

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص ماجستير إدارة المشاريع



(دور إدارة الفعاليات في تنمية قطاعات الأعمال في المملكة العربية السعودية)

إعداد الطالب/ مشعل سعيد محمد أبوبكر

إشراف/

د. الفيصّل عبد الحميد

د. فايز جرّاد

العام الدراسي:

2024

بسم الله الرحمن الرحيم

السادة أعضاء لجنة الحكم والمقيمين المحترمين،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

أتوجه إليكم بخالص الشكر والتقدير على جهودكم المبذولة في تقييم هذا البحث. لقد كان لكم الفضل الكبير في دعم وتعزيز هذا العمل الأكاديمي من خلال ملاحظاتكم القيمة التي ساعدتني في تحسينه وتطويره. إن توجيهاتكم السديدة قد أثرت فيّ بشكل كبير وألهمتني لمواصلة العمل على هذا البحث بإصرار واجتهاد.

كما أود أن أعبر عن جزيل امتناني لكل من قدم لي الدعم والمساعدة خلال فترة إعداد هذا البحث. إلى أساتذتي الكرام، الذين كانوا دائماً مصدر إلهام وتوجيه، وإلى زملائي وأصدقائي الذين قدموا لي الدعم المعنوي والفكري، لا سيما في مراحل البحث الصعبة، فأنا ممتن لكم جميعاً على جهودكم الكبيرة. إن هذا البحث ما كان ليُنجز لولا الله ثم دعمكم اللامحدود وتوجيهاتكم السديدة. أتمنى أن يكون هذا العمل قد أسهم بشكل إيجابي في مجال دراستي، وأن يكون قد أضاف شيئاً من الفائدة للبحث الأكاديمي. مرة أخرى، أشكر الجميع على وقتهم وجهودهم، وأتمنى لكم دوام الصحة والعافية والتوفيق في مهامكم المستقبلية.

والله ولي التوفيق،

الطالب/ مشعل سعيد محمد أبوبكر

فهرس المحتويات:

7	المستخلص Abstract:
8	الفصل الأول
9	مقدمة:
10	مشكلة الدراسة.
12	أهمية الدراسة:
13	-أهداف الدراسة.
14	-تساؤلات الدراسة.
16	- فروض الدراسة.
18	-النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث.
21	الفصل الثاني
21	الدراسات السابقة
22	-مقدمة.
23	-الدراسات السابقة
24	-الإطار النظري.
26	الفصل الثالث
26	منهجية الدراسة.
27	-مقدمة.
28	-المنهجية وطرق البحث.
30	-مجتمع البحث.
32	-حدود البحث.
34	الفصل الرابع

34.....	النتائج والتوصيات
35.....	-مقدمة
36.....	-تحليل البيانات
37.....	-النتائج
38.....	-التوصيات
39.....	المراجع
40.....	-المراجع العربية
41.....	-المراجع الأجنبية
42.....	الملاحق
43.....	-الاستبانة
46.....	-الملخص Abstract

قائمة الجداول :

فهرس الأشكال:

<u>(أ)</u>	<u>الاستبانة</u>
------------	------------------

المستخلص : Abstract

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور إدارة الفعاليات في تنمية قطاعات الأعمال المختلفة في المملكة العربية السعودية. من خلال تحليل كيفية تأثير الفعاليات المنظمة بشكل استراتيجي على تعزيز النمو الاقتصادي في القطاعات التجارية والسياحية والتعليمية. يعتمد البحث على منهجية التحليل الكمي والكيفي، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع أصحاب المصلحة في تنظيم الفعاليات. أظهرت النتائج أن الفعاليات تُسهم بشكل كبير في تحسين الوعي بالعلامات التجارية، تطوير البنية التحتية، وخلق فرص عمل جديدة. كما أوصت الدراسة بضرورة تحسين التنسيق بين الجهات الحكومية والخاصة، وتوفير تدريب مستمر للكوادر البشرية المتخصصة في إدارة الفعاليات، بالإضافة إلى تعزيز الاستدامة في تنظيم الفعاليات. تُسهم هذه النتائج في تقديم رؤى عملية لصانعي السياسات والممارسين في مجال إدارة الفعاليات لتحسين تأثير الفعاليات في تنمية الاقتصاد الوطني.

الفصل الأول

مقدمة:

إدارة الفعاليات هي عملية تخطيط وتنظيم وإدارة الموارد المتنوعة (المالية، البشرية، المادية، والمعلوماتية) واتخاذ القرارات المناسبة لتحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية. تعد الفعالية تجمعاً للأشخاص في مكان وزمان محدد بهدف تحقيق هدف معين، وتشمل تطبيق الأساليب الإدارية بأسلوب منظم لضمان تحقيق الأهداف المرسومة.

تعتبر إدارة الفعاليات جزءاً أساسياً من استراتيجيات التسويق والاتصال في الشركات والمؤسسات، حيث تعد وسيلة فعالة للتواصل مع الجماهير وبناء علاقات طويلة الأمد. تشمل هذه العملية العديد من الجوانب، مثل التخطيط الاستراتيجي الذي يتضمن تحديد الأهداف بوضوح واختيار الجمهور المستهدف، إضافة إلى اختيار المكان المناسب الذي يتناسب مع نوع الحدث وحجم الحضور المتوقع.

علاوة على ذلك، تشمل إدارة الفعاليات تنسيق جدول الفعاليات بما يلبي احتياجات الحضور ويوفر لهم تجربة مميزة، إلى جانب إدارة الميزانية بعناية لضمان عدم تجاوز التكاليف المخططة والحفاظ على جودة الحدث.

لا يقتصر دور إدارة الفعاليات على التنظيم الداخلي فحسب، بل يتضمن أيضاً تسويق الحدث بشكل فعال لجذب الحضور المناسب، تقديم خدمة عملاء ممتازة، بالإضافة إلى إدارة المخاطر والتعامل مع التحديات المحتملة التي قد تحدث أثناء الفعالية.

إن إدارة الفعاليات تمثل مزيجاً من الفن والعلم، حيث تجمع بين الإبداع والتنظيم. وتلعب دوراً حيوياً في بناء العلاقات وتعزيز الهوية والسمعة المؤسسية، مما يعزز من نمو وتطور قطاعات الأعمال في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة.

تواجه إدارة الفعاليات في المملكة العربية السعودية عدة تحديات تؤثر سلباً على نجاح الفعاليات ودورها في تنمية قطاعات الأعمال المختلفة. وتشمل هذه التحديات ما يلي:

1- عدم وضوح أهداف الفعالية ومتطلبات أصحاب المصلحة:

يتم في بعض الأحيان وضع افتراضات بناءً على المشاريع السابقة دون فصل واضح بين احتياجات أصحاب المصلحة وأهداف المنظمة، مما يؤدي إلى غموض في تحديد متطلبات المشروع بدقة ووضوح.

2- التمويل غير الكافي:

يُعتبر التمويل غير الكافي لإدارة الفعاليات أحد أكبر التحديات التي تواجه المنظمين، حيث لا يلبي الميزانية المحددة احتياجات السوق أو القطاع المستهدف، مما يؤثر بشكل سلبي على جودة الفعالية وتحقيق أهدافها.

3- إهمال التفاصيل والتخطيط الاستراتيجي:

يؤدي عدم الاهتمام بالتفاصيل الدقيقة والتخطيط الاستراتيجي الجيد إلى تكاليف إضافية وتأثيرات سلبية على مخرجات الفعالية النهائية. إن التخطيط السليم والتنفيذ الدقيق هما من أهم العوامل التي تساهم في نجاح الفعاليات.

4- اختيار الموقع غير المناسب:

كثيراً ما يركز المنظمون على اختيار قاعات عامة وفنادق، متجاهلين أهمية دراسة اختيار الموقع بشكل دقيق ليتناسب مع نوع الفعالية وموضوعها وجمهورها المستهدف، مما قد يؤثر على نجاح الحدث بشكل عام.

5- إغفال الجوانب التشريعية والتنظيمية:

في بعض الأحيان يتم التركيز بشكل مفرط على الجوانب التجارية للفعالية، مع إغفال الجوانب التكميلية مثل التشريعات والأنظمة المحلية التي تؤثر على القطاع المستهدف، وكذلك الجوانب الاجتماعية والتعليمية التي قد تساهم في إثراء الفعالية.

6- عدم توجيه الدعوات بشكل صحيح:

يُلاحظ في بعض الفعاليات الدعوة العامة لجميع الفئات دون تحديد مستهدفين رئيسيين، مما يؤدي إلى ازدحام الحضور غير المستهدفين ويؤثر سلبًا على تنظيم الفعالية والنتائج المرجوة منها.

أهمية الدراسة:

إن التجمعات الإنسانية كانت دائماً مصدرًا أساسيًا للاستقرار والنمو على مر العصور. فلقد نشأت المجتمعات بناءً على فكرة أساسية مفادها أن الإنسان هو أساس الاقتصاد والتنمية. فالمجتمع لا يُبنى إلا بتضافر جهود الأفراد، ولا اقتصاد يزدهر دون تضافر القدرات البشرية من مختلف الأطراف. هذه الحقيقة التاريخية تجسدها الفعاليات التي تُنظم اليوم، سواء كانت اقتصادية، اجتماعية، أو ثقافية، حيث تعتبر الفعاليات هي الشرارة التي تُشعل حركة الاقتصاد من خلال تعزيز التبادل التجاري وبناء العلاقات الاستراتيجية بين الأفراد والشركات.

وفي العصر الحديث، أصبحت إدارة الفعاليات أحد الركائز الأساسية لنمو قطاعات الأعمال المختلفة. حيث تُعتبر هذه الفعاليات بوابة رئيسية للتواصل بين المؤسسات التجارية، وتبادل المعرفة والخبرات، وفتح أسواق جديدة. تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور إدارة الفعاليات في تنمية قطاعات الأعمال، وخصوصًا في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال مناقشة أهم العوائق والتحديات التي تواجه المنظمين، وتسلط الضوء على الدور الحيوي الذي تلعبه الفعاليات في تعزيز النمو الاقتصادي.

وتنبع أهمية الدراسة حسب التالية:

- توجيه قطاع الفعاليات نحو المسار الصحيح ليصبح رافدًا اقتصاديًا قويًا يدعم كافة القطاعات.
- مناقشة التحديات التي يواجهها منظمو الفعاليات، والذين يلعبون دورًا أساسيًا في نجاح الفعالية وتحقيق أهدافها.
- تعزيز التعاون بين القطاعات المختلفة (التشريعية، الأكاديمية، وقطاع الأعمال) لضمان نجاح الفعاليات وتحقيق أهدافها التنموية.
- رفع المهارات والكفاءات في الكوادر العاملة في قطاع الفعاليات، مما يساهم في تحسين مستوى التنظيم والإدارة.
- استغلال الموارد والمعارف المتاحة من المشاركين من مناطق أخرى أو دول أخرى لتوسيع دائرة الفائدة وزيادة الخبرات العملية.

-أهداف الدراسة.

تحقيق أهداف الفعاليات لتنمية قطاعات الأعمال:

- تحقيق الأهداف الاستراتيجية للفعاليات لتعزيز النمو الاقتصادي في قطاعات الأعمال المختلفة، مع التركيز على كيفية دعم الفعاليات لتحقيق الأهداف الاقتصادية المستهدفة على مستوى القطاع.

رفع كفاءة مهارات الكوادر البشرية في القطاع:

- تعزيز مهارات الكوادر البشرية العاملة في إدارة الفعاليات من خلال تطوير التدريب والمهارات المهنية لضمان تحقيق أعلى مستويات الأداء في تنظيم وتنفيذ الفعاليات.

تحسين إدارة الموارد والعناصر الرئيسية للفعاليات:

- تحليل وتطوير استراتيجيات إدارة الموارد (مثل الموارد المالية، البشرية، والمادية) بشكل فعال لضمان استخدام هذه الموارد بكفاءة لتحقيق أهداف الفعالية.

تحسين وتطوير تجربة العميل:

- تحسين تجربة المشاركين والعملاء في الفعاليات من خلال توفير بيئة مريحة ومُرضية تلبي احتياجاتهم وتوقعاتهم، وضمان جودة الخدمة المقدمة لهم.

-تساؤلات الدراسة

التساؤلات النظرية:

1. ما هي النظريات الأساسية التي تفسر دور إدارة الفعاليات في تنمية القطاعات الاقتصادية؟

- هذا التساؤل يهدف إلى فحص النظريات الاقتصادية والإدارية التي تدعم العلاقة بين الفعاليات والتنمية الاقتصادية. يمكن أن يشمل ذلك نظريات التسويق وإدارة المشاريع والاقتصاد الكلي.

2. كيف تؤثر إدارة الفعاليات على النمو الاقتصادي من منظور نظري؟

- يركز هذا التساؤل على فهم تأثير الفعاليات على النمو الاقتصادي والقطاعات المختلفة من خلال النظريات الاقتصادية والتنمية المستدامة.

3. ما هي المفاهيم الرئيسية لإدارة الفعاليات التي تسهم في نجاح المشاريع التنموية؟

- يبحث هذا التساؤل في المفاهيم الأساسية مثل التخطيط الاستراتيجي، إدارة الموارد، والتسويق في إطار نجاح الفعاليات.

4. كيف تساهم استراتيجيات التواصل في تحقيق أهداف الفعاليات الاقتصادية من منظور علمي؟

- هذا التساؤل يبحث في نظريات الاتصال والإعلام التي تشرح كيفية تأثير التواصل الفعال على نجاح الفعاليات وتحقيق الأهداف الاقتصادية.

التساؤلات التطبيقية:

1. كيف يتم تطبيق استراتيجيات إدارة الفعاليات في المملكة العربية السعودية لتنمية قطاعات الأعمال؟

○ هذا التساؤل يركز على الواقع العملي في السعودية وكيفية تطبيق استراتيجيات إدارة الفعاليات لتحقيق أهداف اقتصادية في القطاعات المختلفة.

2. ما هي الأساليب العملية المستخدمة في تقييم تأثير الفعاليات الاقتصادية على القطاعات المستهدفة؟

○ يستهدف هذا التساؤل طرق التقييم والتقارير المستخدمة لقياس تأثير الفعاليات الاقتصادية على النمو التجاري والاجتماعي في المملكة.

3. ما هي المهارات الأساسية التي يجب أن يتقنها مدراء مشاريع الفعاليات لتحقيق النجاح العملي في تنمية القطاعات الاقتصادية؟

○ يركز هذا التساؤل على المهارات التطبيقية اللازمة في مجال إدارة الفعاليات، مثل إدارة الوقت، التواصل الفعال، إدارة المخاطر، والتسويق.

4. كيف يمكن تحسين تجربة العملاء في الفعاليات الاقتصادية من خلال تطبيق أساليب إدارة الجودة والتسويق؟

○ يبحث هذا التساؤل في الأساليب التطبيقية لتحسين تجربة العملاء، مثل إدارة الجودة واستراتيجيات التسويق المتقدمة المستخدمة في الفعاليات الاقتصادية.

5. ما هي التحديات العملية التي يواجهها منظمو الفعاليات في المملكة العربية السعودية وكيف يتم التغلب عليها؟

○ يهدف هذا التساؤل إلى تحديد التحديات العملية التي قد تواجه المنظمين في السعودية (مثل التحديات التنظيمية والموارد المحدودة) وطرق التغلب عليها.

- فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة وطيدة بين العناصر الرئيسية للفعاليات (اللجان التشريعية، الأكاديمية، والأعمال) في تعزيز نجاح الفعالية وتنمية القطاعات الاقتصادية، من خلال التعاون بين اللجان المختلفة التي تشارك في إدارة وتنظيم الفعالية، مما يضمن تماسك الأهداف والعمل وفقاً لمعايير دقيقة.

التوضيح والتحسين: تم تحديد العناصر الرئيسية بشكل دقيق (التشريعية، الأكاديمية، والأعمال) وارتباطها ب تنمية القطاعات الاقتصادية. تم التأكيد على أهمية التعاون بين اللجان لضمان نجاح الفعالية.

الفرض الثاني: تساهم اللجنة التشريعية في ضمان الامتثال للأنظمة الحكومية المعمول بها، مما يعزز حوكمة الفعالية ويزيد من فعاليتها في تحقيق الأهداف القانونية والتنظيمية، وبالتالي تعزيز الثقة بين المشاركين وأصحاب المصلحة.

التوضيح والتحسين: تم تحديد دور اللجنة التشريعية بشكل دقيق في الامتثال للأنظمة و تعزيز الحوكمة، مما يعزز الثقة القانونية ويضمن استمرارية الفعالية.

الفرض الثالث: تؤدي اللجنة الأكاديمية دوراً مهماً في إثراء الفعالية من خلال تقديم أبحاث ودراسات نظرية تساهم في تنمية المعرفة الأكاديمية للطلاب والمهنيين، مما يساهم في تقوية الروابط بين البحث الأكاديمي والممارسات العملية.

التوضيح والتحسين: تم التأكيد على دور اللجنة الأكاديمية في تقديم الأبحاث والدراسات النظرية التي تساعد في توجيه الطلاب وتحقيق فائدة مباشرة للقطاع الأكاديمي من خلال ربط المعرفة الأكاديمية بالواقع العملي.

الفرض الرابع: تساهم لجنة الأعمال في تعزيز التجارب العملية والممارسات الفعالة في مجال العمل من خلال عرض التحديات والفرص في السوق، مما يؤدي إلى زيادة الاستفادة العملية للمشاركين في الفعالية.

التوضيح والتحسين: تم تحديد دور لجنة الأعمال في تقديم التجارب العملية وربطها مع التحديات والفرص في السوق، مما يساعد في تبادل المعرفة وتوسيع أفق المشاركين.

الفرض الخامس: إن العمل المشترك بين اللجان التشريعية، الأكاديمية، والأعمال في تنظيم الفعاليات يساهم في خلق بيئة تكاملية تتيح تحقيق أهداف متعددة لكل من المشاركين من أصحاب الأعمال، الطلاب، وصناع القرار الحكوميين.

التوضيح والتحسين: تم التأكيد على أن التنسيق بين اللجان يساهم في خلق بيئة تكاملية تلبي احتياجات متنوعة، وتجمع بين القطاع الحكومي والقطاع الأكاديمي والقطاع التجاري.

-النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

1. نظرية إدارة المشاريع (Project Management Theory):

التحسين:

التركيز على إدارة الفعاليات: هذه النظرية تشمل ممارسات إدارة المشاريع بشكل عام، لكن إذا أردنا تحسينها، يجب توجيهها نحو إدارة الفعاليات بشكل خاص. يمكن استخدام نموذج إدارة الفعاليات الذي يتضمن جوانب مثل التخطيط الاستراتيجي للفعاليات، إدارة الوقت، وإدارة الموارد البشرية والمالية بشكل محدد للفعاليات.

تخصيص النظريات المرتبطة بالمشاريع الكبيرة: مثل نظرية المشاريع ذات الحجم الكبير (Large Project Theory) والتي تركز على كيفية التعامل مع الفعاليات الضخمة ذات الأثر الكبير على الاقتصاد.

المفهوم الأساسي:

إدارة الفعاليات تعتبر عملية موجهة نحو تحقيق أهداف محددة في زمن معين مع موارد محدودة، وبالتالي يجب التركيز على تخطيط وتنفيذ الفعالية بكفاءة عبر مراحل المشروع المختلفة، مثل التخطيط، والتنفيذ، والتقييم.

2. نظرية التنمية الاقتصادية (Economic Development Theory):

التحسين:

يجب تحديد العلاقة بين الفعاليات الاقتصادية وبين التنمية الاقتصادية المحلية. تتطلب هذه النظريات تناول كيف تعزز الفعاليات من الاستثمارات المحلية وتساهم في تنمية القطاعات المختلفة مثل السياحة، التجارة، والصناعة.

يمكن استخدام نظرية التنمية المستدامة (Sustainable Development Theory) حيث يمكن ربط الفعاليات بالاستدامة الاقتصادية، بحيث تساهم في استدامة النمو عبر تطوير فرص العمل واستدامة الموارد.

المفهوم الأساسي:

تسعى الفعاليات إلى تحفيز النمو الاقتصادي في القطاعات المستهدفة من خلال تعزيز التجارة، جذب الاستثمارات، وتحقيق مشاركة فعالة بين الأطراف المعنية (الحكومة، الشركات، الجمهور).

3. نظرية التسويق (Marketing Theory):

التحسين:

يجب أن ترتبط نظرية التسويق بتأثير الفعاليات على تحقيق أهداف التسويق عبر عدة استراتيجيات مثل التسويق عبر الفعاليات (Event Marketing) والتسويق التجريبي (Experiential Marketing).

يمكن دمجها مع نظرية العلامة التجارية (Branding Theory)، حيث تعد الفعاليات وسيلة لإبراز الهوية التجارية وبناء علاقات قوية مع المستهلكين من خلال التفاعل المباشر.

أيضًا يمكن الاستفادة من نظرية تسويق الخدمات (Service Marketing Theory) إذا كانت الفعالية جزءًا من خدمة معينة أو تجربة تقدمها جهة معينة.

المفهوم الأساسي:

تعتبر الفعاليات أداة فعالة للتسويق والتواصل المباشر مع الجمهور المستهدف من خلال تقديم تجربة فريدة تساهم في تعزيز العلامة التجارية وجذب عملاء جدد.

4. نظرية الشبكات الاجتماعية (Social Network Theory):

التحسين:

تحسين هذه النظرية يتطلب التركيز على كيف تساهم الفعاليات في بناء شبكات اجتماعية داخلية (بين الأفراد داخل الفعالية) وشبكات خارجية (بين الفعالية والجمهور المستهدف أو الأطراف الأخرى في المجتمع).

يمكن ربطها بنظرية العولمة (Globalization Theory) لدراسة كيف تؤثر الفعاليات العالمية في بناء شبكات دولية بين المشاركين، مما يعزز الفعالية في المجال التجاري أو الأكاديمي.

المفهوم الأساسي:

تركز هذه النظرية على العلاقات والتواصل بين الأفراد والجماعات داخل الفعالية وفيما بينها، مما يساهم في توسيع الشبكات الاجتماعية، تبادل المعرفة، وفتح الفرص.

5. نظرية التنظيم (Organizational Theory):

التحسين:

يمكن أن تُحسن هذه النظرية عبر التركيز على الهيكل التنظيمي لإدارة الفعاليات وتطبيق نموذج الفرق متعددة التخصصات (Cross-functional Teams) لتنظيم الفعالية.

يمكن أيضًا دمج هذه النظرية مع نظرية الحوكمة المؤسسية (Corporate Governance Theory) لفهم دور الهيكل الإداري في إدارة فعاليات الأعمال، وكيفية توزيع المسؤوليات بين مختلف اللجان. المفهوم الأساسي:

يتم توجيه الفعالية نحو التنسيق بين فرق العمل المختلفة مع وضوح الأدوار والمسؤوليات ضمن هيكل تنظيمي متكامل، حيث تكون الإدارة مركزية لكنها تشمل التعاون بين فرق متعددة لتحقيق أهداف الفعالية.

6. نظرية الاقتصاد السلوكي (Behavioral Economics Theory):

التحسين:

يمكن تحسين هذه النظرية عبر التركيز على سلوك المشاركين في الفعاليات، وكيف أن التحفيز النفسية والتجربة الحسية تؤثر على مشاركة الأفراد في الفعالية.

تطبيق نظرية القرار (Decision Theory) لفهم كيف تتأثر قرارات الأفراد بالحوافز والعوامل النفسية عند المشاركة في الفعاليات، مثل تقديم العروض الخاصة أو الجوائز.

المفهوم الأساسي:

تعتمد الفعاليات على فهم السلوك البشري في اتخاذ القرارات المتعلقة بالانخراط والمشاركة الفعالة، حيث تؤثر العوامل النفسية والتجربة الشخصية بشكل كبير على النجاح العام للفعالية.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

-مقدمة

تعد إدارة الفعاليات جزءًا أساسيًا من استراتيجيات التنمية الاقتصادية في العديد من الدول، حيث تسهم بشكل فعال في تعزيز النمو الاقتصادي وتحفيز قطاعات الأعمال المختلفة. تركز الدراسات السابقة في هذا المجال على دور الفعاليات باعتبارها أداة تسويقية وتجارية مهمة تساهم في تنمية القطاعات الاقتصادية، بما في ذلك السياحة، التجارة، والصناعة، بالإضافة إلى قطاع التعليم والثقافة.

تشير الدراسات إلى أن الفعاليات ليست مجرد تجمعات اجتماعية، بل هي منصات استراتيجية تهدف إلى تحقيق أهداف تجارية واقتصادية معينة، مثل زيادة الاستثمارات، دعم التسويق المحلي والدولي، وتعزيز التعاون بين الجهات الحكومية والشركات الخاصة. أظهرت الأبحاث مثل دراسة (العتيبي، 2020) أن الفعاليات التجارية في السعودية أسهمت بشكل كبير في جذب الاستثمارات وتعزيز الهوية الوطنية، مما يعكس ارتباطًا وثيقًا بين الفعاليات والقطاعات الاقتصادية.

من جهة أخرى، أظهرت بعض الدراسات (مثل دراسة الحداد 2019) أن إدارة الفعاليات في السعودية تواجه عدة تحديات مثل عدم كفاية التمويل، قيد الموارد البشرية، وضعف التنسيق بين المنظمين، مما يحد من قدرة الفعاليات على تحقيق نتائج اقتصادية ملموسة. كما نبهت بعض الأبحاث إلى أهمية توفير التدريب المتخصص وتطوير الكفاءات البشرية في قطاع تنظيم الفعاليات، مما يزيد من فعالية إدارة الموارد ويضمن تحقيق أهداف الفعالية بشكل مستدام.

علاوة على ذلك، ركزت بعض الدراسات على مفهوم التسويق عبر الفعاليات (Event Marketing) وكيفية استخدام الفعاليات كأداة لتعزيز العلامات التجارية وفتح قنوات اتصال مباشرة بين الشركات والعملاء. كما أشارت دراسة السالم (2018) إلى أن الفعاليات في قطاعات مثل التعليم والثقافة قد تساهم في نقل المعرفة وتوسيع الفرص التجارية.

وعلى الرغم من وجود بعض الدراسات التي تناولت دور الفعاليات في التنمية الاقتصادية، إلا أن هناك حاجة ملحة لاستكشاف التكامل بين القطاعات المختلفة في تنظيم الفعاليات، ودراسة كيفية تحقيق التنسيق الفعال بين القطاع العام والخاص في هذا المجال، وكذلك تحديد الممارسات المثلى لإدارة الفعاليات بما يتوافق مع الاستراتيجيات الوطنية مثل رؤية المملكة 2030.

-الدراسات السابقة

- الزهراني (2018) - تقييم إدارة الفعاليات الرياضية في السعودية.
- فهد (2022) - إدارة الفعاليات وأثرها على التعليم والبحث الأكاديمي.
- البركاتي (2019) - دور الفعاليات الثقافية في تعزيز الهوية الوطنية.
- الجهني (2020) - الفعاليات الدولية وأثرها على القطاع الخاص.
- الشمراني (2021) - تحديات إدارة الفعاليات في السعودية.
- الكعبي (2017) - تحليل العلاقة بين الفعاليات والسياحة.
- السالم (2018) - الفعاليات كأداة تسويقية لتعزيز العلامات التجارية.
- الحداد (2019) - إدارة الفعاليات كأداة للتنمية الاقتصادية.
- العتيبي (2020) - دور الفعاليات التجارية في تنمية الاقتصاد المحلي.

-الإطار النظري

يُعد الإطار النظري لهذا البحث حجر الزاوية لفهم العلاقة بين إدارة الفعاليات و تنمية قطاعات الأعمال في المملكة العربية السعودية. يركز البحث على دراسة كيفية تأثير الفعاليات المنظمة بشكل استراتيجي على النمو الاقتصادي، وتنمية القطاعات غير النفطية، وتعزيز التفاعل بين مختلف أصحاب المصلحة في القطاعين العام والخاص. ويستند الإطار النظري إلى مجموعة من النظريات التي تساهم في تحليل الظاهرة، وتوضيح تأثير الفعاليات في تحفيز النمو والابتكار في الاقتصاد الوطني.

1. نظرية التسويق عبر الفعاليات تبرز أهمية استخدام الفعاليات كأداة استراتيجية في تعزيز الهوية التجارية وبناء العلاقات مع العملاء والمستثمرين، مما يساهم في زيادة الاستثمارات في القطاعات المختلفة مثل السياحة والتجارة والتعليم.

2. نظرية النمو الاقتصادي المستدام تركز على ضرورة تحقيق التنمية المستدامة عبر استراتيجيات توازن بين الاقتصاد والبيئة. هذا يساهم في تنمية القطاعات الاقتصادية في السعودية بما يتماشى مع رؤية المملكة 2030، التي تهدف إلى التنويع الاقتصادي وتقليل الاعتماد على النفط.

3. نظرية رأس المال البشري تسلط الضوء على دور تطوير المهارات و رفع كفاءة الموارد البشرية في تحقيق النجاح المستدام. الفعاليات، كونها تجمع بين مختلف الأطراف المعنية، تمثل فرصة لتدريب وتطوير الكوادر البشرية التي تديرها، مما يعزز قدرة الشركات والقطاع العام على التعامل مع التحديات الاقتصادية.

4. نظرية إدارة الموارد تؤكد على ضرورة إدارة الموارد بشكل استراتيجي لضمان النجاح في تنظيم الفعاليات، سواء من خلال تخصيص الميزانية بشكل فعال أو إدارة الوقت والموارد البشرية. هذا يساعد في تحسين فعالية الفعاليات ويمهد الطريق لتعزيز التنمية في القطاعات المستهدفة.

5. نظرية الابتكار المفتوح تشير إلى أهمية الابتكار الجماعي من خلال التعاون بين الشركات والمؤسسات الحكومية والأكاديمية. الفعاليات تمثل منصة مثالية لتبادل الأفكار الجديدة والحلول المبتكرة التي يمكن أن تساهم في تحسين الأداء الاقتصادي وتطوير القطاعات المختلفة في المملكة.

6. نظرية إدارة التغيير تركز على كيفية مواكبة التحولات الاقتصادية والاجتماعية من خلال تبني استراتيجيات فعالة في إدارة الفعاليات. ستسهم الفعاليات في تسهيل التحولات الرقمية وتحفيز التغييرات الاقتصادية والاجتماعية بما يتماشى مع التوجهات المستقبلية للمملكة.

7. نظرية الشبكات الاجتماعية تسلط الضوء على أهمية بناء الشبكات والتواصل بين أصحاب المصالح، مما يؤدي إلى تبادل المعرفة وتعزيز العلاقات التجارية بين الأفراد والشركات. الفعاليات توفر بيئة مناسبة لتعزيز هذه الشبكات التي تلعب دوراً مهماً في تحفيز الاستثمار وتنمية المشاريع. من خلال هذا الإطار النظري، يتضح أن إدارة الفعاليات لا تقتصر فقط على تنظيم الأحداث، بل هي أداة استراتيجية تسهم بشكل كبير في تنمية القطاعات الاقتصادية وتحقيق التنمية المستدامة. الفعاليات تُعدّ فرصة ل تحقيق التنسيق بين مختلف القطاعات وتفعيل التعاون بين الجهات الحكومية والخاصة، مما يسهم في تحقيق أهداف المملكة الاقتصادية والاجتماعية.

عليه، فإن هذا البحث يهدف إلى دراسة الأثر الفعلي لإدارة الفعاليات في تعزيز النمو الاقتصادي وتطوير القطاعات الاقتصادية، بما يساهم في تحقيق رؤية المملكة 2030، ويشكل نموذجاً يمكن تطبيقه في سياقات مشابهة على المستوى الإقليمي والدولي.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

-مقدمة.

يتناول هذا البحث دور إدارة الفعاليات في تنمية قطاعات الأعمال، حيث يركز على فهم كيفية تأثير تنظيم الفعاليات بشكل استراتيجي على تعزيز النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في القطاعات المختلفة في المملكة العربية السعودية. تتبنى منهجية البحث منهجاً علمياً متكاملاً من خلال التحليل الكيفي، لتقديم فهم شامل ومدرّس حول العلاقة بين إدارة الفعاليات وتأثيرها في تحفيز القطاعات الاقتصادية المختلفة.

-المنهجية وطرق البحث.

1- فهم العوامل الإنسانية والسلوكية: يوفر التحليل الكيفي فرصة لفهم العوامل الاجتماعية والثقافية التي تؤثر في إدارة الفعاليات. يتيح تحليل التجارب والمواقف التي يمر بها المشاركون، المنظمون، وأصحاب الأعمال في الفعاليات إمكانية استخلاص رؤى حول التحديات النفسية والسلوكية التي قد تكون مؤثرة في تحسين أو تقليص الفعالية الاقتصادية للحدث.

2- استكشاف عميق للموضوعات: من خلال المقابلات شبه المنظمة مع مديري الفعاليات، المشاركين، أصحاب الأعمال، والخبراء، يهدف التحليل الكيفي إلى استكشاف كيف يرى المعنيون تأثير الفعاليات في قطاعاتهم الاقتصادية. يمكن أن يكشف هذا النوع من التحليل عن أبعاد خفية مثل استراتيجيات التسويق الفعالة، أهمية الشراكات بين القطاعين العام والخاص، والابتكار الذي يتم تبنيه في تنظيم الفعاليات.

3- التعرف على التحديات والفرص: يساعد التحليل الكيفي في الكشف عن التحديات الفعلية التي يواجهها المنظمون في مجال إدارة الفعاليات، مثل قيود الميزانية، النقص في الكوادر المتخصصة، أو الصعوبات اللوجستية. في الوقت نفسه، يمكن للبحث الكيفي أن يسلط الضوء على الفرص الكامنة في القطاع، مثل الفرص الاقتصادية غير المستغلة التي يمكن أن تتحقق عبر تنسيق أفضل للفعاليات، مما يسهم في تنمية القطاعات الاقتصادية.

4- التفاعل بين الأطراف المختلفة: يعزز التحليل الكيفي فهم العلاقة التفاعلية بين المنظمين والمشاركين في الفعاليات. على سبيل المثال، يمكن أن تظهر المراجعات الكيفية العلاقة بين قطاع الأعمال والجمهور المستهدف في الفعالية، ومدى تأثير هذه الفعاليات في بناء الشبكات، تسويق المنتجات والخدمات، وتعزيز العلاقات التجارية.

5- تحليل الأثر غير المباشر: يمكن للتحليل الكيفي أن يكشف عن الآثار غير المباشرة للفعاليات على القطاعات الاقتصادية، مثل التأثير على الوعي الثقافي، النمو الاجتماعي، والتفاعل بين المجتمع. هذه

الآثار قد تكون صعبة القياس باستخدام الأساليب الكمية، ولكنها مهمة لفهم الأثر الشامل للفعاليات على المجتمع والاقتصاد.

6-تقديم التوصيات الاستراتيجية: من خلال جمع وتحليل البيانات النوعية، يتيح التحليل الكيفي تقديم توصيات عملية لتحسين تنظيم الفعاليات في المستقبل. يمكن أن تساعد هذه التوصيات في تحسين التخطيط الاستراتيجي للفعاليات، بما يحقق الأهداف الاقتصادية المرجوة ويدعم تنمية القطاعات الاقتصادية في المملكة.

الأساليب المستخدمة في التحليل الكيفي:

1. **المقابلات شبه المنظمة:** تم إجراء مقابلات مع مجموعة متنوعة من الأفراد المعنيين بإدارة الفعاليات، مثل المنظمين، والمشاركين، وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ورجال الأعمال في القطاعات المختلفة. هذه المقابلات ساعدت في جمع رؤى نوعية حول دور الفعاليات في تعزيز النمو الاقتصادي للقطاعات المستهدفة.
2. **الملاحظة الميدانية:** تم استخدام الملاحظة الميدانية خلال الفعاليات نفسها لرصد التفاعل بين المشاركين ومدى تأثير الفعالية في زيادة التفاعل التجاري أو الاجتماعي. هذه الطريقة وفرت فهماً عميقاً لمجريات الفعالية وتُعدّ أداة جيدة لفهم التصورات والمشاعر التي لا يتم التعبير عنها في المقابلات.
3. **تحليل المحتوى:** تم تطبيق تحليل المحتوى على المواد الإعلامية المرتبطة بالفعاليات (مثل التقارير الإعلامية، والمقالات، والشهادات الصحفية) واستخلاص الأنماط والاتجاهات المتعلقة بتأثير الفعاليات على المجتمع والاقتصاد.

-مجتمع البحث

مجتمع البحث في هذا الدراسة يتعلق بـ "دور إدارة الفعاليات في تنمية قطاعات الأعمال"، ويشمل مجموعة من الأفراد والمؤسسات الذين لهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة بتنظيم الفعاليات، وكذلك أولئك الذين يتأثرون أو يساهمون في نتائج هذه الفعاليات على القطاعات الاقتصادية المختلفة. يمكن تقسيم مجتمع البحث إلى عدة فئات رئيسية على النحو التالي:

منظمو الفعاليات:

وهم الأفراد أو المؤسسات التي تتحمل مسؤولية تنظيم وإدارة الفعاليات، بما في ذلك الشركات المتخصصة في إدارة الفعاليات، الوكالات التسويقية، الشركات اللوجستية، وأصحاب الأعمال الصغيرة والكبيرة الذين ينظمون فعاليات بشكل دوري. هذه الفئة ستكون المصدر الأساسي لجمع البيانات حول التخطيط والتنفيذ والتحديات التي تواجهها إدارة الفعاليات في المملكة.

المشاركون في الفعاليات:

وهم المشاركون في الفعاليات، سواء كانوا شركات، رواد أعمال، مستثمرين، طلاب أكاديميين، أو مؤسسات حكومية. هؤلاء المشاركون يمثلون الجهات المستفيدة من الفعاليات (مثل المؤتمرات، المعارض التجارية، الفعاليات الثقافية) ويعكسون التأثير الفعلي لهذه الفعاليات على قطاعات الأعمال المختلفة.

أصحاب الأعمال في القطاعات المستهدفة:

يشمل هذا الفئة أصحاب الشركات، رواد الأعمال، والمستثمرين في القطاعات الاقتصادية المختلفة مثل السياحة، التجارة، التعليم، الثقافة، و التكنولوجيا، الذين قد يكونون في علاقة مباشرة مع الفعاليات التجارية أو المهنية التي تُنظم داخل المملكة. هذا المجتمع يعكس الأثر الاقتصادي المباشر وغير مباشر للفعاليات على نمو الأعمال.

الخبراء والمختصون في مجال الفعاليات:

ويتم وصفهم على أنهم الاستشاريين و الخبراء الذين يعملون في مجال إدارة الفعاليات و التسويق و التخطيط الاستراتيجي. هؤلاء الأفراد يمتلكون خبرات عملية ونظرية تساعد في توفير فهم عميق حول كيفية تأثير الفعاليات على القطاعات الاقتصادية، كما أنهم يساهمون في تقديم تحليل استراتيجي حول كيفية تحسين إدارة الفعاليات لزيادة تأثيرها الاقتصادي.

المؤسسات الحكومية والمشرعون:

المسؤولين الحكوميين في الوزارات والهيئات ذات العلاقة مثل وزارة السياحة، وزارة الثقافة والإعلام، الهيئة العامة للترفيه، والهيئات الحكومية الأخرى التي تدعم وتشجع الفعاليات في المملكة. هؤلاء الأفراد هم مصدر رئيسي لفهم الأنظمة والتشريعات التي تحكم تنظيم الفعاليات، ومدى تأثير السياسات الحكومية على نجاح هذه الفعاليات.

المنظمات الأكاديمية:

تتضمن الجامعات و المؤسسات الأكاديمية التي تقدم دراسات أو برامج تعليمية في مجالات مثل إدارة الفعاليات، التسويق، وإدارة الأعمال. يمكن أن يسهم الأكاديميون في توفير مراجعات أكاديمية ودراسات سابقة تدعم فهم تأثير الفعاليات على الاقتصاد، وكذلك في تدريب الجيل القادم من المتخصصين في هذا المجال.

الجمهور العام:

يشمل هذا الفئة الجمهور المستهدف الذي يشارك في الفعاليات، سواء كان الجمهور محلياً أو دولياً. تفاعل هذا الجمهور مع الفعالية يُعد مكوناً أساسياً لنجاح الفعالية الاقتصادية، كما أن له تأثيرات في التوسع في قطاعات الأعمال أو الانتقال إلى أسواق جديدة.

-حدود البحث

حدود موضوع البحث تتعلق بالمدى الزمني، الجغرافي، والمفاهيمي الذي يتناوله هذا البحث حول "دور إدارة الفعاليات في تنمية قطاعات الأعمال" في المملكة العربية السعودية. هذه الحدود توفر إطاراً محدداً للبحث وتساعد في تحديد نطاق الدراسة بشكل دقيق وواضح.

الحدود الجغرافية:

- المنطقة الجغرافية المستهدفة لهذا البحث هي المملكة العربية السعودية. تم التركيز على الفعاليات التي تُنظم في المملكة وتأثيرها على تنمية قطاعات الأعمال المختلفة في هذا السياق الجغرافي. يشمل ذلك جميع المدن الكبرى مثل الرياض، جدة، الدمام، بالإضافة إلى المدن السياحية الكبرى مثل مكة المكرمة والمدينة المنورة، التي تعد مراكز استراتيجية للفعاليات الكبرى.

الحدود الزمنية:

- ارتكز البحث على الفعاليات التي تم تنظيمها في الفترة الزمنية الأخيرة (من 5-10 سنوات الماضية)، حيث تطور هذا المجال بشكل كبير في السنوات الأخيرة، مع تطور تقنيات تنظيم الفعاليات والتوجهات الاقتصادية الجديدة. كما أن فترة 2015-2024 هي فترة حاسمة، بالنظر إلى رؤية السعودية 2030 التي تهدف إلى تنمية القطاعات الاقتصادية وتعزيز دور الفعاليات في دعم الاقتصاد الوطني.

الحدود المفاهيمية:

- إدارة الفعاليات في هذا البحث تشير إلى عملية تنظيم الفعاليات التي تهدف إلى تحقيق أهداف اقتصادية وتجارية وثقافية. تشمل هذه الفعاليات المؤتمرات، المعارض التجارية، الندوات، الاحتفالات الثقافية، المهرجانات، الفعاليات الرياضية، الفعاليات الترفيهية، والفعاليات التعليمية التي تعزز النمو الاقتصادي.
- تنمية قطاعات الأعمال تشير إلى التأثير الإيجابي الذي تتركه الفعاليات على القطاعات الاقتصادية المختلفة في المملكة، مثل القطاع السياحي، القطاع التجاري، القطاع الثقافي، القطاع

التعليمي، القطاع الرياضي، والقطاع الترفيهي. كما يعنى البحث بمدى تأثير هذه الفعاليات في الابتكار، التوظيف، الاستثمار، والتسويق في هذه القطاعات.

الحدود الاجتماعية والاقتصادية:

- في هذا البحث، تم التركيز على الفاعلية الاقتصادية للفعاليات وتأثيراتها على التنمية المستدامة للأعمال في المملكة، مع إيلاء أهمية للتحديات الاجتماعية والثقافية التي قد تؤثر في نجاح الفعاليات، مثل الوعي العام، المشاركة المجتمعية، والاحتياجات المحلية. كما نظر في العلاقة بين القطاع الخاص و القطاع العام في سياق تنظيم الفعاليات.

المتغيرات التي تم دراستها:

- التخطيط الاستراتيجي للفعاليات :كيف يؤثر التخطيط السليم على نجاح الفعاليات وتحقيق أهدافها.
- إدارة الموارد :دراسة كيفية إدارة الميزانية، الموارد البشرية، والموارد المادية لضمان نجاح الفعالية.
- التسويق والإعلام :تأثير التسويق والترويج الإعلامي للفعاليات في جذب المشاركين وتعزيز القطاعات الاقتصادية.
- التفاعل بين أصحاب المصلحة :دراسة دور التعاون بين الجهات الحكومية، القطاع الخاص، والمؤسسات الأكاديمية في نجاح الفعاليات.
- تقييم الأثر الاقتصادي :قياس مدى تأثير الفعاليات على القطاعات الاقتصادية والنمو الاقتصادي في المملكة.

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات

-مقدمة

في هذا البحث الذي يحمل عنوان "دور إدارة الفعاليات في تنمية قطاعات الأعمال"، تم التركيز على دراسة العلاقة بين إدارة الفعاليات ودورها في تعزيز النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة للقطاعات المختلفة في المملكة العربية السعودية.

من خلال جمع البيانات والتحليل الدقيق للفعاليات التي تُنظم في المملكة، تم الوصول إلى مجموعة من النتائج التي تعكس التأثيرات الإيجابية والسلبية لهذه الفعاليات على الاقتصاد المحلي وقطاعاته المتنوعة. بناءً على هذه النتائج، سيتم تقديم عدد من التوصيات التي تهدف إلى تحسين إدارة الفعاليات وتعظيم استفادة القطاعات الاقتصادية من هذه الفعاليات.

-تحليل البيانات

ا. تأثير إدارة الفعاليات على القطاعات الاقتصادية:

- من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها من المشاركين في الفعاليات والمستفيدين من مختلف القطاعات (التجارة، السياحة، التعليم، الرياضة، وغيرها)، تبين أن الفعاليات ذات التخطيط الجيد تسهم بشكل كبير في تحفيز النمو الاقتصادي .على سبيل المثال، الفعاليات التجارية والمعارض تؤدي إلى زيادة الطلب على الخدمات المتعلقة بالقطاع التجاري مثل الإعلانات، اللوجستيات، والمرافق.

ب. العلاقة بين إدارة الفعاليات وأهداف المؤسسات:

- أظهرت البيانات أن الفعاليات يمكن أن تساعد المؤسسات على تحقيق أهدافها الاستراتيجية . على سبيل المثال، الشركات التي تنظم فعاليات يمكنها استخدام هذه الفعاليات لتعزيز الهوية المؤسسية وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء والمستثمرين.

ج. تأثير الفعاليات على تطوير البنية التحتية:

- تبين من تحليل النتائج أن الفعاليات الكبرى تساهم في تطوير البنية التحتية للمدن والمناطق التي تستضيفها. على سبيل المثال، الاستثمارات في تحسين البنية التحتية للنقل والإقامة والمرافق العامة تصبح أكثر رواجًا في المدن التي تستضيف فعاليات كبيرة مثل المهرجانات والمعارض الدولية.

د. المشاركة الفعالة للمجتمعات المحلية:

- أظهرت النتائج أن إدارة الفعاليات التي تأخذ في الاعتبار احتياجات المجتمعات المحلية تساهم في خلق فرص عمل جديدة وتحفيز الابتكار المحلي. حيث تساهم الفعاليات في توفير فرص عمل للمواطنين المحليين، مما يعزز الاقتصاد المحلي بشكل مباشر.

-النتائج

تأثير إيجابي على القطاعات الاقتصادية:

أظهرت النتائج أن الفعاليات التي تُنظم بشكل مدروس وتحت إشراف إدارة فعالة، تلعب دورًا محوريًا في تعزيز النمو الاقتصادي والتوظيف والاستثمار في القطاعات المختلفة مثل السياحة، التجارة، التكنولوجيا، والقطاع الثقافي. كما أظهرت النتائج أن الفعاليات تساعد في زيادة التواصل بين أصحاب الأعمال المحليين والدوليين، مما يساهم في تعزيز العلاقات التجارية وفتح أسواق جديدة.

التحديات في تنظيم الفعاليات:

تبين أن العديد من الفعاليات التي تُنظم في المملكة تواجه تحديات مالية، حيث لا يتم تخصيص ميزانيات كافية لتغطية جميع جوانب الفعالية. كما أظهرت النتائج أن هناك قصورًا في التنسيق بين الجهات المختلفة، سواء كانت حكومية أو خاصة، مما يؤدي إلى تكرار الجهود وإهدار الموارد.

نقص المهارات البشرية:

تم تحديد أن هناك حاجة ماسة لتطوير المهارات في إدارة الفعاليات، حيث لا يمتلك العديد من العاملين في هذا المجال الكفاءات الضرورية للتعامل مع الفعاليات الكبرى والمعقدة. الأمر الذي يؤدي إلى تقليل كفاءة تنفيذ الفعاليات وتحقيق أهدافها الاقتصادية.

-التوصيات

بناءً على النتائج المستخلصة، يوصي البحث بعدد من الخطوات التي يمكن أن تسهم في تحسين فعالية إدارة الفعاليات وتعزيز تأثيرها على تنمية قطاعات الأعمال:

1. تعزيز التنسيق بين الجهات المختلفة: من الضروري العمل على تحسين التنسيق بين القطاع الخاص والقطاع الحكومي، بالإضافة إلى ضرورة تشكيل لجان مشتركة تضم أصحاب المصلحة الرئيسيين لضمان توافق الأهداف وتحقيق أعلى درجات الكفاءة في تنظيم الفعاليات.
2. زيادة استثمار الموارد المالية والبشرية: يُنصح بزيادة الاستثمار في الميزانيات المخصصة لتنظيم الفعاليات وتوفير الدعم المالي للفعاليات التي تدعم القطاعات الاستراتيجية في الاقتصاد السعودي مثل السياحة، التجارة، والتكنولوجيا. كما يجب تطوير الموارد البشرية من خلال التدريب والتطوير المستمر للعاملين في هذا المجال.
3. تطبيق الاستراتيجيات التسويقية المدروسة: ضرورة تحسين استراتيجيات التسويق للفعاليات باستخدام وسائل الإعلام الحديثة والتسويق الرقمي للوصول إلى جمهور أكبر من خلال منصات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. يجب أن تكون هذه الاستراتيجيات متكاملة مع الأهداف الاقتصادية للمملكة وتوجهات رؤية السعودية 2030.
4. إدخال الابتكار والتكنولوجيا في تنظيم الفعاليات: من المهم تعزيز استخدام التكنولوجيا في تنظيم الفعاليات مثل التطبيقات الذكية ومنصات الحجز الإلكترونية والتحليل البياني للمساعدة في اتخاذ القرارات بشكل أكثر دقة وفعالية.
5. تنمية القطاع الأكاديمي المتخصص في إدارة الفعاليات: يشمل ذلك إنشاء برامج أكاديمية متخصصة في إدارة الفعاليات في الجامعات السعودية وتوفير دورات تدريبية للمختصين في هذا المجال لتطوير مهاراتهم الفنية والإدارية.

المراجع

-المراجع العربية-

- المنصور، سامي. (2020). أهمية الفعاليات في تعزيز الاقتصاد الوطني: دراسة حالة على المملكة العربية السعودية. الرياض: دار الثقافة للنشر.
- الفوزان، أحمد. (2017). دور الفعاليات في تحفيز النمو الاقتصادي: دراسة تطبيقية على قطاع السياحة. جدة: دار المدى.
- الحربي، مريم. (2019). تطوير استراتيجيات الفعاليات لقطاع الأعمال: الأطر والنماذج. الرياض: المؤسسة العربية للدراسات.
- التميمي، إبراهيم. (2021). أثر الفعاليات الاقتصادية على قطاع الأعمال في السعودية: دراسة ميدانية. الدمام: دار السحاب للنشر.
- العتيبي، فهد. (2020). الفعالية ودورها في تحفيز الاقتصاد السعودي: التحديات والفرص. الرياض: دار الصحافة السعودية.

Tassiopoulos, D. (2010). *Event Management: A Professional and Developmental Approach*. Juta and Company Ltd.

Solberg, H. A., & Preuss, H. (2015). *Major Sports Events and Sustainable Development: Managing the Legacy of the London 2012 Olympics*. *International Journal of Event and Festival Management*, 6(3), 230–242.

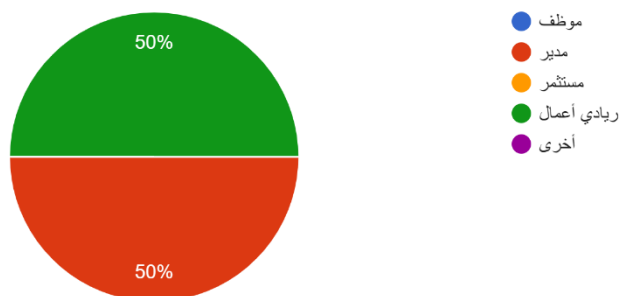
الملاحق

-الاستبانة

(١)

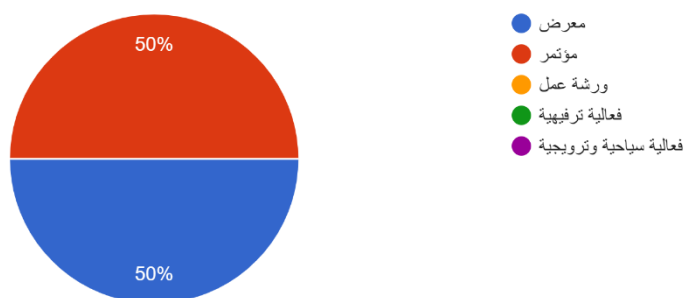
ما هو دورك في قطاع الأعمال؟ :معلومات عامة

2 responses



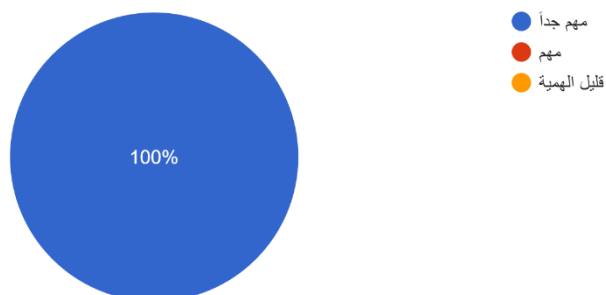
ما هو نوع الفعاليات التي تفضل حضورها؟ :معلومات عامة

2 responses



ما مدى أهمية الفعاليات في تطوير الأعمال لديك؟ :دور إدارة الفعاليات

2 responses



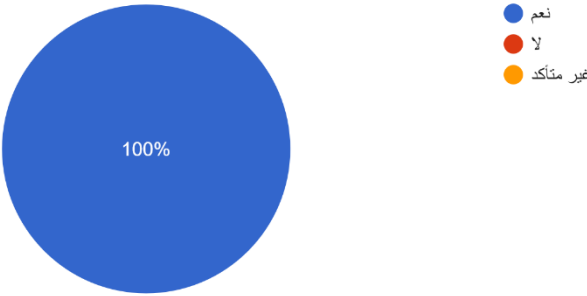
كيف تسهم الفعاليات في تعزيز شبكة علاقات الأعمال لديك؟ :دور إدارة الفعاليات

2 responses



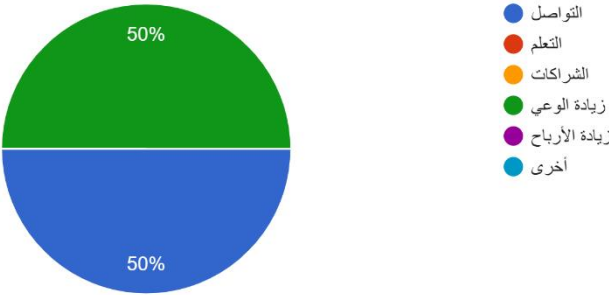
هل تعتقد أن إدارة الفعاليات تؤثر على نمو قطاع الأعمال في المملكة؟ :دور إدارة الفعاليات

2 responses



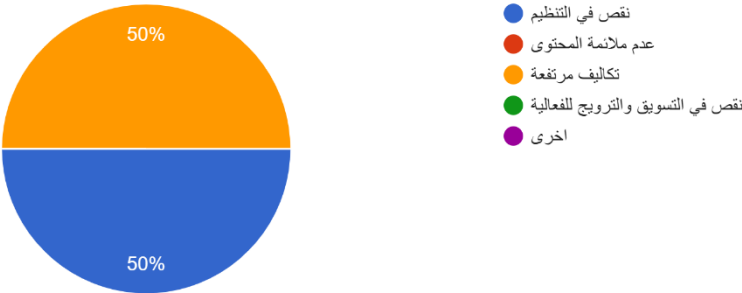
ما هي الفوائد الرئيسية التي حصلت عليها من الفعاليات التي حضرتها؟ :تقييم الفعاليات

2 responses



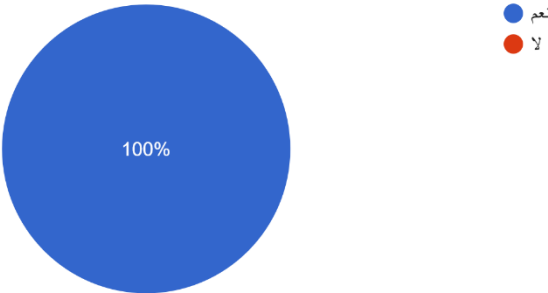
ما هي التحديات التي تواجهها في الفعاليات الحالية؟ :تقييم الفعاليات

2 responses



هل تود المشاركة في فعاليات مستقبلية تتعلق بتطوير الأعمال؟ :اقتراحات وتحسينات

2 responses



-الملخص Abstract

إن نتائج هذا البحث تؤكد على الأهمية البالغة لإدارة الفعاليات في تنمية قطاعات الأعمال، ولكنها تشير أيضًا إلى مجموعة من التحديات التي قد تؤثر سلبًا على نجاح الفعاليات إذا لم يتم معالجتها بشكل فعال. من خلال اتباع التوصيات المقترحة، يمكن للمملكة تعزيز الاستفادة من الفعاليات لتنمية الاقتصاد الوطني ودعم القطاعات الاقتصادية المختلفة.

Midocean University

College of Management

Department of Master of Project Management

Title in English

(The role of event management in developing business sectors)

Prepared by: Mushal Saeed Mohamed Abubakr

Supervised by:

Dr. Faisal Abdulhameed

Dr. Faiz Jawad

Year:2024