



Creative Commons Attribution –
NonCommercial 4.0 International License

Pregledni rad

<https://doi.org/10.31784/zvr.10.1.19>

Datum primitka rada: 3. 12. 2021.

Datum prihvatanja rada: 11. 4. 2022.

IZAZOVI PANDEMIJE COVID-19 U INDUSTRIJI DOGAĐAJA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Ines Milohnić

Dr. sc., redovita profesorica, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,
Primorska 46, pp. 97, 51 410 Opatija, Hrvatska; e-mail: ines.milohnic@fthm.hr

Ivana Licul

Mag. oec., asistentica, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Primorska 46,
pp. 97, 51 410 Opatija, Hrvatska; e-mail: ivana.licul@fthm.hr

Ana-Marija Čutura

Studentica, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Primorska 46,
pp. 97, 51 410 Opatija, Hrvatska; e-mail: ds3255@fmth.hr

SAŽETAK

Svrha studije jest istražiti izazove pandemije Covid-19 u industriji događaja u Republici Hrvatskoj te ponuditi prijedloge prilagodbi za nositelje ove industrije. U tom kontekstu, provedeno je istraživanje na uzorku od 31 ispitanika, članova Zajednice industrije događaja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori. Za potrebe empirijskog istraživanja, a po uzoru na relevantna prethodna istraživanja (Professional Convention Management Association – PCMA, 2021; softverska kompanija CVENT Inc., 2020; te platforma za virtualne događaje LYYTI, 2020), konstruiran je strukturni anketni upitnik. Podaci su metodom online anketiranja prikupljeni u kolovozu 2021. godine, te su obrađeni odgovarajućim postupcima deskriptivne statistike. Nalazi studije upućuju na inicijalnu krhkost i nespремnost industrije događaja na izazove povezane s pandemijom Covid-19, s obzirom na niz otkazanih i odgođenih događaja, ozbiljan pad poslovnih prihoda, nužna otpuštanja djelatnika i slično. Unatoč inicijalnoj visokoj osjetljivosti, ispitanici su u konačnici pokazali rezistenciju i čvrstinu u iznimnim okolnostima poslovanja te se osjećaju uglavnom spremni na izazove povezane s aktualnom pandemijom. Međutim, skeptični su prema novim tehnološkim rješenjima te pokazuju relativno slabu ambiciju integracije virtualne tehnologije u postojeće konvencionalne događaje. Budućnost industrije događaja vide u pouzdanom konceptu konvencionalnih događaja, uz hibridne oblike kao pogodnoj kombinaciji virtualnih i konvencionalnih događaja. Ovo istraživanje čini novi iskorak u unapređenju teorijskih spoznaja te doprinosi literaturi iz područja industrije događaja, eksplicitno stavljajući u fokus njezinu elastičnost na eksterne šokove izazvane pandemijom Covid-19. U praktičnom smislu, rezultati studije impliciraju prijedloge prilagodbi za nositelje industrije događaja te mogu poslužiti kao ishodište za jačanje institucijske klime, što bi pospjешilo jačanje sinergije s industrijom događaja.

Ključne riječi: industrija događaja, pandemija Covid-19, oblici događaja

1. UVOD

Otkada je, 12. ožujka 2020. godine, Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) širenje virusa Covid-19 proglasila pandemijom, globalni ekonomski sustav suočio se s višestrukim socijalnim, ekonomskim pa i političkim promjenama. Po dubini i opsegu okarakterizirana kao jedna od najvećih kriza suvremene civilizacije, pandemija Covid-19 je zacijelo jedan od najvećih izazova s kojima se poslovni sektor suočava u posljednjih stotinu godina (Hall *et al.*, 2020). Iako se turizam općenito pokazao otpornim tijekom oporavka od raznih dosadašnjih kriza, pandemija je generirala ozbiljne štetne učinke (UNWTO, 2020a) nagovijestivši potrebu za dubinskim i dugoročnim promjenama i prilagodbama poslovanja u okviru ovoga sustava.

Pandemija je stvorila okruženje u kojem su opstanak i daljnji razvoj značajno otežani i za industriju događaja, inače vitalni dio turističke industrije (Mohanty *et al.*, 2020; Rwigema, 2020) i glavni izvor prihoda u mnogim svjetskim turističkim destinacijama (Getz i Page, 2020; Raj *et al.*, 2017). U takvim uvjetima, izazovi poslovanja zahtijevaju radikalne promjene i prilagodbe načina i organizacije rada, te industrija događaja danas više no ikada budi osobiti znanstveni interes. U tom kontekstu, rastući angažman u analizama implikacija pandemije Covid-19 na industriju događaja je i više nego opravdan, te ovaj fenomen postaje aktualnim predmetom istraživanja suvremenih znanstvenih studija.

Dostupna literatura iz područja industrije događaja utvrđuje njezinu važnu ulogu u kontekstu socijalizacije, kulturnog uzdizanja, obrazovanja, obogaćivanja turističke ponude i slično (Getz, 2007; Bowdin *et al.*, 2012; Raj *et al.*, 2017; Seraphin *et al.* 2019; Getz i Page, 2020; Madray, 2020; Rowen, 2020; Seraphin, 2021, itd). Međutim, znanstvene studije koje u fokus eksplicitno stavljaju implikacije Covid-19 na industriju događaja zastupljene su u vrlo ograničenoj mjeri (Rowen, 2020; Madray, 2020; Gajjar i Parmar, 2020.; Gössling *et al.*, 2020; Disimulacion, 2020; Campiranon, 2021; Seraphin, 2021). Uzimajući u obzir karakteristike industrije događaja i njezinu osjetljivost na podražaje iz okoline intenzivnih promjena, postoji opravdana potreba za dodatnim istraživanjima koje će u odnos eksplicitno staviti industriju događaja i posljedice uzrokovane aktualnom pandemijom.

U empirijskom smislu, ova je studija inspirirana aktualnim istraživanjima inozemnih organizacija (Professional Convention Management Association – PCMA; 2021; platforma za virtualne događaje LYTTI, 2020; te softverska kompanija CVENT Inc., 2020) koje su do trenutka pisanja ove studije ponudile cjelovite empirijske rezultate o učincima aktualne pandemije na industriju događaja. Budući da do sada slična istraživanja nisu provedena u Republici Hrvatskoj, čijem proračunu industrija događaja doprinosi sa 22 milijarde kuna godišnje, istovremeno zapošljavajući preko 17 000 ljudi (Odbor za evente udruge Glas poduzetnika, 2021) i stvarajući pozitivan imidž Hrvatske kao poželjne svjetske turističke destinacije, istraživački okvir ove studije čine sljedeći istraživački ciljevi:

- istražiti i elaborirati raznovrsne učinke Covid-19 pandemije na industriju događaja u Republici Hrvatskoj, te
- utvrditi stavove nositelja industrije događaja u Republici Hrvatskoj o razvoju industrije događaja u razdoblju nakon Covid-19 pandemije.

Temeljem dobivenih rezultata istraživanja, a kroz dostizanje navedenih istraživačkih ciljeva, ova studija ima svrhu ponuditi prijedloge za buduće aktivnosti i prilagodbe nositelja industrije događaja Republike Hrvatske u novim okolnostima poslovanja.

Rad je organiziran na način da se nakon uvoda daje analiza osnovnih koncepata na temelju prethodnih istraživanja. U trećem dijelu objašnjena je metodologija istraživanja, nakon čega slijedi interpretacija rezultata istraživanja. U diskusiji je izložena sinteza cjelokupnog rada s teorijskog i aplikativnog gledišta primjene utvrđenih saznanja.

2. PREGLED LITERATURE

Iako je znanstveni interes za izučavanje utjecaja Covid-19 pandemije kako na gospodarski sustav u cjelini, tako i na pojedine njegove segmente kontinuirano u rastućem trendu, čineći ovo područje aktualnim predmetom istraživanja, studije koje propituju direktan utjecaj pandemije na industriju događaja u ovom su trenutku vrlo ograničene (Rowen, 2020; Madray, 2020; Gajjar i Parmar, 2020.; Gössling *et al.*, 2020; Disimulacion, 2020; Campiranon, 2021). S navedenom konstatacijom slaže se i Seraphin (2021) koji je ovom području istraživanja doprinio sustavnom analizom literature o učincima pandemije na turizam i srodna područja (ugostiteljstvo, menadžment događaja, upravljanje slobodnim vremenom). Podijelivši dostupnu literaturu u dvije glavne kategorije, Seraphin izdvaja istraživanja usmjerena na negativne učinke pandemije (primjerice na lokalno gospodarstvo, mentalno zdravlje turista, percepciju nekih destinacija, te na srodne sektore poput krstarenja) te na istraživanja koja pandemiju doživljavaju kao priliku za napredak (primjerice kroz revizijske aktivnosti djelatnosti, dodatne obuke, definiranje održivih strategija i slično). Sustavno analizirajući 45 dostupnih članaka iz ovoga područja, Seraphin (2021) je uspio izdvojiti tek jedan članak koji se fokusira na događaje (studija Rowen, 2020), a koji na primjeru festivala izdvaja važnu ulogu budućih događaja u kontekstu edukacije posjetitelja. Seraphin u studiji elaborira važnost događaja kako iz društvenih (Bowdin *et al.*, 2012; Seraphin *et al.*, 2019) tako i iz ekonomskih razloga (Getz i Page, 2020; Raj *et al.*, 2017) te predviđa da će se ograničavanje ili ukidanje događaja negativno odraziti na razvoj društvenog kapitala unutar zajednice, čime se istovremeno ugrožava budućnost ove industrije, o kojoj izravno ovise pojedinci, zajednica, ali i čitav gospodarski sustav kojem pripadaju. Međutim, pandemija je istovremeno i prilika za reorganizaciju aktivnosti industrije događaja u smislu funkcionalnih i suštinskih prilagodbi u pravcu doprinosa dobrobiti društva (Seraphin, 2021).

Iako ključni nalazi Seraphinove analize (2021) djelomično popunjavaju prazninu u literaturi koja obrađuje tematiku utjecaja i mogućnosti pandemije na industriju događaja, suvremena istraživanja iz ovoga područja i dalje intenzivno nastoje interpretirati pandemijske posljedice i identificirati ključne čimbenike koji doprinose uspjehu budućih događaja (Min Ho i Ming Sia, 2020), te istovremeno ponuditi analitički okvir sa prijedlozima prilagodbe u vremenima izrazitih promjena.

2.1 Posebnosti industrije događaja

Industrija događaja je relativno mlada djelatnost u procesu intenzivnog razvoja, koja je u posljednjih četrdesetak godina doživjela značajan znanstveni i praktični interes. Oplemenjujući društvo

višestruko i na različite načine, industrija događaja je inicijator socijalizacije, kulturnog uzdizanja i obrazovanja, koja kroz događaj kao svoj središnji medij, na osnovnoj razini stvara iskustvo i doživljaj za posjetitelje.

Dostupna literatura ne nudi unificiranu definiciju događaja, za što Brown (2014) vidi razlog u spletu višestrukih sektora događaja (npr. javni i privatni, komercijalni i neprofitni, kulturni i sportski, zatvoreni i vanjski) zajednički integriranih u jedinstvenu industriju događaja. Getz (2007) događaje definira kao univerzalni fenomen od svjetske važnosti u svakoj kulturi i društvu. Sličnu definiciju razvijaju Shone i Parry (2004) prema kojima događaji proizlaze iz nerutinskih prilika s kulturnim, osobnim i organizacijskim ciljevima, što ih razlikuje od normalnih svakodnevnih aktivnosti. Madray (2020), pak, događaj određuje kao dobro planiranu i organiziranu prigodu s ciljem dostizanja specifičnih ciljeva za dobrobit pojedinca, grupe ljudi ili organizacije. U tom smislu, izdvaja događaje raznolikog karaktera, poput proslava (festivali, vjenčanja, rođendani i godišnjice), edukacija (konferencije i kongresi) promocija (predstavljanja proizvoda, modne revije i konvencije) ili komemoracije (spomenice, građanski događaji) i slično. Međutim, Brown (2014) upozorava da su pokušaji definiranja različitih segmenata industrije događaja zahtijevali široki pristup u definiranju događaja i njegovih vrsta, te se iz tog razloga, u svojoj studiji fokusira na planirane događaje kao rezultat namjerne akcije vlasnika događaja (bilo da je vlasnik skupina ljudi, zajednica, organizacija ili trgovački subjekt) da organizira događaj kako bi se dostigao određeni kulturni, komercijalni, promotivni, slavljenički ili neki drugi cilj. Time Brown (2014) podupire Getzovu tezu (2005) prema kojoj se planirani događaji priređuju za publiku izvan normalnog programa i raspona aktivnosti ili izvan svakodnevnog iskustva.

Značaj industrije događaja za gospodarski sustav u cjelini najlakše se utvrđuje egzaktnim kvantitativnim podacima. Prema istraživanju Event Councila i Oxford Economicsa (2018), globalna industrija događaja karakterizira se kao 13. najveća svjetska ekonomija koja direktno i indirektno zapošljava 26 milijuna ljudi. Novije izvješće Events Industry (2021) veličinu industrije događaja procjenjuje na 1.135,4 milijarde dolara u 2019., a očekuje se da će dostići 1.552,9 milijardi dolara do 2028. godine. Osim toga, očekuje se rast radnih mjesta za organizatore događaja za 11 % do 2026. U usporedbi sa rastom radnih mjesta od 7 % u cijelom gospodarstvu, industrija događaja iznadprosječno raste.

Na razini Europe, najvećim brojem poslovnih događaja izdvaja se Velika Britanija, čijem gospodarstvu industrija događaja izrazito mnogo pridonosi. Ukupno se procjenjuje da britanska industrija događaja vrijedi 70 milijardi funti izravne potrošnje, čime akumulira više od 50 % prihoda od posjeta ostvarenih u Velikoj Britaniji (BVEP, 2020). U Republici Hrvatskoj je industrija događaja u procesu intenzivnog razvoja. U ovome području izravno djeluje oko dvije tisuće poslovnih subjekata koji zapošljavaju više od 17 tisuća ljudi (Odbor za evente udruge Glas poduzetnika, 2021). Kada se tome pribroje prihodi od noćenja, ugostiteljstva i ostali izravno vezani prihodi, može se utvrditi da je industrija događaja jedna od ključnih grana hrvatskog turizma, ali i gospodarstva u cjelini. Naime, događaji se često promatraju u kontekstu turističkog sustava, budući da pokreću turističku aktivnost i promoviraju turističku destinaciju. Navedenu tezu podupire i Getz (2012) izdvajajući domaćina događaja kao važnog aktera u stvaranju turističke potražnje. Zapravo su mnoge turističke organizacije u svoje marketinške i razvojne strategije integrirale događaje,

prepoznajući njihov potencijal u privlačenju turista, u izgradnji zaštitnog znaka destinacije, ali i u unapređenju gospodarstva općenito (Milohnić, 2012). Budući da su turisti novoga doba sve zahtjevniji, informiraniji i sofisticiraniji, turistički su događaji izvrsna platforma za zadovoljavanje njihovih specifičnih zahtjeva i potreba, ali su istovremeno i veliki izazov za menadžment događaja (Milohnić, Licul, Predović, 2019).

Od svojih začetaka 80-ih godina prošloga stoljeća, industrija događaja kontinuirano se razvija. Istraživanja od toga vremena do danas, iznjedrila su dva osnovna istraživačka pravca. Prvi se odnosi na tezu da je događajima neophodno učinkovito upravljanje (Allen, 2000; Getz, 2005, 2007; Van Der Wagen, 2007; Watt, 1998), dok drugi pravac podrazumijeva održivost događaja kroz Vladine potpore i tijela za financiranje turizma (Brown i Trimboli, 2011; Getz, 1991; 2005). Ovaj dominantan pristup u upravljaju događajima i oslanjanje na vanjske potpore pokazali su se od velikog značaja u izazovnim vremenima pandemije Covid-19, kada su se dionici ove industrije suočili s dotada nezapamćenim poslovnim šokovima.

2. 2 Implikacije pandemije Covid-19 na industriju događaja u turizmu

Aktualna pandemija je opovrgnula sve ekonomiste i analitičare koji su tvrdili da je kriza iz 2007. godine, po razmjerima i ozbiljnosti posljedica, najozbiljnija kriza za svjetsko gospodarstvo (Roška, Buneta, Papić, 2021). Poremećaji uzrokovani pandemijom Covid-19 stvorili su ozbiljne šokove ponude i potražnje u svim područjima ljudske aktivnosti. Upravo iz tog razloga, Roška, Buneta i Papić (2021) procjenjuju da je kriza uzrokovana pandemijom Covid-19 presedan u povijesti gospodarskih kriza.

Pandemija je uzdrmala globalnu ekonomiju, unatoč žurno poduzetim naporima u minimiziranju njezinih štetnih posljedica. Međutim, implikacije pandemije još uvijek su najviše opipljive u djelatnostima turizma i ugostiteljstva (Madray, 2020; ILO, 2021) te u srodnim i povezanim djelatnostima poput avioindustrije i kulturnoga sektora (ILO, 2021). Desetogodišnji održivi rast broja međunarodnih dolazaka naglo je prekinut 2019. godine, kada se turizam, kao najvažniji sektor svjetske ekonomije koji je do tada generirao 10 % globalnog BDP-a istovremeno osiguravajući više od 320 milijuna radnih mjesta (IMF, 2021), suočava sa šokovima nezapamćenih razmjera. Restriktivna putnička ograničenja, uključujući i mnoge potpuno zatvorene granice, kao i pad međunarodne potražnje, rezultirali su globalnim smanjenjem turističkih dolazaka za čak 74 % u 2020. godini u odnosu na prethodnu godinu (UNWTO, 2020b), kako pokazuje tablica 1.

Tablica 1. Međunarodni turistički dolasci (u milijunima)

Geografsko područje	2019.	2020.	stopa promjene
Sjeverna i Južna Amerika	219	69	-69 %
Europa	746	221	-70 %
Afrika	70	18	-75 %
Bliski istok	65	16	-75 %
Azija & Pacifik	360	57	-84 %

Izvor: prema UNWTO (2021)

Procjenjuje se da je sektor putovanja i turizma pretrpio gubitak od gotovo 4,5 milijardi američkih dolara (WTTC, 2020), a kao posebno ranjiva pokazala se i avioindustrija koja od Drugog svjetskog rata ne bilježi poremećaje ovakvih razmjera (IATA, 2020).

Izrazitu krhkost i nespremnost za iznenadne situacije pokazala je i industrija događaja. Masovnost događaja u smislu volumena, veličine i opsega, čini industriju događaja potencijalno lakom metom za izvanredne situacije poput pandemije (Mohanty *et al.*, 2020) te je u tom kontekstu sposobnost organizatora događaja da nastave s radom, produciraju kvalitetne događaje, pružaju usluge i zapošljavanje ključne za lokalno gospodarstvo i uspostavu otporne zajednice (Liu-Lastres i Cahyanto, 2021) u ovim okolnostima dovedeno u pitanje. Industrija događaja snažno je pogođena aktualnom pandemijom (Gajjar i Parmar, 2020.; Gössling *et al.*, 2020) što je kulminiralo socijalnim distanciranjem i izbjegavanjem većih okupljanja (Hao *et al.*, 2020), kao i ograničavanjem putovanja, strogim graničnim kontrolama i prisilnim karantenama (Disimulacion, 2020).

Kako bi spriječile širenje zaraze, brojne svjetske vlade su početkom pandemije donijele stroge restriktivne mjere, a upravo je industrija događaja među prvim djelatnostima zahvaćenih mjerama nadležnih tijela. Početkom veljače 2020. godine, Mobile World Congress u Barceloni bio je jedan od prvih velikih B2B događaja koji je otkazan uslijed pandemije, nakon čega je uslijedila lančana reakcija otkazivanja i zabrana održavanja brojnih događaja (LYYTI, 2020). Campiranon (2021) ilustrativno predočuje da su sve vrste događaja s velikim grupama sudionika ograničene ili otkazane širom svijeta, uključujući događaje u rasponu od koncerata, sastanaka, konferencija, sportskih događaja, sve do velikih obiteljskih okupljanja, što se istovremeno negativno odrazilo i na druge dionike, poput sponzora i dobavljača.

Šokove u industriji događaja obrađuje i studija Madray (2020) koja, između ostalog, sublimira rezultate istraživanja EEMA organizacije (The Events and Entertainment Management) provedenog na uzorku kojeg je činilo 170 poduzeća globalne industrije događaja. Istraživanjem je utvrđeno da je više od polovice (52,9 %) ispitanih poduzeća otkazalo 90 % događaja u periodu od ožujka do srpnja 2020. godine, dok je 63,1 % poduzeća pretrpjelo milijunske gubitke. Osim toga, oko polovice poduzeća (ukupno njih 97) je istaknulo potrebu za financijskom pomoći u svrhu opstanka. Nepovoljni uvjeti za odvijanje industrije događaja utvrđeni su i u Republici Hrvatskoj, gdje su dionici ove branše, prema procjenama Hrvatske gospodarske komore (HGK, 2020) suočeni s padom prometa od 90 % ili više.

Navedeni rezultati prethodnih istraživanja potvrđuju vjerojatnost Campiranonove (2021) pretpostavke da će se industrija događaja, radi značajnih gubitaka, oporavljati znatno dulje u odnosu na druge djelatnosti. U tom je kontekstu, pored implikacija Covid-19 pandemije na industriju događaja, razumno razmotriti i potencijalne šanse za opstanak, ali i oporavak i unapređenje ove industrije, kako bi događaji i u budućnosti zadovoljavali svoju društvenu i ekonomsku svrhu. U tom smislu, svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC, 2020) predložilo je globalni protokol za poslovanje u uvjetima pandemije, koji obuhvaća prijedloge i prilagodbe za izvođenje događaja na siguran način. Mjere uključuju četiri stupa, od kojih prvi podrazumijeva operativnu spremnost i obuku osoblja u aspektima prevencije zaraze, plan čišćenja i dezinfekcije i slično. U okviru ovoga stupa, poželjno je primijeniti nova tehnološka rješenja za beskontaktno plaćanje i beskontaktnu

registraciju, kao i kreiranje vizualnih prikaza tlocrta prostora kako bi se lakše odredila fizička udaljenost. Drugi stup mjera uključuje pružanje sigurnog iskustva koji se odvija kroz procese vezane uz posjetitelje. Ove mjere podrazumijevaju informiranje o posjetiteljima, provjere tjelesne temperature, dezinfekciju ruku, regulaciju protoka ljudi, kreiranje izolacijske jedinice u slučaju pojave simptoma, i sl. Obnova povjerenja i pouzdanosti, kao treći stup mjera, operacionalizira se kroz transparentnu komunikaciju sa organizatorima i sudionicima događaja. Preporuka je omogućiti jasno i dosljedno informiranje o protokolima zdravstvene sigurnosti putem digitalnih platformi prije događaja i neposredno prije izvođenja, na mjestu njegove realizacije. Posljednji stup mjera podrazumijeva provođenje politika koje omogućuju izvođenje događaja, što se ostvaruje u suradnji s vladom, čime ovaj stup mjera zapravo predstavlja polaznu osnovu predloženog globalnog protokola.

Segmente protokola moguće je prepoznati i u preporukama mnogih vlada. Tako se u okviru preporuka često nalazi zdravstvena procjena i pregledi te pojačane higijenske mjere u mjestu (objektu) odvijanja događaja. Pritom višenamjenski prostori i fleksibilnost rasporeda stolova i sjedala sve više dobivaju na važnosti. Rezultati istraživanja IACC (2020) ukazuju da je upravo fleksibilnost prostora za sastanke jedan od najvažnijih uvjeta za održavanje sastanaka u budućnosti.

Madray (2020) ističe da je budućnost događaja u primjeni tehnoloških rješenja koji omogućavaju virtualni mediji. Naime, virtualni događaji su se pokazali kao pogodno sredstvo preživljavanja u okolnostima pandemije te se sukladno tome bilježi porast webinarima i online rasprava kako bi industrija ostala aktivna. Još su Pearlman i Gates (2010), tijekom globalne pandemije gripe ustanovili da su virtualni sastanci i događaji ekološki prihvatljiviji i jeftiniji te pružaju alternativu sastancima "licem u lice". Nadopunjujući njihove nalaze, kao pozitivan ishod virtualnih događaja, Madray (2020) specificira osjećaj personalizacije te relativno lak pristup događaju iz perspektive posjetitelja. Međutim, ovo novo korisničko iskustvo uvelike razlikuje virtualne događaje od konvencionalnih, koja obično podrazumijevaju veliki prostor (lokaciju) i okupljeno mnoštvo. Madray (2020) smatra da je pandemija šansa za virtualni rast kroz globalnu prisutnost koju omogućavaju online događaji i festivali. No, virtualni svijet istovremeno generira i opasnost od niskih prihoda, budući da virtualni događaji, osim što koštaju mnogo manje od konvencionalnih, generiraju i niže prihode. U tom kontekstu, korištenje virtualnih platformi utječe na zaposlenike koji su ovisni o tradicionalnim načinima odvijanja događaja, dovodeći njihova radna mjesta u pitanje. Osim toga, virtualni događaji teško mogu zamijeniti fizičko iskustvo jer ne pružaju isti socijalni doživljaj kao konvencionalni (King *et al.*, 2021).

Otpornost industrije događaja na pandemiju Covid-19 istražila je i Professional Convention Management Association - PCMA (2021). Opsežno istraživanje provedeno je na uzorku kojeg je činilo ukupno 1 776 ispitanika iz djelatnosti industrije događaja. Usprkos nedvojbenim poslovnim izazovima, rezultati istraživanja ukazali su na visok stupanj otpornosti dionika industrije događaja koji, između ostalog, pandemiju doživljavaju kao priliku za novi početak i profesionalnu nadogradnju kroz mogućnosti koje pružaju digitalni (virtualni) događaji (PCMA, 2021).

Istraživanje o implikacijama pandemije Covid-19 na industriju događaja provela je i platforma za virtualne događaje LYYTI (2020). Istraživanje je uključilo anketu na uzorku od 497 ispitanika

kao i kvalitativni stručni intervju s profesionalcima za B2B događaje. Istraživanjem je potvrđena otpornost industrije događaja koja je, zapravo od svojih začetaka, naviknuta na izazove iz okruženja, prilagođavajući se načinom i principima rada. Iako je uspon ere digitalizacije u ovoj industriji zabilježen znatno prije pandemije, društveni mediji i online alati nisu zamijenili potrebu ljudi za međusobnom interakcijom. Naprotiv, temeljne vrijednosti i funkcije događaja nisu se promijenile, a rezultati istraživanja LYYTI (2020) ne očekuju promjene ove vrste niti u budućnosti. Drugim riječima, nakon pandemije, posljedice virusa će sukcesivno nestajati, ostavljajući tek nova stečena znanja i iskustva u trajnom vlasništvu dionika industrije događaja, dok će se događaji, procjenjuje se, nastaviti izvoditi u svom uobičajenom, konvencionalnom konceptu.

Drugačiju procjenu prikladnog oblika događaja u budućnosti predstavlja softverska kompanija CVENT Inc. (2020), koja je svojim posljednjim izdanjem serije Izvješća o trendovima industrije događaja za 2020. godinu predstavila rezultate istraživanja koji se vezuju uz utjecaj pandemije na ovu djelatnost. Holistička analiza podataka dobivenih anketiranjem više od 120 dionika industrije događaja ukazala je na visok potencijal hibridnih događaja u postcovid razdoblju.

Analiza dostupne literature ukazala je na voluminozne posljedice pandemije na industriju događaja, ali je istovremeno osvjestila mogućnosti prilagodbe u izazovnim uvjetima poslovanja. Međutim, i dalje postoji potreba za znanstvenim studijama koje dodatno istražuju implikacije pandemije Covid-19 na industriju događaja, posebice iz perspektive njezinih dionika.

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Kako bi se odgovorilo na istraživačka pitanja s početka ove studije, provedeno je empirijsko istraživanje na prigodnom uzorku od 31 ispitanika, članova Zajednice industrije događaja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori, jedinog formalnog tijela Republike Hrvatske koje promiče interese dionika industrije događaja. Zajednica je osnovana u jeku pandemije te se kao takva smatra rezultatom želje za užom suradnjom i stvaranjem jedinstva između dionika industrije događaja u svrhu stvaranja nove perspektive poslovanja.

Podaci su prikupljeni tijekom kolovoza 2021. godine metodom ankete Google Forms. S obzirom na temu istraživanja, korištenje ovog instrumenta za prikupljanje podataka smatra se opravdanim. Obrazac za prikupljanje podataka bio je upitnik sastavljen od 15 pitanja formuliranih temeljem prethodnih istraživanja (Professional Convention Management Association – PCMA, 2021; softverska kompanija CVENT Inc., 2020; te platforma za virtualne događaje LYYTI, 2020). Anketni je upitnik konstruiran od ukupno šest setova pitanja. U okviru prvog seta, ispitanicima je postavljeno pitanje o promjenama u realizaciji planiranih događaja uslijed pandemije (LYYTI, 2020; PCMA, 2021). Drugi set pitanja sadržavao je ukupno četiri pitanja o utjecaju pandemije na opće poslovanje u 2020. godini (PCMA, 2021). U okviru trećeg seta, kroz ukupno tri pitanja, istražen je stav o funkcionalnosti i primjenjivosti tehnologije virtualnih događaja (PCMA, 2021), dok je četvrtim setom kroz dva pitanja ispitana opća naklonost prema ovom formatu realizacije događaja (LYYTI, 2020, CVENT Inc., 2020). Od ispitanika je zatraženo i da procijene adekvatne oblike događaja nakon pandemije, što je istraženo kroz ukupno tri pitanja petog seta (CVENT Inc.,

2020), a dodatno su, šestim setom, kroz dva pitanja ispitani stavovi vezani uz spremnost industrije događaja na buduće izazove.

Analiza podataka provedena je uz pomoć IBM SPSS Statistics 23 paketa. Korištene su metode deskriptivne statistike.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Rezultati provedenog empirijskog istraživanja prikazani su u nastavku.

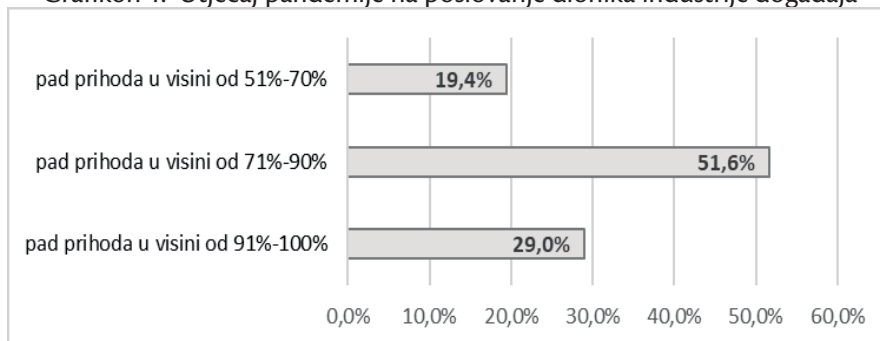
a) *Promjene u realizaciji planiranih događaja uzrokovane pandemijom Covid-19 – otkazivanja i odgađanja planiranih događaja*

Rezultati istraživanja ukazuju na ozbiljne šokove u industriji događaja u Republici Hrvatskoj, budući da su svi ispitanici u cijelosti otkazali organizaciju (barem jednog) događaja te su istovremeno odgodili realizaciju (barem jednog) događaja uslijed pandemije Covid-19. S druge strane, 71 % ispitanika je tijekom provedbe istraživanja bilo usred odluke o otkazivanju i/ili odgodi određenog događaja.

b) *Utjecaj pandemije na poslovanje dionika industrije događaja 2020. godine – pad prihoda, otpuštanje djelatnika, razmatranje opcije profesionalne prekvalifikacije*

Poslovanje je u uvjetima pandemije očekivano bilo otežano, kako sugerira grafikon s padom prihoda u poslovanju dionika industrije događaja.

Grafikon 1. Utjecaj pandemije na poslovanje dionika industrije događaja

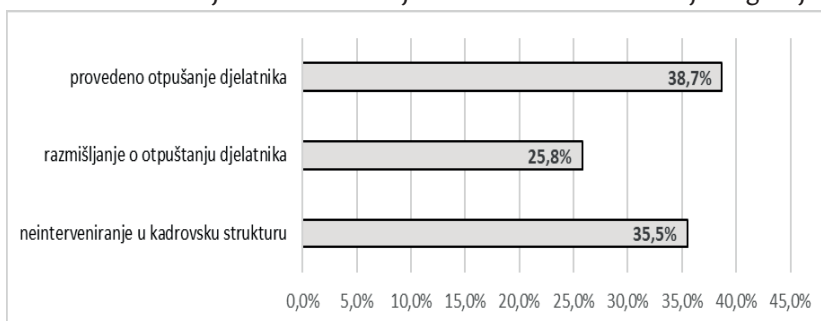


Izvor: autori

Polovica ispitanika (51,6 %) je u 2020. godini ostvarila pad prihoda između 71-90 %, dok je 29 % ispitanika utvrdilo pad prihoda između 91 - 100 %, a njih 19,4 % pad prihoda između 51 - 70 %. Ovome valja dodati i rezultat prema kojem je dominantan udio ispitanika (90,3 %) kojima mjere i poticaji Vlade Republike Hrvatske nisu bili dostatni za pokrivanje fiksnih troškova.

Okavo veliki financijski gubitci odrazili su se i na kadrovsku strukturu dionika industrije događaja, što je prikazano grafikonom u nastavku.

Grafikon 2. Promjene u kadrovskoj strukturi dionka industrije događaja



Izvor: autori

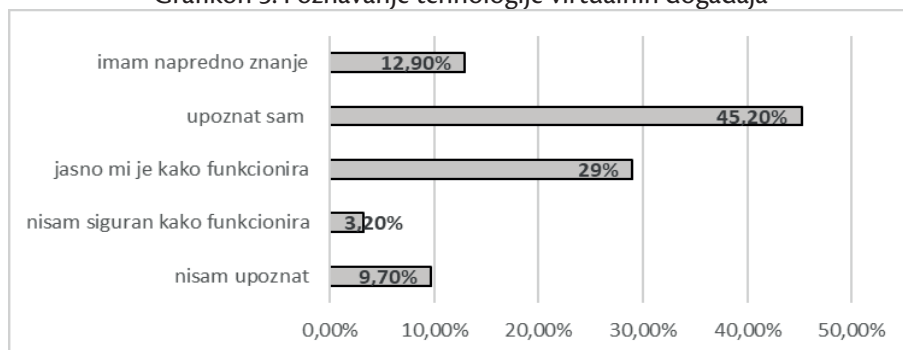
Čak 38,7 % ispitanika je bilo primorano otpustiti svoje djelatnike, a 25,8 % njih je bilo na korak do tog poteza. Ipak, 35,5 % ispitanika uspjelo je podmiriti troškove kadrova i sačuvati radna mjesta.

Veliki poremećaji unutar industrije potaknuli su ispitanike na razmatranje profesionalne prekvalifikacije o čemu je aktivno razmišljalo 54,8 % ispitanika, dok 45,2 % ispitanika nije dvojilo o odabiru svog zanimanja, unatoč poslovnim šokovima.

- c) *Funkcionalnost i primjenjivost tehnologije virtualnih događaja – razumijevanje koncepcije virtualnih događaja, ali relativno slaba ambicija integracije virtualne tehnologije u postojeće konvencionalne događaje*

Kako bi se istražio stav ispitanika prema virtualnim oblicima događajima, od ispitanika je zatraženo da procijene poznavanje tehnologije virtualnih događaja.

Grafikon 3. Poznavanje tehnologije virtualnih događaja



Izvor: autori

Iako različitih razina znanja, ukupno 87,1 % ispitanika poznaje tehnologiju virtualnih događaja, u odnosu na 12,9 % ispitanika koji nisu upoznati s navedenom tehnologijom te nemaju znanja o principima njezina funkcioniranja. Međutim, unatoč razumijevanju koncepcije virtualnih događaja, gotovo polovica ispitanika (46,9 %) ne planira prilagoditi svoje događaje virtualnom (online) okruženju. Dodatno, ispitanici su relativno složni (90,3 %) u uvjerenju da virtualni događaji neće u cijelosti zamijeniti konvencionalne događaje u budućnosti. Od 9,7 % ispitanika koji nisu sigurni

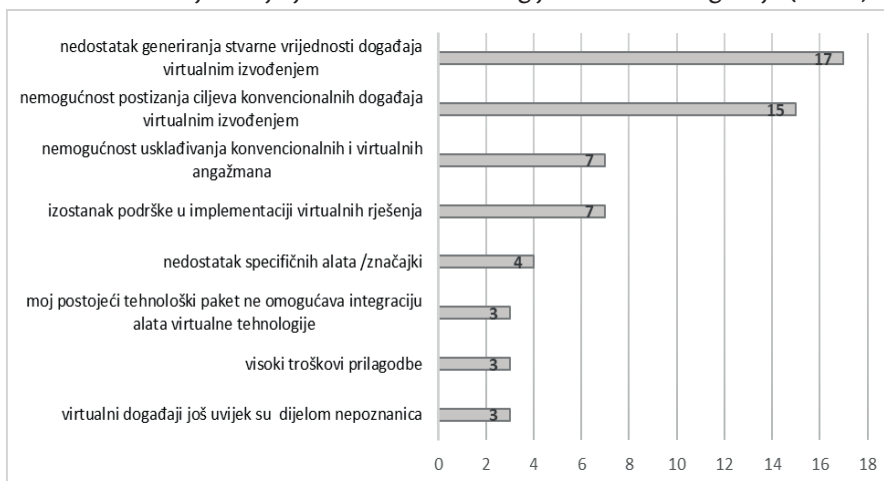
u oblik budućih događaja, tek jedan ispitanik vjeruje da će virtualni događaji imati prioritarnu poziciju u odnosu na konvencionalne događaje.

d) Naklonost prema tehnologiji virtualnih događaja – skepsa i nesklonost prema novim tehnološkim rješenjima

Da su ispitanici skeptični prema virtualnom obliku događaja utvrđuju rezultati prema kojima 48,4 % ispitanika smatra da primjena tehnologije za virtualne događaje generira više nedostataka nego prednosti, 35,5 % ih vjeruje da ova tehnologija generira podjednako koristi koliko i nedostataka, dok tek 16,1 % njih smatra da njezina primjena u industriji događaja može implicirati više pogodnosti.

Kako bi se dodatno utvrdili razlozi ovog skepticizma, od ispitanika se tražilo da izdvoje najznačajnije nedostatke ove tehnologije. Rezultati su predstavljeni grafikonom u nastavku.

Grafikon 4. Najznačajniji nedostaci tehnologije virtualnih događaja (N=31)



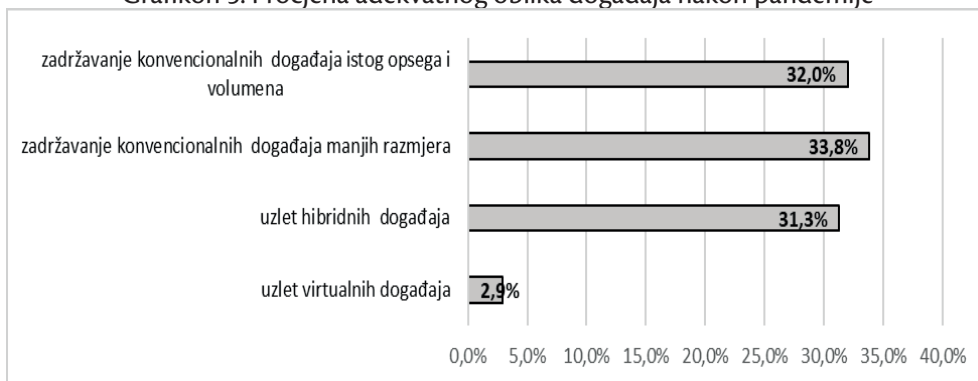
Izvor: autori

Kao najznačajnije nedostatke tehnologije virtualnih događaja, ispitanici su izdvojili nedostatak generiranja stvarne vrijednosti događaja virtualnim izvođenjem (17 ispitanika) te nemogućnost postizanja ciljeva konvencionalnih događaja virtualnim izvođenjem (15 ispitanika). Jednaki broj ispitanika (njih 7) kao nedostatak navodi nemogućnost usklađivanja konvencionalnih i virtualnih angažmana te izostanak podrške u implementaciji virtualnih rješenja.

e) Procjena adekvatnog oblika događaja nakon pandemije –budućnost industrije događaja je u pouzdanom i provjerenom formatu konvencionalnih događaja, uz hibridne oblike događaja kao kombinaciji virtualnih i konvencionalnih događaja

U kontekstu prognoziranja budućnosti industrije događaja, ispitanici imaju različita stajališta, kako prikazuje grafikon u nastavku.

Grafikon 5. Procjena adekvatnog oblika događaja nakon pandemije



Izvor: autori

Većina ispitanika (ukupno 65,8 %) smatra da će budući događaji zadržati konvencionalni oblik funkcioniranja jednom kada se uvjeti poslovanja stabiliziraju. U tom uvjerenju, polovica ispitanika smatra da će događaji zadržati isti opseg i volumen, dok druga polovica predviđa konvencionalne događaje manjih razmjera. Trećina ispitanika (31,3 %) kao pogodan oblik vidi hibridne događaje kao kombinaciju komponenti virtualnih i konvencionalnih događaja, dok tek 2,9 % ispitanika smatra da budućnost industrije događaja leži u virtualnim događajima.

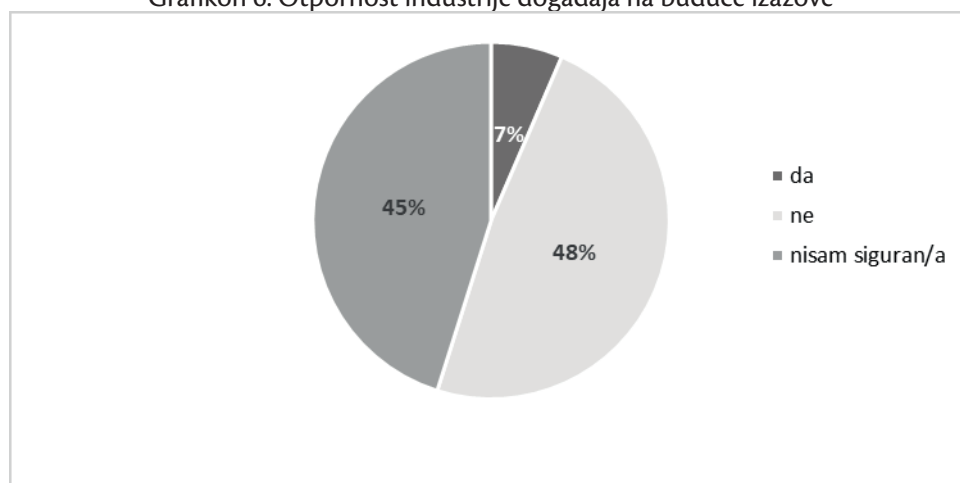
Osim toga, gotovo polovica ispitanika (48,5 %) smatra da će se događaji održavati u istom ili sličnom opsegu (broju) nakon pandemije. Međutim, interesantni su rezultati prema kojima 25,8 % ispitanika smatra da će se nakon pandemije održavati više događaja, a isto toliko (25,8 %) ih procjenjuje da će se u postcovid razdoblju održavati manje događaja.

f) *Spremnost industrije događaja na buduće izazove – iako su dionici industrije događaja uglavnom spremni odgovoriti na izazove povezane s aktualnom pandemijom, skeptični su u prognoziraju pripravnosti u kontekstu sličnih izazova u budućnosti.*

Kada je riječ o pandemiji Covid-19, većina ispitanika (61,3 %) je izrazila potpunu spremnost na poduzimanje svih koraka kako bi se umanjila zabrinutost posjetitelja događaja u kontekstu zaštite od zaraze. Nadalje, 25,8 % ispitanika ocjenjuje da je relativno spremno poduzeti korake u svrhu zaštite posjetitelja, dok 12,9 % u trenutku provedbe istraživanja nije bilo sigurno bi li spremno odgovorilo na izazove povezane sa zaštitom posjetitelja.

Međutim, usprkos procjenama o vlastitim sposobnostima za opstanak u uvjetima pandemije, ispitanici su suzdržani prilikom predviđanja otpornosti industrije događaja na buduće izazove.

Grafikon 6. Otpornost industrije događaja na buduće izazove



Izvor: autori

U kontekstu pripravnosti industrije događaja na buduće izazove, čak 48 % ispitanika je stava da industrija događaja nije dorasla budućim izvanrednim situacijama, odnosno iskustvom pandemije Covid-19 nije bolje pripremljena za prilagodbu budućim potencijalnim izazovima. Visok udio ispitanika (45 %) nije sigurno bi li industrija događaja u budućnosti spremno odgovorila na nove izazove, dok je tek 7 % ispitanika izjavilo da je industrija događaja spremna na nove slične izazove u budućnosti.

5. RASPRAVA

Industrija događaja složeni je sustav koji je u izazovnim vremenima pokazao stanovitu izdržljivost i čvrstinu. Međutim, pandemija je više no ikada osvijestila potrebu proaktivnog pristupa u upravljanju izvanrednim situacijama kao i u izgradnji otpornosti industrije događaja.

Rezultati provedenog istraživanja ukazali su da je većina ispitanika bila primorana otkazati ili odgoditi planirani događaj, što je u potpunosti usklađeno s rezultatima prethodnim istraživanjima (PCMA, 2021; LYTI, 2020). Pad prihoda nastojao se supstituirati Vladinim poticajima i mjerama koje su se u konačnici pokazale nedostatne za pokrivanje fiksnih troškova poslovanja. Osim što su se suočili s iskušenjem otpuštanja djelatnika, ispitanici su se našli u poziciji razmatranja profesionalne prekvalifikacije. Ovakvi rezultati potvrđuju nalaze studije PCMA (2021) prema kojima je čak 62 % ispitanika razmišljalo o prekvalifikaciji uslijed prekida poslovanja radi restriktivnih Vladinih mjera.

Upravo su mjere za suzbijanje zaraze ograničile industriju događaja u realizaciji konvencionalnih događaja, što je prisililo dionike na brza alternativna rješenja. Tako su se, sukladno prethodnim istraživanjima (PCMA, 2021; Madray, 2021), kao prikladan oblik događaja tijekom pandemijskog razdoblja afirmirali virtualni događaji. Međutim, rezultati ove studije ukazali su na relativno slabu ambiciju integracije virtualne tehnologije u postojeće konvencionalne događaje. U tom kontekstu, kao ključne nedostatke u implementaciji ove tehnologije, ispitanici su izdvojili nemogućnost

generiranja stvarne vrijednosti događaja virtualnim izvođenjem, kao i nemogućnost dostizanja ciljeva konvencionalnih događaja ovim načinom izvođenja. Time rezultati djelomično upotpunjuju nalaze studije CVENT Inc. (2020) prema kojoj se kao negativni aspekti primjene virtualne tehnologije izdvajaju nemogućnost usklađivanja konvencionalnih i virtualnih događaja te nesigurnosti u aspektima dugoročnih koristi investiranja u tehnologiju ove vrste.

Nužne promjene strategije poslovanja, potraga za alternativnim principima funkcioniranja, popraćeni osjećajima nesigurnosti, argumenti su koji upućuju na višestruke i raznovrsne posljedice pandemije Covid-19 na industriju događaja u Republici Hrvatskoj, čime je ostvaren prvi istraživački cilj.

U okviru drugog istraživačkog cilja provedeno je utvrđivanje stavova dionika o razvoju industrije događaja u postcovid razdoblju. Opći zaključak na temelju dobivenih rezultata implicira konvencionalne događaje kao pouzdan oblik budućnosti industrije događaja, uz hibridne događaje kao kombinaciju virtualnih i konvencionalnih koncepata događaja. Ovi rezultati podupiru nalaze studije LYYTI (2020) te ukazuju na otpornost industrije događaja, zadržavajući temeljne vrijednosti i funkcije događaja koje se ostvaruju isključivo kroz međusobnu interakciju u stvarnom vremenu i prostoru. S druge strane, rezultati studije daju šansu i hibridnim oblicima događajima, što je sukladno nalazima studije CVENT Inc. koja sugerira visok potencijal hibridnih događaja u postpandemijskom razdoblju. Time ova studija nije podržala rezultate studija Madray (2020) i PCMA (2021) koje virtualne događaje postavljaju na prioritetnu poziciju u budućnosti industrije događaja.

Dodatno, u okviru ostvarivanja drugog istraživačkog cilja, ispitanici su procijenili da će se, u odnosu na vrijeme prije pandemije, događaji u postcovid razdoblju nastaviti održavati u istom ili sličnom opsegu (broju), sukladno rezultatima studije LYYTI (2020). Kada je riječ o spremnosti na nove izazove u budućnosti, iako se ispitanici osjećaju spremni za suočavanje s posljedicama aktualne pandemije, skeptični su u prognoziranju pripravnosti u kontekstu sličnih izazova u budućnosti.

6. ZAKLJUČAK

Gotovo je sigurno da će dionici industrije događaja uz prilagodbe obrazaca ponašanja opstati u izazovnim okolnostima poslovanja, obogaćeni za nova iskustva i znanja. U tom smislu, stav prema budućnosti je pozitivan te trenutne poslovne devijacije neće biti od ključnog značaja u budućnosti. Fokus na trenutne poremećaje i pronalazak adekvatne, privremene strategije za opstanak na tržištu ključni je uvjet za nesmetano poslovanje u budućnosti. U tom smislu, kao pogodno rješenje sugerira se integracija virtualne tehnologije (djelomično ili u cijelosti) koja, unatoč relativnom nepoznavanju i sumnjičavosti ispitanika, generira višestruke prednosti koje je moguće kapitalizirati. Niski troškovi, fleksibilnost i jednostavan pristup virtualnim i hibridnim događajima samo su neki od primjera ovih prednosti. Ipak, važno je osvijestiti da ovakvi događaji ne nude istu vrstu iskustva i osjećaja kao konvencionalni događaji (LYYTI, 2020), stoga nije za očekivati da će virtualni događaji biti jedini koncepti događaja u budućnosti, no njihova će uloga zacijelo postajati sve važnija. Pandemija je utvrdila njihov izniman potencijal u iznimnim vremenima, no istovremeno je, više no ikad, potvrdila važnost socijalne komponente koja se ostvaruje kroz fizički kontakt u realnom vremenu i prostoru. Budućnost će neminovno generirati nove ideje, koncepte i vizije za industriju događaja. Pritom će, kako predlaže studija LYYTI (2020), različite hibridne kombinacije

koje integriraju konvencionalne događaje s modernom tehnologijom, omogućavajući povezivanje ljudi iz svih krajeva svijeta, biti zanimljive alternative za implementaciju u praksi.

Imajući na umu izraziti značaj industrije događaja u aspektu turizma i gospodarstva općenito, očekivanja od menadžera događaja (kao ključnih nositelja ove industrije) su izuzetna. Kombinacija njihovih znanja oplemenjena iskustvima stečenih aktualnom pandemijom, argumenti su koji im nameću odgovornost te istovremeno otvaraju mogućnosti prema velikim ostvarenjima. Pritom osobite šanse za uspjeh imaju oni menadžeri koji na izazove odgovore fleksibilno, prilagođavajući se načinom i principima rada u novim uvjetima poslovanja. U tom smislu, predlaže se poduzeti mjere u pravcu praćenja trendova kako iz domene modernih tehnologija tako i iz domene turističke potražnje. Dodatne edukacije i profesionalne nadogradnje iz navedenih područja, doprinijele bi cjelovitom odgovoru na aktualne poslovne promjene i izazove.

Ovo istraživanje unaprjeđuje teorijske spoznaje te doprinosi literaturi iz područja implikacija pandemije Covid-19 na industriju događaja, eksplicitno stavljajući u fokus učinke pandemije i dionike industrije događaja u Republici Hrvatskoj. U praktičnom smislu, rezultati ove studije impliciraju prijedloge prilagodbi za nositelje industrije događaja, te istovremeno ukazuju na potrebu za osiguravanjem dodatnih poticaja i struktura podrške dionicima ove industrije. U skladu s time, rezultati mogu poslužiti kao ishodište za jačanje institucijske klime, što bi pospješilo sinergiju s praksom.

U razmatranju rezultata ove studije, potrebno je navesti nekoliko ograničavajućih činjenica. Istraživanje implikacija pandemije na industriju događaja ima prostorno ograničenje, budući da su istim obuhvaćeni dionici industrije događaja isključivo na teritoriju Republike Hrvatske. Sukladno tome, u okviru prostornog obuhvata, a prilikom budućih istraživanja, bilo bi potrebno istraživanjem obuhvatiti šire područje te usporediti nalaze ispitanika iz više država. S obzirom na neunificirane restriktivne mjere u različitim državama, moguće je da bi ovako predloženo istraživanje generiralo drugačije rezultate. Osim toga, predlaže se provesti i kontinuirana longitudinalna istraživanja kako bi se pratio daljnji razvoj i primjena novih tehnika i tehnologija u industriji događaja, kao i usvajanje novih menadžerskih znanja i vještina. Iz navedenih razloga, rezultati ove studije ne smiju se generalizirati, ali se mogu smatrati indikativnim.

REFERENCE

- Allen, J. (2000) *Event Planning: The ultimate guide to successful meetings, corporate events, fundraising galas, conferences, conventions, incentives and other special events*, Toronto, Canada: Wiley
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. (2012) *Events management*, Abingdon: Routledge
- Brown, S. (2014) "Emerging professionalism in the event industry: A practitioner's perspective", *Event Management*, 18(1), pp. 15-24. <https://doi.org/10.3727/152599514X13883555341760>
- Brown, S., Trimboli, D. (2011) The real 'worth' of festivals: Challenges for measuring socio-cultural impacts. *Asia Pacific Journal of Arts and Cultural Management*, 8(1), pp. 616–629
- Business Visits and Events Partnership BVEP (2020) The UK Events Report 2020. <https://www.excel.london/uploads/uk-events-report-2020--the-full-report.pdf> (15. 6. 2021.)

- Campiranon, K. (2021) "Chapter 6 Redesigning Events in the Post COVID 19 Crisis A Design Thinking Approach (Kom Campiranon)" In: Ziakas, V, Antchak, V. & Getz, D. (ed) . Oxford: Goodfellow Publishers <http://dx.doi.org/10.23912/9781911635901-4818>
- CVENT Inc. (2020) EVENT INDUSTRY TREND REPORT 2020 WRAP UP. https://www.cvent.com/sites/default/files/files/2021-02/577142_EC_EC_Print%20APAC%20IMEA-Event%20Industry%202020%20Wrap%20Up.pdf (10. 6. 2021.)
- Disimulacion, M. (2020) "MICE tourism during Covid-19 and future directions for the new normal", *Asia Pacific International Events Management Journal*, 2(1), pp. 11-17.
- Events Industry Council EIC (2021) Global Economic Significance of Business Events 2018, <https://www.the-iceberg.org/research/2018-global-economic-significance-of-business-events/> (10. 6. 2021.)
- Events Industry by Type, Revenue Source, Organizer and Age Group: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2021-2028 https://www.researchandmarkets.com/reports/5321604/events-industry-by-type-revenue-source?utm_source=C1&utm_medium=PressRelease&utm_code=d4vmff&utm_campaign=1537840+-+Outlook+on+the+Events+Industry+Global+Market+to+2028+-+Opportunity+Analysis+and+Industry+Forecasts&utm_exec=jamu273prd (20. 6. 2021.)
- Gajjar, A., Parmar, B. (2020) "The impact of Covid 19 on event management industry in India", *Global Journal of Management and Business Research*, 20(2), pp. 37-43. <https://doi.org/10.34257/GJMRFVOL20IS2PG37>
- Getz, D. (1991) *Festivals, special events and tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold
- Getz, D. (2005) *Event management and event tourism* (2nd ed.), New York: Cognizant Communications Corporation
- Getz, D. (2007) *Event studies: Theory, research and policy for planned events*, Oxford, UK: Butterworth Heinemann.
- Getz, D., Page, S. J. (2020) *Events studies. Theory, research and policy for planned events*, London: Routledge
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M. (2020) "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19", *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (1). pp. 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, C. M., Prayang, G., Fieger, P., Dyason, D. (2020) "Beyond panic buying: consumption displacement and COVID-19", *Journal of Service Management*, 32 (1), pp.113-128. <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2020-0151>
- Hao, F., Xiao, Q., Chon, K. (2020) "COVID-19 and China's hotel industry: impacts, a disaster management framework, and post-pandemic agenda", *International Journal of Hospitality Management*, 90, pp. 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102636>
- Hrvatska gospodarska komora HGK (2020) U industriji događanja pad prometa i više od 90 posto. <https://www.hgk.hr/odjel-industriju/u-industriji-dogadanja-pad-prometa-i-vise-od-90-posto> (25.6.2021)
- IACC (2020) Meeting room of the future 2020: https://www.iacconline.org/wp-content/uploads/2020_IACCmeeting_Room_Future_Report-3.pdf (21. 6. 2021)
- International Congress and Convention Association – ICCA (2021) The Impact of the COVID-19 Pandemic on the International Meetings Industry, Survey Report <https://www.iccaworld.org/dbs/asiapacific/files/CIMERT/CIMERT%20Survey%20Report.pdf> (20. 5. 2021.)
- International Air Transport Association IATA (2020) Annual Review 2020, <https://www.iata.org/en/publications/annual-review/> (25. 6. 2021.)
- International labour organization ILO (2021) Sectoral impact, responses and recommendations <https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/sectoral/lang-en/index.htm> (21. 6. 2021)
- International Monetary Fund IMF (2021) Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi.htm> (21. 6. 2021)
- King, E., Smith, M. P., Wilson, P.F., Williams, M. A. (2021) "Digital Responses of UK Museum Exhibitions to the COVID-19 Crisis", *The Museum Journal*, 64(3), pp. 487–504. 10.1111/cura.12413. str. 1.-18

- Liu-Lastres, B., Cahyanto, I. P. (2021) *Building A Resilient Event Industry: Lessons Learned during the COVID-19 Pandemic*. https://scholarworks.umass.edu/ttra/2021/research_papers/38/ (25. 5. 2021.)
- LYYTI (2020) The State of Events (Report) How will COVID-19 change the event industry, <https://mb.cision.com/Main/19963/3238703/1336234.pdf> (1. 6. 2021.)
- Madray, J. S. (2020) "The Impact of COVID-19 on Event Management Industry"; *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*, 5(3), pp. 2455-2143.
- Milohnić, I. (2012) "Tourist visitors to cultural events: motivation and attitudes"; Celebrate to prosper-Potentials for tourism, festivals and cultural events in times of crisis, Frederiksberg bogtrykkeri, Denmark
- Milohnić, I., Licul, I., Predović, I. (2019) "The importance of understanding the connection between the characteristics and motivation of visitors: empirical analysis of a Croatian tourist event"; *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 7(1), pp. 109-125. <https://doi.org/10.31784/zvr.7.1.6>
- Min Ho, J., Ming Sia, J. (2020) "Embracing an uncertain future: COVID-19 and MICE in Malaysia"; *Local Development & Society*, pp. 1-15. 10.1080/26883597.2020.1818533. <https://doi.org/10.1080/26883597.2020.1818533>
- Mohanty, P., Himanshi, D., Choudhury, R. (2020) "Events tourism in the eye of the COVID-19 storm: Impacts and implications" In S. Arora & A. Sharma (Eds.), *Event Tourism in Asian Countries: Challenges and Prospects*: Apple Academic Press, <https://ssrn.com/abstract=3682648> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3682648>.
- Odbor za evente udruge Glas poduzetnika (2021) <https://hrturizam.hr/potrebne-su-hitne-mjere-za-opstanak-event-industrije/>, 6.4.2021 (28. 6. 2021)
- Pearlman, D. M., Gates, N. A. (2010) "Hosting Business Meetings and Special Events in Virtual Worlds: A Fad or the Future?"; *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(4), pp. 247–265. <https://doi.org/10.1080/15470148.2010.530535>
- PCMA (2021) How is COVID-19 changing the business events industry? <https://www.pcma.org/wp-content/uploads/2020/04/pcma-convencovid19-survey-p5d3.pdf> (1. 5. 2021)
- Raj, R., Walters, P., Rashid, T. (2017) *Events management, Principles & Practice*. London: Sage.
- Roška, V., Buneta, A., & Papić, M. (2021) „Utjecaj covid-19 pandemije na hrvatsko gospodarstvo“, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 9(1), pp. 59-78. <https://doi.org/10.31784/zvr.9.1.4>
- Rowen, I. (2020) "The transformational festival as a subversive toolbox for a transformed tourism: lessons from Burning Man for a Covid-19 world"; *Tourism Geographies*, 22(3), pp. 695-702. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759132>
- Rwigema, P. (2020) "Impact of Covid-19 pandemic to meetings, incentives, conferences and exhibition tourism in Rwanda"; *The Strategic Journal of Business and Change Management*, 7(3), pp. 395-409. 10.1080/14616688.2020.1759132
- Seraphin, H., Gowreesunkar, V., Zaman, M., Bourliataux-Lajoinie, S. (2019) "Community Based Festivals as a tool to tackle tourism phobia and antitourism movements"; *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, pp. 219–223. doi:10.1016/j.jhtm.2018.12.001
- Shone, A., & Parry, B. (2004) *Successful event management* (2nd ed.), London: Thomson.
- UNWTO (2020a) Supporting jobs and economies through travel & tourism. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf (1. 6. 2021.)
- UNWTO (2020b) Latest Tourism Data. <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> (1. 6. 2021.)
- UNWTO (2021) Covid-19 and Tourism; 2020: A year in review; available at https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-02/UNWTO_PPT.pdf?wZ7RF3MOOt373PCTQ88ptqtxVmnYU6.Q (1. 6. 2021.)
- Van Der Wagen, L. (2007) *Event Management for tourism, cultural, business and sporting events* (3rd ed.), Frenchs Forest, Australia: Pearson Educational.
- Watt, D. (1998) *Event management in leisure and tourism*, Harlow, UK: Addison Wesley Longman.
- World Travel & Tourism Council WTTC (2020) Economic Impact Reports. <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (1. 6. 2021.)



Creative Commons Attribution –
NonCommercial 4.0 International License

Review article

<https://doi.org/10.31784/zvr.10.1.19>

Received: 3. 12. 2021.

Accepted: 11. 4. 2022.

CHALLENGES OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE EVENT INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Ines Milohnić

PhD, Full Professor, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Primorska 46,
pp. 97, 51410 Opatija, Croatia; e-mail: ines.milohnic@fthm.hr

Ivana Licul

M.A., Assistant, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Primorska 46,
pp. 97, 51410 Opatija, Croatia; e-mail: ivana.licul@fthm.hr

Ana-Marija Čutura

Student, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Primorska 46,
pp. 97, 51410 Opatija, Croatia; e-mail: ds3255@fmth.hr

ABSTRACT

The purpose of the study is to investigate the challenges of the Covid-19 pandemic on the event industry in the Republic of Croatia and to offer proposals for adjustments for the bearers of this industry. In this context, a survey was conducted on a sample of 31 respondents, members of the Community of Events Industry at the Croatian Chamber of Commerce. For the needs of empirical research, and based on relevant previous research (Professional Convention Management Association - PCMA, 2021; software company CVENT Inc., 2020; and platform for virtual events LYTYI, 2020), a survey questionnaire was constructed. The data were collected using the online survey method in August 2021, and processed using appropriate descriptive statistics procedures. The study's findings point to the initial fragility and unpreparedness of the event industry for the challenges associated with the Covid-19 pandemic, given the number of cancelled and delayed events, severe declines in operating revenues, necessary layoffs, etc. Despite the initial high sensitivity, respondents ultimately showed determination and resilience in exceptional business circumstances and feel largely ready for the challenges associated with the current pandemic. However, they are sceptical of new technological solutions and show a relatively weak ambition to integrate virtual technology into existing conventional events. They see the future of the event industry in a reliable concept of conventional events, with hybrid form as a suitable combination of virtual and conventional events. This research makes a new step forward in advancing theoretical knowledge and contributes to the literature in the field of the event industry, explicitly focusing on its resilience to external shocks caused by the Covid-19 pandemic. In practical terms, the results imply adaptation proposals for event industry stakeholders and can serve as a starting point for strengthening the institutional climate, which would enhance synergies with the event industry.

Key words: event industry, Covid-19 pandemic, event forms