**مبادرة**

**نادي ترحال السياحي**

مذكرة تطبيقية

**تقديم: الوليد بن موسى الحربي**

**أولاً: المشكلة والفئة المستهدفة والفكرة الأوليّة**

|  |  |
| --- | --- |
| **المشكلة المحدّدة:** | رغم ما تمتلكه منطقة الجوف من مقومات سياحية متميزة تشمل المواقع التاريخية والطبيعة الجميلة والتراث الثقافي العريق ، إلا أن هناك نقصًا في إبراز هذه المقومات وتسويقها  وكذلك عدم وجود مرشدين سياحيين مؤهلين من أبناء المنطقة، خصوصًا من فئة الشباب يبرزون هذه المقومات السياحية .  كذلك، تفتقر الفعاليات السياحية في الجوف لوجود كوادر شبابية متخصصة تقوم بتصميم برامج جاذبة والتعريف بالميز النسبية السياحية للزوار , مما يقلل من جودة تجربة الزائر.. |
| **الفئة المستهدفة:** | * شباب وفتيات منطقة الجوف (18-35) * الزاور والسياح لمنطقة الجوف * الجهات السياحية والمجتمعية الراغبة في التعاون مع مرشدين سياحيين |
| **فكرة المبادرة:** | من عاصمة الطاقة المتجددة في أرض الحلوتين و قلب الشمال  ، حيث النخيل وعبق الخزامى ، و القلاع والآثار ، حيث تمتزج حضارة الماضي وازدهار الحاضر وقوة المستقبل.  من هنا بدأت قصة ترحال …وهو نادي تطوعي شبابي يُعنى بالإرشاد السياحي في منطقة الجوف بقيادة أبناء المنطقة، ومهمتنا فيه لسيت فقط أن نرشد، بل أن نحكي حكاية الجوف… بطريقتنا، و بشغفنا.  لذلك“ترحال” ليس ناديًا عاديًا ، بل هو حراك شبابي حيّ، ينقل الجوف من صورة جامدة في الكتب إلى تجربة حيّة يعيشها الزائر بكل حواسه |

**ثانيًا: مرحلة التحليل**

**أ/ تحليل المشكلة:**



**الفروع – التـأثـيـرات**

بعدما تم التعريف بـ "المشكلة" وتحديد "الفئة المستهدفة" بدقة؛ يمكننا تحليلها لنعرف مدى تعقيدها، ومسبباتها، وآثارها.

تستطيع ذلك عن طريق: استخدام نموذج (تحليل شجرة المشكلات) كما في الأسفل، ارسم العلاقة بين الأسباب.

**الآثار**

بعد إكمالها راجع المسببات الواردة في أسفل الشجرة، وابحث عن الأدوار التي تستطيع القيام بها مع الجامعة.

قلة الإقبال على السياحة في الجوف

ققلة الفعاليات الجاذبة للسياح

عدم تقدير الميز النسبية و مكتسبات المنطقة التراثية الثقافية

**المشكلة**

ضعف إبراز هوية منطقة الجوف التاريخية والسياحية

ضعف التفاعل مع السياح الأجانب

**الأسباب**

قلة الوعي بأهمية السياحة

قلة الجولات السياحية في المنطقة

قنُدرة فرص العمل الميدانية المرتبطة في السياحة

ضعف التفاعل الرقمي التسويقي عن معالم المنطقة

عدم وجود معلم رئيسي للتجمع

ضعف الاستثمار في السياحة

عدم وجود فرق شبابية مؤهلة لقيادة الجولات

غياب التشجيع على توثيق وصناعة المحتوى

قلة التدريب المتخصص في الإرشاد السياحي

**ب/ تحليل البيئة عبر أداة (SWOT):**

|  |  |
| --- | --- |
| عناصر القوة في المبادرة | عناصر الضعف في المبادرة |
| * وجود شباب طموح و شغوف للعمل التطوعي * تنوع المعالم السياحية في منطقة الجوف (آثار , طبيعة , ثقافة ) * بيئة محافظة تحتفي بالضيافة الأصيلة * تراث غني قابل للسرد والطرح * تعداد خبرات واهتمامات الشباب | * حاجة الخبرة لدى الشباب في مهارات الارشاد * ندرة المرشدين المؤهلين * ضعف التوثيق الرقمي معالم المنطقة * نقص الدعم الإعلامي والتسويقي للمبادرات الشبابية |
| الفرص المتاحة والممكنة للمبادرة | التهديدات والمخاطر المحيطة بالمبادرة |
| * توجه رؤية 2030 لدعم السياحة الداخلية , وتعزيز دور الشباب * وجود توجه استراتيجي بمنقطقة الجوف للبرامج السياحية * وجود فعاليات موسمية وسياحية يمكن التعاون معها * إمكانية الشراكة مع جهات رسمية ومحلية * وجود العديد من الوجهات السياحية المتنوعة | * قلة الموارد المالية للنادي في البداية * التحديات التنظيمية والموافقات من الجهات ذات العلاقة * التنافس مع شركات سياحية خاصة |

ويمكنك من خلال تحليل (SWOT) القيام بالتالي على الأقل:

1. تعظيم عناصر قوتك باستثمار الفرص المتاحة.. وقد تجد في هذين العنصرين فرصتك (للبناء على الأصول).
2. تقليص عناصر ضعفك باستثمار نقاط القوة والفرص كلما أمكن ذلك.

**بنهاية هذه المرحلة:**

1. تكون مسببات المشكلة واضحة ومحددة، ثم يستطيع فريق العمل تحديد المجالات التي سيعمل عليها وفق قدرات المنظمة.
2. تستطيع صياغة أهداف المبادرة بطريقة سهلة بواسطة الصياغة الإيجابية للتعبيرات الواردة في شجرة المشكلات على مستوى (الآثار).
3. بعد هذه المرحلة المفترض أن الصورة الكلية اكتملت، فاملأ الجدول التالي وفقا لما سبق:

**ثالثًا: صياغة العناصر الأساسية**

|  |  |
| --- | --- |
| اسم المبادرة | نادي ترحال التطوعي |
| فكرة المبادرة  بصورتها المكتملة والنهائية | مبادرة “ترحال”، نادي تطوعي شبابي يُعنى بالإرشاد السياحي في منطقة الجوف، بقيادة أبناء المنطقة أنفسهم.  مهمتنا ليست فقط أن نرشد، بل أن نحكي حكاية الجوف… بطريقتنا، ،وشغفنا، من خلال برامج تدريبية نوعية، وجولات تطويرية، وأنشطة سياحية، وفرص تمكين لطاقات الشباب |
| الأهداف التفصيلية | 1- رفع الوعي بأهمية السياحة وتأثيرها على المنطقة  2- زيادة الاقبال على السياحة في منطقة الجوف  3- تصميم برامج تساهم في الحفاظ على تراث المنطقة  4- المساهمة في رفع القيمة الاقتصادية للسياحة في المنطقة  5 - إيجاد مصادر دخل لشباب المنطقة |
| الفئة المستهدفة | • شباب وفتيات منطقة الجوف (18-35)  • الزوار والسياح لمنطقة الجوف  • الجهات السياحية والمجتمعية الراغبة في التعاون مع مرشدين سياحيين |
| مبررات المبادرة | عن طريق آثار المشكلة وصياغتها هنا بأسلوب مبررات المبادرة:  1-وجود فجوة بين ثراء المنطقة السياحي وضعف التغطية الميدانية  2- الحاجة الى منصة شبابية لتمثيل الجوف سياحيًا وثقافيًا  3-تمكين الطاقات الشابة من التعبير عن هويتهم  4-حاجة الشباب إلى مصادر دخل |
| مؤشرات النجاح | 1- حصول أكثر من 10%من المشاركين على اعتماد مرشد سياحي  2-تقييم أصحاب المصلحة  3- عدد مشاركات النادي في الفعاليات السياحية الرسمية |
| أنشطة المبادرة | 1- دورات تأهيلية وورش عمل للمرشدين.  2- إقامة برامج جاذبة للتوعية بمعالم وتراث المنطقة.  3- جولات سياحية. |
| مراحل المبادرة | 1-الإعداد: تشكيل فريق العمل، بناء توجه استراتيجي للنادي، التواصل مع الجهات المانحة والجهات ذات العلاقة  2-التخطيط: اعداد الخطط التشغيلية للنادي وبناء الشراكات الاستراتيجية  3- التنفيذ: تدشين أعمال النادي ومباشرة الأعمال وفق الخطة التشغيلية |
| مدة المبادرة | سنة |
| القيمة المضافة | 1- دعم الهوية الثقافية المحلية وتعزيز الانتماء.  2- تنشيط الحركة السياحية بتدريب وتمكين الشباب.  3- ربط التراث بالمستقبل بأسلوب شبابي عصري. |
| متطلبات التنفيذ | 1-مساحة عمل للنادي.  2-دعم تدريبي من مختصين في السياحة والإرشاد.  3-شراكات فاعلة مع جهات سياحية وثقافية. |
| فريق المبادرة | 1-مشرف المبادرة (خبير سياحي)  2-قائد الفريق  3-أعضاء الفريق (مرشدين سياحيين متعددي اللغات، مصور، مصمم، مسوق....) |
| التكلفة التقديرية | 105000  مئة وخمسة آلاف |
| مصادر التمويل | 1- وزارة السياحة والجهات ذات العلاقة.  2- القطاع الخاص (مسؤولية مجتمعية).  3- الجهات المانحة.  4-إيرادات الأنشطة والرعاة المحليين.  5- تفعيل التطوع الاحترافي. |
| أفكار تسويقية | 1-زيارات ميدانية.  2-تفعيل وسائل التواصل.  3- التسويق عن طريق خبراء السياحة ومشاهير المنطقة. |
| المخرج النهائي | 1. تأسيس نادي ترحال التطوعي للإرشاد السياحي. 2. تأهيل 20 من شباب المنطقة مؤهلين للإرشاد السياحي. 3. تنفيذ ثلاث دورات تدريبية في مهارات الإرشاد السياحي. 4. ثلاث شراكات سياحية. 5. رحلة سياحية تطويرية. |

**رابعًا: صناعة خطط المبادرة (هذا الجزء من النماذج الإضافية)**

بوصولك إلى هذا الحد صار لديك كافة التفاصيل التي تمكنك من صناعة خطط المبادرة.

ستحتاج على الحد الأدنى إلى:

1. الخطة التنفيذية.
2. الزمنية (مخطط جانت).
3. خطة التدفقات النقدية.

في الخطة التنفيذية؛ أنت تحتاج أن تجيب على خمسة أسئلة لكل نشاط: (ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟ بكم؟)، وبطبيعة الحال تستطيع أن تزيد التفاصيل لتحصل على تحكم أعلى ووضوح أكبر. لاحظ أن تفاصيل خطة المبادرة تتناسب وحجم التعقيد فيه والشراكات والموارد المتعلقة به.

في الخطة الزمنية؛ تنبه إلى أهمية تحديد وترتيب الأنشطة المتتابعة والمتزامنة ولمعرفة الأعمال الاعتمادية والأعمال المستقلة بذاتها؛ وذلك لضغط الجدول الزمني، وإدارة الموارد المختلفة في المبادرة بطريقة أكثر كفاءة. وبالتالي سيمثل لك ذلك نقطة قوة في التحكم بالقيود الثلاثية في مبادرتك (الزمن، الكلفة، النطاق)، وعدم الوقوع في مصيدة التعثرات المختلفة المحيطة بك.

في خطة التدفقات النقدية؛ تستطيع معرفة كم تحتاج؟ ومتى تحتاج؟ حتى تتحكم في مواردك بطريقة صحيحة ومنطقية، كما أنها ستساهم في معالجة قيد (التكلفة) حتى لا تقع في الحرج مع الموردين أو المستفيدين أو حتى المانح نفسه، بل وتستطيع عن طريق هذه الخطة مفاوضة المانح على حجم الدفعات وتوقيتها وفقا للخطة المقترحة.

**نموذج مبسط للخطة التنفيذية**

| المـــحـــــــور | المهام والأنشطة | المسؤول | عدد ونوع المستهدفين | التاريخ | التكلفة | ملاحظات التنفيذ |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**نموذج مبسط للخطة التنفيذية الزمنية**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | الــــشـهــــــــــــــــــر | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **المهام والأنشطة** | 1 | | | | 2 | | | | 3 | | | | 4 | | | | 5 | | | | 6 | | | | 7 | | | | 8 | | | | 9 | | | | 10 | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

تستطيع إدراج أشياء إضافية في الجدول الزمني من قبيل (مواعيد إصدار التقارير الدورية، اجتماعات فريق العمل، الزيارات الإشرافية والمتابعات، .. وغيرها) بحسب الحاجة.

**نموذج مبسط لخطة التدفقات النقدية**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | توزيع التكاليف وفقاً للزمن | | | | | | | | | | | |
| الأنشطة | التكلفة الإجمالية | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **المجموع** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**خامسًا: خطة تسويقيــة (هذا الجزء من النماذج الإضافية)**

|  |  |
| --- | --- |
| **خطة تسويقية** | |
| **اسم المبادرة** |  |
| حدد جمهورك |  |
| من هم منافسيك |  |
| هدفك التسويقي |  |
| العبارة التسويقية |  |
| الميزة التنافسية |  |
| استراتيجية الخدمة |  |
| استراتيجية الترويج |  |
| الصورة الذهنية |  |

**نماذج إضافية (يمكن إضافتها بحسب الحاجة)**

إجراءات الاحتراز

الخطورة والأولويات

**إدارة المخاطر**

**نموذج الإطار المنطقي**

الأثر

الهدف العام

الأنشطة

المخرجات

فريق العمل

الهيكل التنظيمي

**هيكلة المشروع**

مصفوفة المهام والصلاحيات

تقييم عناصر ومراحل المبادرة

**خطة التقييم**