
इकाई 3 आयोजन की विशेषताएँ

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 परिचय
- 3.2 आयोजन की विशेषताएँ
- 3.3 आयोजन का प्रभाव
- 3.4 आयोजन के लाभ
- 3.5 सारांश
- 3.6 शब्दावली
- 3.7 संदर्भ ग्रंथ सूची और उपयोगी पाठ्य पुस्तकें
- 3.8 अभ्यास प्रश्नों के संभावित उत्तर

3.0 उद्देश्य

इस इकाई का उद्देश्य आयोजन के व्यवसाय की समझ के लिए एक अभिन्न पहलू के रूप में आयोजन की प्रमुख विशेषताओं को उजागर करना है। आयोजन में महत्वपूर्ण सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक और राजनीतिक प्रभाव होते हैं जो हमारे समाजों को प्रभावित करते हैं। इनके अलावा, आधुनिक आयोजन उद्योग की सेवाओं से पता चलता है कि प्रेस विज्ञापनों और टीवी विज्ञापनों पर आयोजन अत्यधिक फायदेमंद हैं। आयोजन के अनुभव के लाभ हमें बताते हैं कि वे यादगार हैं, बातचीत और पहुंच के लिए बड़े अवसर हैं, और एक विपणन उपकरण के रूप में, उन्हें पारंपरिक मीडिया पर बहुत लाभ है।

इस इकाई को पूरा करने के बाद, आप निम्न में सक्षम होंगे:

- एक सेवा गतिविधि के रूप में आयोजन की प्रमुख विशेषताओं की पहचान करने में;
- चल रही आयोजन के सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक प्रभाव को समझने में;
- जांच करने में कि मूल रूप से इन प्रभावित कारकों को कैसे संतुलित किया जाए; और
- आयोजन के अनुभव के लाभों को समझने में।

3.1 परिचय

हमारी पिछली इकाइयों से, हम प्रतिभागियों के लिए 'गैर-नियमित', 'अद्वितीय', 'एक-समय' और 'जीवन-समय में एक' अनुभव के रूप में आयोजन की प्रमुख विशेषताओं की पहचान कर सकते हैं। आपने यह भी पता लगाया होगा कि आयोजन आम तौर पर मंच के लिए महंगी होती है और लंबी और सावधानीपूर्वक योजना की आवश्यकता

होती है। आयोजन की योजना करते समय आयोजन के उद्देश्य, आयोजन शीर्षक, स्थल, दर्शक, उपलब्ध संसाधन, आयोजन की समय और समूह के कौशलों पर विचार करना होता है। आयोजक की मांग उम्मीद से कहीं अधिक है।

कुछ कार्यक्रम केवल एक बार होते हैं या सालाना/द्विवार्षिक रूप से आयोजित किए जाते हैं, आमतौर पर हर साल एक ही समय में। उनमें से कई वित्तीय जोखिम और सुरक्षा जोखिम सहित उच्च स्तर के जोखिम उठाते हैं। बहुत कुछ दांव पर लगा है। हर कलाकार चाहे वह एथलीट हो या एंटरटेनर, अपना सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन देना चाहता है। अपनी शादी पर, दुल्हन चाहती है कि यह दिन एक आदर्श और यादगार हो। विपणन प्रबंधक और डिजाइन टीम चाहती है कि नए उत्पाद को उपभोक्ता द्वारा सकारात्मक रूप से लिया जाए। एक बड़े बजट के उत्पाद लॉन्च की कल्पना करें जहां 500 प्रमुख उद्योग खिलाड़ी हैं और मीडिया उपस्थित हैं। यदि यह एक फैंसी या असामान्य स्थान पर हो रहा है, तो रसद, प्रकाश व्यवस्था, ध्वनि और विशेष प्रभावों की मांग क्या होगी? ये चुनौतियां हैं जो कार्यक्रमों का आयोजन करते समय आती हैं,

इससे यह भी पता चलता है कि आयोजन में कुछ विशेषताएं निहित हैं। आयोजन को बेहतर ढंग से समझने और एक सफल आयोजन देने के लिए, इन विशेषताओं के बारे में सीखना महत्वपूर्ण है।

3.2 आयोजन की विशेषताएं

आयोजन की विशेषताओं को निम्नलिखित शीर्षकों के तहत निपटाया जाएगा: बातचीत और नेटवर्किंग के लिए एक मंच; विशिष्टता और विनाश; मनोरंजन, समारोह और अनुष्ठान; श्रमिक सघनता, विक्रेताओं और टीम वर्क के साथ नेटवर्किंग; निश्चित समय-पैमाना; वित्तीय योजना; माहौल; रचनात्मक बढ़त और 'वाह कारक', आयोजन के सुचारु संचालन को सुनिश्चित करने, जोखिम को कम करने और आयोजन के दर्शकों के आनंद को अधिकतम करने के लिए इन विशेषताओं को समझना महत्वपूर्ण है।

बातचीत और नेटवर्किंग के लिए एक मंच

कार्यक्रम विशिष्ट उद्देश्य जैसे ब्रांड निर्माण, दान, धन जुटाने, औपचारिक गतिविधियों, अनुष्ठानों, छवि निर्माण और बहुत कुछ के लिए लोगों को एक साथ लाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। माल के उपभोक्ताओं को शायद ही कभी उन लोगों से मिलने का मौका मिलता है जो विनिर्माण इकाइयों में माल का उत्पादन करते हैं। आयोजन सबसे अच्छा मंच है जहां लक्षित दर्शकों या उपभोक्ताओं को उत्पादों के उत्पादकों से मिलने का मौका मिलता है। उत्पादों को अभिनव तरीकों और बातचीत के माध्यम से अंतिम उपयोगकर्ता के लिए लाया जाता है। उदाहरण के लिए, विज्ञापन के अलावा उत्पाद 'कैमलिन' को प्रदर्शनों, ड्राइंग प्रतियोगिताओं और रोड शो के माध्यम से पेश किया गया था, जिसमें अधिकांश स्कूलों को कवर किया गया था। शादी, जन्मदिन की पार्टी या नए साल की पार्टी में भीड़ न केवल एक-दूसरे के साथ बातचीत करेगी, बल्कि मेजबानों के साथ और शायद मनोरंजनकर्ताओं के साथ भी बातचीत करेगी। यह एक माहौल बनाता है और आयोजन को सुखद बनाता है। इसी तरह एक क्रिकेट मैच में भीड़ पूरे अनुभव में योगदान देती है, कभी-कभी प्रतिभागियों, कर्मचारियों आदि के साथ उत्साह और बातचीत करके योगदान देती है।

आयोजन को उस प्रकार के लोगों के आधार पर बनाना आवश्यक है जो इसका हिस्सा बनने जा रहे हैं, क्योंकि किसी आयोजन की सफलता या विफलता को किसके लिए जिम्मेदार ठहराया जाता है? कार्यक्रम में भाग लेने वाले लोगों की कार्यवाही और प्रतिक्रियाएं। वही आयोजन जो सफल रही, अगर दोहराई गई, तो दर्शकों की पृष्ठभूमि, उनकी बातचीत और प्रतिक्रियाओं के आधार पर सफलता या विफलता हो सकती है। इसलिए एक महत्वपूर्ण पहलू जिस पर आयोजक द्वारा विचार किया जाना चाहिए, वह लक्षित दर्शकों का प्रकार है।

लाइव अनुभव बनाना

मानव जीवन अनुभवों से भरा हुआ है। कार्यक्रमों का उद्देश्य यादगार अनुभव प्रदान करना है। वे शादियों, खेल कार्यक्रमों, त्योहारों, रोड शो आदि जैसे कार्यक्रमों के उपस्थित लोगों के लिए अनुभव बनाते हैं। आयोजन ब्रांड, व्यवसाय और ग्राहकों को सक्रिय करते हैं। जब हम अखबार पढ़ते हैं या टेलीविजन देखते हैं, तो हम बस 'देख रहे हैं', या 'देख रहे हैं और सुन रहे हैं'। जब हम रेडियो बजाते हैं, तो हम केवल 'सुनते' हैं। एक आयोजन प्रदान करके मस्तिष्क को एक बहुआयामी संचार प्रदान करती है।

इसलिए यह केवल एक आयोजन है जो हमें 'महसूस' कराती है। आयोजन द्वारा प्रदान किया गया हर अनुभव अद्वितीय है। सक्रियण, आईपी, प्रबंधित कार्यक्रमों, शादियों, एमआईसीई, डिजिटल आयोजन और कई अन्य में नवीनतम रुझान अनुभवात्मक हैं। ऐसा इसलिए है क्योंकि उपलब्ध तकनीक सस्ती और प्रभावी है। इसलिए हमें लाइव और अनुभवात्मक अधिक देखने को मिलता है। अनुभवात्मक सजीव और अनोखा अनुभव प्रदान करने के बारे में है। अनुभवात्मक पहलू आयोजन को अधिक आकर्षक और मजेदार बनाता है। विपणक अपनी ब्रांड कहानी बताने के लिए लाइव आयोजन का उपयोग करते हैं। एक अनुभव बनाना जो ब्रांड और लक्षित दर्शकों को जोड़ता है, अनुभवात्मक विपणन कहा जाता है। आयोजन मैनेजर से संचार प्रौद्योगिकी की रणनीति, विकास और प्रबंधन प्रदान करने की उम्मीद है जो उपभोक्ता के लिए यादगार अनुभव बनाता है। आयोजक इस तरह से ब्रांड बनाने और उत्पादों को बेचने में मदद करते हैं।

विशिष्टता और ध्वंस

हर आयोजन अपने तरीके से अद्वितीय है क्योंकि हर आयोजन दर्शकों के लिए एक अलग अनुभव है। कोई भी दो आयोजन समान नहीं हैं। यहां तक कि अगर एक ही शहर में एक ही दिन एक ही आयोजक द्वारा दो शादियां आयोजित की जाती हैं, तो वे समय, आने वाले लोगों की संख्या, लोगों के बातचीत करने के तरीके आदि के संदर्भ में भिन्न होंगे, इसलिए दोनों शादियां मौलिक रूप से अलग होंगी इत्यादी।

एक शहर में एक प्रसिद्ध कलाकार द्वारा रॉक शो के प्रति प्रतिक्रिया दूसरे शहर में समान नहीं हो सकती है। ऐसा इसलिए है क्योंकि स्थान, जनसांख्यिकी, व्यवस्था और दर्शकों ई प्रतिक्रिया अलग-अलग स्थानों में समान नहीं हो सकती है, इसलिए विभिन्न शहरों में एक ही कलाकार द्वारा रॉक शो देना, उनकी विशिष्टता एक यादगार आयोजन सुखद आयोजन और एक सफल दर्शक प्रतिक्रिया के कारण अद्वितीय है, इस



जिस तरह आयोजन को अद्वितीय माना जाता है, उसी तरह उन्हें भी जबरदस्त रूप से खराब होने वाला माना जाता है। किसी भी आयोजन को उसी तरह से दोहराया नहीं जा सकता है। हर साल आयोजित होने वाले अंतर्राष्ट्रीय फिल्मफेयर पुरस्कार या ऑस्कर पुरस्कार पिछले वर्ष के समान नहीं हो सकते हैं। कार्यशालाओं, सेमिनारों और ब्रांड बिल्डिंग जैसे कार्यक्रम, हालांकि ज्यादातर आयोजन प्रबंधन कंपनियों (ईएमसी) द्वारा एक विशेष तरीके से आयोजित किए जाते हैं, हर अवसर पर अलग-अलग होंगे। विनाश की संभावना आयोजन के लिए सुविधाओं के उपयोग से भी संबंधित है। मान लीजिए कि हमारे पास शादियों के लिए एक भोज कक्ष है। इसका चरम उपयोग हो सकता है।

एलआईसी जी सिने अवार्ड्स, लैक्मे फैशन वीक, सनबर्न, महिंद्रा ब्लूज फेस्टिवल और आईफा जैसे कार्यक्रम लोकप्रिय और अद्वितीय आयोजन प्रॉपर्टी हैं। वेबकास्टिंग, इंटरनेट, ऑडियो और वीडियो कार्यक्रमों जैसे कई माध्यमों के माध्यम से आगे की आयोजन का भी शोषण किया जाता है। इसलिए एक आयोजक की भूमिका उन सुविधाओं और सेवाओं की सीमा सुनिश्चित करना होगा जो आयोजन के लिए प्रभावी ढंग से उपयोग की जा सकती हैं, क्योंकि इसकी विशिष्टता है और लगातार आयोजन होता है। आयोजन की खराब होने वाली प्रकृति के कारण, आयोजन प्रदान करने के लिए महंगी हो सकती हैं। आयोजन प्रबंधन में अवसर खोने की लागत (जिसे अक्सर खराब होने के कारण नुकसान के रूप में जाना जाता है), विभिन्न तकनीकों को लागू करके कई आयोजन मैनेजर्स द्वारा मुकाबला किया जा सकता है। विभेदक मूल्य निर्धारण या छूट के दिनों का उपयोग उन चक्रों या दिनों में व्यवसाय में आकर्षित करने के लिए किया जाता है जब व्यवसाय की प्रवृत्ति कम होती है। उदाहरण के लिए, हरियाणा के गुडगांव में 'किंगडम ऑफ ड्रीम्स' सप्ताह के दिनों में अपने मनोरंजन शो के लिए रियायती दरों की पेशकश करता है।

मनोरंजन, समारोह और अनुष्ठान

मनोरंजन अधिकांश आयोजन का सार है। कुछ आयोजन के लिए मनोरंजन केंद्रीय है, दूसरों के लिए यह परिधीय यानी महत्व में द्वितीयक है। किसी भी आयोजन में उपयोग किए जाने पर मनोरंजन को अपने उद्देश्य की सेवा करनी चाहिए। यह निर्णय लेते समय आयोजन के दर्शकों की जरूरतों पर सावधानीपूर्वक विचार किया जाना चाहिए। जबकि कुछ कार्यक्रमों का एकमात्र उद्देश्य केवल मनोरंजन है, जैसे कि त्योहार, कार्निवल और संगीत समारोह, मनोरंजन का उपयोग गति बनाने और फैंसर्स, शादियों और चैरिटी शो जैसे कार्यक्रमों की सुंदरता को बढ़ाने के लिए एक रणनीति के रूप में किया जाता है। मनोरंजन के कुछ रूप विभिन्न प्रकार की आयोजन के साथ अच्छी तरह से चलते हैं। फैंसी ड्रेस कोड को सालगिरह या शादी की पार्टी के लिए माना जा सकता है। हालांकि एक ही विचार एक व्यावसायिक सफलता पार्टी के लिए बहुत अच्छी तरह से काम कर सकता है।



आयोजन की एक प्रमुख विशेषता जो उन्हें विशेष बनाती है वह समारोह है। यदि हम पिछली ऐतिहासिक आयोजन को देखें, तो अनुष्ठानों और समारोहों ने हमेशा एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। आज हम जो समारोह देखते हैं, वे पुराने के पुनर्निर्मित संस्करण हैं। अक्सर अनुष्ठान और समारोह होते हैं क्योंकि वे परंपरा की निरंतरता पर जोर देते हैं। हर साल 26 जनवरी को, गणतंत्र दिवस समारोह पारंपरिक उद्घाटन और जुलूसों द्वारा चिह्नित समारोहों के साथ मनाया जाता है। गोल्डन बियर्स, गोल्डन ग्लोब या ऑस्कर अवार्ड्स में अच्छे फिल्म निर्माण, अभिनय, उत्पादन और निर्देशन के लिए दिए गए पुरस्कार हैं, और पूरा समारोह विशेष रूप से किससे बना है? परेड। इत्यादि, शादियां परंपरा के आधार पर अनुष्ठानों और समारोहों से बनी होती हैं जो पीढ़ी से पीढ़ी तक स्थानान्तरित होती हैं। आयोजन के आकार के आधार पर समारोह बड़े पैमाने पर या छोटे पैमाने पर हो सकते हैं। पूरी तरह से नए समारोहों के साथ नए कार्यक्रम अब शहरों और कस्बों में पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए एक प्रवृत्ति बन रहे हैं।

एक कार्यक्रम के रूप में ऑस्कर एक परंपरा बनी हुई है और एक अनुष्ठान बन गई है। हॉलीवुड में यह सबसे बड़ा कार्यक्रम जो 1929 में ब्लैक एंड व्हाइट फिल्मों के साथ शुरू हुआ था, 1966 में अधिक हाई-टेक, अधिक ग्लैमरस, अधिक रोमांचक, अधिक रोमांचकारी और दुनिया भर में कवरेज के साथ रंग में बदल गया। यह एक ऐसी आयोजन है जिसे हर साल व्यवसाय में सर्वश्रेष्ठ द्वारा देखा जाता है।

श्रम गहनता, विक्रेताओं के साथ नेटवर्किंग, और टीम वर्क

आयोजन के पैमाने के आधार पर, आयोजन की योजना बनाई जाती है और मंचन किया जाता है। एक आयोजन जितनी जटिल और अनूठी होती है, संगठन और संचालन दोनों के संदर्भ में श्रम गहन होने की संभावना उतनी ही अधिक होती है। आयोजन टीम के कौशल सह-विकास के लिए बहुत महत्वपूर्ण हैं। एक अच्छी आयोजन की कुशल सेवा वितरण के लिए जटिल योजना से लेकर (आयोजन को कैंटरर्स या अन्य आपूर्तिकर्ताओं को आउटसोर्स किया जा सकता है), परिचालन स्तर तक जहां उच्च आयोजन के उचित वितरण के लिए स्टाफिंग के स्तर की आवश्यकता होती है, अधिकांश कार्यक्रम श्रम गहन होते हैं। आयोजन मैनेजर को एक टीम द्वारा समर्थित किया जाता है जो कभी-कभी आयोजन के करीब आने के साथ-साथ काफी बढ़ता है। 10 सदस्यों की एक योजना टीम जो एक वर्ष के लिए एक साथ काम करती है, अचानक आयोजन की उस छोटी अवधि के दौरान 200 सदस्यों की एक टीम में विकसित हो सकती है। इस आयोजन को टॉफ्लर द्वारा 'स्पंदन संगठन' के रूप में वर्णित किया गया है। उदाहरण के लिए, 2002 के ओलंपिक शीतकालीन खेलों के लिए छोटी खानपान टीम खेलों से पहले महीने में 200 से अधिक (स्वयंसेवकों सहित) तक विस्तारित हुई। इसने पूरी टीम को प्रशिक्षण सत्र के लिए उस छोटे समय की अवधि के लिए एक साथ रहने का केवल एक अवसर प्रदान किया।

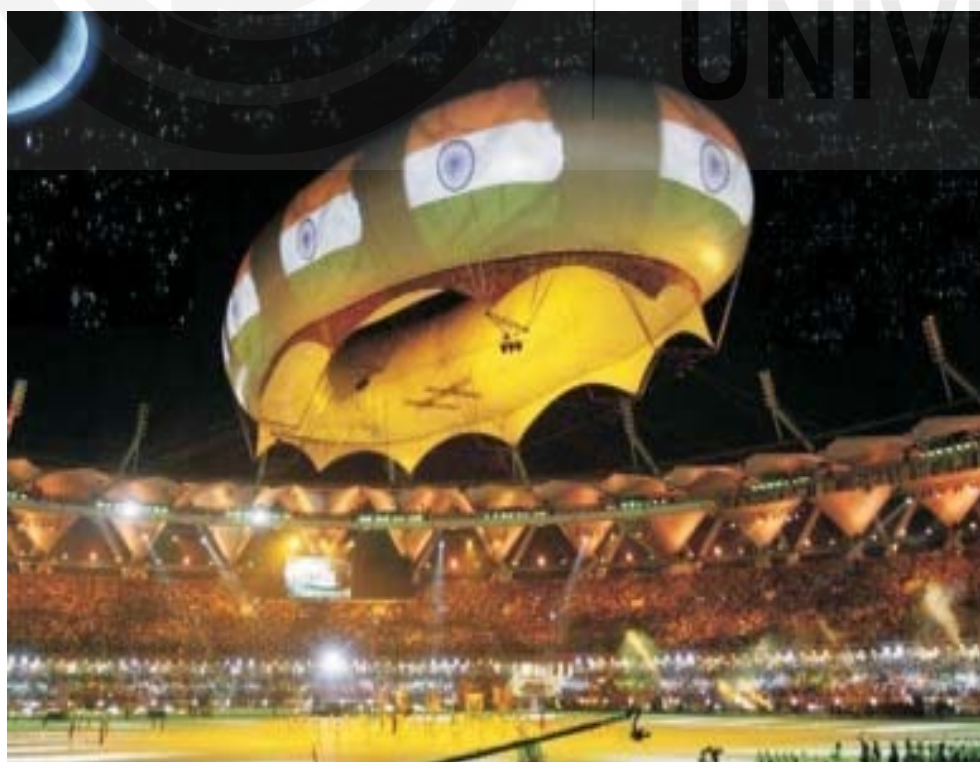
एक अन्य प्रमुख विशेषता विक्रेताओं/आपूर्ति श्रृंखला के साथ नेटवर्क है। ईएमसी ग्राहक और विक्रेता के बीच आवश्यक कड़ी हैं। उनके पास स्रोत, बातचीत करने और विक्रेताओं द्वारा काम करने की क्षमता है जो विभिन्न सेवा प्रदाता हैं। प्रौद्योगिकी सहित नवीनतम और सबसे कुशल समाधान प्रदान करने के लिए आपूर्ति श्रृंखला से प्रतिबद्धता होनी चाहिए। किसी विशेष आवश्यकता के लिए सही प्रकार के विक्रेता की पहचान करने में सक्षम होने के कारण ईएमसी की गुणवत्ता वाले काम देने की क्षमता निर्धारित होती है।

अधिकांश कार्यक्रमों में काम करने वाले कर्मचारियों के पास प्रशिक्षण के लिए सीमित अवसर होते हैं, इसलिए नौकरी टूटना और टास्क शीट योजना के आवश्यक पहलू बन जाते हैं। इसके लिए टीम के सदस्यों के बीच उच्च स्तर के संचार की आवश्यकता होती है, यहां तक कि जहां आयोजन एक प्रसिद्ध सूत्र को दोहरा सकती है, या एक सम्मेलन जैसे सामान्य संचालन ढांचे के भीतर काम कर रही है। 400 लोगों की खुली जगह पर शादी के रिसेप्शन के लिए न केवल कैंटरिंग स्टाफ की आवश्यकता होगी, बल्कि संगीत संध्या आयोजित करने के लिए जॉकी, सेट अप को स्थापित करने और तोड़ने के लिए क्लीनर और कर्मचारियों की भी आवश्यकता होगी। इसलिए सफल आयोजन प्रबंधन के लिए टीम संरचना का महत्व महत्वपूर्ण है। कुशल और अकुशल कर्मचारियों की एक मेजबान को प्रभावी ढंग से निर्देशित करने की आवश्यकता है।

स्टाफिंग की जरूरत निश्चित समय पर चरम पर होने की भी संभावना है। एक आयोजक को आयोजन चलाने की आवश्यकताओं से सीधे स्टाफिंग आवश्यकताओं का पूर्वानुमान करना होगा। एक विशिष्ट आयोजन के लिए टीम के भीतर कार्यात्मक स्तर की जिम्मेदारियों को संबोधित करने की आवश्यकता है। उदाहरण के लिए, एक एथलेटिक प्रतियोगिता जैसे गेमिंग आयोजन को एक भव्य पारंपरिक शादी की तुलना में इसका समर्थन करने के लिए एक पूरी तरह से अलग स्टाफिंग संरचना की आवश्यकता होगी (प्रतियोगिताओं, न्यायाधीशों, टाइम कीपर आदि सहित), जिसमें खानपान कर्मचारियों की संख्या अधिक होगी, प्रकाश तकनीशियन आदि। उपरोक्त के अलावा, पुलिस, ईमर्जेंसी सेवाओं, पर्यावरण संरक्षण एजेंसी के साथ-साथ स्थानीय पारगमन प्राधिकरण जैसे हितधारकों के पास सभी प्रकार की आवश्यकताएं हैं जो होंगी आयोजन की व्यवहार्यता को चुनौती दें और इनकी जांच की जानी चाहिए।

निश्चित समय स्केल

आयोजन का एक निश्चित समय पैमाना होता है और वे नियमित गतिविधियों की तरह नहीं होते हैं जिन्हें अनिश्चित काल तक किया जा सकता है। संक्षेप में, आयोजन हमेशा के लिए नहीं चलती हैं। समय सीमा बहुत कम हो सकती है, जैसे कि एक नई सड़क के उद्घाटन समारोह के लिए, या बहुत लंबा, जैसा कि ओलम्पिक्स या राष्ट्रमंडल खेलों के साथ होता है, जहां योजना चरण में लगभग पांच साल या उससे अधिक समय लगता है। आयोजन एक महीने/महीने, एक सप्ताह, दो दिन, एक पूरे दिन या एक शाम, या यहां तक कि एक घंटे तक चल सकती हैं। आयोजन का समय निर्धारित करता है कि किस प्रकार की आयोजन आयोजित की जाएगी। यदि यह एक शाम का कार्यक्रम है, तो प्रकाश व्यवस्था, सजावट, मंच सेट अप, पृष्ठभूमि का रंग, बैठने की व्यवस्था, फूलों की व्यवस्था आदि। दिन की आवश्यकताओं के अनुसार इन व्यवस्थाओं की तुलना में अलग होगा।



किसी आयोजन की योजना बनाते समय, आयोजन की तैयारी के बारे में समय की आवश्यकताएं – पूर्व और बाद, और रैप अप आदि आयोजन के परिमाण और आकार से तय की जाती हैं। आपको आयोजन का शेड्यूल तैयार करना होगा क्योंकि आपको यह जानने की जरूरत है कि कोई आयोजन कितने समय तक चलेगा, क्या यह एक या दो घंटे के लिए होगा, आयोजन के दौरान क्या होगा और प्रत्येक का कितना समय होगा आयोजन में गतिविधि होगी। सही समय की महत्वपूर्णता को ध्यान में रखा जाना चाहिए। एक उत्पाद लॉन्च की कल्पना करें जहां उत्पाद का खुलासा होता है, जबकि अध्यक्ष अभी भी उत्पाद पेश कर रहा है, जब अनुसूची निर्दिष्ट करती है कि उत्पाद भाषण के बाद होना चाहिए। कभी-कभी, निश्चित समय सीमा भी विविध हो जाती है, खासकर आयोजन में जिसमें एक अनौपचारिक सेटिंग है। एक जन्मदिन की पार्टी, इरादे से अधिक समय तक चल सकती है क्योंकि 'यह अभी हुआ है। कभी-कभी मेले की तरह एक औपचारिक कार्यक्रम जहां कई हितधारक होते हैं, कुछ विशेष कारणों से योजनाबद्ध तरीके से बढ़ाया जा सकता है, जैसे लागत वसूलने के लिए।

वित्तीय योजना

आयोजन के लिए वित्तीय योजना बहुत महत्वपूर्ण है। यह इस बात पर निर्भर करता है कि कार्यक्रम कितना बड़ा होने जा रहा है और इसमें भाग लेने वाले आगंतुकों की संख्या कितनी है। यह इस बात पर भी निर्भर करता है कि कार्यक्रम आयोजित करने के लिए क्या खर्च होगा और क्या इसे लाभदायक होना है। हर आयोजन की कीमत अलग-अलग होती है। मूल्य निर्धारण का यह मुद्दा बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि अनुभवहीन आयोजक आमतौर पर विभिन्न लागतों को कम आंकते हैं। यही कारण है कि किसी भी गतिविधि की शुरुआत से पहले ईएमसी द्वारा ग्राहक के साथ बजट के सटीक और सुविचारित बातचीत और अंतिम रूप दिया जाना चाहिए। यह बजट के भीतर लागत को नियंत्रित करने और कुशल संसाधन उपयोग सुनिश्चित करने में एक महत्वपूर्ण कारक है। वास्तव में जांच के बिना हर किसी की ओर से यह कहने की प्रवृत्ति होती है कि "ओह ठीक है, यह लगभग खर्च होगा।"

जब कोई वास्तविक राशि की जांच करने के लिए चारों ओर जाता है, तो यह एक आघात के रूप में आता है। हर आयोजन के साथ जोखिम का एक स्तर जुड़ा होता है। किसी आयोजन के मूल्य निर्धारण का दायरा उस जोखिम के स्तर पर निर्भर करता है जो कार्यक्रम आयोजक लेने के लिए तैयार है। यह ग्राहकों के लिए अलग से मूल्य निर्धारण करने और लक्षित दर्शकों के लिए टिकटों को अलग से मूल्य निर्धारण करने में मदद करता है। कभी-कभी आयोजक टिकट की कीमत कम रखते हैं और गंभीर वित्तीय कठिनाइयों में आयोजन को उतारते हैं। टिकट की कीमत वास्तविक लागत पर आधारित होनी चाहिए।

आयोजन के ब्रेक-ईवन पॉइंट के बारे में एक गणना बजट और कैश-फ्लो स्टेटमेंट में शामिल की जानी चाहिए। यह ब्रेक-ईवन विश्लेषण के माध्यम से प्राप्त किया जा सकता है। ब्रेक-ईवन विश्लेषण बाजार-आधारित मूल्य पर बिक्री अनुमानों के खिलाफ उत्पादन और बिक्री व्यय की तुलना है। यह पता लगाने में मदद करता है कि क्या आयोजन करने लायक है। टिकट वाली आयोजन के मामले में यह इस बात पर निर्भर करता है कि कितने टिकट बेचे जा सकते हैं और किस कीमत पर। इसके लिए

ब्रेक-ईवन प्वाइंट की गणना करनी होती है। उदाहरण के लिए, यदि टिकट की कीमतें 10 रुपये हैं, और लागत 600 रुपये है, तो आयोजन को ब्रेक-ईवन होने के लिए, इसका मतलब है कि 60 टिकट बेचे जाने हैं। क्या होगा यदि कार्यक्रम स्थल पर सीटें 60 के बजाय केवल 55 हैं? आपको लाभ नहीं होगा। इसलिए, एक बार जब आयोजन की पूरी लागत ज्ञात हो जाती है, तो टिकट की कीमत की गणना इस बात को ध्यान में रखते हुए की जा सकती है कि आयोजन को कवर करने के लिए पर्याप्त टिकट बेचे जाने हैं। गुणवत्ता प्रबंधन और मानकों से संबंधित लागत जोखिम, आयोजन पर डालने के खर्च से संबंधित लागत जोखिम, और आयोजन के प्रभावी समय और शेड्यूलिंग से संबंधित लागत जोखिम हो सकते हैं। आयोजन प्राइसिंग और रिस्क से जुड़े मुद्दों को आयोजन वित्त एवम लेखांकन पर पाठ्यक्रम 5 में विस्तार से निपटाया जाएगा।

माहौल

माहौल वह बहुत ही आवश्यक विशेषता है जो यह सुनिश्चित करना चाहता है कि आयोजन सफल है या विफल। एक व्यक्तिगत कार्यक्रम में, जैसे कि जन्मदिन की पार्टी, माहौल केवल उन लोगों द्वारा बनाया जा सकता है जो वहां हैं, किसी और चीज की आवश्यकता के बिना – अच्छी कंपनी दोस्तों के बीच एक उत्कृष्ट आयोजन बना सकते हैं। हालांकि, कई आयोजन के लिए, वांछित सेवाओं द्वारा सही माहौल बनाया जाता है। मंहंगे स्थल, थीम डेकोर, उपहार, खाद्य पदार्थ और खेल की उपस्थिति जरूरी नहीं कि एक वर्षगांठ पार्टी को सफल बना दे। एक अच्छी तरह से आयोजित कार्यक्रम उन मेहमानों के मन को हल्का कर सकता है जिनके पास एक व्यस्त दिन है या आयोजन स्थल तक पहुंचने के लिए लंबी दूरी की यात्रा की है।

आयोजक को इन सेवाओं को सम्मिश्रित करते समय पर्याप्त रचनात्मकता को नियोजित करना पड़ता है। हर विवरण पर सावधानीपूर्वक ध्यान देना होगा और वांछित परिणाम लाने की कोशिश करनी होगी।

क्रिएटिव एज और 'वाह कारक'



आयोजक के लिए सबसे बड़ा कौशल एक आयोजन प्रदान करने में रचनात्मकता का उपयोग करना है। आइडिएशन और रचनात्मकता आज आयोजन इंडस्ट्री के प्रमुख स्रोत हैं। एक वेडिंग प्लानर आयोजन के मूड या प्रतीकात्मकता पर जोर देने के लिए एक कलर थीम का उपयोग करेगा। रचनात्मक तरीके से आयोजन का मंचन आयोजक के रचनात्मक कौशल को दर्शाता है। आयोजन में आम तौर पर एक समूह आधारित कार्य वातावरण और एक परियोजना प्रकार की संगठन संरचना होती है। एक बार क्लाइंट के साथ आयोजन कॉन्सेप्ट को अंतिम रूप दे दिए जाने के बाद, सबसे पहला कदम तब शुरू होता है जब क्रिएटिव कॉन्सेप्टर क्रिएटिव टीम के साथ 'ब्रीफ' पर काम करता है। एक संक्षिप्त आयोजन के लिए क्लाइंट से इनपुट और विशिष्ट निर्देशों की एक विस्तृत सूची है। रचनात्मक टीम को हार्ड व्यावहारिक वास्तविकताओं जैसे रसद, सामग्री का परिवहन, यात्रा, ठहरने की व्यवस्था आदि और नेटवर्किंग पहलुओं, अर्थात् मीडिया योजना, विज्ञापन डिजाइन, टिकट डिजाइन, प्रिंटिंग आदि के साथ भी काम करना पड़ता है। इन बाधाओं के साथ रचनात्मक टीम आयोजन की सही तस्वीर बनाने की कोशिश करती है। भारतीय आयोजक रचनात्मकता की मदद से हर साल संपत्तियों में नवाचारों की तलाश कर रहे हैं। विज्ञापनदाताओं द्वारा एक उपकरण के रूप में रचनात्मकता की आवश्यकता होती है, राजस्व की वृद्धि और व्यवसाय के प्रतिधारण के लिए आवश्यक है।

जयपुर कला शिखर सम्मेलन का पहला संस्करण नवंबर 2013 में राजस्थान के होटल क्लार्क्स, आमेर और जवाहर कला केंद्र, जयपुर में आयोजित किया गया था। शिखर सम्मेलन में कैनवास, दृश्य और डिजिटल कला, कला प्रतिष्ठानों, मूर्तियों, इंटरैक्टिव कला, अन्य समकालीन और लोक केंद्रित अभिव्यक्तियों जैसे कई मीडिया और प्रारूपों में रचनात्मक अभिव्यक्तियों का प्रदर्शन किया गया। 150 कलाकारों के कार्यों का प्रदर्शन किया गया, जिसमें अंजोली इला मेनन, जतिन दास और जय झरोतिया जैसे वरिष्ठ रेनो वेड कलाकार शामिल थे। कला शिविर, स्थापना कला कार्य, सेमिनार, लोक परंपराओं का प्रदर्शन और कला 'हाट' (बाजार) जैसी विशेषताएं विभिन्न तत्व थीं जिन्होंने शिखर सम्मेलन को एक रचनात्मक स्पर्श दिया।

आयोजन का 'वाह' कारक एक आवश्यक विशेषता है, जो आयोजन को एक यादगार अनुभव देता है। उदाहरण के लिए, 'वाओ' कारक असामान्य स्थानों, सजावट में कलात्मक अभिव्यक्तियों, अन्य रचनात्मक स्पर्श और गतिविधियों के परस्पर क्रिया का उपयोग करके बनाया जा सकता है जो आयोजन को सफल बना सकते हैं। स्थानों का उपयोग किसी कंपनी के संदेश या संस्कृति को प्रकट करने के लिए भी किया जाता है, जैसे – एक नई और ट्रेंडी कंपनी के लिए एक समकालीन और भविष्यवादी इमारत, और एक पारंपरिक फर्म के लिए एक ऐतिहासिक इमारत। उदाहरण के लिए, राउंडहाउस उत्तरी लंदन में 1846 का भाप इंजन मरम्मत-शेड है, जो 1960 के दशक के स्विंगिंग दृश्य के केंद्र में था, जिसमें प्रसिद्ध रॉक-एन-रोल बैंड जैसे रोलिंग स्टोन्स, जिमी हेन्ड्रिक्स और द डोर्स थे, सभी वहां खेल रहे थे। हाल के वर्षों में, उत्पाद लॉन्च, पुरस्कार समारोह, 'एक्स मेन' फिल्म प्रीमियर, वीडियो प्रोडक्शंस और म्यूजिक वीक अवार्ड्स वहां आयोजित किए गए थे। ब्रांड प्रमोशन, वार्षिक कॉर्पोरेट आयोजन और उत्पाद लॉन्च जैसे कार्यक्रमों के लिए ग्राहक महलों, ऐतिहासिक स्मारकों और 'हवेलियों' (पुराने पारंपरिक बड़े घरों), संग्रहालयों आदि जैसे असामान्य स्थानों को

चुनना पसंद करते हैं जो दर्शकों की जिज्ञासा को बढ़ाते हैं और एक अद्भुत अनुभव देते हैं।

पाठ्य गतिविधि 1

आपके शहर में होने वाली किसी आयोजन पर चर्चा करें। इसके प्रमुख विशेषताएं लिखिए।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

अभ्यास प्रश्न 1

नोट: अपने उत्तर के लिए दिए गए स्थान का प्रयोग करें।

1) आयोजन सजीव अनुभव कैसे निर्मित करती हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

2) आयोजनों की विशिष्टता एवं विनाशशीलता से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

3) सही विक्रेताओं के साथ नेटवर्किंग क्यों महत्वपूर्ण है?

.....

.....

.....

.....

.....

4) आयोजन प्रबंधन के लिए फाइनेंशियल प्लानिंग (वित्तीय योजना) क्यों जरूरी है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

5) आयोजन में रचनात्मकता के महत्व को समझाएं। 'वाह कारक' किसी आयोजन को यादगार बनाने में कैसे मदद करता है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.3 आयोजन का प्रभाव

आयोजन के उनके समुदायों और हितधारकों पर सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभाव होते हैं। आयोजक को हमेशा इन प्रभावों की पहचान और भविष्यवाणी करने की आवश्यकता होती है, और फिर आयोजन से समग्र सकारात्मक प्रभाव लाने के लिए उन्हें प्रबंधित करना पड़ता है। गंतव्य के सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक ढांचे पर प्रभावों का सावधानीपूर्वक आकलन आयोजन के लिए एक महत्वपूर्ण नियोजन उपकरण के रूप में किया जाना चाहिए। धार्मिक और सांस्कृतिक संवेदनशीलता को ध्यान में रखते हुए स्थानीय अधिकारियों के साथ अच्छा संचार और परामर्श, कार्यक्रम स्थल का चयन करने और इसे आयोजित करने में महत्वपूर्ण पहलू हैं। रसद, भीड़ यातायात प्रवाह और आयोजन स्थल योजना अक्सर महत्वपूर्ण क्षेत्र होते हैं, जहां योजना में त्रुटियां भारी नकारात्मक प्रभाव पैदा कर सकती हैं।

जैसा कि आयोजन के ऐतिहासिक संदर्भों में उल्लेख किया गया है, पहले के समय में, आयोजन प्रकृति में अधिक सामाजिक हुआ करती थीं, उदाहरण के लिए शादियां और यह लोगों के बीच सामाजिक संपर्क का एक बड़ा स्रोत था, इसलिए समाज पर एक स्पष्ट सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव लाया गया। सामाजिक पहलू के अलावा, धार्मिक या राजनीतिक प्रकृति के बड़े आयोजन थे, उदाहरण के लिए कुंभ मेला। इस तरह के आयोजन समुदाय को गौरवान्वित करते हैं, और लोगों की जागरूकता और सांस्कृतिक क्षितिज को व्यापक बनाते हैं। समकालीन आयोजन को समुदाय के प्रकाश में अधिक देखा जाता है, और आयोजक पूरे समुदाय को लाभ लाने पर अधिक से अधिक ध्यान केंद्रित कर रहे हैं।

स्थानीय समुदाय के लिए फुटफॉल, पर्यटन और अधिक व्यवसाय के माध्यम कुछ आयोजन, विशेष रूप से राष्ट्रमंडल खेल जैसे खेल आयोजन सामाजिक और आर्थिक भूमिकाओं के अलावा एक राजनीतिक भूमिका निभाते हैं। खेलों के मंचन के लिए काफी प्रतिस्पर्धा है, और वे आर्थिक, सामाजिक और सामाजिक के अलावा देश की राष्ट्रीय छवि पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालते हैं। वाणिज्यिक लाभ गंतव्यों को अक्सर किसी विशेष आयोजन के लिए स्थानीय मौसम, संस्कृति और पर्यटक आकर्षण को ध्यान में रखते हुए चुना जाता है। उदाहरण के लिए, गोवा आमतौर पर अंतर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय फिल्म समारोहों, या मीडिया शिखर सम्मेलनों के लिए गंतव्य है। गोवा में पर्यावरण और संस्कृति, विशेष रूप से दिसंबर (कार्निवल समय) के दौरान इन आयोजन के लिए एक मजेदार भरे और रचनात्मक वातावरण के लिए सही वातावरण सक्षम बनाता है। एक गलत नियोजित आयोजन के भारी नकारात्मक नतीजे हो सकते हैं, और आयोजन का पैमाना जितना बड़ा होता है, प्रभाव उतना ही बड़ा होता है। भगदड़ और भीड़ अक्सर मक्का में हज, या कुंभ मेला जैसे बहुत बड़े सामूहिक आयोजनों में देखी गई है, जहां अनियोजित रसद और भीड़ प्रबंधन के परिणामस्वरूप आपदाएं आई हैं और कई लोग मारे गए हैं। यह इस तरह की आयोजन के लिए एक बड़ी नकारात्मकता छोड़ देता है।

एक बड़ी आयोजन के कारण किसी समुदाय या शहर पर आर्थिक प्रभाव बहुत बड़ा हो सकता है। एक आयोजन, अपने आप में प्रत्यक्ष रोजगार प्रदान कर सकते हैं या नहीं, लेकिन स्थानीय व्यवसायों, सेवाओं और बुनियादी ढांचे पर अप्रत्यक्ष प्रभाव बेहद महत्वपूर्ण हो सकते हैं। गंतव्यों के लिए प्रोफाइल बनाते समय, आगंतुकों और पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए आयोजन को उत्प्रेरक और विपणन उपकरण के रूप में देखा जाता है। विश्लेषण के बाद कई आयोजन ने साबित कर दिया है कि आय का एक बड़ा हिस्सा पर्यटकों से आया था, और आयोजन थीम के साथ विभिन्न माल और संबंधित वस्तुओं को बेचा जा रहा था, साथ ही स्थानीय रेस्तरां, होटल और अन्य दुकानों को भी आयोजन के दौरान भारी लाभ हो रहा है। परिवहन, टैक्सियों, उपकरण विक्रेताओं, फोटोग्राफरों और वीडियोग्राफरों, ठेकेदारों और अन्य प्रकार के आपूर्तिकर्ताओं जैसी सहायता सेवाओं को भी अपने व्यवसायों में भारी बढ़त दिखाई देती है। उन गंतव्यों में जो नियमित आधार पर (वार्षिक रूप से) एक कार्यक्रम की मेजबानी करते हैं, पर्यटन पहलू पर एक उल्लेखनीय सकारात्मक प्रभाव पड़ता है, और यह आयोजन की समय अवधि से पहले और बाद में बहुत विस्तारित होता है। 2010 में राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र दिल्ली में आयोजित राष्ट्रमंडल खेलों जैसे बड़े पैमाने पर आयोजनों से विकासात्मक प्रभाव हो सकते हैं। इस आयोजन से कई महीने पहले काम शुरू हो गया था, और परिवहन, बुनियादी ढांचे और शहर के फेसलिफ्ट में सकारात्मक बदलाव ने इस आयोजन को बहुत आगे बढ़ाया। इसका शहर द्वारा दी जाने वाली सुविधाओं पर स्थायी प्रभाव पड़ा।

ऐतिहासिक समय से ही आयोजन के राजनीतिक निहितार्थ भी बहुत बड़े रहे हैं। रोम में रोमन ग्लैडिएटर खेल प्रकृति में राजनीतिक थे, और रोमन सम्राटों की एक विशाल पैमाने पर एक प्रमुख तमाशा करने की क्षमता ने उनकी शाही स्थिति में बहुत योगदान दिया। आज के समय में भी, ओलंपिक, या विश्व कप क्रिकेट और फुटबॉल आयोजन जैसे वैश्विक आयोजनों का आयोजन मेजबान देश की राजनीतिक स्थिति और सुपर

आयरिटी के बारे में बहुत कुछ कहता है। राजनेताओं और सत्तारूढ़ सरकारों को इन आयोजनों में उद्घाटन समारोहों के दौरान अपनी लोकप्रियता, सफलता और उपलब्धियों को प्रदर्शित करने के लिए एक मंच मिलता है। इस तरह के आयोजनों पर मीडिया कवरेज, जिसमें मेजबान शहर और देश के बारे में बहुत सारी जानकारी शामिल है, वहां के आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक विकास को प्रदर्शित करती है, जो सभी राजनीतिक लाभ के रूप में जानी जाती है। चतुर राजनेताओं और सरकारों की हमेशा बड़े पैमाने पर आयोजन पर नजर होती है जो आबादी को खुश रखेंगे, और खुद को सत्ता में रखेंगे। वे हॉलमार्क आयोजन का उपयोग सत्ता में आने और बाहर जाने को उजागर करने के लिए करते हैं, क्योंकि इन आयोजन को लंबे समय तक सार्वजनिक स्मृति में बनाए रखा जाता है। इस तरह की आयोजन राष्ट्रवाद, देशभक्ति जगा सकती हैं और अंततः सकारात्मक प्रभाव के रूप में सरकार से जुड़ी होती हैं। राजनीति से उत्पन्न भ्रष्टाचार का किसी आयोजन पर भी नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है, उदाहरण के लिए नकारात्मक दिल्ली में राष्ट्रमंडल खेलों में भ्रष्टाचार के मीडिया कवरेज से जो प्रचार सामने आया, उसने आयोजकों और सत्तारूढ़ पार्टी की ईमानदारी पर कई सवाल खड़े किए।

आयोजक उपरोक्त सभी प्रभावित कारकों का आकलन और संतुलन करने का महत्वपूर्ण कार्य रखता है। आर्थिक और राजनीतिक मुद्दों के साथ सामाजिक और सांस्कृतिक कारकों के सकारात्मक परिणाम हो सकते हैं। यदि अच्छी तरह से प्रबंधित किया जाता है, लेकिन नकारात्मक, और कभी-कभी विनाशकारी परिणाम ला सकते हैं यदि अच्छी तरह से प्रबंधित और नियोजित नहीं किया जाता है। सरकारों को बड़े पैमाने पर आयोजनों की योजना बनाते समय एक दीर्घकालिक दृष्टिकोण रखने की भी आवश्यकता है। यद्यपि ये बड़े सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक लाभ और शहरी विकास लाते हैं, सरकारों को इन आयोजन के प्रबंधन की लागत और अखंडता को ध्यान में रखते हुए दीर्घकालिक राजनीतिक और सामाजिक प्रभावों का आकलन करने की आवश्यकता है। आयोजन चाहे कितनी भी छोटी या बड़ी क्यों न हो, उपरोक्त सभी कारकों की योजना और विश्लेषण की महत्वपूर्णता को अनदेखा नहीं किया जा सकता है, जो दीर्घकालिक, मध्यम या अल्पकालिक सामाजिक और आर्थिक को प्रभावित कर सकते हैं।

अभ्यास प्रश्न 2

नोट: अपने उत्तर के लिए दिए गए स्थान का प्रयोग करें।

- 1) सामाजिक व सांस्कृतिक आयोजन के प्रभाव की व्याख्या करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) आयोजन के द्वारा उत्पन्न आर्थिक प्रभाव क्या है?

.....

.....

.....

.....

.....

3) आयोजन के राजनैतिक लाभ क्या हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

3.4 आयोजन के लाभ

आपने अब तक सीखा है कि आयोजन सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक प्रभाव उत्पन्न करती हैं। इन प्रभावों के माध्यम से अधिकांश आयोजन महत्वपूर्ण सामाजिक परिवर्तन के समय हमारे समाज को बेहतर बनाने और बढ़ाने के लिए काम करती हैं। विभिन्न प्रकार की आयोजन पर एक नजर डालने से पता चलता है कि आयोजन का उपयोग सांस्कृतिक, मनोरंजक, आनंद और उत्सव के उद्देश्य के लिए उपयोग किए जाने के अलावा विकासात्मक उद्देश्य के लिए किया जाता है।

एक अच्छी तरह से तैयार की गई शादी हमें एक यादगार अनुभव का लाभ प्रदान करती है जो वर्षों तक चलती है। अधिकांश कार्यक्रमों में खुलेपन, मुक्त प्रवेश और अनौपचारिकता के मामले में उनकी सफलता के कारण सांस्कृतिक समारोहों को बहुत बढ़ावा दिया जाता है। वे बातचीत के लिए महान अवसर प्रदान करते हैं, पहुंचते हैं, प्रायोजकों के लिए फायदेमंद होते हैं, और कॉर्पोरेट क्षेत्र के लिए नए विपणन क्षितिज खोलते हैं। प्रतिभा शो और पुरस्कार समारोह कला, मनोरंजन और आनंद को बढ़ावा देने में सक्षम बनाते हैं। जिन आयोजन का उपयोग छवि-निर्माण के लिए, पर्यटन का समर्थन करने या पर्यावरण में सुधार के लिए किया जाता है, उनका सकारात्मक परिणाम होता है। उद्यान उत्सव जैसे कार्यक्रम रनडाउन क्षेत्रों को पुनर्जीवित करने के लिए एक तंत्र के रूप में उपयोगी हैं। इस प्रकार आयोजन विचार करने और बनाने के असंख्य अवसर प्रदान करती हैं। सही विक्रेताओं या आपूर्तिकर्ताओं के साथ आयोजन प्रबंधकों की प्रभावी नेटवर्किंग आयोजन के लिए अत्यधिक फायदेमंद है। ईएमसी और विक्रेता के बीच साझेदारी दृष्टिकोण के प्रति प्रतिबद्धता के साथ दीर्घकालिक आधार पर संबंध स्थापित करने के प्रयास किए जाने चाहिए।

एक विपणन संचार उपकरण आयोजन के रूप में हमें पारंपरिक मीडिया से जुड़ी समस्याओं को दूर करने में मदद करता है। आयोजन में अच्छी तरह से परिभाषित प्रतिभागियों को एक साथ लाने की क्षमता है। लक्षित दर्शकों की एक विशिष्ट संख्या को आमंत्रित किया जा सकता है या लक्षित दर्शकों के एक विशेष प्रोफाइल के लिए

विशेष रूप से बनाए गए शो के लिए टिकट खरीद सकते हैं। चूंकि दर्शकों को सक्रिय रूप से लक्षित किया जाता है, इसलिए नियंत्रित पहुंच के विकल्प का उपयोग किया जा सकता है। इससे मीडिया नेटवर्किंग बजट कम हो जाता है और विशेष रूप से एकत्र किए गए दर्शकों के साथ संचार केंद्रित होता है। लाइव मीडिया संचार इंटरैक्टिव संचार को सक्षम बनाता है। टीवी/रेडियो विज्ञापन पर प्रेस विज्ञापन की तुलना में लाइव मीडिया संचार एक पूर्ण कामुक अनुभव है। ऐसा इसलिए है क्योंकि एक प्रेस विज्ञापन कागज का एक सपाट टुकड़ा है और एक विज्ञापन सिर्फ एक श्रव्य-दृश्य अनुभव है। आयोजन में उपयोग किए जाने वाले लाइव मीडिया संचार का उच्च रि कॉल मूल्य बहुत फायदेमंद है। कोई आश्चर्य नहीं कि आयोजन को 'अनुभवात्मक विपणन' के लिए उपकरण कहा जाता है। अनुभवात्मक न केवल कई माध्यमों को एक साथ एकीकृत करता है, बल्कि व्यक्तिगत जुड़ाव की एक बड़ी डिग्री प्रदान करता है। अनुकूल वातावरण में किसी उत्पाद का अनुभव करने के बाद एक उपभोक्ता को ब्रांड रि कॉल और ब्रांड वफादारी की अधिक भावना होने की अधिक संभावना है। एक यादगार आयोजन के मौखिक प्रचार से पता चलता है कि आयोजन कुशल रूप से की गई है।

किसी आयोजन द्वारा प्रदान किये जाने वाले सबसे बड़े लाभों में से एक है सभी की भागीदारी व आयोजन का अनुभव करना। जब दर्शक किसी कार्यक्रम में भाग लेते हैं। उन्हें वास्तविक समय में गतिविधियों को देखने व करने का मौका मिलता है। इसलिए अच्छा महसूस होता है। कारक व रोमांच स्थापित होता है। आयोजनों को अन्य मीडिया की तुलना में सबसे अधिक लाभ होता है। तुरंत प्रतिक्रिया एकत्र करने का दावा करके एक जीवंत मीडिया होने के नाते यह संभव है आयोजन के उद्देश्य को महसूस करें। और दर्शकों की प्रतिक्रियाओं का अनुमान लगाएं।

पाठ्य गतिविधि 2

किसी कार्यक्रम में भाग लें या किसी राज्य या राष्ट्रीय पर्यटन वेबसाइट पर कोई कार्यक्रम देखें। आयोजन के उन पहलुओं को उजागर करें जिन्होंने आपको अच्छा अनुभव महसूस कराया। आयोजन के लिए उपयोग किए गए लाइव संचार उपकरणों को भी इंगित करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

सभी आयोजन के ऊपर आसानी से अनुकूलित किया जा सकता है। इसका मतलब यह है कि स्थानीय निवासियों के विशिष्ट लक्षणों को आयोजन की मुख्य अवधारणा और डिजाइन में शामिल किया जा सकता है, यह सुनिश्चित करने के लिए कि आयोजन सामाजिक और सांस्कृतिक रूप से स्थानीय संस्कृति के अनुरूप है। आयोजन के बाद के प्रचार के मामले में लाभ जो आयोजन प्रदान कर सकती हैं,

आयोजन में शामिल मीडिया के अलावा, समाचार पत्रों में आयोजन की रिपोर्ट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर समाचार से जुड़ा लाभ है। ऐसी रिपोर्टों के लिए न तो प्रायोजक द्वारा और न ही कार्यक्रम आयोजक द्वारा कोई अतिरिक्त लागत वहन नहीं की जाती है

अभ्यास प्रश्न 3

नोट : अपने उत्तर के लिए दिए गए स्थान का प्रयोग करें।

1) आयोजनों के पांच लाभ सूचीबद्ध करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.5 सारांश

इस इकाई में, हमने आयोजन की प्रमुख विशेषताओं पर चर्चा की है। वे बातचीत, लाइव अनुभव, नेटवर्किंग के लिए एक मंच हैं, और अद्वितीय और खराब होने वाले हैं। वे मनोरंजन, समारोह और अनुष्ठानों की विशेषता भी हैं। अन्य प्रमुख विशेषताएं श्रम गहनता, विक्रेताओं के साथ नेटवर्किंग और समूह कार्य हैं। आयोजन का एक निश्चित समय-पैमाना होता है और आयोजन प्रबंधन के लिए वित्तीय योजना बहुत महत्वपूर्ण है। माहौल, रचनात्मक बढ़त और 'वाह कारक' आयोजन की अन्य आवश्यक विशेषताएं हैं।

हमने आयोजन के प्रभाव को भी समझने की कोशिश की है। आयोजक को आयोजन से समग्र सकारात्मक प्रभाव पैदा करने की दिशा में काम करना होगा। आयोजन एक समुदाय या एक राष्ट्र पर सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक और आर्थिक प्रभाव लाती हैं। आयोजन प्लानर उपरोक्त सभी कारकों का आकलन और संतुलन करने का महत्वपूर्ण कार्य करता है। अंत में हम इवेंट के विभिन्न लाभों को देखते हैं। वे विचार करने और बनाने के लिए पर्याप्त अवसर प्रदान करते हैं। वे प्रभावी संचार उपकरण हैं, बातचीत और पहुंच के लिए महान अवसर प्रदान करते हैं, व्यवसाय क्षेत्र के लिए विपणन के अवसर प्रदान करते हैं, कला, मनोरंजन, आनंद आदि को बढ़ावा देने में सक्षम होते हैं। किसी आयोजन का अनुभव करते समय सभी इंद्रियों की भागीदारी इसका सबसे बड़ा लाभ है। आयोजन को आसानी से अनुकूलित किया जा सकता है और आयोजन के बाद के प्रचार के लिए कोई अतिरिक्त लागत नहीं है।

3.6 शब्दावली

विशिष्टता : कोई भी दो आयोजन समान नहीं हैं और एक-दूसरे से भिन्न हैं क्योंकि हर आयोजन दर्शकों को एक अलग अनुभव प्रदान करती है। इसलिए यह अद्वितीय है।

पल्लिसंग संगठन : आयोजक को एक टीम द्वारा समर्थित किया जाता है जो कभी-कभी आयोजन के करीब आने के साथ-साथ बहुत बढ़ जाती है। इस आयोजन को ए द्वारा 'स्पंदन संगठन' के रूप में वर्णित किया गया है।

विक्रेता : विक्रेता आपूर्तिकर्ता है जो ईएमसी को सेवा प्रदान करता है जैसे खानपान, सजावट, प्रौद्योगिकी आवश्यकताएं आदि।

ब्रेक-ईवन पॉइंट : वह बिंदु जिस पर किसी आयोजन की लागत होती है ?

ब्रेक-ईवन विश्लेषण : यह उत्पादन और बिक्री की तुलना है बाजार-आधारित मूल्य पर बिक्री अनुमानों के खिलाफ खर्च।

विचारधारा : विचारधारा उन सभी प्रक्रियाओं को संदर्भित करती है जो किसी विचार को उसकी महत्वपूर्ण 'अवधारणा' से उसकी प्राप्ति तक ले जाने में शामिल हैं। उपन्यास विचार और अवधारणाएं आयोजन के लिए एक अलग अपील देती हैं।

वाह फैक्टर : एक यादगार आयोजन इसे 'वाह कारक' देती है। यह कारक असामान्य स्थानों, कलात्मक सजावट, विचारों, नवाचार, गतिविधियों और अन्य रचनात्मक पहलुओं के परस्पर क्रिया का उपयोग करके एक आयोजन के लिए बनाया गया है जो आयोजन को सफल बना सकते हैं।

3.7 संदर्भ-ग्रंथ सूची एवम पाठ्य पुस्तकें

Bowdin, G., O' Toole, W., Allen, J., Harris, R., and McDonnell, I. (2011). *Events Management*. New York : Routledge.

Ernst & Young (E&Y), and Event and Entertainment Management Association (2017). *Experience Next: Technology is changing the Indian events and activation industry*. India: Ernst & Young.

Ernst & Young (E&Y), and Event and Entertainment Management Association (2015). *Making Experiences in India: The Indian events and activation industry*. India: Ernst & Young.

Getz, D. (2012). *Event Studies: Theory, research and policy for planned events*. 2nd edn. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Getz, Donald (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.

McDonnell, I., Allen, J. and O' Toole, W. (1999). *Festival and Special Event Management*. Brisbane: John Wiley & Sons.

Reic, Ivna (2017). *Events Marketing Management: A Consumer Perspective*. Oxon: Routledge.

Robinson, P., Wale, D., and Dickinson, G. (2010). *Events Management*. UK: CABI.

Shone, A. and Parry, B. (2013). *Successful Event Management: A practical handbook*. 4th edn. Andover: Cengage Learning, EMEA.

Silvers, Julia R. (2004). *Professional Event Coordination*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Singh, Sita Ram (2009). *Event Management*. New Delhi: A P H Publishing Corporation.

Toffler, Alvin (1970). *Future Shock*. New York: Random House.

Wagen, Lynn Van Der and Carlos, Brenda R. (2005). *Event Management: For Tourism, Cultural, Business, and Sporting Events*. New Delhi: Pearson Prentice Hall.

3.8 अभ्यास प्रश्नों के संभावित उत्तर

अभ्यास प्रश्न 1

1) कार्यक्रम शादियों, खेल कार्यक्रमों, त्योहारों, रोड शो आदि जैसे कार्यक्रमों के उपस्थित लोगों के लिए लाइव और यादगार अनुभव बनाते हैं। आयोजन ब्रांड, व्यवसाय और ग्राहकों को सक्रिय करते हैं। एक आयोजन अनुभव प्रदान करके मस्तिष्क को एक बहुआयामी संचार प्रदान करती है। इसलिए यह केवल एक आयोजन है जो हमें 'महसूस' कराती है। आयोजन द्वारा प्रदान किया गया हर अनुभव अद्वितीय है। सक्रियण, आईपी, प्रबंधित आयोजन, एमआईसीई, डिजिटल आयोजन और कई अन्य में नवीनतम रुझान अनुभवात्मक हैं। ऐसा इसलिए है क्योंकि उपलब्ध तकनीक सस्ती, प्रभावी है, और हमें लाइव और अनुभवात्मक रूप से अधिक देखने को मिलता है। अनुभवात्मक लाइव, इमर्सिव अनुभव प्रदान करने के बारे में है, और आयोजन को अधिक आकर्षक और मजेदार बनाता है। विपणन अपनी ब्रांड कहानी बताने के लिए लाइव आयोजन का उपयोग करते हैं। एक अनुभव बनाना जो ब्रांड और लक्षित दर्शकों को जोड़ता है, अनुभवात्मक विपणन कहा जाता है।

2) आयोजन की विशिष्टता एवं विनाश शीलता

- हर आयोजन अद्वितीय है, क्योंकि मैं दर्शकों को एक अलग अनुभव प्रदान करता हूँ। कोई भी दो आयोजन समान नहीं हैं। उदाहरण के लिए, एक ही दिन में एक ही शहर में एक ही आयोजक द्वारा दो शादियों का समय, आने वाले लोगों की संख्या, लोगों के बातचीत करने के तरीके आदि के संदर्भ में अंतर होगा, इसलिए दोनों शादियां मौलिक रूप से अलग होंगी। सुखद आयोजन और वांछित परिणाम के माध्यम से सफलता एक आयोजन को यादगार बना सकती है। इस तरह की आयोजन को अद्वितीय भी माना जाता है।
- आयोजन हालांकि समान हो सकती हैं, उन्हें उसी तरह से दोहराया नहीं जाता है। एक ही ईएमसी द्वारा एक विशेष तरीके से आयोजित कार्यशालाएँ, सेमिनार या प्रदर्शनियाँ हर अवसर पर अलग-अलग होंगी।

आयोजन के लिए सुविधाओं के उपयोग से संबंधित है। उदाहरण के लिए: शादियों के लिए एक बैंक्वेटिंग हॉल की राजस्व उत्पन्न करने की क्षमता सप्ताह के प्रत्येक दिन खो जाती है क्योंकि इसका उपयोग रविवार शाम को होता है। जिस दिन हॉल खाली होता है, उसे फिर से नहीं खोला जा सकता है। इसलिए यह नाशवान है। खराब होने के कारण होने वाले नुकसान को अलग-अलग मूल्य निर्धारण या छूट के दिनों द्वारा दूर किया जा सकता है।

- 3) आयोजन प्रबंधन कंपनियां (ईएमसी) ग्राहक और विक्रेता/आपूर्ति श्रृंखला के बीच आवश्यक कड़ी हैं। एक ईएमसी में गुणवत्ता वाले काम देने के लिए विभिन्न सेवा प्रदाताओं जैसे खानपान, फूलों की सजावट आदि द्वारा काम करने, बातचीत करने और सही विक्रेताओं द्वारा काम करने की क्षमता होनी चाहिए। प्रौद्योगिकी सहित नवीनतम और सबसे कुशल समाधान प्रदान करने के लिए आपूर्ति श्रृंखला से प्रतिबद्धता भी होनी चाहिए।
- 4) वित्तीय नियोजन सफल आयोजन प्रबंधन के लिए सबसे महत्वपूर्ण कारकों में से एक है। ऐसा इसलिए है क्योंकि इसमें कुछ जोखिम शामिल हैं जैसे कि यदि टिकट की कीमतें कम हैं, तो आयोजन गंभीर वित्तीय कठिनाइयों में उतर सकती है। इसी तरह, गुणवत्ता प्रबंधन और मानकों से संबंधित जोखिम, आयोजन पर डालने की लागत से संबंधित लागत जोखिम, और आयोजन के प्रभावी समय और शेड्यूलिंग से संबंधित लागत जोखिम हो सकते हैं। वित्तीय योजना इस बात पर निर्भर करती है कि आयोजन कितनी बड़ी होगी, आगंतुकों की संख्या, एक आयोजन आयोजित करने की लागत और आयोजन कितनी लाभदायक होगी। ग्राहकों के लिए अलग से और लक्षित दर्शकों के टिकटों के लिए अलग से मूल्य निर्धारण किया जाना चाहिए। टिकट की कीमत वास्तविक लागत पर आधारित होनी चाहिए। बजट और कैश फ्लो स्टेटमेंट में ब्रेक-ईवन पॉइंट को शामिल करने के लिए ब्रेक-ईवन एनालिसिस किया जाना चाहिए।
- 5) क) रचनात्मकता एक कौशल है जो बहुत मांग में है और आज आयोजन उद्योग की ताकत है। एक वेडिंग प्लानर या एक सजावट विशेषज्ञ शादी या सम्मेलन के लिए सही मूड बनाने के लिए विभिन्न रंग योजनाओं और प्रभावों का उपयोग करेगा। एक बार आयोजन कॉन्सेप्ट को अंतिम रूप देने के बाद, क्रिएटिव कॉन्सेप्टर क्रिएटिव टीम के साथ काम करना शुरू कर देता है। रचनात्मक टीम आयोजन के रसद को भी देखती है। विचारधारा और रचनात्मकता बड़े विज्ञापनदाताओं द्वारा आवश्यक महत्वपूर्ण उपकरण हैं, और राजस्व की वृद्धि और व्यवसाय के प्रतिधारण के लिए आवश्यक हैं।
- ख) किसी आयोजन का 'वाह कारक' इसे एक यादगार अनुभव प्रदान करता है। यह असामान्य स्थानों, कलात्मक सजावट और गतिविधियों के परस्पर क्रिया के माध्यम से रचनात्मकता का उपयोग करके प्राप्त किया जा सकता है जो आयोजन को सफल बना सकते हैं।

अभ्यास प्रश्न 2

- 1) आयोजन सामाजिक संपर्क का एक बड़ा स्रोत हैं। कुंभ मेले जैसे बड़े आयोजन समुदाय को गौरवान्वित करते हैं, संस्कृति को बढ़ावा देते हैं और लोगों की जागरूकता को व्यापक बनाते हैं। खेल आयोजनों के साथ भी ऐसा ही होता है। समकालीन आयोजन को समुदाय के प्रकाश में अधिक देखा जाता है। स्थलों को स्थानीय मौसम, संस्कृति और पर्यटक आकर्षण को ध्यान में रखते हुए चुना जाता है। उदाहरण के लिए, गोवा अंतर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय फिल्म समारोहों, या मीडिया शिखर सम्मेलनों के लिए एक गंतव्य है। गोवा में पर्यावरण और संस्कृति, विशेष रूप से कार्निवल समय के दौरान, इन आयोजन के लिए सही वातावरण सक्षम बनाता है। इस प्रकार आयोजन सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव लाती हैं।

इस आयोजन में भाग लेने वाले लोगों की एक बड़ी संख्या, पर्यटन को बढ़ावा देने और राष्ट्रमंडल खेलों के मामले में स्थानीय समुदाय के लिए अधिक व्यवसाय से आर्थिक प्रभाव पैदा होते हैं। स्थानीय व्यापार, सेवाओं और बुनियादी ढांचे पर अप्रत्यक्ष प्रभाव हैं। गंतव्यों के लिए प्रोफाइल बनाते समय, आगंतुकों और पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए कार्यक्रम उत्प्रेरक और विपणन उपकरण भी बन जाते हैं। पर्यटकों से आय के अलावा, कार्यक्रम के भीतर माल और संबंधित वस्तुएं बेची जाती हैं। स्थानीय रेस्तरां, होटल और दुकानों को बहुत फायदा होता है। परिवहन, सेवाएं, विक्रेता, फोटोग्राफर, वीडियोग्राफर, ठेकेदार और अन्य प्रकार के आपूर्तिकर्ता भी अपने व्यवसाय में भारी लाभ देखते हैं।

- 2) शुरुआती समय से और आज भी, आयोजन ने राजनीतिक लाभ उत्पन्न किया है। विश्व कप फुटबॉल, राष्ट्रमंडल खेल और ओलंपिक जैसे आयोजन मेजबान देश द्वारा प्राप्त राजनीतिक स्थिति और श्रेष्ठता के बारे में बताते हैं। राजनेता और सत्तारूढ़ सरकारें उद्घाटन समारोहों के दौरान अपनी लोकप्रियता और उपलब्धियों का प्रदर्शन करती हैं। यह मीडिया कवरेज से बढ़ता है। हॉलमार्क कार्यक्रम राष्ट्रवाद की भावना पैदा करने और सकारात्मक प्रभाव पैदा करने के अलावा, सरकारों की सत्ता के आने और जाने को उजागर करते हैं।

अभ्यास 3

- 1) आयोजन के पांच फायदे निम्नलिखित हैं:

- आयोजन का सबसे बड़ा लाभ यह है कि वे एक अत्यधिक कामुक अनुभव प्रदान करते हैं जहां सभी इंद्रियां इसका अनुभव करते समय शामिल होती हैं। यह 'फील गुड' फैक्टर प्रदान करता है और रोमांच शुरू होता है।
- वे बातचीत और पहुंच के लिए महान अवसर प्रदान करते हैं और प्रायोजकों के लिए फायदेमंद हैं, और कॉर्पोरेट क्षेत्र के लिए नए विपणन क्षितिज खोलते हैं। प्रतिभा शो और पुरस्कार कार्य कला, मनोरंजन और आनंद को बढ़ावा देने में सक्षम बनाते हैं। आयोजन का उपयोग छवि निर्माण, पर्यटन का समर्थन करने या पर्यावरण में सुधार के लिए किया जाता है, जिसका सकारात्मक परिणाम होता है।

आयोजन प्रबंधन का परिचय

- विपणन संचार उपकरण के रूप में आयोजन, पारंपरिक मीडिया से संबंधित समस्याओं को दूर करने में मदद करती हैं। लाइव मीडिया संचार के रूप में, वे प्रेस, टीवी/रेडियो विज्ञापनों पर इंटरैक्टिव संचार को सक्षम करते हैं। लाइव मीडिया संचार उच्च रिकॉल मूल्य को सक्षम बनाता है। यह इसके सबसे बड़े फायदों में से एक है। आयोजन के माध्यम से, प्रतिक्रिया तुरंत एकत्र की जा सकती है।
- आयोजन 'अनुभवात्मक विपणन' के प्रभावी उपकरण हैं। अनुभवात्मक न केवल कई माध्यमों को एक साथ एकीकृत करता है, बल्कि व्यक्तिगत जुड़ाव की एक बड़ी डिग्री प्रदान करता है। अनुकूल वातावरण में किसी उत्पाद का अनुभव करने के बाद एक उपभोक्ता को ब्रांड रिकॉल और ब्रांड वफादारी की अधिक भावना होने की अधिक संभावना है।
- आयोजन को आसानी से अनुकूलित किया जा सकता है और आयोजन के बाद के प्रचार के संदर्भ में लाभ वहां है जहां प्रायोजक या कार्यक्रम आयोजक द्वारा कोई अतिरिक्त लागत वहन नहीं की जाती है।



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY