

الأكاديمية العربية الدولية



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

الأكاديمية العربية الدولية المقررات الجامعية

3	مقدمة
5	الفصل الأول
5	مفهوم الفعالية وإدارتها
5	التعريف بمفهوم الفعالية
6	أهمية صناعة إدارة الفعاليات
6	أسس إعداد الفعاليات
6	أنواع الفعاليات
7	تعريف إدارة الفعالية
7	المصطلحات العملية المستخدمة في علم تنظيم الفعاليات
11	الفصل الثاني
11	تنظيم وتخطيط الفعالية
11	مراحل تنظيم الفعالية (المخطط العام)
11	قبل الفعالية
17	تنظيم وتوصيف عمل لجان الفعالية
20	قيادة الفعاليات
20	مهارات منظمي الفعاليات
26	مواصفات العاملين في تنظيم الفعالية
26	صعوبات ومشاكل تنظيم الفعالية
28	الفصل الثالث
28	الفعاليات متطلباتها وتقييمها والتخطيط لها
28	متطلبات تنظيم الفعاليات
28	أسس تقييم تنظيم الفعاليات
29	التخطيط المسبق للفعاليات
30	الخطة السنوية لتنظيم المناسبات
32	شروط التنظيم الناجح
33	الدراسات التسويقية للفعاليات
33	الفصل الرابع
33	ابتكار أنشطة الفعاليات وتسويقها
33	أدوات الإبداع والابتكار في أنشطة الفعاليات
34	إدارة النواحي المالية للفعالية
38	متطلبات التنسيق بين اللجان
40	المراجع

مقدمة

تعد المعارض والمؤتمرات من أهم الأدوات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية. وقد اهتمت الدول بتنميتها من خلال تطوير العناصر المرتبطة بها، مثل: تطوير البيئة التنظيمية والإجراءات الحكومية، وتطوير القدرات البشرية والتسويقية، وكذلك تطوير الفنادق ومنشآت المعارض والمؤتمرات.

وقد اكتسب هذا النوع من النشاط مسميات مختلفة مثل: «سوق المعارض والمؤتمرات»، و«صناعة الاجتماعات»، و«فعاليات الأعمال»، و«سياحة الأعمال»؛ وذلك بهدف وضعها في إطار محدد يسهل التعامل مع عناصرها وتطويرها وتسويقها. كما استحدثت الجمعيات المتخصصة فيها، وازدادت الاستثمارات في الشركات المنظمة لها، وتنامى عدد العاملين فيها، حتى أصبحت مصدرا اقتصاديا مهما، وصناعة متخصصة لها كيانها، مع توفر جهات تشرف عليها، وتهتم بها، مثل: هيئات المعارض والمؤتمرات.

وبالرغم من أن هذا القطاع يشهد استقرارا عاما على المستوى الدولي، إلا أنه يشهد نموا ملحوظا، ومتصاعدا في منطقة الخليج العربي، ومنطقة الشرق الأوسط، ويعود ذلك إلى النهضة الاقتصادية والحضرية التي تشهدها المنطقة، وتوفر المرافق والخدمات، والبنية التحتية المناسبة.

ونظرا لأهمية قطاع المعارض والمؤتمرات في تنمية اقتصاد المملكة بشكل عام، والسياحة بشكل خاص، فقد أولت وزارة التجارة والصناعة والهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني هذا القطاع الاقتصادي اهتماما خاصا.

وسعت الوزارة والهيئة إلى التعاون مع شركائهما مثل: وزارة الداخلية، ووزارة الخارجية، وإمارات المناطق، والأمانات، والبلديات، والغرف التجارية الصناعية، وغيرها؛ لتطوير العناصر المؤثرة في قطاع المعارض والمؤتمرات في المملكة؛ لتكون أكثر تنافسية.

وقد استمدت الوزارة والهيئة من التوصيات الواردة في «استراتيجية تنمية السياحة الوطنية

المستدامة، وخطة تنمية سوق المعارض والمؤتمرات والاجتماعات والحوافز» أساسا لعملهما مع شركائها.

بالإضافة إلى ذلك، يعد قرار مجلس الوزراء في جلسته المنعقدة في 25 شوال 1431 هـ دلالة على اهتمام الدولة بتنمية قطاع المعارض والمؤتمرات، كما يعد تحولا كبيرا في تنظيم المعارض والمؤتمرات في المملكة، والقاضي بتشكيل اللجنة الدائمة للمعارض والمؤتمرات، وقيام الوزارة والهيئة بدراسة إنشاء هيئة سعودية للمعارض والمؤتمرات.

ومن هذا المنطلق، كان لا بد من تطوير مهارات وقدرات منظمي الفعاليات السياحية في الهيئة، سعيا إلى فعاليات متميزة، ويأتي هذا البرنامج في هذا السياق، آمين أن يساهم في صقل هذه المهارات، والاستفادة من المعارف والمهارات والخبرات المحلية والعالمية بهذا الخصوص.

والله ولي التوفيق،

المركز الوطني لتنمية الموارد البشرية السياحية (تكامل)



التعريف بمفهوم الفعالية

تعرف فعاليات الأعمال (Business Events) بأنها مناسبات (أحداث) يتم تنظيمها بهدف محدد يتم له جمع الناس في موقع معين وزمان واحد، ولأغراض محددة مثل: التواصل، والتعلم، والتدريب، وتبادل الخبرات، وتسويق المنتجات والخدمات، وتقديم الأبحاث، والتكريم. ويطلق عليها أحيانا مصطلح صناعة الاجتماعات (Meetings Industry) وهو متعارف عليه في أمريكا وأوروبا وأستراليا، وهي الصناعة المرتبطة بشكل مباشر بقطاع المعارض والمؤتمرات والاجتماعات.

ويرتبط بها مفهوم «سياحة الأعمال»، وتعرف سياحة الأعمال (Business Tourism) حسب منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة بأنها الرحلات لغرض حضور المعارض والمؤتمرات والاجتماعات.



أهمية صناعة إدارة الفعاليات

- تُشكّل صناعة الفعاليات المختلفة عنصراً رئيساً من الاقتصاد القائم على المعرفة، بوصفها وسيلة لتطوير وتنشيط العديد من القطاعات التجارية والسياحية والاقتصادية والمجتمعات المهنية والأكاديمية.
- وتمثل الفعالية بصفة عامة أحد أهم وسائل الاتصال الفاعلة وذات التأثير في حركة المنظمة والمجتمع، ويعتبر هذا النشاط الاتصالي من أهم الأنشطة التي تقوم بها الجهات المختلفة لتحقيق أهدافها ونشر رسالتها والأهداف المرجوة منها.
- لذلك برزت فكرة إقامة برنامج تدريبي احترافي ومهني لإعداد وتأهيل القائمين على عمليات التخطيط والإدارة للفعاليات السياحية.

أسس إعداد الفعاليات

- تحديد الغرض من عقد الفعالية.
- الإعداد لعقد الفعالية، ويشمل الإعداد عدة خطوات: «إعداد المكان المناسب والحصول على الموافقات والتصاريح من الجهات المسؤولة»
- توجيه الدعوة للأشخاص المهتمين قبل الفعالية بوقت كافٍ.
- تنظيم الفعالية بشكل منطقي ومُرتب .
- تجهيز المطبوعات (كتب ، نشرات ، بيانات صحفية) التي سيُجرى توزيعها أثناء الفعالية .
- تقييم الفعالية وتحديد نقاط القوة والضعف للاستفادة منها في المستقبل عند التخطيط .

أنواع الفعاليات

- المعارض التجارية.
- المعارض التعريفية / تدشين منتج ذات طابع تجاري أو التسويق لمنتجات.
- المعارض الخيرية / الأسواق الخيرية.
- المؤتمرات والمنتديات والندوات والملتقيات والمحاضرات التي تنظمها الجمعيات الصحية والطبية.
- المهرجانات التسويقية.

- المهرجانات والفعاليات الترفيهية السياحية.

- المحاضرات الدينية والدعوية والإرشادية، ومهرجانات الإنشاد الديني التي يقيمها الأفراد والمؤسسات من داخل المملكة.
- المعارض الفنية (التصوير، والرسم وما شابه ذلك)، الحفلات الموسيقية، الحفلات النسائية، الندوات والمحاضرات الثقافية، والمسرحيات ومسابقات الأطفال، والأمسيات والمسابقات الشعرية التي يقيمها الأفراد والمؤسسات من داخل المملكة.
- الاجتماعات وورش العمل والدورات التدريبية التي تقيمها الجهات الحكومية، والتي تقام داخل الفنادق أو صالات المؤتمرات أو صالات الأفراح.
- المؤتمرات والمنتديات والندوات (المتخصصة) والتي تقيمها وتشرف عليها الجهات الحكومية.

تعريف إدارة الفعالية

- عملية توجيه وتخطيط وتنظيم وتنسيق ورقابة وصنع قرار باستخدام الموارد المالية والبشرية والمادية والمعلوماتية لتحقيق هدف ما بكفاءة وفعالية
- هي اجتماع لأشخاص في مكان معين وزمان محدد لتحقيق هدف
- هي تطبيق الأساليب الإدارية بكفاءة وفعالية لتحقيق أهداف الاجتماع

المصطلحات العملية المستخدمة في علم تنظيم الفعاليات

معرض تجاري



فعالية تنظمها مؤسسة أو شركة متخصصة بهدف تسهيل اللقاء المشترك مع البائعين بطريقة فعالة ويكون زواره من أصحاب الأعمال والمختصين ويمنع فيها البيع المباشر، وقد تشمل الفعالية تنظيم ورش عمل مصاحبة متخصصة.

معرض تجاري دولي

- المعرض التجاري الذي يشارك فيه 10٪ أو أكثر من عدد العارضين من خارج المملكة.

معرض سلع استهلاكية



فعالية أعمال، تنظمها مؤسسة أو شركة مرخصة لإقامة المعارض بهدف تسهيل التقاء المشترين مع البائعين بطريقة فعالة، ويكون زواره من العامة، ويسمح فيها بالبيع المباشر.

معرض تعريفى

فعالية تنظمها مؤسسة أو شركة تجارية بغرض التعريف بمنتج وخدمات قائمة أو تدشين منتج وخدمات جديدة، وقد تشمل الفعالية تنظيم ورش عمل مصاحبة متخصصة، ولا يشمل ذلك الأنشطة الثقافية.

معرض خيري

فعالية تنظمها مؤسسات متخصصة تحت مظلة جمعية خيرية، ويكون هدفها وريعتها خيرية، ويسمح فيها بالبيع المباشر لمنتجات الجمعية أو للهبات العينية التي تعطى للجمعية، وقد تشمل الفعالية تنظيم ورش عمل مصاحبة متخصصة، ولا يشمل ذلك الأنشطة الثقافية.

معرض صناعات وطنية

فعالية تنظمها الغرف التجارية الصناعية في المملكة للتعريف بالمنتجات الوطنية الاستهلاكية، ويسمح فيها بالبيع المباشر، وقد تشمل الفعالية تنظيم ورش عمل مصاحبة متخصصة.

اجتماع

لقاء يتم تنظيمه من قبل أفراد أو جهات معينة في مكان محدد خارج مقر الجهة المنظمة ويشارك فيه عشرة أشخاص وأكثر لمدة لا تقل عن أربع ساعات لمناقشة موضوع محدد، ولا يصحب الاجتماع أنشطة أخرى.

اجتماع جمعية

لقاء دوري يتم تنظيمه لأعضاء جمعية أو اتحاد أو منظمة (محلية أو دولية) معينة في مكان معين وزمان محدد. تمتاز هذه اللقاءات بكثرة عدد المشاركين، وقد يستمر اللقاء أياماً، وتتنافس الجهات على استقطاب هذه اللقاءات. وقد يشمل اللقاء تنظيم معرض مصاحب للرعاة فقط.

مؤتمر/اجتماع الجمعية الدولي

اجتماع ينتقل بين ثلاث دول على الأقل، وتكون سمة الانعقاد دورية ويحضره 50 مشاركاً أو أكثر.

محاضرة

اجتماع يحضره مجموعة من الأشخاص، ويكون فيه متحدث واحد يقدم عرضاً أو ورقة عمل عن موضوع معين، ولا يشمل ذلك الأنشطة الثقافية.

ورشة العمل

اجتماع يحضره عدد من الأشخاص لمناقشة موضوع محدد أو حل مشكلة أو تطوير منتج.

ندوة



اجتماع لعدد من المهتمين في مجال معين، ويتم فيها مناقشة موضوع محدد، ولا يشمل ذلك الأنشطة الثقافية.

مؤتمر

اجتماع علمي يناقش موضوعاً محدداً في عدد من المحاور، يقدم المشاركون المختصين فيه أبحاثاً وأوراق عمل محكمة تُعتمد من اللجنة العلمية للمؤتمر، ويختتم المؤتمر أعماله بتوصيات. ولا يتطلب تنظيم المؤتمر الاستمرارية، أو التواتر السنوي في تنظيمه، أو تحديد زمن معين له خلال السنة. وقد يشمل المؤتمر تنظيم معرض مصاحب للرعاة فقط.

مؤتمر دولي

هو اجتماع يشارك فيه 15٪ أو أكثر من عدد الحاضرين من خارج المملكة، أو أن يكون الحاضرون من 3 دول أو أكثر.

منتدى

اجتماع يناقش موضوعاً عاماً في عدد من المحاور، يتبادل المشاركون فيه وجهات النظر من خلال جلسات وورش عمل. ولا يتطلب تنظيم المؤتمر الاستمرارية، أو التواتر السنوي في تنظيمه، أو تحديد زمن معين له خلال السنة. وقد يشمل المنتدى تنظيم معرض مصاحب للرعاة فقط.



قبل الفعالية

التخطيط للبرنامج



- هل سيكون هناك حفل استقبال أو مناسبة غير رسمية يحضرها كل أو بعض المشاركين؟
- ما هي المواد المكتوبة أو المطبوعات التي ترغب في توزيعها على المشاركين؟
- هل سيدفع المشاركون رسماً مالياً للحضور؟ وما هو مقدار هذا الرسم؟

- (1) يجب أن يكون موضوع الفعالية واضحاً ومشوقاً ومعاصراً (up to date subject)، ويكون الهدف منه واضحاً، هل هو توعوي أو أكاديمي أو تطبيقي أو غير ذلك؟
- (2) لضمان المشاركة الفاعلة على مستوى مهني عالٍ، لا بد أن تبرز نتائج الفعالية المتوقعة مع توضيح المنفعة للمشاركة من الناحية المعلوماتية أو التعرف على العاملين في نفس المجال للتعاون المستقبلي.
- (3) يجب أن تكون هناك فكرة رئيسة لافتة للفعالية، ويكون تصميمها على مستوى عالٍ من الجودة. كما يستحسن ألا يزيد عدد أيام الفعالية عن 3 أيام.
- (4) أنشئ موقعاً إلكترونياً للفعالية لا يحوي معلومات متضاربة. إن الموقع الخالي من الأخطاء المنطقية أو اللغوية هو أول انطباع حسن يبقى في عقول المشاركين وغير المشاركين أيضاً.

ملتقى

فعالية تتكون من معرض تجاري أو استهلاكي، ومؤتمر أو منتدى أو ندوة، ولا يشمل ذلك الأنشطة الثقافية.

فعالية مؤسسية

مناسبه تنظمها الجهات الحكومية أو الخاصة لغرض تطوير أعمالها وتواصلها مع منسوبيها أو عملائها.

دورة / ورشة تدريبية

اجتماع تنظمه جهات تدريبية معتمدة يقدم معارف ومهارات لتطوير قدرات المشاركين.



جمهور الفعالية:

من هو جمهور الفعالية؟

«طلبة، أعضاء هيئة التدريس، موظفون، أولياء الأمور، الشركاء والرعاة، قادة المجتمع، مجموعات خاصة، أو عامة الجمهور».

إنه لمن الأهمية بمكان أن تنظر إلى كل مجموعة بشكل مختلف وخصوصا عند تصميم المواد الترويجية.

تهيئة وإعداد مكان الفعالية:



عند الانتهاء من حجز مكان الفعالية، يجب التفكير بالمواد والتجهيزات المطلوبة اللازمة لإعداد المكان بالشكل المناسب، وهذا يشمل، دون أن يكون مقتصرًا على ما يلي:

جلوس الحضور :

«طاولات، كراسي، أرقام الطاولات ...».

طريقة الجلوس:

«مسرح، طاولة مستديرة، شكل حرف «U» ...».

تأكد من أن الموقع يحوي المعلومات الأساسية عن الفعالية وحُدِّثه باستمرار. أيضا وضح بالموقع الإلكتروني الفنادق المتاحة والتخفيضات الخاصة بالمشاركين بالفعالية، وتأكد من أن اتجاهات الفنادق ومقر الفعالية مذكورة بشكل ميسر.

(5) أعلن عن الفعالية بكل السبل، ومن أهمها: الموقع الإلكتروني المميز، مواقع الإعلان عن الفعاليات بالنت، الخطابات والإيميلات المباشرة، الملصقات الدعائية، الصحف الورقية والإلكترونية.

(6) الموقع: تأكد أنه يمكن الوصول إلى موقع الفعالية بسهولة من قبل الجميع، وأن المطاعم على مسافة قريبة. تجنب المكان النائي إلا إذا تم توفير وسيلة المواصلات المناسبة. والأفضل إمكانية سكن المشاركين في نفس مكان انعقاد الفعالية. وغالبا لا يُنصح بالارتباط بتسكين المشاركين في الفعالية ويكتفى بذكر الفنادق التي لها أسعار مخفضة.

(7) الاتصالات: لا بد أن تكون هناك جهة مخوَّلة بالرد يوميا - بدون تأخير - على استفسارات الراغبين بالمشاركة في الفعالية، ولا بد أن تكون هذه الجهة قادرة على الرد بأسلوب مهني وباللغتين العربية والإنجليزية. حبذا إرسال رسائل إلكترونية مستمرة ومتواصلة من قبل الفعالية إلى الأشخاص المشتركين بالفعالية وفي جميع المراحل (التسجيل / تأكيد القبول / إصدار التأشيرات / اكتمال البرنامج العلمي ... الخ).

(8) تأكد من أنك انتهيت من كافة أعمال اللجنة العلمية قبل الفعالية بوقت كافٍ حتى لا تتأخر عملية طباعة كتيبات وبرامج الفعالية. كما تأكد أن يكون كتاب الفعالية شاملا وكافيا بحد ذاته لإعطاء أغلب المعلومات عن الفعالية مثل اللجان المنظمة وأعضائها والبرنامج العلمي وأسماء المحاضرين الرئيسيين وملخصات محاضراتهم وأسماء المشاركين بأوراق علمية أو بمعلقات (Posters).

تصميم شكل ومضمون الفعالية:

قد تغني صورة عن ألف كلمة. يجب أن تعكس فكرة التصميم ما تريد أن توصله الفعالية للحضور بكل وضوح. فكر بالمعلومات التي تريد أن تملأ بها المساحة المخصصة لفكرة التصميم في نموذج تخطيط الفعالية والتي ستشكل الأساس الذي سوف يستند إليه المصممون في قسم الاتصالات في إدارة العلاقات الخارجية عند إعداد التصميم الخاصة بالفعالية. يجب أن تشمل تلك المعلومات على الفكرة الأساسية التي ترغبون بإيصالها للجمهور والأسباب التي ستجعل الحضور يفهم ويقتنع بهذه الفكرة. يرجى إضافة أي معلومات ضرورية أخرى مثل الشعارات والصور.

تحسين هيكل الرسالة:

تقسيم الرسالة إلى فقراتٍ صغيرةٍ ، سيمكّن القراء من فهمٍ أعمق للمعلومات التي تتضمنها هذه الفقرات الصغيرة وتحمّسهم لما يتم عرضه عليهم.

الخلاصة :

الحملات الدعائية للفعاليات التي تنظمها هي جزءٌ هامٌ جداً من تسويقك وتخطيطك للحدث. فهي طريقةٌ رائعة لنشر الحدث بين عملائك، وتساعدك في زيادة مبيعات التذاكر وجذب عددٍ أكبر من الحضور. لذا عليك بوضع هذه النصائح حول كيفية هيكلة رسالة دعوة رائعة محلّ اهتمامك، وتطبيقها على حملتك القادمة، وأعلمنا كيف سار الأمر! والآن حان دورك: ما هي النصائح والحيل التي تستخدمها عند إرسالك رسائل دعوة للفعاليات الخاصة التي تنظمها؟



أثناء الفعالية:

- إدخال التقنيات الحديثة عند تسجيل المشاركين.
- الاهتمام بالمشارك فور دخوله صالة التسجيل أمر هام جداً، لذا يلزم وجود أشخاص مهمتهم الترحيب به والإجابة على تساؤلاته وحل أي مشكلة قد تحصل له.

المسرح:

- «منصة ، شاشة، مجموعة متحدثين بجانب بعضهم البعض ...».
- طاولات المقاولين / العارضين.
- بطاقات الأسماء أو طاولات التسجيل.
- توصيلات الأجهزة السمعية والبصرية والكمبيوتر المحمول.
- طلبات إنارة خاصة.
- تصوير فوتوغرافي / تصوير فيديو.
- مواقف سيارات / نقل ومواصلات.
- علامات إرشادية.
- احتياجات ودخول ذوي الاحتياجات الخاصة.
- أخرى...

كيفية هيكلة رسائل الدعوة لحضور الفعاليات

التصميم والصور:

يجب أن يكون تصميم الرسالة ممتعاً وجذاباً. و نمط الخط والصّور في أعلى الرسالة، الأمر الذي يدفع القارئ إلى الاستمرار في قراءة باقي محتوى الرسالة للحصول على معلوماتٍ أكثر.

الفقرة الافتتاحية:

يجب أن تُشعرهم بأنّ هذا الحدث مناسبٌ جداً لهم.

حدثٌ للمدعوين فقط

تخلق طبيعة أنّ الحدث للمدعوين فقط شعوراً بالخصوصيّة والتفرد، الأمر الذي يدفع الناس للحضور واكتشاف الرؤى الحصرية والمعلومات التي يمكن أن يحصلوا عليها، والتي سوف تساعدكم على تخطّي منافسيهم.

الخريطة:

يساعد تضمين الخريطة المصمّمة بشكلٍ جيّد في أسفل الرسالة الناس على معرفة مكان الحدث، ويوفّر عليهم عناء الحسابات التي تدور حول كم سيستغرقون من وقتٍ لكي يصلوا لمكان الحدث ولكي يعودوا لعملهم بعد انتهائه.

تأكد من:

- وجود اللوحات الإرشادية الموصلة لمكان الفعالية وأيضا على قاعات المحاضرات والقاعات المساندة.
- أن أجهزة العرض والحواسيب المتصلة تعمل بشكل جيد.
- توفر أجهزة حاسب كافية متصلة بالإنترنت وطابعة.
- وجود ما يكفي من مخارج الكهرباء وأنواع القوابس (الفيش) المناسبة للحواسيب المختلفة.
- أن تعلن بشكل واضح عن أوقات تحرك الباصات، والالتزام الدقيق بذلك.
- توفير المرطبات والشاي وبعض المأكولات الخفيفة باستمرار (ولو بمقابل مادي في أسوأ الظروف).

بعد الفعالية:

- أرسل إيميلات إلكترونية تشكر فيها المشاركين على حضورهم، وتقدم لهم اعتذارا عاما تجاه أي قصور، وأشعرهم برغبة حقيقية في التواصل معهم في مناسبات لاحقة.
- إن كان لبعضهم طلبات محددة كشهادة بدل فاقد أو استرداد مالي ونحوهما، فبادر إلى تنفيذ ذلك على الفور.
- أرسل خطابات شكر للمشاركين.
- صرف مكافآت مالية للمشاركين - إن أمكن - فبادر في صرفها بالسرعة الممكنة .
- اعمل جلسة تقييم شاملة للفعالية يحضرها جميع من شارك في الفعالية بهدف التعلم من التجربة وتحسينها مستقبلا وتوثيق العمل حتى يستفيد منه القادمون الجدد.



التقييم:

- يجب أن تذكر أن تطلب من المشاركين إعطاء تقييمهم للفعالية في نهايتها. ويجب توزيع استمارات التقييم لدى نهاية كل فعالية لمعرفة آراء المشاركين والحضور فيما يلي :
- المشرفون.
- مستوى التعاون والمشاركة.
- اطلب من المشاركين التقدم بمقترحاتهم واستخدم هذه المعلومات عند التخطيط لندوة أو مؤتمر آخر.
- يجب أن تتضمن استمارة التقييم أسئلة محددة؛ لأنه في العادة يستمتع المشاركون بالفعاليات إلى حد كبير باعتبارها تغيير عن روتين العمل اليومي.

تنظيم وتوصيف عمل لجان الفعالية

تشكيل اللجان:

- التحضيرية (المنظمة): رئيس وأعضاء ينبثق عنها اللجان الفرعية.
- العلمية: للمؤتمرات المحكمة والعلمية.
- الفرعية (التنفيذية): « الفنية - الاستقبال - المعارض - الاعلام».



اللجنة التحضيرية:

- تحديد الزمان والمكان والتأكد من جاهزيتهم.
- توزيع اللجان الفرعية والمهام.
- تحديد اسم وشعار الفعالية.
- مراجعة العقود وتوقيعها.
- تحضير البرنامج: تحضير جدول أعمال الفعالية والجلسات وقائمة موضوعات ومحاور الفعالية. والبرنامج على هامش الفعالية.
- اتخاذ القرارات.
- تحديد الجمهور المستهدف.
- تحديد القوائم النهائية للدعوات.
- اللجان الفرعية (التنفيذية).

الفنية:

- الاستقبال والترحيب.
- تجهيز المكان بالعلامات الإرشادية.
- تجهيز المكان لوجيستيا.
- التسجيل وجمع المعلومات والبيانات.
- أماكن الجلوس.
- حجوزات الفنادق والمطاعم وفترات الاستراحة.
- وسائل النقل وترتيبات السفر والإقامة والفيزا.
- المعارض والحفلات.
- الزيارات والرحلات (على هامش الفعالية).
- تحضير قائمة الادوات اللازمة.
- تحضير الشارات الشخصية والشنط.
- مكتب ديكور (الزهور).

الإعلامية:

- تحضير الإعلانات (إعلان للمشاركة بأوراق عمل) (إعلان عن عقد مؤتمر).
- الإعلان والدعاية.
- كتابة الأخبار (نية العقد، الاستعداد لتصريحات صحفية).
- عقد مؤتمر صحفي عن نية العقد.

- دعوة وسائل الإعلام والتنسيق مع الصحفيين والتأكد من حضورهم وتزويدهم بالأدوات المطلوبة.

المالية:

- وضع ميزانية متوقعة ومراجعتها.

تحضير الدعوات:

- كتابة الدعوة وتصميمها من حيث الألوان والحجم واللغة والمحتوى.
- قائمة المدعوين.
- قائمة المشاركين.
- قائمة العارضين.
- قائمة الرعاية.
- قائمة المنظمين.
- إرسال الدعوات.
- التأكد من وصولها.
- طرق التأكيد والاعتذار.



المطبوعات:

- الكتيبات.
- برنامج الفعالية.
- الدعوات.
- الإعلانات.
- قوائم التسجيل.
- الخطابات والكلمات.



الهدايا التذكارية

- شهادات المشاركة والتكريم.
- الشنط والأقلام.

قيادة الفعاليات

في دراسة «هيث» وزملائه عام 1979 م ، عرفوا القيادة بأنها :

نشاط وفعالية تحتوي على التأثير على سلوك الآخرين كأفراد وجماعات نحو إنجاز وتحقيق الأهداف المرغوبة.

المهارات الأساسية لقائد الفعالية:

- القدرة على التخطيط.
- إجادة التعامل مع الآخرين.
- مهارة الحوار وإدارة النقاش.
- القدرة على إدارة الوقت.
- تشكيل وإدارة الفريق الجماعي.
- إدارة الاجتماعات.
- حل المشكلات واتخاذ القرارات.



مهارات منظمي الفعاليات

أولاً: الاتصال

للاتصال أهمية كبيرة، فهو وسيلة رئيسية:

- (1) لتوجيه سلوك الأفراد اتجاه الأهداف المرغوبة.
- (2) توفر البيانات والمعلومات وتنقلها إلى مركز اتخاذ القرار.
- (3) تقرب بين الأفكار والمفاهيم للعاملين وتوحد أنماط العمل.
- (4) تنقل أفكار العاملين إلى مراكز اتخاذ القرارات.



ويمكن تصور عملية الاتصال في الخطوات الآتية:



- (1) التفكير من جانب المرسل.
- (2) تنظيم الفكرة في رسالة.
- (3) نقل الرموز أو الرسالة.
- (4) استقبال الرموز أو الرسالة.
- (5) فك الرموز.
- (6) الاستجابة.
- (7) استرجاع المعلومات.

الطرق الرئيسية للاتصال:

الاتصال البدني	الاتصال اللفظي	الاتصال الكتابي
- يوضح ردود الفعل العكسية.	- يقوي روح التعاون والصداقة.	- يسهل الرجوع إليه لتحديد
- مؤثر في الروح المعنوية.	- يزيل التوتر والضغط نتيجة	المسؤوليات.
للموظفين حيث إن الأفعال	إخراج ما في الصدور.	- يوثق المعلومات للاستفادة
تحدث بصوت أعلى من	- يشجع على تبادل الأسئلة؛	منها في المستقبل.
الكلمات.	ولذلك فهو فعال في تقريب	- يضمن نقل بعض المعلومات
- له أثره البالغ لدى الموظفين	المفاهيم.	والأجوبة لعدد كبير من
ذوي الكفاءات والثقاف	- يسرع عملية تبادل الأفكار	العاملين مثل:
العالية مثل:	والمعلومات والآراء؛ فهو	• التقارير، المذكرات.
• الإيماءات.	يوفر الوقت والجهد مثل:	• المنشورات، الشكاوى.
• حركات الوجه.	• المقابلات الشخصية.	• اللوحات البيانية.
• السكوت، الغضب.	• المكالمات التليفونية.	• وسائل الإيضاح البصرية.
الانفعال.	• اللجان والاجتماعات	• جريدة العمال والجرائد
• السلام باليد.	والمؤتمرات.	الحائطية.
• الابتسامة.	المحاضرات.	

مصفوفة إدارة الوقت

هام وغير عاجل	هام وعاجل	غير هام وغير عاجل	غير هام وعاجل
- التخطيط للحياة	- الحضور للعمل	- السهر الطويل	- قبول دعوات الأصدقاء
- التعلم الذاتي	- قضاء الحاجات الضرورية	- إضاعة الوقت	- الرد على الهاتف

المربع الأول هام وغير عاجل مربع التخطيط والإبداع:

رؤية بعيدة المدى، توازن فريد، جدية وانضباط مع قلة في المشاكل والأزمات.

المربع الثاني هام وعاجل مربع الطوارئ:

وفيه نعيش تحت وطأة ضغوط العمل وإدارة الأزمات وردود الأفعال.

المربع الثالث غير هام وغير عاجل مربع الضياع:

جو من عدم اللامبالاة والاعتماد على الآخرين، وربما ضياع الأسرة والمستقبل المهني.

المربع الرابع غير هام وعاجل مربع الخداع:

غياب للتخطيط فقدان للتحكم والسيطرة على الوقت، وعلاقات ضعيفة.

ثالثاً: إدارة الأولويات

- عملية منظمة يتم من خلالها توزيع الوقت والموارد على الأعمال التي تعود علينا بأعظم النتائج المرجوة .
- ومن أشهر قوانين إدارة الأولويات «قانون باريتو» والمسمى قانون 80-20؛ ويعني هذا القانون أن 80٪ من النتائج كانت حصيلة 20٪ من الوقت .
- وعليه فإن 80٪ من وقتك لم تعطك إلا 20٪ من النتائج. وهنا مكمن السر في إحباط بعض الناس.

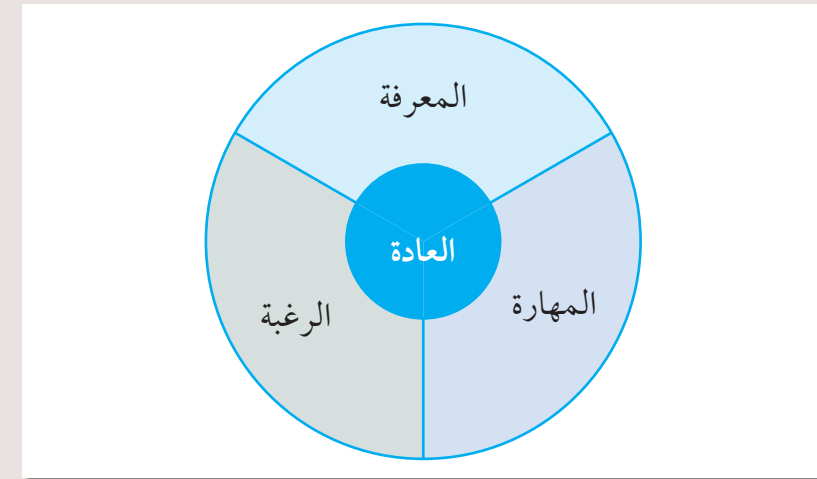
المهارات التسع في الاتصال الشخصي الفعال:

- (1) كن ذاتك الطبيعية.
- (2) استعمال فعال للدعابة.
- (3) مشاركة فعالة من طرف المتلقي.
- (4) استعمال فعال للغة والوقفات.
- (5) الصوت والنبرة الصوتية.
- (6) اللبس الملائم والمظهر.
- (7) إشارات طبيعية.
- (8) وضعية جديدة.
- (9) اتصال فعال بالعين.

ثانياً: إدارة الوقت

إدارة الوقت عادة :

- (1) والعادة هي النقطة التي تلتقي فيها المعرفة والمهارة والرغبة.
- (2) ونعني بالمعرفة: ماذا نفعل، ولماذا نفعل، أي شيء من الأشياء؟
- (3) وأما الرغبة فهي الحماس للعمل والحافز النفسي لتكوين العادة.
- (4) وأما المهارة فهي إجادة كيفية العمل وطريقة الإنجاز.
- (5) إذن العادة هي خليط متوازن معتدل من هذه الركائز الثلاث، وغياب أو تغييب إحداها مخل بتكوين العادة.



رابعاً: إدارة الفريق

أبرز خصائص فريق العمل :

- (1) يجمع بينهم هدف مشترك.
- (2) يشعر كل منهم بانتمائه للفريق.
- (3) توجد بينهم مهام وعلاقات متبادلة.
- (4) يشتركون في قيم ومبادئ متفق عليها لتنظيم سلوك وتصرفات الفريق أثناء أداء المهمة.

مهارات قائد الفريق:

- القدرة على حل النزاعات.
- القوة في اتخاذ القرارات.
- حسن التعامل مع الآخرين.
- القدرة على إدارة الاجتماعات والتخطيط لها.
- الإدارة المثلى للوقت.
- تحفيز أعضاء الفريق.

خامساً: إدارة الاجتماعات

إن الطريقة التي يتم بها التعامل مع الاجتماعات التي يتم عقدها، تحدّد بشكل أساسي مدى النجاح الذي يمكن أن يحققه هذه الاجتماعات في بلوغ أهدافها. وهذا لا يتوقف فقط على أسلوب إدارتها أثناء انعقادها، بل يتوقف أيضاً على أسلوب الإعداد المسبق لها، وأسلوب المتابعة اللاحقة لما تم الاتفاق على تنفيذه أثناءها.



سادساً: حل المشكلات واتخاذ القرارات:

تحديد المشكلة

- أسئلة المشكلة - تعريف المشكلة - صياغة المشكلة - احتواء المشكلة

تحليل المشكلة

- جمع البيانات - تحليل الأسباب - السبب الرئيس للمشكلة

ابتكار الحلول

- طرح وتجميع - تنقيح - ترتيب

التنفيذ

- اتخاذ القرار - الخطط البديلة - تنفيذ القرار - مراقبة التنفيذ

فوائد المشاركة الجماعية في اتخاذ القرارات:

- (1) تحقق المشاركة لفهم المرؤوسين للقرار وقبولهم له.
- (2) زيادة التزام المرؤوسين بتنفيذ القرار.
- (3) استيعاب المرؤوسين لأهداف القرار.
- (4) إشباع الحاجات العليا للأفراد.
- (5) الجماعة تمارس ضغوطاً على أفرادها لقبول القرار والإذعان له.
- (6) زيادة فرص التعاون بين الأفراد.



الصعوبات الخاصة:

وهي جملة الصعوبات التي تنبع في الأساس من التحديات التي تواجه عقد الفعاليات:

(أ) **صعوبة الموضوع:** في بعض الحالات قد لا يستقبل المجتمع المحلي بارتياح بعض الموضوعات ذات الصلة بقضية ما، إما لأنها لا تتفق بصورة أو بأخرى مع العادات والتقاليد السائدة، أو نظراً لأنها لا تتصل بصورة مباشرة بمفردات الحياة اليومية للمواطنين العاديين. يكمن الحل في إيجاد الكادر البشري الملم بأبعاد موضوع النشاط وتجنب كل ما يضعف هذا النشاط.

(ب) **ضعف القدرات التنظيمية:** يقصد بذلك أن لا تتوفر لدى العاملين على عقد هذا النشاط القدرة على إقامة نشاط في هذا المجال، وهو المجال المقترح، نظراً لأن بعض النشاطات تحتاج إلى الخبراء في هذا المجال. يكمن الحل عندما يطرح مقترح لعقد نشاط لا بد من دراسته وإيجاد كواد بشرية لتنظيم النشاط ذوي خبرات سابقة.

(جـ) **تبسيط المفاهيم:** يقصد بذلك جعل مفهوم عنوان الفعالية في متناول أيدي الأشخاص العاديين أي ليس لهم خبرة في هذا النشاط.



مواصفات العاملين في تنظيم الفعالية

- قدرة على الإقناع وكسب الثقة.
- شخصية جذابة بعيدة عن الهجومية.
- ذهن صافٍ دائماً.
- تفكير منطقي.
- الابتكار والتصور والتخيل.
- قدرة على مواجهة المواقف والمشاكل وفهم العلاقات المختلفة.
- الإلمام بعلوم الاتصال والعلاقات والنفس والاجتماع والتسويق والإعلان.
- القدرة على التحليل.

صعوبات ومشاكل تنظيم الفعالية

إن تنظيم الفعالية في أي مجال من المجالات قد يصادفه صعوبات وعقبات بعضها عامٌ، أي أنه يواجه أي نشاط من هذا النوع أياً كانت أهدافه وغاياته.

الصعوبات العامة:

- تتلخص هذه الصعوبات في عدم توفر التمويل اللازم لعقد النشاط. عدم وجود مشاركين قادرين على التفاعل وتبادل الخبرات واكتساب المهارات، نقص الكادر البشري القادر على القيام بمثل هذه الأنشطة وكذلك وجود طابع تنظيمي مثل عدم وجود مكان ملائم لعقد الفعالية أو البعد المكاني للمشاركين لمقر انعقاد النشاط وغياب التنسيق، عدم القدرة على الحصول على التصاريح المطلوبة لعقد النشاط.
- مثل هذه الصعوبات ذات الطابع العام تحتاج إلى مزيد من الجهد وتوفير التمويل اللازم والتنسيق والعناية بالكوادر البشرية وفتح خطوط اتصال وحوار مستمر مع الجهات المسؤولة من أجل تبادل الخبرات والإبقاء على قنوات اتصال مع المؤسسات المعنية بالنشاط من أجل تسهيل عقد هذه الدورة أو الفعالية.

اطلب من المشاركين التقدم بمقترحاتهم واستخدامهم المعلومات عند التخطيط لفعالية. يجب أن تتضمن استمارة التقييم أسئلة محددة؛ لأنه في العادة يستمتع المشاركون بالفعاليات إلى حد كبير باعتبارها تغييرا عن روتين العمل اليومي، وهكذا فانك إذا وجهت السؤال التالي: هل كانت الفعاليات مفيدة؟ فإن معظم المشاركين سيجيبون بأنها كانت مفيدة للغاية حتى إذا لم يتعلموا منها كثيرا، ولكن سوف تحصل على تقييم أفضل إذا وجهت أسئلة محددة بدرجة أكبر.

Positive feedback



التخطيط المسبق للفعاليات

يتطلب الأمر تحقيق المزيد من التخطيط المسبق والتنظيم، والذي يشمل تحديد المتحدثين الرئيسيين والجمهور، وتوقيتات تحدث الجمهور، ومن سيتولى تنظيم المناقشة، وتحديد الأوقات المخصصة للحديث، ويشمل كذلك التنظيم للمؤتمرات والمعارض تحديد الرسوم المالية المتطلبة من المشاركين إذا تواجد حفل استقبال في الفعالية أم لا، وهل توجد مطبوعات محددة سيتم توزيعها على المشاركين في الفعالية.

وفي مرحلة التنفيذ، والتي تلي مرحلة التخطيط للفعالية، يجب تصميم جداول زمنية محددة لالتهاء من حجز مكان الفعالية والالتهاء من إرسال الدعوات، مع تحديد مهلة لتنفيذ كل تلك المهمات والإجراءات المرتبطة بها من موافقات أمنية أو إدارية وغيرها.

الفصل الثالث

الفعاليات - متطلباتها وتقييمها والتخطيط لها

متطلبات تنظيم الفعاليات

- تحديد الهدف من وراء إقامة الفعالية أو المعرض أو المهرجان أو الحفل أو الافتتاحات، أو أي نوع من الفعاليات المراد تنظيمها .
- تحديد الأسس التي يعتمد عليها اختيار الزمان والمكان المناسبين لإقامة الحدث.
- اختيار فريق عمل متخصص وتحديد التوصيف الوظيفي لأعضائه والمتطلبات اللازمة طوال مدة الحدث.
- إعداد تصور كامل عن تنظيم الحدث بأدق تفاصيله المتعلقة بالتنظيم وتحركات الضيوف والحضور والمشاركين وتلبية كافة احتياجاتهم .
- إعداد مخطط لآلية التحضير والتصميم، وطباعة كافة المطبوعات اللازمة للحدث.
- إعداد آلية توزيع دعوات وسائل الإعلام والصحفيين لتغطية الحدث.
- تصميم موقع إلكتروني على الإنترنت خاص بالحدث وتصميم شعار له.

أسس تقييم تنظيم الفعاليات

- يجب أن نتذكر أن تطلب من المشاركين إعطاء تقييمهم عن الفعالية لدى نهايتها.
- ويجب توزيع استمارات التقييم لدى نهاية كل فعالية لمعرفة آراء المشاركين والحضور في :
- المشرفين .
- مستوى التعاون والمشاركة.



نموذج للخطة السنوية

EVENT SCHEDULE PLANNER 2016

PROJECT/EVENT	PROJECT OR EVENT NAME	To replace placeholder text (like this) with your own, just click it and start typing.
ORGANIZER	ORGANIZER'S NAME	Want to try other colors for this planner? Check out the Colors gallery on the Design tab.

PROJECT PHASE	STARTING	ENDING	PROJECT PHASE	STARTING	ENDING
PHASE 1	[Select Date]	[Select Date]		[Select Date]	[Select Date]
PHASE 2	[Select Date]	[Select Date]		[Select Date]	[Select Date]
PHASE 3	[Select Date]	[Select Date]		[Select Date]	[Select Date]
PHASE 4	[Select Date]	[Select Date]		[Select Date]	[Select Date]
PHASE 5	[Select Date]	[Select Date]		[Select Date]	[Select Date]
PHASE 6	[Select Date]	[Select Date]		[Select Date]	[Select Date]

JANUARY	FEBRUARY	MARCH	APRIL	MAY	JUNE
S M T W T F S	S M T W T F S	S M T W T F S	S M T W T F S	S M T W T F S	S M T W T F S
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

JULY	AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER	DECEMBER
S M T W T F S	S M T W T F S	S M T W T F S	S M T W T F S	S M T W T F S	S M T W T F S
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

كما يجب التحقق من مستلزمات نجاح الفعالية من حيث التحقق من قوائم أسماء المشاركين والأطعمة والمشروبات التي سيتم تقديمها، وتحديد الجهات الإعلامية التي ستقوم بتغطية الفعالية ونشر فعالياته وتنظيم تجهيزات الإقامة للضيوف حال الحاجة لذلك.

وبعد الانتهاء من الفعاليات يتم تقديم استبيان للرأي للمشاركين فيه، ويتم استعراض آرائهم بشأن الفعاليات التي تمت والموضوعات التي تم مناقشتها وسائر الخدمات المرتبطة بالفعالية، على أن تكون أسئلة الاستبيان محددة الإجابات مع إضافة مقترحات للتعامل مع السلبيات حال وجودها لضمان تحقيق الفعاليات والمعارض المختلفة للأهداف المطلوبة منها.

الخطة السنوية لتنظيم المناسبات

يجب على الجهة المنظمة وضع جدول يكون مرجعاً رسمياً للفعاليات والأحداث التي تستضيفها وتنظمها الجهة على مدار العام، إلى جانب الفعاليات والمناسبات المحلية؛ لضمان عدم تضارب المواعيد، ويعتبر هذا الجدول نافذة تساعد على اكتشاف مدى مناسبة وقت الفعالية بشكل أفضل، وأداة تسويقية تساعد على التخطيط السليم والمدرّوس للفعالية لضمان الحضور الكثيف.

التنسيق الزمني للمناسبات والفعاليات ضرورة إعلامية، فتزامن الفعاليات أو تضاربها أو تقارب مواعيدها في مدى زمني قصير يقلل من الاستفادة منها ويقصر من دورها الثقافي وهدفها الإعلامي، كما أنه يؤكد سوء توزيع هذه المناسبات على مدار العام فتكتشف الفعاليات في شهور محددة وتغيب في بقية العام؛ فيفقد النشاط الثقافي توازنه الزمني باشتعال قصير وخمود طويل.



مثال على أجندة الفعاليات والمناسبات المحلية

– موقع عين الرياض

<http://www.eyefriyadh.com/ar/events/>

– السياحة السعودية

<http://www.saudievents.sa/ar/Pages/default.aspx>

– بوابة سعودي: الفعاليات

<http://www.saudi.gov.sa/wps/portal/yesserRoot/events>

– مركز الرياض الدولي للمؤتمرات والمعارض

<http://ricec.com.sa>

شروط التنظيم الناجح

تنظيم وإدارة الفعاليات بأحدث تقنيات صناعة الفعالية من حيث التنظيم والإدارة والخدمات المرافقة لها مثل:

- (1) تقديم الدراسات والاستشارات والاقتراحات لإعداد خطة تنظيم المعارض.
- (2) ابتكار وإبداع استراتيجيات جديدة في مجال المعارض تتناسب مع الهدف العام من المعرض.
- (3) دراسة الجدوى الاقتصادية لإقامة المعارض المختلفة.
- (4) التعاون مع الشركات الرائدة عالمياً ومحلياً في عالم صناعة المعارض في كافة المجالات لتنظيم وإقامة معارض متميزة.
- (5) تنظيم المعارض الشاملة والمتخصصة.
- (6) ابتكار فعاليات ترفيهية، ثقافية، معرفية. مصاحبة للمعرض متجددة باستمرار تتناسب مع الهدف العام للمعرض.

ولضمان نجاح المعرض وتحقيق الأهداف المرجوة منه يتطلب كفاءة عالية في:

التخطيط ← التنظيم ← الإعداد ← التنفيذ ← المتابعة من القائمين عليه.



الفصل الرابع

ابتكار أنشطة الفعاليات وتسويقها
أدوات الإبداع والابتكار في أنشطة الفعاليات

- الجدول التخطيطي للفعالية لتحسين الربحية.
- تقييم شامل للاحتياجات ودراسة الجدوى .
- وضع الأولويات والتعرف على الأهداف والغايات.
- التعرف على التحديات الرئيسة لنجاح الفعالية، واختيار الحلول المناسبة باستخدام سيناريوهات التخطيط الفعال.
- إجراء التقييمات خلال الفعالية وبعد انتهائها.
- إيجاد وتقديم العروض والاتفاقيات والتي تعود بالنفع على كافة الأطراف ضمن الفعالية.
- تقدير القيمة المعنوية المكتسبة كمحترف في مجال إدارة الفعاليات.

الدراسات التسويقية للفعاليات

- استراتيجيات الترويج وتطويرها، يشمل ذلك عروض الفعالية، الدعوات، الإعلانات، الشهرة، التنافس، السلع السوقية، إعلانات البيع، العروض، وحتى التمثيل الشخصي.
- تمييز نقاط القوة للإعلانات المطبوعة والإلكترونية والوسائل الدعائية الأخرى.
- تأسيس وتحليل وتطبيق استراتيجيات العلاقات العامة ووسائل الإعلام المرئي والمسموع، والوسائل الإعلامية الأخرى.
- إدراج الوسائل الإعلامية الإلكترونية.
- وضع صيغة فعالة لبرنامج رعاية الفعالية.
- إجراء بحث مسبق للسوق قبل البدء بالفعالية.

إدارة النواحي المالية للفعالية

تحديد ميزانية

تُمثل عملية تحديد الميزانية أول تحدٍّ يواجهه منظم الفعالية، فإذا كنت، بوصفك منظم الفعالية، تنظم فعالية داخلية لموظفي المؤسسة أو مؤتمرا لموظفي التوزيع بالمؤسسة، فربما منحتك المؤسسة ميزانية معقولة كي تنظم على أساسها الفعالية. إن مما لا شك فيه أن منظم الفعاليات الخبير والمحكن، سيعرف فيما إذا كانت تلك الميزانية كافية كي يقوم بهذه المهمة على المستوى المطلوب والمتوقع أم لا.

فإذا كنت تدير وتنظم فعالية للمرة الأولى، أو ربما كنت مضطرا إلى تنظيم نوع معين من الفعاليات للمرة الأولى في حياتك، فكيف لك أن تعرف حجم ميزانيتك وأنها ستفي بتكاليف الفعالية؟ في الحقيقة، إنك لا تعرف ذلك، إلى أن تضيف تكاليف كل شيء ربما تحتاجه.

فربما يأتي ردك عندما تعطيك الإدارة العليا ميزانية معينة للفعالية، على النحو الذي تشكر فيه الإدارة العليا وتطلب من أعضائها الانتهاء من مناقشة الأمور المبدئية قبل الموافقة على تسليمك قدرا كافيا من الأموال كي تستطيع تنظيم وإدارة المؤتمر الذي يستهدفون إقامته؛ وذلك كي يكون على النحو اللائق.



قائمة التكاليف

تشتمل جميع ميزانيات أي فعالية على قائمة بالتكاليف الثابتة والتي لا بد من أخذها في الحسبان بغض النظر عن عدد الوفود المشاركة في الفعالية. تشتمل قائمة التكاليف الثابتة في جميع الفعاليات على منطقة العرض وتكاليف الإخراج وعملية إرسال الدعوات للوفود المشاركة والأموال المخصصة لحجرات الاجتماعات والتجهيزات، علاوة على نفقات تدعيمية أخرى.

بينما تشتمل التكاليف المتغيرة على باقي الأشياء، وذلك نظرا لأن عدد الوفود هو الذي يحدد كل النفقات المتغيرة؛ لذا، عليك أن تحاط علما، قبل أن تصل إلى مرحلة العمل في تحديد ميزانية الفعالية، بعدد الوفود المشاركة أو تتوقع العدد نظرا للأهمية التي ينطوي عليها عدد الوفود في تحديد ميزانية الفعالية.

أما الشيء الثالث الذي لا بد وأن تضعه في حسابك فهو الميزانية المخصصة للطوارئ والتي تكون غير مكتوبة، فلا بد وأن يحدث من الأمور ما لا تتوقعه. تشتمل هذه الميزانية على المشروبات الإضافية والعمل الإضافي لطاقم الإخراج والمأكولات الإضافية وتكاليف التجهيزات غير المتوقعة والتي لا بد من تغطيتها بمجرد حدوثها، وذلك لأنها غالبا ما تكون خارج نطاق سيطرتك. لكن، عليك أن تضع في حسابك أنه من الصعب، إن لم يكن من المستحيل، أن تتحرى الدقة التامة فيما يتعلق بالتكاليف المتغيرة والتكاليف الطارئة.

تعد الفعاليات بمثابة أحداث حيوية، ودائما ما يتم تغيير نقاط التركيز والنقاط الأساسية فيها - إلا أنه رغم ذلك، يمكنك أن تسهل عملك كمنظم فعالية من خلال عمل ميزانية فعالة في المراحل التمهيدية لتنظيم الفعالية، وإلا سيضيع ما تبذله من جهود بدلا من التركيز على إقامة فعالية على نحو لم تشهده مؤسستك من قبل.



أولاً: اللجان الرئيسية وتشمل:

- اللجنة العليا للمؤتمر أو لجنة الإشراف على الفعالية؛ وتكون برئاسة المسؤول الأول في الجهة المنظمة للمؤتمر. وأهم أعمالها إقرار خطة الفعالية واعتماد أهدافها، وتلقي تقارير اللجان الأخرى عن أعمالها، والتنسيق بينها.
- اللجنة التحضيرية؛ وتتولى إعداد خطة الفعالية (وقت انعقادها ومكانها وميزانيتها التقديرية)، ورفع التشكيل المقترح للجان الأخرى إلى اللجنة العليا، وتحديد مهامها ومتابعة أعمالها، واقتراح مكافآتها، ورفع تقارير دورية للجنة العليا عما تم إنجازه من أعمال، وترشيح رؤساء وأعضاء اللجان.



ثانياً: اللجان الفرعية، وتتفرع إلى لجان علمية وفنية وإدارية:

اللجان العلمية، وتشمل:

- لجنة تحديد المحاور والموضوعات، لجنة فحص وتقويم البحوث، لجنة التوصيات، ولجنة الكتاب الوثائقي والإعلامي.

اللجان الفنية، وتشمل:

- لجنة طباعة البحوث ومطبوعات الفعالية، لجنة تنظيم قاعة-قاعات الفعالية، لجنة الترجمة، لجنة تسجيل المشاركين، لجنة الإعلام والإنترنت، ولجنة المتابعة.

المطبوعات ومواصفاتها الفنية

يصدر عن الفعالية مطبوعات خاصة من نشرات تعريفية وإخبارية ومجلة خاصة بالفعالية، للتواصل مع الشرائح المستهدفة وتوضيح المحاور والمواضيع التي سوف تطرح في الفعالية، كما تهدف هذه المطبوعات إلى إيصال وجهات نظر أصحاب الشأن عن كيفية تسهيل التعاون والتواصل بين القطاعات.

الإعداد لإنتاج المطبوعات الإعلامية

- تخطيط وإنتاج المطبوعات والمنشورات الإعلامية اللازمة.
- الصور الفوتوغرافية واستخداماتها في إنتاج المطبوعات.
- إعداد وإنتاج وتحرير المنشورات، والكتيبات المطبوعة والمطويات والملصقات الإعلامية.

مراحل عملية إصدار المطبوعات

المرحلة الأولى:

إعداد مضمون المطبوعة، سواء كان مادة أدبية أو ترويجية أو صحفية، من خلال الاعتماد على طاقم من الصحفيين المتخصصين من أصحاب الخبرات في الكتابة باستخدام الفنون الصحفية المتنوعة كالخبر والتقرير والتحقيق والمقال والحوار عبر الفنون.

المرحلة الثانية:

التقاط الصور الخاصة بالمطبوعة بواسطة مصورين محترفين.

المرحلة الثالثة:

تصميم وإخراج المطبوعة، بواسطة خبراء محترفين في هذا المجال.

المرحلة الرابعة: الطباعة والتوزيع

من المفترض لأي فعالية أن يخدم أهدافها العديد من اللجان، وهي تقل أو تكثر وفقاً لحجم الفعالية والغرض منها ومدة الإعداد لها. وبصفة عامة يمكن تكوين اللجان الرئيسية والفرعية التالية:

اللجان الإدارية، وتشمل:

لجنة استقبال رؤساء الوفود (للمؤتمرات السياسية، والكبيرة)، لجنة العلاقات والمراسم (للمؤتمرات العادية)، لجنة الإسكان، لجنة الإعاشة، لجنة التنقلات، لجنة ترتيب الحجوزات، اللجنة المالية، لجنة السكرتارية والحفظ، ولجنة الاتصال بمقر الفعالية.



متطلبات التنسيق بين اللجان

- تحديد أهداف ومهام كل لجنة بوضوح تام، ومناقشتها عند إعدادها مع الرئيس المرشح لها.
- الطلب من رئيس كل لجنة أن يدرس مهام اللجان الأخرى لتحقيق غرضين؛ الأول تثقيفي بوقوف كل لجنة على مهام اللجان الأخرى، والثاني معرفة كل لجنة لدورها في مختلف مراحل الإعداد والتنظيم للمؤتمر وعواقب تقصيرها على إنجاز أعمال اللجان الأخرى.
- التدرج في ساعات العمل، خاصة إذا كانت الفترة بين تكوين اللجان وانعقاد الفعالية طويلة.
- إجراء اجتماعات دورية لكل لجنة، ولرؤساء اللجان مع لجنة الإشراف أو اللجنة التحضيرية.
- وضع أسماء احتياطية - لكل لجنة - لمواجهة احتمال زيادة أعباء العمل.

- رسم خطة لتوجيه جهود عدد من أعضاء اللجان التي تنتهي أعمالها قبل انعقاد الفعالية، مثل لجنة طباعة البحوث أو لجنة فحص وتقويم البحوث.
- توزيع برنامج الفعالية على اللجان قبل فترة مناسبة من تاريخ انعقادها لدراسته وتحديد ما هو مطلوب منها بشأنه.
- منح كل لجنة عاملة أثناء الفعالية مجموعة من مطبوعاتها وهداياها، ووضع أسس توزيعها عن طريقها.
- أن يتناسب عدد أعضاء كل لجنة مع مهامها.
- وضع ضوابط الاستعانة في لجان الفعالية بأفراد من خارج الجهة المنظمة لها.
- إيضاح أسس تقويم أداء اللجان مقدما، وصرف المكافآت لأعضائها.



المراجع

- (2) مبادئ الإدارة، الدكتور مجدي غيث، جامعة الملك سعود 2014
- (3) فن إدارة المؤتمرات / باخوميوس / 2002
- (4) كتاب تنظيم المعارض السياحية / المصدر: المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني 2015
- (5) مواقع معتمدة :
- موقع عين الرياض [/http://www.eyeofriyadh.com/ar/events](http://www.eyeofriyadh.com/ar/events)
 - السياحة السعودية <http://www.saudievents.sa/ar/Pages/default.aspx>
 - بوابة سعودي: الفعاليات <http://www.saudi.gov.sa/wps/portal/yesserRoot/events>
 - مركز الرياض الدولي للمؤتمرات والمعارض <http://ricec.com.sa>



Tel : + 966 11 8808855
Fax : + 966 11 8808145
E-Mail : Takamul@scta.gov.sa

