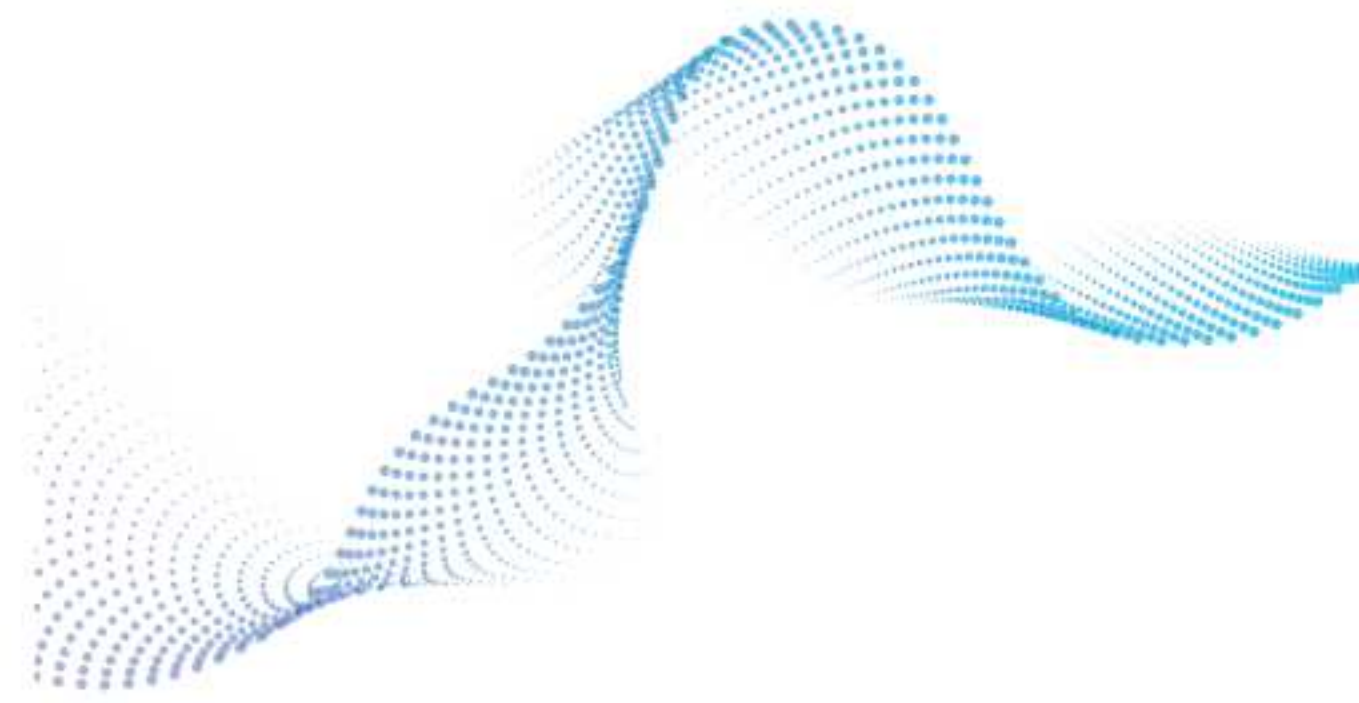




الجزء 1

الفصل 1 مقدمة في إدارة الفعاليات

الفصل 2 الطلب على الفعاليات

الفصل 3 الموردون في صناعة الفعاليات

الفصل 4 تخطيط الفعاليات

الفصل 1

مقدمة في إدارة الفعاليات

الألعاب النارية في فعالية فورمولا 1، كورنيش جدة.

دروس الفصل

- | | | | |
|-----|---|-----|---|
| 1.1 | الغاية من إقامة فعالية | 3.1 | سمات الفعاليات كخدمة |
| 2.1 | التعامل مع التعقيد وعدم اليقين في الفعاليات | 4.1 | كيف ترتبط إدارة الفعاليات بوظائف الأعمال الأخرى |

يُقيم الأفراد والمؤسسات الفعاليات بانتظام؛ بعض الفعاليات كالتجمعات الأسرية أو الفعاليات المجتمعية المحدودة تكون صغيرة ويسهل إدارتها نسبيًا، وهناك فعاليات أخرى رئيسة يستغرق التخطيط لها أشهرًا أو سنوات وتحتاج إلى الاستعانة بمتخصصين.

تتمحور إدارة الفعاليات حول فهم العمليات التي يجب اتباعها عند تصميم الفعالية وإدارتها وكذلك معرفة الأشخاص الأنسب لكل مهمة؛ تتجمع هذه المعرفة من الخبرات والعلاقات.

سيساعد مدير الفعالية الكفاء على ضمان تنفيذ الفعالية بأقصى قدر من الإمكانيات المتاحة وتعزيز فرص تحقيق الأهداف المرسومة وتخطيطها لأهداف أعلى منها أيًا كانت هذه الأهداف. بالرغم من أن الفعاليات الجيدة تبقى عالقة في أذهان الناس لفترة قصيرة، إلا أن عددًا محدودًا من الفعاليات ضعيفة الإدارة يبقى عالقًا لمدة زمنية أطول في أذهانهم وقد تؤثر تلك الفعاليات على سمعة المشاركين فيها.

عُد بذاكرتك إلى إحدى
الفعاليات التي حضرتها. هل
كانت إدارتها جيدة؟
علّل السبب.



1.1

الغاية من إقامة فعالية

أهداف التعلم

بعد الانتهاء من هذا الدرس ستكون قادرًا على:

- 1.1.1 تعريف الفعالية.
- 2.1.1 وصف الغاية من إقامة فعالية.
- 3.1.1 شرح فئات الفعاليات الخاصة الأربع المختلفة.

المصطلحات الرئيسية

Event	فعالية
Attendees	حضور
Rituals	عادات
Ceremonial	احتفالية
Minor Event	فعالية صُغرى
Major Event	فعالية رئيسة
Mega Event	فعالية ضخمة
Special Event	فعالية خاصة
Sponsor	راع
Event Host	مضيف الفعالية
Business Event	فعالية أعمال
Exhibition	معرض

هدف التعلم 1.1.1

ما الفعالية؟ What Is an Event?

الفعاليات Events تجمعات لأشخاص معينين في مكان ووقت محددين، بناءً على تخطيط مسبق، لتحقيق هدف أو أهداف معينة. تُقام الفعاليات لعدة أسباب مختلفة. من الأسباب الشائعة التي تدفع الأفراد والمجتمعات إلى تخطيط الفعاليات: الدلالة على انتهاء مهمة ما، وكسر الروتين اليومي والأنشطة اليومية. أمّا المؤسسات والشركات فتعقد أيضاً فعاليات لأسباب مختلفة. على سبيل المثال، قد تنظم شركة فعالية بناء الفريق لتعزيز التعاون بين موظفيها، أو قد تقيم فعالية بغية الترويج لمنتج أو خدمة جديدة. وحتى على المستوى الأعلى، تنظم الدول فعاليات لتشجيع السياحة والتجارة الدولية أو لأسباب أخرى من بينها تعزيز القيم الوطنية.

ما العادات الشائعة الأخرى في احتفالات عيد الفطر؟

أداء صلاة عيد الفطر المبارك في الرياض.

متطلبات الفعاليات

Event Requirements

بعض الفعاليات لا يتطلب الكثير من التخطيط. على سبيل المثال، يمكن تنظيم تجمع صغير بين الأصدقاء أو احتفال عائلي للترقية الوظيفية بسرعة وسهولة ويحتاج تحقيق ذلك إلى موارد قليلة، إلا أن تنفيذه يتطلب الوقت وتوفر الموقع. وبعض الفعاليات الأخرى مثل: المؤتمرات أو المنافسات الرياضية يتطلب أسابيع أو أشهراً أو سنوات من التخطيط والتحضير. إلا أن معظم الفعاليات إن لم يكن جميعها تشترك في الخصائص التالية:

- **الفعاليات غير الروتينية:** نادرة وليست جزءاً من الروتين اليومي.
- **الوقت:** تحدث خلال فترة زمنية محدودة.
- **التخطيط:** تحتاج إلى درجة معينة من التخطيط والتنظيم.
- **المخاطر:** عناصر المخاطر وتشمل: المخاطر المالية ومسائل مرتبطة بالسلامة.

بعض الفعاليات يتضمن عادات يجب ممارستها سواء من فئة معينة من **الحضور Attendees** أو جميعهم (الأشخاص الذين يحضرون فعالية). **العادات Rituals** هي تصرف رسمي أو مجتمعي معين يؤدي بالطريقة نفسها في كل مرة وهو قائم على تقليد ما. غالباً ما تكون العادات **احتفالية Ceremonial** (تتسم بالرونق أو الرسمية)، وهي طريقة لإبراز أهمية فعالية ما للمجتمع أو الجمهور. من الأمثلة على ذلك ممارسة الشعائر الدينية بمناسبة حلول عيد الفطر المبارك كأداء صلاة العيد، والتي يُنصح بأدائها بين شروق الشمس والزوال، وإخراج زكاة الفطر التي يجب توزيعها قبل صلاة العيد.

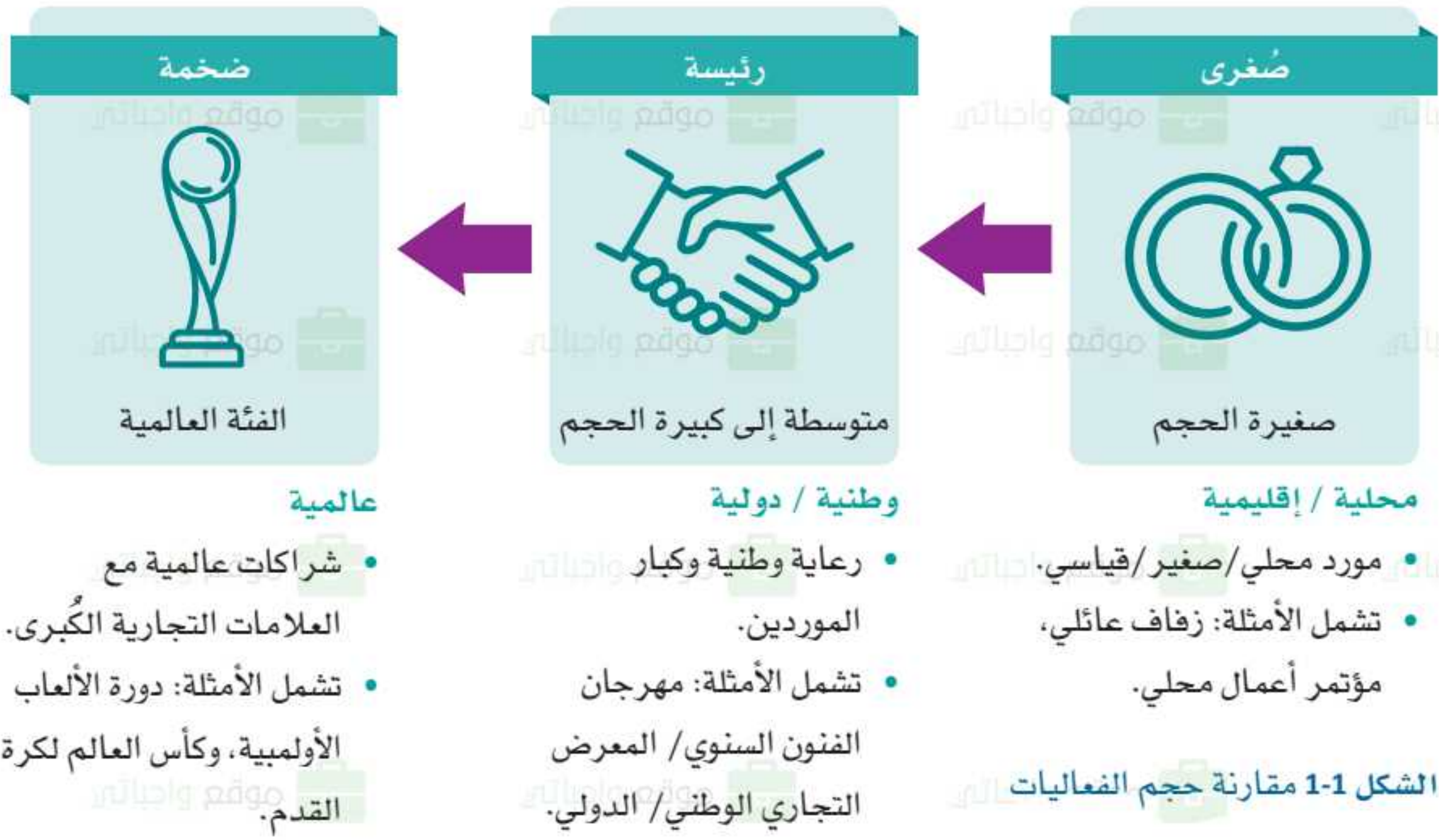
حجم ومدى الفعاليات

Size and Scale of Events

من المفيد أن تكون قادراً على التمييز بين الفعاليات من حيث الحجم، حيث سيؤثر ذلك على كل جانب من جوانب تنسيق الفعالية، من التمويل والموقع إلى أصحاب المصلحة المعنيين. ويمكن تصنيف جميع الفعاليات وفقاً لحجمها ونطاقها في واحدة من ثلاث فئات عريضة: **صُغرى**، **رئيسية**، و**ضخمة**، كما هو موضح في الشكل 1-1.

الفعاليات الصُغرى Minor Events هي فعاليات محدودة النطاق تلقى اهتماماً شخصياً أو محلياً وقد يصل تأثيرها إلى النطاق الإقليمي. ويمكن أن تشمل الأمثلة على الفعاليات الصُغرى التجمع العائلي، أو عرضاً لشركات التمويل المحلية.

الفعاليات الرئيسية Major Events هي فعاليات متوسطة إلى كبيرة الحجم ذات اهتمام وطني أو دولي كبير، كالمهرجان السنوي الشعبي الذي يجذب آلاف الزوار مثل "مهرجان الجنادرية" في الرياض، أو "مهرجان الصيف للألعاب" في جدة.



الشكل 1-1 مقارنة حجم الفعاليات

الفعاليات الضخمة Mega Events هي فعاليات كبيرة وذات أثر عالمي تعقد فيها عادةً صفقات رعاية مثمرة ويشاهدها ملايين المتابعين حول العالم، مثل: الحج، والألعاب الأولمبية، والمعرض العالمي، وكأس العالم لكرة القدم (FIFA). الفعاليات الضخمة غالبًا ما تكون متكررة بوجود صفقات مربحة مع شركات الرعاية، وفي الكثير من الحالات قد يصل عدد المشاهدين إلى مليون مشاهد حول العالم بالإضافة إلى عشرات الآلاف من الجماهير أو الحاضرين.

تضع أهداف رؤية 2030 المملكة العربية السعودية في قلب الاقتصاد العالمي. حيث تهدف الرؤية إلى تنويع الاقتصاد السعودي. وكجزء من العمل على تحقيق ذلك، تروج الرؤية المملكة كوجهة سياحية عالمية المستوى للمسافرين من العالم أجمع بغرض الترفيه، وستجذب الكثير منهم لحضور المهرجانات التي تحتفي بالثقافة، والتقاليد، والرياضات، والمطبخ السعودي.

في حين يتمحور عدد من الفعاليات الأساسية خاصة الضخمة أو الرئيسية في العاصمة الرياض، أو المدينتين المقدستين مكة المكرمة والمدينة المنورة، إلا أن هناك مجموعة متنوعة من الفعاليات التي تستضيفها كل منطقة. يوضح الشكل 1-2 مقطعًا عرضيًا لآلاف الفعاليات التي تقام في المملكة العربية السعودية سنويًا. مع الأخذ بالاعتبار بأنه قد اختير التحديد غير الشامل لغرض إبراز الانتشار الجغرافي والتنوع الكبير في أنواع الفعاليات وأحجامها.



الشكل 2-1

مجموعة مختارة من
الفعاليات في جميع
أنحاء المملكة العربية
السعودية

العدد	الموقع	الفعاليات	النوع
1	الرياض	معرض الدفاع العالمي مهرجان الجنادرية	فعالية أعمال (معرض) مهرجان (ثقافة/فن)
2	الدمام	منتدى مبادرة مستقبل الاستثمار المؤتمر التقني العالمي - ليب	فعالية أعمال (منتدى مالي) فعالية أعمال (مؤتمر تقنية)
3	جدة	كأس السعودية	فعالية رياضية (سباق الخيل)
4	الطائف	مهرجان الساحل الشرقي	مهرجان (ثقافة/فن)
5	تبوك	فورمولا السعودية	فعالية رياضية (بطولة رياضة السيارات)
6	العلا	الجائزة الكبرى	مهرجان (ثقافة/فن)
7	مكة	مهرجان صيف جدة	مهرجان (ثقافة/فن)
8	المدينة المنورة	مهرجان سوق عكاظ	مهرجان (ثقافة/فن)
9	أبها	مستقبل السلامة المرورية	فعالية أعمال (معرض)
10	جزر فرسان	لحظات العلا	مهرجان (ثقافة/فن)
11	القريات	معرض مكة للفنادق والمطاعم	فعالية أعمال (معرض تجاري)
12	حائل	مهرجان عطرة	فعالية أعمال (معرض تجاري)
13	بريدة	مهرجان أبها	مهرجان (ثقافة/فن)
14	الباحة	مهرجان الحريد	مهرجان (طعام)
		معرض ماي بيرفيوم	فعالية أعمال (معرض تجاري)
		رالي حائل الدولي	فعالية رياضية (بطولة رياضة للسيارات)
		مهرجان التمور	مهرجان (طعام)
		مهرجان العسل الدولي	مهرجان (طعام)

إدارة الفعاليات

وبسبب كثرة الفعاليات الرئيسية في المملكة العربية السعودية، يتزايد الطلب على مديري الفعاليات ذوي المهارات والخبرات اللازمة لتطوير الفعاليات العالمية وتنظيمها. علاوة على ذلك، لا تزال سوق فعاليات الشركات الصغيرة والأفراد قوية، وذلك لأنها تتيح فرص عمل عديدة لمديري الفعاليات ومنسقي العمل في الفعاليات داخل المؤسسات الكبيرة. وقد تشمل هذه الفرص مثلاً: جلسات بناء الفريق أو حفلات الزفاف.

إدارة الفعاليات قطاع مشوق ومزدهر للاهتمام كمهنة، حيث يوفر فرص السفر ومقابلة أشخاص مثيرين للاهتمام، واكتساب عدة مهارات وخبرات قابلة للتحويل والتي ستثبت قدرها الثمين في عالم الأعمال. سواء كنت تعمل في القطاع الحكومي أو الخاص، يؤدي تنظيم الفعاليات دوراً مهماً في الأعمال اليومية والاقتصاد السعودي الأوسع.



نقطة تحقق

ما الخصائص الأربع التي تشاركها معظم الفعاليات؟

معظم الفعاليات غير روتينية، وتحدث خلال فترة زمنية محدودة، وتحتاج إلى التخطيط والتنظيم، وتتطوي على عناصر المخاطر.

هدف التعلم 2.1.1

لماذا تُقام الفعاليات؟ Why Hold Events?

كما هو مذكور في القسم 1.1.1، تُقام الفعاليات لعدة أسباب مختلفة. وتختلف أنواع الفعاليات باختلاف الغاية منها. فعلى سبيل المثال، تختلف أهداف الفعالية الشخصية كحفلات الزفاف كل الاختلاف عن أهداف الفعاليات التجارية التي تنظمها إحدى المنظمات.

الاحتفال Celebration

يمكن أن تكون الفعالية احتفالاً بمعلم رئيس. وتشمل الاحتفالات الشخصية الشائعة، حفلات التخرج، وحفلات الزفاف، وحفلات المواليد الجدد. من منظور مجتمعي، تحتفل المملكة العربية السعودية بخمس فعاليات رئيسية:

- عيد الفطر
- عيد الأضحى
- اليوم الوطني
- يوم التأسيس
- يوم العلم

فعاليات خاصة

Special Events

عادة لا يُعين مديرو فعاليات للتخطيط لفعاليات صغيرة، مثل: الاحتفالات العائلية، أو التجمعات بين الأصدقاء. ويُستعان بهم للفعاليات الخاصة مثل المهرجانات ومؤتمرات الأعمال. والفعاليات الخاصة **Special Events** هي فعاليات ذات مقاصد متميزة بوضوح عن الفعاليات اليومية، وعادة ما يُنظر إليها على أنها مهمة. يمكن استخدام المواصفات الآتية بالإضافة إلى الخصائص المذكورة في القسم 1.1.1 لتمييز فعالية خاصة عن فعالية روتينية:

- أهداف مميزة: قد تكون أهدافاً ترفيهية، أو ثقافية، أو شخصية، أو مرتبطة بالعمل.
- الغاية: مثل: التوعية، أو الاحتفال، أو الترفيه، أو تجربة التحدي بين مجموعة من الأشخاص.
- التكلفة: غالباً ما تكون تكلفة استضافة فعالية أو تنظيمها كبيرة.
- السمعة: تعتمد سمعة المضيف وفريق الإدارة على نجاح الفعالية.
- الجمهور: غالباً ما يتوافقون مع محور تركيز الفعالية، وتكون اهتماماتهم محدّدة وينتظرون نتائج معينة من الفعالية.

لماذا قد ترغب العلامة التجارية للملابس الرياضية في رعاية منافسات الرياضات الشتوية؟

توظف الشركات الفعاليات غالباً لرفع الوعي بما تقدمه من منتجات، أو ميزات، أو حملات جديدة. يمكن للشركات رفع الوعي بقضية ما عبر استضافة فعاليات تقديم الجوائز، أو فعاليات للاحتفال بتسجيل أرقام قياسية عالمية، أو فعاليات يتم فيها توزيع بضائع مجانية، أو تلك التي يتم فيها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أو تنفيذ حملات إعلانية. قد يتسم هذا النوع من الفعاليات بمخاطر عالية على السمعة نظراً لكثافة الإعلان عنه، ما يعني أنّ أي خطأ أو مشكلة سيصل إلى أسماع العالم فوراً عبر بث حي أو على منصات التواصل الاجتماعي.

المبيعات والتسويق

Sales and Marketing

غالباً ما تقيم الشركات فعاليات المبيعات والتسويق لإطلاق منتجات أو خدمات جديدة. الغاية من هذه الفعاليات هو تشجيع العملاء المحتملين على اقتناء المنتج محل التسويق عبر إبراز صورة العلامة التجارية.

تصمم بعض الشركات فعاليات مبيعات وتسويق خاصة بها، بينما تدفع شركات أخرى المال لتصبح راعياً لفعالية قائمة. **الراعي Sponsor** هو شخص أو منظمة تدفع المال أو تقدم خدمة أو منتجاً مقابل الحصول على حق الارتباط بالفعالية. تزداد فرصة الراعي في ظهور رسالته في المكان والمواد التسويقية، للمساعدة على رفع الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات. وتمنح الرعاية الشركة فرصة الترويج لمنتجاتها، وبالتالي زيادة مبيعاتها أثناء فعالية من خلال منحها جمهوراً يحضر خصيصاً لذلك.



نقطة تحقق

لماذا لا يُوظف مديرو الفعاليات للفعاليات العائلية الصغيرة؟

عادة لا يُعين مديرو الفعاليات للتخطيط لفعاليات صغيرة مثل الاحتفالات العائلية لأن هذه الفعاليات لا ترتبط بأهداف مميزة، أو بتكلفة عالية، ولا تتأثر سمعتها بنجاح الفعالية.

هدف التعلم 3.1.1

الفئات الأربع للفعاليات الخاصة

The Four Categories of Special Events

من أجل التخطيط الناجح للفعالية يلزم في البدء فهم طبيعتها والغاية منها. ويمكن تصنيف الفعاليات بعدة طرائق؛ لكن معظم الفعاليات تندرج تحت أربع فئات رئيسية، كما هو موضح في الشكل 3-1.



مضيف الفعالية Event Host هو الشخص أو الشركة ممن ينظمون فعالية، أو تُنظم الفعالية باسمهم. قد تتطلب الفعاليات في كل من هذه الفئات الأربع استخدام مهارات إدارة الفعاليات المتخصصة. يعتمد مدى المشاركة وإدارة الفعالية على حجم الفعالية ونطاقها. المتطلبات القانونية مثل الصحة والسلامة، هي جوانب مهمة لجميع الفعاليات وقد تتباين بشدة تبعاً لطبيعة الفعالية.

الفعاليات التجارية

Business Events

الفعاليات التجارية Business Events هي تجمع المهنيين أو المهتمين بصناعة أو قطاع معين حيث يكون الهدف الأساسي هو تنفيذ الأنشطة المتعلقة بالأعمال، مثل بيع الخدمات أو إجراء البحوث أو مقابلة العملاء. غالباً ما يُعين مديرو الفعاليات لتولي الفعاليات التجارية التي تنظمها الشركات أو المؤسسات الحكومية لتلبية حاجات معينة، أو قد يعملون مباشرة مع الشركات أو المؤسسات التي تستضيف فعاليات متعددة. يمكن تقسيم المنظمات إلى ثلاث فئات رئيسية: ربحية، وغير ربحية، وحكومية (انظر الشكل 4-1).

إدارة الفعاليات

الشكل 4-1

فئات المؤسسات

فئات المؤسسات	فئات المؤسسات	فئات المؤسسات
حكومية دعم غايات الدولة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.	غير ربحية الجمعيات الخيرية الداعمة للأعمال الخيرية.	ربحية تجارية، بيع المنتجات أو الخدمات.

توظف كل فئة من فئات المؤسسات أنواعًا مختلفة من مديري الفعاليات لمساعدتها على تحقيق غاياتها وأهدافها. تشمل بعض الأنواع الشائعة للفعاليات التي تحتاج إلى الإدارة ما يلي:

- فعاليات إطلاق منتج.
- المعارض.
- المؤتمرات.
- فعاليات وظائف العمل وبناء الفريق.

إطلاق منتج

Product Launch

صُممت فعاليات إطلاق المنتجات لطرح منتج جديد أو خدمة جديدة في السوق. وغالبًا تُقام هذه الفعاليات لخلق حالة من الحماس والحديث الرنان لتوليد الإثارة حول المنتج، وتوليد اهتمام بين العملاء المحتملين. من أمثلتها إطلاق أرامكو خط منتجات أوريزون للاستخدام مع محركات البنزين والديزل شديدة التحمل، والذي وضع تاريخ إطلاقه بالتزامن مع افتتاح سباق الجائزة الكبرى فورمولا 1 في المملكة العربية السعودية.

المعرض

Exhibition

المعرض Exhibition هو نوع من الفعاليات، غالبًا يُنشأ بواسطة الحكومات أو المنظمات أو الهيئات التجارية الصناعية، ويستخدم بشكل شائع للترويج لابتكار أو تطوير حلول للتحديات أو لتشجيع التجارة والمبيعات. يستهدف المعرض غالبًا الشركات تحديدًا، وقد يركز على أي من الفئات التالية:

- B2B: الأعمال بين الشركات.
- B2G: الأعمال بين الشركات والحكومة.
- B2C: الأعمال بين الشركات والعملاء.

الفصل 1 مقدمة في إدارة الفعاليات

تشمل أمثلة المعارض في المملكة العربية السعودية معرض الرياض الدولي للكتاب الذي يعرض أحدث الإبداعات الأدبية، ومعرض جدة للشوكولاتة والقهوة الذي يعرض أنواعاً مبتكرة وحديثة من الشوكولاتة والقهوة.

المؤتمر

Conference

المؤتمر هو اجتماع رسمي بين أشخاص، يعقد على مدار يوم أو أكثر لمناقشة الموضوعات والاهتمامات المشتركة. غالباً ما يتضمن مجموعات من الخبراء والأكاديميين وقادة الصناعة الذين يجتمعون معاً لتبادل المعرفة ونتائج الأبحاث وأفضل الممارسات. يسعى هذا النوع من الفعاليات إلى تعزيز الحوار وتأسيس العلاقات والتعاون وتجميع الأفراد من خلفيات ومجالات خبرة مختلفة ليتعلموا من بعضهم البعض. من أمثلة المؤتمرات في المملكة العربية السعودية: مؤتمر الحج والعمرة الذي يجمع الخبراء من فعاليات الحج لمناقشة القضايا المرتبطة بالحجاج والمعتمرين.

فعاليات وظائف العمل / بناء الفريق

Work-Function/ Team-building Event

صُممت فعاليات وظائف العمل وبناء الفريق لتعزيز تعاون الفرق والتواصل، وتقوية الشعور بالمجتمع والصداقة بين الموظفين، ويمكن توظيفها لبناء روح الفريق والروح المعنوية، وتقدير أعضاء الفريق المتميزين ومكافأتهم، ومشاركة الأخبار الهامة وتأثيرات التغييرات المقبلة.

غالباً ما تملك فعاليات وظائف العمل طبيعة اجتماعية وغير رسمية. وتشمل فعاليات بناء الفريق أحياناً ألعاباً وتحديات تحتاج من الموظفين التعاون واستغلال مهاراتهم في حل المشكلات. ففي المملكة العربية السعودية، تحضر فرق من شركات سعودية ودولية كبيرة فعاليات بناء الفرق التي تُقام في العلا. يشارك الحضور في هذه الفعاليات في أنشطة متنوعة مثل: التنزه على الأقدام وتسلق الصخور والجولات الثقافية، من أجل تقوية الروابط وتحسين مهاراتهم في التواصل والعمل الجماعي.

الفعاليات الثقافية

Cultural Events

الفعاليات الثقافية، مثل: مهرجان الجنادرية أو مهرجان العلا للفنون، تحتفي بالمثل العليا وجوانب الحياة التي تخلق شعوراً بالانتماء والمجتمع، وتتراوح من الفعاليات المجتمعية الصغيرة إلى الفعاليات على مستوى المدينة، أو على الصعيد الوطني، أو الدولي.

إدارة الفعاليات

الفعاليات الترفيهية يكون سبب حضورها بشكل أساسي لأغراض المتعة وحسب. قد تشمل فعاليات مثل: الحفلات الموسيقية، والعروض، واحتفالات توزيع الجوائز.

الفعاليات الرياضية Sports Events

مثل أنواع الفعاليات الثلاثة الأخرى، قد تختلف الفعاليات الرياضية بدرجة كبيرة من حيث الحجم والنطاق من الفعاليات الرياضية المحلية الصغيرة إلى الفعاليات الضخمة، مثل: الألعاب الأولمبية. وتشمل الفعاليات التي يمكن للأفراد العاديين المشاركة فيها، مثل: سباقات الماراثون، والفعاليات التي يصب تركيزها بشكل أكبر على المشاهدين، مثل: كأس العالم لكرة القدم.



نقطة تحقق

هل يمكنك تسمية نوعين من الفعاليات يندرجان ضمن كل فئة من الفئات الأربع الرئيسية؟

فعاليات رياضية: الفعاليات الرياضية التشاركية، والجولات، والبطولات.
فعاليات أعمال: التجمعات، والمؤتمرات، والفعاليات التسويقية، والمعارض، والأسواق.

فعاليات ثقافية: المهرجانات، وحفلات إحياء الذكرى، والمسيرات الاحتفالية.
فعاليات ترفيهية: حفلات توزيع الجوائز، والحفلات الموسيقية، والعروض.



أمور تخطيطية

وظيفة شديدة الضغط

للسنة السادسة على التوالي، صُنفت إدارة الفعاليات كأحدى أكثر الوظائف إرهاقًا على وجه الأرض - تسبقها وظيفة رجل الإطفاء أو الجندي.

يزداد الطلب على مديري الفعاليات، مما يعني عملهم في عدة مشروعات في الوقت نفسه، وإنجاز عملهم وتسليمه في مواعيد محددة ضمن جداول زمنية ضيقة، إذ إنهم يعملون على أطر زمنية قريبة وبعيدة، ويعملون مع عملاء ذوي متطلبات متغيرة.

يجب على مديري الفعالية أن:

- تكون لديهم القدرة على إنجاز مهام متعددة في الوقت نفسه.
- يهتموا بالتفاصيل الدقيقة.
- يمتلكوا مهارات إدارة الوقت.
- يمتلكوا مهارات فعالة في التعامل مع العملاء.

ماذا تعتقد؟

لماذا تُعد إدارة الفعاليات وظيفة مرهقة؟

1.1 تقييم الدرس

فهم مفاهيم إدارة الفعاليات

اختر الإجابة الأكثر ملاءمة مما يأتي:

1. أي من الفعاليات الآتية قد تحتاج إلى توظيف مدير فعاليات محترف؟

أ. احتفال عائلي صغير.

ب. إطلاق منتج الشركة.

ج. اجتماع أسبوعي لفريق عمل.

د. تجمع بين الأصدقاء.

2. لا يلزم أن يكون مدير الفعالية ماهراً في:

أ. تعدد المهام.

ب. إدارة الوقت.

ج. الطهي لمجموعات كبيرة.

د. خدمة العملاء.

التفكير الناقد

3. قارن بين فئتين مختلفتين من الفعاليات. ما الطرائق المختلفة لتنفيذ هاتين الفعاليتين؟

ستختلف الإجابات باختلاف فئتي الفعاليات التي يريد الطالب المقارنة بينهما. على سبيل المثال: فعالية أعمال وفعالية رياضية. تكون فعالية الأعمال هادئة، وتقوم على التفكير، وتمنح الحاضرين مجالاً للتحادث. أما الفعالية الرياضية فتكون صاخبة ونشطة، وتركز على منح الحاضرين تجربة مفعمة بالحماس. وقد تستمر فعالية الأعمال لأيام عدة، بينما قد لا تستغرق الفعالية الرياضية أكثر من ساعة واحدة.

4. اختر فعاليةً ذكرت في هذا الدرس. صف مَنْ قد يكون مضيف الفعالية والحضور

المحتملين، وما حاجاتهما المحتملة. كيف يمكن أن تختلف احتياجات المضيف

عن احتياجات الحضور؟

يمكن أن يتناول أحد الأمثلة فعالية بناء الفريق. في هذه الحالة، يكون المضيف الشركة التي مولت وأقامت الفعالية لموظفيها. أما الحضور فهم الموظفون أنفسهم، ويمكن أن ينضم إليهم مسئولون مهمون من الإدارة. ويحتاج المضيف في الأساس إلى تعزيز الحس المجتمعي وتوطيد أواصر الصداقة بين الموظفين بهدف زيادة الإنتاجية وفعالية العمل ضمن الفريق. وفي المقابل، يحتاج الحضور في الأساس إلى الاستمتاع بالأنشطة، والتواصل مع زملائهم.



2.1

التعامل مع التعقيد وعدم اليقين في الفعاليات

أهداف التعلم

بعد الانتهاء من هذا الدرس ستكون قادرًا على:

1.2.1 تعريف القيم الأساسية لتصميم فعالية.

2.2.1 شرح مفاهيم التعقيد وعدم اليقين في الفعاليات.

3.2.1 وصف التعقيد وعدم اليقين للفعاليات المختلفة.

المصطلحات الرئيسية

Uncertainty of Events

Complexity of Events

Business Function

Typology of Events

عدم اليقين في الفعاليات

تعقيد في الفعاليات

وظيفة الأعمال

تصنيف نوعي للفعاليات

هدف التعلم 1.2.1

القيم الأساسية لتصميم الفعالية

Event Design Core Values

هناك مجموعة مشتركة من ستة أسئلة يجب أخذها في الاعتبار لكل فعالية، مهما اختلف حجمها، أو نطاقها، أو نوعها. تشكل الأسئلة الموضحة في الشكل 5-1 القيم الأساسية لتصميم الفعالية الكامنة في إطار عمل نظرية إدارة الفعالية. يجب أن تكون هذه القيم الأساسية مركزية في العملية من المراحل الأولى لعملية التطوير وما بعد ذلك، وبالتالي سيشار إليها دومًا في باقي محتوى الكتاب.

الشكل 5-1
القيم الأساسية
لتصميم الفعاليات

• ما أهمية تنظيم الفعالية واستضافتها؟	لِم؟
• من الجمهور؟	مَن؟
• ما محتوى الفعالية؟	ماذا؟
• ماذا يريد منظم الفعالية؟	ما الحاجة؟
• أين ستقام الفعالية؟	أين؟
• متى ستقام الفعالية؟	متى؟

كما هو الحال مع أي مشروع، سيشجع طرح الأسئلة الصحيحة مدير الفعالية على تطبيق أسلوب منهجي لحل المشكلات. سيضمن ذلك قدرة الخطط المعتمدة على تلبية المتطلبات المحددة للفعالية المعنية. ستشكل إجابات هذه الأسئلة أساسًا لخطة يمكن تحسينها وصقلها مع سير المشروع.

الواقعية هامة بالنسبة لنطاق الفعالية، لوضع طريق للنجاح يمكن تحقيقه. كما تضع القيم مجموعة من المقاييس لتقييم وتقويم نجاح الفعالية بأثر رجعي وذلك بقياس منجزات الفعالية قياسًا على متطلباتها الأصلية.

إدارة الفعاليات

أحد الاعتبارات الرئيسة للقيم الأساسية لتصميم الفعالية هو مكان إقامتها. قد تكون بيئة الفعالية موقعاً مادياً أو بيئة افتراضية (عبر الإنترنت)، أو مزيجاً هجيناً يجمع بينهما، وهو نهج متزايد حالياً. يوضح الشكل 1-6 الخصائص والمزايا والعيوب لكل نوع من أنواع البيئة.

الشكل 1-6
بيئة الفعالية



المادية

تُعقد فقط في مكان مادي، دون عنصر افتراضي.

الافتراضية

تُعقد افتراضياً، ويتفاعل الحضور والمتحدثون عبر الإنترنت باستخدام أدوات المؤتمرات عن بُعد والبريد المباشر وغيرها من التقنيات.

المختلطة

تجمع بين المكان الفعلي والوجود الافتراضي / عبر الإنترنت.

إيجابيات	سلبيات
✓ التفاعلات وجهًا لوجه.	✗ تكاليف تشغيل أعلى.
✓ الحضور الجسدي.	✗ قد يصعب الوصول إليها.
✓ حضور عالمي / بلا حدود.	✗ تفاعلات أقل أهمية.
✓ تكاليف تشغيل أقل.	✗ سوق مزدحمة.
✓ السماح بمشاركة أنماط مختلفة.	✗ زيادة تكاليف تأجير وتشغيل المكان المادي
✓ المرونة تزيد من المزايا.	✗ التقنية المطلوبة للجمهور الافتراضي



نقطة تحقق

ما القيم الأساسية الست لتصميم الفعاليات؟

- 1- لم؟ ما أهمية تنظيم الفعالية واستضافتها؟
- 2- من؟ من الجمهور؟
- 3- ماذا؟ ما محتوى الفعالية؟
- 4- ما الحاجة؟ ماذا يريد منظم الفعالية؟
- 5- أين؟ سيقام الفعالية؟
- 6- متى؟ متى سيقام الفعالية؟

هدف التعلم 2.2.1

التعقيد وعدم اليقين في الفعاليات

The Complexity and Uncertainty of Events

لكل الفعاليات متطلبات مختلفة. تكون بعض الفعاليات مباشرة للغاية وسهلة التخطيط، بينما تتسم فعاليات أخرى بالحاجة إلى اتخاذ مزيد من القرارات على مدى فترة زمنية أطول. يلزم عند التخطيط وإدارة الفعاليات فهم عوامل الخطر التي قد تؤثر على نجاح الفعالية، ومعرفة كيفية تقليل هذه العوامل. يعتمد مستوى الخبرة والمعرفة الضروريتين لمدير الفعالية على مستوى عدم اليقين والتعقيد في الفعالية المُكَلَّف بإدارتها. يشير **عدم اليقين في الفعاليات** **Uncertainty of Events** إلى عناصر الفعاليات التي قد لا تكون معروفةً بالكامل مقدماً. ومن جوانب الفعالية التي تزيد من مستوى عدم اليقين:

الوقت	- هل أُبلِّغ بالفعالية قبل موعدها المرغوب بوقت كافٍ؟ - هل يمكن للناس تأكيد الحضور؟
الحضور	- ما مدى الاستثمار المتوقع من الحاضرين؟ - هل الفعالية شخصية أم متعلقة بالعمل؟
الموقع	- هل مكان الفعالية يسهل الوصول إليه؟ - هل يعتمد حجز المكان على عوامل أخرى (مثل: عدد الضيوف)؟
التكلفة	- هل يمكن توقع التكلفة بدقة؟ - ما الميزانية المتاحة؟

أما التعقيد في الفعاليات **Complexity of Events**، فقد يشير إلى عدد العناصر التي قد تؤثر على تخطيط الفعالية ومستوى الصعوبة أو العمل المطلوب للتعامل مع هذه العناصر. ومن جوانب الفعالية التي تزيد من مستوى التعقيد:

عدد أصحاب المصلحة	- المزيد من أصحاب المصلحة. - أحجام التأثير ومستوياته وخلفيات مختلفة.
عدد الحضور	- المزيد من الحاضرين. - المتطلبات الفردية.
عدد الوظائف	- العديد من وظائف الشركة المختلفة التي يجب إدارتها. - متطلبات لضمان التكامل. - عدد الفعاليات الجانبية.
الحجم	- يجب أن تفي الوظائف الدولية بالمعايير الوطنية المختلفة. - يجب مراعاة المناطق الزمنية. - يجب مراعاة العادات الثقافية والوطنية.

إن وظيفة الأعمال **Business Function** هي وحدة أو قسم في الشركة يكون مسؤولاً عن تنفيذ مجموعة معينة من الأنشطة، مثل: التمويل، والترفيه، والأمن. ومن أمثلة الوظائف المشتركة في صناعة الفعاليات: التمويل والترفيه والأمن.



نقطة تحقق

لماذا قد يؤدي وجود عدد كبير من الضيوف إلى زيادة تعقيد الفعالية؟

قد يؤدي وجود عدد كبير من الضيوف إلى زيادة تعقيد الفعالية لأن المنظمين سيحتاجون إلى مزيد من الوقت للتأكد من حضور جميع الضيوف، وسيبذلون جهوداً إضافية لضمان تلبية المتطلبات الشخصية لجميع الضيوف ومشاركتهم في الفعالية، وسيختارون مكاناً واسعاً لإقامة الفعالية مع الحرص على سهولة الوصول إليه، وسيضطرون إلى التعامل مع ميزانية ضخمة بما أن تكلفة الفعالية ستتخطى تكلفة فعالية أخرى بعدد حضور أقل، وسيتوقع الحاضرون وجود فعاليات هامشية إلى جانب الفعالية الأساسية، وأيضاً يجب تنفيذ وظائف أخرى مثل التمويل والترفيه والأمن على نطاق أوسع مقارنة بالفعاليات التي يشارك فيها عدد أقل من الحاضرين.

هدف التعلم 3.2.1

تقييم التعقيد وعدم اليقين Assessing Complexity and Uncertainty

التصنيف النوعي لفعالية Event Typology

يقدم الشكل 7-1 تصنيفاً نوعياً للفعاليات **Typology of Events** (تصنيف قائم على الأنواع أو الفئات) للفعاليات المختلفة التي تُقام في المملكة العربية السعودية وفي جميع أنحاء العالم.

الشكل 7-1

التصنيف النوعي
للفعاليات

الألعاب الأولمبية	معرض الدفاع العالمي	تجمع النادي الاجتماعي	مهرجان على مستوى المدينة	حفل الزفاف	الاحتفال العائلي	معرض مبيعات شركة سيارات	معرض الرياض الدولي للسيارات	مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي	معرض الرياض الدولي للكتاب	مهرجان تمور بريدة	الجائزة الكبرى للمملكة العربية السعودية	الألعاب الأولمبية
عالمية	دولية	وطنية	متعددة المؤسسات	الشركات	جماعية	فردية	منخفضة	عدم اليقين	مرتفعة			

إدارة الفعاليات

36

يمكن استخدام هذا التصنيف النوعي كإطار عمل تنظيمي ليسهل على مدير
الفعالية أن يفهم سريعاً:

- مقدار الجهد المحتمل المطلوب لفعالية ما.
- والوقت المطلوب لمراقبة فعالية والتخطيط لها.
- ومدى الحاجة إلى مساعدة الزملاء بسبب حجم الفعالية، أو تعقيدها، أو عدم اليقين فيها أو كل ما سبق.

الفعاليات الوطنية، مثل مهرجان بريدة للتمور، هي تلك الفعاليات التي يكون حضورها (أو الغالبية العظمى منهم) من الدولة التي تُقام فيها هذه الفعالية. أمّا الفعاليات الدولية، مثل مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي، فتشهد حضوراً من دول عدة يمثلون قارّتين مختلفتين. وتشهد الفعاليات العالمية، مثل الحج وكأس العالم لكرة القدم، حضوراً من دول عدة يمثلون ثلاث قارّات مختلفة أو أكثر.

عدم اليقين

Uncertainty

عند التخطيط لحفل عشاء صغير فإنك تدعو عدداً محدوداً من الأشخاص، ويجب كل منهم لتأكيد حضوره. وبما أنّ الحفل صغير فمنظم الفعالية يكون في الغالب على يقين من عدد الحاضرين، خاصة وأن حفل العشاء سيُنظم ويُقام في غضون فترة زمنية قصيرة. ولكن عند التخطيط لمعرض تجاري بعد عامين، على سبيل المثال، قد تتغير خطط الحضور والمنظمين مع الوقت، لذلك قد تكون التفاصيل النوعية غير أكيدة.

التعقيد

Complexity

حفلات العشاء قد تكون بسيطة للغاية حيث يصل الحضور في وقت معين ولن يتوقعوا أكثر من الطعام والصحبة الطيّبة. أما الألعاب الأولمبية فستحتاج إلى إنجاح عدة عناصر مختلفة، من تنظيم الإقامة والنقل والطعام إلى بيع المساحات الإعلانية وحقوق بث الفعالية.

نظرًا لأهمية الحج ولأعداد الحجاج الغفيرة، أنشأت الحكومة السعودية وزارة الحج والعمرة التي تؤدي دور مدير الفعالية.

تختلف الفعاليات الدينية الضخمة كالحج عن الفعاليات الثقافية أو الرياضية الضخمة من حيث تأثيرها على الأفراد المشاركين، ولكن قد تتشابه من حيث التأثيرات المادية والاجتماعية والاقتصادية على المدن المستضيفة. للفعاليات الضخمة القدرة على وضع المدينة المنظمة على الخريطة العالمية وجذب الحضور من جميع أنحاء العالم. عرّف المحللون عدة "مناطق" في الفعاليات الضخمة انتقاليًا من المناطق الداخلية إلى المناطق الخارجية، وهي كما يلي:

- "المنطقة المركزية" أي المكان الأساسي الذي تجري فيه الأنشطة الأساسية في الفعالية مثل ممارسة المشاركين أداءً رياضيًا أو أداءً في مجالات أخرى.
- "المنطقة المتوسطة للفعاليات" التي تشمل التأثير الاجتماعي والاقتصادي للفعاليات على النطاق الأوسع الذي تجري فيه أحداثها.
- "المنطقة البعيدة المدى للفعاليات" والتي تشمل تأثير الفعالية الضخمة طويل الأمد على المستويين الوطني والعالمي.

لماذا يصنف الحج كفعالية ضخمة؟



سيؤثر التصنيف النوعي للفعالية على المهارة النسبية والخبرة المطلوبة لمدير الفعالية.

• قد تتطلب الفعاليات الأقل تعقيداً والأكثر يقيناً خدمات مدير فعالية هاوٍ قد لا تكون لديه مؤهلات ذات صلة أو متقدمة أو مجموعة واسعة من جهات الاتصال المهنية.

• تتطلب الفعاليات شديدة التعقيد خدمات مدير فعالية محترف وماهر ولديه الخبرة والمؤهلات ذات الصلة، والتي تثبت خبرته ومؤهلاته وقدراته وتبرراته.

يوضح الشكل 8-1 بعض الاختلافات الرئيسية بين مدير الفعاليات الهاوي ومدير الفعاليات المحترف.



الشكل 8-1

الاختلافات الرئيسية بين مدير الفعاليات الهاوي مقابل مدير الفعاليات المحترف



نقطة تحقق

ما فائدة التصنيف النوعي للفعاليات بالنسبة لمدير الفعالية؟

يمكن لمدير الفعاليات أن يستفيد من التصنيف النوعي عبر استخدامه كإطار عمل تنظيمي للفعالية، فهو يعطيه لمحة عن مقدار الجهد والوقت المطلوبين ومدى الحاجة إلى المساعدة.

2.1 تقييم الدرس

فهم مفاهيم إدارة الفعاليات

اختر الإجابة الأكثر ملاءمة مما يأتي:

1. مدير الفعاليات الهاوي غالباً ما يكون:

أ. لديه خبرة أكثر من مدير فعاليات محترف.

ب. لديه قائمة بجهات الاتصال يثق بها لتقديم الخدمات.

ج. توظيفه أوفر من توظيف مدير فعاليات محترف.

د. لديه المهارات اللازمة لإدارة التعقيد وعدم اليقين بكفاءة.

2. يجب أن يتأكد مدير الفعالية من فهمه لما يلي:

أ. المتطلبات القانونية.

ب. متطلبات المضيف.

ج. التعقيد في الفعاليات.

د. جميع ما سبق.

2.1 تقييم الدرس

التفكير الناقد

3. اختر فعاليةً تعرف عنها الكثير. كيف تصف مستويات التعقيد وعدم اليقين؟
ما دور فهم التعقيد وعدم اليقين في الفعالية في نجاحها؟

ستختلف الإجابات باختلاف فئة الفعالية التي يختارها الطالب. على سبيل المثال: كأس العالم لكرة القدم. فتخطيط هذه الفعالية معقد جداً، إذ يتطلب التفكير في الضيوف والزوار الدوليين، وسفر الفرق المشاركة واستضافتها، والتسويق، وحقوق البث، والعوامل الخارجية المتعلقة بالفعالية مثل تزايد عدد السياح. أما مستويات عدم اليقين فتكون منخفضة في هذا النوع من الفعاليات الرياضية الضخمة. ومصدر عدم اليقين الرئيس هو معرفة الوقت الذي ستستغرقه المباراة بالتحديد، لأنه من المحتمل تمديده وفرض ركلات الجزاء الترجيحية في حال انتهى وقت المباراة الأصلي بتعادل الفريقين، وكذلك عدم معرفة الفائز بالمباراة.

وهذا مثال آخر على الإجابة: فعالية تواصل صغيرة تنظمها شركة لموظفيها. فتخطيط هذه الفعالية ليس معقداً جداً، لأنها تستغرق ساعتين أو ثلاث ساعات فقط، وتضم عدداً ضئيلاً نسبياً من الحاضرين، ويحتاج تنظيمها إلى موارد قليلة، أي لن نتطلب توفير وسائل ترفيه أو معدات متخصصة، ولن تحتاج إلا إلى كمية قليلة من التموين، مثل المشروبات الساخنة والباردة والوجبات الخفيفة.

يسمح فهم التعقيد وعدم اليقين في فعالية كهذه للمخطط بإعداد خطط احتياطية وباستباق التغيرات التي تطرأ في اللحظة الأخيرة.

4. لماذا قد تستعين شركة بمدير فعاليات محترف وتدفع له مقابل تنظيم فعالية معقدة لها؟

يجب أن ينظم الفعاليات شديدة التعقيد شخصاً يتمتع بخبرة سابقة، مثل مدير الفعاليات المحترف. فغالباً ما يكون مدير الفعالية المحترف أكثر تمرساً ولديه القدرة على التخطيط لمواجهة التغيرات المحتملة التي قد تطرأ أو للأمور التي قد تتعثر، كما أن لديه قائمة خاصة معتمدة مسبقاً وموثوقة تتضمن جهات الاتصال التي يمكنه التواصل معها لتأمين الخدمات.



3.1

سمات الفعاليات كخدمة

أهداف التعلم

بعد الانتهاء من هذا الدرس ستكون قادرًا على:

- 1.3.1 وصف سمات الفعاليات كخدمة.
- 2.3.1 شرح أهمية الجو المحيط بالفعالية.
- 3.3.1 وصف الخدمات التي ينفذها مدير الفعالية.

المصطلحات الرئيسية

Perishable	قابلة للتلف
Capacity	سعة
Tangible	لملموس
Intangible	غير ملموس
Labor-intensive	كثيف العمالة
Outsource	تعهد خارجي
Break Down	إنهاء الأعمال
Ambience	جو محيط
Eisenhower Matrix	مصفوفة أيزنهاور

هدف التعلم 1.3.1

الفعاليات كخدمة

Events as a Service

الفعاليات الخاصة تُصمم لغرض معين وفيها يقدم المضيف خدمةً إلى المستخدم النهائي، ويلزم تفصيل هذه الفعاليات تمامًا حسب المتطلبات النوعية والتي يجب أن تلبي الهدف الشامل للفعالية.

يجب أن يفهم مدير الفعالية خصائص الخدمة المُقدمة ويضع في حسابه الاعتبارات المبينة في الشكل 9-1.

الشكل 9-1

اعتبارات الفعاليات
كخدمة



التفرد

Uniqueness

تتميز كل فعالية فردية عن جميع الفعاليات الأخرى. بينما تتشابه الفعاليات من النوع نفسه في تكرار إقامتها، إلا أن ما يميزها لدرجة التفرد هو المشاركون، أو البيئة المحيطة، أو الجمهور، أو أي عدد من المتغيرات الأخرى. قد تتكرر الفعاليات (تحدث عدة مرات)، ومن المحتمل أن تتباين فيما بينها في صيغتها وتوقيتها.

حفلات الزفاف

Weddings

الفعاليات الصغيرة التي تنعقد كثيرًا كحفلات الزفاف، هي فريدة من نوعها؛ لذلك رغم احتفاظ مدير الفعالية بقائمة قياسية لواجبات التخطيط لحفل زفاف ووظائفه، يجب عليه مراعاة المتطلبات الفردية للمضيف. وتظهر الاختلافات من خيارات الموقع، والمدعوين، والتوقيت، والطعام المقدم، والترفيه وغيرها.

الألعاب الأولمبية

The Olympic Games

تقام الألعاب الأولمبية الصيفية الحديثة منذ عام 1896، وتكررت 28 مرة فقط، حيث تُقام كل 4 سنوات. تتطلب الألعاب الأولمبية قدرًا هائلًا من التخطيط، وتحتاج غالبًا إلى عدد كبير من مديري الفعاليات، بل إن كل منطقة قد تحتاج إلى أكثر من مدير للفعالية. ما يمنح كل دورة أولمبية تفردًا هو اختلاف المشاركين فيها، وكذلك المنظمين، والجمهور، والموقع.

القابلية للتلف

Perishability

لا يتماثل حفلًا تخرج مختلفان في الموقع وعدد الحضور، فكل فعالية **قابلة للتلف** **Perishable** (لا يمكن تكرارها بالطريقة نفسها تمامًا). حتى عند توفر مستوى معين من التوحيد بينها كالتدريبات، ستميز فيما بينها وستتوقف بشدة على الوقت. إنها موجودة لفترة وجيزة ولا يمكن تكرارها بالطريقة نفسها بالضبط.

تتعلق قابلية التلف أيضًا باستخدام المنشآت للفعاليات. على سبيل المثال، يمكن استخدام كامل **سعة Capacity** مكان الفعاليات (عدد الأفراد الإجمالي الذي يمكن استيعابه) فقط في عطلة نهاية الأسبوع لحفلات الزفاف، مما يعني أنه بالنسبة لبقية الأسبوع، لا يُستفاد بالكامل من قدرته على توليد الإيرادات. وعدم تشغيل

الفصل 1 مقدمة في إدارة الفعاليات



ما التذكارات التي يمكن استخدامها لجعل
مؤتمر غير ملموس أكثر واقعية؟

القاعة ليوم واحد في الأسبوع، يعني أن إمكانيات توليد الدخل في هذا اليوم ضاعت للأبد، فهي قابلة للتلف. يمكن استخدام القاعة في يوم مختلف، ولكن لا يمكن استعادة واستخدام القاعة في اليوم الذي لم تُؤجر فيه.

عدم القابلية للمس

Intangibility

عندما يشتري المستهلك شيئاً ملموساً **Tangible**، يمكنه حمله و/أو لمسه. الفعاليات غالباً **غير ملموسة Intangible** (لا يمكن حملها أو لمسها) لأنها خدمة. فسيختبر الحضور في مهرجان ما الأنشطة، وسيستمتعون ويتذكرون الفعالية، ولكن لن يخرجوا منها بأي غرض ملموس سوى - على سبيل المثال - هدية تذكارية، أو صور فوتوغرافية، أو مقطع فيديو للفعالية.

يجب أن يدرك مديرو الفعاليات أن أي عنصر ملموس - ولو كان صغيراً - سيعزز إدراك مدى جودة الفعالية. تساعد البرامج والبطاقات البريدية والشوكولاتة الصغيرة المغلفة باسم الضيوف والأكواب المزودة بشارات أو الكتيبات التذكارية على جعل الأشياء غير الملموسة أكثر واقعية.

الاتصال والتفاعل الشخصي

Personal Contact and Interaction

الفعاليات هي المناسبات التي يتواصل فيها الحضور بدرجة قليلة مع بعضهم البعض على أساس منتظم. وكي تُعدّ الفعالية ناجحة، يجب أن توفر فرصة لنشر جو إيجابي عبر تفاعل الحاضرين. لذلك عند التخطيط لفعالية ما، يجب أن يدرك المديرون أن الجو يعتمد على تصرفات الحضور وردود فعلهم. من الممكن أن تتكرر الفعالية نفسها، مثل: بناء فريق أو موكب، في مناسبتين منفصلتين، وتحقق إحداها نجاحًا كبيرًا بينما تفشل الأخرى فشلًا ذريعًا بسبب ردود فعل الجمهور أو تفاعلاته أو خلفياته. لذلك من الضروري أن يفهم مديرو الفعاليات خصائص الحضور ودوافعهم فهمًا عميقًا.

كثافة العمالة

Labor-Intensiveness

الفعاليات **كثيفة العمالة Labor-intensive** هي التي تحتاج إلى عدد كبير من الموظفين لضمان تسييرها بسلاسة وكفاءة. كلما زاد تعقيد الفعالية وتفردها، ترسخت فيها صفة كثافة العمالة، من حيث التنظيم والتشغيل. تستعين الفعاليات الأكبر حجمًا **بالتعهيد الخارجي Outsource** (إبرام تعاقد مع شركة أخرى لتقديم منتج أو خدمة معينة)، مثل، التموين والترفيه اللذين يتطلبان عددًا كبيرًا من الموظفين المؤقتين وخبرات محددة.

إذا لم تستعن بمقاولين خارجيين لعنصر تشغيلي، فقد تحتاج إلى موظفين ذوي كفاءة احترافية لضمان تنفيذ الفعالية بكفاءة. فمأدبة لـ 300 شخص ستحتاج إلى عاملين في الأغذية، والمشروبات، والمطبخ، والإدارة، وإلى موظفي دعم أيضًا، مثل: عمال نظافة، وموظفين **لإنهاء الأعمال Break Down** (أداء أنشطة إنهاء الأعمال، مثل: تنظيف الموقع وتفكيك البنية التحتية). لا يمكن التنبؤ بكثافة العمالة للفعاليات الخاصة؛ لأنها تعتمد كليًا على نوع الفعالية وعدة عوامل كعدد الضيوف ونوعية الموظفين.

بخلاف الأنشطة الروتينية التي قد تستمر لأجل غير مسمى، تتسم الفعاليات الخاصة بمواعيد ثابتة: أي أنها تحدث في فترات زمنية محددة جيدًا. قد تكون مدة الفعالية قصيرة للغاية، مثل: حفل افتتاح طريق جديد، أو طويلة للغاية، مثل: المعرض العالمي (إكسبو) والتي قد يستغرق التخطيط لها حتى 10 سنوات. وتتكون عدة فعاليات خاصة من سلسلة أنشطة قصيرة، بفترات توقف أو فواصل بينها، حيث قد تتسبب سلسلة ثابتة من الاحتفالات بالتعب والملل. بالنسبة لمخططي الفعاليات الخاصة يجب مراعاة مسألة التوقيت، يحتاج نجاح الفعالية المدوي إلى جذب انتباه الناس واهتمامهم والأفضل تقسيمها إلى أقسام بدلاً من تنفيذها كلها مرة واحدة، دون فترة راحة. لا تعني المواعيد "ثابتة" أنه لا يمكن تغييرها.

- الاحتفال الشخصي ذو الجو الرائع حيث يستمتع كل شخص بنفسه لفترة أطول من المخطط له.
- قد يتسبب عارض مفاجئ بتمديد الفعالية بطريقة مخططة، مثل استرداد التكاليف أو معالجة طلب إضافي.
- قد تُختزل المواعيد الثابتة بسبب ضعف الاهتمام.



نقطة تحقق

ما العوامل التي تجعل من نسخ متكررة من فعالية تختلف عن بعضها؟

تشمل العوامل التي تجعل من نسخ متكررة من فعالية تختلف عن بعضها: الرغبات والسلوكيات الشخصية للحاضرين في الفعالية، وموقع إقامتها، ونوع التموين وخدمات الترفيه والأمن المتاحة في الفعالية، وشكل الفعالية أو برنامجاً، ومدتها، وتاريخ ووقت إقامتها.

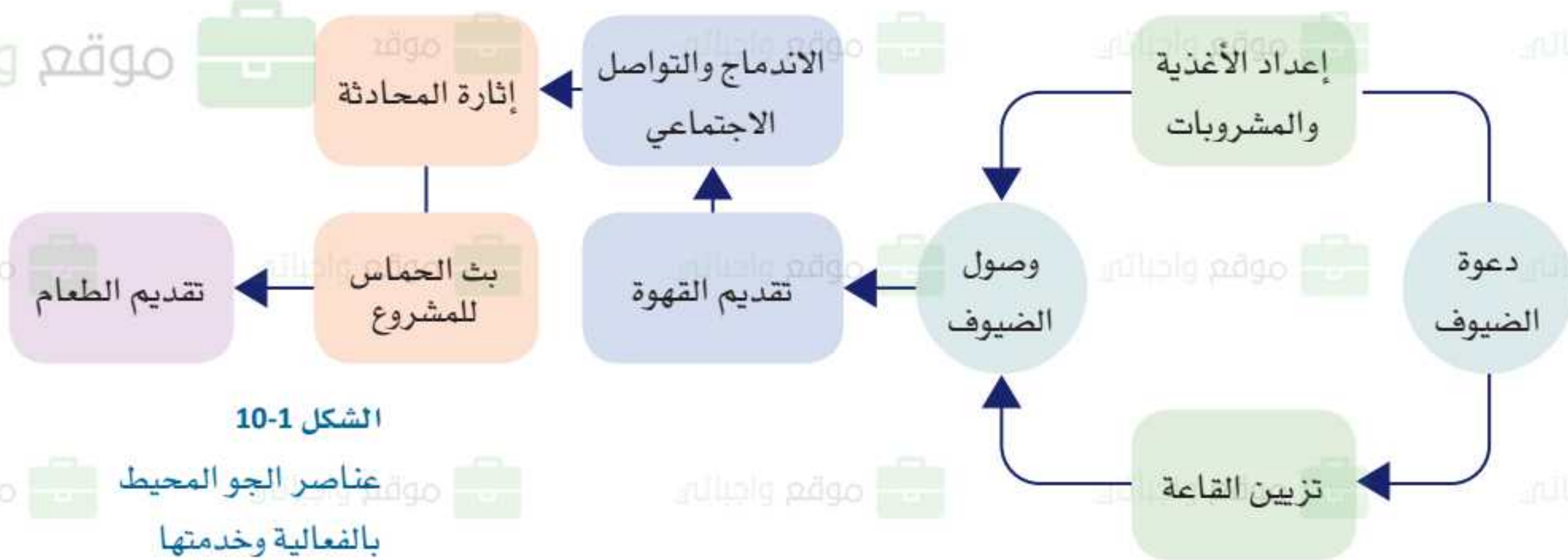
هدف التعلم 2.3.1

خلق الجو المحيط المناسب

Creating the Right Ambience

يمكن لفعالية بجو محيط **Ambience** مناسب (شعور أو مزاج مرتبط بمكان أو شخص أو شيء معين) أن تحقق نجاحاً باهراً. وقد تلقى فعالية بجو محيط غير مؤات فشلاً ذريعاً. ففي فعالية شخصية، كحفل تخرج، يسهل تهيئة الأجواء بفعل الحضور دون الحاجة إلى أي شيء آخر، فالصحبة الجيدة بين الأصدقاء يمكن أن تشكل فعالية ممتازة (انظر الشكل 10-1).

إدارة الفعاليات



الشكل 10-1

عناصر الجو المحيط
بالفعالية وخدمتها

يجب إدراك أن وجود هذه العناصر لا يعني حتمية نجاح الفعالية: قد تكون البيئة رائعة والديكور فاخرًا ومكلفًا، والطعام والشراب بكمية وجودة ممتازة، ولا تحظى الفعالية بالنجاح.

لا يمكن إجبار الناس على الاستمتاع فيما بينهم. إذا مروا بيوم سيئ أو شعروا بالغضب، فقد تحسن فعالية جيدة التنظيم مزاجهم، أو العكس.



نقطة تحقق

ما أهمية التفكير في الجو المحيط بالفعالية في مراحل التخطيط؟

من المهم التفكير في الجو المحيط بالفعالية في مراحل التخطيط لأن الجو المناسب يساعد في تنفيذ الفعالية بنجاح وفي ضمان استمتاع الحاضرين بها واستفادتهم منها. ويجب أيضًا اختيار الجو المناسب لنوع الفعالية المحددة. فعلى سبيل المثال: في ليلة افتتاح معرض فني، قد يرغب منظمو الفعالية في تقديم المشروبات والوجبات الخفيفة مع الحرص على أن يتبادل الحاضرون الحديث عن الفن.

هدف التعلم 3.3.1

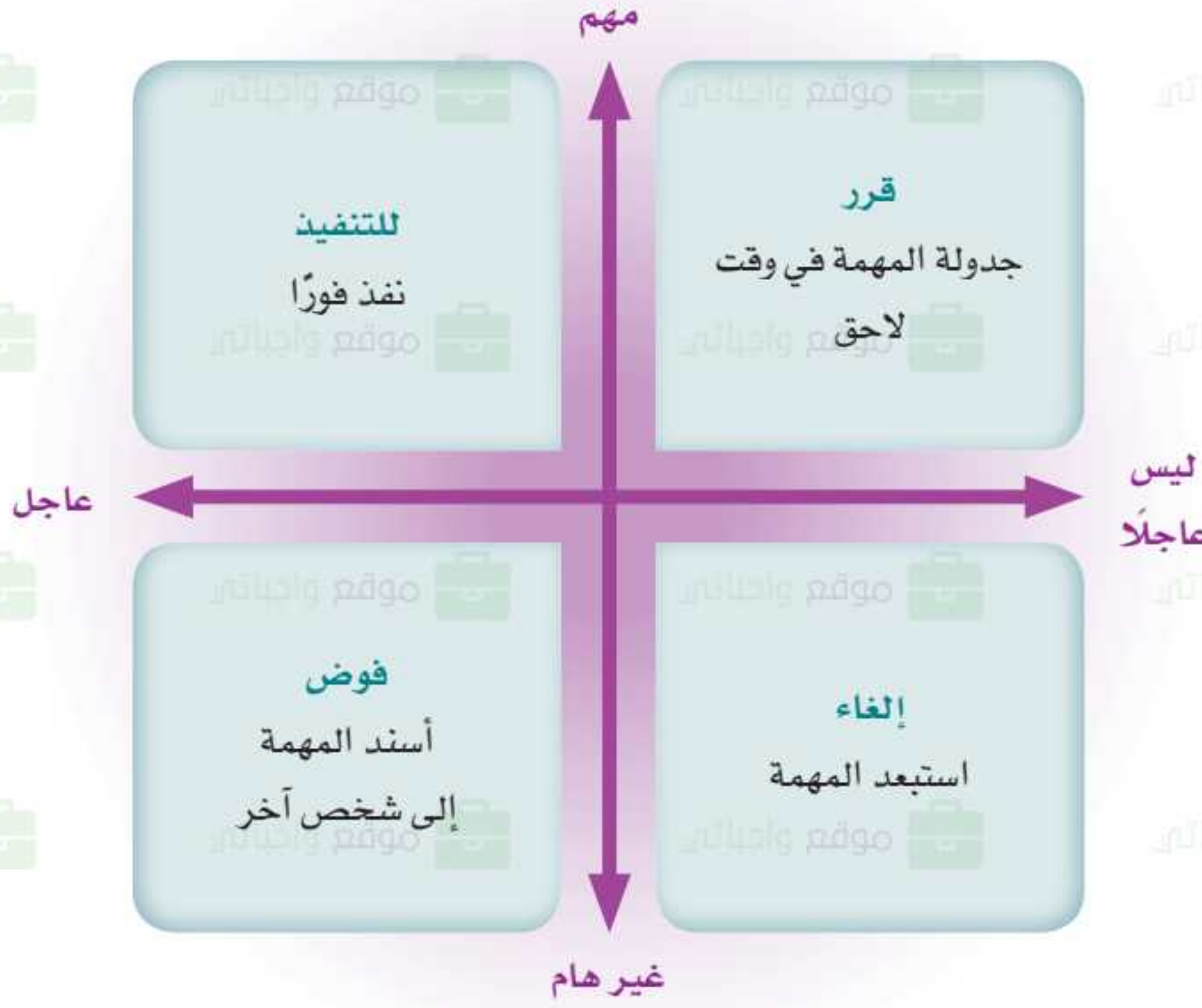
المهارات المناسبة للوظيفة

The Right Skills for the Job

مع اكتساب مديري الفعاليات المزيد من الخبرة في إدارة الفعاليات، يتحسن فهمهم للمتطلبات وقدرتهم على إدارة سمات فعالية ما. يجب أن يتمكن مديرو الفعاليات من تحديد أولويات المهام ويمكنهم استخدام مصفوفات مثل: **مصفوفة أيزنهاور** **Eisenhower Matrix** (انظر الشكل 11-1) وهي إطار عمل للإنتاجية، وترتيب الأولويات، وإدارة الوقت، للحكم على مدى أهمية المهمة والتوظيف الأفضل لوقتهم. يسهل ذلك لمدير الفعالية التركيز على النجاح الشامل للفعالية كخدمة.

الفصل 1 مقدمة في إدارة الفعاليات

الشكل 11-1



مصفوفة أيزنهاور
لماذا قد يفوض مدير
الفعالية مهمة إلى
شخص آخر لينجزها؟

الفاعلية والكفاءة

Effectiveness and Efficiency

تتمثل إحدى الخدمات الرئيسة التي يقدمها مدير الفعالية في قياس مدى إمكانية استخدام المرافق والموارد والخدمات بكفاءة، نظراً لتفرد استخدامها أو عدم انتظامها (أو ندرتها). قد تكون هذه الجوانب باهظة التكلفة تبعاً لندرة الفعاليات. سيتعين إنتاج العديد من العناصر لمرة واحدة ولا يمكن استخدامها مرة أخرى. على سبيل المثال، قد يكون إعلان اللافتة المخصص عنصراً فريداً، وبالتالي يكون باهظ التكلفة (نسبياً). ورغم ذلك يمكن استخدام لافتة تحتوي على رسالة عامة عدة مرات ويمكن تخزينها لإعادة استخدامها، مما يقلل التكلفة.

تعني مسألة القابلية للتلف أيضاً اضطرار مديري مكان الفعالية إلى استخدام مجموعة متنوعة من التكتيكات، مثل التسعير التفاضلي، لمحاولة تشجيع الأنشطة خلال الفترات الهادئة التي قد لا تباع فيها منشأة أو خدمة معروضة بالقدر نفسه، ومن الأمثلة على ذلك: إبراز السعر المخفض لخدمة التموين، على سبيل المثال، يوم الثلاثاء مقارنة بعطلة نهاية الأسبوع أو فترة الذروة حيث يرتفع الطلب على الخدمات. يبرز هذا الجانب مسألة القابلية للتلف وإذا لم تُحجز خدمة التموين في إحدى ليالي الأسبوع، فسيخسر مقدم الخدمة إيرادات تلك الليلة للأبد.

إدارة الفعاليات

بغض النظر عما إذا كان المضيف/ العميل يدير كل المهام بنفسه أو يستعين بمتعهدين خارجيين، يجب على مديري الفعاليات ضمان مستوى عالٍ من الاتصال الذي يحتاج إلى الوقت والجهد حتى في بيئة معروفة.

يجب أن يكون مديرو الفعاليات قادرين على التنبؤ بمتطلباتها مثل: التوظيف، والتكاليف، والحجم، والنطاق لجميع أنواع الفعاليات. وهذه التنبؤات ستكون بناءً على خبرتهم، وعلى ما يضعه المنظم للفعالية من أهداف وحاجات، وعلى خبرة قادة الإدارات وتوقعاتهم. تشمل العوامل التي تؤثر على التنبؤ: عدد الضيوف، وأنواع الخدمة، وخبرة الموظفين وجودتهم، والوقت اللازم لإنجاز الخدمة والمخطط الهندسي للمكان.

يتمثل أحد أدوار مدير الفعالية في ضمان نجاحها في الاهتمام الدقيق بالتفاصيل وتشجيع النتيجة المرجوة من خلال فهم حاجات العميل والحضور. من خلال فهم جميع المتطلبات، حتى غير المذكورة تحديداً، سيتمكن مدير الفعالية الناجح من اكتشاف أي أخطاء في تجهيز الفعالية.



نقطة تحقق

لماذا يجب أن يكون مديرو الفعالية متعددي المهارات؟

يجب أن يكون مديرو الفعاليات متعددي المهارات لأن ذلك يسمح لهم بفهم جميع متطلبات العميل والحاضرين. ويجب أن يتمكنوا من فهم مختلف العوامل التي تسهم في نجاح الفعالية ومن استخدام فهمهم هذا لتحديد المتطلبات التي ينبغي لهم تلبيتها من أجل تحقيق نجاح الفعالية.

3.1 تقييم الدرس

فهم مفاهيم إدارة الفعاليات

اختر الإجابة الأكثر ملاءمة مما يأتي:

1. أي مما يلي ليس من سمات الفعالية؟

أ. التفرد.

ب. القابلية للتلف.

ج. الكفاءة.

د. المواعيد الثابتة.

2. أي مما يلي عنصر غير ملموس للفعالية؟

أ. الكتيب.

ب. الجو المحيط.

ج. كوب تذكاري.

د. صور جماعية.

التفكير الناقد

3. أخبرك صديق لك حضر فعالية أن الجو المحيط كان سيئاً. قيّم إذا ما زال

بإمكانك وصف هذه الفعالية بالناجحة. برر إجابتك.

لا يمكن القول إن الفعالية لم تكن ناجحة لأن ضيفاً واحداً شعر بأن الجو سيء. فمن المحتمل أن يكون هذا الصديق قد أمضى يوماً سيئاً، أو أن الفعالية لم تكن ملائمة له. لكن، شعر جميع الضيوف الذين حضروا الفعالية بأن الجو كان سيئاً، فبدل هذا على أن الفعالية حقاً لم تكن ناجحة.

4. ما فوائد استخدام أداة تخطيط مثل مصفوفة أيزنهاور؟

عند استخدام أداة تخطيط مثل مصفوفة أيزنهاور، يتمكن مديرو الفعاليات من تحديد المهام بحسب الأولوية، والحكم على مدى أهمية المهمة، وتوظيف وقتهم على نحو أفضل. ويسهل ذلك لمدير الفعالية التركيز على النجاح الشامل للفعالية كخدمة.



4.1

كيف ترتبط إدارة الفعاليات بوظائف الأعمال الأخرى

أهداف التعلم

بعد الانتهاء من هذا الدرس ستكون قادرًا على:

1.4.1 شرح عواقب الفعاليات الخاصة لمجموعات أصحاب المصلحة.

2.4.1 وصف القضايا المشمولة في إدارة الوظائف الرئيسة للشركة.

3.4.1 تحليل تأثير عوامل بيستيل (PESTLE).

المصطلحات الرئيسة

Competing Forces

Event Stakeholder

Sub-contractor

Delegate

SWOT Analysis

قوى متنافسة

صاحب المصلحة في فعالية

مقاوم من الباطن

تفويض

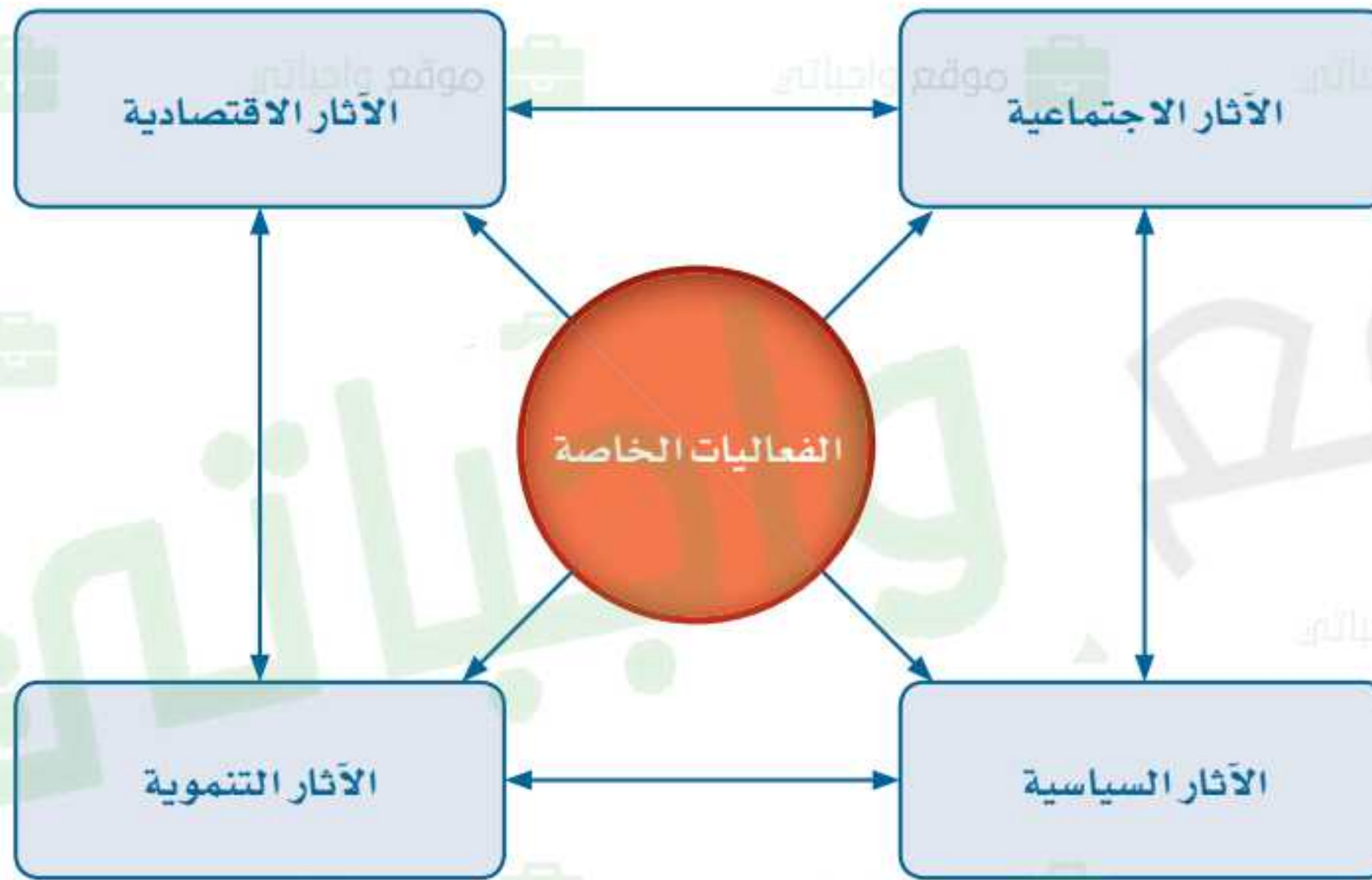
تحليل رباعي

هدف التعلم 1.4.1

إدارة أصحاب المصلحة

Managing Stakeholders

نظرًا للتنوع الكبير في الفعاليات المذكورة في الدرس 2.1، على مديري الفعاليات الإلمام بالعوامل المختلفة التي يجب وضعها بعين الاعتبار عند التخطيط لفعالية وإدارتها. حجم الفعاليات الخاصة ونطاقها يعنيان احتمالية تأثيرها على المجتمع الأوسع الذي تُقام فيه، كما هو موضح في الشكل 12-1.



وقد يتأثر التخطيط لفعالية ما **بالقوى المتنافسة Competing Forces**، وهي أفكار أو متطلبات أو مصالح لا يمكن تلبيتها أو تنفيذها في الوقت نفسه؛ لذلك يجب أن يكون مديرو الفعاليات قادرين على تحديد القوى المتنافسة المختلفة وتحليلها والموازنة بينها عند التخطيط لفعالية ما؛ وإدارتها لضمان مراعاة وجهات نظر أصحاب المصالح واهتماماتهم.



من هم أصحاب المصلحة الذين قد
يتواجدون في مؤتمر خاص بشركة ما؟

أصحاب المصلحة في فعالية Stakeholders in an Event

إنَّ صاحب المصلحة في فعالية **Event Stakeholder** هو شخص أو مجموعة من الأشخاص أو منظمة لها مصلحة في اتخاذ القرارات أو تنفيذ أنشطة معينة تتعلق بشركة أو فعالية. يختلف أصحاب المصلحة في الفعالية حسب نوع الفعالية المنعقدة. يوضح الشكل 13-1 بعض أصحاب المصلحة المحتملين المشتركين بين الفعاليات.

الشكل 13-1
أصحاب المصلحة
المحتملون لفعالية ما



نقطة تحقق

هل من المهم أن نفهم من هم أصحاب المصلحة في فعالية ما؟

من المهم أن نعرف أصحاب المصلحة في أي فعالية لأنهم الأشخاص الذين يجب تلبية متطلباتهم وتوقعاتهم.

إدارة وظائف العمل الرئيسية Managing Key Business Functions

يجب الاهتمام بإدارة الفعاليات مثلما يتم الاهتمام بإدارة أي جانب آخر من جوانب شركة. يجب أن يكون مدير الفعالية قادرًا على إدارة مجموعة وظائف العمل المختلفة والجمع بينها لتحقيق نتيجة ناجحة. يؤثر تعقيد الفعالية على مستوى المعرفة والخبرة والمهارة المطلوبة للوفاء بوظائف العمل.

كلما زاد حجم الفعالية ونطاقها وميزانياتها، ازدادت الحاجة إلى موظفين ومقاولين من الباطن **Sub-contractors** (متخصص يتقاضى مقابلًا ماديًا لقاء أداء التزام تعاقدى معين) لتنفيذ وظائف العمل المختلفة. يجب أن يكون مديرو الفعاليات قادرين على التفويض **Delegate** (إسناد مهمات أو واجبات أساسية إلى شخص آخر، ويكون - عادة - زميلًا مبتدئًا في الشركة)، والتفويض يتطلب الثقة التي تتبع من الخبرة والتطور التدريجي لعلاقات العمل والنتائج الإيجابية للفعاليات. يوضح الشكل 14-1 وظائف العمل الرئيسية فيما يتعلق بالفعاليات الخاصة.

الشكل 14-1
وظائف العمل الرئيسية
فيما يتعلق بفعالية
خاصة



نقطة تحقق

ما أهمية تفويض المسؤولية للزملاء أو المقاولين من الباطن؟

من المهم تفويض المسؤولية للزملاء أو المقاولين من الباطن لأنهم في العادة متخصصون في تأدية مهام محددة أو في تقديم خدمات معينة، لذلك يستطيعون تقديم أداء أفضل من مجالاتهم مقارنة بعامل الفعاليات غير المتخصصين الذين قد يعجزون عن تأدية المهام أو تقديم الخدمات في تلك المجالات. كذلك، يساعد تفويض المسؤولية للزملاء أو المقاولين من الباطن مديري الفعاليات على تحقيق أهدافهم بسرعة كبرى وبتكلفة أقل.



مهارات إدارة الفعاليات

التفويض

يجب أن يتمتع مدير الفعاليات الكفاء بمعرفة عملية وفهم لجميع وظائف الأعمال المختلفة؛ ولكنه غير مطالب بالضرورة بإدارة كل هذه الوظائف بنفسه. الإدارة المباشرة لجميع الوظائف غير عملية في الفعاليات الأكبر، مما يعني أن مديري الفعاليات يجب أن يعرفوا كيف ومتى يفوضون المسؤولية للآخرين، مثل: المرؤوسين أو المتعاقدين. سيكون مديرو الفعاليات الناجحون قد أقاموا علاقات عمل إيجابية مع المورددين الرئيسيين القادرين على توفير المهارات والخبرات اللازمة.

طور مهاراتك

اشرح كيف تُقرر أي المهام التي ستكملها بنفسك، وأي المهام التي يمكن أن يقدمها الخبراء بشكل أفضل.



هدف التعلم 3.4.1

تحليل تأثيرات عوامل "بيستيل" (سياسية، واقتصادية، واجتماعية، وتقنية، وقانونية، وبيئية)

Analyzing PESTLE Impacts

عند التخطيط لفعالية ما، هناك العديد من النماذج التي يمكن استخدامها لإنشاء هيكل للتخطيط وبحث قابلية تطبيق فعالية ما. النموذج الشائع الذي تُستخدم عناصره في هذا المقرر هو نموذج عوامل "بيستيل" التحليلي الذي يفحص العوامل الخارجية التي قد تؤثر على نتيجة الفعالية (انظر الشكل 1-15).

الشكل 15-1
إنفوجراف عوامل
"بيستيل"

P	- السياسية • الاستقرار والتنظيم الحكومي • القانون • البنية التحتية
E	- الاقتصادية • النمو الاقتصادي • معدلات التوظيف • السياسة النقدية • ثقة المستهلك
S	- الاجتماعية • السكانية • التربوية • أسلوب الحياة
T	- التقنية • التغيرات في تقنية المعلومات • قنوات الاتصال
L	- القانونية • قوانين العمل • لوائح الصناعة • لوائح السلامة
E	- البيئية • التنظيمات البيئية • توفير الطاقة

يدرس تحليل "بيستيل" هل البيئة الخارجية مواتية لإقامة فعالية من عدمه. الغاية من هذا التحليل هو تحديد ما إذا كان الحدث ممكناً أم لا، وتحديد المشكلات الخارجية أو عوامل الخطر التي تحتاج إلى المعالجة أو التخفيف.

عند إجراء تحليل "بيستيل"، يجب على مدير الفعاليات دراسة الظروف السياسية للموقع هل تتوافق مع إقامة الفعالية من عدمها. ويجب كذلك أن يأخذوا في الحسبان الوضع الحالي للاقتصاد والتوقعات الاقتصادية لموعد إقامة الفعالية. هل تتوافق الظروف الاجتماعية مع صناعة الفعاليات؟ إذا كان من المتوقع مثلاً حدوث انكماش اقتصادي، فقد يؤثر ذلك على عدد الحضور. ومع ذلك هناك احتمالية ترحيب منطقة ذات معدلات بطالة مرتفعة بفعالية رئيسية، نظراً لفرص التوظيف التي ستوفرها الفعالية.

وبالمثل يتأثر نجاح الفعالية أيضاً بالعوامل التقنية الخارجية. وبشكل خاص للفعاليات الافتراضية والمختلطة التي تتطلب بنية تحتية تقنية موثوقة للعمل بإتقان

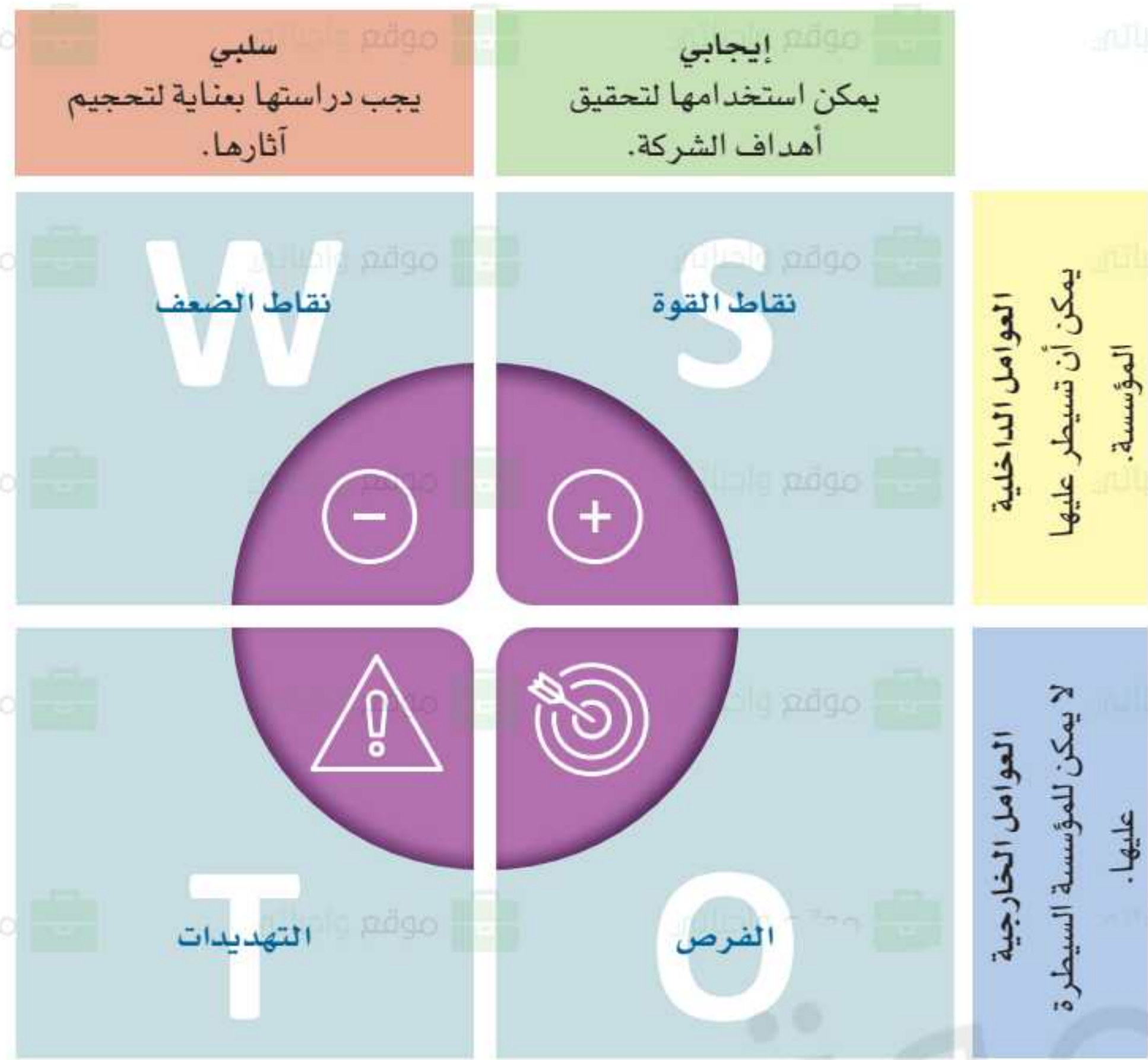
وكفاءة. أخيرًا، هل ستؤثر الاعتبارات القانونية أو البيئية إيجابًا أو سلبًا على الفعالية المحتملة؟ على سبيل المثال، هل تدعم القوانين البيئية استضافة فعالية في موقع جغرافي معين؟

أدت التطورات التقنية إلى أن يصبح العالم أشد ارتباطًا؛ لذلك عند تقييم البيئة الخارجية يجب على مديري الفعاليات وضع الظروف المحلية أو الإقليمية في الاعتبار وكذلك دراسة تأثير العوامل العالمية على النجاح.

التحليل الرباعي SWOT Analysis

لزيادة فرص نجاح فعالية ما، يمكن لمديري الفعاليات استخدام أداة أخرى وهي **التحليل الرباعي SWOT Analysis**. إنها طريقة تحليل تبحث في نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر، كما هو مبين في الشكل 16-1. بينما يركز تحليل "بيستيل" حصريًا على العوامل الخارجية، يدرس التحليل الرباعي العوامل الخارجية والداخلية التي قد تؤثر على جدوى الفعالية أو نجاحها. فقد يفصل العوامل وتأثيراتها على وظائف الشركة إلى:

- **الموارد والقدرات الداخلية:** هي الأمور التي يمكن للشركة التحكم فيها وتغييرها. يمكن إبراز نقاط القوة في المنظمة والفعالية والاستفادة منها، والتقليل من أي نقاط ضعف وإصلاحها أو تلافيها إن أمكن.
 - **العوامل الخارجية التي يجب استغلالها أو تخفيفها:** يمكن استغلال الفرص لتعزيز فرص النجاح، وكذلك مراقبة التهديدات وتحويلها إلى فرص إذا عالجها مديرو الفعاليات من ذوي الخبرة.
- إن إطار عمل التحليلين "بيستيل" والتحليل الرباعي متكاملان ويمكن استخدامهما معًا. كما يمكن للمخرجات التي ينشئها تحليل "بيستيل" أن تغذي مباشرة مدخلات العوامل الخارجية في التحليل الرباعي.



نقطة تحقق

لماذا يجب على مدير الفعالية مراعاة عوامل "بيستيل"؟

**يجب على مدير الفعالية مراعاة عوامل "بيستيل" لأنها تسمح له
بمعرفة ما إذا كانت البيئة الخارجية مواتية لإقامة فعالية أم لا؛
وبالتالي تحديد ما إذا كان الحدث ممكناً أم لا.**



أمور تخطيطية

أهمية السياق

وجود جهاز رقمي متاح يمكنه الوصول إلى جميع المعلومات المعروفة في أي وقت يمنح
مديري الفعاليات أدوات أكبر لتصوير الفعاليات والتخطيط لها مقارنة بالماضي.
تسمح الحالات الدراسية والمدونات والمنتديات التجارية بتسريع الأبحاث
وتخصيصها وإثبات نتائجها من خلال توصيات الأقران. الواقع الافتراضي قد يسمح
للمديرين ذوي الخبرة ببيع الواقع بدلاً من الرؤية.
ومع ذلك، يكون السياق أكثر فعالية عند:

- تحديد المتطلبات بدقة.
- ومعرفة من هم أصحاب المصلحة بالتحديد.
- وعندما تكون النتائج مفهومة.

ماذا تعتقد؟

ما العوائق التي قد تقيد البحث الفعال والتخطيط؟

4.1 تقييم الدرس

فهم مفاهيم إدارة الفعاليات

اختر الإجابة الأكثر ملاءمة مما يأتي:

1. التأثير الإيجابي المباشر الرئيس لفعالية سياحية هو:

أ. تدفق رأس المال إلى مجلس.

ب. زيادة عدد العمالة.

ج. زيادة ضخ رأس المال.

د. ارتفاع حركة النقل الجوي.

2. "نقاط القوة" المحددة في التحليل الرباعي هي:

أ. داخلية ومفيدة.

ب. داخلية وضارة.

ج. خارجية ومفيدة.

د. خارجية وضارة.

التفكير الناقد

3. حدد أصحاب المصلحة المحتملين لفعالية رياضية كبيرة. ما القوى المتنافسة

أو متطلبات أصحاب المصلحة التي قد يحتاجها مدير الفعالية لتحقيق التوازن؟

على الأرجح سيكون أصحاب المصلحة؛ مالكي الفعالية، والمعلنين، والحضور، والموردين، ومالكي حقوق البث التلفزيوني والفرق الرياضية أو الرياضيين، ومالكي المكان، والمجالس المحلية أو الحكومات. وقد يحتاج المدير إلى التوفيق ما بين حاجة المعلنين الذين يريدون إظهار علامتهم التجارية من جهة ومالكي المكان الذين قد يعترضون على إضافة لوحات إعلانية جديدة من جهة أخرى. ويمكن أن يخشى المجلس المحلي تدفق الزوار إلى المدينة، بينما يرغب مالكو الفعالية في جذب حشود غفيرة.

4. قيّم سبب اختيار شركة ما تفويض مسئولية مهمة تقنية لمتخصص. ما الفوائد

والمخاطر المحتملة التي يشملها هذا الأمر؟

يستطيع المتخصصون أن يواكبوا التغيرات في مجال خبرتهم. فعلى سبيل المثال: يمكن أن يواكب المتخصص في التواصل تطور استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وسواها من طرائق إيصال الرسائل إلى الجمهور، وستستفيد الشركة من المعرفة المتجددة لدى متخصص التواصل الذي يعمل لديها. ولكن من ناحية أخرى قد تتعرض الشركة إلى عدة مخاطر إذا قرر المتخصص التوقف عن العمل معها خصوصاً في حال اعتمادها كثيراً على خبرته، لأنها قد لا تجد من يستلم دوره مباشرة.

الفصل 1

التقييم

مراجعة مفاهيم إدارة الفعاليات

1. اكتب تعريفاً موجزاً لفعالية.
الفعاليات تجمع أشخاص معينين في مكان ووقت محددين، بناء على تخطيط مسبق، لتحقيق هدف أو أهداف معينة.
2. عرف ثلاثة أغراض رئيسة لإقامة فعالية.
ثلاثة من الأغراض الآتية: الدلالة على انتهاء مهمة ما، وكسر الروتين اليومي والأنشطة اليومية، وتعزيز التعاون بين الموظفين، والترويج لمنتج أو خدمة جديدة، وتشجيع السياحة والتجارة الدولية، وتعزيز القيم الوطنية.
3. صف نوعاً واحداً من الفعاليات الخاصة.
ستختلف الإجابات باختلاف نوع الفعالية التي يختار الطالب وصفها. يمكن مثلاً وصف فعالية أعمال. وفعالية الأعمال هي نوع من الفعاليات التي تنظمها شركة أو مؤسسة لتلبية حاجة معينة، مثل الحاجة إلى إطلاق منتج أو ترويجه، أو الحاجة إلى جمع العاملين من مواقع مختلفة للتعرف على بعضهم بعضاً، وتعلم سبل التعاون. وتتخلل فعاليات الأعمال في العادة مزيجاً من العروض التقديمية، والندوات أو ورش العمل، وفرص التواصل بين الحاضرين. وتقدم الوجبات والمشروبات للمشاركين أثناء حضورهم الفعالية.

4. قارن بين نوعين مختلفين من الفعاليات.

ستختلف الإجابات باختلاف نوعي الفعاليات اللذين يختار الطالب المقارنة بينهما. يمكن مثلاً مقارنة مهرجان في الشارع والمباراة النهائية لبطولة كرة القدم. ففي العادة تستمر مهرجانات الشوارع طيلة عطلة نهاية الأسبوع أو يوماً واحداً أو عصر يوم واحد. ويرغب الحاضرون في الاستمتاع برفقة الأحياء وصنع الذكريات. ولا بد من توفير الترفيه والأطعمة والمشروبات طوال مدة الفعالية. أما في المباراة النهائية لبطولة كرة، فيتوقع الحاضرون أجواءً حماسية وأمنة. ويفضلون أيضاً أن يكون الوصول إلى الموقع والتجول فيه سهلاً، وأن تكون الأطعمة والمشروبات متاحة بأسعار مناسبة وسهلة الشراء. وتركز الفعالية في الأساس على المباراة الرياضية، إلا أنه من الممكن توفير وسائل ترفيه إضافية. ولن تستغرق المباراة النهائية في دوري كرة القدم أكثر من ساعتين ونصف، لكن قد يضاف إلى هذه المدة وقت إضافي قبل المباراة وبعدها.

5. اشرح العوامل التي قد تزيد من تعقيد فعالية.

العوامل التي قد تزيد من تعقيد فعالية هي: الحجم (حجم الفعالية / عدد الحاضرين المتوقع)، والنطاق (ما ستغطي عليه الفعالية ونطاق الأنشطة التي ستقام)، والميزانية (المال المتاح للإنفاق على الفعالية)، ومجموعة مهارات إدارة الفعالية للموظفين العاملين على الفعالية (الموظفون الذين يتمتعون بمجموعة مهارات متقدمة أو متطورة أكثر سيتمكنون من تنظيم فعاليات أكثر تعقيداً)، والوقت (كم هناك من الوقت قبل بدء الفعالية، والوقت الذي ستستغرقه) والتوافر (توافر الأماكن والخدمات).

6. اختر فعاليةً وصمم خطة فعالية موجزة تهدف إلى تقليل آثار عدم اليقين على الفعالية.

مثال على الإجابة: الفعالية هي مهرجان في إحدى القرى. الحجم: يسكن حوالي ١٠,٠٠٠ شخص في القرية، وقد جذبت مهرجانات سابقة حوالي ٤,٠٠٠ شخص من السكان و ٢,٠٠٠ زائر. وهناك مسعى إلى توفير مرافق تسع لنحو ٧,٠٠٠ شخص. ونظراً إلى حجم الفعالية، يجب توفير الكثير من المعلومات المجانية. يجب أن نفوض مهام التسويق والتواصل لأحد الخبراء. وستقام الفعالية في فصل الصيف، لذلك يجب توفير الكثير من المظلات والمشروبات الباردة. ولدينا ميزانية كبيرة نسبياً، ويجب تخصيص جزء منها لأجرة عاملي الترفيه والأمن الذين سيعملون على ضمان شعور الزوار بالأمان والسعادة. وسندعو بائعين مستقلين لبيع الأطعمة والمشروبات خلال الفعالية لضمان توفر خيارات متنوعة منها للحاضرين.

7. صف خصائص نوع واحد من الفعاليات.

مثال على الفعالية: المباراة النهائية لكأس العالم لكرة القدم. التفرد: هذه أكبر فعالية لكرة القدم في العالم ويمكن مقارنتها بالألعاب الأولمبية الصيفية. القابلية للتلف: تُقام هذه الفعالية في دولة مختلفة كل أربع سنوات، ومن غير المرجح أن يستضيفها الموقع نفسه مجدداً في المستقبل القريب. وسيلغ الحضور القدرة الاستيعابية القصوى للإستاد. عدم القابلية للمس: يستمتع الحاضرون بالمباراة عن طريق المشاهدة من المدرجات. الاتصال والتفاعل الشخصي: سيكون الحاضرون قريبين بعضهم من بعض. كثافة العمالة: يحتاج التنظيم إلى أعداد كبيرة من العاملين نظراً إلى عدد الحاضرين الهائل المتوقع. المواعيد الثابتة: موعد المباراة النهائية محدد ولا يمكن تغييره.

8. وضح كيف يمكن للجو المحيط بالفعالية أن يؤثر على فرص نجاحها.

باستخدام مثال افتتاح معرض فني جديد: تهدف هذه الفعالية إلى ترويج المعرض وبث الحماس بشأن زيارته. وفي المعارض، يُستحسن تقديم الوجبات الخفيفة والمشروبات ذات الجودة العالية. وسيقف الضيوف ليتأملوا القطع المعروضة خلال الفعالية. ويمكن للموسيقى في الخلفية أن تحسّن جو الفعالية. ويجب دعوة الأشخاص المعنيين في مجال الفن إلى الفعالية، إضافة إلى الجماهير غير المتخصصة لكي يتبادل المتخصصون وغير المتخصصين الآراء والمحادثات المثيرة للاهتمام. ويجب اختيار الضيوف القادرين على التحدث بطريقة لافتة عن المعرض.

9. صِف اثنتين من الأدوار الرئيسة لمنظم الفعالية، ووضح أهمية كل منهما.

تعزيز فعالية وكفاءة الفعالية عبر تقييم فعالية استخدام المرافق والموارد والخدمات. ضمان مستوى عالٍ من التواصل بين مختلف الأطراف المعنية في تنظيم الفعالية. توقع متطلبات الفعالية مثل: العاملين، وعدد الضيوف، وأنواع الخدمات، والوقت اللازم وغيرها. الانتباه إلى التفاصيل وفهم جميع متطلبات الفعالية.

10. حدد ثلاثة من أصحاب المصلحة الرئيسيين في فعالية خاصة من اختيارك.

باستخدام مثال الألعاب الأولمبية الصيفية كفعالية خاصة: المالك: اللجنة الأولمبية الدولية. الحضور: الرياضيون ومشجعوهم، والشخصيات المرموقة، وغيرهم من الضيوف المهمين، والمتفرجون. الحكومة: المجالس المحلية للقرى والمدن المشاركة.

11. صِف وظائف العمل الرئيسة التي قد تؤثر على فعالية.

المالية: الميزانية المالية المتاحة للفعالية. الإنتاج: تحضير وطباعة المواد الترويجية والتسويقية والتفسيرية. العمليات: إدارة الموظفين والمقاولين من الباطن والعناصر الأخرى. التوزيع: وضع استراتيجية تسويق فعالة. الموارد البشرية: توظيف الأشخاص اللازمين لضمان تلبية متطلبات العمالة وأن العاملين يتمتعون بالمهارات اللازمة.

12. صِف عاملين من عوامل "بيستيل"، وافحص كيف يمكن أن يؤثر هذان العاملان على فعالية.

أي عاملين من العوامل الآتية: السياسية: قد تعتمد الفعالية على البنى التحتية، مثل الطرقات أو وسائل النقل العامة؛ فقد لا تتمكن حكومة غير مستقرة من تنظيم فعاليات كبيرة؛ وقد تمنع الأنظمة إقامة بعض الفعاليات. الاقتصادية: قد لا يرغب الناس في حضور الفعالية إذا لم يكونوا قادرين على تحمل التكلفة؛ وقد يحتاج الأشخاص المحليون إلى أجور عالية للعمل في الفعاليات. الاجتماعية: تعتمد طريقة تواصل منظمي الفعالية مع الحاضرين ومع بعضهم بعضاً. القانونية: تؤثر في الإجراءات التي يحق أو لا يحق للعاملين في الفعالية اتخاذها؛ وتؤثر تنظيمات الصحة والسلامة في تنظيم الفعالية وشؤونها اللوجستية. البيئة: قد تسود بعض الأنظمة المتعلقة بتوفير الطاقة أو أنظمة بيئية مثل منع تراكم النفايات.

طَوَّر لِفَتَكَ فِي إِدَارَةِ الْفَعَالِيَةِ

الدرسان 1 و2: صل المصطلحات الرئيسة (1 - 16) بالتعريفات (أ - ع).

المصطلح	اختيارك	التعريف
1. حضور	ز	أ. تجمعات لأشخاص معينين في مكان ووقت محددين، بناءً على تخطيط مسبق، لتحقيق هدف أو أهداف معينة.
2. فعالية أعمال	هـ	ب. نوع من الفعاليات، غالباً يُنشأ بواسطة الحكومات أو المنظمات أو الهيئات التجارية الصناعية، ويستخدم بشكل شائع للترويج لابتكار أو تطوير حلول للتحديات أو لتشجيع التجارة والمبيعات.
3. وظيفة الأعمال	ن	ج. فعالية كبيرة وذات أثر عالمي تعقد فيها عادةً صفقات رعاية مثمرة ويشاهدها ملايين المتابعين حول العالم.
4. احتفالية	ك	د. شخص أو منظمة تدفع المال أو تقدم خدمة أو منتجاً مقابل الحصول على حق الارتباط بالفعالية.
5. تعقيد في الفعاليات	س	هـ. تجمع المهنيين أو المهتمين بصناعة أو قطاع معين حيث يكون الهدف الأساسي هو تنفيذ الأنشطة المتعلقة بالأعمال، مثل بيع الخدمات أو إجراء البحوث أو مقابلة العملاء.
6. فعالية	أ	و. الشخص أو الشركة ممن ينظمون فعالية، أو تُنظم الفعالية باسمهم.
7. مضيف الفعالية	و	ز. الأشخاص الذين يحضرون فعالية.
8. معرض	ب	ح. تصرف رسمي أو مجتمعي معين يؤدي بالطريقة نفسها في كل مرة وهو قائم على تقليد ما.
9. فعالية رئيسة	م	ط. فعالية ذات مقاصد متميزة بوضوح عن الفعاليات اليومية، وعادة ما يُنظر إليها على أنها مهمة.
10. فعالية ضخمة	ج	ي. فعاليات محدودة النطاق تلقى اهتماماً شخصياً أو محلياً وقد يصل تأثيرها إلى النطاق الإقليمي.
11. فعالية صُغرى	ي	ك. تتسم بالرونق أو الرسمية.
12. عادات	ح	ل. عناصر الفعاليات التي قد لا تكون معروفة بالكامل مقدّماً.
13. فعالية خاصة	ط	م. فعالية متوسطة إلى كبيرة الحجم ذات اهتمام وطني أو دولي كبير.
14. راعٍ	د	ن. وحدة أو قسم في الشركة يكون مسؤولاً عن تنفيذ مجموعة معينة من الأنشطة، مثل: التمويل، والترفيه، والأمن.
15. تصنيف نوعي للفعاليات	ع	س. عدد العناصر التي قد تؤثر على تخطيط الفعالية ومستوى الصعوبة أو العمل المطلوب للتعامل مع هذه العناصر.
16. عدم اليقين في الفعاليات	ل	ع. تصنيف قائم على الأنواع أو الفئات.

الدرسان 3 و4

صل المصطلحات الرئيسة (1 - 14) بالتعريفات (أ - ن).

المصطلح	اختيارك	التعريف
1. جو محيط	ز	أ. يحتاج إلى عدد كبير من الموظفين لضمان تسيير الفعالية بسلاسة وكفاءة.
2. إنهاء الأعمال	د	ب. إبرام تعاقد مع شركة أخرى لتقديم منتج أو خدمة معينة.
3. سعة	هـ	ج. شيء يمكن حمله و/ أو لمسه.
4. قوى متنافسة	ك	د. أداء أنشطة إنهاء الأعمال، مثل: تنظيف الموقع وتفكيك البنية التحتية.
5. تفويض	م	هـ. عدد الأفراد الإجمالي الذي يمكن استيعابه.
6. مصفوفة أيزنهاور	ح	و. شيء لا يمكن حمله أو لمسه.
7. صاحب المصلحة في فعالية	ن	ز. شعور أو مزاج مرتبط بمكان أو شخص أو شيء معين.
8. غير ملموس	و	ح. إطار عمل للإنتاجية، وترتيب الأولويات، وإدارة الوقت.
9. كثيف العمالة	أ	ط. لا يمكن تكرارها بالطريقة نفسها تمامًا.
10. تعهد خارجي	ب	ي. متخصص يتقاضى مقابلًا ماديًا لقاء أداء التزام تعاقدي معين.
11. قابلة للتلف	ط	ك. أفكار أو متطلبات أو مصالح لا يمكن تلبيتها أو تنفيذها في الوقت نفسه.
12. مقاول من الباطن	ي	ل. طريقة تحليل تبحث في نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر.
13. تحليل رباعي	ل	م. إسناد مهمات أو واجبات أساسية إلى شخص آخر، ويكون - عادة - زميلًا مبتدئًا في الشركة.
14. ملموس	ج	ن. شخص أو مجموعة من الأشخاص أو منظمة لها مصلحة في اتخاذ القرارات أو تنفيذ أنشطة معينة تتعلق بشركة أو فعالية.

مهمة البحث

حدد مقالاً يلخص فعالية نُشرت في صحيفة محلية. يجب أن تحدد المقالة الغايات والأهداف والأنشطة المستخدمة لتلبية حاجات مضيفي الفعالية. أكمل ما يلي:

1. حدد فئة الفعالية المختارة، باستخدام أدلة من مقالتك.
فعالية رياضية: يتناول المقال إقبال المدارس في جدة بمناسبة فعالية فورمولا ١ في عطلة نهاية الأسبوع.
2. حدد الغاية الرئيسة من الفعالية.

لكي يتنافس السائقون على لقب بطل العالم للفورمولا ١ ولكي يستمتع المتفرجون بالفعالية.

3. صف الأنشطة الرئيسة في الفعالية.
تشمل الأنشطة الرئيسة السائقين الذي يتسابقون على حلبة السباق ويتنافسون لإنهاء المسار بسرعة، وحفل تسليم جوائز المركز الأول والثاني والثالث، وأنشطة للمشاهدين، مثل المحلات التجارية حيث يمكنهم شراء السلع، ومرافق تقديم الطعام حيث يمكنهم شراء المأكولات والمشروبات.
4. حدد مستوى تعقيد الفعالية.

هذه الفعالية معقدة، فهي تتطلب العديد من العناصر المختلفة لتحقيق النجاح، بما في ذلك تنظيم عنصر السباق فيها، وتنظيم الإقامة والنقل، وتقديم الطعام لكل من السائقين والمتفرجين، بالإضافة على بيع المساحات الإعلانية وحقوق البث.

5. صف الطرائق التي قد يقلل بها مدير الفعالية من المخاطر التي تتعرض لها الفعالية.
المسار وقرية المعجبين دئمان، ما يعني أنهما خضعا للتجربة والاختبار، وانصب الكثير من التفكير على تدفق الناس.
6. صف جمهور الفعالية.

السكان المحليون الذين يبحثون عن الترفيه، والمعجبون بالرياضة الذين يزورون جدة من أجل الجائزة الكبرى، والسياح الدوليون الذين يريدون التجول.

7. عرف واشرح أصحاب المصلحة الرئيسيين في الفعالية.
أصحاب المصلحة الرئيسون في الفعالية هم: (١) المنظمة المضيفة (التي تملك المسار)، (٢) المجتمع المضيف (سكان جدة)، (٣) رعاة الفعالية الذين دفعوا المال من أجل الإعلان، (٤) المؤسسات الإعلامية التي بثت الفعالية أو أخطرت عنها، (٥) الموظفون الذين عملوا على تنظيم الفعالية، (٦) المشاركون (السائقون في السباق) والمتفرجون.

8. ناقش العوامل الخارجية الرئيسة التي ربما أثرت على الفعالية.

العوامل الخارجية الرئيسة التي ربما أثرت على الفعالية هي الرياضية والثقافة والترفيه، إلى جانب سياحة الفعاليات التي ترتبط بسعي المملكة العربية السعودية إلى جذب المزيد من السياح وتحقيق رؤية السعودية ٢٠٣٠.
مهمة التفكير

تذكر فعالية كنت فيها بين الجمهور. أجب عن الأسئلة الآتية:

1. ما نوع الفعالية التي حضرتها؟ ما الغاية الرئيسة من الفعالية؟

حضرت فعالية الجائزة الكبرى في جدة في العام ٢٠٣٠. وكانت الغاية الرئيسة بالنسبة إلى سائقي فورمولا ١ التنافس على الفوز في المسابقة من خلال بلوغ الخط النهائي أولاً، وبالنسبة إلى المتفرجين كانت الغاية الرئيسة مشاهدة السباق والاستمتاع فيه.
2. ما أسباب الأنشطة المختارة؟

قررت أن أذهب مع أصدقائي للمشاركة في فعاليات قرية المعجبين لأننا لم نرغب في البقاء ضمن الحشود طيلة الفعالية. وفي النهاية، كانت تجربتنا جيدة جداً وتعرفنا إلى أصدقاء جدد.

3. اشرح مدى نجاح الأنشطة المختارة في تحقيق غاية الفعالية.

استمتعت بتجربة الألعاب في قرية المعجبين. ومن الواضح أن الفعالية صُممت بطريقة تساعد الحاضرين على التجول بسهولة، وقد نالت المسارات إعجابي.

4. هل كانت الفعالية مدارة جيداً؟ اشرح إجابتك.

أظن أن الفعالية كانت مدارة جيداً، وشعرت بأن مصممي الفعالية استفادوا من خبرتهم في السنوات الماضية لتحسين الفعالية. فعلى سبيل المثال: صُممت قرية المعجبين بطريقة تراعي العائلات، لذلك احتوت بعض الأماكن على الكهرباء والتكييف. ودل تفرق الحشود على ضبط الفعالية، على الرغم من أنني شعرت بالقلق لهذا السبب قبل يوم الفعالية.

5. ما الذي كنت ستفعله بشكل مختلف إذا كنت تدير الفعالية؟

أظن أنني كنت سأنبه المشاركين عن الضجيج الذي تصدره السيارات. فمن الصعب تخيل هذا الضجيج قبل الوصول وسماعه. ولو أدركت ذلك من قبل، لأحضرت معي جهازاً لإغلاق الأذنين أو حمايتهما. وكنت سأؤكد أيضاً من توفر كمية كافية من مياه الشرب للمتفرجين أيضاً.

حالة دراسية أولى

ألعاب نيوم الشاطئية 2022

سباق الدراجات الصحراوي "تيتان"
هو سباق يتسم بقوة التحمل والتكيف.



موقع "نيوم"

أهداف التعلم

- الغاية من هذه الحالة الدراسية هي فحص سبب إقامة الفعاليات، وكيف تقرر المنظمات أنواع الفعاليات التي ستحدث أقصى تأثير وتلبي حاجاتها على المدى القريب والبعيد. تتضمن الحالة الدراسية الأهداف الآتية:
- فهم الغاية من إقامة "نيوم" فعاليةً سنويةً للألعاب الشاطئية.
- شرح مستويات التعقيد وعدم اليقين في كل فعالية لاحقة للألعاب الشاطئية.
- تحليل كيفية تأثير الوظائف الداخلية، والعوامل الخارجية على التخطيط

مربع الحقائق

- أطلقت "ألعاب نيوم الشاطئية في عام 2022"، وهي تجمع بين الفعاليات الرياضية الرائدة ذات المستوى العالمي والرياضيين ذوي الأداء الرفيع من أكثر من 25 دولة.
- تتميز بخمس رياضات ديناميكية: ركوب الأمواج بالطائرة الورقية، والترياتلون، وكرة السلة 3 × 3، وكرة القدم الشاطئية، وركوب الدراجات في الجبال.
- تستغرق الفعالية ستة أسابيع.
- جزء من المشروع الأوسع لرؤية السعودية 2030.

للفعالية وتشغيلها.

مشروع "نيوم" عبارة عن تطوير بمساحة 26,500 كيلومتر مربع على طول البحر الأحمر وخليج العقبة. ومن المتوقع أن يكلف المشروع 500 مليار دولار أمريكي، بتمويل من صندوق الاستثمارات العامة في المملكة العربية السعودية (PIF) وكبار المستثمرين من جميع أنحاء العالم. صُممت "نيوم" لتوفير أكثر من 380 ألف وظيفة جديدة بحلول عام 2030 وللمساعدة في ضمان مستقبل اقتصادي مستقر للمملكة العربية السعودية ومواطنيها.

كعنصر مهم في رؤية السعودية 2030، غاية "نيوم" هي جعل العالم مكاناً أفضل بتسخير التقنيات الجديدة لتصبح حافزاً للتغيير.

يضم مشروع "نيوم" 14 قطاعاً مختلفاً. يرتبط الكثير منها بتكوين الثروة، مثل: التصميم، والبناء، والتصنيع. وتُعد الرياضات أحد القطاعات الأربعة عشر، والتي تلعب دوراً مزدوجاً: توليد الدخل السياحي والترويج لـ "نيوم" كوجهة سياحية لجمهور العالم.

تضمنت ألعاب "نيوم" الشاطئية الأولى، التي أقيمت في عام 2022، رياضة ركوب الأمواج بالطائرة الورقية، وكرة القدم الشاطئية، وركوب الدراجات في الجبال، والترياتلون، وكرة السلة. اختيرت المواقع بعناية لتسليط الضوء على المناظر الخلابة في المملكة العربية السعودية، من كرة السلة في منطقة شاطئ البحر الأحمر إلى مسابقة سباق الدراجات الصحراوية "تيتان"، الذي يخترق الأخاديد والمناطق الجبلية.

صُممت رياضات "نيوم" الشاطئية لدمج الأنشطة الشائعة والمنتشرة في المملكة العربية السعودية، وكذلك في الدول ذات الفرص الاستثمارية، وتهدف على المدى البعيد إلى تعزيز بيئة معيشية نشطة للمجتمعات المحلية والمقيمين من غير السعوديين فيها عبر تطوير مرافق متقدمة الأداء للفعاليات الرياضية الرئيسية. تُعد الألعاب جزءاً من رؤية المملكة العربية السعودية لتصبح وجهة رئيسة للفعاليات الرياضية، من الألعاب الشاطئية ودوري ليف غولف إلى دورة الفصل 1 التقييم

الألعاب الآسيوية الشتوية لعام 2029 في "تروجينا"، والمقرر لها أن تكون أول منتجع للتزلج في المملكة.

صُممت رؤية السعودية 2030 للسماح للمملكة بتنويع اعتمادها على النفط والمنتجات القائمة على النفط كمصدر رئيس لدخلها. تعتبر الألعاب الشاطئية، وهي جزء لا يتجزأ من الخطة، فعالة وحيوية ليرى العالم الطرائق التي يمكن للمملكة العربية السعودية من خلالها التكيف مع حاجات المؤسسات والتحديات المختلفة، مع الحفاظ على الثقافة السعودية.

ولتنظيم فعاليات رياضية مستقبلية في المملكة العربية السعودية، سيحتاج منظمو الفعالية إلى التغلب على المشكلات المحتملة مثل: الحاجة إلى توفير الثلج للألعاب الشتوية، وتوافر وملاءمة الطاقة اللازمة لمحطات تحلية المياه، ومصالح الفعاليات الراسخة ورعاية الفعالية.

أسئلة للمناقشة

1. كيف تساعد الألعاب الشاطئية على تلبية حاجات "نيوم" التسويقية والترويجية؟

تشكل الألعاب الشاطئية فعالية رئيسة ومن المتوقع أن تجذب أعدادًا كبيرة من الحاضرين، لذلك يمكنها أن تساعد في زيادة الوعي بعلامة نيوم التجارية على المستوى الدولي؛ ما يؤدي إلى استقطاب أصحاب المصلحة من دول مختلفة.

2. لِمَ تركز الحكومة السعودية فعاليات مثل الرياضات الشاطئية؟

وضعت المملكة العربية السعودية هدفًا وهو استضافة الفعاليات الرياضية الرئيسية من أجل ترويج السياحة في المملكة وتُعطي هذه الفعالية فرصة لزيادة الوعي بقدرات المملكة باعتبارها وجهة سياحية.

3. ما أنواع أصحاب المصلحة الخارجيين المحتمل أن يهتموا بالرياضات الشاطئية؟ وما الفوائد التي ستعود عليهم؟

مجموعتا أصحاب المصلحة الرئيستان هما:

١) الحاضرون الذين سيستفيدون من المشاركة في الفعالية، والضيوف أو الجماهير الذين يتوقعون الاستمتاع بالترفيه، و ٢) المورّدون (مثل المتخصصين في التمويل والإعلام) الذين تربطهم بالفعالية علاقات عمل ويتوقعون تحقيق الأرباح من خلالها.

4. اشرح التأثير الخارجي الأكبر على الرياضات المستقبلية.

التأثير الخارجي الأكبر الذي يجب أخذه بالاعتبار في المستقبل هو مدى اهتمام الحضور ورعاية الفعالية بالمشاركة فيها لأن مشاركتهم تؤثر في حجم الفعاليات المستقبلية وميزانيتها. وسيعتمد مستوى الاهتمام على مدى نجاح الفعالية الأولى في تلبية توقعات الحضور وتحقيق عائدات قيمة لرعاية الفعالية.



التخطيط لفعالية

إعداد مقترح

أنت تعمل في شركة لإدارة الفعاليات. لقد طُلب من فريقك إعداد مقترح يوضح كيفية تخطيط الشركة لفعالية بناء الفريق لشركة أرامكو. ستقام الفعالية في غضون 12 أسبوعًا وسيحضرها 100-150 من كبار المسؤولين التنفيذيين. يجب أن يستخدم مقترحك الوسائل البصرية لمصاحبة العرض الشفهي، ويجب أن يغطي النقاط التالية:

1. تحليل مستوى التعقيد وعدم اليقين بشأن الفعالية، مع إبراز كيفية تعزيز فرص النجاح.
2. تحديد سمات الفعالية.
3. تحديد أصحاب المصلحة الرئيسيين والعوامل الخارجية، وشرح التأثير المتبادل مع الفعالية.

يجب ألا يزيد عرضك التقديمي عن 10 دقائق. وقد يتلقى العميل المحتمل عروضًا من شركات إدارة الفعاليات المنافسة؛ لذلك يجب أن تقنع العميل بأن عرض فريقك هو الأفضل.

