

تو عرب

منتدى تو عرب التعليمي

www.arabia2.com/vb

موقع تو عرب التعليمي

www.arabia2.com/vb

التدريب المجتمعي

الحقيبة التدريبية
إدارة الفعاليات والمناسبات
(بنين & بنات)





مقدمة

الحمد لله وحده والصلاة والسلام على من لا نبي بعده، محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه،

وبعد:

من منطلق حرص المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني وتماشيا مع تحقيق رؤية التحول الوطني والمساهمة في الخدمة المجتمعية رأيت أن تتقدم خدمات تدريبية بعض الحقائق التدريبية بشكل مبسط في محتوى تدريبي تقديمه في دورات قصيرة لا تتجاوز ١٦ ساعة تدريب في الأسبوع، تُقدم لجميع شرائح المجتمع الراغبين في اكتساب مهارات في أحد التخصصات التي تهمهم في حياتهم اليومية.

وتتناول هذه الحقيبة التدريبية " إدارة الفعاليات والمناسبات " لمتدربي برامج التدريب المجتمعي

موضوعات حيوية تتناول الثقافة المهنية واكتساب المهارات الأولية لهذا البرنامج التدريبي.

أُتقنا
OTI QEN

والإدارة العامة للمناهج وهي تضع بين يديك هذه الحقيبة التدريبية تأمل من الله عز وجل أن تسهم بالشكل مباشر في تأصيل المهارات الضرورية اللازمة، بأسلوب مبسط يخلو من التعقيد، مدعم بالتطبيقات والأشكال التي تدعم عملية اكتساب هذه المهارات.

والله نسأل أن يوفق القائمين على إعدادها والمستفيدين منها لما يحبه ويرضاه، إنه سميع مجيب

الدعاء.



الفهرس

رقم الصفحة	الموضوع
١	مقدمة
٢	الفهرس
٣	تمهيد
٤	الوحدة الأولى: مقدمة عن إدارة الفعاليات والمناسبات وأنواعها.
١١	التمرين الأول: حصر أهم أنواع الفعاليات التي تقام في المملكة العربية السعودية وأبرز سماتها
١٢	الوحدة الثانية: إدارة الفعاليات
٣٢	التمرين الثاني: تعداد مراحل إدارة أهم فعالية تقام في المنطقة.
٣٣	الوحدة الثالثة: تخطيط الفعاليات
٤٢	التمرين الثالث: تختار كل مجموعة أهم فعالية في منطقتهم، ثم تحدد أهم عوامل النجاح، والعوامل المؤثرة في الفعالية، وتقييم الفعالية.
٤٣	الوحدة الرابعة: التسويق ورعاية الفعاليات
٤٨	التمرين الرابع: تقوم كل مجموعة بابتكار فعالية وتجييب على الأسئلة في الجدول صفحة ٥٠
٤٩	المراجع



تمهيد

الهدف العام من الحقيبة :

يهدف هذا البرنامج إلى إكساب المتدربة المهارات والمعلومات الأساسية في إدارة الفعاليات والمناسبات.

تعريف بالحقيبة :

تقدم هذه الحقيبة المفاهيم الأولية الأساسية لمفهوم إدارة الفعاليات والمناسبات وشرح أنواعها، وطرق إدارة الفعالية، وتخطيط الفعاليات والمناسبات، والتسويق ورعاية الفعاليات.

الوقت المتوقع لإتمام التدريب على مهارات هذه الحقيبة التدريبية :

يتم التدريب على مهارات هذه الحقيبة في ١٦ ساعة تدريبية، موزعة كالتالي:

الوحدة ١ :	مقدمة عن إدارة الفعاليات والمناسبات وأنواعها	٤ ساعات تدريبية
الوحدة ٢ :	إدارة الفعالية	٤ ساعات تدريبية
الوحدة ٣ :	تخطيط الفعالية	٤ ساعات تدريبية
الوحدة ٤ :	التسويق ورعاية الفعاليات	٤ ساعات تدريبية

الأهداف التفصيلية للحقيبة :

من المتوقع في نهاية هذه الحقيبة التدريبية أن يكون المتدرب قادراً على أن:

- ١ . يعرف مفهوم إدارة الفعاليات والمناسبات ويشرح أنواعها.
- ٢ . يدير الفعالية لتفادي المخاطر التي قد تقع أثناء الفعالية.
- ٣ . يخطط ويصمم فعالية وفق احتياجات السوق.
- ٤ . يطبق مهارات التسويق للفعالية وطرق كسب رعاة لها.



الوحدة الأولى: مقدمة عن إدارة الفعاليات والمناسبات وأنواعها

تشهد صناعة الفعاليات والمناسبات تطوراً هائلاً في العديد من الدول حول العالم بشكل عام وفي المملكة العربية السعودية بشكل خاص. ومما يؤكد ذلك تنافس الدول على استضافة العديد من الفعاليات العالمية سواء التجارية أو الرياضية أو الثقافية لكونها تحقق أثراً إيجابياً في الاقتصاد القومي للدولة المستضيفة. وإيماناً بأهمية هذه الصناعة فقد أتت رؤية ٢٠٣٠ لتعزز دور صناعة السياحة والضيافة والفعاليات لتكون إحدى ركائز الدخل البديل عن البترول.

تأريخ نشأة الفعاليات والمناسبات:

لا يمكن تحديد وقت معين لتأريخ ونشأة الفعاليات والمناسبات؛ ولكن من البديهي معرفة أن بداية تكتلات الأمم والحضارات في بيئات ومناطق جغرافية محددة قد أحدثت اجتماعات ومناسبات لغايات مختلفة سواء دينية، أو ثقافية أو ترفيهية. ومن أمثلة ذلك أداء فريضة الحج التي أمر الله عز وجل نبيه إبراهيم عليه السلام ليدعوا الناس من أقطار الأرض ليأتوا مكة وأداء فريضة الحج. قال الله تعالى (وَأَدِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ) سورة الحج آية (٢٧). وكذلك اجتماع الناس لحدث ثقافي ومثاله عيد يوم الزينة في زمن الفراعنة وعهد رسالة موسى عليه السلام بمصر؛ وقد جاء ذكر ذلك في قول الله عز وجل (قَالَ مَوْعِدُكُمْ يَوْمَ الزَّيْنَةِ وَأَنْ يُحَشَرَ النَّاسُ ضُحًى) سورة طه آية (٥٩). وكذلك سوق عكاظ في الطائف حيث يعود تاريخه إلى عصر ما قبل الإسلام وتم تحديثه في وقتنا الحالي ليحاكي ما كان عليه في السابق في فعاليات سوق عكاظ.

وكذلك مناسبات رياضية مثل ألعاب الأولمبياد التي بدأت في أولمبيا اليونانية في العام ٧٧٦ قبل الميلاد ولا زالت مستمرة إلى يومنا هذا.

ومما سبق يتضح بأن تاريخ الفعاليات والمناسبات متأصلة في الحضارات البشرية وفق إمكانياتها ونمط معيشتها وبيئتها التي عاشت فيه. إلا أن هناك منعطفات بارزة أحدثت تغييراً جذرياً في كثير من مناحي الحياة ومن أهمها الثورة الصناعية وكذلك الثورة التقنية.



الثورة الصناعية:

قدمت الثورة الصناعية خدمات عظيمة للإنسان ومن أهمها وسائل النقل بأنواعها مما ساهمت في سهولة تنقل الناس وازدياد حركة السياح بين الدول. الثورة التقنية: لا شك أن التقنيات الحديثة ومنها الإنترنت والأجهزة الذكية والتقنيات المتطورة ساهمت بشكل كبير في التأثير على مستخدميها لحضور الفعاليات والمناسبات والاستفادة مما يقام فيها من أنشطة وترفيه وثقافة تتناسب مع جميع شرائح المجتمع.

مفهوم إدارة الفعاليات

يمكن تجزئة هذا العنوان إلى قسمين رئيسيين هما إدارة وفعاليات؛ ولكل منهما عدة تعريفات وقد تم اختيار التعريف الأكثر شيوفاً وشمولاً. أولاً: الإدارة:

وتعني الاستثمار الأمثل للموارد البشرية والمالية لتحقيق الأهداف بأقل تكلفة وأقصر وقت ممكن.

كما أن للإدارة عناصر أساسية وهي:

- ١ - التخطيط.
- ٢ - التنظيم.
- ٣ - التوظيف.
- ٤ - التوجيه.
- ٥ - الرقابة.

ثانياً: الفعالية:

هي حدث يكون في زمان ومكان محدد؛ وبه بمجموعة ظروف خاصة؛ وهو حدث يستحق الاهتمام. (جيتز ٢٠٠٧)

يمكن تقسيم الفعاليات وفق محتواها وكذلك حجمها. فمن حيث المحتوى يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

- ١ - فعاليات تجارية أو فعاليات الأعمال.
- ٢ - فعاليات رياضية.
- ٣ - مهرجانات واحتفالات.



ومن حيث الحجم فيمكن تقسيمها إلى:

- ١ - فعالية محلية أو في حدود المجتمع.
- ٢ - فعاليات رئيسية.
- ٣ - فعاليات السلع.
- ٤ - فعاليات ضخمة.

أنواع الاجتماعات الرسمية:

- ١ . اجتماع روتيني (Meeting): اجتماع داخل المنظمة قبل بدء الأعمال، اجتماع أسبوعي أو شهري لمعرفة حالة سير العمل.
- ٢ . ورش العمل (Workshop): تجمع مجموعة من الأفراد لمناقشة موضوع ما ويكثر فيها المناقشات.
- ٣ . حلقة دراسية (Seminar) : مجموعة طلاب يجتمعون لدى معلمهم لمناقشة موضوع علمي ويتم تقديم تقارير علمية بذلك.
- ٤ . ندوة (Symposium): اجتماع مفتوح يقدم فيه المحاضرون أوراق علمية ويتم بعد ذلك فتح المجال لاستقبال الأسئلة.
- ٥ . مؤتمر (Conference): اجتماع علمي بطابع رسمي يقدم فيه المحاضرون أوراق عمل ثم يتم بعد ذلك فتح المجال لاستقبال الأسئلة وبعد انتهاء المحاضرات تعلن التوصيات.

لا يقتصر أنواع الفعاليات لما سبق بل يوجد العديد منها ونذكر أبرزها فيما يلي:

- ١ . استقبال مشاهير.
- ٢ . مهرجانات سياحية
- ٣ . المباريات.
- ٤ . احتفالات الألعاب النارية.
- ٥ . خصومات على المنتجات.
- ٦ . افتتاح مشاريع.
- ٧ . معارض خيرية.
- ٨ . التجمهر والإضراب في بعض الأماكن.
- ٩ . افتتاح معارض.
- ١٠ . بازارات.



أهمية صناعة الفعاليات:



- ١ . دخل اقتصادي: وهذا يشمل الدخل المباشر و غير المباشر لصالح الدولة والقطاع الخاص.
- ٢ . توفير فرص عمل: تساهم الفعاليات والمناسبات في فتح فرص متنوعة وكبيرة لأفراد المجتمع وكذلك الأسر المنتجة من خلال المشاركة في تنظيم الفعالية وكذلك عرض منتجات الأسر المنتجة وبالتالي تحقيق استفادة للجميع.
- ٣ . تنشيط حركة السياحة: تساهم الفعاليات في تنقل السياح من منطقة لأخرى لحضور الفعاليات والمناسبات. وتختلف الأهداف من سائح لآخر؛ فمنهم من يبحث عن المتعة، وآخر يبحث عن الإستثمار واقتناص الفرص في المعارض التجارية، وسائح يرغب حضور الرياضات المتنوعة وغيرها من الغايات التي تصب في مجملها في تنشيط حركة السياحة.
- ٤ . إبراز ثقافة البلد: تحرص كثير من الدول والمناطق على إقامة الفعاليات التي تعرف ضيوف الفعالية بالثقافة والتراث الذي تتمتع به.
- ٥ . تسويق وجهات سياحية: يوجد في بعض الدول مناطق سياحية جذابة ولكنها لم تحظى باهتمام كبير من السياح لعدم معرفتهم بها؛ وبالتالي تكون إحدى استراتيجيات إبراز هذه الوجهة هو إقامة فعاليات ومناسبات ويتم التسويق لها لكسب السياح. ومن



ناحية أخرى تقيم بعض الجهات السياحة المعروفة فعاليات ومناسبات متنوعة لتعزيز مكانتها ولضمان سياحة مستدامة لها.

إحصاءات عن الفعاليات والمناسبات

أظهرت العديد من الإحصائيات مدى تأثير الفعاليات في جذب الزوار وزيادة الدخل، والأمثلة على النحو التالي:

أرقام	مقر الفعالية	اسم الفعالية
١٣ مليون زائر	الرياض	مهرجان الجنادرية ٢٠١٧
الدخل ٦,١ مليار دولار	روسيا	كأس العالم ٢٠١٨
مبيعات بقيمة ١٣٣ مليون دولار	بريدة	مهرجان تمور بريدة ٢٠١٦
٨٠٠ ألف زائر	الطائف	سوق عكاظ ٢٠١٧

إدارة الفعاليات وعلاقتها بصناعة السياحة والضيافة

تعتبر صناعة الفعاليات والمناسبات من ركائز تنشيط السياحة التي تحقق إفادة كبيرة للعديد من مزودي الخدمات بالإضافة إلى المجتمع المضيف. على سبيل المثال؛ فعالية مهرجان الجنادرية يستقطب العديد من الزوار من خارج الرياض الذي يساهمون في تحريك الدورة الاقتصادية للمنطقة من خلال الآتي:

- ١ . شراء تذاكر الطيران.
- ٢ . استئجار السيارات.
- ٣ . استئجار الغرف الفندقية.
- ٤ . الأكل من المطاعم.
- ٥ . زيارة مقر الفعالية وشراء الأغذية المحلية من صنع الأسر المنتجة.
- ٦ . كذلك شراء الهدايا والمنتجات المحلية مثل التمور وغيرها.

وهنا يظهر مدى تأثير هذه الفعالية على العديد من مزودي الخدمات.



سمات الخدمات المقدمة في صناعة الفعاليات



- ١ - غير ملموسة: يعتمد تقديم الخدمات في صناعة الفعاليات على الخدمة في حد ذاتها، فهي ليست مثل الصناعات الأخرى حيث أن معرض السيارات يبيع لك السيارة بينما في الفعاليات مزود الخدمة يقدم لك الابتسامة، وسرعة الخدمة، والرائحة العطرة في المكان، والمذاق الحسن للأطعمة والمأكولات.
- ٢ - غير متجانسة: وهذا السبب جاء لتعدد الخدمات المقدمة فيها، فلا يمكن ضمان بأن جميع العاملين في الاستقبال ومقدمي خدمة الطعام يؤدون العمل على أكمل وجه لاختلاف حالاتهم من وقت لآخر.
- ٣ - لا يمكن فصلها: إن جميع عمليات تقديم الخدمة في صناعة الفعاليات مترابطة، فلا يمكن أن يتم استقبال الضيوف في باصات غير مكيفة بينما يكون المعرض فاخر.
- ٤ - قابلة للتلف (لا يمكن تخزينها): وهذا يعني أن إقامة الفعالية في مكان ووقت محدد يتطلب حضور الشرائح المستهدفة في السوق في هذا اليوم والمكان لأنه لا يمكن تخزين الفعالية لوقت آخر كما يحدث في صناعة الأجهزة حيث يمكن وضعها في مخزن ليتم بيعها في وقت ومكان مختلف.
- ٥ - لا يمكن حفظ الملكية الفكرية: عند نجاح منظم فعاليات في مناسبة وفعالية معينة فإنه يمكن لمستثمر آخر تطبيق الفكرة في مكان آخر، وكل ما يستطيع منظم الفعالية حفظه هو الاسم والعلامة التجارية.





اللوائح المنظمة للفعاليات في المملكة العربية السعودية

تشارك العديد من الجهات الحكومية في وضع لوائح ومعايير يكون هدفها تنظيم إقامة الفعاليات والمناسبات للسياحة لضمان تقديمها للسياح بأعلى جودة. ويعتمد مرجعية هذه الفعاليات والمناسبات على محتواها وأهدافها.

التالي سيتم توضيح الجهات المعنية لإصدار تراخيص الفعاليات:

أولاً: البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات: يرأس اللجنة الإشرافية للبرنامج معالي وزير التجارة والاستثمار، مع وجود ممثل من الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني إلى عضوية اللجنة. والملتقيات والمؤتمرات والمعارض التي تنظم لوائحها ما يلي:

- ١ - مؤتمر، منتدى، ندوة، ملتقى.
- ٢ - المعارض التجارية.
- ٣ - معرض سلع استهلاكية.
- ٤ - معرض تعريفي لمنتج.
- ٥ - معرض خيري.
- ٦ - معارض المنتجات الوطنية.
- ٧ - إنشاء مركز معارض ومؤتمرات.

وللحصول على معلومات أكثر للوائح كل نوع من الفعاليات أعلاه انظر الرابط التالي:

<http://www.secb.gov.sa>

ثانياً: الهيئة العامة للترفيه: وهي الجهة المعنية في إقرار اللوائح المنظمة لأنشطة الترفيه والتسلية. ويشمل عمل هيئة الترفيه على دعم تنفيذ وإصدار التصاريح للفعاليات ذات الطابع الترفيهي والمتجدد ومنها:

- ١ - إنشاء وتشغيل المراكز الترفيهية.
- ٢ - تنظيم فعاليات الألعاب النارية.
- ٣ - الفنون والكوميديا.
- ٤ - الألعاب الرياضية.
- ٥ - عروض الصوت والصورة.

ولمزيد من الاطلاع والتعرف على لوائح هيئة الترفيه انظر الموقع الإلكتروني: <https://www.gea.gov.sa>



التمرين الأول: حصر أهم أنواع الفعاليات التي تقام في المملكة العربية السعودية وأبرز سماتها:
(الإجابة تكون ضمن فريق عمل للمشاركين في هذه الدورة)

أبرز سماتها	اسم الفعالية
- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥	(.....)
- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥	(.....)
- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥	(.....)
- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥	(.....)
- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥	(.....)



الوحدة الثانية: إدارة الفعالية

في هذه الوحدة سيتم التعريف بالركائز الأساسية لتنفيذ فعالية مستدامة لتعود بالفائدة والنفع بالجيل الحالي والأجيال القادمة. كما سيتم شرح عناصر إدارة الفعالية وتشمل إدارة المكان واختيار الزمان ووسائل النقل والمواصلات لتفادي المخاطر التي قد تقع أثناء إدارة الحشود.. وسيتم إختام هذه الوحدة بذكر مراحل إدارة الفعالية منذ التخطيط للحظة ما قبل وصول الضيوف وتستمر حتى بعد رحيل الضيف للتعرف على آرائهم ووجهات نظرهم تجاه الفعالية.

أساسيات الفعاليات المستدامة

قد يظهر من الوهلة الأولى سهولة إقامة فعالية ما وتحقيق أرباح خيالية وحضور كبير، ولكن يغفل الكثير من منظمي الفعاليات عن مدى استمرارية إقامة هذه الفعالية في السنوات القادمة. ولضمان تحقيق استدامة لفعالية ما فإنه من المهم تحقيق هذه الأساسيات التي وضعتها منظمة السياحة العالمية التي تعتبر المظلة العليا لكثير من الأنشطة السياحية:

- ١ . أن لا يسبب الحدث السياحي تدمير للبيئة.
- ٢ . أن يتم احترام ثقافة المجتمع المستضيف وعدم مصادمة تراثه وعاداته وثقافته.
- ٣ . أن يحقق النشاط السياحي فوائد اقتصادية للجميع: الدولة، الفرد، الأسر المنتجة، والمستثمرين.





عناصر إدارة الفعاليات

من أجل تحقيق نجاح متكامل في إدارة الفعالية فإنه يتطلب الأخذ بعين الاعتبار سبعة عناصر مهمة وهي على النحو التالي:

- ١ . التخطيط.
- ٢ . تقييم المخاطر.
- ٣ . تجهيز الاحتياطات.
- ٤ . إجراءات خطة الطوارئ.
- ٥ . الاتصال والتواصل.
- ٦ . مراقبة الحشود.
- ٧ . مراجعة الخطط.

ونظراً لأهمية هذه العناصر في إنجاح الفعاليات؛ فإنه سيتم شرحها وتنفيذها في نقاط رئيسية لتكون سهلة على القارئ كما هو موضح على النحو التالي:

أولاً: التخطيط:

- ١ - تحديد نوع الفعالية والهدف منها.
- ٢ - جمع المعلومات عن الفعالية واختيار الوقت والمكان المناسب لتنفيذها.
- ٣ - عقد اجتماع يجمع الإدارات الحكومية والخاصة ذات العلاقة بإقامة الفعالية للاستماع إلى إرشاداتهم ومتطلباتهم قبل البدء في الفعالية من أجل تجهيز كافة التجهيزات وتحقيق جميع الاشتراطات اللازمة.
- ٤ - معرفة حركة الحشود منذ البدء وحتى الخروج والانصراف.



كيف يتم حساب المتوقع للحضور؟

- ١- عدد الحضور للمناسبة الماضية.
- ٢- عدد الحضور لمناسبة مشابهة للحدث الذي سيتم تنفيذه.
- ٣- ما تم عمله من دعاية للمناسبة.
- ٤- عدد التذاكر التي تم بيعها.
- ٥- مدى تأثير المناسبة للأحوال الجوية أو مناسبات أخرى مشابهة للحدث.
- ٦- اختيار وقت الحدث بعد الاجازة مباشرة أو في منتصف الاجازة أو نهايتها).
- ٧- مدى إمكانية حضور شخصيات مهمة أو شهيرة للحدث.

نوع الضيوف

- ١- عائلات.
- ٢- شباب.
- ٣- كبار سن.
- ٤- نساء.
- ٥- ذوي الاحتياجات الخاصة.
- ٦- مهمين.
- ٧- مجموعات.

الوصول والخروج من مكان الحدث

- ١- أماكن مواقف السيارات ومدى تحملها لأعداد الحضور.
- ٢- أماكن تنزيل وتحميل الضيوف باستخدام الباصات والقطارات.
- ٣- وجود ممرات سالكة لأرصفت المشاة ذهاباً وإياباً.
- ٤- التأكد من عدم وجود معارض وأحداث أخرى تعيق حركة السير.
- ٥- التأكد من عدم وجود مشاريع تعيق حركة السير.
- ٦- التأكد من عدم وجود وقوف خاطئ للسيارات، حواجز خرسانية.....



حالة راحة الناس لدى الوصول

- ١- تنظيم حالة الطوابير للجنسين والرد الحازم على المتطفلين.
- ٢- تجهيز أماكن بيع التذاكر والبوابات بطريقة صحيحة... (أهمية بيع التذاكر إلكترونياً)
- ٣- سرعة بيع التذاكر.
- ٤- سرعة التفتيش واجراء وسائل الأمن والسلامة. (التأخر يحفز الناس للدخول بطرق غير نظامية).
- ٥- تفادي تعرض الحضور لحالات الطقس المختلفة (الشمس، المطر، البرد، الرياح).
- ٦- التأكد من عدم وجود احتكاكات ومناوشات بين الضيوف.

(الفوغاؤونيون Flash mobs): هم مجموعة من الناس يجتمعون فجأة في منطقة عامة ويقومون بأعمال غير اعتيادية وتصرفات تبدو عبثية في وقت وجيز ثم يتفرقون

الطاقة الاستيعابية للمكان

- ١- سعة المكان للحضور المتوقع (كراسي، جلسات اعتيادية، الاصطفاف).
- ٢- إدارة الحشود في مكان الحدث.
- ٣- توزيع الضيوف داخل المكان.
- ٤- الحجز المسبق للمقاعد والطاولات للضيوف المهمين.
- ٥- التأكد من سلامة المداخل والمخارج.
- ٦- التأكد من سلامة مخارج الطوارئ.
- ٧- تجهيز ممرات خاصة للإسعاف الطارئ.
- ٨- تهيئة طرق سالكة للموظفين لإمكانية تقديم الخدمة، إصلاح الأعطال.....
- ٩- مدى استيعاب الضيافة للحضور.
- ١٠- توفر عدد ملائم من دورات المياه.



الاستعداد لمواجهة سلوكيات المحتشدين

- ١- الضيوف لديهم أهداف وغايات مختلفة.
- ٢- الحضور المبكر أو المتأخر.
- ٣- التجمع أمام مدخل أو مخرج الاحتفال وعدم الرغبة في التغيير ليتم الالتقاء بالأصدقاء أو أفراد العائلة.
- ٤- سلوك طرق مختصرة وعدم الالتزام بالمسارات الصحيحة.
- ٥- ادعاء كبر السن أو حالات مرضية رغبة في تسهيل أمورهم.
- ٦- التغيير السريع في مزاجات الناس من الرغبة إلى عدم الرغبة أو العكس.
- ٧- الرغبة في القرب من المشاهير ومتابعة الطرق التي يسلكونها.
- ٨- متابعة مسار مجموعات أخرى تسير في طريق غير صحيح.
- ٩- محاولة تقليد أشخاص أكثر خبرة ودراية بالمكان.
- ١٠- التدخين وممارسة سلوكيات خاطئة.
- ١١- الحالات النفسية المرصية للحضور.
- ١٢- اختلاف مشاعر الحضور (السعيد، الغضبان، محبط، الهستيري، الخائف، المتسرع، المتردد، انتهازي....).
- ١٣- الاستجابة السريعة لرغبات أفراد مندسين في الحشد.



المعلومات التي تقدم للحشود

- ١- الاستعانة بشركات ومزودي خدمات إعلامية.
- ٢- استخدام الأساليب المتنوعة في بث المعلومة (المايكروفون، اللوحات الإرشادية، الاضواء المفلتة، العلامات المتفق عليها عالمياً).
- ٣- توظيف الإعلام بأنواعه المختلفة لتوضيح معالم الحدث.
- ٤- توظيف التقنيات الحديثة لبث المعلومات المفيدة للضيوف.
- ٥- استخدام اللغات التي تناسب جميع شرائح الضيوف.
- ٦- التوضيح الدقيق ليوم وتاريخ وساعة موعد الحفل والمكان.
- ٧- توضيح ما يسمح ويمنع اصطحابه في الحدث.
- ٨- توظيف أفراد يرتدون الزي الرسمي لاطلاع الحضور بوجودهم في الخدمة.
- ٩- وضع مكاتب معلومات للإجابة على استفسارات الضيوف.

العلاقة ما بين الموظفين والحشود

- ١- النجاح يعتمد على اختيار منظم محترف و متخصص.
- ٢- إدارة الحشود يعتمد على مدى تعاون موظفي الخطوط المباشرة مع الحشود.
- ٣- أهمية وضوح المعلومة.
- ٤- الصبر على إساءات الضيوف.
- ٥- الالتزام بالمكان والوقت المسند إلى الموظفين.



مراقبة أماكن الخطر

- ١- مدى إمكانية استيعاب الباصات للحشود.
- ٢- الطرق التي تضيق.
- ٣- المخارج أو المداخل المسماة بعنق الزجاج.
- ٤- استخدام المصعد أو السلم الكهربائي.
- ٥- مخارج الطوارئ.
- ٦- تحري الأمان في أماكن تجمع الناس (التذاكر، باب الدخول.....).
- ٧- المخازن والتأكد من عدم خطورتها.
- ٨- تصريف المياه وأسلاك الكهرباء.
- ٩- الجسور والأنفاق والأزقة الخطرة.
- ١٠- أماكن تنفيذ المشاريع.





ثانياً: تقييم المخاطر

- ١- المخاطر هي كل ما يحصل من إيذاء بسيط أو جسيم ضد الحضور من موظفين وضيوف.
- ٢- أهمية تحليل أماكن الخطر التي قد تحدث للموظفين والحضور.
- ٣- المنظم يتحمل مسؤولية الأضرار التي قد تحصل في حال الإهمال.
- ٤- قد يتم إلغاء الحدث، أو تأجيله أو يكتفى بتبنيه الحضور، أو تغيير الموقع.

مراحل تقييم الأخطار

- ١- استكشاف بيئة مكان الحدث.
- ٢- تسجيل الملاحظات.
- ٣- طبيعة الأخطار التي قد تحدث.
- ٤- من سيتضرر من الأخطار.
- ٥- المعرفة التامة بالجهة التي تتحمل مسؤولية هذا الخطر.
- ٦- الاجتماع بالجهة بالمعنية إن أمكن أو إرسال تقرير مصور لهم.
- ٧- الاحتفاظ بصورة من التقرير والخطابات المتعلقة به.
- ٨- المتابعة المستمرة لمدى إنهاء هذا الخطر.
- ٩- المبادرة باتخاذ الاحتياطات.
- ١٠- إطلاع الموظفين بالأخطار التي قد تحدث وكيفية التعامل معها.

الأخطار التي قد تحدث بين الحشود

- ١- التدافع بين الناس مع بعضهم.
- ٢- التدافع ضد الحواجز الصناعية.
- ٣- التماوج من شدة الزحام.
- ٤- التمايل.
- ٥- السقوط والدهس بالأقدام.
- ٦- الحزبيات والتصادم بين مجموعات.
- ٧- قذف الأجسام الصلبة بين المجموعات.
- ٨- الأعمال التخريبية الإرهابية.



الأخطار التي قد تحدث في موقع الفعالية

- ١- الانزلاق.
- ٢- الاحتكاك بالأدوات الحادة.
- ٣- انهيار المبنى أو جزء منه.
- ٤- اشتعال النار.
- ٥- روائح كريهة أو سامة.
- ٦- التدافع بين الناس والسقوط من أعلى الأدوار.
- ٧- التنافس في دخول دورات المياه.
- ٨- الاصطدام في الأبواب الزجاجية الشفافة أو الأبواب الدوارة.
- ٩- التدافع بين الناس باتجاه الأجسام الساخنة.
- ١٠- السرقة والتحرش.





ثالثاً: تجهيز الاحتياطات

تنقسم إلى جزأين:

- أ- تجهيز الاحتياطات مكان الحدث.
- ب- الإدارة.

أ- تجهيز الاحتياطات مكان الحدث.

- ١- وضع أسعار مخفضة للاستفادة من الخدمة في ساعات غير الذروة (القطارات، الرحلات).
- ٢- تقديم خدمات ترويجية في طريق الذهاب وحال خروجهم.
- ٣- تقديم خدمات مفضلة لمن يصل مبكراً ولن يخرج متأخراً (مثل ضيافة + هدايا + مسابقات + فسخ المجال لمن يرغب المكوث لتناول الطعام او شرب الشاي والقهوة).
- ٤- التأكد من جدولة بدء وانتهاء الحفلة مع مواعيد الباصات وإتاحة متسع للوقت حال الانتهاء.
- ٥- تشجيع الحضور باستخدام الباصات وعروض ترويجية أخرى كخدمة الباص والقطار بسعر مخفض.
- ٦- تجنب وضع توقف الباص والتحميل قريب من المداخل ومخارج الناس لتفادي الزحام.
- ٧- وضع لوحات ممنوع الوقوف والمخالفات المترتبة على ذلك بالتعاون مع الإدارات الأمنية.
- ٨- فصل ممر المشاة عن طريق السيارات والدبابات، كذلك فصل المجموعات المتنافسة عن بعضها البعض، وتهيئة ممرات لذوي الاحتياجات الخاصة.
- ٩- التأكد من تهيئة دورات مياه خارجية لمن يحضر مبكراً فقد يكون باب المعرض مغلق.
- ١٠- التأكد من عدم إغلاق الطوابير لممر آخر مهم.



ب- الإدارة:

- ١- وجود عدد كاف من الموظفين المدربين المنطبقة عليهم اشتراطات الأمن والسلامة.
- ٢- العلاقة الناجحة بين منظمي الحدث والإدارات الأخرى المعنية بالحدث (المرور.....).
- ٣- إطلاع جميع الموظفين بحالة المكان والخطط التي سيتم تطبيقها.
- ٤- الإسهام في تقليل حالة الزحام بالتوجيه المستمر للضيوف دون تضجر.
- ٥- مراقبة حالة المكان سواء النظافة، الأضرار التي تحدث، المخاطر المحتملة وتسجيلها وإطلاع الإدارة العليا بذلك لاتخاذ اللازم.
- ٦- تطبيق العقوبات الصارمة تجاه الضيوف غير المتقيدين بالأنظمة.
- ٧- تنظيم حركة سير السيارات.
- ٨- تطبيق خطة الإخلاء الطارئة كما تم الاتفاق عليه مسبقاً.
- ٩- ملاحظة حركة الأفراد وتسجيل الملاحظات المشتبه بها.
- ١٠- تهيئة الموظفين بزي موحد.
- ١١- تزويد الموظفين بوسيلة اتصال.
- ١٢- حضور الاجتماعات الدورية التي تعقدها الإدارة قبل الحدث وبعده لمناقشة ما سيتم عمله بالإضافة إلى تلافي الأخطاء التي حدثت سابقاً.
- ١٣- تطبيق خطة تجريبية لإدارة الحشود في المكان لمعرفة مدى فهم الموظفين لمهامهم.





رابعاً: إجراءات خطة الطوارئ:

هي لحظة تقديم خدمات الإخلاء في منطقة الخطر، كما أنها تتطلب إسعاف المصابين

- ١- توزيع خطة الطوارئ كتابياً قبل بدء الفعالية وتطبيقها ميدانياً للتأكد من فهم جميع الموظفين لها.
- ٢- يتم تطبيقها لحظة وجود الخطر العالي.
- ٣- يتم التدخل من جميع الجهات المعنية.
- ٤- التدخل في لحظة وجود: انفجار، انهيار، تدافع مميت، حريق، فيضان، زلزال، رياح عاتية.....
- ٥- إطلاق صافرات الإنذار.
- ٦- تسجيل جميع الحالات المشتبه بها وإبلاغ الجهات المسؤولة.
- ٧- مساعدة الجرحى والمصابين.

نقل المعلومات وتكون على النحو التالي: أ- للجهات المسؤولة. ب- للموظفين. ج- للعامّة.

أ- للجهات المسؤولة:

- ١- سرعة نقل المعلومة فكل ثانية تأخير قد تحدث تغييراً جذرياً.
- ٢- تحديد الجهة المسؤولة التي ستتواصل مع الجهات ذات العلاقة بالطوارئ.
- ٣- كيف سيتم نقل المعلومة عن طريق: (الهاتف، خطاب رسمي، البريد الإلكتروني، فاكس).
- ٤- توضيح المعلومة: كخطر الجسور والكباري، انهيارات صخرية، سيول جارفة، حريق، أعمال إرهابية وتخريبية، حالات اختناق، تفشي أمراض.....).
- ٥- التوصيف الدقيق للحالة، مثال: تجمع ما يقارب ٥٠ فرداً من الشباب من إحدى الجنسيات والأعمار من ٣٠ - ٥٠ يرتدون ثياباً أو بدلات لون أحمر ويحملون حقائب صغيرة في منطقة الخيام رقم ٢٣ ويتوجهون إلى منطقة المطاعم رقم ٧٠ مع ذكر شعارات طائفية. حالات تسمم: (تسمم عدد ٣٠ شخص ممن تناولوا طعام من مطعم..... ومصابون بالأعراض.....).



ب- للموظفين:

- ١- تحديد طبيعة الخطر: حريق، تدافع.....الخ.
- ٢- تحديد المكان.
- ٣- بيئة المكان والمخاطر التي قد تحدث نتيجة الكارثة.
- ٤- ما ينبغي فعله (خطة الإخلاء والطوارئ).
- ٥- تنبيه الجميع بأهمية تدوين الملاحظات والمراقبة.
- ٦- استخدام الكاميرات لتحديد الخطر وما ينبغي اجراءه.

ج- للعامة:

- ١- التوضيح المسبق لطرق الإخلاء وإتباع الإرشادات.
- ٢- إطلاق صافرات الإنذار.
- ٣- توضيح الخطر المحدق بأسلوب غير مريب.
- ٤- التنبيه بما ينبغي عمله والطرق التي ينبغي سلوكها.
- ٥- توضيح منطقة التجمع وتحديدها في أماكن معروفة ومتوفرة.
- ٦- مشاركة الموظفين في خطة الإخلاء.
- ٧- المنع السريع لمن يتوجه لموقع الحدث.
- ٨- إرسال رسائل على الهواتف إن أمكن.
- ٩- استخدام الراديو أو التلفاز أو بهما معاً للإعلان عن المخاطر.
- ١٠- حث المترددين على السير ليسرعوا أكثر.
- ١١- في حال توقف السير فهذا يعني وجود منطقة مغلقة ينبغي السعي لحلها.
- ١٢- إذا لم يتجاوب بعض الأفراد للتعليمات ينبغي التوجه إلى الحالات الأكثر خطورة.



خامساً: الاتصال والتواصل

مركز القيادة والتواصل (مكتب خاص، خيمة في موقع الحدث، برج استطلاع....)

- ١- يملك خطة واضحة لجميع معالم الحدث.
- ٢- يملك خطة الطوارئ والإخلاء.
- ٣- يملك أسماء وهواتف جميع الجهات المعنية بالحدث.
- ٤- يملك أسماء وهواتف المشرفين في موقع الحدث.
- ٥- أجهزة الهواتف الأمنية.
- ٦- يتابع شاشات المراقبة باستمرار.
- ٧- يملك العاملين فيها سرعة البديهة وتوقع الأحداث المستقبلية.
- ٧- التواصل مع الموظفين والحشود بشكل سريع وواضح.
- ٨- خدمات الترحمة لعدة لغات لاستقبال اتصالات الحشود.

معلومات مهمة يتم توضيحها للعامة عن طريق:

- ١- إعلانات في وسائل المواصلات المتعددة.
- ٢- لوحات توضيحية لمكان الحدث والمواعيد في الطرقات.
- ٣- طباعة إجراءات الإخلاء في التذكرة.
- ٤- الدعاية والإعلام. (التلفاز، الجرائد....)
- ٥- لوحات إعلانية ضخمة لتوضيح طرق السير، الممنوعات، إرشادات السلامة....
- ٦- أرقام الهواتف المهمة.

سادساً: مراقبة الحشود

- ١- بناء نظام متكامل من المراقبة.
- ٢- المراقبة الشاملة لحالة الحشود وليس زاوية واحدة.
- ٣- مراقبة توزيع الحشود على المساحات في الموقع.
- ٤- الوقاية قبل وقوع المشكلة.
- ٥- الإحصاء الدقيق لحالة دخول الناس لموقع الحدث ومتى ينبغي الإغلاق.
- ٦- تبادل المعلومات السريع بين الموظفين والإدارة.



سابعاً: مراجعة الخطط

- ١- مراجعة خطة إدارة الحشد في المناسبة والتأكد من توائمها مع بقية الخطط.
- ٢- إشراك فريق العمل في مراجعة الخطط.
- ٣- مراجعة الخطة قد يكون وقد إدارة الحشد نظراً للأحداث التي قد تطرأ.
- ٤- مراجعة تطبيق إدارة الحشد بالتزامن مع الوقت.
- ٥- مراجعة ما تم تطبيقه في الأحداث الناجحة السابقة وتطبيقها مع ما سيتم.
- ٦- تفادي الأخطاء التي وقعت في الأحداث السابقة في الحدث المقبل.





مراحل إدارة الفعاليات

يوجد خمسة مراحل لإدارة الفعالية يمكن تفصيلها على النحو التالي:

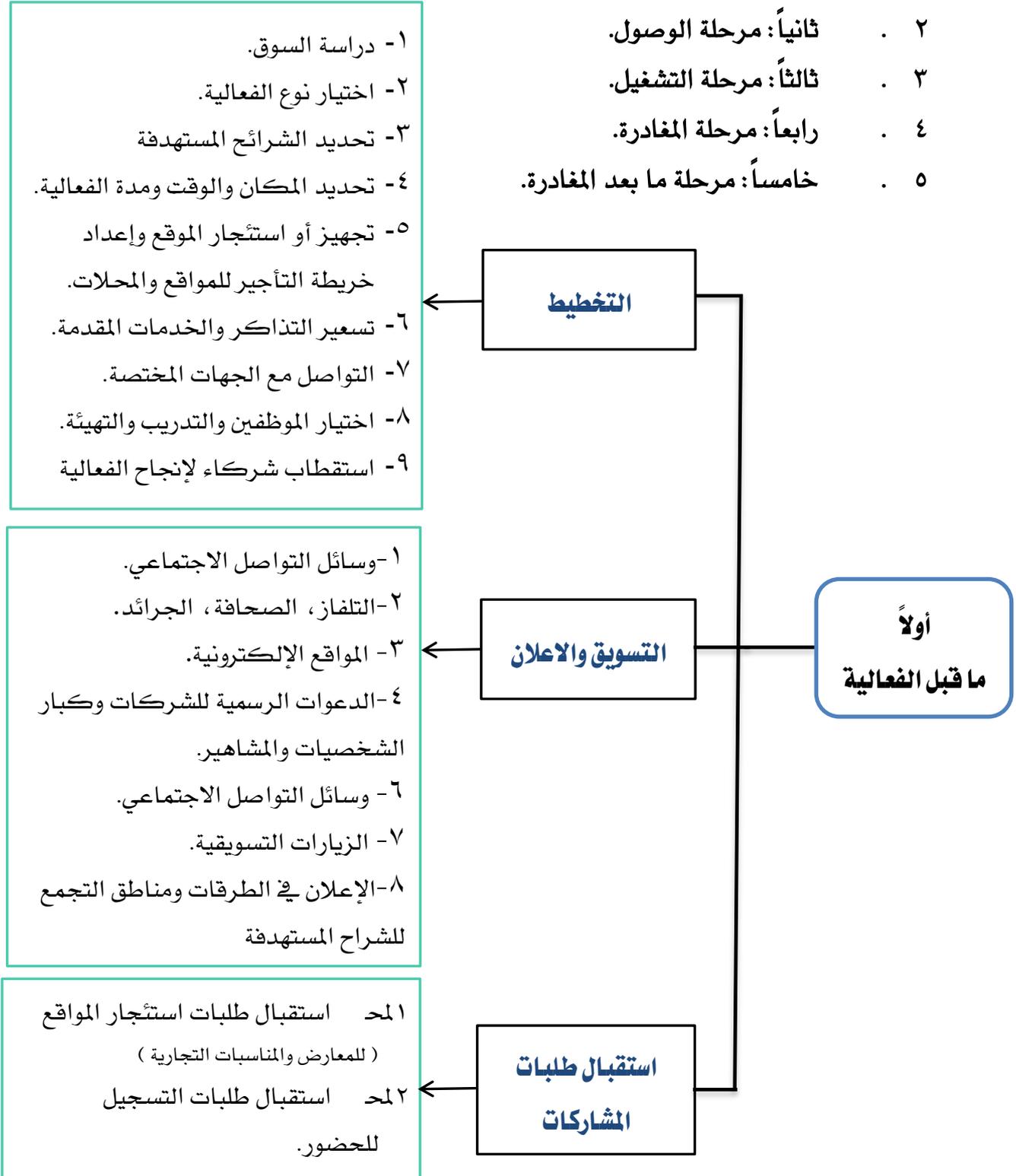
١ . أولاً: ما قبل الفعالية.

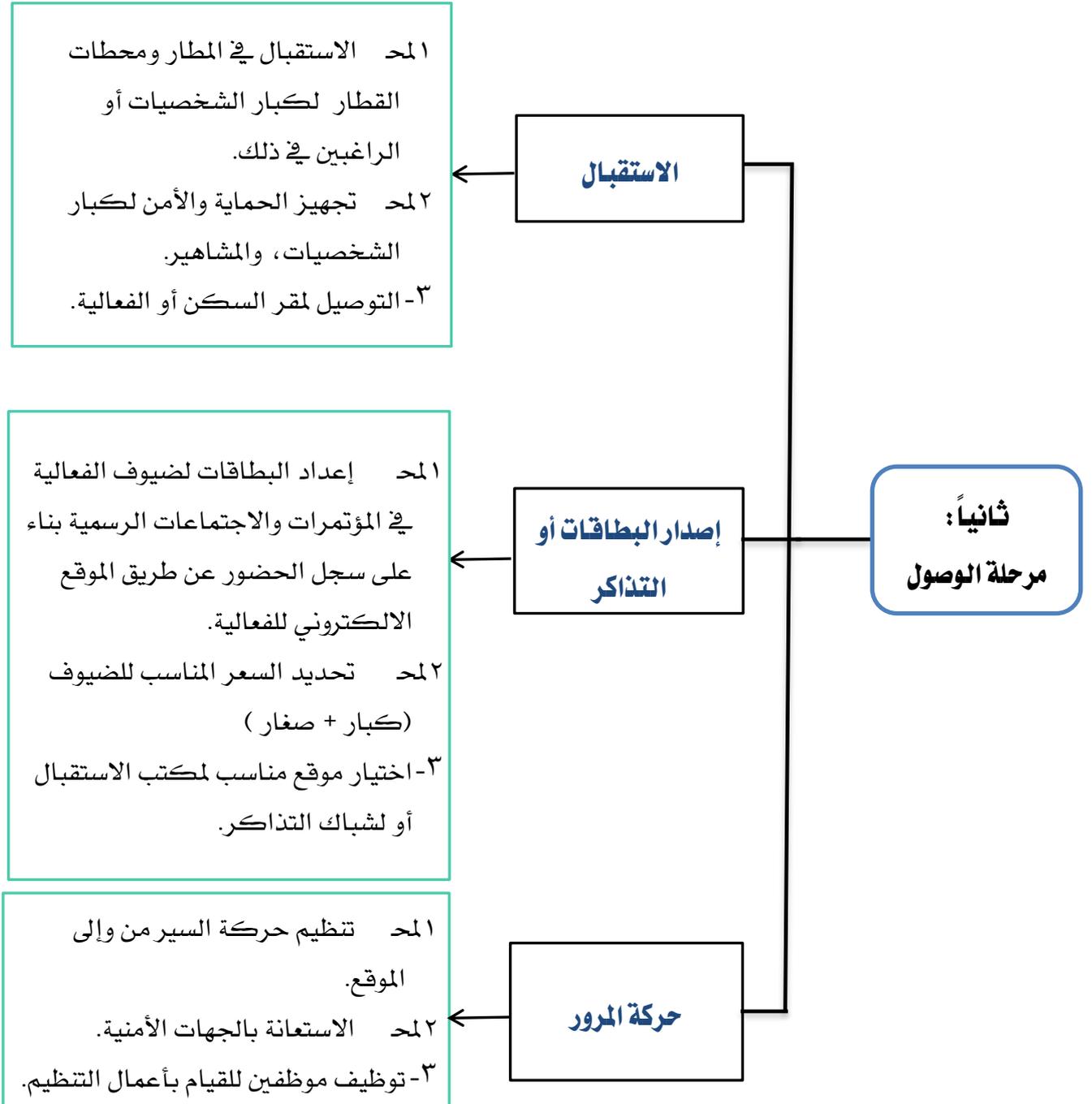
٢ . ثانياً: مرحلة الوصول.

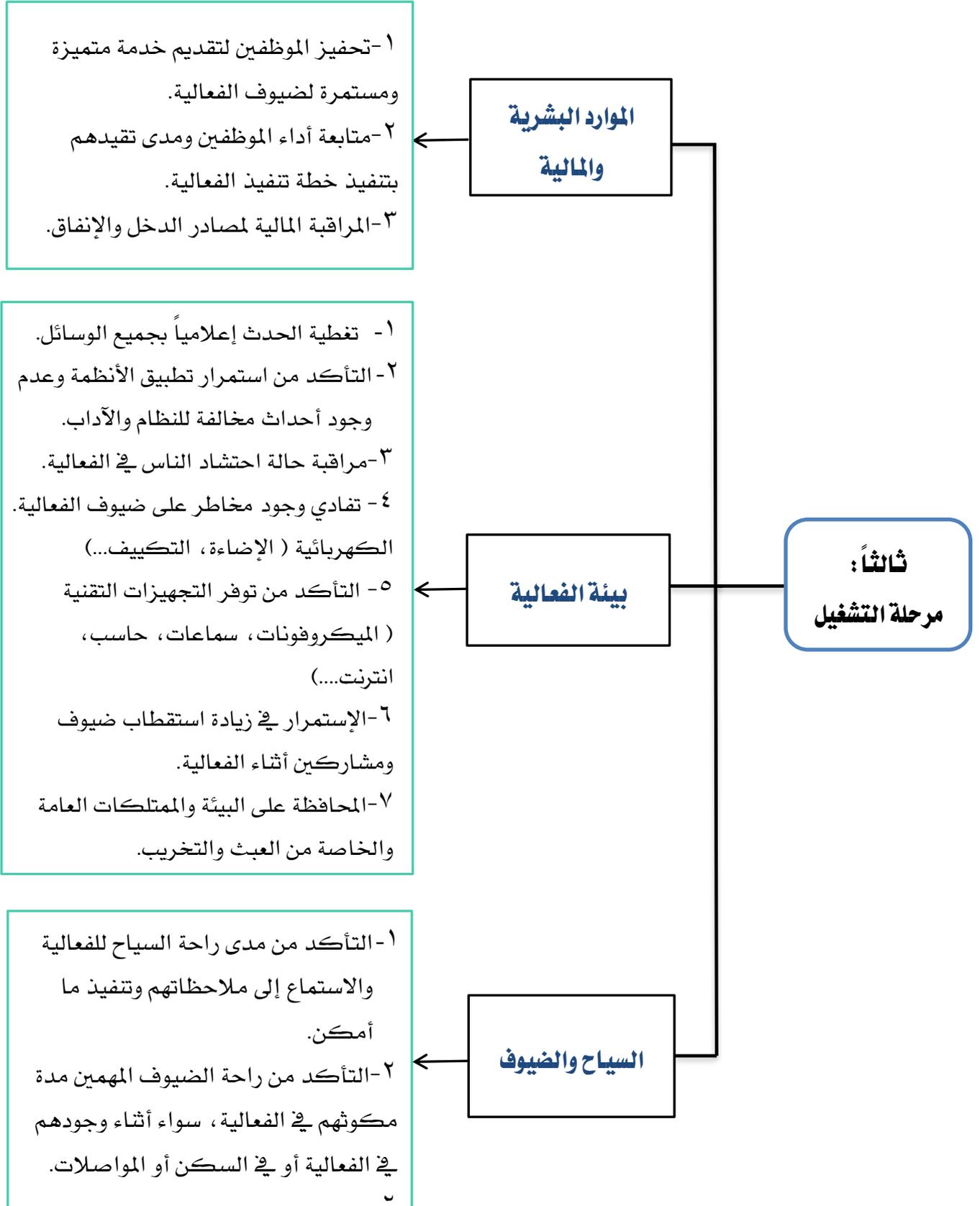
٣ . ثالثاً: مرحلة التشغيل.

٤ . رابعاً: مرحلة المغادرة.

٥ . خامساً: مرحلة ما بعد المغادرة.









رابعاً:
مرحلة المغادرة

الموارد البشرية
والمالية

- ١- المح تكريم الرعاية والمشاركين. □
- ٢- المح توديع السياح والضيوف.
- ٣- المح إغلاق الحسابات مع المستثمرين والشركاء.
- ٤- المح مكافأة الموظفين والشباب

بيئة الفعالية

- ١- التأكد من إنهاء الفعالية دون أضرار تدافع أو أعمال شغب ومخالفات وترك مخلفات.
- ٢- المحافظة على البيئة والممتلكات العامة والخاصة من عبث المغادرين.
- ٣- تقييم الفعالية من قبل ضيوف الحدث وكذلك الشركاء والمستثمرين والمقر المستضيف.

الحركة المرورية

- ١- متابعة الحركة المرورية للمغادرين وضمان عدم التزاحم.
- ٢- التأكد من توفر وسائل المواصلات العامة.
- ٣- توصيل الضيوف المهمين للجهات التي يرغبونها سواء المطار أو مقر الإقامة.



خامساً:
ما بعد المغادرة

تقييم الخدمات

المحيستمر تقييم الفعالية حتى بعد رحيل السياح والضيوف بعدة وسائل:
أ- إرسال بريد إلكتروني للمشاركين يحوي رابط استبيان.
ب- متابعة ردود الفعل عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي.
ج- التواصل الهاتفي مع بعض السياح والمشاركين والتعرف على مدى رضاهم عن الفعالية.

دراسة حالات

١-تقوم اللجنة أو الشركة المنظمة بدراسة حالات عدم الرضا والسعي إلى تصحيحها في الفعاليات القادمة، وبالمقابل دراسة حالات الرضا والاستمرار في تعزيزها وتطويرها في المناسبات القادمة.
٢-اتخاذ قرارات توظيف أو تسريح موظفين.

الخطط المستقبلية

١-التوسع في إقامة فعاليات ومناسبات متنوعة.
٢-توقيع مفاهمات وعقود مع شركات وجهات أخرى لتعزيز العلاقة وتنفيذ فعاليات أخرى.
٣-السعي إلى استدامة الفعاليات الناجحة.



التمرين الثاني : تعداد مراحل إدارة أهم فعالية تقام في المنطقة.

اسم الفعالية (.....

المرحلة	العمليات التي تتم في كل مرحلة
(مرحلة ما قبل الوصول)	- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥
(مرحلة الوصول)	- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥
(مرحلة التشغيل)	- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥
(مرحلة المغادرة)	- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥
(مرحلة ما بعد المغادرة)	- ١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥



الوحدة الثالثة: تخطيط الفعاليات

لا شك أن من أهم أساسيات النجاح لكل مشروع هو التخطيط الواضح والشامل المبني على أسس علمية وواقعية لكي يؤدي ثمرته على أكمل وجه. وفي هذا الباب سيتم شرح عوامل النجاح لتخطيط الفعاليات والمناسبات، والعوامل المؤثرة، وطرق تقييم الفعالية.

عوامل النجاح لتخطيط الفعالية

من أجل تحقيق رضا السياح والشركاء والمشاركين في الفعالية فإنه ينبغي السعي إلى إعداد خطة متقنة تحوي جدول أعمال زمني يكون في أساسه صلب مع وجود مرونة للتعديل في بعض بنوده إذا تطلب الأمر؛ ومن أهم هذه العوامل ما يلي:

أولاً: اختيار فكرة الفعالية والمناسبة: يتحقق نجاح الفعالية بناء على تميزها سواء في أسبقيتها أو طريقة تقديمها للضيوف. وفي هذه المرحلة ينبغي الأخذ بعين الاعتبار الإجابة على الأسئلة التالية:

- أ- هل ستحقق الفعالية رؤية ورسالة وأهداف منظم الفعالية.
- ب- هل سبق وأن تقديم الفعالية أم لا، فإذا كانت قد حدثت فكيف كانت نتائج تلك الفعالية؟
- ت- هل يوجد فجوة في السوق لتقديم هذه الفعالية؟
- ث- هل يوجد طلب وحاجة لهذا النوع من الفعاليات في منطقتك؟
- ج- هل تتوفر جميع الإمكانيات المادية والبشرية لتنفيذ الفعالية؟
- ح- هل سيدعم المجتمع، والجهات الحكومية، والتشريعية، والأمنية، والقطاع الخاص هذه الفعالية؟
- خ- هل يتوفر الدعم المالي؟ وكيف سيتم توفيره.
- د- هل ستكون هذه الفعالية مستدامة؟
- ذ- هل يمكن أن تنمو وتتطور هذه الفعالية؟
- ر- هل يمكن جلب ضيوف جدد أو عدد أكبر من الضيوف والسياح عن الفعالية التي سبقت؟



ثانياً: إيصال الرؤية والمهمة: لتحقيق نتائج أفضل؛ يتوجب على المنظم توضيح رؤية ومهمة الفعالية حتى يتم توحيد جميع شركاء النجاح حولها وعدم الحياد عنها. قد يكون منظم الفعالية على علم بما يقوم به؛ ولكن بقية أعضاء الفريق لا يدركون تماماً إلى ماذا تريد أن تصل إليه؛ وهنا نشير لطريقة صياغة الرؤية والمهمة:

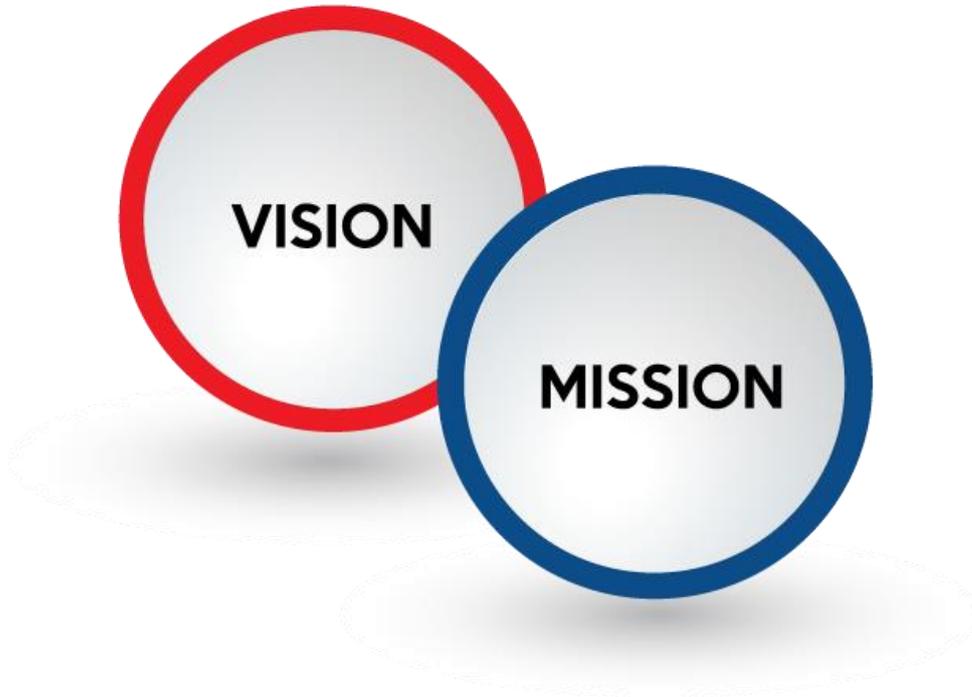
أ- ينبغي أن يكون صياغة الرؤية في جملة واحدة قصيرة تحوي دلالات لما تريد أن تحققه في المستقبل.

ب- صياغة المهمة تكون كذلك تحت أهداف الرؤية وتعطي تفاصيل محددة وجمل قصيرة توضح طريقة تحقيق الأهداف.

ت- لا بد أن تكون الرؤية والمهمة واقعية ويمكن تحقيقها.

مثال على ذلك: الرؤية: أن تحقق فعالية التمور جائزة التميز السياحي للعام ٢٠١٩.

المهمة: تقديم فعالية التمور بطابع ثقافي يجذب جميع الزوار من مناطق المملكة والخليج، لتسهم في زيادة إنتاج التمور لتحقيق دخل اقتصادي مجزي لملاك المزارع والموظفين والدولة والأسر المنتجة.





ثالثاً: وضع أهداف ذكية SMART Objectives: وهي كلمة ذات دلالة يقصد بها:

S	M	A	R	T
Specific	Measurable	Achievable	Relevant	Time-Based
محدد	قابل للقياس	يمكن تحقيقه	ذو أهمية	إطار زمني

- ١ - محدد: لا بد أن يكون الهدف من الفعالية واضح ومحدد؛ إذا كنت ترغب جذب سياح من خارج المنطقة؛ فمن هم هذه الشريحة وكيف ستصل إليهم؟
- ٢ - قابل للقياس: كم عدد زوار الفعالية؟ يمكن حساب من عدد التذاكر التي تم بيعها.
- ٣ - يمكن تحقيقه: عند وضع هدف مثل السعي إلى جذب ١٠٠٠ عائلة للفعالية، علماً أن توقيت الفعالية تزامن مع بداية الاختبارات المدرسية فإن هذا سيكون صعب المنال.
- ٤ - ذو أهمية: عند إقامة فعالية تستهدف بها المجتمع المحلي، فإنه من غير المجدي زيادة التكاليف لجذب سياح من خارج المنطقة.
- ٥ - إطار زمني: لا بد أن يكون لكل هدف إطار زمني له بداية ونهاية.



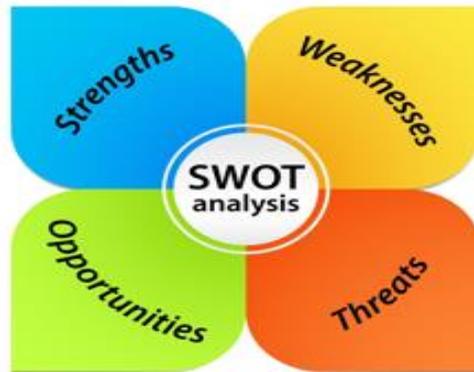


رابعاً: تنفيذ تحليل SWOT Analysis؛ وهي استراتيجية مفيدة قبل تنفيذ الفعاليات وتعني:

S	W	O	T
Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
نقاط القوة	نقاط الضعف	الفرص	التحديات

قبل تنفيذ الفعالية؛ ينبغي معرفة المؤثرات الداخلية والخارجية المحيطة بالفعالية ومدى تأثيرها السلبى والإيجابى.

- 1 - **نقاط القوة:** ويقصد بذلك معرفة نقاط القوة التي يمتلكها منظم الفعالية ومنها خبرة موظفيه في تنظيم الفعاليات.
- 2 - **نقاط الضعف:** عند التعرف على نقاط الضعف؛ فإنه يسهل البحث عن سبل تقويته، مثال عدم وجود قدرة مادية كافية لتحمل جميع أعباء الفعالية؛ والحل سيكون البحث عن رعاية وداعمين للفعالية.
- 3 - **الفرص:** ما هي الفرص المتاحة والتي يمكن اقتناصها لتنفيذ الفعالية؛ مثال ذلك وجود دعم مالي من مؤسسات حكومية وخاصة تسعى تعزيز صناعة الفعاليات.
- 4 - **التحديات:** مما يعين على تقليل المخاطر معرفة التحديات التي قد تحدث أثناء الفعالية؛ ومثال ذلك الأمطار والرياح، وبناء على ذلك يُنصح بمتابعة مواقع الأرصاد الجوية للتعرف على حالة الطقس لاتخاذ الاحتياطات اللازمة لتجنب وقوع كوارث.





خامساً: اختيار المكان والوقت: وهذا بكل تأكيد من أكثر العوامل إسهاماً في نجاح الفعالية. يُسبب التقليل من شأن اختيار المكان والوقت فشل لكثير من الفعاليات؛ لذلك لا بد من تقدير كل شيء وإعطاءه حقه من التفكير والتخطيط السليم. عند اختيار مكان مناسب للفعالية فإن هذا سيدعم نجاحها وسيؤدي إلى تقديم حدث يتلائم مع طبيعة المكان، فلا يمكن إقامة مؤتمر علمي في منطقة مكشوفة، ولا يشبع رغبات السياح عند تقديم فعالية تراثية في قاعة مؤتمرات، فإذا كان لكل مقام مقال فكذلك لكل حدث مكان. كما أن منح وقت كاف للتخطيط في إقامة الفعالية سيسهم في تذليل الكثير من التحديات ومنها الحصول على دعم مالي، وتسويق جيد للفعالية، وتوظيف المؤهلين.

أهم عوامل النجاح في اختيار المكان:

- ١ - سعة المكان للحضور، وكذلك مدى وجود فرص لتوسعة المعرض في حال تطلب ذلك.
- ٢ - توفر مواقف للسيارات، وكذلك وسائل النقل العام.
- ٣ - مناسبة المكان لمحتوى الفعالية وربط المناسبة بالمكان ليكون تجربة فريدة للحضور.
- ٤ - سهولة الوصول لمقر الفعالية من خلال اللوحات الإعلانية والبنى التحتية.
- ٥ - مناسبة المكان لجميع شرائح المجتمع؛ الأطفال، كبار السن، ذوي الاحتياجات الخاصة.
- ٦ - توفر التجهيزات المناسبة لإنجاح الفعالية.
- ٧ - عدم وجود مخاطر على الضيوف من سوء الأحوال الجوية.
- ٨ - عدم وجود عوائق في اختيار المكان مثل؛ التكلفة الباهظة، التصاريح، الصيانة، ساعات الإغلاق وفتح المكان، توفر مكاتب للإدارة.
- ٩ - بيئة مهيأة ونظيفة تقدم خدمات دورات المياه المعقمة.
- ١٠ - بعض الفعاليات يتطلب توفر خدمات مساندة مثل محلات التسوق، المطاعم.



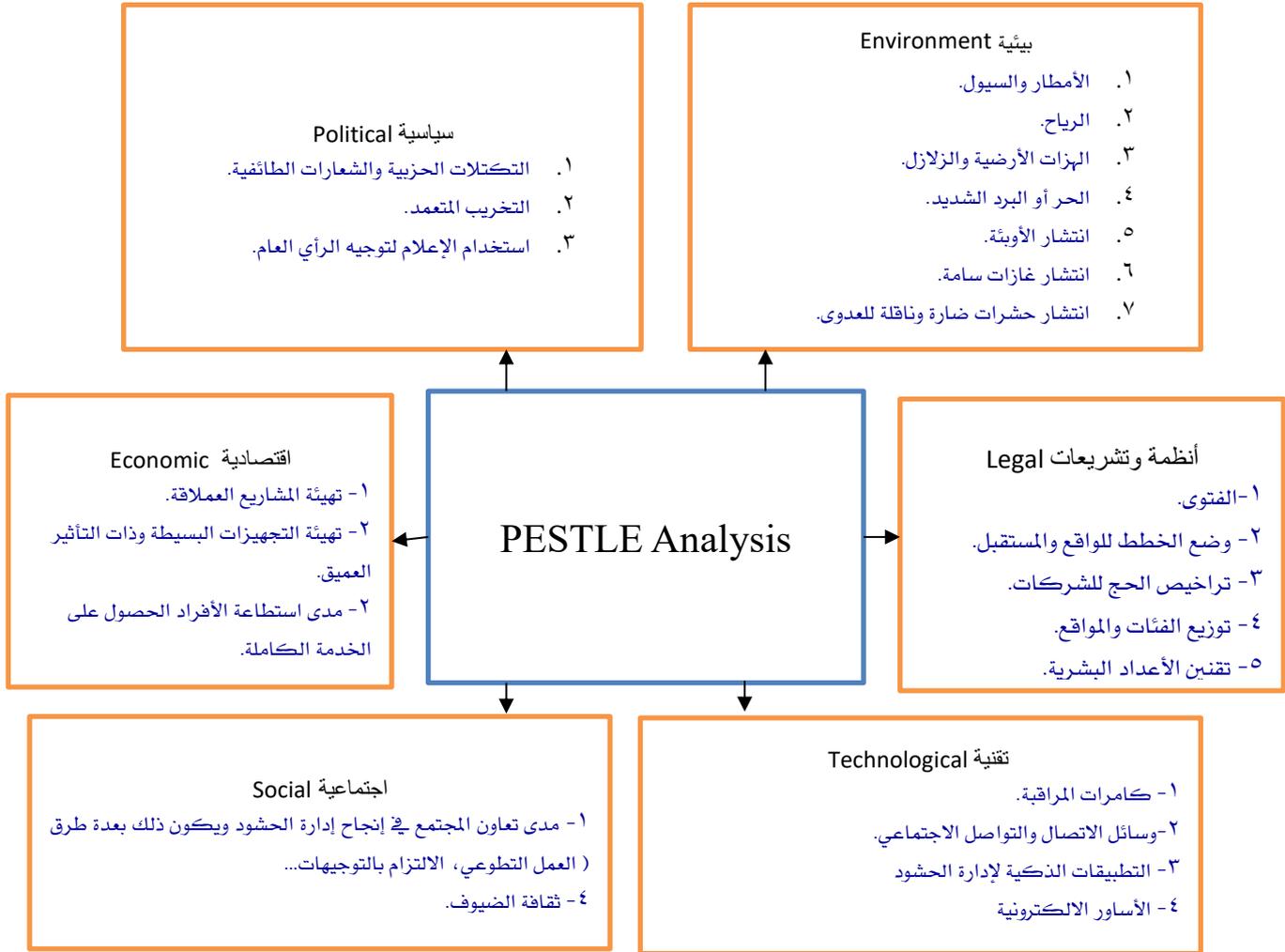
أهم عوامل النجاح في اختيار الوقت:

- ١ - مناسبة التوقيت لمحتوى الفعالية: الفعاليات الترفيهية والمسلية تكون في فترة نهاية الأسبوع والإجازات. الفعاليات العلمية تكون أيام العمل والدراسة.
- ٢ - اختيار الوقت بما يتناسب مع الحدث؛ فعالية يوم السياحة العالمي...
- ٣ - ألا يتعارض توقيت الفعالية مع فعاليات أخرى تحقق الهدف ذاته، وتجذب الشريحة المستهدفة. يُنصح الاطلاع على جدول الفعاليات بالموقع الإلكتروني لمرجع الفعالية. وبالمقابل السعي إلى تسجيل هذه الفعالية في الموقع الإلكتروني ونشرها حتى لا تتعارض مع فعالية أخرى قد تحدث في وقت لاحق.
- ٤ - ألا يكون المكان المستهدف لإقامة الفعالية محجوزاً لفعالية أخرى.
- ٥ - الاستفادة القصوى من الفعاليات والأنشطة الأخرى التي تقام في مقر الفعالية الرئيسية.
- ٦ - تجنب اختيار توقيت لفعاليات أخرى قد تؤثر في توفير خدمات الفنادق والمواصلات...
- ٧ - تجنب اختيار توقيت يكون فيه أعمال إصلاحات وصيانة للطريق أو مقر الفعالية.



العوامل المؤثرة في الفعاليات والمناسبات

يوجد العديد من العوامل التي قد تُحدث خسائر في الأرواح أو مالية إذا لم يتم وضعها في عين الاعتبار قبل وأثناء الفعالية. يوجد أداة التحليل PESTLE والتي تسهل التعرف على أكثر المؤثرات حدوثاً:



Political Economic Social Technological Legal Environmental
PESTLE
ANALYSIS



تقييم الفعالية

من أجل تحقيق جودة عالية في تقديم الخدمات، وتدارك الأخطاء ونقاط الضعف أثناء وبعد الفعالية فإنه من الواجب إجراء تقييم لبيئة الفعالية وما تحويه من أنشطة وتجهيزات مادية وبشرية وعمليات التشغيل وتقديم الخدمات.

يمكن تقييم الفعالية بعدة طرق ومنها:

١ - الجولات الرقابية التي تقوم بها الإدارة للتأكد من مدى تطبيق الخطة التي رسمتها مسبقاً للفعالية.

٢ - التقييم عن طريق الملاحظة لمجريات الفعالية وما قد يحدث من أخطاء أو مستجدات لم تكن متوقعة.

٣ - سؤال الضيوف شفهاً عن مدى استمتاعهم للفعالية وما يمكن تداركه أو تقديمه في الأيام التالية.

٤ - في نهاية كل يوم، يتم توزيع استبانة ورقية للضيوف موضحاً فيها كل ما يتعلق ببيئة الفعالية ويقوم الضيف بتعبئتها وتسليمها في للاستقبال.

٥ - يتم إرسال استبانة على رابط إلكتروني لبريد الضيوف ليقوموا بتعبئة الاستبيان في الوقت الذي يناسبهم.

ماذا بعد ذلك؟

لتحقيق استدامة للفعالية والمناسبة فإن على إدارة تنظيم الفعالية مهمة تحليل التغذية الراجعة مما سبق؛ والسعي إلى تحقيق رغبات الضيوف وعدم إهمالها.





نموذج تقييم فعالية

فعالية مهرجان عكاظ

شعار الفعالية

فعالية مهرجان عكاظ

شعار منظم
الفعالية

اسم المشارك (اختياري):

هاتف التواصل :

التقييم				ما مدى رضاك عن التالي
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	الفعالية بشكل عام
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	تجهيزات الخيام
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	تمثيل الأدوار
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	وضوح الصوت أثناء أداء العروض
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	أزياء مقدمي العروض
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	الإضاءة المستخدمة في العروض
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	المواصلات العامة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	خدمات الأغذية والمشروبات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	خدمات الضيوف (دورات المياه + النظافة)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	الإعلان والدعاية المسبقة للمهرجان
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	البروشورات والمعلومات المقدمة فيها
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	خدمات التواصل الهاتفي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	تقديم الخمة من قبل موظفي المهرجان
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
غير راض أبداً	غير راض	راض	راض جداً	ممشى الضيوف حول مضمار الخيل والعروض
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

ملاحظات أخرى ترغب إضافتها:

ماذا تجب أن تشاهد في المستقبل:



الوحدة الرابعة : التسويق ورعاية الفعاليات

يعتبر التسويق من أهم استراتيجيات النجاح للكثير من المشاريع لا سيما مع ظهور تقنيات ووسائل جذب حديثة. وسيتم التطرق في هذا الفصل إلى أساليب التسويق المساعدة في جذب الضيوف والسياح إلى الفعالية وبالتالي تحقيق مزيد من الأرباح بالإضافة إلى تعريف الناس بهذه الوجهة السياحية.

7Ps المزيج التسويقي

تعتبر 7Ps بوصلة التحرك التي ينبغي على منظمي الفعاليات والمشاريع الاعتماد عليها لتسويق فعالياتهم؛ لكونها شاملة لجميع استراتيجيات التسويق. الشكل التالي يوضح معنى 7Ps



هذه السبعة ركائز للمزيج التسويقي ويتطلب من منظمي الفعاليات الاستعانة بها في التسويق لفعاليتهم:

- ١ . السعر: تسعير المنتج باستراتيجية دقيقة لاختراق السوق وجذب مشترين.
- ٢ . العروض: وتشمل الدعاية بأنواعها، الأسعار المخفضة، الحزم البيعية، الهدايا.
- ٣ . الدليل المادي: توصيات المستخدمين السابقين،
- ٤ . الناس: مؤسسي الشركة، الموظفون، ثقافتهم، خدمة الضيوف.
- ٥ . المكان: منافذ التوزيع، الوسطاء، الإنترنت.
- ٦ . عمليات التشغيل: تقديم الخدمات، الشكاوى، الوقت المستغرق للرد.
- ٧ . المنتج: العلامة التجارية، المنتج، أهمية المنتج، الجودة.



أساليب التسويق

للتسويق دور حيوي في إيصال المعلومة للعامة وبالتالي حضور أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة. وينبغي هنا إعداد خطة عمل لتنفيذ دعاية وتسويق يحقق نتائج إيجابية ويلفت انتباه الجميع. كما يتطلب هذا العمل تخصيص موظفين على كفاءة عالية في هذا التخصص. يوجد ثلاث جهات رئيسية للتسويق:

١ . المطبوع؛ ويشمل ما يلي:

- أ. طباعة صفحة واحدة تحوي معلومات عن الفعالية يتم إرسالها للصحف والجرائد لتقوم بالإعلان عنها.
- ب. طباعة بوسترات وتوزيعها في المناطق التي يكثر فيها تجمع فئات المجتمع المستهدفة.
- ت. طباعة بروشور سهل وبسيط وجاذب يحوي معلومات عن الحدث ومن أهم المعلومات ما يلي:

- عنوان الفعالية وشعارها: يكون واضح.
- مقر الفعالية: يتم ذكر المدينة، والمكان.
- التاريخ والوقت: تاريخ ووقت بدء الفعالية وانتهاءها، وتواريخ مواعيد الجلسات إن وجد، ومواعيد النساء والرجال في حال تم تخصيص مواعيد لكل جنس.
- الرعاية: يتم توزيع الرعاية وأحجام الشعارات وفق الاتفاق المسبق.
- وسائل التواصل: الهاتف، والبريد الإلكتروني.
- ذكر أسماء كبار الشخصيات، أو مهمين، أو المتحدث.

- ٢ . الإعلام؛ من المهم جداً تغطية الفعالية إعلامياً من القنوات الفضائية سواء المحلية أو العامة، وكذلك النشر عن طريق الراديو بذكر الفعالية وأهميتها وتميزها عن سابقتها. تبدأ التغطية الإعلامية للفعالية قبل إطلاقها بفترة كافية وعند افتتاحها وتستمر حتى الانتهاء.

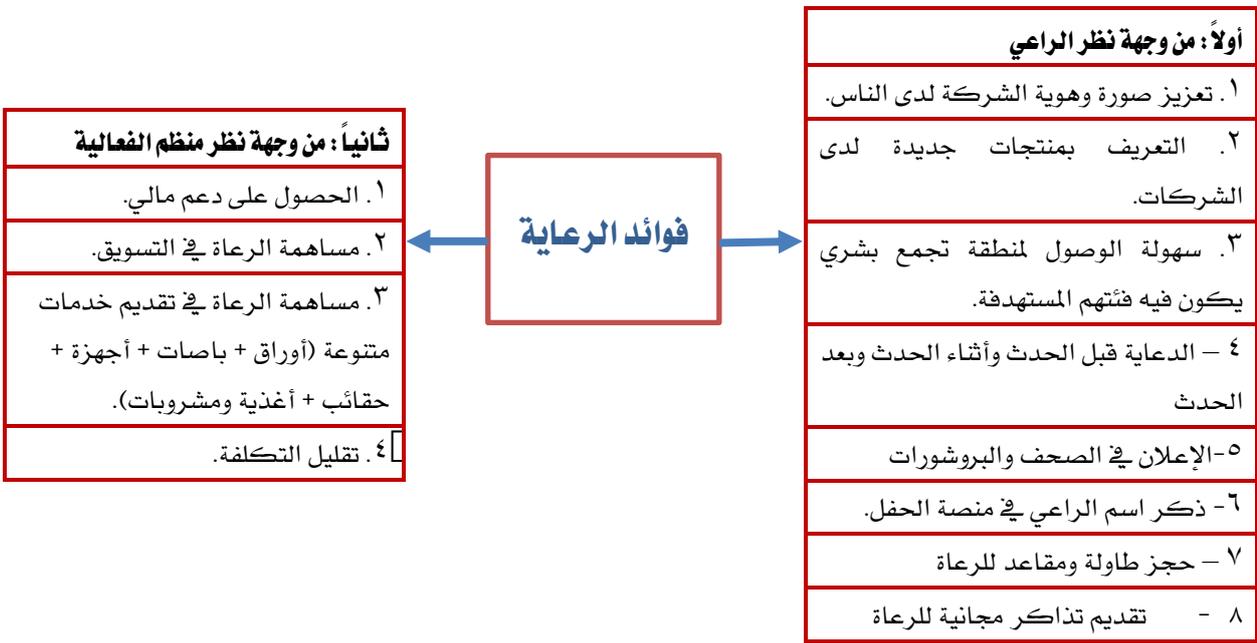
٣ . الرقمي؛ ويشمل التالي:

- تسجيل الفعالية في التقويم المخصص لقائمة الفعاليات التي ستحدث في المنطقة.
- وسائل التواصل الاجتماعي: ويشمل فيسبوك، واتساب، تويتر، سناب شات، انستجرام، يوتيوب وغيرها.
- موقع إلكتروني: تصميم موقع إلكتروني مخصص للفعالية يوضح جميع المعلومات التي تخص الفعالية، والتسجيل، والتواصل الهاتفي، والمشاركة بأوراق عمل.



مشاركة الرعاية

قبل البدء بذكر أهمية الرعاية والفوائد التي ستتحقق للطرفين؛ يجدر بنا أن نوضح مفهوم الرعاية. الرعاية: هم المؤسسات سواء الحكومية أو الخاصة أو خيرية وتقدم دعماً مالياً لمنظم الفعالية، أو تقدم منتجاتها أثناء الفعالية بالمجان لتحصل على فرصة التسويق لعلامتها التجارية ومنتجاتها في هذا الحدث الذي يجمع العديد من شرائح المجتمع.



استراتيجيات اختيار الراعي المناسب

ليس كل مؤسسة حكومية أو خاصة مناسبة لفعاليتك، ولن تكون كثير من المؤسسات على استعداد لرعاية فعاليتك. السر في ذلك يكمن في عدم وجود مصلحة مشتركة بين المنظم والراعي في هذه الفعالية لأنها لا تتلائم مع طبيعة الرعاية وفئاتهم المستهدفة.

خطوات اختيار الرعاية:

١. إجراء عصف ذهني لتسجيل جميع المؤسسات والشركات التي تتلائم طبيعة عملها مع الفعالية.
٢. البحث في رؤية ورسالة الشركات للتعرف على توجهاتها وبالتالي اختيار الأقرب لأهداف الفعالية.
٣. التواصل مع الرعاية وطلب الرعاية وفق عروض يقدمها المنظم أو التفاوض بين الطرفين.
٤. توقيع الاتفاقية بين الطرفين والالتزام بها على مدى إقامة الفعالية.



تصنيف الرعاية

تعتبر استراتيجية تصنيف الرعاية ومنح تميز لكل صنف من الوسائل الناجحة لإقناع راعي بتقديم المزيد من الدعم، وعليه يستطيع الرعاية الأكثر دعماً الحصول على تميز أكثر في إبراز علامتهم التجارية، ومواقع مميزة في التسويق لمنتجاتهم وخدماتهم. وفي ختام الفعالية يتم تكريم الرعاية بناء على الأكثر دعماً فالأقل.



بعض الأمثلة لتصنيف الرعاية:

ما بعد الرعاية

لتدعيم الشراكة مع الرعاية؛ فإنه من الواجب توضيح أبرز السمات والإحصاءات المتعلقة بالفعالية، ومن أهمها:

- ١ . عدد من حضر الفعالية.
- ٢ . عدد الصحف والمجلات ومواقع الاخبار التي ذكرت هذا الحدث.
- ٣ . عدد البروشورات التي توزيعها وتحوي أسماء الرعاية.
- ٤ . شهادات الشكر والتقدير التي حصلت عليها هذه الفعالية.
- ٥ . أهم الأسماء البارزة التي حضرت الفعالية.
- ٦ . إرسال خطاب شكر للرعاية مع إرفاق مادة إعلامية وثقت الفعالية.



دراسة حالات لفعاليات

أولاً: المهرجان الوطني للتراث والثقافة (الجنادرية): يعتبر هذا المهرجان من أنجح الفعاليات في المملكة، حيث يقدم العديد من الأنشطة والبرامج المتنوعة ما بين الهادف، والمسلي، والفنون، والأعمال الحرفية، والمسابقات، والأغذية والمشروبات.

المقر: الرياض، إقامة الفعالية: سنوي، سنة البدء: ٢ / ٧ / ١٤٠٥ هـ
المنظم: الحرس الوطني.

الهدف: إبراز أهم السمات التراثية والثقافية التي تتمتع بها مناطق المملكة العربية السعودية والسعي إلى المحافظة عليها.

عدد الزوار: ١٣ مليون زائر في عام ٢٠١٨ م
أسباب النجاح:

- ١ - يحقق رضا جميع أطراف المجتمع لكونه يعزز القيمة التاريخية والتراثية للمناطق.
- ٢ - يقدم أنشطة متنوعة تلائم جميع الأعمار.
- ٣ - ليس فيه تأثيرات سلبية على الثقافة والبيئة والتراث.
- ٤ - الدعم المجزي من قبل الجهات العليا للدولة.

ثانياً: معرض Expo العالمي: هو معرض دولي ينتقل من دولة لأخرى لإظهار أهم منجزاتها، ويقدم عروض تجارية ويتنوع في طريقة عرضه بحسب كل دولة.
المنظم: الدولة المستضيفة.

سنة البدء: ١٨٥١ م

كازاخستان، أستانا ٢٠١٧

عدد الحضور: ٣,٨٠٠,٠٠٠ مليون،

مجموع عدد الصفقات التجارية وصل إلى ١,٩٠٠ مليار وتسعمائة مليون دولار.
توفر الآلاف من الوظائف.

أكثر من ٦٠٠٠ آلاف فعالية على مدى ٣ أشهر من معرض Expo



التمرين الرابع: تقوم كل مجموعة بابتكار فعالية ثم تجيب على التالي:

الإجابات	الأسئلة
-١ -٢ -٣ -٤ -٥	أهداف الفعالية
-١ -٢ -٣ -٤	الشرائح المستهدفة
-١ -٢ -٣ -٤ -٥	مكان وتاريخ انعقاد الفعالية: وتوضيح سبب اختيار المكان والتاريخ
-١ -٢ -٣ -٤ -٥	الخدمات المقدمة في الفعالية
-١ -٢ -٣ -٤ -٥	طرق التسويق للفعالية





المراجع

المرجع	الرقم
ال سعييد ، سلطان (٢٠١٦) أهمية صناعة السياحة والضيافة بالمملكة العربية السعودية: رؤية ٢٠٣٠	١
ال سعييد ، سلطان (٢٠١٨) إدارة الحشود.	٢
الاقتصادية (٢٠١٨) «الجنادرية ٣٢» تسجل أعلى حضور بـ ١٣ مليون زائر: انظر: http://www.aleqt.com/2018/03/02/article_1341906.html	٣
المهرجان الوطني للتراث والثقافة (٢٠١٨) الصفحة الرئيسية. انظر: http://www.janadria.org.sa/Pages/default.aspx	٤
Academia Publishing House (2013) Different types of conferences . Conference Proceedings in Academia. Conference Page.	٥
Health and Safety Executive. (2000) Managing crowds safety a guide for organisers at events and venues. <input type="checkbox"/>	٦
National Retail Federation (2014) Effective Crowd Management Guidelines on maintaining the safety and security of your customers, employees and store. The voice of Retail. <input type="checkbox"/>	٧
Tewari, Jr. (2009) <i>hotel front office: operations and management</i> . Oxford Higher education. <input type="checkbox"/>	٨
EventScotland (2006) Events Management : A practical guide.	٩
First Time Event Planning Guide (2016) Rochester Downtown Alliance.	١٠