nadzor menadžera i drugih uticajnih skupina, koje imaju interes za kontrolu i nadzor procesa uključujući i nadležne organe pojedinih institucija vlasti na primjer kod organiziranja koncerta ili sportskog događaja treba osigurati sigurnosnu ili medicinsku podršku određenih institucija i ispoštovati procedure dobijanja dozvola i slično. Kod planiranih događaja ovlašteni menadžeri upravljaju događajima i odgovorni su za organiziranje i realizaciju istih, uključujući i konačne ishode i uticaj na širu društvenu zajednicu i prirodni okoliš, kod na primjer organiziranja takmičenja u automobilizmu na specijalnim relacijama i terenima.

Ovdje je bitno razlikovati i određene kategorije koje se odnose na specijalne nefrekventne ili preciznije jednokratne specijalističke događaje koji spadaju u domen planiranih događaja ali su po svojoj formi visoko diferencirani i predstavljaju nesvakidašnje iskustvo koje izlazi iz okvira standardnih sadržaja. Pored navedenog postoje i takozvani spektakularni i interaktivni događaji gdje postoji visoki stepen uključenosti publike u procese i sadržaje koji se operativno izvode, za razliku od standardnih događaja gdje je publika često pasivni posmatrač ili konzument. Ovdje se kao neodvojivi dio iskustva uzima uključenost i participacija publike čineći navedenu aktivnost ključnim dijelom dizajniranog sadržaja ove vrste događaja. Kao najintenzivnija forma ove vrste događaja uzimaju se participirajući događaji koji se upravo organiziraju zbog osoba koje žele biti aktivni učesnici događaja bez namjere da se isti uzimaju kao puki posmatrači niti u jednom segmentu. Učesnici su ovim događajima mnogo više od publike, kupaca ili gostiju i bez njihove participacije ovakav tip događaja uopšte ne može biti organiziran. Sastanka ili konvencije nema bez članova, maraton ne može biti organiziran bez trkača, ili festival plesa bez plesača. Izložbe također ne mogu biti organizirane bez izlagača. Ovakvi događaji isporučuju tačno targetirane vrijednosti i koriste se kao određen vid kastomiziranog iskustva i isti se mogu posmatrati i kao sub-kulturne manifestacije koje mogu biti dio turističke ponude čiji su one dio ili su vezane za nju.

Za razliku od planiranih događaja domen istih se realizira spontano i nepredvidivo, što jasno ukazuje na činjenicu da ciljevi nisu jasno postavljeni dok efekti istih mogu imati nesagledive posljedice u određenim slučajevima što može biti povezano u ekstremnim slučajevima sa pitanjima manifestacija i demonstracija. Svrha ovakvih događaja ne uzima u obzir elemente analize koji uključuje moderni menadžment događaj, dok su namjere učesnika često nejasne, raznolike pa često i kontradiktorne tako da je ovakav tip događaja gotovo nemoguće usmjeravati i kontrolirati. Ovakva platforma dovodi do visokog nivoa spontanosti svih aktivnosti i aktera, tako da se pojavljuju instant pokretači koji čine kompletan proces događanja nepredvidivim. Ovdje nema uređenog sistema menadžmenta i upravljanja osim normalne civilne kontrole koja proizlazi iz nivoa odgoja učesnika, tako da u ovakvim slučajevima nije isključena intervencija policije. Niti jedna poslovna organizacija ili formalno državno tijelo nisu odgovorni za organiziranje ovakvog tipa događaja, dok je svaki pojedinac odgovoran za svoje ponašanje u okviru granica definiranih pozitivnim pravnim propisima. U nastavku se daje komparativni tabelarni pregled (tabela br. 1.) (Getz, 2007: 28) osobina planiranih i neplaniranih događaja sa naznakom da se ovaj rad bavi isključivo planiranim događajima koji imaju svoj svrhu, viziju, misiju i željene efekte i doživljaje koje tendiraju proizvesti.

**Tabela 1. Planirani u odnosu na neplanirane događaje**

	Planirani događaji	Neplanirani događaji
Svrha	Svrha definirana od strane profesionalnih menadžera i dizajnera.	Svrha se manifestira spontano bez ikakvog prethodnog dizajna i plana.
Ciljevi	Ciljevi i ishodi događaja definirani kroz jasnu metodologiju i radne okvire uz uobziravanje interesa ključnih stakeholdera.	Ciljevi nastaju ad hoc, dok su namjere učesnika nejasne, različite i često kontradiktorne na nejasnim ishodima i efektima.
Organizovanje	Jasno se određene uloge svakog pojedinca koji je uključen u organizaciju događaja kroz formalnu strukturu zadataka..	Nema nikakve organizacije niti podjele rada što znači da se često radi o neformalnim grupama.
Program	Planirani i definirani često do najsitnijeg detalja, sa ciljem kreiranja pozitivnog doživljaja za učesnike, goste i izvođače.	Spontane aktivnosti bez jasne orijentacije, dok su akcije nepredvidive jer nije jasno ko ih vodi i usmjerava.
Kontrola	Kontrola se vrši od strane menadžera i drugih formalnih stakeholdera, uključujući i vladina nadležna tijela koja izdaju razne dozvole i vrše nadzor.	Nema upravljačkog menadžment sistema tako da je jedini mehanizam civilna zakonska kontrola što može uključiti i intervenciju policije.
Odgovornost	Proizvođači događaja i menadžeri događaja su formalno odgovorni.	Nema vladine organizacije, biznis organizacije ili pojedinca koji se može držati odgovornim.

Nakon što se napravi jasna distinkcija između neplaniranih i planiranih događaja moguće je urediti određenu sistematizaciju vrsta planiranih događaja kroz određenu širu kategorizaciju istih. Postoji veliki broj tipova događaja, te njihovih osnovnih podtipova, sadržaja i formi organiziranja. Njihovo objašnjenje na sistematičan način zahtjeva određenu deskripciju. Iz prethodne tabele se vidi složenost navedene industrije iz razloga što različite vrste događaja i njihovi sadržaji u stvari čine dinamičnu vehikulu različitih organizacija uz činjenicu da se isti nikako ne uklapaju u standardnu rutinu rada nego zahtjevaju znatnu fleksibilnost i uvođenje promjena. Upravo iz navedenog razloga većin institucija koja, pored svog osnovnog profesionalnog posla, podrazumijeva organizaciju određenog broja događaja moraju ozbiljno planirati dinamiku istih na način da se jasno determiniraju ciklični događaji, uz planiranje unapređenja njihovog sadržaja, uz planiranje niza neciklični događaja čiji sadržaj može biti užeg i šireg obima. Ako se kao primjer

organizacije uzmu visoko obrazovne institucije jasno je da se u okviru istih pored standardnog nastavnickog i istraživačkog profesionalnog posla, treba planirati niz događaja koji uključuju konferencije, dodjele certifikata, treninge, radionice, dane otvorenih vrata i drugo čiji sadržaj i ciljevi mogu biti raznoliki počevši od sticanja specifičnih znanja i vještina kako nastavnika, tako i studenata, razmjenu znanja, regrutiranje novih polaznika i niz drugih razloga

### Zaključak

Menadžment događaja predstavlja multidisciplinarno naučno područje koje je u stalnom akceleracijskom procesu razvoja s obzirom da sponzori i klijenti događaja postaju sve zahtjevniji. S tim u vezi neophodno je znati da se ova naučna disciplina ranije dosta vezala za turizam ali u savremenim uvjetima ona postaje značajan sastavni dio svih vrsta društvenih i ekonomskih aktivnosti. Profesionalizacija organizacije događaja zahtjeva profesionalne menadžere događaja čiji je angažman u praksi veoma šarolik počevši od standardnog agencijskog pristupa kroz isporuku usluga organizovanja događaja različitim klijentima, koji organizaciono izdvajaju navedene aktivnosti, pa do stalno zaposlenih menadžera događaja u velikim organizacijama tipa univerziteta i nekih drugih organizacija. Profesionalni menadžeri događaja u okviru određenih organizacija su prepoznati kao neizostavna pozicija u sistematizacijama radnih mjesta iz razloga što velike organizacije u svom kalendaru godišnjih događaja, često imaju najmanje dva događaja semično, što predstavlja veoma visoku dinamiku koja zahtjeva puni radni angažman barem jedne osobe ove vokacije.

Pored navedenog velike javne organizacije, agencije ili vlade sve češće imaju potrebu za puni radni angažman profesionalnog menadžera događaja jer događaji različitih tipova predstavljaju ključnu vehikulu za internu i eksternu komunikaciju i razmjenu znanja. Iz navedenih razloga uloga menadžera događaja se često pojavljuje kao uloga vezivnog mehanizma različitih funkcija unutar organizacije počevši od funkcije menadžmenta ljudskih resursa a posebno u dijelu aktivnosti razvoja ljudskih resursa, preko operacione funkcije, finansijske funkcije, pa sve do marketinške funkcije zbog čestog sudjelovanja eksternih učesnika u realizaciji i konzumiranju događaja gdje se često isti finansiraju kroz različita sponzorske aranžmane.

Na osnovu navedenog pregleda kompleksnosti, multidisciplinarnosti i multifunktionalnosti pristupa u naučnom i profesionalno poslovnom determiniranju menadžmenta događaja jasno se može predvidjeti da će ova disciplina trebati kvalitetniju naučnu opservaciju u narednom periodu. U skladu sa navedenim trendovima bit će neophodno razvijati posebne obrazovne programe i kurikulume koji će biti striktno usmjereni na obrazovanje osoba koje će biti kompetentne da organizuju različite tipove događaja na kvalitetan način. To znači da će menadžer događaja morati biti educiran vezano za planiranje i organizaciju događaja, dizajniranje sadržaja događaja, operaciono vođenje događaja, kontrolu procesa događaja, osiguranje finansijskih resursa za održivost događaja, marketing događaja i analizu zadovoljstva klijenata, troškovno praćenje događaja i niz drugih subdisciplina koje uključuju organizacijsko ponašanje i ponašanje potrošača pa do projektnog menadžmenta u cjelini koji predstavlja platformu za ključni kvantum znanja za upravljanje događajima. Događaji kojima se upravlja na profesionalan način će biti platforma za usmjeravanje budućeg održivog ekonomskog razvoja, jer se jedino kroz događaje i njihove sadržaje stvaraju preduvjeti brzog transfera znanja koja mogu davati smjernice za razvojne politike koje se trebaju oslanjati na menadžment znanja i četvrtu informacionu, odnosno digitalnu revoluciju.

### Literatura

1. Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Elsevier.
2. Zillinger, M. (2007). *Guided tourism: The role of guidebooks in German tourist behaviour in Sweden* (Doctoral dissertation, Kulturgeografi).
3. Marchewka, J. T. (2003). *Information technology project management (Providing Measurable Organization Value)*. John Wiley & Sons.
4. Davis, M., Vukić, L., & Strpić, O. (2003). *Na logički pogon: podrijetlo ideje računala*. Naklada Jesenski i Turk.
5. Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2007). *Operations management*. Prentice Hall.