

سادسا: مفاهيم حول إدارة الاحداث

1- تعريف إدارة الأحداث

الحدث هو أي نشاط أو فعالية يتم تنظيمه في وقت ومكان معينين بهدف تحقيق غرض أو مجموعة من الأغراض، سواء كانت ثقافية، تجارية، اجتماعية، رياضية أو ترفيهية. يمكن أن يتراوح الحدث من اجتماع صغير إلى مهرجان ضخم، ومن مؤتمر متخصص إلى حفلة موسيقية أو مباراة رياضية. عادةً ما يجذب الحدث مجموعة من الأشخاص أو جمهورًا محددًا يهتم بالموضوع أو النشاط الذي يتم تنظيمه.

إدارة الأحداث هي عملية التخطيط والتنظيم وتنسيق الأحداث. وتشمل هذه المؤتمرات والمعارض التجارية والتجمعات المؤسسية والرياضية. وهي تنطوي على التعامل مع الخدمات اللوجستية واختيار الأماكن وترتيب الترفيه وتنسيق البائعين وضمان سير الحدث بسلاسة.

تتطلب إدارة الأحداث بشكل جيد تنظيمًا قويًا. وتتطلب الاهتمام بالتفاصيل والقدرة على تعدد المهام. كما تتضمن إدارة الميزانيات والجدول الزمني وتنسيق الفريق لخلق تجارب لا تُنسى للحاضرين. يعمل مديرو الأحداث بشكل وثيق مع العملاء لفهم رؤيتهم وتجسيدها بنجاح.

2- أنواع الأحداث

أ- من حيث التكرار:

- الأحداث الدورية: التي تنظم سنويا خلال الفترة نفسها، وفي نفس المنطقة مثل مهرجان دبي للتسوق
- الأحداث غير دورية: وهي الأحداث التي تنظم بصفة دورية على نفس الفترات، لكن ليس في نفس المنطقة كالألعاب الأولمبية وكأس العالم

ب- من حيث الحجم:

- الأحداث الكبيرة: وهي أحداث التي يستهدفها السوق الدولي ونصفها بالكبيرة نظرا لكبر حجمها من حيث عدد الحضور وحجم السوق المستهدف وحجم تمويل الحدث وحجم المنشآت المخصصة، وتأثيره على النسيج الاقتصادي والاجتماعي والذي يكون قادرا من خلال حجمه والاهتمام الإعلامي به على جذب أعداد كبيرة من الزوار بالإضافة إلى فوائدها الاقتصادية

- الأحداث الضخمة: وهي تحدث إما مرة واحدة أو تحدث لفترة محدودة من الوقت وهو معد أو مقدم أساس بهدف زيادة وعي الأفراد الخاص بمنطقة معينة وجذبهم إليه، ويعتمد نجاح هذا النوع من الاحداث على

تقرّد هذا الحدث ومكانته وأهميته وتوقيته لجذب الانتباه، وهي تؤدي إلى زيادة في أعداد السياح والتغطية الإعلامية، والمكانة أو التأثير الاقتصادي للمجتمع المضيف أو الوجهة السياحية كالألعاب الأولمبية

-الأحداث المحلية: وهي أحداث أصغر حجماً وترتكز على سمات وخصائص الوجهة السياحية نفسها كالمهرجانات المحلية

3- مراحل إدارة الأحداث

أ- التخطيط: تحتوي هي المرحلة على أدق التفاصيل المتعلقة بالحدث المقام، بدأ من أبسط التفاصيل إلى أكبرها مثل قرار عقد الفعالية، مدة الفعالية، تحديد فريق العمل، الجهة الراغبة، المدعوين، والمشاكل المعيقة وكيفية التغلب عليها، وأخيراً تصور الميزانية

ب- التنظيم:

-قبل الحدث: وتضم الترويج للحدث، دعوات الحدث، استقبال الضيوف

-أثناء الحدث: تجهيز مكان الحدث، وضبط الأمور التقنية والتجهيزات وغيرها

-بعد انتهاء الحدث: توديع الضيوف (الوفود) والاهتمام بمعرفة رأيهم بعد المغادرة، ومتابعة الترويج للحدث بعد انتهاءه

ج- المتابعة: تقييم الحدث، إعداد التقرير النهائي للحدث، تحديد الإيجابيات والسلبيات، استخلاص النتائج، إعداد التوصيات والمقترحات، متابعة تنفيذ التوصيات والقرارات

كما يمكن تقسيم هذه المراحل حسب الشكل الموالي:

