



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Ekonomist
Modul: Organizator podjetništva in trženja

**ANALIZA POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA
SEKTORJA ZA ORGANIZACIJO
DOGODKOV NA
NOGOMETNI ZVEZI SLOVENIJE**

Mentorica: Tatjana Čeh Naglič, univ. dipl. soc.
Somentorica: Tamara Jokić Rozman, univ. dipl. soc.
Lektorica: Špela Kikelj, univ. dipl. komparativist

Kandidatka: Sema Julević

Kranj, marec 2020

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici Tatjani Čeh Naglič, univ. dipl. soc., za pomoč, nasvete in usmerjanje pri pisanju ter izredno hitro odzivnost med nastajanjem naloge.

Hvala ga. Tamari Jokić Rozman, univ. dipl. soc., iz organizacije Nogometna zveza Slovenije za pomoč in nasvete pri ustvarjanju diplomske naloge.

Zahvaljujem se tudi lektorici Špeli Kikelj, ki je mojo diplomsko nalogo jezikovno in pravopisno pregledala.

Posebno zahvalo namenjam družini in prijateljem, ki so me spodbujali med študijskim procesom, mi pomagali ter stali ob strani.

IZJAVA

Študentka Sema Julević izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom Tatjane Čeh Naglič, univ. dipl. soc.

Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.

Dne _____

Podpis: _____

POVZETEK

Nogometna zveza Slovenije letno organizira več kot 200 različnih dogodkov, ki se razlikujejo po vrsti, številu udeležencev oz. velikosti ter po nosilcih. Glede na to se razlikujeta tudi način ter zahtevnost same organizacije dogodka.

Problem, ki smo ga predstavili ter ga z diplomsko nalogo poskušali rešiti, je pomanjkljiva medsektorska komunikacija znotraj NZS, zaradi katere se pojavljajo šumi v komunikaciji.

Diplomsko nalogo sestavlja teoretični in praktični del. Na podlagi intervjuja in ankete smo ugotovili vzroke, zaradi katerih prihaja do pomanjkljivih informacij, raziskali smo, ali sodobna tehnologija lahko pripomore k hitrejšem pretoku informacij in ali obrazec za organizacijo dogodkov za posredovanje informacij v procesu organizacije dogodka na Nogometni zvezi Slovenije olajša delo nosilcu dogodka in organizatorju dogodka. Analizirali smo tudi novi način komuniciranja v procesu organizacije dogodkov ter ocenili njegove prednosti, pomanjkljivosti in učinkovitost.

Namen diplomske naloge je proučiti medsektorsko komunikacijo v procesu organizacije dogodkov pri Nogometni zvezi Slovenije in njene pomanjkljivosti, posledice in tudi učinek izboljšave načina komunikacije oz. posredovanja informacij v procesu organizacije dogodkov.

KLJUČNE BESEDE

- Organizacija dogodka
- Obrazec za organizacijo dogodka
- Dogodek
- Udeleženci
- Zapleti

ABSTRACT

The Football Association of Slovenia organizes more than 200 different events every year. Events vary in type, number of participants, size, and carriers. This also differentiates the way and the complexity of organizing the event.

The problem we presented and tried to solve with the thesis is a lack of cross-sector communication within the FAS, which causes communication noise.

The thesis consists of theoretical and practical work. Based on the interview and the survey, we found out what causes the transmission of defective information, whether modern technology can help in the faster flow of information, and whether the Event Organization Form for the purpose of transmitting information in the process of organizing an event at the Football Association of Slovenia facilitates work for all parties included in the event organization process. We analyzed a new way of communicating in the process of event organization, its advantages, disadvantages and effectiveness.

The purpose of the thesis is to study cross-sector communication in the process of organizing events at the Football Association of Slovenia and its shortcomings, consequences and also the effect of improving the way of communication and handing over information in the event organization process.

KEYWORDS

- Organization of the event
- Event organization form
- Event
- Participants
- Release

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	Predstavitev problema.....	1
1.2	Cilji naloge	2
1.3	Predstavitev okolja	2
1.4	Predpostavke in omejitve	3
1.5	Metode dela	3
2	KOMUNIKACIJA	4
2.1	Kaj je komunikacija?	4
2.2	Vrste komuniciranja.....	5
2.3	Težave pri komuniciranju	7
3	POSLOVNO KOMUNICIRANJE.....	8
3.1	Pomembnost poslovnega komuniciranja	9
3.2	Cilj in strategija poslovnega komuniciranja	10
3.3	Učinkovitost in uspešnost komuniciranja	11
3.3.1	Učinkovitost.....	11
3.3.2	Uspešnost.....	11
4	NOGOMETNA ZVEZA SLOVENIJE	12
4.1	Sektor za organizacijo dogodkov na NZS.....	14
4.2	Projektno vodenje	15
5	IMPLEMENTACIJA OBRAZCA ZA ORGANIZACIJO DOGODKOV	17
6	ANALIZA INTERVJUJA.....	20
7	RAZISKAVA	22
7.1	Priprava in izvedba ankete	22
7.2	Rezultati raziskave in interpretacija odgovorov	23
8	ZAKLJUČEK	36
	LITERATURA IN VIRI	38
	PRILOGA 1 – INTERVJU	40
	PRILOGA 2 – ANKETNI VPRAŠALNIK.....	42
	PRILOGA 3 – OBRAZEC ZA ORGANIZACIJO DOGDKOV	45

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Spol.....	23
Graf 2: Starost.....	24
Graf 3: Udeleženos v procesu organizacije dogodka.....	25
Graf 4: Število zapletov pri organizaciji dogodka	26
Graf 5: Razlogi za zaplete	27
Graf 6: Posledice zapletov.....	28
Graf 7: Uporabnosť obrazca za organizacijo dogodkov	29
Graf 8: Ocenitev uporabnosť obrazca za organizacijo dogodkov	30
Graf 10: Uveljavljanje morebitnih sprememb obrazca.....	32
Graf 11: Učinkovitost sodobnih aplikacij za posredovanje informacij o organizaciji dogodka	34

KAZALO TABEL

Tabela 1: Drugi razlogi za zaplete pri organizaciji dogodkov	27
Tabela 3: Razlaga odgovorov anketirancev na vprašanje št. 9.....	31
Tabela 4: Predlogi morebitnih sprememb obrazca za organizacijo dogodkov.....	33
Tabela 5: Razlaga odgovorov anketirancev na vprašanje št. 13.....	35

KAZALO SLIK

Slika 1: Sistem komuniciranja s povratno zvezo	5
Slika 2: Vrste in načini komuniciranja	6
Slika 3: Razsežnosť komuniciranja	10
Slika 4: Organizacijska struktura NZS	13
Slika 5: Slovenski nogomet v številkah	14
Slika 6: Metodi vodenja projektov	16
Slika 7: Statistika dogodkov na NNC Brdo.....	17
Slika 11: Paviljon NNC Brdo.....	21

KRATICE IN AKRONIMI

NZS: Nogometna zveza Slovenje

Org. dog.: Organizacija dogodkov

FIFA: Fédération Internationale de Football Association (v prevodu Mednarodna nogometna zveza)

UEFA: Union of European Football Associations (v prevodu Evropska nogometna zveza)

SMART: Pravila ustreznega postavljanja ciljev

NNC Brdo: Nacionalni nogometni center Brdo

1 UVOD

V diplomski nalogi želimo analizirati poslovno komunikacijo Sektorja za organizacijo dogodkov na Nogometni zvezi Slovenije. V teoretičnem delu bomo opredelili pojem *komunikacija*, vrste komunikacij in podrobno opisali poslovno komuniciranje, njegove lastnosti, načine itd. Predstavili bomo športno organizacijo Nogometno zvezo Slovenije in njeno organizacijsko strukturo, pri čemer se bomo osredotočili na Sektor za organizacijo dogodkov.

Na Nogometni zvezi Slovenije se zavedamo pomembnosti kvalitetne priprave in izvedbe dogodka, saj s tem preprečujemo nezadovoljstvo gledalcev, udeležencev in vseh, ki so na kakršen koli način povezani z dogodkom. Ključnega pomena je kvaliteten pretok informacij od ideje do izvedbe dogodka.

V zadnjem delu diplomske naloge bomo opravili anketno raziskavo, s kateri bomo proučili izboljšave po uvedbi rešitev za boljšo medsektorsko komunikacijo v procesu organizacije dogodkov. Z namenom proučevanja poslovnega komuniciranja v sklopu organizacije dogodkov bomo opravili intervju pred anketo, ker bo podlaga za anketo, pa tudi osnova za primerjavo zdajšnjega načina komunikacije med organizacijo dogodkov z nekdanjim (pred 10 leti do sedaj).

Nogometna zveza Slovenije je organizacija, ki že 90 let bdi nad slovenskim nogometom. Med glavne uspehe v tem času štejeta uvrstitvi članske reprezentance na svetovno (2002 in 2010) in na evropsko prvenstvo (2000). Kljub temu da se delo NZS po navadi v splošni javnosti ocenjuje prek slovenske članske reprezentance, pa je jedro delovanja osrednje slovenske nogometne organizacije precej globlje in širše. (Nogometna zveza Slovenije, 2020)

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Nogometna zveza Slovenije letno priredi več kot 200 različnih dogodkov. Dogodki se razlikujejo po:

- Vrsti (tekme reprezentanc, reprezentančni turnirji, finale pokala, zaključna tekmovanja različnih skupin, novoletni sprejem, zasedanje skupščine, žreb tekmovalnih parov, seminarji, izobraževanja, dogodki zunanjih partnerjev).
- Številu udeležencev/velikosti (veliki dogodki, manjši dogodki, interni dogodki).
- Nosilcih (tehnični sektor, tekmovalni sektor, glavna pisarna, sektor za marketing in komuniciranje, sektor za tekmovanja in licenciranje, sektor za mednarodne in pravne zadeve).

Vsi sektorji se za organizacijo posameznega dogodka usklajujejo s Sektorjem za organizacijo dogodkov, od koder naprej posredujejo vsa navodila za predhodno

pripravo ter samo izvedbo dogodka. Problem, ki nastaja v praksi, je pomanjkljiva medsektorska komunikacija znotraj NZS, zaradi katere prihaja do zapletov v procesu organizacije posameznega dogodka (npr. nepričakovana večja udeležba, pomanjkanje parkirišč zaradi pomanjkljive informacije o udeležbi), večjih pomanjkljivosti in splošnega nezadovoljstva tako s strani notranjih udeležencev kot tudi zunanjih opazovalcev.

1.2 CILJI NALOGE

Cilj naloge je v začetni fazi predlagati konkretno rešitev za poenotenje načina posredovanja informacij za namen organizacije dogodka, nato pa pripraviti tudi idejno rešitev in jo predstaviti. Rešitev bo podrobno oblikovana in implementirana tako, da jo bodo vsi uporabniki lahko uporabljali za manjše kot tudi za večje dogodke. Eden od končnih ciljev je tudi ugotoviti uspešnost implementacije rešitve med uporabniki in ugotovitev v zaključku predstaviti.

1.3 PREDSTAVITEV OKOLJA

Diplomska naloga se nanaša na športno organizacijo Nogometna zveza Slovenije, katere sedež je od novembra 2015 Predoslje 40a, 4000 Kranj. Na tej lokaciji ima NZS dva objekta (upravna stavba in Nacionalni nogometni center Brdo). Nogometna zveza Slovenije šteje nekaj čez 50 zaposlenih, na dnevni bazi je v hiši prisotnih okoli 30 zaposlenih.

NZS je operativno sestavljena iz več sektorjev oz. služb:

- Glavna pisarna;
- Finančno–računovodski sektor;
- Sektor za mednarodne in pravne zadeve;
- Sektor za marketing in komuniciranje;
- Tehnični sektor;
- Tekmovalno–licenčni sektor;
- Sektor za organizacijo dogodkov (v nadaljevanju Sektor za org. dog).

V diplomskem delu se bomo osredotočili na Sektor za organizacijo dogodkov, ki se ukvarja z organizacijo različnih dogodkov, komunikacijo z nosilci dogodkov, prevozniki, hoteli, ponudniki kulinarčnih storitev ipd. Sektor za org. dog. obsega tri delovna mesta: vodja sektorja, referent za vstopnice in potovanja ter organizator dogodkov.

1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE

Kot predpostavke lahko omenimo, da:

- Zaradi pomanjkljivega posredovanja informacij pride do zapletov oz. kompleksnejšega procesa organizacije dogodkov na Nogometni zvezi Slovenije, višjih stroškov ter nezadovoljstva soudeležencev.

Neučinkovita komunikacija vodi v nesoglasja in konflikte, kar niža dodano vrednost samega odnosa. Posledica slabe komunikacije je lahko nabor negativnih čustev v posamezniku, ki vodijo do kasnejšega nekontroliranega racionalnega izbruha, ki pa ima skoraj vedno negativne posledice. (Blaz Kos Consulting, 2020)

- Poenotenje uporabe sodobnih aplikacij za posredovanje informacij o organizaciji dogodkov omogoča hitrejši, lažji, ažuren ter preverljiv način medsektorskega komuniciranja v sklopu organizacije dogodkov na Nogometni zvezi Slovenije.

S pojavom informacijske tehnologije se je spremenila splošna komunikacija, saj se je ta v veliki meri prenesla v nevidni prostor, kjer računalniška tehnologija omogoča takojšnji prenos informacij ne glede na časovno in krajevno oddaljenost pošiljatelja in prejemnika. (Bračko, 2014, str. 10)

- Vzpostavitev uporabe novega internega dokumenta, obrazca »Organizacija dogodka«, bo pozitivno učinkovala na proces organizacije dogodka.

Morebitne omejitve nam lahko predstavljajo zmanjšan obseg dogodkov v zimskem obdobju, zavrnitev dostopa do podatkov in pomanjkanje literature, saj je organizacija dogodkov na NZS zelo specifična.

Pri anketiranju lahko nastanejo zapleti, če anketiranci ne bodo izpolnili ankete v celoti, jo bodo predčasno zaključili ali sploh ne bodo mogli dostopati do interneta.

1.5 METODE DELA

Pri izdelavi teoretičnega dela diplomske naloge bomo uporabili metodo deskripcije, s katero bomo opredelil osnovne teoretične pojme in metodo povzemanja ugotovitev drugih avtorjev. Kot način raziskovanja bomo uporabili vprašalnik z namenom proučevanja izboljšav po uvedbi rešitev za boljšo medsektorsko komunikacijo v procesu organizacije dogodkov in intervju, ki nam bo pomagal pridobiti boljši vpogled v obravnavano področje in primerjati razvoj načinov komunikacije pri organizaciji dogodkov skozi čas (pred 10 leti do zdaj).

2 KOMUNIKACIJA

Komuniciranje je sestavni del našega življenja. Komunikacija je način spoznavanja sveta, drugih ljudi in sebe samega (spreminjanje svojih stališč, navad, vrednot, vedenja ...).

Za odgovor na vprašanje: »Zakaj postaja komuniciranje v življenju sodobnega človeka vse bolj pomembno?« velja omeniti ameriškega znanstvenika Johna Powella, ki proučuje komuniciranje, in je v enem svojih intervjujev povedal:

»Vprašanje sporazumevanja je morda najpomembnejše vprašanje, ki smo ga kdajkoli obravnavali. Moje lastne izkušnje, opazovanja in raziskave so me privedle do prepričanja, da je sporazumevanje najpomembnejši vir sreče in zdravja.« (Mihaljčič, 2006, str. 9)

2.1 KAJ JE KOMUNIKACIJA?

Beseda *komunicirati* izvira iz latinske besede *communicare*, kar pomeni *posvetovati se, razpravljati o nečem, vprašati za nasvet* (Mihaljčič, 2006, str. 11).

Komuniciranje je proces oddajanja, prenosa in zaznavanja sprejetih simbolov. Sprejetost simbolov pomeni enako razumevanje simbola pri vseh udeležencih komuniciranja.

Sam pojem *komuniciranje* je zelo širok, saj opredeljuje veliko, med seboj zelo različnih pojavnih oblik komuniciranja: od vsakodnevnega pogovora med ljudmi do izmenjave podatkov med napravami (Ferjan, 2017, str. 7).

Komunikologija

Kot navaja Ferjan (2017, str. 8) komunikologija je veda, ki se ukvarja s komunikacijo občil: z medijskim, organizacijskim, javnim, množičnim komuniciranjem.

Model komuniciranja odgovarja na pet ključnih vprašanj:

- KDO?
- KAJ?
- KOMU?
- NA KAKŠEN NAČIN/KAKO?
- S KAKŠNIM UČINKOM?

Elementi sistema komuniciranja so:

- oddajnik,
- sprejemnik,
- sporočilo,

- komunikacijski kanal.

Enostaven sistem komuniciranja ima en oddajnik in en sprejemnik. Pri omenjenem sistemu komuniciranja še ne moremo govoriti o povratni zvezi. Učinek poslanega sporočila ugotavljamo s povratno zvezo, ki pa ni nujen element sistema komuniciranja. Enostaven sistem komuniciranja s povratno zvezo je prikazan na sliki 1.



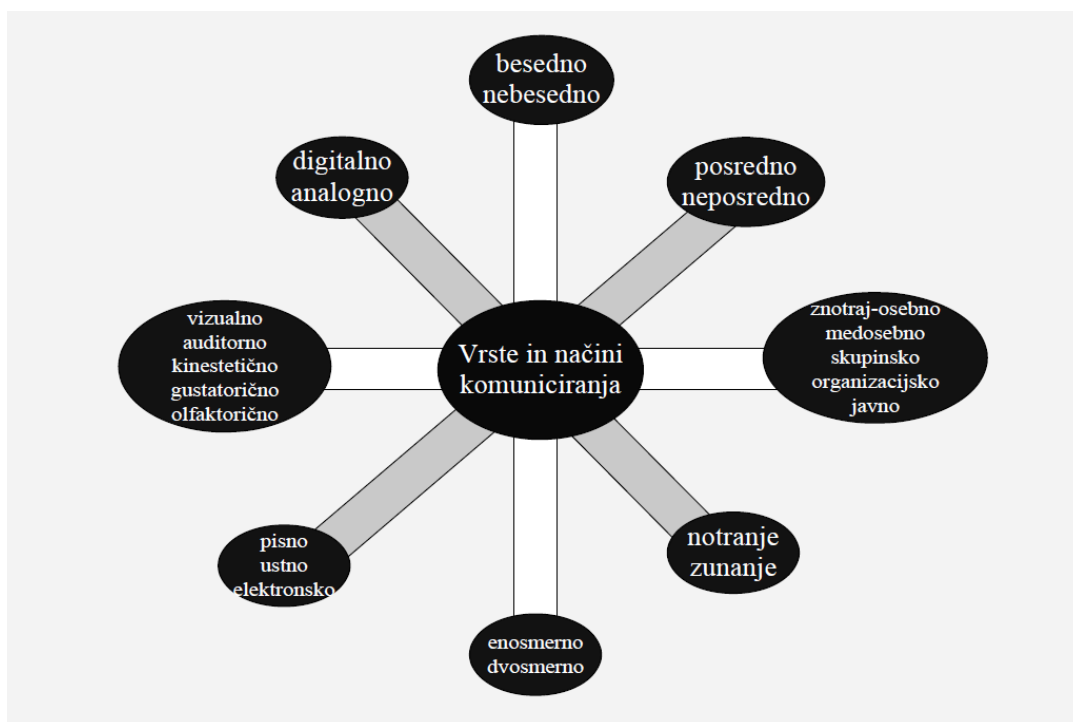
Slika 1: Sistem komuniciranja s povratno zvezo
(Vir: Ferjan, 2017, str. 8)

2.2 VRSTE KOMUNICIRANJA

Mihaljčič (2006, str. 16–19) v svojem delu komuniciranje razdeli glede na:

1. Razdaljo med udeleženci:
 - neposredno komuniciranje,
 - posredno komuniciranje.
2. Komuniciranje po številu sodelujočih:
 - intrapersonalno komuniciranje (komuniciranje s samim seboj),
 - interpersonalno komuniciranje (osebni stik med posamezniki ali skupinami ljudmi),
 - javno komuniciranje (informativna funkcija, povezovalna funkcija, izobraževalna funkcija).
3. Komuniciranje po smeri:
 - enosmerno komuniciranje (od pošiljatelja k prejemniku),

- dvosmerno komuniciranje (prejemnik pošiljatelju daje povratna sporočila).
4. Vertikalno in horizontalno komuniciranje:
- vertikalno komuniciranje je izmenjava informacij med dvema različnima družbenima skupinama,
 - horizontalno komuniciranje pomeni izmenjavo informacij znotraj ene družbene skupine.
5. Formalno in neformalno komuniciranje:
- pri formalnem komuniciranju uporabljamo vnaprej določene kanale komuniciranja z jasno in smotrno zasnovanimi sporočili,
 - neformalno komuniciranje opredeljujejo spontanost, neorganiziranost, razpršenost, anonimnost.
6. Komuniciranje glede na obliko:
- besedno (verbalno) – govorno in pisno,
 - nebesedno (neverbalno) – govorica telesa, zunanji videz poslovnega človeka itd.



Slika 2: Vrste in načini komuniciranja
(Vir: I. Fink et al., 2009, str. 10)

2.3 TEŽAVE PRI KOMUNICIRANJU

Včasih komuniciranje ne poteka tako učinkovito, kot bi si želeli. V vseh fazah procesa komuniciranja se lahko pojavijo motnje, ki zmanjšujejo urejenost in povečujejo negotovost komuniciranja.

Vrste motenj komuniciranja (Možina et al., 2011, str. 75, 76):

1. Motnje zaradi medsebojnega nerazumevanja pošiljatelja in prejemnika, ki sta tujca oziroma ne razumeta dobro jezika drug drugega.
2. Motnje zaradi nesporazumov, ki nastanejo, ko prejemnik sporočila ne sprejme tako, kot si to želi pošiljatelj.
3. Motnje, ki nastajajo na komunikacijski poti (šum komunikacijskega kanala): informacije se izgubljajo, kriva je slaba telekomunikacijska veza, šum v prostoru, izgubljeno pismo ipd.

Za odpravljanje motenj je bistveno, da znamo ugotoviti, ali nastajajo pri pošiljatelju, pri prejemniku ali na komunikacijski poti.

Motnje pri pošiljatelju:

- sporočilo je nejasno oblikovano, dvoumno;
- sporočilo je neprimerno kodirano (neurejeno, površno);
- pošiljatelj se ne skuša vživeti v prejemnika, v njegov način razmišljanja, v njegove vrednote in interese.

Motnje pri prejemniku:

- prejemnik nima zanimanja za sporočilo;
- prejemnik razume sporočilo tako, kot si želi on;
- sporočil je preveč; prejemnik jih ne more dekodirati;
- sporočilo je po vsebini preobsežno;
- prejemnik zaznava druga sporočila v okolju, ki so zanj v tistem trenutku pomembnejša;
- prevzemnik prevzame vpliv pošiljatelja – strah, spoštovanje;
- prejemnik sporočila ne razume tako kot pošiljatelj in mu pripisuje drugačen pomen.

Motnje na komunikacijski poti:

- vse, kar kanal prenaša poleg sporočila, ki ga želi poslati, oddajnik, to so npr. motnje na televiziji, pri telefonskih razgovorih, hrup, popačenje sporočila;
- prekinitev komunikacijskega kanala, izguba pisma, telefaksa;
- večje število posrednikov pomeni večje tveganje za napačno sprejemanje sporočila npr. zaradi nesporazumov med njimi, selektivnega dojetanja ipd.

3 POSLOVNO KOMUNICIRANJE

Poslovno komuniciranje je pomemben del dejavnosti članov vsake organizacije, namenjeno pa je postavljanju ciljev organizacije in njihovem doseganju. Poslovno komuniciranje poteka navzven (iz organizacije v zunanje okolje) in znotraj organizacije (med deli organizacije in med funkcijami organizacije).

Ločimo tri načine poslovnega komuniciranja, njihova raba pa se prilagaja okoliščinam. Vedno lahko izberemo kombinacijo dveh načinov (po Možina et al., 2011, str. 16):

Besedno komuniciranje

Pri besednem komuniciranju ločimo govorno in pisno sporazumevanje. Besedno komuniciranje se največkrat odvija v govoru med dvema ali več udeleženci pogovora in lahko poteka tako v formalnem kot v neformalnem načinu. Prednost govornega sporazumevanja je hitra in takojšnja povratna informacija. Prejemnik sporočila lahko tako izrazi svoje mnenje, opredeli morebitne nejasnosti v zvezi z razumevanjem sporočila in se na sporočilo takoj odzove. Ko sporočilo prenaša več oseb, lahko pride do preoblikovanja vsebine, kar je največja pomanjkljivost govornega komuniciranja.

Pisno komuniciranje je prenašanje besedila, zapisanega z besedami, risbami, simboli ali drugimi znaki. Takšna sporočila so običajno bolj izdelana in jasna, saj mora pošiljatelj natančno premisliti, kaj bo v sporočilu napisal. Prednosti takšnega sporočanja sta tudi trajnost in nazornost sporočila, ki ga je možno dokumentirati in kasneje preverjati. Pomanjkljivost pisnega komuniciranja je zamudnost. Za nastanek končnega pisnega sporočila potrebujemo več časa in več natančnosti. Po prejemu sporočila ne prejmemo takojšnje povratne informacije.

Nebesedno komuniciranje

Nebesedno komuniciranje obsega govorico telesa, osebni videz, prostor, čas, otip in vonj. Pri tem načinu se ne oziramo preveč na vsebino sporočila, temveč se bolj osredotočamo na odnos v procesu komunikacije. Pomen nebesednega komuniciranja lahko razberemo le, če prejemnika dobro poznamo in če poznamo kulturne značilnosti okolja, v katerem komuniciranje poteka.

Elektronsko komuniciranje

Pri tem načinu komuniciranja gre za uporabo številnih elektronskih naprav, ki so v sedanjem času zelo aktivne. Večjo učinkovitost komuniciranja dosežemo v kombinaciji z govornim ali pisnim sporočanjem. Prednost tega načina je v hitrem

posredovanju natančne informacije. Kot slabost lahko omenimo strošek nakupa elektronskih naprav in dejstvo, da vse naprave ne omogočajo povratne informacije. (Berce, 2009, str. 3–5)

3.1 POMEMBOST POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA

Namen poslovnega sporazumevanja je obveščati, seznanjati in pridobivati koristne informacije zato, da bi vplivali na ljudi in skupine znotraj in zunaj organizacije. Poslovno komuniciranje se nanaša na poslovna opravila posameznika, skupine ali organizacije, ki želijo doseči poslovne rezultate.

Poslovne komunikacije imajo praktičen namen: prodati izdelek, prepričati sodelavca o načinu opravljanja dela, ponuditi kupcu izdelek, udeležiti se poslovnega sestanka. Ker so cilji dokaj konkretni, lahko uspešnost merimo s stopnjo doseganja cilja.

Poslovno komuniciranje je sredstvo za sprejemanje poslovnih odločitev in reševanje poslovnih problemov (Fink et al., 2009, str. 16).

Poslovno komuniciranje zajema (Fink et al., 2009, str. 16):

- **informiranje:** posredovanje informacij vseh vrst; s pomočjo govornice oz. pisne besede, z risbami in kretnjami sporočamo, kaj smo izvedeli, kaj predlagamo, kaj mislimo. Nadrejenim sporočamo, kaj smo naredili; sodelavcem naročamo, kaj naj delajo; kupcem ponujamo svoje izdelke; pogajamo se s poslovnimi partnerji ali konkurenti;
- **posvetovanje:** skupaj z drugimi poskušamo najti nove poti in rešitve;
- **usklajevanje:** urejanje zadeve, usklajevanje stališč, pogajanja;
- **vplivanje:** delovanje na druge, kar se kaže v njihovem delovanju, ravnanju in mišljenju.

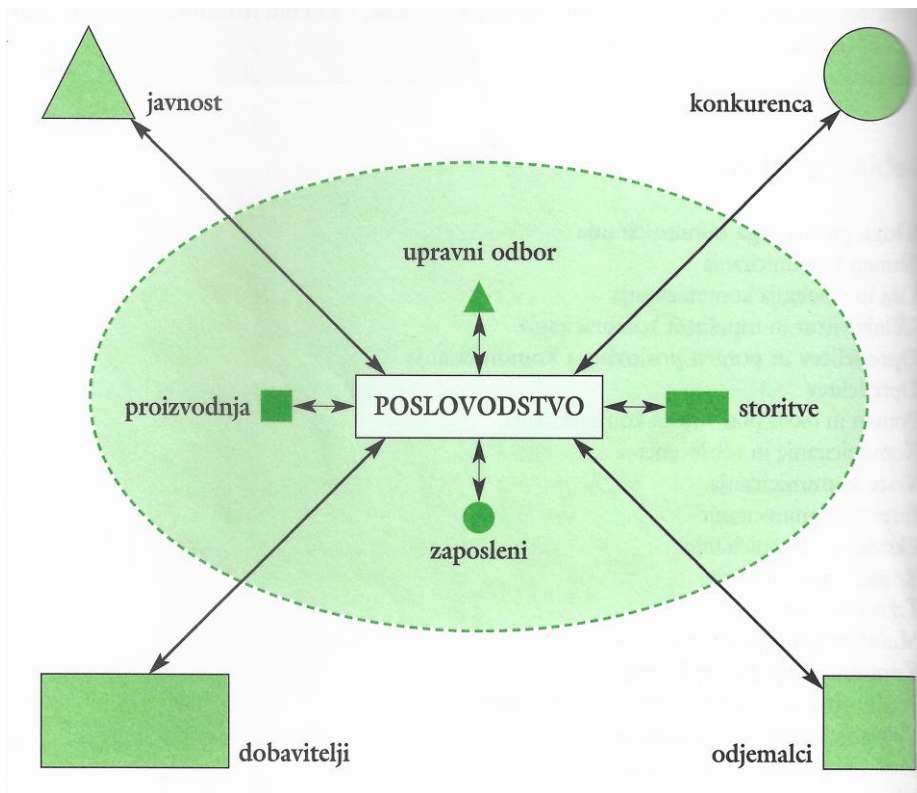
Funkcije komuniciranja v organizaciji so (Fink et al., 2009, str. 17):

- koordiniranje,
- vodenje,
- orientiranje,
- neformalne komunikacije,
- spodbujanje organizacijske kulture,
- komuniciranje z okoljem,
- razreševanje konfliktov.

Poslovna komunikacija poteka (Fink et al., 2009, str. 17):

- **navzven** – iz organizacije v zunanja okolja (komunikacija s konkurenti, dobavitelji, odjemalci, oblastmi),

- **znotraj** – v organizaciji sami (med ravnmi organizacije, med deli organizacije). Namen notranjega komuniciranja z zaposlenimi je spodbujanje pripadnosti, omogoča poznavanje in doseganje cilja podjetja, posredno povečanje zadovoljstva kupcev in povečanje uspešnosti organizacije.



Slika 3: Razsežnosti komuniciranja
(Vir: S. Možina et al., 2011, str. 16)

3.2 CILJ IN STRATEGIJA POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA

Poslovno komuniciranje je namenjeno doseganju zastavljenih ciljev organizacije. Zajema komuniciranje v organizacijah in med organizacijami. Tudi cilji poslovnega komuniciranja morajo biti dobro oblikovani in skladni s pravili ustreznega postavljanja ciljev, kar v angleškem jeziku označujejo z okrajšavo SMART (Fink et al., 2009, str. 18), ki pomeni:

- S** – specific (specifični – razvidno mora biti, kaj natančno mora biti narejeno),
- M** – measurable (merljivi – cilji morajo biti količinsko opredeljeni),
- A** – adjustable (prilagodljivi – cilje prilagodimo, če jih dosežemo oz. vidimo, da so nedosegljivi),
- R** – realistic (realni – cilje je možno doseči),
- T** – timed (cilji so časovno opredeljeni).

Strategija poslovnega komuniciranja zajema vse dejavnosti, ki prispevajo k doseganju ciljev komuniciranja (Fink et al., 2009, str. 18):

- načine (izbrane oblike, koncepte, usmeritve),
- dejavnosti (pravila, načrtovanje, izvedba),
- sredstva (čas, udeleženci, sredstva).

Cilji in strategija komuniciranja torej predstavljajo politiko komuniciranja.

3.3 UČINKOVITOST IN USPEŠNOST KOMUNICIRANJA

3.3.1 Učinkovitost

Komuniciranje je učinkovito takrat, kadar daje največ izidov in rezultatov ob dani porabi sredstev organizacije ali tistega, ki komunicira.

Učinkovito je tudi komuniciranje, ki zastavljene izide dosega ob čim manjši porabi sredstev. Izidi so lahko raznovrstni (Možina et al., 2011, str 19):

- informiranost ciljnih prejemnikov,
- hitreje in z nižjimi stroški sestavljeno poročilo,
- manj porabljenega časa v skupini za medsebojno komuniciranje,
- boljša prepričljivost sporočil v komuniciranju,
- več odzivov pri prejemnikih sporočil itn.

Učinkovitost lahko presojamo na dva načina. Prvi je ekonomičnost komuniciranja, ki pove, kolikšni so skupni stroški organizacije za opravljeno komuniciranje. Drugi način je produktivnost komuniciranja, ki pove, kolikšne izide je dala vsaka sestavina, vsak udeleženec komuniciranja (Možina et al., 2011, str. 19).

3.3.2 Uspešnost

Poslovno komuniciranje je ciljna dejavnost, naravnana na doseganje zastavljenih ciljev komuniciranja. Merilo doseganja ciljev je uspešnost, saj vsako poslovno komuniciranje ni nujno tudi uspešno. Šteje doseženi cilj oz. opravljena naloga, ne pa obsežna in intenzivna komunikacijska dejavnost kot sama zase (Možina et al., 2011, str. 19).

Poslovno komuniciranje je neuspešno, če je namenjeno samo sebi. Poslovno komuniciranje je eno od sredstev za doseganje ciljev organizacije.

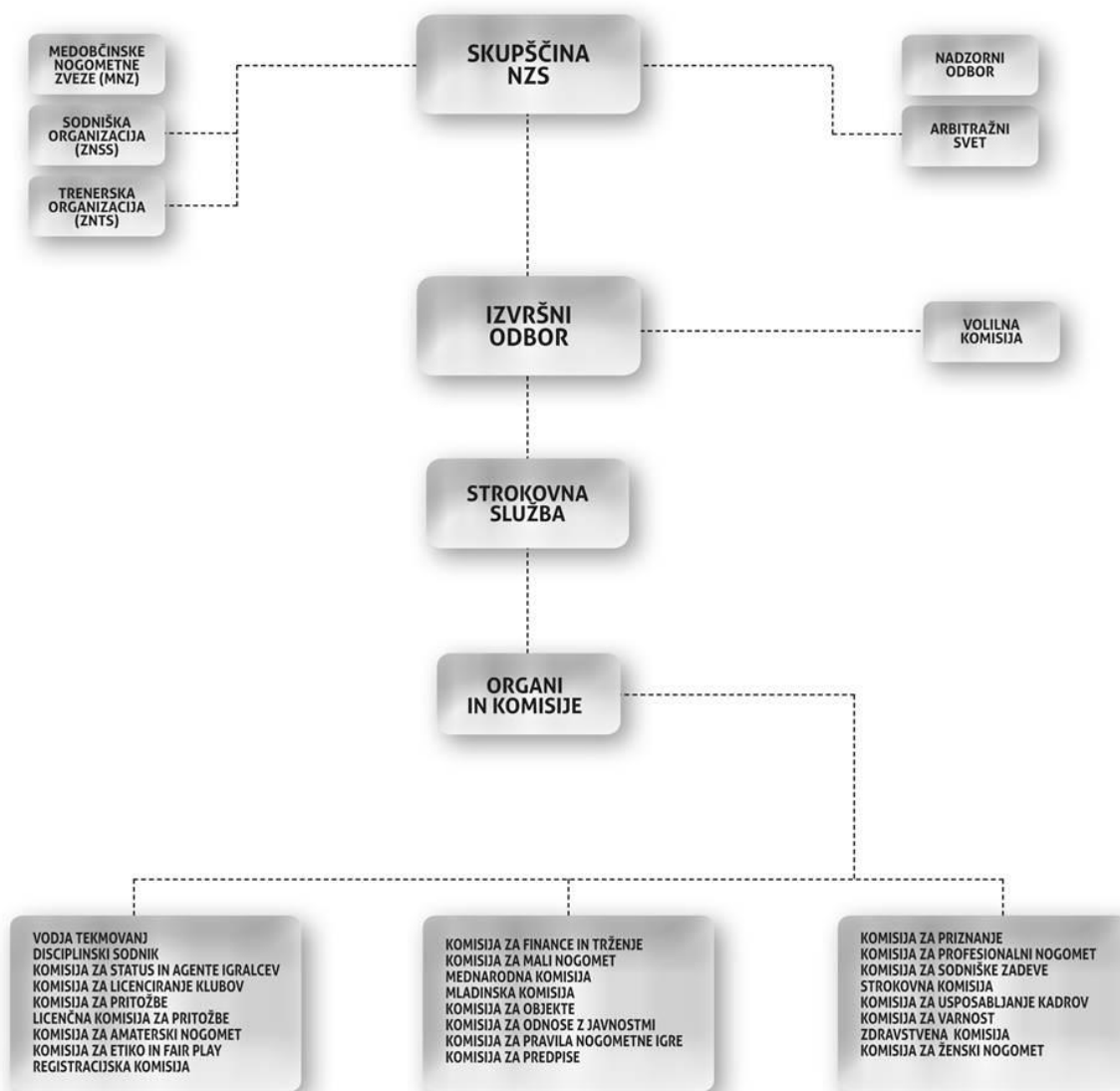
4 NOGOMETNA ZVEZA SLOVENIJE

NZS je krovna nogometna organizacija v Republiki Sloveniji, je pravna oseba zasebnega prava, ki je v skladu z določbami Zakona o društvih kot zveza društev vpisana v register društev. Ustanovljena je bila 24. 4. 1920, je članica FIFA (Fédération Internationale de Football Association, v prevodu Mednarodna nogometna zveza) od leta 1992 in od leta 1993 članica UEFA (Union of European Football Associations, v prevodu Evropska nogometna zveza). Njene članice so medobčinske nogometne zveze in strokovni organizaciji ZNSS (Zveza nogometnih sodnikov Slovenije) in ZNTS (Zveza nogometnih trenerjev Slovenije) (Statut NZS, 2019).

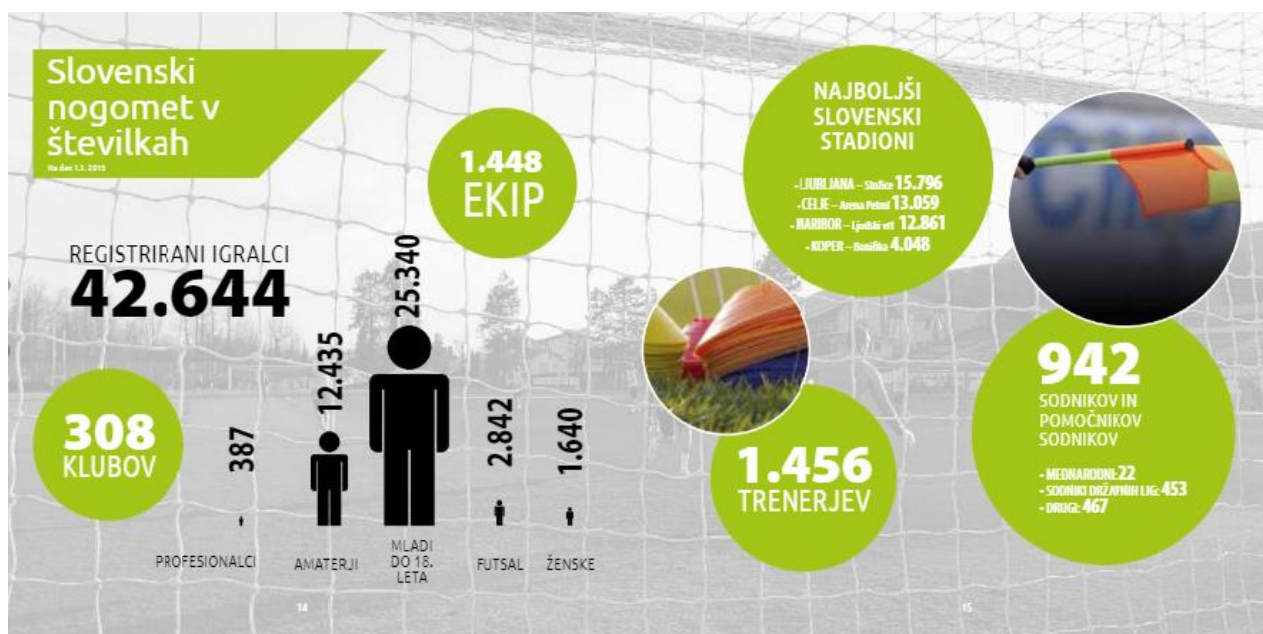
Poslanstvo NZS je ustvarjanje odprtega in stabilnega okolja za uresničevanje nogometnih ambicij in krepitev odgovornosti, spoštljivosti, zmagovalne miselnosti ter solidarnosti v družbi.

Organizacijsko strukturo NZS v najvišji fazi predstavlja Skupščina NZS, ki je najvišji organ NZS. Vsi člani NZS so v Skupščini zastopani z delegati. Člani Skupščine so Medobčinske nogometne zveze (v nadaljevanju MNZ), ZNSS in ZNTS. Število delegatov je določeno na podlagi števila članov MNZ. Izvršni odbor NZS (v nadaljevanju IO NZS) je izvršilni organ NZS in šteje 17 članov. IO NZS sestavljajo predsednik NZS, štiri podpredsedniki NZS in 12 članov IO NZS. Svetovalne komisije za posamezna področja skrbijo za delovanje in razvijanje nogometa v Sloveniji na segmentih, za katere so opredeljeni. Strokovna služba NZS opravlja strokovne, organizacijske in administrativne naloge na posameznih področjih dela NZS. Organizacija in vodenje službe sta v pristojnosti generalnega sekretarja (Statut NZS, 2020, str. 10–20).

Slovenski nogomet v številkah, predstavljen na sliki 5, slikovito prikazuje stanje slovenskega nogometa. V Sloveniji je registriranih 42.644 igralcev, ki so razporejeni v 1.448 ekip oz. v 308 klubov. Največji delež registriranih igralcev je mladih do 18. leta. Slovenski nogomet šteje tudi 1.456 trenerjev na različnih stopnjah izobrazbe in 22 mednarodnih sodnikov, 453 sodnikov državnih lig ter 467 drugih sodnikov. Med najboljše slovenske stadione prištevamo Ljubljana Stožice, Celje Arena Petrol, Maribor Ljudski vrt in Koper Bonifika (Slovenski nogomet 2020).



Slika 4: Organizacijska struktura NZS
(Vir: Predstavitev NZS, 2020)



Slika 5: Slovenski nogomet v številkah
(Vir: Slovenski nogomet 2020)

4.1 SEKTOR ZA ORGANIZACIJO DOGODKOV NA NZS

Sektor za organizacijo dogodkov nudi podporo vsem sektorjem pri organizaciji različnih dogodkov (več kot 200). Dogodki se razlikujejo po:

- vrsti dogodka (tekme, turnirji, novoletni sprejem, zasedanje skupščine, žreb tekmovalnih parov, seminarji, izobraževanja, dogodki zunanjih partnerjev),
- številu udeležencev/velikosti dogodka (veliki dogodki, manjši dogodki, interni dogodki – velikost dogodkov se meri po številu udeležencev oz. vabljenih),
- nosilcih dogodkov (Tehnični sektor, Tekmovalni sektor, Glavna pisarna, Sektor za marketing in komuniciranje, Sektor za tekmovanja in licenciranje, Sektor za mednarodne in pravne zadeve).

Vsi sektorji se za organizacijo posameznega dogodka uskladijo s Sektorjem za organizacijo dogodkov, kar pomeni, da zberejo vse podatke oz. potrebe, ki jih potrebujejo za izvedbo dogodka, in te podatke posredujejo vodji Sektorja za organizacijo dogodkov. Največkrat prenos informacij poteka ustno ali po elektronski pošti nekaj dni pred samim dogodkom na popolnoma neformalen način. Vodja Sektorja za organizacijo dogodkov nato oceni, ali je potrebno vključiti še koga v proces organizacije dogodkov, in pripravi vse, kar je potrebno za izvedbo samega dogodka.

Faze upravljanja dogodka:

1. Ideja/iniciativa – priprava izhodišč in koncepta (ideja za organizacijo seminarja zdravnikov reprezentanc).
2. Načrtovanje – priprava na zahteve dogodka (opredelitev potreb: datum, lokacija, tehnika, postavitve miz, gostinstvo, priprava vsebine, število udeležencev).
3. Implementacija – koordinacija, podpis pogodb (sklepanje dogovorov z morebitnimi zunanjimi predavatelji).
4. Dogodek – predpriprava, izvedba (dan dogodka, izvedba seminarja).
5. Sklepni del – končna analiza (uspešnost, odzivi udeležencev, končni zapisnik). (Bubnič et al., 2009, str. 20)

Komunikacija v procesu organizacije dogodkov traja (Postružnik, 2018, str. 10):

- Pred dogodkom (najava, vabilo, preverjanje prisotnosti, sporočilo medijem): najava tekme, pošiljanje vabil vabljenim na domačo tekmo A-representance po pošti.
- Med dogodkom (natančno določen čas, možnost prilagajanja glede na odziv – interaktivnost): upoštevanje časovnice, podane s strani UEFA.
- Po dogodku (zahvala, sporočilo medijem, izbrano darilo – spomin): tiskovna konferenca, darila gostujoči zvezi.

4.2 PROJEKTNO VODENJE

Če si projekt zamislimo kot zemljevid, so vodje projektov aplikacija Google Maps. Ko enkrat pripravijo načrt projekta oz. zastavijo, kako želje popeljati od točke A (začetka) do točke B (cilja), zlahka usmerjajo na vseh križiščih, vodijo po zavojih, serpentinah in preko ovir. Obenem znajo napovedovati tudi možnosti zastojev in bližnjic.

Z dobrim načrtom je delo lažje, hitrejše in učinkovitejše, z dobrimi orodji za projektno vodenje pa še boljše.

Ko pomislimo na organizacijo, je naša prva misel razporejanje po predalčkih ali različnih barvah. Jasno je, da že v izhodišču obstajajo različni načini organiziranja. Pri projektne vodenju uporabljamo dve različni metodi (Krajnc, 2020):

- načrtovanje glede na vsebino in
- načrtovanje glede na časovnico.

Nogometna zveza Slovenije uporablja obe metodi načrtovanja, odvisno od narave dogodka.

Primer:

Uradni prednovoletni sprejem NZS je dogodek, ki se odvija vsako leto decembra, je klasičen primer načrtovanja glede na vsebino. Uradni prednovoletni sprejem je v nekaterih segmentih že ustaljena praksa, kar pomeni, da se prihod vabljenih prične 30 minut pred pričetkom uradnega programa. Uradni program v praksi traja približno od 45 do 60 minut, sledi mu pogostitev, ki ni časovno omejena. NZS ima kot organizator proste roke pri odločanju, kdaj želi pričeti dogodek, koliko časa naj traja program, kakšne vsebine bodo v programu ipd.

Tekma v okviru UEFA tekmovanj članske oz. t. i. A-reprezentance pa je klasičen primer načrtovanja glede na časovnico, saj vse ure tekme določa Evropska nogometna organizacija UEFA. V praksi to pomeni: žreb UEFA določi tekmovalne skupine, kasneje UEFA določi datume tekem v sklopu uradnih terminov UEFA, ki so podani vnaprej. Dva meseca pred tekmo UEFA pošlje »kick-off time«, na podlagi katerega projektni vodja določi vse ostale aktivnosti, ki se dogajajo pred oz. po tekmi (prihod uradnega osebja, igralcev, odprtje INFO-točke za prevzem vstopnic, ura namakanja igrišča, priprava protokolarnih rekvizitov UEFA ipd.). Ure ostalih aktivnosti v sklopu organizacije tekme so standardizirane in so za vsako tekmo identične.

»Vodenje dogodkov je mogoče obravnavati kot umetnost in ne kot znanost« (Shone in Parry, 2004, str. 2).



Slika 6: Metodi vodenja projektov
(Vir: Krajnc, 2020)

Uporaba projektnega vodenja za ustvarjanje in razvoj obsežnih dogodkov vključuje proučevanje blagovne znamke, prepoznavanje ciljne publike, izdelavo koncepta dogodka, načrtovanje logistike in usklajevanje tehničnih vidikov, preden se dogodek dejansko začne (Event Academy, 2012).

5 IMPLEMENTACIJA OBRAZCA ZA ORGANIZACIJO DOGODKOV

Na podlagi statistične raziskave števila dogodkov na letni ravni na lokaciji Nacionalnega nogometnega centra Brdo (v nadaljevanju NNC Brdo), ki je bila opravljena 3. 1. 2020, je bilo v letu 2019 organiziranih 105 dogodkov. V to število so zajeti naslednji dogodki:

- izobraževanja (trenerska in sodniška),
- turnirji (mlajše reprezentance, mednarodni prijateljski turnirji, poslovna liga itd.),
- dogodki partnerjev (Mercator, Autocommerce, Petrol itd.),
- dogodki NZS (skupščina, interni dogodki).

2019	jan.	feb.	mar.	apr.	maj	jun.	jul.	avg.	sep.	okt.	nov.	dec.	SKUPAJ
število dni	13	4	22	25	28	27	13	15	21	15	13	6	202
št. dni paviljon	13	4	2	10	7	12	7	4	8	7	4	6	84
število dogodkov	5	3	9	13	14	13	4	10	14	8	6	6	105
št. dog. paviljon	5	3	2	6	6	7	3	3	6	3	3	6	53

Slika 7: Statistika dogodkov na NNC Brdo
(Lastni vir)

Razlaga: Iz tabele je razvidno skupno število dni dogodkov v posameznih mesecih, število dni dogodkov v posameznih mesecih v paviljonu NNC Brdo, število dogodkov v posameznih mesecih in število dogodkov v posameznih mesecih v paviljonu NNC Brdo. Dogodki, ki niso zajeti v polju *št. dog. paviljon*, so dogodki, ki so bili izvedeni na igriščih.

Ti dogodki predstavljajo le polovico izvedenih dogodkov na letni ravni. V to število niso vključeni dogodki, izpeljani v upravni stavbi NZS in na drugih lokacijah po Sloveniji. To so:

- uradni prednovoletni sprejem NZS (Gospodarsko razstavišče),
- izvršni odbor (upravna stavba NZS),
- seje komisij (upravna stavba NZS),
- manjši seminarji (upravna stavba NZS),
- tekme A-representance (večji stadioni po Sloveniji),
- finale Pokala Slovenije (večji stadioni po Sloveniji),

- turnirji mlajših reprezentanc (stadioni po Sloveniji).

Na večjih dogodkih sodeluje 80 % zaposlenih na NZS. Vsak od zaposlenih pokriva svoje področje dela v sklopu organizacije dogodkov – kot primer predstavljamo organizacijo tekme A-representance:

- vodja dogodka (pokriva celotno organizacijo),
- vodja protokola (poskrbi za protokol na začetku tekme – zastave, himne, protokol UEFA, izhod sodnikov in igralcev),
- vodja infrastrukture (pripravljenost igrišč),
- vodja akreditacij (poskrbi za akreditacije vseh delavcev, prostovoljcev, gostov VVIP, tehničnega osebja in medijev),
- vodja medijev (poskrbi za pripravljenost vseh medijev – tujih in domačih – novinarska konferenca);
- vodja prostovoljcev (pred tekmo opravi prijavo prostovoljcev, na dan tekme jih opremi s prejetimi akreditacijami in brošurami, jim poda točna navodila o gibanju po stadionu in zadolžitvah, jih razporedi na vnaprej določena mesta),
- vodja VVIP (poskrbi za pripravljenost prostora VVIP in za pripravo sedežnega reda, usmerjanje gostov na svoja sedišča),
- vodja vstopnic (od dneva pričetka prodaje do konca tekme je zadolžen za neprekinjeno izdajo vstopnic, izdajo vabil VVIP in gostov VIP, ter nogometni družini; na podlagi potrditev se gostom vstopnice pošljejo po pošti oz. jih gostje lahko prevzamejo na dan tekme na INFO-točki na stadionu).

Na manjših dogodkih zaradi manjšega obsega dela sodeluje precej manjše število zaposlenih (največ 3). Zadolžitve so porazdeljene na podlagi potreb, npr. priprava igrišča, priprava gostinstva, pripravljenost garderob, priprava prostora itd.

Primer zapletov v procesu organizacije dogodkov:

V komuniciranju za sobotni dogodek, 1. 2. 2020, v NNC Brdo ni bilo navedene potrebe po ozvočenju, projektorju, računalniku in mikrofoni. Zaradi pomanjkljive informacije pri posredovanju zahtev organizatorju ni bilo angažiranega osebja za vzpostavitev tehnike. Posledično se je dogodek zamaknil za približno uro in pol, saj smo tehniko vzpostavljali prek telefonskega klica z osebo, ki obvlada to področje, udeleženci pa so se ob čakanju dolgočasili, čutili sta slaba volja in nelagodje. V tem primeru je pomemben del kriznega komuniciranja strateško razmišljanje. Cilj te faze je nadzor nad grožnjami. Za krizno komuniciranje med krizo je pomembno (Radiković, 2016, str. 20):

- priznanje krize in soočanje z njo (ob ugotovitvi krize smo udeležence obvestili o zamiku oz. zamudi dogodka),
- zagotavljanje hitrega odziva (urejanje problema po telefonu je bilo najhitreje, kar se je lahko uredilo na daljavo),

- zapisovanje vsega, kar se zdi pomembno za spremljanje in poznejšo analizo krize (ob koncu dogodka smo imeli redni sestanek, ki ga imamo vedno po koncu dogodka – t. i. *debriefing*, da revidiramo proces dogodka, težavnost ipd. Na sestanku smo jasno povedali, da so tovrstni izpusti informacij nedopustni, saj predstavljajo krovno nogometno organizacijo v Sloveniji kot popolnoma neorganizirano ustanovo).

Za rešitev tega problema smo v diplomski nalogi predlagali, izdelali ter predstavili *obrazec za organizacijo dogodkov*. Obrazec vidimo kot rešitev problemov v komunikacijskem procesu organizacije dogodkov. To je obrazec, v katerega nosilci dogodka vnašajo vse podatke o dogodku. Podatki se vnašajo v točno določena polja, ki so nepogrešljivi del v procesu organizacije dogodkov. Nekaj podatkov, ki jih obrazec zahteva, so: datum, lokacija, število udeležencev, potrebne kapacitete parkirišč, prostorov, igrišč, potrebe po gostinstvu, tehnične in marketinške potrebe. Vsak segment obrazca v večini zahteva le označbo potreb, opisnega vnašanja je le nekaj, saj želimo uporabnikom prihraniti čas izpolnjevanja obrazca.

Na podlagi analize uporabnikom predlagamo, da pri podajanju informacij poskrbijo, da posredujejo čim več točnih informacij (po metodi SMART) o dotičnem dogodku. S tem smo preprečili pozabljenost, uhajanje informacij, šume v komunikaciji in ravnanje po principu »kar napišeš, to velja«. Seveda se ne izmikamo prilagoditvam in spremembam v zadnjem hipu.

Z uporabo tega obrazca smo tudi omejili nepotrebne telefonske klice, čakanje na razpoložljivost sodelavcev in pregovarjanje o razumljivosti navodil, saj so vse informacije (ob pravilni uporabi) že navedene v obrazcu. Da se vseeno ohrani človeški stik, je prav, da za detajle organizacije dogodkov pristopimo osebno, tako da se skliče sestanek nekaj dni pred dogodkom, na katerem se dorečejo vse podrobnosti dogodka, po potrebi se ponovno pregleda obrazec za organizacijo dogodka. S pregledovanjem obrazca opravimo tudi kontrolni pregled: od točke do točke pregledujemo, kaj smo že postorili in kaj še je potrebno urediti.

Zaradi preprečevanja napak oz. manka informacij pri posredovanju podatkov je izpolnjeni obrazec na voljo v pisarni Sektorja za organizacijo dogodkov vsem udeležencem in soorganizatorjem. Na podlagi lastne ideje in potrditve vsebine sestanka s strani vodje Glavne pisarne, vodje Sektorja za organizacijo dogodkov in generalnega sekretarja NZS, ki so že predhodno potrdili obrazec za organizacijo dogodkov, smo na rednem sestanku zaposlenih, ki je organiziran vsak prvi torek v mesecu, tudi ostalim zaposlenim predstavili obrazec. Sestanek je bil organiziran samostojno z moje strani, v konferenčni dvorani upravne stavbe NZS dne 4. 2. 2020 ob 9. uri. Udeležilo se ga je 36 sodelavcev. Poleg redne oz. tekoče problematike (prihajajoče aktivnosti, finančni plan, revizija preteklih dogodkov) sem na povabilo generalnega sekretarja NZS pristopila h govornici in predstavila obrazec, ki je bil

projeciran na platno. Ker se za redne sestanke ne izdeluje dnevnega reda, sestanki zaposlenih na NZS pa so bolj preproste narave, zaposleni vnaprej niso bili obveščeni o novosti oz. obrazcu.

Slušateljem smo podali navodila o uporabi obrazca in prikazali, kako je videti uporaba na praktičnem primeru. Obrazec za organizacijo dogodkov je prikazan v prilogi št. 3.

Odzivi na implementacijo obrazca so bili različni. Nekaj slušateljev je omenilo, da je to za njih dodatna obremenitev, večina pa je imela o obrazcu pozitivno mnenje, saj jim bo to skrajšalo čas telefoniranja in jih ne bo skrbelo, da bi kakšen podatek izpustili.

6 ANALIZA INTERVJUJA

Za primerjavo načina komunikacije Sektorja za organizacijo dogodkov na NZS smo 2. 3. 2020 opravili intervju z vodjo Sektorja za organizacijo dogodkov Tamaro Jokić Rozman, ki na NZS opravlja svoje delo že od leta 2009. Predstavila nam je delovanje NZS v procesu organizacije dogodkov v preteklosti in v zdajšnjem času, razlike ter njeno stališče o obrazcu za organizacijo dogodkov.

Njeni začetki delovanja na NZS so bili v obliki študentskega dela v glavni pisarni, v kateri je pozneje postala vodja. Polovico delovnega časa je namenjala delu v oddelku za marketing. Leta 2014, ko se je z delno reorganizacijo po vzoru nekaterih tujih zvez vzpostavil nov sektor, je postala vodja Sektorja za organizacijo dogodkov, v katerem deluje še dandanes. Omenja tudi, da poleg organizacije dogodkov njen sektor skrbi tudi za vozni park NZS, t. i. ekonomat, kjer se pripravljajo vsa športna oprema in rekviziti, fizioterapevtsko in zdravniško gradivo, urejajo pa tudi celotno področje vstopnic in potovanj.

Kot je omenila v intervjuju, se organizacija dogodkov ni pričela z letom 2014, ampak že prej. Kot vodja glavne pisarne je vodila organizacijo različnih korporativnih in izrednih večjih dogodkov v okviru NZS ter sodelovala pri organizaciji različnih tekem in turnirjev.

Število dogodkov na letni ravni ob prihodu ga. Jokić Rozman na NZS je bilo precej manjše, kot je sedaj. V organizacijo tekme so bili brez izjeme vključeni vsi zaposleni, brez zunanjih podizvajalcev. Zaradi manjšega obsega dogodkov je bilo na voljo več časa za pripravo na posamezen dogodek, kot ga imajo danes, ko je dogodkov precej več. Ostale dogodke (izobraževanja, seje ipd.) je organizirala oseba, ki je vsebinsko pokrivala področje, za večje in izredne dogodke pa se je vnaprej določil projektni vodja.

Nogometna zveza Slovenije se je konec leta 2015 preselila na novo lokacijo na Brdo pri Kranju, kjer ima sedaj svoj Nacionalni nogometni center (v nadaljevanju NNC Brdo), ki NZS omogoča lastne kapacitete za organizacijo dogodkov. V preteklosti so morali dogodke razpršiti po vsej Sloveniji, pri čemer se je lokacija izbirala glede na potrebo in vrsto samega dogodka. Posledično je tudi organizacija dogodka potekla na drug način. Po izboru ustrezne lokacije so se dogovorili o potrebnih pripravah, zato je bil organizacijski vidik skoraj nared, saj so pripravo prostorov in vse ostalo, vezano na izvedbo dogodka, izvajali na sami lokaciji. S pridobitvijo NNC pa se je sistem organizacije dogodka povsem spremenil, saj so morali vse potrebščine priskrbeti sami (priprava prostora, dostop, parkirišča, pogostitve, tehnika). Prav tako so se soočali s popolnoma novim področjem dela, ki zajema vzdrževanje prostorov in tehnike ter nadgradnjo prostorov in opreme.



Slika 8: Paviljon NNC Brdo
(Vir: Nogometna zveza Slovenije, 2020)

Organizacija dogodkov zdaj poteka precej bolj centralizirano, vendar zaradi manjšega števila zaposlenih v Sektorju za org. dog. še vedno veliko dogodkov organizirajo sektorji, odgovorni za dotično področje. Pri tekmah A-reprezentance je vključenih približno polovica zaposlenih, veliko več je dela s podizvajalci na različnih področjih, ki so skozi leta postali partnerji NZS. S partnerji skupaj razvijajo in dograjujejo že vpeljane koncepte. Za dogodke, ki jih izvajajo znotraj kapacitet NNC Brdo, pa je v celoti zadolžen Sektor za organizacijo dogodkov. V večini primerov gre za dogodke, kjer naročajo in usklajujejo varnostno in reševalno službo, poskrbijo za

pripravo prostora in tehniko, naročajo in pripravljajo pogostitve, usklajujejo parkirne kapacitete in usmerjevalne table ter sam dostop in izstop iz kompleksa.

Glede zapletov v procesu organizacije dogodkov omeni, da v vsakem delovnem procesu nastajajo konflikti, kratki stiki in napake, vendar je vse lažje rešljivo, če napake izvirajo iz človeškega delovanja (nesporazum, pozabljanje), proces organizacije pa je sistematiziran. Zato težijo k tem, da se procesi in postopki sistematizirajo in v čim večji meri opredelijo vnaprej. Pravi, da večjih spodrslijajev do zdaj pri dogodkih niso imeli, manjše pa rešujejo sproti oz. se prilagodijo situaciji.

V intervjuju je povedala, da je implementacija obrazca za organizacijo dogodkov v veliko pomoč, tako tistemu, ki vsebinsko pripravlja dogodek in mu služi kot opomnik, na kaj vse je potrebno še pomisliti, kot tudi tistemu, ki koordinira izvedbo dogodka, saj ima na enem mestu zbrane vse ključne informacije. Po njenem mnenju ima obrazec tudi pomanjkljivost, tj. da ljudem predstavlja dodatno obremenitev oz. delo. Dodaja, da se bodo sčasoma izkazale tudi druge pomanjkljivosti obrazca, ki jih bodo odstranili, ga popravili, prilagodili in dopolnili. Glede uporabe obrazca pričakuje, da bo poenostavil proces organizacije dogodkov in da bo sčasoma postal pomemben oz. nepogrešljiv korak v procesu načrtovanja izvedbe dogodka.

O izboljšavah obrazca nisva mogli konkretnije govoriti, saj je obrazec potrebno testirati dlje časa (približno 6 mesecev), ga še enkrat vsebinsko pregledati, nato pa na podlagi uporabniške izkušnje prilagoditi. V tem času naj bi se izkazalo, ali je za različne dogodke (športne in korporativne, enodnevne in večdnevne), v katerih so vključene tudi namestitve in prevozi, potrebno pripraviti različne obrazce ali bo zadostoval samo eden, ki bo pokrival vsa različna področja. Zagotovo pa bo obrazec v določenem času dobil svojo končno obliko in funkcijo.

7 RAZISKAVA

7.1 PRIPRAVA IN IZVEDBA ANKETE

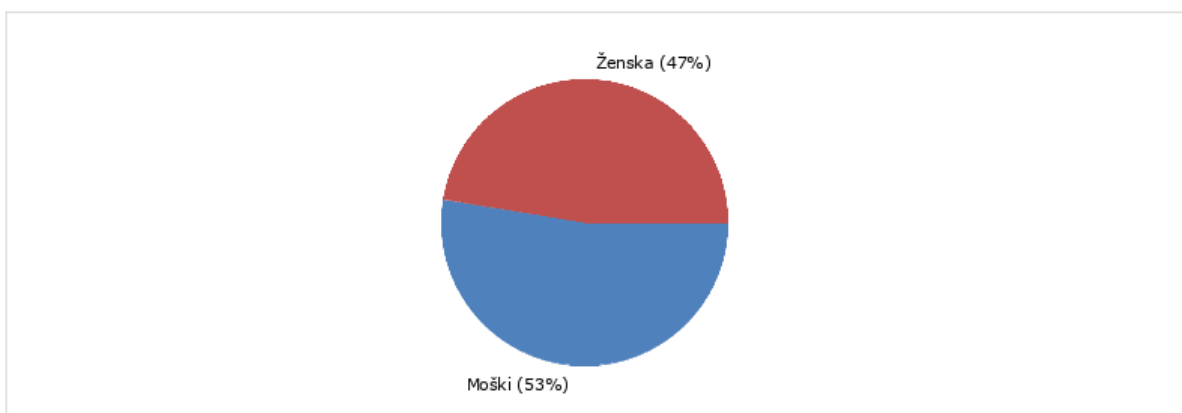
Odločili smo se za spletni anonimni anketni vprašalnik, dostopen na spletni strani <https://www.1ka.si/>. Zbiranje podatkov je potekalo od 3. 3. 2020 do 4. 3. 2020. Vprašalnik je obsegal 14 vprašanj kombinacije zaprtega in odprtega tipa. Anketirancem nismo želeli vzeti preveč časa, obenem pa želeli prejeti verodostojno povratno informacijo o uporabi obrazca za organizacijo dogodkov. Povezava spletnega vprašalnika (<https://www.1ka.si/a/257102>) je bila posredovana prek e-pošte 19 zaposlenim na NZS, ki so bili kakorkoli vključeni v proces organizacije dogodka. Na anketo so se odzvali vsi sodelujoči zaposleni.

V prvem delu smo pridobili demografske podatke, v drugem delu pa smo izbrali vprašanja, na podlagi katerih bomo naredili analizo.

Omejili smo se na anketirance, ki so bili vključeni v proces organizacije dogodkov. Rezultati bi bili zanimivejši in natančnejši, če bi v anketi sodelovali tudi zunanji uporabniki, vendar zaradi manjšega obsega dogodkov v zimskem času to ni bilo izvedljivo.

7.2 REZULTATI RAZISKAVE IN INTERPRETACIJA ODGOVOROV

1. Označite spol. (N = 19)



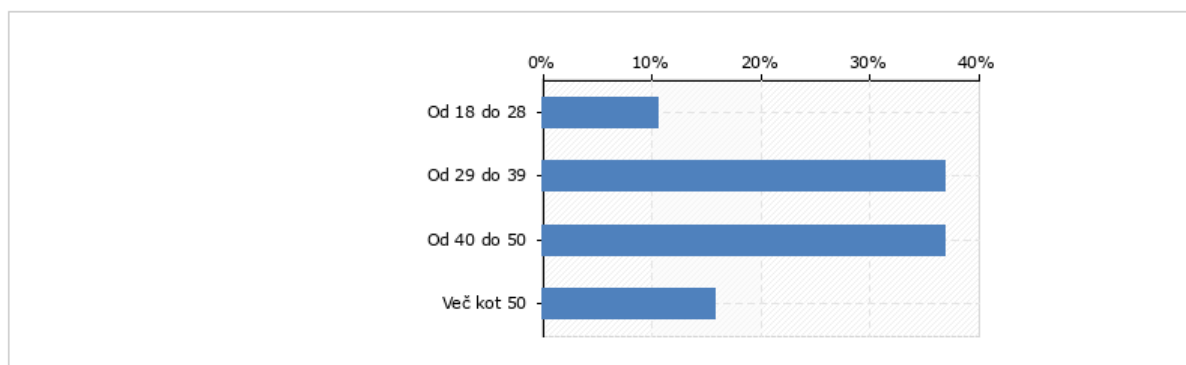
Graf 1: Spol
(Lastni vir)

Interpretacija 1: Spol

Prvo vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na spol anketirancev. Od 19 anketirancev je anketo izpolnilo 10 oseb moškega spola, kar predstavlja 53 %, in 9 oseb ženskega spola, kar predstavlja 47 % anketirancev.

S tega je razvidno, da je razmerje med moškimi in ženskami v procesu organizacije dogodkov dokaj izenačeno.

2. V katero starostno skupino spadate? (N = 19)



Graf 2: Starost
(Lastni vir)

Interpretacija 2: Starost

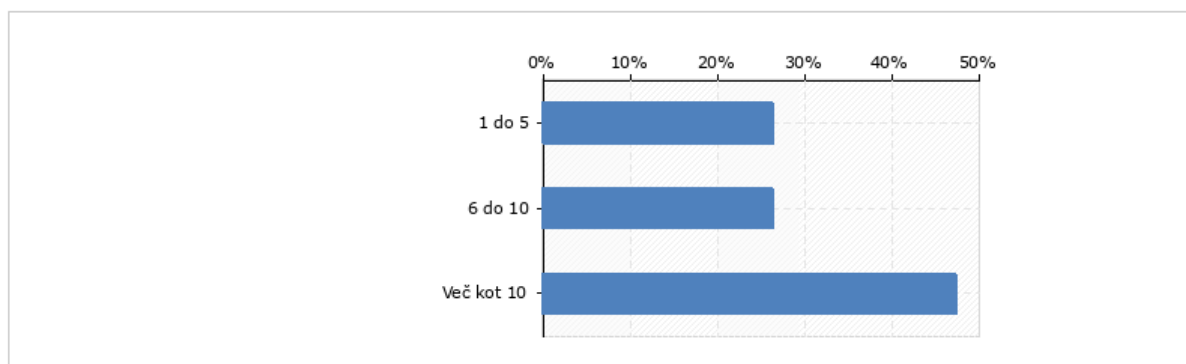
Drugo vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na starostno strukturo anketirancev.

Anketirance smo razdelili v 4 razrede, in sicer od 18 do 28 let, kamor se je opredelilo 11 % anketiranih, v skupino od 29 do 39 let, kamor se je uvrstilo 37 % anketiranih, v skupino od 40 do 50 let, kamor se je prav tako uvrstilo 37 % anketiranih, in v skupino nad 50 let s 17-odstotnim deležem anketiranih.

Analiza je pokazala, da je največji delež udeleženi v procesu organizacije dogodkov starih med 29 do 39 let (7 anketirancev) in med 40 do 50 let (7 anketirancev). Sledi starost nad 50 let (3 anketiranci), najmanjši odstotek anketirancev (2) pa je star med 18 in 28 let.

Na podlagi tega lahko sklepamo, da je proces organizacije dogodkov največkrat prepuščen osebam, starejšim od 29 let.

3. Kolikokrat ste bili v preteklem letu soudeleženci pri organizaciji nekega dogodka ali nosilci dogodka? (N = 19)



Graf 3: Udeleženosť v proces organizacije dogodka
(Lastni vir)

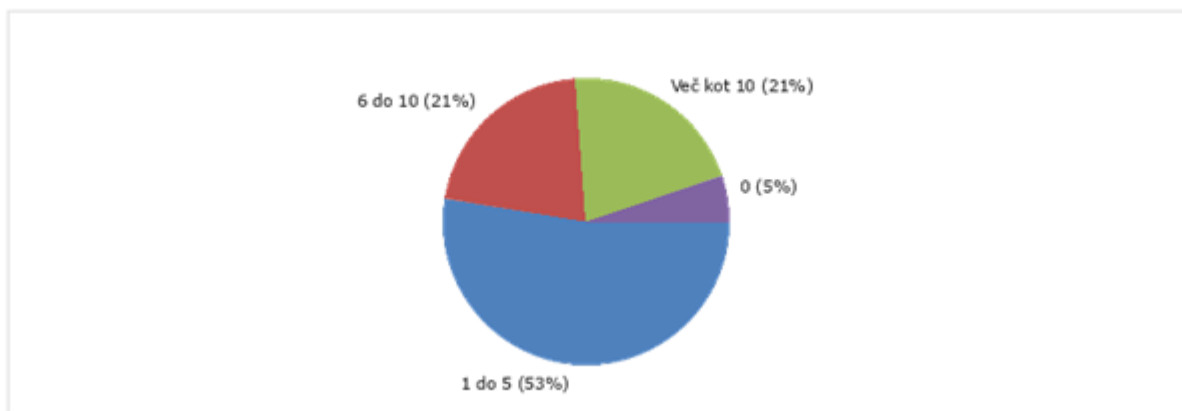
Interpretacija 3: Udeleženosť v proces organizacije dogodka

V tretjem vprašanju nas je zanimal obseg udeležbe anketirancev v proces organizacije dogodka.

Anketirance smo razdelili v tri razrede. Prvi razred je opredeljeval tiste, ki so bili v proces organizacije dogodkov vključeni do petkrat (5 anketirancev oz. 26 % vseh anketirancev). V drugi razred smo združili vse, ki so bili proces organizacije dogodkov vključeni od šestkrat do desetkrat (5 anketirancev oz. 26 % vseh anketirancev). Tretji razred je zajemal vse, ki so bili v proces organizacije dogodkov vključeni več kot desetkrat. Delež anketirancev je bil v tem (3.) razredu najvišji, saj se je procesa organizacije več kot desetkrat udeležilo 47 % oz. 9 anketirancev.

Sklepamo, da je večina anketiranih zaposlenih na NZS redno vključena v proces organizacije dogodkov.

4. Kolikokrat je pri vaši organizaciji dogodka prišlo do zapletov? (N = 19)



Graf 4: Število zapletov pri organizaciji dogodka
(Lastni vir)

Interpretacija 4: Število zapletov pri organizaciji dogodka

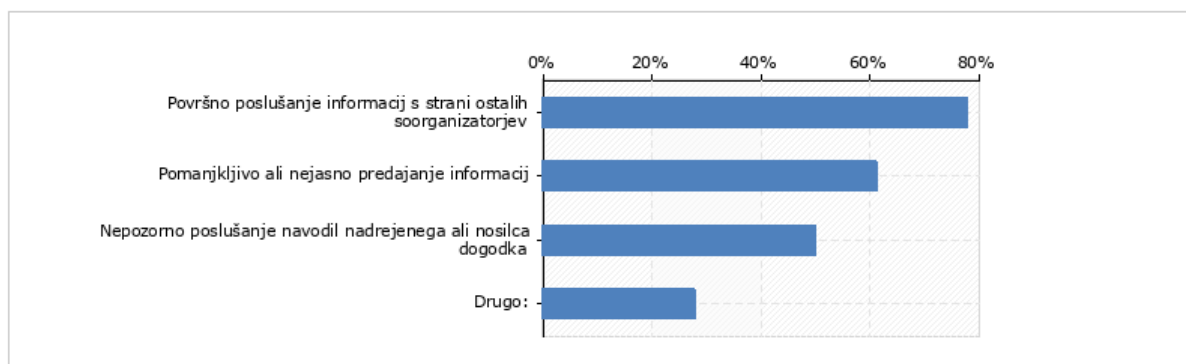
Četrto vprašanje v vprašalniku je opredeljevalo število zapletov pri posameznem dogodku.

Odgovori so bili razdeljeni v štiri razrede. Prvi razred je opredeljeval dogodke, pri katerih ni bilo zapletov; za ta odgovor se je odločil 1 anketiranec, kar je 5 % vseh odgovorov. Drugi razred je zajemal dogodke, pri katerih je nastalo do največ pet zapletov; za ta odgovor se je odločilo 10 anketirancev, kar je 53 % vseh odgovorov. Tretji razred je označeval dogodke z med šest do deset zapleti. Za to kategorijo so se odločili 4 anketiranci, kar je 21 % vseh odgovorov. Četrty razred je opredeljeval dogodke, kjer je bilo število zapletov višje od deset. Za zadnji razred so se odločili 4 anketiranci, kar je 21 % vseh odgovorov.

Iz tega lahko sklepamo, da je število zapletov v procesu dogodka največkrat med 1 in 5.

5. Kaj je bil glavni razlog zapletov? (N = 18)

Možnih je več odgovorov.



Graf 5: Razlogi zapletov
(Lastni vir)

Interpretacija 5: Razlogi zapletov

Peto vprašanje je poizvedovalo o razlogih za zaplete pri procesu organizacije dogodkov. Vprašanje je ponujalo izbiro več možnih odgovorov. Na vprašanje je odgovorilo 18 anketirancev. Odgovori so v grafu razvrščeni po deležih od najvišjega k najnižjemu.

Vprašanja so bila razdeljena na tri možne razloge zapletov pri procesu organizacije dogodkov in možnost označitve polja »Drugo«, v katero so vpisovali druge razloge zapletov. 14 anketirancev (oz. 78 % vseh odgovorov) je označilo prvi razlog – površno poslušanje informacij s strani ostalih soorganizatorjev. Drugi razlog zapletov je bilo pomanjkljivo ali nejasno podajanje informacij – označen je bil 11-krat, kar je 61 % vseh odgovorov. Tretji razlog, nepozorno poslušanje navodil nadrejenega ali nosilca dogodka, je bil izbran devetkrat, kar je 50 % vseh odgovorov. Pet odgovorov oz. 28 % vseh odgovorov je bilo označenih v polju »Drugo«. Natančnejše razloge so opisali 4 anketiranci. Razloge, ki so jih navedli, prikazuje preglednica.

Odgovori
Prevelik obseg dela.
Ostali so niso vzeli dovolj časa za organizacijo tega dogodka.
Pozabljivost.
Preveliko število dogodkov ob istem času.

Tabela 1: Drugi razlogi za zaplet pri organizaciji dogodkov
(Lastni vir)

Sklepamo lahko, da je površno poslušanje informacij s strani ostalih soorganizatorjev glavni razlog za zaplete pri procesu organizacije dogodkov, obenem pa ne smemo izključiti tudi pomanjkljivih oz. nejasno podanih informacij.

6. Kakšne so bile posledice zapletov? (N = 18)

Možnih je več odgovorov.



Graf 6: Posledice zapletov
(Lastni vir)

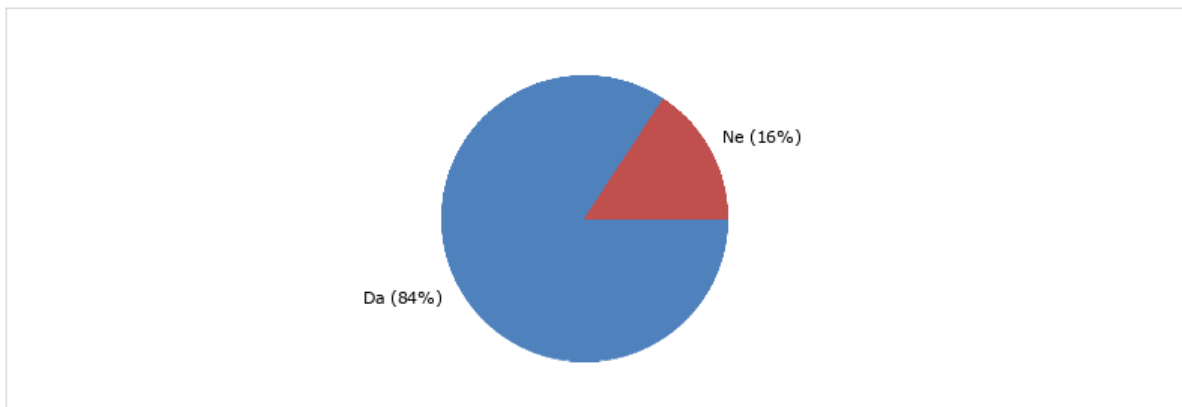
Interpretacija 6: Posledice zapletov

Šesto vprašanje se je osredotočalo na posledice zapletov pri procesu organizacije dogodkov. Vprašanje je imelo možnih več odgovorov. Na vprašanje je odgovorilo 18 anketirancev. Odgovori so v grafu razvrščeni po deležih od najvišjega k najnižjemu.

Odgovore smo razdelili na pet možnih posledic in polje »Drugo«, v katerega so anketiranci lahko dopisali svoj odgovor. Prvi odgovor – kompleksnejši, zahtevnejši proces organizacije dogodkov – je prejel 12 odgovorov oz. 67 % vseh odgovorov. Daljši proces organizacije dogodka je prejel 12 odgovorov oz. 67 % vseh odgovorov. V tretjem odgovoru so bili kot posledica zapletov v procesu navedeni višji stroški. Ta odgovor je bil označen 11-krat, kar je 61 % vseh odgovorov. Nezadovoljstvo delavcev je bila četrta posledica, zanjo se je odločilo 11 anketirancev, kar je 61 % vseh odgovorov. Nezadovoljstvo zunanjih udeležencev kot peto posledico je označilo 7 anketirancev, kar je 39 % vseh odgovorov. Za polje »Drugo« se je odločil 1 anketiranec, ki je kot posledico izpostavil prekrivanje različnih dogodkov na isti lokaciji.

Sklepamo lahko, da sta kompleksnejši proces organizacije dogodkov in daljši proces glavni posledici zapletov v samem procesu. Omenjenima tesno sledijo višji stroški, čemur bi se bilo potrebno v prihodnje dobro izogibati.

7. Ali ste v času od implementacije do sedaj uporabili obrazec za organizacijo dogodkov? (N = 19)



Graf 7: Uporabnost obrazca za organizacijo dogodkov
(Lastni vir)

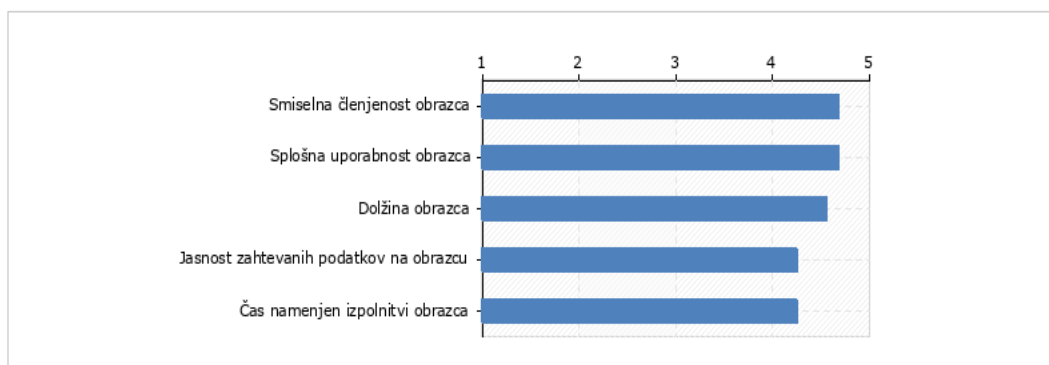
Interpretacija 7: Uporabnost obrazca za organizacijo dogodkov

S sedmim vprašanjem smo želeli pridobiti podatek o številu anketirancev, ki je v času od implementacije uporabilo obrazec za organizacijo dogodkov za proces organizacije dogodka. Vprašanje je bilo zaprtega tipa, možna sta bila le dva odgovora.

16 anketirancev, kar je 84 % vseh anketirancev, je obrazec uporabilo. Preostalih 16 % oz. 3 vprašani obrazca v času implementacije niso uporabili oz. niso imeli priložnosti rabe, kar je posledica manjšega obsega dogodkov v zimskem času.

Na podlagi napisanega lahko razberemo, da je bila uporabnost obrazca v kratkem času precej visoka. Točno informacijo bomo lahko preverili po dolgotrajnejšem času rabe obrazca.

8. Ocenite uporabnost obrazca za organizacijo dogodkov. (N = 16)



Graf 8: Ocenitev uporabnosti obrazca za organizacijo dogodkov
(Lastni vir)

Interpretacija 8: Ocenitev uporabnosti obrazca za organizacijo dogodkov

Vprašanje številka 8 je bilo vprašanje z mersko lestvico. Z njim smo želeli pridobiti povratno informacijo o uporabnosti obrazca za organizacijo dogodkov, torej kako so uporabniki zadovoljni z uporabo. Vprašanje je za različne lastnosti obrazca zahtevalo označbo vrednosti od najnižje (1) do največje (5). Na vprašanje je odgovorilo 16 anketirancev, saj tisti, ki obrazca niso uporabljali, vprašanja niso mogli rešiti. Odgovori so v grafu razvrščeni po deležih od najvišjega k najnižjemu. 1 prikazuje najnižjo vrednost (zelo slabo), 2 je nekoliko več kot najnižja vrednost (slabo), 3 prikazuje srednjo vrednost (srednje), 4 se približuje najvišji vrednosti (dobro), 5 pa opredeljuje najvišjo vrednost (zelo dobro).

Prva ocenjena lastnost obrazca je bila *smiselna členjenost obrazca*, njeno povprečje znaša 4,7. Povprečje si deli z drugo lastnostjo, t. j. *splošna uporabnost obrazca*, čigar povprečna ocenjena vrednost je prav tako 4,7. Naslednja izmerjena lastnost je *dolžina obrazca*, njeno ocena znaša 4,6. *Jasnost zahtevanih podatkov* je bila ocenjena s povprečjem 4,3, z enako vrednostjo je bil ocenjen *čas, namenjen izpolnitvi obrazca*.

Glede na podane odgovore in analize lahko sklepamo, da je obrazec dobro izdelan in da so uporabniki zadovoljni z obliko obrazca, saj vse lastnosti presegajo povprečje 4.

9. Ali ima obrazec za organizacijo dogodkov pozitivni učinek na proces organizacije dogodka? (N = 16)

Interpretacija 9: Učinkovitost obrazca za organizacijo dogodkov na proces organizacije dogodka

Deveto vprašanje je bilo zaprtega tipa in možna sta bila le dva odgovora. Zanimalo nas je, ali obrazec pozitivno vpliva na proces organizacije dogodka. Vprašanje je rešilo 16 anketirancev.

100 % anketirancev, ki so uporabili obrazec za organizacijo dogodkov, je na vprašanje odgovorilo pritrdilno, kar je pokazatelj, da obrazec dejansko služi svojemu namenu, t. j. poenostavitev komunikacije v procesu organizacije dogodka.

10. Obrazložite vaš odgovor na prejšnje vprašanje.

Omogoča hitrejši in bolj jasen pretok informacij, ki so ključnega pomena za organizacijo dogodka.
Lažja organizacija.
Obrazec služi tudi kot seznam opravil.
Vsi podatki so zbrani na enem mestu.
Lažje načrtovanje dogodka.
Pregledno in uporabno.
Z veljavo obrazca strokovna služba natančneje podaja informacije Sektorju za organizacijo dogodkov.
Olajša in pospeši organizacijo posameznega dogodka.
Obrazec nas razreši neskončnega klicanja in usklajevanja informacij in potreb.
Brez odvečnega usklajevanja v živo, samo izpolnjevanje obrazca.
Dobro strukturiran in uporaben obrazec.
Menim, da obrazec poenostavlja proces organizacije dogodka, saj omogoča hitro in enostavno podajanje informacij.
Ima pozitivni učinek tako na področnega vodjo (nosilca) kot na organizatorja dogodkov, saj jima olajša usklajevanje.
Vse informacije so zbrane na enem mestu.

Tabela 2: Razlaga odgovorov anketirancev na vprašanje št. 9
(Lastni vir)

Interpretacija 10: Razlaga odgovorov anketirancev na vprašanje št. 9

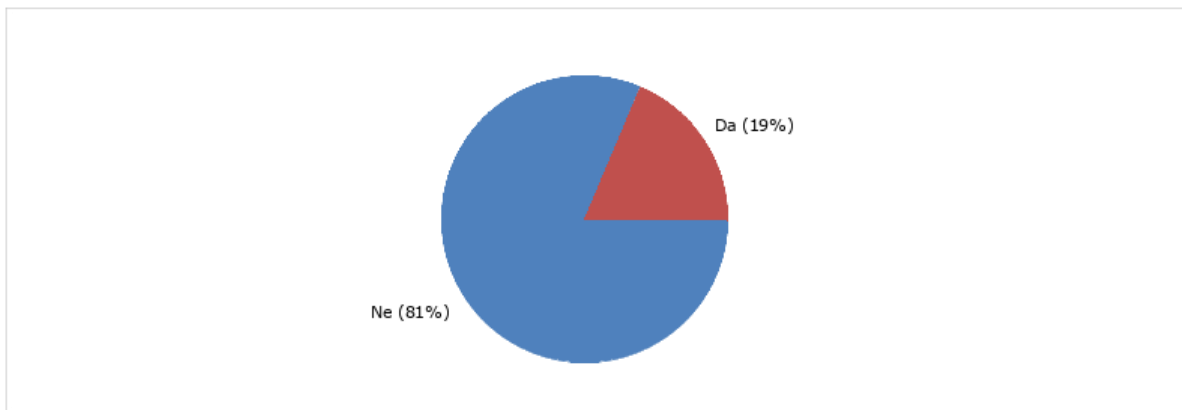
Deseto vprašanje je bilo odprtega tipa in se je navezovalo na vprašanje št. 9. Anketirancem je omogočilo, da razložijo svoje mnenje o učinkovitosti obrazca za

organizacijo dogodkov. Prejetih odgovorov je bilo 14, mnenja anketirancev so se razlikovala.

Čeprav se odgovori razlikujejo, jih je veliko vezanih na poenostavitev in pospeševanje procesa organizacije dogodkov, kar je pravzaprav poglobitni namen obrazca za organizacijo dogodkov. Vsi odgovori so bili pozitivni, nihče ni podal negativne utemeljitve oz. kritike o neučinkovitosti obrazca za organizacijo dogodkov.

Sklepamo lahko, da so uporabniki v splošnem zadovoljni z uporabo obrazca in pozitivno ocenjujejo učinek, ki ga ima obrazec v procesu organizacije dogodkov.

11. Ali bi obrazcu za organizaciji dogodkov kaj dodali oz. odvzeli? (N = 16)



Graf 9: Uveljavljanje morebitnih sprememb obrazca
(Lastni vir)

Interpretacija 11: Uveljavljanje morebitnih sprememb obrazca

Enajsto vprašanje se je navezovalo na uveljavljanje morebitnih sprememb obrazca oz. ali so spremembe potrebne. Vprašanje je bilo zaprtega tipa, možna sta bila dva dogovora. Na vprašanje je odgovorilo 16 anketirancev.

3 anketiranci oz. 19 % vprašanih meni, da spremembe obrazca potrebne. Stališče 13 vprašanih oz. 81 % anketiranih je, da obrazec ne potrebuje sprememb, dopolnitev.

Na podlagi rezultatov lahko izpeljemo sklep, da je obrazec dobro strukturiran in da bi bilo potrebno uveljaviti le nekaj manjših sprememb.

12. Kaj bi dodali oz. odvzeli?

Del za organizacijo tekem (igrišča, garderobe, reševalna služba, prijava dogodka, varovanje).
Elektronska verzija bi bila odlična.
Obrazec bi lahko razširili tudi za večdnevne izobraževalne seminarje.

*Tabela 3: Predlogi morebitnih sprememb obrazca za organizacijo dogodkov
(Lastni vir)*

Interpretacija 12: Predlogi morebitnih sprememb obrazca za organizacijo dogodkov

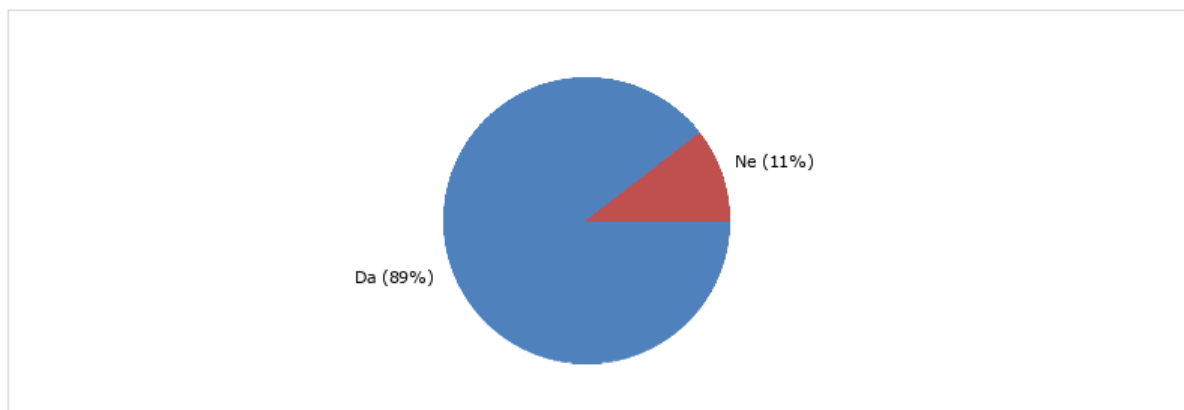
Dvanajsto vprašanje se navezuje na enajsto. Z njim smo želeli pridobiti povratno informacijo, kaj si uporabniki pravzaprav želijo od obrazca. Vprašanje je bilo odprtega tipa, in je anketirancem omogočalo prostor za razmislek o morebitnih spremembah.

Prejeli smo tri predloge sprememb:

- obrazcu naj se doda postavko, s katero se bo opredelilo potrebo za organizacijo tekem, kar zajema rezervacijo igrišč, organiziranje reševalne službe in varovanja ter uskladitev prijave dogodka;
- izdela naj se elektronska verzija, kar je smiselno glede na razvoj tehnoloških orodij;
- obrazec naj se razširi tudi za področje večdnevni izobraževalnih seminarjev.

Sklepamo lahko, da so popravki minimalni in izvedljivi v najkrajšem možnem času, pred pričetkom pomladanskega navala dogodkov (najpozneje aprila). Vsak na novo izdelan oz. posodobljen obrazec mora biti pregledan in potrjen s strani generalnega sekretarja NZS. V proces se mora nujno vključiti vodjo organizacije dogodkov, saj se obrazec neposredno nanaša na Sektor za organizacijo dogodkov. Posodabljanje obrazca mora torej potekati pod nadzorom Vodje sektorja za organizacijo dogodkov, posodobljena različica pa mora biti potrjena s strani generalnega sekretarja NZS. Različica obrazca z uveljavljenimi predlogi popravkov na podlagi ankete bo označena pod št. V1.1, različica obrazca, ki bo nastopila po polletnem preizkusnem času, bo pa označena pod št. V2.0. Popravki so smiselni, saj želimo uporabnikom omogočiti uporabo obrazca za vsakršno vrsto dogodka – ta oblika obrazca bo vzpostavljena ves čas trajanja poskusnega obdobja, tj. 6 mesecev.

13. Ali menite, da bi uporaba sodobnih aplikacij za posredovanje informacij o organizaciji dogodkov pomenila hitrejši, lažji, ažuren ter bolj preverljiv način medsektorskega komuniciranja? (N = 19)



*Graf 10: Učinkovitost sodobnih aplikacij za posredovanje informacij o organizaciji dogodkov
(Lastni vir)*

Interpretacija 13: Učinkovitost sodobnih aplikacij za posredovanje informacij o organizaciji dogodkov

Trinajsto vprašanje poizveduje o mnenju anketirancev, o tem če bi uporaba sodobnih aplikacij pomenila hitrejši, lažji, ažuren in preverljiv način medsektorskega komuniciranja o organizaciji dogodka. Na vprašanje zaprtega tipa, možna sta bila dva odgovora, je odgovorilo 19 anketirancev.

Z vprašanjem smo želeli preveriti stališče anketirancev o uporabi sodobnih aplikacij za posredovanje informacij o organizaciji dogodkov. 89 % anketirancev oz. 17 anketirancev je podalo pritrdilno povratno informacijo o uporabi sodobnih aplikacij, le 2 anketiranca (oz. 11 % anketirancev) sta izrazila negativno povratno informacijo. Razlog za odklonilen odnos bi lahko poiskali tudi v starosti anketirancev, saj je osebam v poznih srednjih letih težje sprejeti sodobne aplikacije, saj so priučeni klasičnih načinov delovanja in komuniciranja. Osebam v poznih srednjih letih bi zato lahko priredili krajšo, enodnevno delavnico, na kateri bi lahko usvojili večšine sodobne informacijske tehnologije.

Sklepamo lahko, da bi bila uporaba sodobnih aplikacij primerna sprememba v procesu organizacije dogodkov, saj bi omogočila hitrejšo, lažjo, bolj ažurno ter bolj preverljivo medsektorsko komunikacijo o organizaciji dogodkov.

14. Obrazložite vaš odgovor na prejšnje vprašanje.

Z uporabo novih aplikacij bi bil prenos informacij hitrejši in preglednejši.
Ne bi bilo veliko razlike.
Uvajanje sodobne tehnologije je vedno prava izbira, še posebej tedaj, ko je vključenih več oseb.
Svet stoji na mladih, ki bolje funkcionirajo s tehnologijo kot pa brez nje.
Vse več stvari v življenju upravljamo elektronsko oz. z aplikacijami. Na ta način bi bilo vredno poizkusiti tudi medsektorsko komuniciranje.
Uporaba sodobnih aplikacij za organizacijo dogodkov bi nam omogočila sprotno spremljanje zahtev, potreb, ažuriranje podatkov ipd.
Kot vse sodobne aplikacije bi tudi takšna aplikacija omogočila hitrejši pretok informacij.
Ker se vse digitalizira.
Nisem pristaš tehnologije, saj se izgublja človeški stik.
Tehnologija je vedno dobra izbira.

*Tabela 4: Razlaga odgovorov anketirancev na vprašanje št. 13
(Lastni vir)*

Interpretacija 14: Razlaga odgovorov anketirancev na vprašanje št. 13

Štirinajsto vprašanje je bilo odprtega tipa in se je navezovalo na vprašanje št. 13. Anketirancem je omogočalo, da podajo utemeljijo svoje odgovore na 13. Vprašanje o smiselnosti vpeljave sodobnih aplikacij za posredovanje informacij o organizaciji dogodkov in o tem, ali bi takšna aplikacija omogočila hitrejši, lažji, ažuren ter preverljiv način medsektorskega komuniciranja. Prejetih odgovorov je bilo 10, saj vsi anketiranci niso utemeljili svojega odgovora na 13. vprašanje.

Večina odgovorov je naklonjena uporabi sodobnih aplikacij za medsektorsko komuniciranje v procesu organizacije dogodkov, strinjajo se tudi, da bi to bil hitrejši, bolj ažuren, lažji in preverljiv način medsektorske komunikacije v procesu organizacije dogodkov. Le 2 odgovora sta bila negativne narave, pri čemer je bil en anketiranec mnenja, da vpeljava ne bi pomenila razlike, drugi anketiranec pa je pristaš človeškega stika in meni, da se bo ta izgubil ob vpeljavi sodobnih aplikacij za omenjeni namen.

Sklepamo lahko, da so anketiranci naklonjeni uporabi sodobnih aplikacij za posredovanje oz. predajo informacij o organizaciji dogodkov, menijo pa tudi, da bi tovrstna aplikacija medsektorsko komuniciranje spremenila v hitrejšo, lažjo, bolj ažurno in bolj preverljivo obliko sporazumevanja.

8 ZAKLJUČEK

V teoretičnem delu smo predstavili komunikacijo, jo vsebinsko opredelili, našli vrste komuniciranja in opozorili na težave pri komuniciranju. Predstavili smo podpomenko komuniciranja, tj. poslovno komuniciranje, njegovo pomembnost, našli cilje in strategijo poslovnega komuniciranja ter učinkovitost in uspešnost komuniciranja. Predstavili smo krovno nogometno organizacijo v Sloveniji Nogometno zvezo Slovenije in enega izmed njenih podpornih sektorjev Sektor za organizacijo dogodkov.

V sklopu diplomskega dela smo implementirali obrazec za organizacijo dogodkov, ki je občutno poenostavil in pospešil proces organizacije dogodkov na Nogometni zvezi Slovenije, kar smo tudi preverili z intervjujem in anketo.

V empiričnem delu smo opravili intervju s Tamaro Jokić Rozman, ki nam je podala pomembne informacije o organizaciji dogodkov na Nogometni zvezi Slovenije nekoč in danes. Ključni spremembi v procesu organizacije sta se zgodili leta 2014, ko se je vzpostavil nov sektor, imenovan Sektor za organizacijo dogodkov, katerega vodja je ga. Jokić Rozman, in leta 2015, ko se je sedež NZS preselil iz Ljubljane na Brdo pri Kranju, kjer imajo lastne kapacitete za organizacijo najrazličnejših dogodkov. V primerjavi s preteklostjo je dandanes močno naraslo število dogodkov, vzroke za to lahko pripišemo selitvi zveze na Nacionalni nogometni center Brdo. Razlika med dogodki nekoč in danes je tudi v načinu organizacije, saj morajo zdaj sami priskrbeti osnovne potrebščine za izpeljavo dogodka (tehnika, vzdrževanje, nadgradnja ipd.), za kar so v preteklosti skrbeli npr. izvajalci v najeti dvorani. Posledica naraščanja števila dogodkov je tudi pomanjkanje časa, ki bi ga lahko posvetili posameznemu dogodku, kar je tudi eden od razlogov za morebitne zaplete v procesu organizacije dogodkov.

Na podlagi opazovanj smo kot rešitev predlagali uvedbo obrazca za organizacijo dogodkov, nato pa ugotavljali njegove učinke, uporabnost in zadovoljstvo uporabnikov. Prejeli smo zelo uporabne povratne informacije o smiselnosti in uporabnosti obrazca, izvedeli za njegove prednosti in pomanjkljivosti, pridobili predloge sprememb in stališča uporabnikov o smiselnosti vpeljave sodobnih aplikacij za medsektorsko komuniciranje v procesu organizacije dogodkov.

Raziskava je pokazala, da pomanjkljivo predajanje informacij pripelje do zahtevnejšega procesa organizacije dogodkov na NZS, višjih stroškov ter nezadovoljstva delavcev in soudeležencev. Ugotovili smo, da zaposleni vidijo smisel v digitalizaciji obrazca in da so temu naklonjeni. Pomembna razlika je bila zaznana med intervjujem in anketo: vodja Sektorja ga. Jokić Rozman je menila, da bo obrazec naletel na nekaj odpora med zaposlenimi, z raziskavo pa smo ugotovili, da je odpora do obrazca skorajda ničeln.

Vzpostavitev uporabe obrazca za organizacijo dogodkov pozitivno učinkuje na proces organizacije dogodka, predvideva se, da bo ta učinek ohranil.

Namen in cilje diplomske naloge smo uresničili. Pridobljene podatke bomo shranili, in sčasoma ponovno preverili uporabnost obrazca za organizacijo dogodkov. Obrazec bomo v sklopu Sektorja za organizacijo dogodkov širili in izboljšali. Kot že omenjeno, bo vsak novoizdelan oz. posodobljen obrazec pregledan in potrjen s strani generalnega sekretarja NZS. V proces ažuriranja obrazca bo vključena tudi vodja Sektorja za organizacijo dogodkov, saj se obrazec neposredno nanaša na ta sektor. Posodabljanje obrazca bo torej potekalo pod nadzorom vodje Sektorja za organizacijo dogodkov, posodobljena različica pa bo potrjena s strani generalnega sekretarja NZS. Različica obrazca z uveljavljenimi predlogi popravkov, na podlagi ankete, bo označena V1.1, različica obrazca, ki bo nastopila po polletnem preizkusnem času, pa bo označena V2.0.

Popravki so smiselni, saj želimo uporabnikom omogočiti uporabo obrazca za vsakršno vrsto dogodka, nato pa bomo ohranili to obliko obrazca ves čas trajanja poskusnega obdobja 6 mesecev.

S potrditvijo generalnega sekretarja bomo predvidoma ustvarili tudi aplikacijo za namen organizacije dogodkov na Nogometni zvezi Slovenije. Poskrbeli bomo, da se minimalizirajo razlogi za zaplete v procesu organizacije dogodkov, zmanjšajo posledice in da ustvarimo še boljše delovno okolje za vse zaposlene na Nogometni zvezi Slovenije ter da zunanjim udeležencem, poslovnim partnerjem, obiskovalcem in gledalcem omogočimo nemoteno in brezskrbno funkcioniranje oz. udeležbo na dogodkih Nogometne zveze Slovenije, saj – z nogometom izboljšujemo življenje.

LITERATURA IN VIRI

- Berce, F. (2009). *Primerjalna analiza internega komuniciranja v izbranih podjetjih*. Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Bračko, B. (2014). *Vpliv novih tehnologij na odnose z javnostmi*. Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Bubnič, E. et al. (2009). *Dogodek od A do Ž*. Ljubljana: Planet GV.
- Fink, I., Goltnik Urnaut, A. in Števančec, D. (2009). *Poslovno komuniciranje*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport Republike Slovenije.
- Ferjan, M. (2017). *Poslovno komuniciranje*. Kranj: Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.
- Mihaljčič, Z. (2006). *Poslovno komuniciranje*. Ljubljana: Založništvo Jutro.
- Možina, S. et al. (2011). *Poslovno komuniciranje: Evropske razsežnosti*. Maribor: Založba Pivec.
- Postružnik, N. C. (2018). *Tips and tricks priprave načrta dogodka*. Maribor: Doba Fakulteta.
- Radiković, A. (2016). *Komunikacijski management in krizno komuniciranje na primeru Germanwingsa*. Magistrsko delo, Maribor: Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko.
- Shone, A., Parry, B. (2004). *Successful event management. A practical handbook*. London: Thomson Learning.
- Blaz Kos Consulting. (b. l.). *Učinkovita komunikacija*. Pridobljeno 24. 2. 2020 z naslova <https://www.blazkos.com/ucinkovita-komunikacija/>.
- Event Academy. (2012). *What is Event Management?* Pridobljeno 5. 3. 2020 z naslova <https://eventacademy.com/news/what-is-event-management/>.
- Nogometna zveza Slovenije, (2019). *Slovenski nogomet 2020*. Pridobljeno 24. 1. 2020 z naslova https://www.nzs.si/NZS/Predstavitev_NZS/Strategija_2020.
- Nogometna zveza Slovenije, (2019). *Statut NZS*. Pridobljeno 24. 1. 2020 z naslova https://www.nzs.si/Doc/1.0_Statut%20NZS_V3.0_%C4%8Distopis_25042019_final.pdf.
- Nogometna zveza Slovenije. (b. l.). *Predstavitev NZS*. Pridobljeno 24. 1. 2020 z naslova https://www.nzs.si/NZS/Predstavitev_NZS.
- Nogometna zveza Slovenije. (b. l.). *Športni kompleks*. Pridobljeno 5. 3. 2020 z naslova https://www.nzs.si/NZS/NNC_Brdo/sportni_kompleks.

Viki, K. (b. l.). *Projektno vodenje: 5 razlogov, zakaj mi srce bije v ritmu organizacije projektov*. Pridobljeno 5. 3. 2020 z naslova <https://pointout.si/blog/projektno-vodenje/>.

PRILOGA 1 – INTERVJU

**Intervju s Tamaro Jokić Rozman,
vodjo Sektorja za organizacijo dogodkov na Nogometni zvezi Slovenije,
Brdo pri Kranju, 2. 3. 2020**

1. Opišite svoje začetke dela na Nogometni zvezi Slovenije (v nadaljevanju: NZS), leto, naloge?

Na Nogometni zvezi Slovenije sem pričela v začetku leta 2009 kot študentka v glavni pisarni. Med porodniško odsotnostjo asistentke licenčnega sektorja sem prevzela njene naloge, nato pa se vrnila v glavno pisarno, polovico delovnega časa sem takrat delovala tudi v okviru oddelka za marketing. Po formalni vzpostavitvi sektorjev v okviru NZS sem postala vodja glavne pisarne, leta 2014, ko se je z delno reorganizacijo vzpostavil nov sektor, Sektor za organizacijo dogodkov, pa sem postala vodja omenjenega sektorja.

2. Kdaj ste se pričela ukvarjati z organizacijo dogodkov na NZS?

Organizacija dogodkov je na NZS pravzaprav del zadolžitev skorajda vsakega posameznika; že v glavni pisarni sem sodelovala in vodila organizacijo različnih korporativnih in izrednih večjih dogodkov v okviru NZS ter sodelovala pri organizaciji različnih tekem in turnirjev.

3. Kdaj, kako in zakaj ste vzpostavili sektor, ki se poglavitno ukvarja z organizacijo dogodkov?

Kot že omenjeno, je leta 2014 potekala delna reorganizacija strokovne službe NZS in takrat smo, tudi po vzoru nekaterih tujih zvez, vzpostavili naš sektor. Poleg same organizacije dogodkov, kamor spadajo reprezentančne tekme, turnirji, interni dogodki in izobraževanja NZS, ter večjih dogodkov, kot so skupščine, žreb, prednovoletni sprejem ipd., smo oz. še vedno v našem sektorju skrbimo tudi za vozni park NZS, t. i. ekonomat, kjer se pripravljajo vsa športna oprema in rekviziti, fizioterapevtski in zdravniški material ter za celotno področje vstopnic in potovanj.

4. Kako je potekala organizacija dogodkov v vaših začetkih? Kaj je bilo tedaj drugače?

Ob mojem prihodu je bilo število dogodkov na letni ravni precej manjše, kot je sedaj. V organizacijo domačih tekem A-reprezentance smo bili brez izjeme vključeni prav vsi zaposleni na NZS. Večino organizacijskih nalog smo opravili sami brez zunanjih podizvajalcev. Moram pa reči, da smo kljub temu imeli za pripravo posameznega dogodka precej več časa, kot ga imamo na razpolago danes, ko je dogodkov precej več. Ostale dogodke, od raznih izobraževanj, sej ipd., je organiziral tudi tisti, ki je vsebinsko pokrival področje. Za večje in izredne dogodke, to so bili dogodki pod okriljem UEFA, pa se je določil projektni vodja.

5. Kakšen je bil obseg dogodkov takrat (število dogodkov, število udeležencev, lokacije, vrsta dogodkov ...)?

Dogodkov je bilo precej manj na vseh področjih, predvsem pa so bili tudi zelo razpršeni tako lokacijsko kot organizacijsko. Pred selitvijo v svoje prostore na Brdu pri Kranju nismo niti imeli svojih kapacitet za izvedbo več in večjih dogodkov, tako da smo iskali in uporabljali različne lokacije po celotni Sloveniji, odvisno od namena dogodka – različni stadioni in igrišča za treninge in testiranja, različne dvorane za izvedbo seminarjev, tiskovnih konferenc, sej ... Zaradi tega je potek organizacije potekal tudi na drugačen način – ko si našel ustrezno lokacijo in se dogovoril o pripravah, je bil organizacijski vidik skorajda nared, saj so pripravo prostorov in vse ostalo, vezano na izvedbo dogodka, izvajali na lokaciji. S selitvijo v nove prostore in pridobitvijo Nacionalnega nogometnega centra se je zadeva organizacijsko obrnila »na glavo«, saj smo morali začeti sami skrbeti tudi za pripravo prostora, dostop in parkirišča, pogostitve, tehniko ter konec koncev tudi z opremo ter vzdrževanjem in nadgradnjo obstoječih prostorov in opreme, kar je bilo za nas novo področje.

6. Koliko približno je bilo udeleženih v procesu organizacije dogodkov?

Zaradi načina organizacije dogodkov je vsak skrbel za »svoje« dogodke in tako so bili tudi vsi vključeni v sam proces organiziranja. V proces organizacije posameznega dogodka pa zelo odvisno – pri tekmah A-reprezentance smo bili vključeni vsi v hiši, takrat nas je bilo med 15 in 20, za manjše dogodke pa je poskrbel vsak sam.

7. Kako poteka organizacija dogodkov zdaj (na splošno, delovna skupnost, aktivnosti org. dog. ...)?

Sedaj organizacija dogodkov poteka precej bolj centralizirano, vendar zaradi malo zaposlenih v okviru omenjenega sektorja še vedno veliko dogodkov organizirajo določeni sektorji (tehnični, tekmovalno-licenčni, marketing) sami. Pri tekmah A-reprezentance in drugih večjih dogodkih je še vedno vključena približno polovica zaposlenih, veliko več tudi delamo s podizvajalci na različnih področjih, ki so skozi leta postali naši partnerji in skupaj razvijamo in dograjujemo že vpeljane koncepte. Za dogodke, ki jih izvajamo znotraj naših kapacitet, je koordinacijsko zadolžen naš sektor, pri izvedbi pa si pomagamo in sodelujemo predvsem z glavno pisarno. V večini primerov je za dogodek potrebno naročiti in uskladiti varnostno in reševalno službo, poskrbeti za primerno pripravo prostora in tehnike, naročiti in uskladiti pogostitev, uskladiti parkirne kapacitete in urediti usmerjevalne table ter sam dostop in izstop iz kompleksa.

8. Ali so nastajali konflikti oz. težave v procesu organizacije dogodkov, primerjava preteklosti s sedanostjo? Lahko izpostavite razloge za težave in posledice?

Kot v vsakem delovnem procesu tudi v procesu organizacije dogodkov prihaja do konfliktov, kratkih stikov in napak. Večina zapletov izhaja iz človeške napake

(nesporazum, pozabljanje) in so lažje obvladljivi, če je proces organizacije sistematiziran, saj se tako vnaprej lahko tudi predvidijo kritična področja. Ravno zato stremimo k temu, da se procesi in postopki sistematizirajo in v čim večji meri opredelijo vnaprej. Večjih, odmevnejših, spodrseljajev do sedaj pri dogodkih nismo imeli, manjše rešujemo sproti. Do slednjih v večini primerov prihaja zaradi nejasnega podajanja navodil ali površnega spremljanja danih informacij. Posledice so predvsem slaba volja vpletenih, daljše časovno obdobje, potrebno za pripravo dogodka, v nekaterih primerih pa tudi višji organizacijski stroški.

9. Ali vam je nov obrazec za organizacijo dogodkov v pomoč (prednosti/slabosti, kaj opazate pri drugih sodelavcih/sodelavkah)?

Obrazec za organizacijo dogodkov bo oz. je v veliko pomoč, tako tistemu, ki vsebinsko pripravlja dogodek in mu služi kot opomnik, kaj vse je potrebno še urediti, kot tudi tistemu, ki koordinira izvedbo dogodka, saj ima na enem mestu zbrane vse ključne informacije. Splošna slabost obrazcev je odpor na generalni ravni, saj veliko ljudem obrazec predstavlja dodatno, nepotrebno obremenitev. Sčasoma se bodo izkazale tudi pomanjkljivosti obrazca, kje ga bo potrebno prilagoditi in kje po potrebi dopolniti.

10. V kolikšni meri vam je obrazec v pomoč?

Predvidevam, da bo obrazec poenostavil proces organizacije dogodkov in da bo sčasoma postal pomemben oz. nepogrešljiv korak v procesu načrtovanja izvedbe dogodka.

11. Katere izboljšave predlagate? Je predvidena sprememba obrazca?

Kot omenjeno, bo obrazec po določenem času rabe, denimo po pol leta, potrebno znova vsebinsko pregledati in prilagoditi ter dopolniti na podlagi uporabniških izkušenj. V tem času se bo tudi izkazalo, ali je za različne dogodke – denimo športne in korporativne ali enodnevne in večdnevne, v katere so vključene tudi namestitve in transferji – potrebno pripraviti različne obrazce ali pa bo zadostoval eden, ki bo zadostil vsem različnim področjem.

PRILOGA 2 – ANKETNI VPRAŠALNIK

Spoštovani!

Sem Sema Julevič, študentka Višje strokovne šole B&B v Kranju. Pišem diplomsko nalogo, ki v svoji temi obravnava **poslovno komuniciranje Sektorja za organizacijo dogodkov na Nogometni zvezi Slovenije**. Anketa se nanaša na pred kratkim implementiran obrazec za organizacijo dogodkov. Z vašo pomočjo bi si želela pridobiti čim več informacij, ki mi bodo pomagale pri raziskavi, zato vas vljudno prosim, če si vzamete nekaj minut časa in odgovorite na zastavljena

vprašanja. Anketni vprašalnik je popolnoma anonimen, podatke bom uporabila zgolj v raziskovalni namen.

1. Označite spol.
 - a. Moški
 - b. Ženska

2. V katero starostno skupino spadate?
 - a. Od 18 do 28
 - b. Od 29 do 39
 - c. Od 40 do 50
 - d. Več kot 50

3. Kolikokrat v preteklem letu ste bili soudeleženi pri organizaciji dogodka ali bili nosilci dogodka?
 - a. 1 do 5
 - b. 6 do 10
 - c. Več kot 10

4. Kolikokrat je pri vaši organizaciji dogodka prišlo do zapletov?
 - a. 0
 - b. 1 do 5
 - c. 6 do 10
 - d. Več kot 10

5. Kaj je bil glavni razlog zapletov? (Možnih je več odgovorov)
 - a. Nepozorno poslušanje navodil nadrejenega ali nosilca dogodka
 - b. Površno poslušanje informacij s strani ostalih soorganizatorjev
 - c. Pomanjkljivo ali nejasno predajanje informacij
 - d. Drugo_____

6. Kakšne so bile posledice? (Možnih je več odgovorov.)
 - a. Višji stroški
 - b. Kompleksnejši proces organizacije dogodkov
 - c. Nezadovoljstvo delavcev
 - d. Nezadovoljstvo zunanjih udeležencev
 - e. Daljši čas procesa organizacije dogodka
 - f. Drugo_____

7. Ali ste v času od implementacije do sedaj uporabili obrazec za organizacijo dogodkov?
 - a. Da
 - b. Ne

8. Ocenite učinkovitost obrazca za organizacijo dogodka.

	Zelo slabo	Slabo	Srednje	Dobro	Zelo dobro
Jasnost zahtevanih podatkov na obrazcu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Čas, namenjen izpolnitvi obrazca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smiselna členjenost obrazca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dolžina obrazca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Splošna uporabnost obrazca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Ali obrazec za organizacijo dogodkov pozitivno učinkuje na proces organizacije dogodka?

- a. Da
- b. Ne

10. Obrazložite vaš odgovor na prejšnje vprašanje.

11. Ali bi obrazcu za organizacijo dogodkov kaj dodali oz. odvzeli?

- a. Da
- b. Ne

12. Kaj bi dodali oz. odvzeli?

13. Ali menite, da bi uporaba sodobnih aplikacij za posredovanje informacij o organizaciji dogodkov pomenila hitrejši, lažji, ažuren ter bolj preverljiv način medsektorskega komuniciranja?

- Da
- Ne


14. Obrazložite vaš odgovor na prejšnje vprašanje.

Zahvaljujem se vam za vaš čas in sodelovanje v anketi.

Želim vam veliko uspešno izpeljanih dogodkov.

Sema Julević

PRILOGA 3 – OBRAZEC ZA ORGANIZACIJO DOGODKOV

			
Št. / ozn. :	<input type="text"/>	Verzija: V1.0	Datum : <input type="text"/>
Zadeva:	ORGANIZACIJA DOGODKA		
Naziv dogodka:	<input type="text"/>		
	Datum	<input type="text"/>	Ura pričetka <input type="text"/>
	Usmerjevalni napis	<input type="checkbox"/>	Logotip <input type="text"/>
	<input type="text"/>		
Kontaktna oseba NZS:	<input type="text"/>		
Lokacija:	Lokacija	<input type="text"/>	
	Naslov	<input type="text"/>	
	Spletna stran	<input type="text"/>	
	Kontakt:	<input type="text"/>	
	Telefon	<input type="text"/>	Email <input type="text"/>
	Dvorana	<input type="text"/>	
	Dodatni prostori	<input type="text"/>	
	Parkirišče	<input type="text"/>	
Vabljeni:	Št. vabljenih	<input type="text"/>	Rok za potrditev <input type="text"/>
	Št. potrditev	<input type="text"/>	
	Št. delegatov/nagrajencev/gostov	<input type="text"/>	
	Št. organizacijskega osebja	<input type="text"/>	
	Št. medijev	<input type="text"/>	
	Skupaj	<input type="text"/>	
Sprejem:	Prijava gostov	<input type="checkbox"/>	Lokacija <input type="text"/>
	Osebj	<input type="text"/>	čas <input type="text"/>
	Akreditacije	<input type="checkbox"/>	Prevzem <input type="text"/>
	Osebj	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	Garderoba	<input type="checkbox"/>	Lokacija <input type="text"/>
	Osebj	<input type="text"/>	čas <input type="text"/>

	Postavitve	šolska	<input type="checkbox"/>	kino	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	u	<input type="checkbox"/>
		banket	<input type="checkbox"/>	drugo	<input type="checkbox"/>
	Čelna miza	<input type="checkbox"/>	Št. oseb	<input type="checkbox"/>	
	Govornica	<input type="checkbox"/>	Oder	<input type="checkbox"/>	
	Miza za tehniko	<input type="checkbox"/>	Št. oseb	<input type="checkbox"/>	
	Flip chart	<input type="checkbox"/> (št)	Usmerjevalni trakovi	<input type="checkbox"/> (št)	
	Projekcija	<input type="checkbox"/>	Switch	<input type="checkbox"/>	
	Ozvočenje	<input type="checkbox"/>	govornica	<input type="checkbox"/>	
	konferenčno	<input type="checkbox"/> (št)	Čelna miza	<input type="checkbox"/> (št)	
	Prenosni	<input type="checkbox"/> (št)	Naglavni	<input type="checkbox"/> (št)	
	Podij za kamere	<input type="checkbox"/> (št)	Distribucija	<input type="checkbox"/> (št)	
	podaljški	<input type="checkbox"/>	Audio snemanje	<input type="checkbox"/>	
	Ozadje	<input type="checkbox"/>	Roll-Up	<input type="checkbox"/> (št)	
	Zastave	<input type="checkbox"/>	Beach flags	<input type="checkbox"/> (št)	
	Namizni napisi	<input type="checkbox"/>	Trakovi za sedeže	<input type="checkbox"/>	
	Namizna zastavica	<input type="checkbox"/>	Drugo	<input type="checkbox"/>	
Gostinske storitve:	Ob prihodu	<input type="checkbox"/>			
	Na mizah	<input type="checkbox"/>			
	Coffee break	<input type="checkbox"/>	kdaj	<input type="checkbox"/>	
	kaj	<input type="checkbox"/>	kje	<input type="checkbox"/>	
	Po koncu	<input type="checkbox"/>			
	Kosilo/večerja	<input type="checkbox"/>	Št. oseb	<input type="checkbox"/>	
	kdaj	<input type="checkbox"/>	kje	<input type="checkbox"/>	
	menu	<input type="checkbox"/>	pijača	<input type="checkbox"/>	
Dokumenti/prezentacije:	Gradivo	<input type="checkbox"/>	razdelitev	<input type="checkbox"/>	
	Welcome letter	<input type="checkbox"/>	razdelitev	<input type="checkbox"/>	
	Agenda	<input type="checkbox"/>	razdelitev	<input type="checkbox"/>	
	Scenosled	<input type="checkbox"/>			
	Seznam udeležencev	<input type="checkbox"/>	Potni stroški	<input type="checkbox"/>	
	Pregled nadur	<input type="checkbox"/>	Naročilnica	<input type="checkbox"/>	
	Prezentacija	<input type="checkbox"/>	Št. računalnikov	<input type="checkbox"/>	
Mediji:	Vabilo	<input type="checkbox"/>	Rok za prijavo	<input type="checkbox"/>	

	Akreditiranje	<input type="checkbox"/>	Gradivo	<input type="checkbox"/>
Ostalo:	Bloki	<input type="checkbox"/>	Mape	<input type="checkbox"/>
	Darila	<input type="checkbox"/>	Št.	<input type="checkbox"/>
	kaj	<input type="checkbox"/>	Način deljenja	<input type="checkbox"/>
	Napovedovalec	<input type="checkbox"/>	Prihod ob	<input type="checkbox"/>
	Fotograf	<input type="checkbox"/>	Prihod ob	<input type="checkbox"/>
Časovnica:	Najem prostorov od	<input type="checkbox"/>	do	<input type="checkbox"/>
	Ožja delovna skupina	<input type="checkbox"/>		
	Generalka	<input type="checkbox"/>		
	DS NZS/ostali	<input type="checkbox"/>		
	Pričetek akreditiranja	<input type="checkbox"/>		
	Dvorana se odpre	<input type="checkbox"/>		
	Pričetek dogodka	<input type="checkbox"/>	do	<input type="checkbox"/>
Športni kompleks:				
	Igrišča	Igrišče 1 <input type="checkbox"/>	Igrišče 2 <input type="checkbox"/>	Igrišče 3 <input type="checkbox"/>
				Pomožno igrišče <input type="checkbox"/>
	Garderober	Gard. 1 <input type="checkbox"/>	Gard. 2 <input type="checkbox"/>	Gard. 3 <input type="checkbox"/>
				Gard. 4 <input type="checkbox"/>
				Sodniška <input type="checkbox"/>
Opombe:	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>			