



**POSLOVNI
DOGAĐAJI**

- Izraz sajam (engleski *fair*) od latinske reči "*feria*" = manifestacija religioznog karaktera,
- Nemačka reč "*messe*", vuče korene iz latinskog jezika od reči "*missa*", što znači misa (liturgija).



- U Londonu, 1851. godine - prva međunarodna izložba EXPO → veliki uticaj na razvoj američkih sajмова
- poljoprivredni sajmovi
- **i dalje predstavljaju jedan od najboljih načina prodaje i promocijnih sredstava za kompanije**

- Konferencije- XIX vek
- 60-tih godina XX veka -značajne investicije u infrastrukturu neophodnu za održavanje konferencija
- najveća ulaganja u poslednjoj deceniji XX veka

Ključni razlozi za nastanak i razvoj poslovnih događaja su:

- mogućnost ostvarenja **velike koncentracije ponude i tražnje** na jednom mestu u određenom vremenskom periodu,
- mogućnost **zaključivanja kupoprodajnih ugovora** po osnovu prospekata i uzorka,
- **dinamičan rast i razvoj proizvodnje**, proizvodnih tehnologija i komunikacione infrastrukture,
- **fleksibilnost i tržišna prilagodljivost sajmova** koja je išla u korak sa razvojem tržišnih ekonomija i promenama u okruženju,
- **prodajni i komunikacioni efekti** koji se ostvaruju učešćem na poslovnim događajima

- SAD- na organizovanje i učešće na poslovnim događajima godišnje -40 milijardi \$.
- poslovni događaji glavni izvor prikupljanja informacija neophodnih u donošenju odluka o kupovini.
- 91% posetilaca koji su ostvarili kupovine na sajmovima, ove poslovne događaje smatraju najboljim izvorima u prikupljanju potrebnih informacija

- Poslovni događaji:

- sajmovi,
- sastanci,
- konferencije i slično.



- Australija termin „poslovni događaji“ (*business events*),
- Evropa - konferencije, sajmovi i podsticajna putovanja → poslovni turizam (*business tourism*).
- seminar (grupa do 30 učesnika razmenjuje iskustva iz određene oblasti),
- radionica (kod nas je sve više u upotrebi engleski termin “*workshop*”, najviše 35 učesnika),
- simpozijum (panel diskusija o određenoj oblasti pred publikom),
- forum,
- panel,
- predavanje i drugo



Akronim **MICE** - (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions or Events*)



M-sastanci (meetings)

- ⊙ Sastanci su skupovi kompanija, vlada, asocijacija.
- ⊙ 50 učesnika.
- ⊙ zahtevaju hotel, boravak i konferencijski centar.

I-podsticajna putovanja (incentives)

- omogućavaju iskustvo i motivaciju
- nezaboravno iskustvo sa garantovanom pouzdanošću i savršenošću
- organizovano od kompanije ili preko specijalnih posrednika
- učesnici starosti između 25-40 godina.
- muškarci



C-kongresi, konvencije, konferencije (conventions, conferences, congresses)

- ⦿ Sastanci/skupovi ljudi nekoliko profesija na kojima razmenjuju informacije
- ⦿ Konvencija (Amerika)
- ⦿ Konferencija (Evropa)
- ⦿ Pripremanje -dve godine



E-izložbe (exhibitions)

- predmeti i stvari za prodaju
- otvorene za javnost.
- dva tipa izložbi:
 - izložbe radinosti
 - potrošačke izložbe



- ◎ Kongresni turizam uključuje prisustvo sledećih elemenata:
 - **tehničku pripremljenost** za kongrese: kongresne centre, kongresna mesta, kongresne sale sa hotelskim kapacitetima, tehničke instrumente i opremu
 - **smeštajne kapacitete**
 - **saobraćajnu infrastrukturu**
 - **Organizacije:** kongresni biro, profesionalne kongresne organizacije, turističke agencije, kvalifikovane za kongresne aktivnosti

Brizbejn



Dablin



Hong Kong



Bangkog



Portorož



Šangaj



Busan



Singapur







kvalitetne karakteristike mesta, regije i zemlje



prednosti učestvovanja na poslovnim događajima:

- Priroda određenih proizvoda/usluga zahteva **neposredno izlaganje**, demonstriranje posetiocima, jer se jedino tako može doneti odluka o kupovini,
- Učešće na poslovnim događajima omogućuje izlagačima **izgrađivanje ugleda** u javnosti i uspostavljanje, održavanje kontakata sa poslovnim partnerima,
- Poslovni događaji olakšavaju **izbor i selekciju** neophodnih posrednika u poslovanju,
- Izlagači u toku održavanja poslovnih događaja **stupaju u kontakte** i sa predstavnicima vlasti, odnosno relevantnih društvenih institucija,
- Poslovni događaji su veoma pogodni za **realizaciju marketing istraživanja** i prikupljanja informacija o elementima, faktorima poslovnog okruženja,
- Izlagači su u prilici da na veoma efikasan način stupe u **kontakt** sa velikim brojem **potencijalnih potrošača**, i dr.

razlozi koji **destimulišu** :

- **Visoki troškovi** aktivnog učešća na atraktivnim i afirmisanim poslovnim događajima,
- Problemi **izbora i selekcije** odgovarajućih poslovnih događaja,
- **Koordinacija** aktivnosti **menadžmenta događaja** u toku održavanja programa poslovnih događaja.

SAJMOVI KAO VRSTA POSLOVNIH DOGAĐAJA

- ITB u Berlinu,
- IMEX u Frankfurtu
- EIBTM u Barseloni



The Global Meetings &
Events Exhibition

19 - 21 November 2013

Fira Gran Via, Barcelona, Spain

- UFI razlikuje
 - međunarodne,
 - nacionalne
 - regionalne sajmove.
- Međunarodni sajmovi:
 - strani izlagači čine najmanje 10% ukupnog broja izlagača
 - ili broj stranih posetilaca iznosi najmanje 5% ukupnog broja posetilaca.

○ Sajmovi se mogu grupisati u tri kategorije:

- potrošačke,
- trgovačke i
- privatne priredbe.

- **vertikalni ili**
specijalizovani sajmovi
- **Horizontalni sajmovi**