الفصل الثاني : نظرة عامة على إدارة الأحداث

المقدمة:

يعرض هذا الفصل نظرة عامة على عملية إدارة الأحداث القابلة للتطبيق على أي مهرجان أو حدث ثقافي، مع اقتباس نموذج لإدارة الأداء للاعتماد عليه كإطار عمل للتعريف التصنيفي للمراحل الأربع الرئيسية لتطور الحدث وتوضيحها تفصيلياً كل على حدة، وهي: القرار والتخطيط المفصل والتنفيذ والتقييم قد تختلف أهمية كل مرحلة في أي حدث فردي معين إلى حد كبير، كما تتغير درجة التوازن بين الأنشطة وترتيبها وفقاً لطبيعة الحدث والهدف منه، على سبيل المثال، تختلف الأحداث المتكررة التي تعتمد على مجموعة تنظيم رائدة عن الأحداث التي لا يتم تنظيمها إلا مرة واحدة فقط بشكل عارض.

مرحلة القرار:

تعتبر مرحلة القرار الخطوة المبدئية لعملية تنظيم الأحداث، كما أنها تحدد في النهاية ما إذا كان سيتم الانتقال بعد ذلك إلى مراحل تنظيم الحدث التالية أم لا. قد تكون تلك المرحلة سهلة نسبياً بالنسبة لحدث صغير متكرر بشكل منتظم أو في الحالات التي يتم فيها توظيف الخبرة السابقة كأداة تقييم لتبرير اتخاذ القرار، والذي قد يتم الوصول إليه في اجتماع لأعضاء مجلس الإدارة الرئيسيين.

طرح الفكرة الرئيسية:

ليس بالضرورة أن يكون الشخص الذي يطرح الفكرة الأصلية لتنظيم حدث خبيراً في تنظيم الأحداث، وقد يكون من القطاع العام (حكومة أو سلطة محلية أو جهاز حكومي) أو من القطاع الخاص (مؤسسة أو شركة أو أفراد) أو من القطاع التطوعي.

تحديد أهداف الحدث والخطوات المطلوبة لتحقيق كل منها:

تعتبر أهداف الحدث والخطوات المطلوبة لتحقيق كل منها على درجة بالغة من الأهمية، وينبغي تحديدها منذ البداية نظراً لأنها تؤثر على العديد من جوانب الحدث، بما فيها التسويق والرعاية. فعلياً قد لا يكون الهدف من الحدث مطابقاً لأهداف الجهة المنظمة له أم لا، ولكنه على الأقل سيكون مكملاً ومتوافقاً معها وله دور فعال في تحقيقها.

قد تركز الأهداف الثقافية والاجتماعية للأحداث على تشجيع المشاركة المحلية بهدف زيادة الوعي بقيمة موقع الحدث أو مناسبته أو التقاليد المرتبطة به أو القيمة الاجتماعية والثقافية له أو تنمية الشعور بالاعتزاز الوطني أو إبراز الملامح العامة لمنطقة إقامة الحدث أو تلبية احتياجات المجموعات ذات الاهتمامات الخاصة أو الحفاظ على التراث المحلي.

تشكيل مجلس إدارة:

عادة ما ينهض مجلس الإدارة بمهام التخطيط للحدث وتنفيذه وتقييم نتائجه بالنسبة للأحداث التي تتسم بدرجة من التعقيد، فقد يعهد فيها ببعض المهام الخاصة إلى مجموعات فرعية.

إعداد دراسة جدوى تمهيدية:

تعمل دراسة الجدوى التمهيدية على التحقق من كون الحدث ذا جدوى ولا يحتاج لمزيد من التوضيحات المفصلة – أي يكون تقديم عرض عام لاحتمال نجاح أو فشل الحدث كافياً. بالنسبة لحدث صغير، فقد تكون دراسة الجدوى غير رسمية نسبياً، وقد تشمل فقط إجراء محادثة مع زميل. أما بالنسبة للأحداث الأكبر التي تنطوي على درجة أكبر من المخاطر المحتملة في حالة فشلها، فقد يكون من المطلوب فيها إجراء أبحاث أكثر تفصيلاً بحيث يمكن اتخاذ قرار بشأنها. تتجه دارسة الجدوى التمهيدية إلى التركيز على الأبحاث الخاصة بحالة السوق وإعداد دراسة مالية مبدئية.

اتخاذ القرار:

تعتبر مرحلة اتخاذ القرار آخر مرحلة فرعية في مرحلة القرار وهي الخطوة التي يحتاج عندها مجلس الإدارة لأن يكون قد أتم جمع المعلومات الكافية لتحديد ما إذا كانت مراحل تنظيم الحدث ستستمر وصولاً إلى مرحلة التخطيط المفصل أم لا.

مرحلة التخطيط المفصل:

بعد التوصل إلى نتيجة إيجابية من مرحلة القرار، ينتقل الحدث إلى مرحلة التخطيط المفصل له، والتي تشكل العنصر الأساسي لإدارته.

تعريف عملية إنتاج الحدث:

تمثل عملية إنتاج الحدث مزيجاً فريداً من الأنشطة، التي تعد أدوات لتحقيق جميع أهداف الحدث وتلبية متطلبات العميل. يجب أن يكون تصميم الحدث موجهاً بشكل يضع في الاعتبار متطلبات العميل.

الطابع العام:

يعتبر الطابع العام إطاراً عاماً لتوحيد الصورة النهائية للحدث – يجب أن يكون الطابع العام مكملاً لأهداف الحدث ومساهماً في تحقيقها.

موقع الحدث:

يختلف مكان الحدث العام عن موقع الحدث الذي سيتم إقامته فيه. فمكان الحدث العام قد يكون في الصحراء أو في الهواء الطلق، أما موقع الحدث، فيشير إلى مكان محدد، مثل معبد الأقصر أو إستاد الألفية أو قاعة ألبرت الملكية بإنجلترا.

عند تحديد موقع محدد للحدث، هناك عدة نقاط محددة يجب أخذها في الاعتبار:

* الحجم والسعة – ينبغي أن تتضمن الاعتبارات الخاصة بالسعة متطلبات فريق العمل والمؤدين والتجهيزات والمخازن وعناصر الإدارة وغيرها من الخدمات إلى جانب سعة الجلوس الخاصة بموقع الحدث.
* التسهيلات – تشكل الخدمات والتسهيلات أهمية في تقييم ملاءمة موقع الحدث.
* الوضوح والمركزية وتجميع الخدمات – تلعب تلك العناصر دوراً لا غنى عنه في عملية اختيار موقع الحدث. فيعد عنصر وضوح موقع الحدث مهماً على وجه الخصوص عندما تحول المعوقات المالية دون إطلاق حملة ترويجية رئيسية له.
* تكلفة موقع الحدث – يمكن اعتبارها عاملاً رئيسياً بالنسبة لمعظم الأحداث، خاصة تلك الأحداث ذات الميزانيات المحدودة.
* الشهرة التاريخية – قد يؤثر هذا الجانب بالسلب أو بالإيجاب على سمعة موقع الحدث.
* اعتبارات أخرى – من أمثلتها معدلات الجريمة ومدى الشعور بالأمان أو الموقف السياسي السائد.
* التفضيل الشخصي – على الرغم من كون هذا العامل غير متفق مع الأسلوب العلمي، فإنه ينبغي إدراك أن التفضيل الشخصي لجهات تنظيم الأحداث يمثل عاملاً أساسياً مؤثراً في اختيار موقع الحدث.

التوقيت:

يعتبر توقيت الحدث، بشكل دقيق، أمراً مؤثراً بشكل بالغ في نجاحه، وهو يحتاج إلى اهتمام واع إلى أقصى حد. ويمكن أن تساعد عناصر مثل الجمهور المستهدف وأنشطة الحدث وتوفر موقع الحدث وتفضيلات جهات تنظيم الحدث في تحديد المواعيد المناسبة لإقامة الحدث. على سبيل المثال، إذا كان قطاع السوق المستهدف من الحدث هو أسر لديها أطفال صغار.

أسعار التذاكر:

قد تشمل أسعار التذاكر تكلفة الدخول فقط، أو قد تتضمن تكلفة الخدمات المتاحة داخل موقع الحدث، على سبيل المثال، موقف السيارات أو وسائل النقل والمواصلات. لتحديد قيمة أسعار التذاكر تأثير مهم بالنسبة لاتخاذ المستهلك القرار بشأن المشاركة في الحدث، وعادة ما يتطلب ذلك تعاوناً بين المديرين الماليين ومديري التسويق.

استراتيجيات التسعير المختلفة، لكن، تشمل الاستراتيجيات الملائمة منها للأحداث ما يلي:

إعداد دراسة مالية:

عادة ما يركز التحليل المالي على ثلاثة جوانب: الدخل المتوقع والنفقات، والميزانية، والتدفق النقدي. وتتفاوت مصادر الدخل المتوقع بشكل هائل من حدث لآخر، وتتضمن المنح والتبرعات أو أشكال الدعم الأخرى والجهات والمؤسسات الخيرية المسئولة عن جمع التبرعات والجهات القائمة على رعاية الحدث.

التسويق:

يحدد الباحث "هال" ثلاثة أهداف مهمة لعملية التسويق للحدث هي:

الاحتياجات، إعداد برنامج إعلامي يشرح الغرض العام للحدث وأهدافه. يمكن أن تساعد الأبحاث الخاصة بحالة السوق، مع أنه لا يتم توظيفها دائماً، في فهم دوافع العمل. وكما يقول الباحث "جولدبلات": "قد يكون لديك حدث على أفضل مستوى من الجودة ولكن ما لم تكن لديك خطة استراتيجية فعالة للترويج له، فلن يعرف الجمهور أي شيء عنه".

إدارة الموارد البشرية:

تمثل الموارد البشرية عنصراً أساسياً في الخبرة المرتبطة بالحدث والتي تسهم في إرضاء العميل. وتعتبر عملية إدارة الموارد البشرية الخاصة بالأحداث أكثر تعقيداً منها بالنسبة لإدارة الموارد البشرية الخاصة بالمؤسسات الترفيهية الأخرى. كما أنها تختلف ما بين الأحداث التي تقام لمرة واحدة فقط والأحداث التي تقام بشكل دائم والأحداث التي تعتمد على التنقل من مكان لآخر. بالطبع ستتبع الاستراتيجية الخاصة بهذه الإدارة من التحليل المبدئي للعناصر والمتطلبات التي ستوفرها جهات تنظيم الحدث والعناصر الأخرى التي سيتم التعاقد مع مؤسسات أخرى فرعية لتوفيرها، مما سيترتب عليه وجود هيكل لفريق العمل وخطة خاصة بالوصول إلى الصورة النهائية للحدث.

تخطيط موقع الحدث وإدارة العمليات:

يرى بعض الباحثين مثل "أرمسترونج" وماكدونال" وآخرون أن إعداد خريطة لموقع الحدث وقائمة بالتسهيلات المتاحة، إلى جانب إجراء زيارات ومحادثات متكررة مع فريق العمل الخاص بموقع الحدث، يمثلان أدوات جيدة لبدء عملية تخطيط موقع الحدث. ويقترح الباحث "آلين" أن يتم تدعيم ذلك من خلال عملية تتم خطوة بخطوة تلم من خلالها جهات تنظيم الحدث بجميع الجوانب المتعلقة به، بما يمكنها من التعرف بشكل مسبق على الجوانب التي يمكن أن تثير مشكلات محتملة فيما بعد وباستخدام تلك الأساليب، تستطيع جهات تنظيم الحدث تخطيط كيف سيتناسب الحدث مع الموقع الذي تم اختياره وكيف سيتم توزيع التسهيلات وفريق العمل والخدمات الخاصة بالتجهيزات وغيرها.

وضع جدول زمني للحدث:

يوضح الجدول الزمني للحدث توقيت العناصر المختلفة الخاصة به بشكل دقيق. يتم تصميم الجداول الزمنية للأحداث للمساعدة في مراقبة تقدمها وكأداة تقييم لها.

مرحلة التنفيذ:

على الرغم من مرحلة التنفيذ تعد المرحلة النهائية المرجو الوصول إليها من مراحل تطور الحدث، فلم تتم مناقشتها بصورة واضحة ومنظمة في العديد من المصادر. يعرض هذا الفصل ثلاث نقاط تندرج تحت مرحلة التنفيذ: مراقبة تقدم الحدث، والتعامل مع الحوادث الطارئة، وأنشطة ما بعد انتهاء الحدث.

مراقبة تقدم الحدث:

يقترح الباحث "يوويل" عقد جلسة تلخيصية لإعطاء التعليمات المتعلقة بالتفاصيل النهائية للحدث والتغلب على أية مشكلات بسيطة عارضة تظهر في اللحظات الأخيرة والتأكيد على أي تغييرات في الجداول الزمنية الموضوعية.

التعامل مع الحوادث الطارئة:

عادة ما تكون المشكلات غير المتوقعة، المؤدية إلى إلغاء الحدث أو تأجيله أو إحداث فوضى وارتباك.

مرحلة التقييم:

تهدف مرحلة التقييم إلى تقييم الخبرة المستفادة من الحدث ومعرفة أوجه التميز والقصور به حتى يتسنى لنا إدراك كيف كان من الممكن تنظيمه على نحو أفضل ويمكن تقسيم مرحلة التقييم إلى تقييم النتيجة وتقييم العمليات هناك سبعة أوجه مختلفة تشكل أهمية في التقييم تتمثل في تقييم عملية تنظيم الحدث والمتطوعين وفرق العمل الأخرى ورعاة الحدث والعملاء والمجتمع المضيف وأخيراً الاعتبارات البيئية.

الملخص:

استخدم هذا الفصل دورة خاصة بإدارة الأداء كإطار عمل لإنشاء نموذج منتظم لإدارة الأحداث قائم على مراحل تشمل: القرار والتخطيط المفصل والتنفيذ والتقييم. من الناحية العملية، ليس بالضرورة أن يكون هذا النموذج ثابتاً وغير قابل للتغيير. فعلى سبيل المثال، قد يتم إدخال تعديل في عملية إنتاج الحدث في ضوء دراسة مالية مفصلة أو بحث عن حالة السوق. كذلك، فإن الأنشطة لا يتم تنفيذها بصورة تسلسلية متصلة، وإنما تتم تجزئتها بهدف تعزيز نظرية التوازي في أداء المهام وإشراك مجموعات مختلفة من العاملين، سواء أكان يتم توظيفهم بشكل مباشر أم كان يتم التعاقد معهم من خلال جهات فرعية. تطور هذا النموذج كجزء من مشروع بحثي أكبر يهدف إلى تسهيل عقد مناقشات مع مديري الأحداث، يتضح من خلال المناقشات المبدئية مع المديرين أن هذا النموذج يعكس الممارسة العملية كما أنه يوضح أيضاً أن كثيراً من المديرين لا يستخدمون نموذجاً واضحاً في متابعة تنفيذ الإجراءات.

وأخيراً....

**وفي الختام..** لقد سطرنا في هذه الأوراق التي بين يديكم ثمرة عمل متواضع وجهد المقل عن تلخيص بعنوان: **(التعريف بإدارة المهرجانات والأحداث)** وعلى أية حال إن كان في هذا البحث من إجادة فهو من توفيق الله وكان فيه من خطأ أو نقص فهو من أنفسنا ومن الشيطان راجيين من الله تعالى أن يسدد خطانا على طريق الخير والسداد.