

الكتابة كمشروع

الكتاب العاشر

تسويق المشروع الابداعي

نبيل أحمد الخضر

مؤسسة ضمانات للحقوق والحريات

2024





الكتابة كمشروع

نبيل أحمد الخضر

الكتاب العاشر

تسويق المشروع الابداعي

مؤسسة ضمانات للحقوق والحريات

٢٠٢٤



عنوان الكتاب

الكتابة كمشروع

الكتاب العاشر

تسويق المشروع الابداعي

المؤلف

نبيل أحمد الخضر

الناشر

مؤسسة ضمانات للحقوق والحريات

Damanat.org

nabilngo@gmail.com

جميع الحقوق محفوظة لمؤسسة ضمانات

لا يجوز إعادة طباعة الكتاب أو ترجمة أو نقل أجزاء منه بأي شكل من الأشكال إلا بإذن

خطي من مؤسسة ضمانات للحقوق والحريات



المحتويات

الاهداء.....	5
مقدمة.....	6
فهم التسويق.....	1
فهم إستراتيجيات التسويق.....	9
معرفة التوقيت المناسب للتسويق.....	14
تطبيق أخلاقيات التسويق.....	14
معرفة المشاريع الإبداعية الشبيهة في السوق الإبداعي يجب العمل على معرفة التجارب الشبيهة وكيف تم التسويق لها في مجتمعه المحلي أو الوطني أو على مستوى الإقليم أو على مستوى العالم فهناك الكثير من التجارب أو المشاريع الإبداعية التي حضت بخطط تسويق مميزة وساهمت في نجاح المشروع الإبداعي.....	17
تطبيق الطرق والممارسات الناجحة في التسويق للمشاريع الإبداعية.....	17
تعزيز المشاركة في التخطيط وتنفيذ التسويق.....	18
ضمان وصول المشروع الإبداعي للجمهور.....	19
توفير تكاليف التسويق.....	20
وجود خطة مميزة لتسويق المشروع الإبداعي.....	21
الاستفادة من الإعلام والتقنيات الحديثة في التسويق.....	23
وجود إجابات تسهم في نجاح تسويق المشروع الإبداعي.....	27
فهم الإدارة الجيدة للتسويق.....	34
فهم طبيعة المنتج الإبداعي.....	40
قدرة المنتج والمشروع الإبداعي على المنافسة.....	46
معرفة المخاطر المرتبطة بتسويق منتجات المشروع الإبداعي.....	50
فهم الأسواق الإبداعية.....	51
فهم البيئة الإبداعية.....	62
فهم الجمهور الإبداعي.....	65



فهم أهمية المعلومات الخاصة بالتسويق.....	75
فهم أهمية الاتصال الناجح للتسويق.....	79
فهم المنافسة في التسويق.....	82
فهم الشركاء في التسويق.....	86
فهم أهمية الاعلام للتسويق.....	97
تسويق المشروع لجلب التمويل.....	104



الاهداء

هناك مؤسسات عملت بشكل جاد على بناء قدرات المبدعين في العالم العربي وبدأ هذا واضحا في فعاليات بناء القدرات الإقليمية التي تدعو اليها المبدعين بشكل دوري وسنوي ومن تلك المؤسسات " المورد الثقافي " التي استمتعت واستفدت بالكثير من الدورات التدريبية وورش العمل معهم في الاردن وبيروت وخصوصا عبر الأستاذة رنا يازجي.

شكرا كل فريق المورد الثقافي

شكرا الأستاذة رنا يازجي

مقدمة

يتحدث الكتاب الأول من هذه السلسلة على صفات الكاتب الناجح من قبيل أن يكون مبدع ومتحدي وخبير وموهوب شجاع وحكيم ومنهجي ومتحمس ومتخذ القرار ومحترف وحساس وواثق ومتعاون ومتطور ودقيق ومتفرد ومنافس وناجح وصبور وحر ومجتهد وبسيط وموضوعي وواقعي وعقلاني ومجدد ومتواضع ومكتفي وصادق ومسيطر وواضح ومرن ومستقل وصامد ومتدفق ومستقبلي وقارئ ومغامر ومحلل ومبادر ومتمكن ومستمتع جيد ومتفاعل وإيجابي ومتخصص ويضمن الجودة وسيد موقفه ومفكر ومنفتح ومعافى وشغوف وطموح ومستعد ومنضبط وفاهم وحالم وصحي ومركز ومتخصص ومشارك ومبتكر وأمن وسعيد وشكاك وماهر ومنتج ويمتلك الفكرة ويمتلك لغة فريدة ومجرب.

وعلى نفس النسق يتحدث الكتاب الأول على أن الكاتب يجب أن تكون لديه معرفة بالمحيط الإبداعي الخاص به وقادر على الاستمرارية ويعزز نقاط قوته ويعالج نقاط ضعفه وقادر على التصور الإبداعي وقادر على تحديد المكاسب من مشروعه الإبداعي ويؤمن أن التجارب تساعد على النمو والاحتراف والخبرة ومركز على الأنشطة والقيام بها بأقل التكاليف وقادر على التصرف بطريقة بناءة وقادر على التواصل الإيجابي المتنامي والمثمر ويدرك تنوع الأنواع ويتفهم الاختلاف ويدرك أسباب الرفض ويعالجها وقادر على تقديم فكرة مكتملة.

ويتحدث الكتاب الأول أن على الكاتب أن يفهم القيم والأحكام والأشخاص والمواقف والقوانين والشرائع والأعراف المجتمعية ويدرك كيف يستثمر محيطه الإبداعي ويتمتع بوجود صناعة أدبية

قوية ومتنامية في محيطه الإبداعي ولا يتوقف عن طرح الأسئلة ويرحب بكل وجهات النظر المختلفة ويدرك أن كل رأي مهم ويعرف من أين يستقي مصادره ويدرك إنه ليس العالم بكل شيء ويتعاون مع المتخصصين في شتى الفنون الإبداعية ويحترم آراء الغير وقراراتهم ويعزز التنوع ويرعى التفرد.

ويتحدث الكتاب الاول ان على الكاتب أن يكون واسع الاهتمامات والتطلعات والخبرات والمعلومات والعلاقات والقراءات ويدرك أنه سيد الموقف وقادر على الوصول للموارد التي يحتاجها وحصول الكاتب على فرص التدريب أو الزمالات في مجال تخصصه الإبداعي وانضمام الكاتب إلى الشبكات والتحالفات الإبداعية والمؤسسات الغير حكومية المتخصصة في الإبداع ومركز على نشاطه الرقمي الفاعل على الانترنت ولا يخاف من الجديد أو الاختلاف أو المغامرة وقادر على اتخاذ قراراته على الصعيد الشخصي أو الأسري أو الاجتماعي أو الإبداعي وقادر على بناء شخصية إيجابية وإبداعية وناجحة متنامية ومؤثرة له في العالم الرقمي وغير انتقائي ويتقبل النقد ويتمتع بمهارات النقد ويمتلك هدف ورسالة ويدرك أن نجاحه ربح للجميع وحذر ضمن مشروعه الإبداعي.

وفي مجال الإدارة يناقش الكتاب الثاني من سلسلة كتب الكتابة كمشروع والمعنون بقدرات الكاتب الناجح على أن يكون الكاتب قادر على إدارة التكيف وإدارة التفاوض وإدارة التوازن وإدارة التوتر وإدارة الغضب وإدارة التسامح وإدارة الصراع وإدارة الذات وإدارة الفريق وإدارة المشاعر السلبية وإدارة التغيير وإدارة التقييم وإدارة الانفعالات وإدارة المخاطر وإدارة جودة

المحتوى وأن يكون قادر على إدارة المشاركة وإدارة المراقبة وإدارة التحليل وإدارة مشروعه الإبداعي وإدارة الأولويات وإدارة المعلومات وإدارة التحفيز وإدارة القلق وإدارة البحث وإدارة الضغط والإجهاد وأن يكون قادر على حل المشكلات وإدارة العصف الذهني وإدارة الصعوبات والمعوقات كجزء أساس من نجاح مشروعه الإبداعي. وإدارة التخطيط وإدارة الوقت وقادر على إدارة وتحقيق التوقعات وإدارة العلاقات وإدارة الأسباب التي تعوق مسيرته الإبداعية تكون لدى الكاتب القدرة على قادر على فهم وإدارة الجمهور.

ويتحدث الكتاب الثالث من سلسلة كتب الكتابة كمشروع والمعنون بمهارات الكاتب الناجح على أهمية أن يكون الكاتب كاتباً مبدعاً ويتمتع بالفهم والمعرفة والتفكير وقادر على الحصول على الإلهام وتوليد الأفكار والمفاهيم ويمتلك صوته الخاص ويمتلك أفكاراً قصصية متنوعة ويخوض التجربة بكل تفاصيلها وقادر على بناء القصة وقادر على صناعة المشهد القصصي وقادر على خلق وإدارة الصراع في النص وقادر على صناعة الحكمة وتصميم الخرائط الذهنية الإبداعية وبناء شخصيات جيدة وكتابة حوار جيد ويهتم بالنص الإبداعي الخاص به وقادر على كتابة التسويق والاثارة والخيال وقادر على تطوير المؤامرة والحديث أن يكون الكاتب قادر على التعامل مع أنواع الكتابة مثل الاساطير والتاريخ والرعب والعائلة والكوميديا والبطل والشيرير ويبتكر حلول ذاتية تسهم في نجاحه من قبيل لطباعة الذاتية والتوزيع الذاتي والنشر الذاتي وأن يقبل أن يتجنب المحاذير وقادر على العرض الجيد ويلتزم بالمواعيد النهائية ويمتلك مهارات التسويق الاحترافية.

ويتحدث الكتاب الرابع من سلسلة كتب الكتابة كمشروع والذي يتحدث عن الكاتب كقائد إبداعي سيتم الحديث عن الكاتب كقائد ابداعي وما هي مميزات القيادة وتفصيلها وخصوصا ضمن مشروع الكاتب الإبداعي.

وفي الكتاب الخامس من سلسلة كتب الكتابة كمشروع سوف نتحدث عن الكاتب كمبدع رقمي وناقشنا كيف يستفيد المبدع من الإنترنت في مجال النشر وصناعة العلاقات العامة وإثراء المعرفة والتسويق الرقمي والوصول والتفاعل المباشر مع القراء وأرشفة وإتاحة الإبداع وعالمية الوصول والحماية

وتمت المناقشة في الكتاب كيف يستفيد المبدع من أصحاب المصلحة من تجربته الإبداعية على الإنترنت عبر الاقران والمؤسسات الثقافية الحكومية ومؤسسات الدولة ودور النشر والمؤسسات الراعية للمسابقات الإبداعية ومؤسسات المجتمع المدني المحلية والمؤسسات الإقليمية والدولية ووسائل الإعلام وشركات الإنتاج السينمائي أو الإذاعي أو الدرامي والقطاع الخاص والمجتمع المحلي وكما ناقش الكتاب هنا طرق استثمار المبدع الذكي للإنترنت عبر المواقع التدريبية الدولية العامة والمفتوحة والمواقع شبة الخاصة والمواقع الخاصة والمواقع الإقليمية والمواقع المتخصصة ومواقع الجامعات الإقليمية والدولية والمواقع التجارية والمواقع التدريبية المؤقتة وناقش الكتاب العقبات التي تواجه المبدع للاستفادة من الإنترنت من قبيل البنية التحتية والفوارق الجغرافية والفوارق بين الجنسين وحرية التعبير والفجوة الرقمية والتفاوت ما بين الموارد والعقبة الاجتماعية وعقبة اللغة وعقبة القدرات الشخصية وسيناقش الكتاب هنا

المبدع كمبدع رقمي وهل هناك أنشطة تسهم في نجاح المبدع من الاستفادة من البيئة الرقمية من قبيل نشر الإبداع رقميا والإدراك المجتمعي بأهمية الإبداع والتحرك الرقمي للإبداع وتعزيز إيجابية ومشاركة الفرد المتلقي للإبداع وتعزيز الفاعلية الرقمية وتوطين التكنولوجيا وردم الفجوة الرقمية وضمان الاستخدام الجيد للبيئة الرقمية في خدمة الإبداع وتعزيز المهارات الرقمية للمبدع المبدع والمشاركة في تسويق الإبداع وقياس الإبداع رقميا وعلى نفس النسق ناقش الكتاب دور البيئة الرقمية في إشهار وزيادة تأثير المبدعين في الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر والمدونات والمواقع وقنوات و إذاعات الإنترنت وطرق تفعيل دور البيئة الرقمية في حماية المبدعين والأمان الرقمي.

وتم الحديث في الكتاب السادس عن الكتابة الجيدة وأنواعها وأشكالها ومعاييرها وتقنياتها وقوانينها وشروطها وما هي أنواع النصوص و الشخصيات المتداولة في كتابة النصوص الأدبية وعن كيفية الكتابة بصفقتها اختيار ما بين الكتابة لأجل الحقيقية أم لأجل الخيال وبحث لا نهائي عن الجودة وبحث مجهد عن التفرد والكمال والاكتمال وهي عملية تنافسية وشكل من أشكال التعبير المهمة والمتداولة والمشهورة والمؤثرة ووظيفة مرهقة ووحيدة وتجربة خطيرة وعملية تطويرية وزوجة غيورة ومتخمة وبحث مرهق عن إجابات بشرية قديمة وحديثة وبحث مستمر عن هوية والتزام أبدي.

وتم الحديث في الكتاب السابع عن النص الجيد و أنواع النصوص الجيدة وما هي الأدوات التي تساهم في نجاح النص وان يكون نص متخم بالأسئلة ويرتبط بالتجربة والمشاعر الإنسانية مع

احتفاظ الكاتب بصوته الخاص في النص جزء من جودة النص وفردانيته وأن يكون نص صلب، وغير قابل للنقد وأن يكون كل مشهد فيه وكل سطر موجود لسبب، وله مبرراته في النص وأن يكون النص مزيج من المفاهيم الجذابة، والرهانات العالية، والتنظيم الرائع، ويحتوي النص على شخصيات مثيرة وإنسانية وأن يكون النص قائم على المشهدية وأن يكون مناسب لنوع النص أو تخصصه الإبداعي. ويهدف إلى الجودة ويساعد النص الجيد القارئ على اكتشاف الطريق. ويترك علامته على القارئ وأن يكون النص مقبول للنشر ومقبول للبيع، وتم الحديث عن الأدوات التي تساعد في كتابة نص جيد من قبيل وجود الفكرة الجيدة والابداعية والفريدة والقراءة المستمرة والمتنوعة والاستماع الجيد والاطلاع المستمر للبحوث والدراسات والتحقيقات العلمية والأدبية ومتابعة الاخبار والذكريات وأحلام اليقظة وتوليد الأفكار الجديدة وأسلوب الكتابة ووجود مواعيد تسليم نهائية وضمان الأصالة والجودة وهل الفكرة مناسبة للشارع الادبي ومناسبة للقراء وفرض الفكرة لنوع النص المناسب لها وقابلية الفكرة للاختزال والتلخيص وقابلة الفكرة للتعديل وإعادة الكتابة وهل الفكرة جيدة بما يكفي لتستمر محفزة للكاتب حتى النهاية وفي الكتاب الثامن ضمن سلسلة كتب الكتابة كمشروع و المعنون بالمشروع سيعمل الكتاب على مناقشة أهمية وجود المشروع في الأساس واحتوائه على الصورة الشاملة ورؤية جيدة وشمولية وقابلة للتحقق واحتوائه على الرسالة الواضحة والسهولة الفهم والوصول للجمهور والقابلة للتنفيذ والتحقق والقيم الإيجابية وأهمية وجود الأهداف التي يرغب بالوصول إليها ووجود شراكات إيجابية للمشروع ووجود القيادة الملتزمة ووجود خطة عمل للمشروع والقدرة على تحديد أولويات

المشروع الإبداعي وتحليل الوضع الراهن وفعالية العاملين في المشروع والحصول على الأموال وفهم وتطبيق التخطيط بشكل جيد في المشروع وضمان التنفيذ الجيد للخطة وأن يترجم التخطيط رسالة المشروع وضمان التحليل الجيد للمشروع وضمان التصميم الجيد لخطة المشروع والقدرة على مشاركة خطط المشروع وضمان احتواء التخطيط على أطر عمل واضحة وشمولية التخطيط لكل تفاصيل المشروع وضمان أن يترجم التخطيط مهمة المشروع ورؤيته ورسالته ومعرفة جوانب قوة وضعف الخطة الخاصة بالمشروع وضمان وجود مؤشرات لتحقيق أهداف خطط المشروع ووجود فهم المشروع للبيئة المحيطة بعملية التخطيط وقدرة المشروع على تعزيز المشاركة الجماعية في التخطيط.

ويركز الكتاب الثامن من سلسلة كتب الكتابة كمشروع على ضمان الإدارة الرشيدة للمشروع من قبيل إدارة القدرات البشرية وإدارة القدرات المالية والقدرات المؤسسية وإدارة العمليات والسيطرة وإدارة وسائل الاتصال للمشروع بشكل إيجابي وفعال وإدارة التفويض والمالية والمعلومات والشراكات وإدارة أخلاقيات وممارسات المشروع الإيجابية وإدارة الاجتماعات وورش العمل وإدارة الاتصال والتفاوض والمنافسة والتوازن والتوتر وإدارة الغضب والتسامح والصراع والمشاعر السلبية وإدارة التغيير والانفعالات وإدارة الجودة والمشاركة والمراقبة والتحليل وإدارة المشروع الإبداعي وإدارة الأولويات والمعلومات والتحفيز والقلق وإدارة البحث وإدارة الضغط والإجهاد وإدارة العصف الذهني وإدارة الصعوبات والمعوقات وإدارة التخطيط وإدارة التوقعات والعلاقات وإدارة الجمهور وضمان الممارسات الإيجابية في المشروع من قبيل الشفافية وتوفير المعلومات

وقابلية المشروع للمساءلة والاهتمام بفريق العمل والاستدامة والجودة وتعزيز المشاركة والإنهاء بسلاسة والأمن والسلامة وتوليد الأفكار ومرونة المشروع.

ويركز الكتاب على المشروع والمالية ومعرفة اذا كان المشروع قادرا على تقييم الاحتياجات والأصول المادية ومعرفة الاحتياجات والأصول اللازمة للتنفيذ وقدرة على التعامل مع الأموال بشكل رشيد وتنفيذ الإدارة المالية الجيدة لجميع الإجراءات المالية وان المشروع قادر على تصميم موازنات جيدة وخضوعه الموازنات للمعايير الناظمة وضمان معيار الشفافية المالية وضمان مشاركة الفريق في وضع ومراقبة الميزانية وخضوع الموازنة لجدول زمني وإتسام الموازنة بالمرونة والصحة والمصادقية وامتلاك المشروع إدارة مالية محترفة وإمتثال الميزانية للقوانين والقواعد المالية والمحاسبية وإمتثال الإدارة المالية للإجراءات التي تضمن جودة سير العمليات المالية وضمان التدفق الجيد والحر للمعلومات المالية وتوقع المشاكل المالية واقتراح حلول لها واستمرارية التخطيط والعمل للحصول على الاموال للمشروع وخضوع العمليات المالية للمراجعة والتدقيق وضمان جودة التقارير المالية واهتمام المشروع بجميع عناصر الإدارة المالية وتطبيقها وضمان الإدارة الرشيدة في التعامل مع الموارد المالية وضمان السيطرة على الصرف من بنود الاموال المتاح.

ويهتم الكتاب بمعرفة المشروع والتمويل وهل لدى المشروع استراتيجية للتمويل وتنمية مصادر الدخل والموارد وتنوع مصادر التمويل والمهارات اللازمة لطلب وكتابة طلبات التمويل وتقييم الاحتياجات المالية المستقبلية ووجود استراتيجيات للتمويل وتنمية مصادر الدخل وبناء القدرات

في كتابة طلبات التمويل والتواصل الايجابي والمثمر مع المانحين ووضوح الهدف من التمويل واختيار التوقيت المناسب للتقديم القدرة على اقناع المانحين والقدرة على كتابة مقترحات مشاريع ناجحة وهل يلبي المشروع أولويات المانحين ودقة الموازنات في طلبات التمويل والتقييد بمعايير المانحين وإجابة طلب التمويل عن أسئلة المانحين وتقييد الموازنات بقوانين المانحين.

ويجب الكتاب عن كيف يعزز المشروع علاقاته مع المانحين بشكل إيجابي وضمان نجاح المشروع الممول وأن يكون المشروع الإبداعي محققا لأهمية الابداع وأهمية توفير التمويل له وإدراك أن الدعم حق من حقوق المبدعين ومعرفة طرق وسياسات وأخلاقيات التقديم للتمويل ومعرفة أسباب تقوية نجاح المشروع في الحصول على التمويل والعمل عليها وكيف يهتم المشروع بتلبية معايير وشروط المانحين والتركيز على حدود الأموال المتوفرة لدى الجهة الممولة ومعرفة القضايا التي يهتم بها المانحون وإمكانية خدمة المشروع الابداعي لها ومعرفة نوع المنحة وخصوصيتها وملاءمتها لمشروع الكاتب الإبداعي.

ويركز الكتاب على معرفة المنطقة الجغرافية التي يهتم بها الممولون وهل تشمل منطقة تنفيذ المشروع الابداعي ومعرفة المشاريع التي يدعمها المانحون ووجود رغبة لدى الكاتب والمشروع في طلب التمويل ومدى تلبية المشروع للمتطلبات التقنية والفنية في طلب المنح ومعرفة الفئة المستهدفة من التمويل والالتزام بالمواعيد النهائية للتقديم وقدرة المشروع على تنفيذ المشروع الممول والمشاركة في توفير التمويل وتلبية الاشتراطات الخاصة بالمانحين وإظهار قدراته المالية والإدارية والمهارية والابداعية عند طلب التمويل ويركز الكتاب، على المشروع ومصادر

التمويل من قبيل الحكومة والمؤسسات غير الحكومية المحلية والوطنية الراعية للفنون والثقافة والابداع والشركات التجارية والأفراد والمجتمع.

ويناقش الكتاب المشروع والعلاقات العامة من قبيل تطوير سبل الدعاية والوصول للجمهور المستهدف تعزيز ومشاركة المجتمع في مشروع الكاتب الإبداعي والتميز بالشمولية والموضوعية والمصادقية في التعامل مع الجمهور واحترام تنوعهم وأراءهم وتناسب أولويات المشروع الابداعي مع أولويات المجتمع وزيادة منتجات المشروع الابداعي لتلبية احتياجات الجمهور والتفاعل مع قضايا المجتمع ومعرفة الجمهور على تفاصيل المشروع الإبداعي ومعرفة أدوارهم في نجاحه وطرق بناء الثقة ما بين المبدع والمشروع الابداعي والمجتمع والتعامل مع الجمهور بشفافية ودور المشروع الابداعي في تمكين المجتمع وتعامل المشروع مع الشركاء وأصحاب المصلحة وتنمية علاقات إيجابية متنامية وتشبيك وشراكة وتحالفات مع أصحاب المصلحة عبر شراكات متطورة وإيجابية ومتنوعة واهمية أن يكون للمشروع خطط لتسهيل وتفعيل أنشطة المشاركة وتطوير الشراكات وأن يكون ناجحا في التنسيق الفعال والمستمر وتنمية العمل الجماعي وتوجيه سلوك الافراد والمجتمعات وفريق العمل كأصحاب مصلحة.

وفي هذا الكتاب التاسع من سلسلة كتب الكتابة كمشروع والذي يتحدث عن ادارة المشروع فهو يتحدث عن إدارة القدرات المؤسسية وإدارة العمليات وإدارة السيطرة وإدارة القرارات وإدارة الاتصال وإدارة التفويض وإدارة المالية وإدارة المعلومات والشراكات وإدارة الأخلاقيات والممارسات الإيجابية وإدارة الاجتماعات وورش العمل والاتصال وإدارة التفاوض والمنافسة والصراع والحوار

وإدارة التغيير والجودة والمراقبة والتحليل وإدارة الأولويات والتحفيز والبحث وإدارة الضغط والإجهاد والصعوبات والمعوقات والتوقعات والموارد والقضايا وإدارة العلاقات والجمهور والمسائل والأفراد وإدارة الضوابط والإمداد والتوريد والمخزون والأصول والموارد وإدارة الأموال والموازنات وإدارة أصحاب المصلحة وإدارة التكيف والأنشطة وإدارة المشاكل وإدارة المتابعة وإدارة المخاطر وإدارة المعلومات والتقييم والتحليل وإدارة الاستمرارية وإدارة أنشطة المشروع الإبداعي.

وفي الكتاب العاشر من سلسلة الكتابة كمشروع والمعنون بتسويق المشروع الإبداعي سيتم الحديث حول فهم التسويق وفهم إستراتيجيات التسويق ومعرفة التوقيت المناسب للتسويق وتطبيق أخلاقيات التسويق ومعرفة المشاريع الإبداعية الشبيهة في السوق الإبداعي وتعزيز المشاركة في التخطيط وتنفيذ التسويق وضمان وصول المشروع الإبداعي للجمهور وتوفير تكاليف التسويق ووجود خطة مميزة لتسويق المشروع الإبداعي والاستفادة من الإعلام والتقنيات الحديثة في التسويق ووجود إجابات تساهم في نجاح تسويق المشروع الإبداعي وفهم الإدارة الجيدة للتسويق وفهم طبيعة المنتج الإبداعي وقدرة المنتج والمشروع الإبداعي على المنافسة ومعرفة المخاطر المرتبطة بتسويق منتجات المشروع الإبداعي وفهم الأسواق الإبداعية وفهم البيئة الإبداعية وفهم الجمهور الإبداعي وفهم أهمية المعلومات الخاصة بالتسويق وفهم أهمية الاتصال الناجح للتسويق وفهم المنافسة والشركاء والإعلام في التسويق وفهم أهمية تسويق المشروع لتنويع مصادر التمويل وتسويق مقترح مشروع إبداعي ناجح.



إن سلسلة كتب الكتابة كمشروع هي سلسلة تعمل على تبيين أهمية تكوين الكاتب لنفسه ونصوصه وكتاباته والمشروع لنجاحه ونجاح تجربته الإبداعية ككل.



يعتبر التسويق من أهم الأنشطة للمشروع لضمان نجاحه الكتاب في جذب اهتمام كل أصحاب المصلحة المحيطين به، ومن هذه الخطوات التي يفترض القيام بها التالي:

فهم التسويق¹

لا يمكن أن تنجح خطة تسويق من دون أن

يكون هناك من يعمل على فهمها كخطة تسويقية وفهم التسويق وأنظمتها وسياساته وأدواته وإجراءاته ومجالاته وأنواعه والطرق الأفضل لتطوره وضمان نجاحه على أرض الواقع فالتخطيط للتسويق للمشروع الإبداعي مهم لوضع أهداف وسياسات العمليات ورسم سياسات تسويقية محددة، ومتابعتها ومن المهم في خضم المشروع الإبداعي توفير الإجابات حول أسئلة مهمة يطرحها التخطيط من قبيل²:

١. أين نحن؟ وإلى أين نمضي؟ وإلى أين نريد أن نذهب؟

٢. ما الجهود التي علينا أن ننفقها؟

٣. كيف نرغب في الوصول إلى هناك؟ وكيف يمكننا أن نفعل ذلك؟

٤. ما هي حصة المشروع من السوق الإبداعية التي يعرض فيها منتج الإبداعي؟

¹ <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82>

² <https://taswiconline.com/what-is-marketing>



٥. ما هي الاستراتيجيات التي سيتم

استخدامها لترويج المنتج الإبداعي

ضمن تفاصيل أنشطة المشروع

الإبداعي؟^٣

٦. ما هي معايير المنتج والسوق؟

٧. ما هي درجة جودة المنتج أو حدثه،

وأين تقع سوقه الراهن بالمنتج

الموجود حالا؟

٨. هل هناك إمكانات لإطلاق المنتج الإبداعي في سوق جديد؟^٤

٩. كيف تم تحليل الوضع الراهن، وتحديد استراتيجية التسويق، وأهدافه وأسواقه ومكانته

واستراتيجياته وموارده المالية والبشرية؟^٥

١٠. ما هي خطط التنفيذ والخطط البديلة، وآليات المتابعة والتقييم والتحكم؟

³<https://www.clickemarketing.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A/>

4

<https://www.rowadalaamal.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%87-%D9%88%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%AA%D9%87/>

⁵ <https://khatwatech.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%88%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9%D9%87/>



١١. هل تخضع خطة التسويق والمشروع ككل لمراجعة كاملة ومنهجية لجميع عملياته؟
١٢. هل يفهم فريق تنفيذ المشروع الإبداعي بماهية التخطيط ودورة المتابعة؟ والميزة الخاصة به؟
١٣. هل يعرف فريق تنفيذ المشروع الإبداعي كيف تختلف عملية التخطيط الاستراتيجي في مشروع إبداعي عن أي عمل تجاري تقليدي؟
١٤. ما هي أنظمة التوزيع المتاحة للمنتج الإبداعي؟
١٥. هل تتوفر في السوق أرفف للعرض والبيع؟
١٦. ما هي أوجه الرغبة والقدرة لدى المستهلكين على الشراء؟^٦
١٧. ما هي طبيعة المنافسة على السوق، وهل يتم التفكير في المنافسة المحيطة بالمنتج من منتجين آخرين لمنتجات مشابهة؟^٧
١٨. ما هي الأسعار التي سيتم إعلانها عن المنتج، وهل تلك الأسعار تضمن رواج المنتج وبيعه أم لا؟
١٩. هل تغطي تلك الأسعار تكاليف الإنتاج نفسها بشكل كامل أم لا.^٨

⁶ <https://advertising.amazon.com/ar-ae/library/guides/product-marketing>

⁷ <https://www.dariib.com/2024/02/creative-marketing.html?m=1>

⁸ <https://academy.hsoub.com/marketing/core-concepts-of-marketing/%D9%81%D9%87%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82->



وفي ظروف مثالية وواضحة غاية الوضوح أو في وضع يتسم بعدم الاستقرار الدائم يجب على المشروع الإبداعي أن يتخذ قرارات مستمرة، وأن يعمل على فهم المستهلك الإبداعي وتفسير سلوكه وفهم الظواهر المرتبطة بجميع أنماط الشراء، بما في ذلك تلك المتعلقة بالمنتجات الإبداعية

وسلوكيات المستهلكين والتحلي بعدد من المهارات الفكرية التي تساعد على التخطيط بشكل جيد للمشروع الإبداعي حتى النجاح ومن ضمن تلك المهارات الحدس، والخيال، وتصور مشاعر الآخرين، والمهارات التحليلية، والقدرة على التلخيص والإيجاز، والتعامل مع حالات التحير وعدم اليقين، وفهم التأثيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والمدنية والإبداعية التي تؤثر بشكل أو بآخر على المشروع الإبداعي ككل⁹.

وفي موضوع المشروع الإبداعي فمن المهم أن تكون لدى المشروع ومن يعمل على إنجازه سواء كان فريق المشروع أو شركاؤه مع أهمية وجود حساسية لديهم لطبيعة العمل والمنتج والمشروع والتسويق الإبداعي كي يهدف بالأساس إلى تحفيز القراء المشتريين لشراء المنتج الإبداعي فالتسويق

[%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%84-%D9%85%D8%B9%D9%87-r420/](#)

9

<https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82>



هو من يعرض ويحفز ويدفع القراء إلى شراء المنتج الإبداعي من خلال جميع أنشطته التسويقية الميدانية والرقمية، وإدراك العاملين في ترويج المنتج الإبداعي لأهمية البيع للمنتج الإبداعي وأهمية العمل والإبداع في تقنيات الدعاية والإعلان والترويج له للمستهلكين المخلصين والمستهلكين

المحتملين ومن يقفون ضد المنتج الإبداعي ضمن بيئة شديدة الاتساع والتنوع من البشر في محيط المشروع المحلي والوطني والإقليمي والدولي ويختلفون في درجة تعليمهم وثقافتهم وخبراتهم وإعجابهم بالإبداع أو المنتجات الإبداعية وقدرتهم على شرائها¹⁰

إن كل المنتجات والخدمات والمشاريع والأعمال أصبحت تحتاج التسويق بسبب وجود أعداد متزايدة ومتنافسة من المنتجين بمن فيهم من يعملون في إنتاج شتى أنواع المشاريع الإبداعية لدرجة وصول التسويق لاعتباره تخصصا علميا وعمليا مهما ومطلوبا في شتى الأعمال للوصول بالعلاقة ما بين المنتج والمستهلك إلى حالة الرضا المتبادل وإشباع احتياج المستهلك وتحسين نجاح وأرباح المنتج



بمن فيهم منتجو الإبداع فأى سوق بما فيه السوق الإبداعي يحتوي على منتجين ومستهلكين وهم جميعا من البشر، وكل واحد منهم له معايير وتفضيلات ورغبات وقدرات.¹¹

إن التسويق الجيد هو من يخلق التمازج بين قطبي السوق لتتجح وتتفاعل أعمال البيع

والشراء بينهما والتعرف على احتياجات كل منهم، وطرق تفكيرهم، وكيف يقررون سواء بالبيع بالنسبة للمنتج أو بالشراء بالنسبة للمستهلك فالتسويق عملية صعبة ولكنها ضرورية، وتزداد الأمور صعوبة في عالم الإبداع والمنتجات الإبداعية، وخصوصا في المجالات الإبداعية، وعزوف الجمهور عن المنتجات الإبداعية¹².

وعلى فريق المشروع الإبداعي أن يحيطوا بجميع الجوانب المختلفة للتسويق وقادرين على التخطيط لنجاح التسويق والوصول بالمنتج الإبداعي إلى الجمهور وتحفيزه على الشراء والتركيز في حملة التسويق على تاريخ وفراده المنتج الإبداعي وجودته، والعمل على استخدام كل الأدوات المتاحة التي تضمن نجاح التسويق للمنتج الإبداعي سواء كان عبر التسويق التقليدي إن كان يمكن لمثلها

¹¹ <https://www.entaleq-online.com/marketing/>

¹² <https://www.asu.edu.io/ar/Economics/Marketing/Pages/Overview.aspx>



النوع ضمان نجاح التسويق للمنتج الإبداعي أو تصميم نماذج خاصة بالتسويق للإبداع يكون حساسا لخصوصية المنتج الإبداعي^{١٣}. إن الإبداع صناعة ترفيه وتتوجه لعدد ضئيل من الجمهور ممن لديهم أوقات كافية لشراء المنتج الإبداعي وبالتالي يحتاج الوصول إليهم لأنشطة تسويقية غاية في الإبداع

والتفرد لإقناعهم على إخراج الأموال وشراء المنتج الإبداعي برغم أن تلك الأموال كانت مخصصة لشراء احتياجات أساسية لديهم في الواقع^{١٤}.

ويستطيع من يخطط للتسويق للمنتج الإبداعي العمل على مزيج يحتوي على السوق وأنظمة المعلومات المتوفرة ليشكل خطة النجاح الخاصة بالمنتج ومن ثم تطبيقها ومعرفة مدى جودتها وقدرتها على النجاح، وفي حال عدم نجاح مثل تلك الخطة في الوصول بالمنتج الإبداعي إلى الجمهور فيمكن لمن يخطط لتسويق المنتج الإبداعي العمل على تسويقه من خلال خصوصيته وفرادته واستثمار البيئة الإبداعية المحلية أو الوطنية أو الإقليمية أو الدولية، وفهم التعامل مع

¹³ <https://rawajit.com/blog/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%88%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%AA%D9%87-%D9%88%D9%82%D9%88%D8%A7%D8%B9%D8%AF%D9%87/>

¹⁴ <https://smnerds.com/%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%A6-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>



الجمهور بشتى مواقعه وثقافته وتفضيلاته ووضع الخطط للأسعار والأماكن وطرق الترويج التي يمكنها الوصول إليهم وتشجيعهم على شراء المنتج الإبداعي وفهم أن الجمهور متنوع ومختلف فكل مشروع إبداعي يجب أن يتضمن خطة تسويق للمنتج الإبداعي الناتج عنه وبالتالي على

من يقوم بوضع الخطط التسويقية الخاصة به التعرف^{١٥}:

١. ما الوجهة الخاصة بالمنتج، ومن هم جمهوره؟
٢. ما هي نوعية السوق التي يمكن أن تساعد في نجاحه؟
٣. هل يتسم المنتج بالإبداع والفرادة؟^{١٦}
٤. هل يحترم ويطبق شروط السوق؟
٥. هل يحقق رغبات وقدرات واحتياجات المنتج والبائع والمستهلك؟

¹⁵ <https://growthpand.com/ar/%D9%81%D9%87%D9%85-%D8%B1%D8%AD%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%8A%D9%84-%D9%85%D9%86-%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84/>

¹⁶ <https://www.practicalbusinessskills.org/ar/getting-started/creating-a-business-plan/understanding-the-market.html>



٦. ما مدى استهلاك المؤسسات الحكومية وغير الحكومية وشركات القطاع الخاص والمنظمات الإقليمية والدولية المهتمة بالإبداع بدعم وشراء المنتجات الإبداعية، وخلق عرض مميز للمنتج الإبداعي، وخلق طلب نشط، وتعزيز نجاحه بغض

النظر عن التنافس، ويسهم في نجاح المشروع بشكل عام وحصوله على الشهرة والنجاح والدعم والرعاية والتشجيع والتمويل؟^{١٧}

فهم إستراتيجيات التسويق^{١٨}

على فريق العمل الإبداعي معرفة طرق التسويق الخاصة بالمنافسين والعمل على إبداع طرق أكثر نجاحا في خطة التسويق الخاصة بهم سواء وخلق طرق ترويج قوية وحيوية وإبداعية وناجحة، وفهم المتغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية والإبداعية والرقمية المحيطة به، والسيطرة على كل جوانب

¹⁷ <https://www.annajah.net/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A3%D9%87%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-article-25642>

¹⁸ https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82



الخطة التسويقية والدفع بها بقوة إلى النجاح وجمع المعلومات عن المنتجات الإبداعية المنافسة لهم في السوق، والعمل على جمع البيانات الخاصة بكل ما هو متوفر لديهم أو لدى المنافسين، ومعرفة مدى قدرة المنتج الإبداعي الخاص بهم للوصول للقراء أو للجمهور بشكل أكبر من المنتجات الإبداعية

الأخرى، والعمل على الترويج لمنتجاتهم الإبداعي بكل الإمكانيات والوسائل الإعلامية والرقمية والميدانية والفعاليات الثقافية والزيارات الميدانية للمؤسسات المهمة بالإبداع في محيط الكاتب والمشروع والتواصل عبر الإنترنت مع المؤسسات المهمة بالإبداع خارج محيط المشروع الإبداعي وهناك العديد من الأسئلة للوصول لخطة تسويق من قبيل¹⁹:

١. ما مدى فهم المشروع لطبيعة العمل الإبداعي ككل؟
٢. هل يدرك المشروع أهمية دوره في تنمية الإبداع في المجتمع؟
٣. هل يمكن العمل على خطة التسويق الخاص به معرفة خصوصية العمل الإبداعي الخاص به عن تسويق المنتجات الاستهلاكية البشرية الاعتيادية²⁰؟

¹⁹ <https://techvillageeg.com/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>

²⁰

<https://www.questionpro.com/blog/ar/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7>



٤. ما حجم المعرفة بالتسويق وأنظمتها ومعاييرها وخطتها وطرقه وإجراءاته وعملياته؟

٥. ما حجم المعرفة ضمن المشروع الإبداعي بالسوق وخصوصا السوق الإبداعي وخصوصيته ومعاييرها وتفضيلاته؟^{٢١}

٦. ما هي قدرة المشروع الإبداعي على الوصول للجمهور وتحفيزهم على الشراء؟^{٢٢}

٧. هل يحتاج التسويق لإتباع المعايير الخاصة بالتسويق أم يمكن تخطيها في حال كانت

عقبة في نجاح منتجها الإبداعي في الوصول للجمهور؟

٨. ما هي خطة التسويق المناسبة للمنتج الإبداعي؟^{٢٣}

<https://mawdoo3.com/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-7-%D8%AE%D8%B7%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D9%8A%D8%AC%D8%A8-%D8%A7%D8%AA/>

²¹<https://dotdesign.me/%D8%B7%D8%B1%D9%82-%D8%AA%D8%B7%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A5%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>

²²<https://bakkah.com/ar/knowledge-center/strategic-importance-marketing-strategy-business-operations>



٩. هل يسيطر المشروع الإبداعي على

منتجه الإبداعي؟

١٠. هل المشروع قادر على

المنافسة للمنتجات الإبداعية في

السوق؟

١١. ما ضمان نجاح وصول

المنتج للجمهور وتحقيق النجاح

المشروع الإبداعي؟^{٢٤}

وتتألف الاستراتيجية الخاصة بالتسويق من معايير السعر والمنتج والمكان والترويج والتوازن بين كل تلك المعايير بالإضافة إلى وجود الرغبة والقدرة لدى المستهلك على شراء المنتج الإبداعي المسوق له، والسعر الخاص بالمنتج، والتوزيع المناسب له وتعزيز مواطن القوة في المعايير الأربعة الخاصة بحملة التسويق الخاصة بالمنتج الإبداعي مع مراعاة طرق التقديم للمنتج واستثمار الأماكن التي تساعد على نجاحه والشراكة مع الأفراد أو المؤسسات التي تسهم في نجاح المنتج الإبداعي، والتنسيق الجيد لظهوره على الجمهور، وضمان العرض الجيد له أمامهم، وفهم طريقة افوز على المنافسة التي تواجه المنتج للحصول على أكبر قدر من الجمهور والمشتريين للمنتجات الإبداعية،

²⁴ <https://mihmaz.net/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>



والسيطرة^{٢٥} على جميع أنشطة خطط تسويق المنتج وتعزيز الأنشطة الناجحة، والتخلي عن الأنشطة الفاشلة أو السلبية على نجاح المنتج، والتفكير بشكل جاد في سعر المنتج ودور السعر في نجاح أو فشل المنتج في الوصول للجمهور الخاص به والحرص على الأمكنة التي سيعرض فيها المنتج،

ومدى قدرة التوزيع ومن يعملون على توزيع المنتج على تعزيز نجاحه وضمان نقل المنتج للجمهور بحالة مميزة وتقليل العقبات على من يريد شراء المنتج الإبداعي وتسهيل عملية الحصول عليه، وضمان قربه من الجمهور على مستوى المسافة الجغرافية، وتفعيل كل أنشطة الترويج المتفق عليها في المشروع كي تساعد المنتج الإبداعي على الانتشار وتحفز الجمهور على الطلب^{٢٦}.



معرفة التوقيت المناسب للتسويق^{٢٧}

من المهم لفريق المشروع الإبداعي العمل على اختيار الأوقات المناسبة لعرض المنتج الإبداعي أو الأنشطة التي تروج له لضمان حضور وتفاعل الجمهور معها عبر تفعيل أنشطة إبداعية مع الجمهور لتسهم في نجاح المنتج الإبداعي^{٢٨}.

تطبيق أخلاقيات التسويق^{٢٩}

ومن ضمن تلك المعايير موضوع الأخلاق في تنفيذ الخطة التسويقية والعمل ضمن معايير تضمن الثقة والصدق في التعامل والحساسية تجاه الأنشطة التسويقية وضمان احترامها للثقافة والميول

²⁷ <https://blog.araboost.com/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D9%82%D9%8A%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AB%D8%A7%D9%84%D9%8A-%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD/>

28

<https://molhym.com/2024/11/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/224423/molhym/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D8%AE%D8%AA%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%88%D9%82%D8%AA-%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B3%D8%A8-%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D9%84%D8%AC/13/54/02/04/>

29

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82



المجتمعية، وحماية المشروع الإبداعي من الانزلاق إلى الخداع أو المبالغة في أهميته وفرادته وأن يكون العمل على المشروع الإبداعي في عالم التسويق قائما على الموضوعية والمصادقية وتنطبق تلك المعايير جميعها على كل تفاصيله بدءا من الكتابة أو القيام بالعملية الإبداعية والخروج

بالمنتجات الإبداعية³⁰ والمرور بالترويج لها ونشرها وتسويقها وتحديد أسعارها وأماكن عرضها ومواطن قوتها وفرادتها دون طرح ادعاءات أو تفاصيل مضللة أو مخادعة وأن تكون الخطط الاستراتيجية الخاصة بالتسويق للمنتج الإبداعي متسقة مع رسالة المشروع الإبداعي ككل وينسجم مع موارد المشروع الإنسانية والمالية والتقنية في كل مراحل التسويق ابتداء من التحليل وتحديد أهداف التسويق لمنتج والتخطيط لتسويقه³¹ وتنفيذ خطة التسويق وتقييمها ومتابعتها، ومعرفة لمشروع الإبداعي بالسوق واحتياجاته وخصائصه وأهدافه وموارده والمنتج المراد التسويق له وتوقع رد الفعل المتوقع من الشركاء الإبداعيين ومن المنافسين والجمهور و المهتمين والمعجبين، والاهتمام

30

<https://trinavo.com/%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-marketing-ethics/>

³¹ <https://rouwwad.com/o/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82>



بالجوانب التشغيلية لموضوع التسويق للمنتج الإبداعي بما يشتمل العاملين في المشروع والمواد الدعائية وقنوات التوزيع وما هي الأوقات المناسبة للتسويق³² وما هي الأماكن المناسبة لتصبح خطة التسويق مفيدة للمنتج والمشروع الإبداعي³³، والعمل على تفعيل كل من له صلة بالمنتج

والمشروع من الشركاء والمصممين وتوفير الموارد المالية وتعظيم طرق النجاح وتصحيح الأنشطة في حال حادت عن الخطط والقفز حول العقبات في حال توأجدها³⁴.

³² <https://altaswieq.com/s/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82>

³³

https://www.researchgate.net/publication/372340848_alaltzam_bakhlqyat_altswy_q_mn_ajl_trsykh_mfhwm_almswwlyt_alajtmayt_fy_mnzmat_alamal

³⁴ <https://www.msolution-co.com/%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A/>



معرفة المشاريع الإبداعية الشبيهة في السوق الإبداعي³⁵ يجب العمل على معرفة التجارب الشبيهة وكيف تم التسويق لها في مجتمعه المحلي أو الوطني أو على مستوى الإقليم أو على مستوى العالم فهناك الكثير من التجارب أو المشاريع الإبداعية التي حضت بخطط تسويق مميزة وساهمت في نجاح المشروع الإبداعي.³⁶

تطبيق الطرق والممارسات الناجحة في التسويق للمشاريع الإبداعية³⁷

وذلك عبر البحث عن الطرق والممارسات الناجحة في التسويق للمشاريع الإبداعية سواء كانت نصية أو تشكيلية أو مسرحية أو موسيقية وأن يستلهم من تلك التجارب الأفكار جذب العدد الملائم من الأشخاص لمنتجه الإبداعي وينجح في تعزيز علاقته مع جمهوره، وإشباع حاجتهم للإبداع

³⁵ <https://shukair.net/%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B9-1100-%D9%81%D9%83%D8%B1%D8%A9-%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AE%D8%AA%D9%84%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%85/>

³⁶ <https://lhamim.com/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D9%86/>

³⁷

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%B5%D9%8A%D8%A7%D8%BA%D8%A9-%D9%85%D9%84%D8%AE%D8%B5-%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%86%D8%A7%D8%AC%D8%AD-%D9%84%D8%B9%D9%82%D9%88%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82.html>



واستهلاكه وتقديره وشرائه والمساهمة في نجاحه الجماهيري والإبداعي وحصوله على إعجاب المبدعين الآخرين والنقاد والإعلاميين والمهتمين بالمشروع الإبداعي.

تعزيز المشاركة في التخطيط وتنفيذ التسويق^{٣٨}

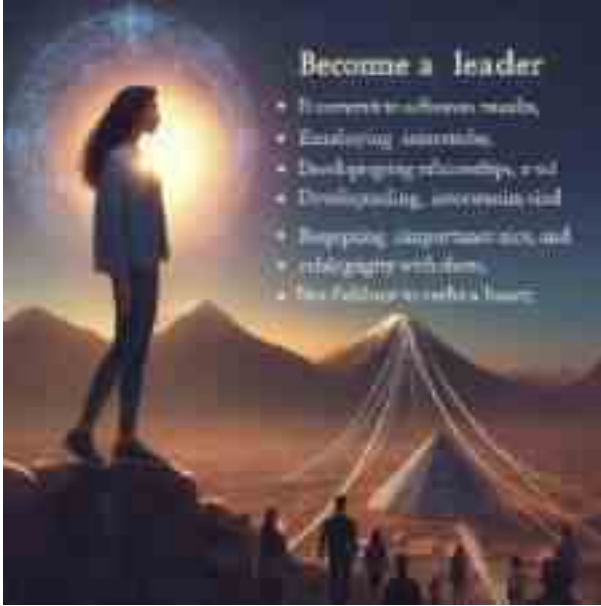
إن على فريق المشروع الإبداعي الاهتمام

بالتسويق والخطط الخاصة به والعناصر المكونة له وأهميتها لنجاح العملية التسويقية ابتداءً من العاملين في تنفيذ خطة التسويق أو تحديد السعر، وتحديد المستهلكين، وتحديد السوق، وتحديد مستويات العرض والطلب، ومعرفة مستويات الرغبة والقدرة للمستهلكين، ومعرفة ظروف المنافسة من جانب المنتجات الإبداعية لمبدعين آخرين ومعرفة ما هي الظروف المحيطة بالمشروع على مستوى الداخل ونقصد به العاملين في المشروع الإبداعي أو على مستوى الخارج ونقصد به العاملين في مشاريع إبداعية أخرى موجودة ومؤثرة ومعرفة العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر سلباً أو إيجاباً على التسويق والتركيز^{٣٩} على معرفة القوانين

³⁸ <https://www.andetop.com/2024/06/Marketing-planning.html?m=1>

³⁹

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B8%D9%81%D9%8A%D9%86-%D9%88%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%A6%D9%87%D9%85--%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B8%D9%81%D9%8A%D9%86->



والتشريعات التي تنظم العمل الإبداعي والترويج له وتسويقه وعرضه وبيعه للمستهلكين في المجتمع ومعرفة كيف يمكن الاستفادة من التكنولوجيا في تنفيذ كل ما سبق الحديث عنه في البيئة الرقمية وشبكتها ومواقعها، والفهم الكامل والشامل لأهداف المشروع وأنشطة التسويق الخاصة به

وتفاصيلها لتحقيق مبيعات جيدة وناجحة وتدل على نجاح المشروع الإبداعي وتساوده على الاحتفاظ بجمهوره ومتابعيه وتسهم في تغلبه على منافسيه في العمل الإبداعي.⁴⁰

ضمان وصول المشروع الإبداعي للجمهور⁴¹

وذلك عبر تقديم المنتج بطريقة مميزة للجمهور وبأسعار مناسبة ومنافسة، والتخطيط بالوصول بالمنتج إلى أسواق جديدة محلية أو وطنية أو إقليمية أو دولية بما فيها الترجمة فحطة التسويق

[%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82--%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2-%D9%86%D8%AA%D8%A7%D8%A6%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84.html](https://vlinzza.com/blog/marketing-plan/)

⁴⁰ <https://vlinzza.com/blog/marketing-plan/>

⁴¹ <https://jafra.digital/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF/>



الجيدة تضمن للمشروع تقديم منتج الإبداعي بتكلفة معقولة لا ترهقه في الجانب المادي^{٤٢}، والتخطيط لاسترجاع تلك التكاليف ضمن التسويق للمنتج الإبداعي والعمل على المنافسة في الأسواق الجديدة وربما الوصول لصناعات أخرى ترتبط بالعمل الإبداعي الخاص به، وتعزيز صورة

المشروع الإبداعية لدى المحيطين به من متخصصين ومهتمين وإعلاميين ومستهلكين لمنتجاته الإبداعية.^{٤٣}

توفير تكاليف التسويق^{٤٤}

وذلك عبر النظر في موضوع التكاليف التي يحتاجها نجاح المشروع الإبداعي والخروج بمنتج جيد وقابل للمنافسة والنجاح إلى السوق الإبداعي وتحقيق الربح من خلال المنتج، والعمل على حساب

⁴² <https://teamdeck.io/ar/%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B9/%D8%A3%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A8%D8%B1%D9%85%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>

⁴³ <https://elstudioo.com/%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%A6-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>

⁴⁴ <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%AA%D9%83%D9%84%D9%81%D8%A9->



التكاليف بدقة لمجمل العملية الإبداعية ليستطيعوا فيما بعد تحديد السعر الملائم للمنتج الإبداعي بحيث يحقق على الأقل استرداد التكاليف الخاصة بصنائه المنتج الإبداعي مع هامش ربح بسيط يعزز الرغبة بتكرار تجربة المشروع الإبداعي وصناعة منتجات إبداعية أخرى في المستقبل^{٤٥}.

وجود خطة مميزة لتسويق المشروع الإبداعي^{٤٦}

إن وضع خطة مميزة وناجحة للتسويق هو الخطوة الأولى لنجاح المشروع الإبداعي ككل عبر الإجابة عن أسئلة تتعلق بموقعه الحالي وأين هو في عالم الإبداع في محيطه المحلي أو الوطني أو الإقليمي أو الدولي، وإلى أين يريد أن يتجه وما هي أهدافه وما الجهود التي سيقوم بها في تصميم الأهداف والخطط والتحليل وتوفير الموارد ومعرفته بخطة بلوغ الأهداف الخاصة به وتنفيذها ليستطيع الحصول على نظرة واضحة وشاملة للماضي والحاضر والمستقبل الخاص به وإبداعاته

[%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%81%D9%87%D9%85-%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%83.html](https://morshid.info/reduce-marketing-team-expenses/)

⁴⁵ <https://morshid.info/reduce-marketing-team-expenses/>

⁴⁶ <https://the-arabic-marketer.com/%D8%AA%D8%AE%D8%B7%D9%8A%D8%B7-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>



والمشروع الإبداعي وضمان استمراره في العمل الإبداعي^{٤٧} وتطوره فيه بشكل مستمر ومنتام والوصول للاعتراف في ما سبق إلا بقدرته على تحليل الوضع الراهن المحيط به وما هي الأنشطة والخطط التي سيقوم بها للتطور من الوضع الحالي الخاص به،^{٤٨} ومن ثم معرفته بالأسواق الإبداعية المحيطة

به والمنافسين له في عالمه وتخصصه الإبداعي، ومعرفته أو تعامله مع متخصصين في التسويق للمنتجات الإبداعية والترويج لها وتوزيعها على جميع الأسواق التي يمكن للمنتج الإبداعي تحقيق النجاح فيها، ومعرفته بالمنافسة وقدرات المنافسين الإبداعية بشكل جيد ويقود إلى النجاح والتغلب على عقبة المنافسة للمشروع الإبداعي^{٤٩}.

ومن المهم لفريق المشروع أن يكون ملما وصاحب معرفة شمولية بالأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية والتنافسية والثقافية والإبداعية المحيطة بالمشروع الإبداعي ومعرفة هل يملك منتجه الإبداعي ميزة تنافسية وما هي تلك الميزة وكيف تساهم في نجاح المنتج الإبداعي

47

https://emasteryacademy.com/courses/course?coursetitle=Marketing_Planning&id=257

48 <https://abinsight.net/2022/05/13/marketing-planning/>

49 <https://go360.agency/%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9/>



الخاص به،^{٥٠} وهل يمكن تطوير المنتج أو تطوير خطط التسويق له لتساهم في رواجه ونجاحه، و امتلاك الموارد لتنفيذ كل تلك التفاصيل من بداية العمل الإبداعي حتى وصوله إلى الجمهور أم لا، وتحديد مزيج التسويق المساهم في نجاح المنتج الإبداعي^{٥١} من قبيل الدعاية والعلاقات العامة والشهرة

والترويج والبيع، و القدرة على التنفيذ لكل ما سبق الحديث عنه من تفاصيل تخطيطية وتنفيذية وتسويقية أم لا في نهاية الأمر^{٥٢}.

الاستفادة من الإعلام والتقنيات الحديثة في التسويق^{٥٣}

إن وسائل الإعلام من الجهات التي يمكن التوجه لها والاستفادة منها في الترويج للمنتج الإبداعي الخاص به وخصوصا إن كان يعيش في دولة تحترم الإبداع وترعاه وتروج له، والتسويق المباشر

⁵⁰ <https://almohasabah.com/k/%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9>

⁵¹ <https://lenafsak.com/2023/07/29/%D9%81%D9%87%D9%85-%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AE%D8%B7%D9%8A%D8%B7-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>

⁵² https://tiba-market.blogspot.com/2014/01/blog-post_9.html?m=1

⁵³ <https://www.oracle.com/ae-ar/cx/marketing/digital-marketing/>



من الأساليب التي تحقق استجابة فورية للمشروع وجمهوره بسبب أن ها النوع من التسويق يتم مباشرة على نطاق ضيق من المستفيدين أو القراء ويمكن للتسويق استخدام البريد العادي و الهاتف والبريد الإلكتروني، والصحافة والإذاعة والتلفزيون⁵⁴ وقد ساهم تطور تكنولوجيا المعلومات وعلى

الخصوص إدارة قاعدة البيانات والإنترنت في ضخ حياة جديدة في أسلوب التسويق المباشر، وبفضل تلك الأدوات التكنولوجية صار بوسع أي شخص صناعة علاقة وثيقة وذات طابع شخصي مع كل شخص من جمهوره مما يحقق له استهدافا أكثر دقة من الدعاية التقليدية بسبب تحديد المستهلكين بشكل دقيق والتواصل معهم وتقديم العرض لهم بشراء المنتج الإبداعي، ويساعد أسلوب التسويق المباشر على إمكانية القياس الدقيق للعائد من الاستثمار في حملة ترويجية⁵⁵ بما أن معدل الاستجابة للعرض وتكلفة كل اتصال تكون معروفة، ويسهم في تحقيق تيار اتصال مع المستهدف يتسم بطابع شخصي بدرجة أكبر، وذي اتجاهين، بما أن المستهدف يتم حثه على

⁵⁴ <https://advertising.amazon.com/ar-ae/library/guides/digital-marketing>

⁵⁵ <https://dotdesign.me/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%89/>



الاستجابة المباشرة. وهذا المردود الحيوي من المستهلك أمر أساسي ولا غنى عنه لتحسين الخدمة المقدمة ودرجة رضا العميل.

ويحقق التسويق المباشر إمكانية إرسال رسائل محكمة ومكثفة وعروض معقدة دون قيود المسافة الموجودة في وسائل الإعلام

التقليدية، وتقليل فترة الإنتاج ما بين ابتداء العرض واستقبال المستهلك له، ويمكن للكاتب استخدام العديد من الأدوات لتحقيق التسويق المباشر لمنتجة الإبداعي سواء من خلال البريد العادي، وهو ما يوفر الكثير من الأشكال والتصميمات للتواصل المباشر والشخصي مثل الرسائل، والبطاقات البريدية،⁵⁶ ونشرات الدعاية، والعينات، والأشرطة أو الأسطوانات، وأيضاً استخدام الهاتف كوسيلة أسرع وأكثر تفاعلية من البريد، ولكنها أيضاً أكثر تكلفة وأيضاً عبر الإنترنت والتسويق الإلكتروني كأداة سريعة وتفاعلية وأقل تكلفة و التسويق المباشر والتسويق المبني على العلاقة وإقامة فعاليات خاصة ومتخصصة بمنتج المشروع الإبداعي أو الاستفادة من الفعاليات الثقافية والإبداعية والحضور فيها والتفاعل معها⁵⁷. إن معرفة فريق المشروع بفرص النجاح في خطط واستراتيجيات

⁵⁶ https://icon-creations.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Yemen&gclid=Cj0KCQjwxsm3BhDrARIsAMtVz6MzUX29LChjo651aGvguH4oEAWxgJdYSJFQhkqLovyRb_td8JdixoaAnceEALw_wcB

⁵⁷ <https://www.edraak.org/programs/specialization/digmaar-vv2/>



التسويق الخاصة به مهم لنجاح تلك الخطط والاستراتيجيات ويسهم التسويق في ترويج رسالة المشروع وادراك تفاصيل وعمليات التسويق وما هي الطرق الأساسية في التسويق والخطط التي تحققها وكيف يمكن التحكم بها وكيف تساهم في نجاح المشروع وتحقيق أهدافه، وعلاقة استراتيجية التسويق

بالاستراتيجيات الأخرى ضمن المشروع الإبداعي تب ومساهمتها في تحقيق المخطط له في المشروع الإبداعي.^{٥٨} وهناك العديد من الاستراتيجيات الخاصة بالتسويق يمكن للمشروع العمل عليها لنجاح وصول المنتج الإبداعي إلى الجمهور من قبيل التخطيط والعمل لكسب موقع في السوق، أو تلك الخاصة بالسعر للمنتج الإبداعي أو الاستراتيجيات الخاصة بالتوزيع والتحفيز والتوغل والتوزيع الكثيف واستراتيجيات الجذب، والتي تحتاج معظمها إلى تحليل استراتيجية التسويق داخل السوق، وتحديد الموقع الاستراتيجي للتسويق، وموقع المشروع الإبداعي من السوق الإبداعية وحصته منها وإمكانات تنميتها وزيادتها وقدرة المشروع الإبداعي على فرض منتجه وإرادته على السوق وكسب

⁵⁸ <https://datatime4it.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A-%D9%88%D8%A3%D9%81%D8%B6%D9%84-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A/>



ولاء ودعم الجمهور والعمل على جذب
مستهلكين جدد^{٥٩} أو العمل في أسواق جديدة
مما يعمل على توفير الدعم المالي
الضروري للمشروع لتحسين موقعه في
مواجهة المنتجات الإبداعية المنافسة،
وإدراكه لاحتياجاته المستقبلية من الموارد
المالية والعمل على تحقيق تلك الموارد^{٦٠}.

وجود إجابات تسهم في نجاح تسويق المشروع الإبداعي^{٦١}

هناك العديد من الأسئلة التي يجب على المشروع الإجابة عنها لتحقيق عملية تسويق ناجحة
ومنها^{٦٢}:

١. هل يحتوي المشروع على أنشطة تسويقية؟

٢. هل تلك الأنشطة ضمن خطة مكتوبة؟

⁵⁹ https://www.digiturnal.com/ar/%D9%85%D8%A7-%D9%85%D8%AF%D9%8A-%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%9F/?srsltid=AfmBOoqZpKFQjNs5FAIBH_uFI9-UUeisHPddldKE6obxSM_fjxLitdGj

⁶⁰ <https://www.alrab7on.com/what-is-digital-marketing/>

⁶¹ <https://www.husamjandal.com/ar/metrics-measure-marketing-success/>

⁶² <https://shaimaaafifi.net/%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89/>



٣. هل تحتوي على كل العوامل التي

تساعد في نجاح خطة التسويق؟

٤. ما الدور الذي يمكن أن يلعبه فريق

المشروع الإبداعي من أجل نجاح

خطة التسويق؟

٥. هل يدرك كل فرد أو شريك مؤسسي

مهامه بوضوح؟

٦. ما هي المنطقة الجغرافية المستهدفة بخطة التسويق؟

٧. ما هو المدى الزمني المخصص لها؟

٨. هل يتم إتباع تلك المعايير الجغرافية والزمنية والإبداعية والتسويقية والوظيفية؟

٩. مدى اتسام خطة التسويق بشكل خاص وخطط المشروع الإبداعي بالواقعية والعملية؟

١٠. هل تم فهم المشروع للبيئة المحيطة بهم والمنافسين وتأثيرهم على المشروع

الإبداعي أو خطط التسويق الخاصة به؟^{٦٣}

١١. هل هناك إستعداد للعمل في بيئات جديدة ومثيرة للإهتمام ويمكن النجاح فيها في

المستقبل أم لا؟

⁶³ <https://www.geematech.net/%D8%AE%D8%B7%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%AC%D8%AD/>



١٢. ما هي فرص النجاح

المأمولة؟

١٣. ما مدى قدرة فريق المشروع

على إكتساب مهارات تساعده على

إنجازه؟

١٤. من المستهلكين أو الجمهور

الخاص به ومن هم وما هي صفاتهم وتفضيلاتهم واحتياجاته^{٦٤}؟

١٥. ما هي إمكانات تلبية تلك الاحتياجات وما هي أوضاعهم الاقتصادية والثقافية

والاجتماعية والسياسية الراهنة والمستقبلية،

١٦. هل هناك معرفة دقيقة بالحالة العامة للإبداع في المجتمع^{٦٥}؟

١٧. ما هي نسب العرض من المنتجات الإبداعية؟

١٨. ما هي نسب الطلب الفعلي والطلب المحتمل للمنتجات الإبداعية؟

⁶⁴ <https://keilanidigitalmarketing.com/%D8%B7%D8%B1%D9%82-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A/>

⁶⁵ <https://matrixclouds.com/ar/%D8%A3%D9%87%D9%85-%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A/>



١٩. من هو الجمهور أو الأسواق

الإبداعية التي تم وصول المشروع

اليها بالفعل وحقق نجاحا فيها؟

٢٠. هل هناك إمكانات للحصول

على أسواق أخرى للمشروع لتوسيع

قاعدته الجماهيرية^{٦٦}؟

٢١. هل يعاني المشروع من

المنافسة في عالم الابداع في مجتمعه؟

٢٢. كم عدد المنافسين في نفس تخصص المشروع، وما هو حجم شهرتهم، وما هو

حجم حصتهم السوقية من بيع منتجاتهم الإبداعية، وهل يتصرفون بشكل فردي أو عبر

مشاريع إبداعية تضم فرضا وشركاء وأفرادا ومؤسسات أصحاب تخصصات مرتبطة

بالإبداع وتسويقه؟

٢٣. ما العناصر البيئية التي يمكن أن تؤثر على المشروع الإبداعي؟

٢٤. هل يمكن للمشروع التطور في المستقبل للحصول على فرص نجاح أكثر له أم

لا^{٦٧}؟



٢٥. ما هي رسالة المشروع

الإبداعية وأهدافه واستراتيجياته في

العمل الإبداعي ونقاط القوة

والضعف؟

٢٦. ما هي الفرص والتهديدات

التي يمكن أن تحيط بالمشروع

الإبداعي؟

٢٧. ما يطمح المشروع لتحقيقه من خلال تلك الخطط، وما هي أهداف تلك الخطط

التسويقية ونتائجها المرغوبة واستراتيجياتها التسويقية والأسواق المختارة لتلك المنتجات^{٦٨}؟

٢٨. هل لدى المشروع قدرة على التحكم في إبداعاته ومنتجاته وخطط التسويق الخاصة

به ليصبح أكثر فعالية ونجاح؟

٢٩. هل استطاع المشروع العمل على مزج أدوات التسويق وعناصره لتصبح مفيدة

لترويج منتجه الإبداعي وأهداف المنتج والاستراتيجيات الخاصة به وتعزيز مكانته ضمن

مزيج تسويقي متماسك ومنسجم يقدم خدمة كافية وملاءمة تحقق بلوغ الأهداف التسويقية أم

لا^{٦٩}؟

⁶⁸ <https://dotdesign.me/10-%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%AD-%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%86%D8%A7%D8%AC%D8%AD/>

⁶⁹ <https://jawk.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8>



٣٠. ما هي إستراتيجية المشروع

في السعر وتحديده، ومقارنته

بأسعار المنافسين، وخدمة

الاستراتيجية الخاصة بالسعر في

تحقيق أفضل نجاحا للمنتج

الإبداعي

٣١. ما هي الاستراتيجيات

الخاصة بالتوزيع التي تم تفعيلها، وهل تعتبر شبكات التوزيع ملائمة وكافية؟ وهل هي

فعالة؟

٣٢. هل العلاقات إيجابية بين أعضاء قنوات التوزيع؟ وكيف تخدم استراتيجية التوزيع

عملية تحقيق الأهداف التسويقية الخاصة بالمشروع الإبداعي؟^{٧٠}

٣٣. ما استراتيجية الترويج المتاحة؟

٣٤. ما دور كل عنصر داخل مزيج التسويق؟^{٧١}

٣٥. هل تم اختبار مزيج الترويج؟ وكيف تم اختباره؟ وما النتائج؟

[%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%88%D8%A3%D9%87%D9%85-%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-37936?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwxsm3BhDrARIsAMtVz6N_ejTtGi9wJCTA_lhi82vN-FurotNk44FPaOFhBtP3wHcWScm_T68aAmC2EALw_wcB](https://blog.mostaql.com/6-steps-to-success-in-content-marketing/)

⁷⁰ <https://blog.mostaql.com/6-steps-to-success-in-content-marketing/>

⁷¹ https://www.anashop26.org/2024/08/blog-post_34.html?m=1



٣٦. كيف تخدم استراتيجية

الترويج عملية تحقيق الأهداف

التسويقية للمشروع؟

٣٧. هل تتوافق الاستراتيجيات

الخاصة بالترويج أو التوزيع مع

الاستراتيجيات الخاصة بالمشروع

الإبداعي ككل. ٧٢

القدرة على استثمار النجاح في تسويق المشروع الإبداعي

إن نجاح المشروع يستدعي منه استثمار النجاح تسويقيا لتوسيع شهرته وإعطاء اسمه الثقل الأدبي والنقدي والإعلامي وذلك عن طريق زيادة الظهور الإعلامي في وسائل الإعلام المرئية والسمعية والمقروءة والإلكترونية واستثمار النجاح الذي حصل عليه في وضع خطط للوصول إلى مزيد من المستهدفين ليكون معروفا لدى المجتمع و توسيع قاعدة علاقاته لاستثمارها في مزيد من النجاح في المستقبل وذلك عن طريق تطوير علاقاته مع دور الشركاء وكسب مزيد من التمويلات والدعم واستثمار النجاح في توسيع العلاقات والاتصال وزيادة موارده المالية لاستكمال مسيرته الإبداعية.

⁷² <https://shukair.net/%D9%85%D8%A4%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>



فهم الإدارة الجيدة للتسويق^{٧٣}

يقوم نجاح المشروع الإبداعي على القدرة على اختيار أكثر الطرق الإدارية فعالية للتسويق الناجح من قبيل عبر الإجابة على الأسئلة التالية^{٧٤}:

١. ما هي أكثر الطرق ملائمة لزيادة تسليط الأضواء على المنتج

الإبداعي؟

٢. هل يستطيع المشروع تقديم منتجات إبداعية رفيعة المقام بشكل ثابت؟

٣. هل هناك خطط لتفعيل التسويق الجيد؟

٤. ما هي درجة المنافسة؟

٥. هل تتنافس المشاريع الإبداعية من أجل الحصول على التمويل؟

٦. كيف يمكن توسيع مدى شهرة هذه المنتجات؟^{٧٥}

⁷³ <https://dexef.com/features/management/marketing-and-sales-management/>

⁷⁴ <https://www.passion-company.com/dets.php?page=399&title=%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%20>

⁷⁵ <https://teamdeck.io/ar/%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B9/%D8%A3%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A8%D8%B1%D9%85%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9->



٧. هل يتناول المشروع في خطته

الاستراتيجية الحاجة تعريف الناس

بمنتجه الإبداعي والمشروع الإبداعي

ككل.

٨. هل يقوم المشروع الإبداعي على

تقديم تخطيط فني قوي قائم على

أسس دائمة؟

٩. هل يوجد في أنشطة المشروع الإبداعي الرئيسية أحداث مهمة ومثيرة؟

١٠. هل تم خلق آليات تسويق تعزز هذا التخطيط لضمان إنجاز أهداف المشروع

الإبداعية؟

١١. هل تتوافق تلك المنتجات مع أذواق الجماهير؟

١٢. هل تم توفير أكبر قدر من التغطية الإعلامية للعمل الإبداعي؟

١٣. كيف تم تسليط الأضواء على هذه الإبداعات؟

١٤. هل تمت صناعة وعي بالمشروع الإبداعي وبرامجه وتؤكد إنجازاته وجودته؟

١٥. هل تم التخطيط لتسليط الأضواء على المشروع حتى يشعر بوجودها المجتمع؟



١٦. ما مدى ضمان زيادة الدخل المحقق للمنتجات والمشروع الإبداعي، وزيادة قدرة المشروع الإبداعي على اجتذاب فريق قوي وضمن نجاح المشروع الإبداعي؟^{٧٦}
١٧. هل تم تصميم برنامج اتصال يهدف إلى إرساء المصداقية

وإضفاء الإثارة في العمل ضمن المشروع الإبداعي، وخلق الأخبار الجيدة وحل المشكلات السيئة والتهديدات المالية والتنفيذية، والتعامل بطرق جيدة ورشيدة مع الإيرادات؟^{٧٧}

١٨. هل تم العمل على أنشطة تهدف لجذب الجمهور والشركاء، وتنمية العلاقات العامة، والتغطية الإعلامية الجيدة، وتكثيف الظهور الإعلامي، والتواصل مع المشاريع الإبداعية الأخرى والشراكة معها والاندماج بها؟^{٧٨}

⁷⁶ <https://ashrafnsour.com/articles/%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D9%8A%D8%B9%D9%86%D9%8A-%D8%A3%D9%86-%D8%AA%D9%83%D9%88%D9%86-%D9%85%D8%AF%D9%8A%D8%B1%D9%8B%D8%A7-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>

⁷⁷ <https://mashro3k.ae/2023/05/20/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A8%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84/>

⁷⁸ <https://al-rowads.com/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81->



١٩. هل تم تحديد الهدف الأساسي من حملة تسليط التسويق، والعمل على تطبيق التقنيات التسويقية الجيدة، وتحفيز التقدير الشعبي القوي للإبداع والمشروع الإبداعي ككل.

٢٠. هل توفر للمشروع الإبداعي

القدرة على حل قضايا التخطيط التسويقية للمشروع؟؟

٢١. هل يعرف فريق المشروع الإبداعي ما هو هدف التسويق، وما هي الخصائص

السكانية الحالية لجمهوره؟

٢٢. هل يعرف فريق المشروع الإبداعي كيف تتم زيادة عدد الجمهور، وما الرسالة التي

يرغب المنتج والمشروع الإبداعي في إرسالها إلى الجمهور؟ وما أفضل الطرق لإرسال هذه

الرسالة؟^{٧٩}

[%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%82%D9%8A%D9%82-%D9%84%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D8%9F/](#)

79

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%AA%D8%AD%D8%B3%D9%8A%D9%86-%D8%A5%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%AA%D9%83->

[%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%86-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9-](#)



ومن جهة ثالثة فمن المهم لفريق المشروع الإبداعي أن تكون لديهم القدرة على إنتاج خطة ناجحة لبيع منتج المشروع الإبداعي من خلال زيادة الدخل المحقق تطوير خطة تسويقية مركزة ومتعددة الأوجه من خلال خطة تسويق شاملة، والقيام بحملة مبيعات فعالة ذات تكلفة معقولة، والقيام بجهود

حثيثة لاجتذاب الجماهير وترشيد نفقات التسويق، وتقديم منتج مستقر من أجل تلبية رغبات المستهلك أو توقعاته، ومن المهم أن تكون للكاتب وفريقه والمشروع الإبداعي حساسية للسوق وقدرة على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام ودفع المستهدفين لاتخاذ خطوات لشراء المنتج الإبداعي وضمان حصوله على التقدير والإعجاب، لبناء ثقة وولاء المستهلك^{٨٠}.

فهم طبيعة المشاريع الإبداعية^{٨١}

[%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D9%84%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9.html](#)

⁸⁰ <https://rolecatcher.com/ar/skills/knowledge/business-administration-and-law/business-and-administration/marketing-management/>

81

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%A8%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%B1--%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A--%E2%80%8B%E2%80%8B%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%8A%D8%B2->



يبدأ فهم طبيعة المنتج والمشروع الإبداعي ونجاح التسويق له عبر فهم موقع المشروع الإبداعي من السوق، ومستويات الطلب عليه، وممن، ولماذا، ومدى قابلية قياس حجم الطلب عليه، وتحديد موقع المنتج والمشروع الإبداعي في نشاط التسويق، والعمل على تقسيم السوق مفهوم تحليل،

وتحديد موقع المنتج، وفهم تركيبية وبنية الأسواق فهما جيدا،⁸² وتحديد الموقع من حيث قسم أو أكثر من أقسام السوق،، وتحديد الموقع في مواجهة المنافسة. ومعرفة ما هي وظائف تقسيم السوق، وما تبعات التحليل السيئ لبنية السوق، وما هي الشروط اللازمة لتحديد أقسام السوق، والعوامل المحددة الأساسية⁸³ لتقسيم السوق وفهم طبيعة العمل الإبداعي وموقعه في السوق الإبداعي بشكل عام، وموقعه من الابداعات المشابهة لنمطه الإبداعي و تصميم استراتيجيات تسويق مركزة ومتخصصة وتستهدف جمهورا معيناً وفهم المشروع الإبداعي وخصائصه وعناصره و فهم المواقع

[%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D8%A9.html](#)

⁸² <https://www.socialmarketingvip.com/index/smvip6/project-management/index.htm>

⁸³ <https://advertising.amazon.com/ar-ae/library/guides/product-promotion>



الخاصة به بدقة^{٨٤} والجمهور الخاص به بشكل مركز، وفهم ومعرفة العوامل الأخرى التي قد تساعد أو تعرقل المشروع الإبداعي كالعوامل الجغرافية والعوامل الاجتماعية الديموغرافية، والعمرية والحضرية والاقتصادية والإبداعية والسياسية، ومعرفة ما هي سمات وخصائص المنتج ودرجة

تأثيره في الحدس الداخلي أو التفضيلات أو السلوك للمستهلك للمشروع الإبداعي^{٨٥}.

فهم طبيعة المنتج الإبداعي^{٨٦}

يمكن فهم طبيعة المنتج الإبداعي من خلال:

١. ما هي رسالة المنتج الإبداعي، وطبيعته؟
٢. كيف يختلف عن المنتجات والمشاريع الإبداعية المنافسة؟

⁸⁴ <https://maqal.co/%D8%B7%D8%B1%D9%82-%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%AA/>

⁸⁵

<https://ideascale.com/ar/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AF%D9%88%D9%86%D8%A9/%D8%A7%D8%A8%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%AA/>

⁸⁶ <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/12010/1/Idrissi-Nassima.pdf>



٣. هل يسهم المنتج بفعالية في نجاح

المشروع الإبداعي؟

٤. هل تم فهم المنتج و طبيعة العمل

الخاص به وارتباطه و مساهمته

بالصناعات الإبداعية؟

٥. هل المشروع الإبداعي يخلق

منتجات إبداعية ويعمل على إنتاجها

والتسويق لها وترويجها وتوزيعها للوصول للجمهور المستهدف منها؟

٦. هل تم فهم طبيعة المنتج الإبداعي الخاضع للتسويق وخصائصه المحددة؟

٧. هل تم معرفة ماهية المنتج الإبداعي وخصائصه الأساسية وما هي دورة حياته وكيف يمكن

تطويرها؟

٨. ما هي العقبات التي يمكن أن يواجهها وكيف يمكن تخطيها؟

٩. ما هي خطط التسويق الخاصة بالمنتج الإبداعي، وما هي الاستراتيجيات التي تسهم في

نجاح واستمرار نجاح المنتج الإبداعي؟^{٨٧}

١٠. ما هي وجهة نظر الجمهور الخاص به، وكيف يلبي احتياجات الجمهور بالمنتج؟

⁸⁷ <https://naaktob.com/your-comprehensive-guide-to-product-marketing/>



١١. ما هي الأبعاد الإبداعية

والثقافية والتقنية الخاصة بالمنتج؟

وهل تساهم في نجاحه؟ ودفع

الجمهور إلى الشراء للمنتج

الإبداعي؟^{٨٨}

١٢. هل يثري المنتج الإبداعي

المحيط الخاص به؟

١٣. ماهي الخدمات المرتبطة بالمنتج ومكوناته وأنشطته المختلفة؟

١٤. هل شهرة المشروع تسهم في نجاح المنتج؟

١٥. ما هو المنتج الإبداعي، والمنتجات المنقرعة عنه، والخدمات المرتبطة به، وتجربة

المستهلك له، وسعره، وقيمه الإبداعية، واسم من أبدعه، ومن يسهم بشكل أو بآخر في

صناعته، وتعقيده، ومرجعياته، ومضامينه، وارتباطه بحركة اجتماعية أو سياسية أو

ثقافية أو اقتصادية أو بحركات ومدارس إبداعية محلية ووطنية وإقليمية وعالمية؟^{٨٩}

١٦. ما المنتج و كينونته الإبداعية أو مفهومه وحالته الراهنة ومجاله الإبداعي ونوعه

وتاريخه والسوق المرتبط به، و جمهوره و من قام بإبداعه؟^{٩٠}

⁸⁸ <https://maqal.co/%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7%D8%AA/>

⁸⁹ <https://platform.almanhal.com/Files/2/76439>

⁹⁰ <https://academia-arabia.com/Files/1/124083>



١٧. هل المنتج يقل أم يتساوى أو يرتفع عن المنتجات الإبداعية الأخرى؟
١٨. أين موقع إنتاج أو توزيع أو ترويج المنتج الإبداعي؟^{٩١}
١٩. هل تم الاهتمام بالزمان والمكان المناسبين للمنتج لتوزيعه وتسويقه وبيعه؟
٢٠. هل تم تقييم المنتج من قبل متخصصين أو من قبل الجمهور وما مدى انتشاره في محيطهم؟
٢١. ما هي الأسواق التي يتواجد فيها المنتج؟
٢٢. هل حاز المنتج على الرواج في محيط القراء والجمهور؟
٢٣. كيف استقبل الجمهور المنتج الإبداعي؟
٢٤. هل كان الاستقبال إيجابيا ورفع من مستوى وقيمة المنتج الإبداعي أم العكس؟

⁹¹ <https://welpix.ae/%D8%AA%D8%B5%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D8%B9%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9/>



٢٥. هل عزز المنتج شراء

الجمهور للمنتج الإبداعي بشكل

ملائم ومميز ومؤثر وممتع؟^{٩٢}

٢٦. هل قام المنتج بتعزيز

توجههم لمنتجات إبداعية بديلة؟

٢٧. هل تميز المنتج الإبداعي

بخصائص تساهم في نجاحه

وشهرته؟

٢٨. هل قام الشركاء بالتعاون لصنع خطة تسويق ناجحة، و ضمان جودة المنتج؟

٢٩. كيف قدمت خدمة بيع المنتج الإبداعي للجمهور، وهل عززت ارتباط الجمهور

بالمنتج؟

٣٠. هل كانت الخدمة على نفس ما يتوقعه الجمهور، وهل قدمت بسرعة وكفاءة ولطف

واحترام وتعاطف وفتنة ومرونة وتكيف وملاءمة ونزاهة أم لا؟



٣١. هل حصل المنتج الإبداعي

على تغديه راجعة جيدة من الجمهور

وعززت من مكانة المشروع؟^{٩٣}

٣٢. هل ساهم المنتج في تبني

الجمهور له وعزز من قراراتهم

بشراء أي منتجات مستقبلية؟

٣٣. هل ساهم المنتج في زيادة

الطلب على الإبداع وعزز من العرض أو تكثيف الإنتاج أم لا؟

٣٤. هل كان سعر المنتج الإبداعي الخاص بالكاتب مساهما في نجاحه أم العكس؟

٣٥. هل تم ضمان وجود هدف ورسالة ورؤية عملية التسويق؟

٣٦. ما مدى قابلية المنتج للاستمرار في النجاح وقدرته على الحياة؟

٣٧. هل تسهم البيئة الرقمية في إطالة حياة المنتج الإبداعي اتب أم تسهم في موته في

وقت قصير؟

⁹³ <https://www.alkhaleej.ae/2023-09-30/%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%86%D9%8A%D8%A9/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D9%83%D8%AA%D8%A8/%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9>



٣٨. هل قدم المنتج أدلة على

نضج المشروع الإبداعي ونموه وإلى

أي مدى ساهم في النمو؟

٣٩. ما هو حجم المنتج، وهل

ساهم الحجم في نجاح المنتج في

الوصول للجمهور وتحفيزهم على

الشراء؟

٤٠. ما هو وضع المنتج القانوني، ومدى احترامه لحقوق الملكية الفكرية؟

٤١. ما هي العوامل التي قد تخفض أو ترفع مستوى الطلب على المنتج الإبداعي بعامه

كالنمو السكاني، وزيادة في أوقات الفراغ وزيادة الدخل الشخصي، وارتفاع المستوى التعليمي

للجمهور الخاص به ومدى تفضيلاتهم وميولهم وخصوصياتهم واحتياجاتهم واتجاهاتهم في

استهلاك الإبداع وتلبية تلك العوامل في المنتج الإبداعي؟^{٩٤}

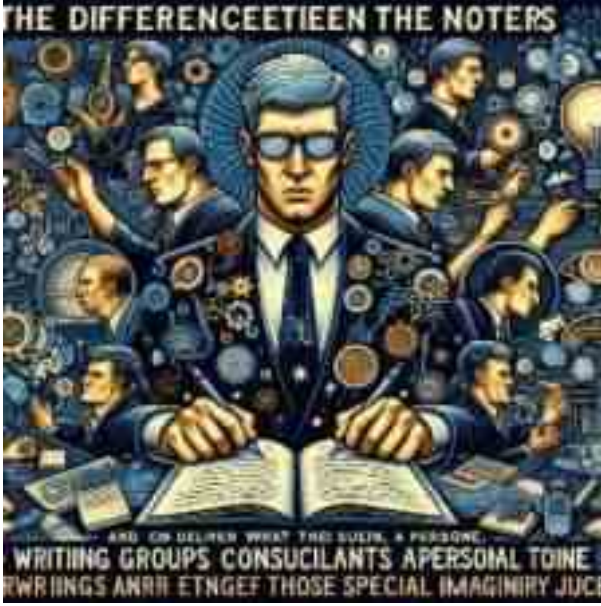
قدرة المنتج والمشروع الإبداعي على المنافسة^{٩٥}

من المهم أن يعمل المشروع على المرور بمراحل عديدة لتقديم منتج إبداعي قادر على المنافسة

والنجاح ومن تلك المراحل مرحلة التطوير للمنتج الإبداعي ليكون جديرا بشرائه من قبل الجمهور،

⁹⁴ <https://mostaghl.com/freelancers/skill/product-marketing>

⁹⁵ <https://wuilt.com/blog/ar/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D9%86>



ومن ثم تأتي مرحلة التقديم للمنتج الإبداعي للجمهور والتي تستند في نجاحها على استجابته الإيجابية والتفاعلية، ويدخل في مرحلة التقديم مجموعة من العوامل ومنها السوق وطرق النشر والتوزيع، والمنافسة الموجودة، والشهرة، والأنشطة الجماهيرية الترويجية للمنتج الإبداعي، وسعره، وما هي

الاستراتيجيات التي تم إتباعها في تقديم المنتج الإبداعي كاستراتيجيات التسويق واستراتيجيات النشر والتوزيع وكَم عدد النسخ التي تم نشرها وتوزيعها، وكَم نسبتها في أرفف السوق الإبداعي، وهل حصل المنتج على اهتمام الجمهور، وإستراتيجيات التسعير للمنتج الإبداعي، ومدى معرفة الجمهور للمنتج الإبداعي، وهل تم العمل على استثمار الفعاليات الوطنية الإبداعية والثقافية كجزء من استثمار حالة الشراء الكبيرة للجمهور أم لا.⁹⁶ وهناك أهمية لمعرفة ما هي الاستراتيجيات التي تم العمل عليها للتفوق على المنافسين في نفس تجربة المنتج الإبداعية كالأستراتيجيات التي تسعى إلى تنمية الطلب على المنتج الإبداعي من خلال تقديم سعره بشكل مخفض، وعمل فعاليات جماهيرية لترويج المنتج الإبداعي مع تقديم نسب تخفيض أو تحفيزات للجمهور للشراء والأستراتيجيات الخاصة بتنمية الجمهور وزيادة عدد الجمهور الخاص بالمنتج من خلال توجه المنتج الإبداعي

⁹⁶ <https://lhamim.com/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D9%86/>



لفئات واسعة ومتنوعة منهم، وتشجيع جماعات أخرى من المستهلكين على شراء المنتج الإبداعي، والعمل على ارتفاع كل من عدد المستهلكين ومعدل الاستهلاك الخاص بهم للمنتجات الإبداعية، والعمل بشكل مستمر على تحسين وتطوير المنتج، ولتوسيع نطاقات التوزيع، وللسعي وراء فئات

جديدة من المستهلكين،⁹⁷ وجودة حملات الدعاية والترويج الخاصة بالمشروع الإبداعي، ومحاولة الوصول إلى جميع المستهلكين المحتملين، والوصول إلى مرحلة النضج في العمل والمنتج والمشروع الإبداعي ككل، والعمل على زيادة مستوى الطلب للمنتج الإبداعي بصفة مستمرة، والسعي نحو سوق جديد، أو حتى قطاعات غير مستغلة منه أو لم يتم استهدافها، وتنشيط المبيعات عن طريق تحسين الجودة، أو تغيير الشكل أو التصميم، أو إدخال مزايا حصرية خاصة بالمنتج الإبداعي، وإثراء مزيج التسويق بالأفكار الإبداعية، أو تخفيض الأسعار⁹⁸، أو صنع حملة دعائية

⁹⁷ <https://ultahost.com/blog/ar/%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D9%8A%D8%AC%D8%A8-%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%83-%D8%A5%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D8%A1-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D9%86/>

⁹⁸ <https://naaktob.com/competitor-analysis-methods/>



وترويج قوية وناجحة، والتعامل بجدية وسرعة مع العقبات والمشكلات وعوامل الانحدار أو الفشل للمنتج الإبداعي.⁹⁹ إن التخطيط لتسويق المنتج يجب أن يخضع للبحث والتطوير والتخصص ومعرفة كيف يمكن تسويق المنتج الإبداعي¹⁰⁰ وما هي المخاطر التي قد تعرقل نجاحه ووصوله إلى

الجمهور، وهل يلبي المنتج حاجتهم، وهل عاد المنتج الإبداعي بالتكاليف التي صرفت عليه للخروج به بالشكل المناسب أم لا، وإجراء الأبحاث وتسويق منتجات إبداعية ناجحة، ومشاركة جميع فريق المشروع في نجاح المنتج بمن فيهم التسويق والمالية وهل تم العمل على جودة المنتج وجميع الأنشطة التي تسهم في نجاحه ضمن المشروع وفي الحقيقة فإن تطوير وتسويق المنتجات الإبداعية من المهام التي تنطوي على مجازفة، ومن الممكن أن الفعل الإبداعي المميز لعملية تطوير منتج

⁹⁹ <https://bluemediasa.com/strategies-for-dealing-with-competition/>

¹⁰⁰ <https://sorbonnetraining.com/blog-details/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D9%86-%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%87%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82-%D9%88%D8%AA%D9%82%D9%8A%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D8%A9>



فني لا يتلاءم كثيرا مع الطريقة المتبعة في قطاع الأعمال الإبداعية أو توجهات السوق أو رغبات الجمهور^{١٠١}.

معرفة المخاطر المرتبطة بتسويق منتجات المشروع الإبداعي^{١٠٢}

من المهم ضمن المشروع الإبداعي العمل على التخطيط للمخاطر التي يمكن أن تعوق

المنتج الخاص به من النجاح سواء من ناحية الجودة أو الجدة أو الفرادة للمنتج أو من ناحية السعر أو من ناحية أنشطة التسويق والتوزيع والترويج^{١٠٣} أو من ناحية رغبات الجمهور أو من ناحية السوق الإبداعي التي يعرض فيها المنتج الإبداعي، والزمان والمكان والفعاليات التي يعرض فيها بشكل مستقل أو على هامش فعاليات إبداعية مجتمعية أو وطنية أو حكومية والعمل على الإجابة على عدد من الأسئلة بشكل جيد للوصول بالمنتج إلى النجاح ومن تلك الأسئلة لماذا لا يكون المنتج الإبداعي هو الجانب الأهم دائما بالنسبة إلى المستهلك عند الشراء؟ وكيف تم التعامل مع الجمهور الراغب باقتناء المنتج الإبداعي وما هي الاستراتيجيات^{١٠٤} التي تم اتباعها للترويج عن

¹⁰¹ <https://vlinzza.com/blog/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D9%86/>

¹⁰² <https://g-dart.com/%D9%85%D8%AE%D8%A7%D8%B7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>

¹⁰³ <https://www.meemapps.com/term/marketing-risk>

¹⁰⁴ <https://afkars.net/4-%D9%85%D8%AE%D8%A7%D8%B7%D8%B1-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82->



المنتج الإبداعي؟ وما المخاطر المرتقبة وكيف تم التعامل معها كي لا تؤثر سلباً على نجاح المنتج الإبداعي بشكل خاص ونجاح المشروع الإبداعي بشكل عام^{١٠٥}.

فهم الأسواق الإبداعية^{١٠٦}

ويحتاج المشروع فهم الأسواق الإبداعية

وخصائصها وظروفها ومعاييرها واتجاهاتها في محيطه الإبداعي المحلي أو الوطني أو الإقليمي أو الدولي ومعرفته للسوق الأدبي ومعروضاته وجمهوره وتوجهاتهم وتفضيلاتهم القرائية المختلفة، عبر منتجات جيدة وفريدة ومتطورة ومقبولة ومسليه وعاطفية وممتعة وحقيقية وعميقة وتحقق مبيعات جيدة ومحترفة وذات جودة عالية وفهم خصوصية السوق والمستهلك والمنافسة والمجتمع والبيئة الإبداعية وتحديد سمات السوق المستهدف وقياس مستوى الطلب الفعلي والمحتمل، وإمكانات

<https://digitalmarketing-ksa.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%87%D8%A7/>

¹⁰⁵ <https://www.scribd.com/document/635351185/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%88-%D8%AA%D9%82%D8%B3%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82-%D8%AA%D8%AC%D9%86%D8%A8/>

106

<https://www.scribd.com/document/635351185/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%88-%D8%AA%D9%82%D8%B3%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82-%D8%AA%D8%AC%D9%86%D8%A8/>



الوصول إلى السوق، والقوى المؤثرة فيه، والمنافسة الموجودة على المستوى المحلي أو الوطني أو الإقليمي أو الدولي في السوق التي يبيع فيها المشروع منتجاته الإبداعية وتصميم منتجات إبداعية منافسة ومزايا تنافسية مستمرة وجيدة، والعمل على استهداف أسواق عديدة على جميع

المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية، والاتفاق مع الشركاء لضمان الوصول بمنتجه الإبداعي إلى معظم المستهلكين للإبداع في أي مكان، والعمل على جعل كل الأفراد والمجتمعات والشركاء والقطاع الخاص وقطاع المجتمع المدني والحكومة أسواق محتملة لبيع المنتج الإبداعي، والافتتاح التام بأهمية الوصول إلى كل الناس في كل مكان وجعل أي شخص مستهلك محتمل للمنتج الإبداعي وجعل المنتج الإبداعي الخاص به من الاختيارات التفضيلية الخاصة بالمستهلكين في جميع الأسواق المتنوعة وبغض النظر عن الزمان والمكان، والاستفادة من تأثير القيادات الإبداعية والثقافية والإعلامية للترويج عن المنتج الإبداعي مما يجعل من شرائه اتجاه سائد لدى المستهلكين بغض النظر عن الأنظمة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والإبداعية في المجتمع والسوق المعروض فيه المنتج الإبداعي¹⁰⁷.

¹⁰⁷ <https://growthbeginning.com/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%81%D9%8A-%D8%B3%D9%88%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84/>



ويفترض بفريق المشروع أن يكون لديه القدرة على التفكير في صفات الأسواق الإبداعية التي يرغب بالدخول إليها بمنتجه الإبداعي وينمنه أن يقوم بتقسيم السوق إلى أقسام محددة تساعد على معرفة أين أماكن النجاح المفترضة في أقسام وفئات السوق المستهدف ومبادئ التسويق الأساسية،

والاحتياجات الخاصة بكل جماعة من الجمهور بكل تنوعه ومغايرته ومقدار الاهتمام بالقراءة لديه، وقدرتهم على شراء المنتجات الإبداعية وإشباع احتياجات الجمهور إلى المعلومات والتسلية.^{١٠٨} ويساعد تقسيم السوق ووظائفه فريق عمل المشروع على وضع تحليل منهجي للاحتياجات المختلفة التي تعرب عنها تلك الأسواق، وإجراء دراسات سوق عميقة لتحديد إلى أي درجة يعد الطلب متجانسا متماثلا، وتوفير إستراتيجية لتركيبية السوق ناجمة عن التحليل، وتحديد موقع المنتج الإبداعي في السوق، وتحديد طرق مواجهة منتج منافس، ومعرفة طرق جذب الجمهور، ومعرفة مبدأ تقسيم السوق وطرق توفير المنتج للمستهلكين داخل قسم محدد من السوق يلبي احتياجاتهم قدر



الإمكان، و دراسة السوق وتقسيمه، والتعرف أكثر على الطرائق والأساليب المتنوعة المستخدمة في تقسيم السوق، وتكوين فهم واضح لتركيبية السوق ناتج عن القراءة الدقيقة لبنية و تركيبية السوق فقد تحفز هذه القراءة الخاطئة للموقف على تطوير منتجات جديدة في حين يكون المنتج الأصلي والموجود كافيا، وعندئذ يتم حشد واستهلاك موارد

بشرية ومالية دون ضرورة أو اعتبار السوق موحدًا بينما هو في واقع الأمر مؤلف من أقسام متنوعة وتوفير منتج مصمم لإسعاد كل شخص دون تمييز، وبما أن المنتج يتناسب مع أي شخص، ففقد ينتهي به الحال في قاع كومة البضائع، تسبقه وتغطي منتجات أكثر توافقًا وملاءمة مع احتياجات الأقسام المحددة في السوق، وفهم فائق و متميز لبنية السوق المستهدف وطرح الأسئلة التالية:¹⁰⁹

١. هل السوق مقسم؟ وإذا كان كذلك، فما هي أقسامه؟

٢. ما هي طرق الاستجابة لضغوط التسويق الراهنة أو المحتملة في السوق؟¹¹⁰

٣. هل تم العمل على ضمان تنوع الاستجابة لضغوط التسويق؟¹¹¹

¹⁰⁹ <https://planing-solutions.com/your-guide-to-market-research/>

¹¹⁰ <https://www.zms.solutions/the-importance-and-strategies-of-marketing/>

¹¹¹ <https://elshahbndr.com/%D8%A8%D8%AD%D9%88%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>



ويعتمد تقسيم السوق على الطرق المختلفة في تجزئة الأسواق بغرض تحديد ردود فعل جماعات المستهلكين المتنوعة، وسلوكيات المستهلك، وعلي فريق المشروع الإبداعي العمل على تحديد استراتيجيته الخاصة لإقناع صانعي القرار بأن يصبحوا شركاء في المشروع لما لشراكة الدولة من دور للفوز بنصيب كبير من السوق، ويوجد العديد من الوكالات الحكومية المستعدة لمساعدة

المشاريع الإبداعية الفردية والمؤسسية من خلال أشكال متنوعة من الدعم المالي، وتسمح بعض البرامج بتمويل البنى التحتية، وأخرى تتيح تنفيذ مشروعات إبداعية فمن أعمال الدول الرئيسية الاستثمار في الإبداع والصناعات الإبداعية بعامة ولكنها تختلف من دولة لأخرى تبعا لثراء الدولة ودرجة اهتمامها بالإبداع وإيمانها به فالدول تختلف في درجة الانخراط والمشاركة من قبل مستوياتها الحكومية المختلفة.^{١١٢}



ويعتبر القطاع الخاص من الجهات المهمة للغاية في دعم الإبداع في كافة الدول والمجتمعات، ويشتمل القطاع الخاص على المانحين من الأفراد والشركات، وكذلك المؤسسات، والشركات، وقد حفز الدعم المتوفر من القطاع الخاص المبدعين على التوجه نحو المنح الخاصة والرعاية من أجل

زيادة موارد مشروعاتهم الإبداعية، وتزامن التحول مع اكتشاف الشركات الخاصة أن العملاء المستهلكين للفنون يمثلون سوقا جذابة لأعمالهم التجارية، مما أدى لزيادة إسهام القطاع الخاص في الدعم المالي للإبداع، وبالعودة إلى السوق نفسه فهناك العديد من العوامل التي تحدد مستوى نجاح المنتج الإبداعي ونجاح المشروع الإبداعي ككل¹¹³.

ويعد الطلب على منتج تعبيراً عن عدد المبيعات التي حققها، سواء بالكمية أو نقدياً، وقد نعبر عن هذا الطلب إما كما بعدد الوحدات الكمية وإما نقداً، وفقاً لاحتياجاتنا من التحديد، ومن الممكن احتساب الطلب في كل سوق من أسواق المشروع الإبداعي بصيغة الكمية صورة أكثر واقعية

113

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A7%D9%85%D9%84-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81-%D8%B3%D9%88%D9%82-%D9%85%D8%B9%D9%8A%D9%86.html>



للسوق، بما أن النتائج لا يتم تضخيمها من خلال زيادات في السعر، كما يكون من الأسهل^{١١} بناء على ذلك مقارنة البيانات من عام إلى آخر فأحياناً لا تكون زيادة الطلب نقداً سوى نتيجة لارتفاعات الأسعار، بينما يبقى مستوى السوق الحقيقي كما هو وعلى الرغم من أن التعبير عن الطلب

بصيغة الكمية قد يكون مفيداً، وخصوصاً الرؤية كيف يتطور الطلب، فقد يصعب القيام به في بعض الأحيان. قد لا تتوفر البيانات نفسها، أو قد يتألف المنتج من مجموعة عوامل متنوعة ومختلفة. ففي سوق الإبداع ليس من الممكن تقدير الطلب بالكمية لأن تصنيف المنتجات يشتمل على عناصر كثيرة ومتنوعة ومن الممكن قياس الطلب في نقاط مختلفة على طول سلسلة عملية الإنتاج، بداية من الابتكار إلى الإنتاج إلى التوزيع إلى الاستهلاك. وفي هذه الحالة يكون الطلب



عند كل حلقة من حلقات هذه السلسلة مساويا عدد الوحدات أو بالقيمة النقدية للمبيعات التي أجراها جميع هؤلاء الفاعلين عند هذه الحلقة أو النقطة المحددة.¹¹⁵ إن السوق يشمل جميع الأفراد أو الشركات ممن يستهلكون منتجا ما، ويقوم كل صاحب منتج بمن فيهم صاحب المنتج الإبداعي

بتشجيع الفئة الخاصة بها من السوق على استهلاك منتجها بغرض الحصول على نسبة من الطلب. وبمصطلحات التسويق المتداولة يسمى هذا «حصّة السوق» أو «الحصّة من السوق» وهذا المصطلح لا يصف المستهلكين الذين يشترون المنتجات ولكن يصف نسبة الطلب الخاص بأحد المنتجات ويدخل ضمنها بالطبع المنتجات الإبداعية، وعلى ضوءه يمكن أن يحدد الموقع النسبي للمنتج والمشروع الإبداعي بين منافسيه، ويمكن النظر لمسألة الطلب وحالة الطلب على منتج ما من زاويتين: الطلب الحقيقي والطلب المحتمل. ولكل جانب منهما مراحل ثلاث: الطلب الماضي، والطلب الحاضر، والطلب المتوقع.¹¹⁶

¹¹⁵ <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/79161>

¹¹⁶ <https://m.mu.edu.sa/sites/default/files/content-files/1423655666.4163%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A3%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84.pptx>



ويتناسب الطلب الحقيقي للمشروع الإبداعي مع حجم مبيعاته من المنتج الإبداعي في وقت محدد، ويصدق هذا على طلب السوق، مما يعد مقياسا للطلب في لحظة زمنية محددة، سواء كان ذلك في اللحظة الراهنة أو في الماضي ومن الممكن الحصول على الخلفية التاريخية التي تسجل بالترتيب الزمني حركة ودينامية قطاع ما، أو صناعة ما، أو شركة من الشركات عن

طريق قياس تطور حركة الطلب من الأعوام الماضية¹¹⁷. وفي الوقت نفسه من الممكن توقع مستوى الطلب المستقبلي بالنسبة إلى شركة أو سوق ما، ويعتبر الطلب المحتمل هو الحد الأقصى الذي قد يبلغه منتجا ما في سياق محدد لا يشتري جميع المستهلكين جميع المنتجات المعروضة في السوق، ومع ذلك فإن الجزء الأكبر من استهلاك البضائع الاستهلاكية غالبا ما يعتقد أنه من

¹¹⁷ https://www.ejaba.com/question/%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82-%D9%88%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82?_cf_chl_rt_tk=kCkNu8Gk5JW6kq1IjbNicWn39ZFdh3wOwX4O3Wf6Sz8-1727235605-0.0.1.1-5716



الممكن تعميمه، أي أن جميع المستهلكين يشترونه، ولكن يكاد يكون من المستحيل الوصول إلى إجمالي المستهلكين من السكان. من لا يستهلكون منتجاً محدداً ولكنهم قد يفعلون ذلك يسمون «المستهلكين المحتملين»¹¹⁸.

وفي موضوع الطلب المحتمل للمنتج يعمل

المصنعون جاهدين لإقناع هؤلاء المشتريين المحتملين بأن يجربوا منتجاتهم من أجل أن يرفعوا المبيعات. وإذا كان من الممكن زيادة نسبة المبيعات بالنسبة إلى الفرد الواحد فسوف يحاول المصنعون إقناع عملائهم باستهلاك المزيد وعلى الرغم من ذلك فهناك حد لا يمكن للطلب أن يتجاوزه، ويتوقف هذا على الموارد المالية للمستهلكين، وأذواقهم وتفضيلاتهم، وعلى مدى تقبلهم لاستراتيجية التسويق وكذلك على بيئتهم المحيطة، وتتمثل مهمة مدير التسويق في تقدير الحد الأقصى لطلب السوق في نقطة زمنية محددة، ولا بد من أن يؤخذ بعين الاعتبار التحركات المتوقعة للمنافسين، وكذلك النمو المنتظر للطلب المحتمل فقد يتوقع مدير التسويق زيادة في الطلب المحتمل وزيادة في أرقام مبيعات المنتج الإبداعي.¹¹⁹

¹¹⁸ https://a3lanaat.blogspot.com/p/blog-page_31.html?m=1

¹¹⁹ <https://univdatos.com/ar/report/marketing-operations-management-market/>



ومن ناحية أخرى حين ينخفض الطلب المحتمل في السوق، فيمكن توقع صعوبة أكبر في الاحتفاظ بالمستوى الحالي من الطلب وحصصة السوق، وقد تكون هناك إمكانية لنمو الطلب في سوق الابداع ولكنها تتأثر بالدولة والمجتمع والعوامل التي بداخلها ويكون لها دور في نمو الطلب أو انحساره

على المنتجات الإبداعية، وقد يستقر السوق والطلب على المنتج الإبداعي في الدولة والمجتمع لفترات طويلة تبعاً لتأثيرات الدولة والمجتمع وخصائصهما المختلفة ويمكن تقسيم السوق الإبداعي إلى مجموعات أقسام رئيسية: سوق المستهلك، وسوق الشريك، وسوق الحكومة، وسوق القطاع الخاص، وإن كلا من هذه الأسواق يستجيب لدوافع مختلفة ويغطي جوانب محددة من المنتج الإبداعي، ومن ثم يكون من الأفضل وضع استراتيجيات تسويق مختلفة لكل سوق مع فهم العوامل الأساسية قد تؤدي لزيادة استهلاك المنتجات الإبداعية ومنها الزيادة السكانية، وزيادة أوقات الفراغ المتاحة للمستهلكين، والارتفاع في مستوى كل من الدخل والتعليم.^{١٢٠}

¹²⁰ <https://coadec.uobaghdad.edu.iq/wp-content/uploads/sites/9/2018/12/%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D9%88%D8%A7%D9%82-%D9%88%D9%85%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%8A-%D9%8A%D9%85-%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D8%A9.pptx>



فهم البيئة الإبداعية¹²¹

هناك بيئات كثيرة تحيط بأي مشروع في العالم سواء كان شخصيا أو مؤسسيا وسواء كان تنمويا أو حقوقيا أو إبداعيا، وفي موضوع المشروع الإبداعي يمكن العمل على فهم كل أنواع البيئات التي تحيط بالمشروع ومعرفة مدى تأثيرها السلبي أو الإيجابي

على المشروع الإبداعي ومنتجه والسوق التي تعرض المنتج للجمهور والمستهلكين للإبداع.

إن أول تلك البيئات هي البيئة الإنسانية المحيطة بالمشروع والتي منها منافسوه في العمل الإبداعي وجمهوره والمعجبين والمتابعين ومعرفة ما نوع الإبداع الخاص بالمشروع وجمهوره وقدرته على شراء المنتج الإبداعي أم لا، وكيف يمكن الوصول إليهم بالمنتج الإبداعي ككل فالبيئة الإنسانية تلعب دورا كبيرا في توجهات المشروع الإبداعية وتخصصه ونوعه وأنشطته وجمهوره ومنتجه وشركائه والبيئة الجغرافية المحيطة به وأنشطة الترويج والتسويق والتوزيع والبيع الخاصة به وتقلاته للوصول إلى جمهوره والتعامل معهم وتحفيزهم على شراء منتج الإبداعي، وقدرته على التخطيط والتعرف على إمكانية الانتشار ومعرفته خصائص البيئة الثقافية والإبداعية التي يعمل فيها، وهل هناك

¹²¹<https://www.clickmarketing.com/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85%D9%87%D8%A7-%D9%88%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5%D9%87%D8%A7/>



احترام وتقدير للإبداع ودعم له من قبل الدولة والمجتمع والجمهور، وهل هناك رغبة بتتبع والاستمتاع بالمنتجات الإبداعية، وما هي الإحصائيات العملية التي تركز على مستوى القراءة في المجتمع وانتشارها كممارسة، وهل هناك تفاعل من المجتمع للأنشطة الثقافية والإبداعية الجماهيرية أو

عبر الإنترنت، وهل البيئة الثقافية والإبداعية محفزه وداعمة لإنتاج الإبداع واستهلاكه أم لا. ¹²² ومن جانب آخر هناك الرغبة من قبل المستهلكين للعمل الإبداعي والقدرة على شراء المنتج الإبداعي وهذا يستدعي الإدراك وبشكل دقيق لقدرة جمهوره أو المجتمع على شراء المنتج الإبداعي، وهل لديهم الرفاهية لصرف النقود على الكتب أو المنتجات الإبداعية الأخرى ويمكن تحديد تلك البيانات ومعرفتها من خلال ملاحظته المباشرة للمجتمع الخاص به وهل يتمتع بالرفاه الاقتصادي أم لا، وما هي أولويات المجتمع في الصرف للنقود ففي المجتمعات الفقيرة أو تلك التي تعاني النزاعات فمن البديهي أن تتجه الموارد المالية القليلة إلى تلبية الاحتياجات الأساسية للناس من قبيل الأطعمة والمياه والبيوت والاتصالات والصحة بينما يجد الناس في المجتمعات الثرية الوقت والمال والرغبة

¹²² <https://www.clickmarketing.com/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%87%D9%85-%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9/>



لشراء المنتجات الإبداعية الخاصة بالمبدعين من أوطانهم أو من أوطان أخرى.^{١٢٣} إن كل تلك المعلومات أو الملاحظات يمكن استعمالها عند تصميم والتخطيط المشروع الإبداعي بحيث يكون المنتج قابلاً للبيع في المجتمع الخاص به بعد المعرفة بخصائص المجتمع المالية والاقتصادية ورغباتهم

الشرائية وأولوياتهم الحياتية، والمعرفة بالدولة أو نظام الحكم في مجتمعه ومدى دعمه أو تجاهله للإبداع،^{١٢٤} وهل يساهم في نجاح الأنشطة الإبداعية والمبدعين أم لا، وهل تتوفر لدى المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في مجتمع الكاتب الأموال لدعم الإبداع أم أن لها هي الأخرى أولويات أهم، ومن البيئة الواقعية سواء عبر المجتمع أو عبر الدول^{١٢٥} وأنظمة الحكم في مجتمع المشروع

¹²³ <https://aisevenp.com/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D8%A7%D8%AE%D9%84%D9%8A/>

¹²⁴ <https://ashrafnsour.com/articles/%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%B4%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9%D9%87/>

¹²⁵ <https://mawdoo3.com/%D8%B9%D9%86%D8%A7%D8%B5%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D8%A7%D8%AE%D9%84%D9%8A/>



نتجه إلى البيئة التكنولوجية، وكيف يمكن للبيئة الرقمية^{١٢٦} أن تساعد المشروع في نشاطاته الإبداعية سواء في مرحلة تطوير الفكرة أو في مرحلة الكتابة والبحث مروراً بمرحلة صناعة العلاقات العامة والانخراط في الشبكات الإبداعية أو التواصل مع الشركاء المهتمين بالمنتج الإبداعي ومروراً

بدورها في الترويج والتوزيع والتسويق والبيع والتغذية الراجعة للكاتب من القراءات الخاصة بالنقاد والقراء والصحفيين الثقافيين الرقميين وغيرهم من المهتمين بالإبداع والابتكارات^{١٢٧}.

فهم الجمهور الإبداعي^{١٢٨}

من الأهمية بمكان لضمان نجاح المشروع الإبداعي والمنتج الإبداعي فهم الجمهور الخاص به والعمل على خلق ورعاية وتوسيع نطاق جمهور مخلص ونشط للكاتب ومنتجاته الإبداعية ويمكن

<https://www.factye.com/ar/news259.html>

¹²⁶ <https://www.factye.com/ar/news259.html>

¹²⁷ <https://altawieq.com/s/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9>

¹²⁸ <https://salla.com/blog/%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81/>



الحصول على فهم جيد للجمهور الخاص به من خلال فهم شامل لنظريات التسويق وممارساته، وأبحاث السوق الدقيقة، وخطط التسويق الشاملة والاستراتيجية^{١٢٩}، والمعرفة بالجمهور المناصرين والمهتمين بتجربته الإبداعية، وتنشيط برامج التواصل الفعالة والبارعة الخاصة به وفهم طبيعة المستهلك

وتفضيلاته الإبداعية، وفهم عمليات اتخاذ القرار التي تشكل أساس سلوكيات المستهلك لشراء المنتج الإبداعي.^{١٣٠} ومن المهم معرفة العوامل الأساسية التي تؤثر على بنية وطبيعة عمليات اتخاذ القرار، ومعرفة العلاقة بين عمليات اتخاذ القرار والمعلومات التي يعتمد عليها المستهلك واستراتيجيات التسويق الخاص بالمنتج والمشروع الإبداعي،^{١٣١} والإدارة الإبداعية الجيدة للمنتج والمشروع الإبداعي، و تحديد فئات المستهلكين للمنتج الإبداعي، وتحسين المنافسة، ونمو الفئات المستهدفة، وانتقاء طرق وشبكات التوزيع الأنسب، وتحديد نظام تسعير^{١٣٢} لا يعتمد فقط على النفقات وأسعار

129

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82

130 <https://www.hindawi.org/books/95393170/>

131 <https://blog.khamsat.com/marketing-environment/>

132

<https://belabeeb.com/blog/2023/09/16/%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88/>



المنافسين، بل أيضا على منظور المستهلك المستهدف وتطوير استراتيجية للتواصل توفر للمستهلكين المعلومات التي يريدونها عن المنتج الإبداعي بطريقة سهلة وواضحة، ومعرفة ما إيجابيات ومساوئ استخدام العوامل الاجتماعية الديموغرافية كعوامل محددة السلوكيات المستهلك؟ وما الدور

الذي يلعبه التوجه النفسي والموقف العقلي في عملية اتخاذ القرار لشراء المنتج الإبداعي، وكيف تؤثر العوامل الظرفية على عملية اتخاذ القرار ومعالجة المعلومات؟¹³³ ومدى توفر صورة واضحة لما يتطلع إليه المستهلكون، والقدرة على الاستيعاب التام لمفهوم تقسيم السوق لأقسام وفئات مختلفة، وتطبيقات ذلك في سياق إدارة المشروعات الإبداعية والقدرة على التمييز بين أساسيات تقسيم السوق والتوصيفات، واستيعاب مفهوم تحديد الموقع في السوق، من حيث المنافسة ومن حيث الأقسام المستهدفة من السوق الإبداعي، والعمل على فحص دراسات خاصة بالمستهلك وسلوكياته؟

¹³³ <https://ninety-waves.com/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A/p1928912433>



لماذا لا يكون وصف المستهلك داخل إحدى الأسواق من الناحية الاجتماعية والديموغرافية وحده كافيا؟ وما هي أدوار التسويق الأساسية في تلبية احتياجات المستهلك^{١٣٤}.

إن من الحكمة العمل على خلق منتج إبداعي قادر على إشباع الحاجة الخاصة

به، والقدرة على جذب العملاء المستهدفين،^{١٣٥} وفهم الدافع والعوامل الفردية في عمليات اتخاذ القرار المرتبطة بشراء المنتج الإبداعي، وتعزيز تجارب المستهلك الإيجابية مع المنتج الإبداعي، والعمل على أن تسهل التجارب السابقة من عملية اتخاذ القرار لشراء المنتج الإبداعي الجديد وتلبية معايير المستهلك الإبداعية، وصنع تجربة له تتسم بالثراء والإشباع والرضا،^{١٣٦} وتطوير ميوله واستعداداته ومدركاته ومشاعره للحصول وشراء المنتج الإبداعي، والعمل على تعزيز التجربة الشخصية الإيجابية للمستهلك مع المنتج الإبداعي، وتلبية المنافع المنشودة من قبل المستهلك عند شراء المنتج الإبداعي، وفهم بنية عملية اتخاذ القرار التي يستعين بها المستهلك، وبالتالي اختيار

¹³⁴ <https://www.businesschat.io/ar/post-ar/target-audience>

¹³⁵ <https://taswigai.com/blog/target-audience-in-marketing>

¹³⁶ <https://iq-tswek.com/%D8%B7%D8%B1%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81/>



عناصر مزيج التسويق الخاصة بالمنتج الإبداعي ضمن المشروع الإبداعي وتنمية الأذواق بين مستهلكي المنتجات الإبداعية، وهناك أربعة عوامل رئيسية تؤثر على تفضيل المستهلكين لمنتجات الإبداع ومنها القيم العائلية التي تشجع استهلاك الإبداع، والوسط الإبداعي والقيمة التي يضيفها على

الإبداع، وتنمية الذوق تجاه الإبداع.^{١٣٧}

إن التوجه الإيجابي للمستهلك يعد قيمة مادية ثمينة، وعلى الخصوص لأن هذا التوجه مقاوم للتغير مقاومة مطلقة. بتعبير آخر: بما أنه من الصعب تغير توجهها مبنيًا على خبرة ماضية، فإن هذه الآلية تعمل لصالح المنتج والمشروع الإبداعي وتقطع الطريق على المنافسين في الوقت نفسه فالتأثير المستمر للتوجه يمكن أن يعزي بنسبة كبيرة إلى حقيقة أنه يشكل اعتقادًا وتعصبًا في عقول الأفراد ومن الضروري ملاحظة أن توجهات المستهلكين تتعلق إما بالمنتجات ككل وإما بعنصر من أحد المنتجات^{١٣٨}، ومن أجل تحقيق فهم تام لكيفية تأثير التوجهات على عمليات اتخاذ القرار لدى

¹³⁷ <https://eltzam.sa/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A-5-%D8%AA%D9%82%D9%86%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%84%D9%84%D9%88%D8%B5%D9%88%D9%84-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88/>

¹³⁸

<https://books.apple.com/gb/book/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88/>



المستهلكين، وفهم كيف تتكون التوجهات، ويعتمد أغلب التوجهات على خبرات وتجارب سابقة، خبرات نشأت بدورها عن عملية ثانوية أخرى، إما عملية معرفية وإما عملية عاطفية.^{١٣٩}

وهناك عامل العمليات المعرفية ففي حالة المنتجات التي تتطلب درجة عالية من

اهتمام العميل، فإن العملاء أصحاب التجربة يميلون إلى استخدام العمليات المعرفية في اتخاذ القرار، وهي عمليات أطول زمنا وأكثر تعقيدا، وتتطلب بعض الحكم على السمات المتنوعة للمنتج الإبداعي المقدم، وعلى أرض الممارسة إذا ما اتخذت نسبة كبيرة من العملاء المستهدفين قراراتها بناء على آليات معرفية خطية تعويضية أو على آليات الربط، وتسويق المنتج وفهم العمليات المعرفية المعقدة مفيد فقط إن كان العملاء يستخدمون بالفعل هذه العمليات نفسها. والأمر المثير هو أن الحال ليس كذلك دائما في مجال الابداع والمنتجات الإبداعية،^{١٤٠} مع الأخذ في الاعتبار

[88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A/id1612529400](https://emarketinghub.pro/blog/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81-%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%82-%D9%84%D9%87/)

¹³⁹ <https://emarketinghub.pro/blog/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81-%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%82-%D9%84%D9%87/>

¹⁴⁰ <https://planing-solutions.com/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%AF->



الطبيعة الفريدة والإبداعية فإن أغلب العملاء لا يبذلون جهدا للحكم على المنتجات الثقافية معرفيا وإدراكيا، ويميز عملية اتخاذ القرار طابع عاطفي للغاية، وعلى مديري التسويق أن يفكروا في آليات إضافية لاتخاذ القرار من أجل فهم سلوكيات العميل.^{١٤١}

إن التجربة بأكملها تعتمد على العوامل

العاطفية الحب، والكراهية، والبهجة، والملل، والإرهاق، إلخ بدرجة أكبر من العوامل المعرفية كتحقيق للمنتج. وهذا النوع العاطفي من عمليات اتخاذ القرارات شديد الشبوع بين مستهلكي المنتجات الإبداعية.^{١٤٢}

ومن المهم للمسوقين أن يكونوا على وعي بهذا البعد العاطفي لاتخاذ القرار، بما أن أغلب عمليات اتخاذ القرارات لا تكون معرفية بالكامل ولا عاطفية بالكامل بل مزيجا من الاثنين... إن شراء الجوانب المفضلة والممتعة للشخص يعتمد على سلسلة من التجارب الواعية نجم عنها إحساس

<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81-%D8%A8%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D9%81%D9%8A-7-%D8%AE%D8%B7%D9%88/>

141

<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81-%D8%A8%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D9%81%D9%8A-7-%D8%AE%D8%B7%D9%88/>

142 <https://dghanma.com/%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81/>



المستهلك بالمتعة والتي ترتبط بتفضيلاته وميوله وتجاربه والوظائف النفعية والعملية والرمزية والمادية والإبداعية والعاطفية التي يشبعها المنتج الابداعي^{١٤٣}.

إن بحث المستهلكين عن المنتجات الإبداعية هو بحث عن المتعة والبهجة والسرور والرغبة بالاستمتاع بالجمال والتفرد الإبداعي

أو لفهم طرق لمعالجة بعض مشاكلهم وعواطفهم وتوفير متنفسات عاطفية وخيالية تساعدهم على احتمال الصراعات العاطفية بداخلهم كما أن المشاركة في قراءة المنتج الإبداعي قد توفر فضاء للتفاعل الاجتماعي بين المستهلكين بعضهم ببعض وتقوية الروابط بينهم والتشارك بانطباعاتهم بشأن المنتج الإبداعي، ومناقشة قيمتها الفكرية والجمالية والإبداعية، وتقديم أنفسهم كمتقنين بما يعطيهم مكانة ومنزلة لدى الآخرين.^{١٤٤}

إن هناك العديد من الأدوار الذي تلعبه العمليات الإبداعية والعاطفية والرمزية والاجتماعية والتسويقية في سلوكيات المستهلك. وأحدها إذا كان هذا المستهلك يفتقر إلى الوقت أو القدرة سواء في ظنه أو في الواقع الفعلي على استيعاب المعلومات الخاصة بالمنتج، فإنه على الأرجح سوف يتخذ قراره بالاعتماد على المحاكاة، أو التزكية، أو الامتثال لرأي شخص آخر من الأصدقاء أو

¹⁴³ <https://mahmoudalzeer.com/2023/08/27/how-to-market-to-your-target-audience/>

¹⁴⁴ <https://www.slideshare.net/slideshow/6pdf-259517626/259517626>



جمهور الكاتب أو الإعلام وغيرها من النوافذ التي استطاع منها الكاتب الوصول إلى المستهلك أو أن يكون المنتج الإبداعي مشهورا للغاية أو بسبب شهرة الكاتب أو بسبب جودة التسويق أو بسبب التوزيع المكثف للمنتج الإبداعي. ومن الأدوار الذي تلعبه العمليات الإبداعية والعاطفية والرمزية

والاجتماعية والتسويقية في سلوكيات المستهلك هناك عادة بعض المستهلكين بشراء المنتجات الإبداعية بشكل دوري للقراءة أو للتسلية أو لا هداها لأخرين والبعض منهم يشتري المنتج الإبداعي بسبب أن المنتج كان متوفرا أمامه في اللحظة التي كان قد قرر فيها شراء منتج إبداعي.^{١٤٥}

إن المهمة الأساسية للتسويق هي تزويد المستهلكين بالمعلومات التي يمكن أن تتكيف مع كل من نمط وبنية عمليات اتخاذ القرار التي يختارها المستهلكون. وكلما زادت خبرة المستهلك مع منتج محدد أو فئة محددة من المنتجات صار أقل ميلا إلى السعي وراء المعلومات من مصادر خارجية وأقل حساسية نحو الإغراء والتحريض على الشراء. ويقوم وضع إستراتيجية تسويق فقالت بدرجة كبيرة على الفهم الواضح لعمليات اتخاذ القرار من قبل المستهلك، فإن لم يستوعب مدير التسويق تلك العمليات استيعابا تاما فإن أي مبادرة تسويقية سيكون مصيرها الإخفاق المحتوم.^{١٤٦}

¹⁴⁵ <https://www.meemapps.com/term/marketing-information>

¹⁴⁶ <https://www.marketingjournal.net/archives/2023.v5.i1.A.119>



ويعتمد المستهلكون في قراراتهم على قدر محدد من المعلومات، التي تمت معالجتها بالفعل وفقا لعمليات اتخاذ القرار المحددة. وهذه العمليات بدورها تعتمد على الثالوث الأساسي الفرد- المنتج- الموقف. ومن بين العوامل التي تؤثر على كل من نوع وبنية عمليات اتخاذ القرار، وخبرات المستهلك

السابقة ودرجة الاهتمام بالمنتج. وتلعب العمليات الإبداعية والعاطفية والرمزية والاجتماعية والتسويقية في سلوكيات المستهلك فهناك عامل التكرار أو معدل الاستهلاك للمنتجات الإبداعية وهل المستهلك فعال في شراء واستهلاك المنتجات الإبداعية أم لا، وهل يملك المستهلك ولاء للمنتج الإبداعي الخاص به أم لا، وهل يتمتع المستهلك بدرجة من الاندفاع والثبات التي يبديها من خلال سلوكياته الشرائية، وما هي درجة الرضا التي يحصل عليها من شراء المنتج الإبداعي¹⁴⁷ وإن من المهم لفريق المشروع الإبداعي العمل على تحليل التغيرات والتنوعات في التفضيل بالنسبة إلى المنتجات الإبداعية الخاصة بالكاتب عند المستهلكين، والعمل على مقارنة نجاح المنتج الخاص بالمشروع مع المنتجات المنافسة وفهم سبب نجاح أو فشل أي منها، وفهم أهمية دور كل من المنتج وأنشطة المشروع الإبداعي التسويقية في الوصول إلى النجاح مما يحتاج منهم أن يكونوا أصحاب

¹⁴⁷ <https://www.marketingjournal.net/archives/2023.v5.i1.A.119>



تجارب وخبرات سابقة، وأن تكون المعلومات المتوفرة لهم جيدة وشاملة وتساعدهم على اتخاذ القرار بشأن جميع تفاصيل العمل الخاص بالكاتب ومنتجه والمشروع الإبداعي^{١٤٨}.

فهم أهمية المعلومات الخاصة بالتسويق^{١٤٩}

إن فهم التسويق وفهم طبيعة المشاريع الإبداعية وفهم المنتج الإبداعي وفهم الأسواق الإبداعية وفهم الجمهور المتتبع والمستهلك للإبداع لا يتم إلا بحصول فريق عمل المشروع الإبداعي على بيانات ومعلومات عن الكثير من العوامل التي تؤثر على المشروع الإبداعي، وفهم التفضيلات الإبداعية لدى الجمهور ومن يشتري المنتج الإبداعي ولماذا؟ وكم معدلا شراءه، ولماذا وهل هناك متغير أو عوامل جغرافية، واجتماعية ديموغرافية، والطبيعة الشخصية والنفسية، تساعد على التخطيط لنجاح منتج المشروع الإبداعي، وكيف يمكنه استخدامها. وبالنسبة للمعلومات الخاصة بالعوامل الجغرافية فمن المهم أن تعطي العوامل الجغرافية معلومات على الاختلافات الثقافية والمناخية والبيئية لمساعدة فريق عمل المشروع الإبداعي أن يطوروا ويتخيلوا صورة محددة لمستهلكين متنوعين، وتعد العوامل الجغرافية أدوات ثمينة القيمة من أجل تحديد وتقدير الأقسام التي تكون السوق. ومدى

¹⁴⁸ <https://www.alriyadh.com/2094139>

¹⁴⁹ <https://www.xoxoday.com/ar/glossary/marketing-information-management>



تباعد الأسواق التي يحتاج المشروع الإبداعي للوصول إليها وما هي المشكلات والعقبات والتعقيدات فيها، وهل سيتم التوجه إلى مدن دون غيرها أو دول دون غيرها، وهل سيتم التركيز على الريف أو المدينة أو المدن الهامشية، وما هي معايير سهولة الوصول لكل تلك المجتمعات^{١٥٠}.

وهل تتوفر الموارد التي تتيح لهم إجراء دراسات للعوامل الجغرافية، ومدى تأثيرها على منتجهم والمشروع الإبداعي و بناء استراتيجيات تسويقهم للوصول إلى الأسواق التي تتمتع بإمكانيات مربحة ومجزية وتسهم بقوة في نجاح الكاتب ومنتجه والمشروع الإبداعي^{١٥١}.

وبالنسبة للمعلومات الخاصة بالعوامل الديموغرافية فمن المهم فهم تركيبة المجتمع المستهدف من المشروع الإبداعي من خلال الحصول على معلومات حول العمر والنوع والمستوى التعليمي والدخل والخلفية العرقية وعدد الأطفال واللغة والدين ونوع المسكن والعمل، وفهم فئات المجتمع والقدرة على تقسيمهم لفاعلين أو غير فاعلين للمنتج والمشروع الإبداعي وتحديد هوية وشخصية جمهوره بقدر



أكبر من السهولة، والحصول على معلومات تقدم تفسيراً حول سبب تبني قطاع كبير من السوق لسلوك بعينه والاستفادة من الك المعلومات في نجاح منتج المشروع الإبداعي.¹⁵² وبالنسبة للمعلومات الخاصة بالعوامل الطبيعة الشخصية والنفسية فهي تساعد فريق عمل المشروع الإبداعي على

فهم كيف يقرر بعض الناس شراء منتج، وكيف ينشغلون بالصورة الشخصية التي سيعكسونها عن أنفسهم بشراء المنتج، وهل يتأثر السلوك الاستهلاكي بالعوامل المتعلقة بالعمر أو النوع أو الدخل، وما هي العوامل المؤثرة في تفضيل أو اختيار المنتج الإبداعي والتي قد لا ترتبط بالعوامل الجغرافية أو الاجتماعية أو الديموغرافية. وتأتي المعلومات الخاصة بالعوامل الشخصية والنفسية كمساعد لفهم الجمهور والتي تساهم في قدرته على تقديم منتج الإبداعي والتخطيط لتسويق المشروع الإبداعي ضمن تلك المعايير مما يساعد على النجاح، ومن ضمن تلك العوامل الاتجاه العام لشراء منتج معين بسبب كونه موضحة حالية في المجتمع، أو تبني بعض المؤثرين في المجتمع لبعض

152 <https://rouwwad.com/o/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9>



المنتجات مما يدفع الآخرين إلى شرائه، وما هو نمط المعيشة التي يعيشها الجمهور المستهدف، وما هو تأثير نمط المعيشة في قراراتهم الخاصة بالشراء^{١٥٣} .

وتساعد المعلومات الخاصة بالطبيعة النفسية والشخصية للجمهور على قدرة فريق مشروع الإبداعي إلى تقسيمهم إلى مجموعات وفقا

للنشاطات التي يخرطون فيها، والآراء التي يعتنقونها، والاهتمامات التي يظهرونها، وما هي نشاطاتهم وآراؤهم واهتماماتهم، وبالنسبة للمعلومات الخاصة بالعوامل المعتمدة على الفوائد المنشودة لمنتج الإبداعي.

وهناك حاجة لفريق عمل المشروع الإبداعي أن يفهم ويدرك ما سبب تلك المعدلات المختلفة من الطلب في السوق نفسه، وما أسباب أن المستهلكين لا يشترون النوع نفسه من المنتج في ميدان المنتجات الإبداعية، وهل تم فهم للفوائد المحددة التي ينشدها المستهلكون، وهل ساعد الفهم في وضع استراتيجيات تسويق أفضل، وهل قام فريق العمل في مشروع الإبداعي بفهم العوامل التي



تصف بأكبر قدرا من الفاعلية المستويات المختلفة للطلب الموجودة في سوق بعينه، واختيار العوامل التي تسهم في نجاح المنتج الإبداعي، وهل تم تحليل المستويات المتنوعة من الطلب على المنتج الإبداعي، وما هي نقاط القوة ونقاط الضعف في تلك المستويات.^{١٥٤}

فهم أهمية الاتصال الناجح للتسويق^{١٥٥}

من المهم للغاية الاستثمار الإيجابي والمثمر للاتصال والتواصل لتحقيق الأهداف المنشودة لخطة التسويق ومن الأسئلة الأساسية التي لا بد أن تطرحها أي خطة اتصالات هي هل خطة الاتصال أداة عملية تستخدم لبلوغ أهداف خطة التسويق، ومن؟ ماذا؟ إلى من؟ كيف؟ متى؟ بأي نتائج؟ وعود على بدء يمكن وضع عدد إضافي من الأسئلة لضمان وجود خطة اتصال جيدة لكل فئة من الفئات التي يستهدفها الكاتب والمشروع الإبداعي وعلي رأسهم الجمهور وبالنسبة للأسئلة التي يمكن



للكاتب وفريق عمل المشروع الإبداعي^{١٥٦} الإجابة عليها كيف يستقبل الجمهور المنتج الإبداعي، وما مدى كفاءة المشروع في مضمار المنافسة، وهل الصورة المعروضة للشركة تعكس الصورة المرغوبة بدقة، وما مزايا المنتج الإبداعي، وماذا يحفز المستهلك لشراء المنتج، وأي قسم من السوق أو

الجمهور ينبغي استهدافه، ومن صانعي القرار بالنسبة لشراء المنتج الإبداعي، ومن المهم للغاية معرفة ما هي الوسائل الإعلامية يرجع إليها الجمهور ويثق بها القسم المستهدف أو الأقسام المستهدفة،^{١٥٧} وأي وسائل الإعلام المكتوبة أو الإلكترونية ستكون في بؤرة التركيز وأي وسائل الإعلام ينبغي استخدامها للوصول إلى الغالبية العظمى من الجماعات المستهدفة؟، أي الأدوات الترويجية ينبغي استخدامها أكثر من غيرها، البيع الشخصي أم الدعاية أم العلاقات العامة أم ترويج المبيعات، وما الشفرات التي ينبغي استخدامها^{١٥٨}، اللون، أم الرمز، وما السمات الفريدة التي

156

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82

157 <https://g->

<dart.com/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A/>

158

https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9



ينبغي التركيز عليها وإبرازها، الشهرة، أم المكانة العالية، أم سهولة الوصول، أم الجودة، أم الحقوق الحصرية؟، ومتى يجب إطلاق المنتج، وما المواعيد النهائية لدعاية وسائل الإعلام ووضع إعلانات الصحف، وما اليوم الأفضل للدعاية، وما هي عادات التسوق أو عادات الشراء الخاصة بالسوق

المستهدف، وهل وصلت خطة الاتصالات بالجماعات المستهدفة الذين لم يكونوا يعرفون بوجود المنتج، وهل قام المستهلك بالفعل بشراء المنتج وهل تم تحديد المستهلك للمنتج الإبداعي كشخص متعلم وله دخل جيد، وما مدى أهمية القطاع الخاص في ميزانيات المشروع¹⁵⁹، وما الفرق بين مفهوم الطلب ومفهوم السوق، ما الاختلافات التي تراها عند مقارنة الطلب الحقيقي بالطلب المحتمل، وهل يمتلك المشروع الإبداعي ميزة تنافسية، وماذا كان تأثير التطورات التكنولوجية على المشروع الإبداعي، وما الفرق بين مفهوم الطلب ومفهوم السوق، وما هي الاختلافات عند مقارنة الطلب الحقيقي بالطلب المحتمل، وكيف يمكن زيادة معدل الاستخدام للمستهلك الحالي وزيادة بيع

¹⁵⁹ <https://academy.hsub.com/marketing/core-concepts-of-marketing/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%87-%D9%88%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81%D9%87-%D9%88%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9%D9%87-r436/>



المنتج الإبداعي، وكيف يمكن اختراق السوق، والدعاية للمنتج، ويعتبر وجود خطة اتصال وتواصل جيدة في التسويق من الأدوات المهمة لنجاح نشاط التسويق بشكل عام.¹⁶⁰

فهم المنافسة في التسويق

إن نجاح خطة التسويق للمشروع الإبداعي يجب أن تكون قائمة على فهم المنافسة من المشروعات الإبداعية الأخرى المشابهة المنتجات الإبداعية على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والدولي، أو من التلفزيون والإنترنت أو الأنشطة الأخرى التي يقوم بها الجمهور والإجابة عن سؤال هل صارت المنتجات الإبداعية الأخرى متاحة ومتوفرة للجمهور بشكل أسهل وأرخص وهل صار من السهل الوصول إليها الآن من خلال الإنترنت، ومدى الاعتماد المتبادل للأسواق والتأثير المتمدد¹⁶¹. ومن المهم دراسة المنافسة من جميع وجوها وزواياها، ووضع إستراتيجية خاصة بالمنافسة والمنافسين عن طريق تحليل العلاقات المتداخلة القائمة بينها، ومعرفة تأثير العولمة على

¹⁶⁰ <https://www.ehabmesallum.com/%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%8A%D8%AC-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88/>

¹⁶¹ <https://altaswieq.com/s/%D9%86%D8%B8%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9>



المنافسة للمنتجات الخاصة بالكاتب والمشروع الإبداعي وكيف أن المنتجات الإبداعية المشابهة للمنتج أصبحت متوفرة بشكل أرخص وأسهل للوصول إليه وتحظى بتسويق مميز وانتشار هائل.

وغالبا ما تبدو الأسواق العالمية ذات جاذبية شديدة مما يجعل المنافسة في أسواق لها

وزنها قوية للغاية، وهناك عدد صغير من الشركات متعددة الجنسيات مسيطرا على عدد كبير من المنتجات الإبداعية، وتقوم هذه الشركات متعددة الجنسيات بتنوع نشاطاتها وتكثيفها والتخطيط لها حيث تقوم كل شركة بالسيطرة على كل الأعمال والمنتجات الإبداعية بما فيها النصوص الإبداعية التي تعنون منتجات المشروع الإبداعي، وما دمنا تحدثنا عن التجربة العالمية في مجال الإبداع والمبدعين فيمكننا الحديث قليلا عن الإبداع وكيفية انتشاره الكبير في الدول المتقدمة، والإبداع وتخلفه المريع في الدول المتخلفة.^{١٦٢}

ويعيش المبدعون بشكل عام الكثير من العقبات التي تجعل من عملهم الإبداعي صعبا ومكلفا وخطيرا عليهم ناهيك عن تطور العمل الإبداعي الخاص بهم إلى مشروع إبداعي جيد وناجح وشامل ومتكامل.^{١٦٣}

¹⁶² https://meu.edu.jo/libraryTheses/586112e152d80_1.pdf

¹⁶³ <https://www.abogacia.es/ar/formacion/inicia-abogacia/2-montar-mi-despacho/5-opportunidades-de-negocio/plan-de-marketing-y-comunicacion/>



ومن تلك العقبات التي تعرقل المبدعون في الدول المتخلفة وجود الحواجز الإبداعية السياسية والاقتصادية والقانونية وعلي مستوى البنية التحتية، وعدم وجود صناعات إبداعية متطورة وجيدة ومتنامية في محيطهم، وقلة توفر التقنيات التكنولوجية التي تساعد على صنع منتج إبداعي رخيص وجيد، وقلة

الفهم للإبداع والمبدعين ودورهم المهم في المجتمع، وقلة الممارسات الخاصة بالتسويق أو التسويق للمنتجات الإبداعية، وتدني دعم الإبداع والمبدعين، ووجود منتجات مصممة بمقاييس خاصة لتلبية احتياجات متنوعة في السوق قد لا تكون تتميز بالجودة العالية، ووجود الكثير من المشاريع الإبداعية المنافسة ووجود مكثف للمحتوى الإبداعي وقلة وجود الحرية الإبداعية وسيطرة بعض الدول سيطرة محكمة وإشراف على العمليات والأنشطة والمنتجات الإبداعية، وانحياز العمل الإبداعي إلى أعمال ذات طابع شخصي بنسبة كبيرة، ووجود عقبات أمام المبدعين بشكل عام تتنوع ما بين عقبات سياسية وإبداعية وحقوقية وقلة وجود قواعد وقوانين محلية داعمة، وفي نفس الوقت هناك دول ومجتمعات م تزال جديدة للغاية في مجال الصناعات الإبداعية وتحتاج لمزيد من الوقت كي تصبح مفيدة للمشروع الإبداعي^{١٦٤}.

¹⁶⁴ <https://advertising.amazon.com/ar-ae/blog/customer-centric-marketing>



وهناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن أن تساعد الكاتب على نجاح منتجه والمشروع الإبداعي ومن ضمنها استراتيجيات زيادة المبيعات ورفع الأرباح وزيادة حصته من السوق، وحجم المنتج والمشروع الإبداعي وشهرته، واستراتيجية اختراق السوق، وتنمية السوق، وتنمية المنتج، والتنوع للمنتجات

الإبداعية، وتكوين شبكة توزيع أكثر دينامية وحيوية، والعمل على إطلاق حملة ترويجية جديدة، أو طرح مزيد من الأسعار المتميزة واستراتيجية التنوع والتي تقوم على تنوع المنتجات الإبداعية أو تنوع الأسواق التي يتم فيها نشر المنتجات الإبداعية الخاصة به، وأيضا العمل على الحصول على جمهور أكثر تنوعا من خلال التوجه للجمهور بكافة فئاته الاجتماعية والجنسية والعمرية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من الفوارق الإنسانية للجمهور ومعرفة المشروع الإبداعي موقعه وتجربته ومنتجه والمشروع الإبداعي من المنافسين والسوق والجمهور ككل ووضع الخطط التي تساعد على وضع ميزة إضافية تضع المنتج الإبداعي الخاص به خارج المنافسة، والاستفادة من منافسهم، وفهم الوظيفة الأساسية للسوق، ومعرفة ما تبعات التحليل السيئ لبنية السوق على المشروع الإبداعي، وتحديد موضعه من السوق، وفهم السوق بشكل عام بمن فيهم المنافسون في إطار الإبداع الخاص بالمشروع، والشركاء، والجمهور المستفيد، وتهديد المنتجات البديلة، وفهم مبدأ



الميزة التنافسية، والعمل على التفرد من سوق إلى آخر، واتخاذ موقع قوي يتيح للمشروع الإبداعي التميز عن الآخرين. وزيادة الميزات الإيجابية والتنافسية في شهرة الكاتب، وجودة تجربته الإبداعية، وجودة المنتج الإبداعي، وقوة أنشطة المشروع الإبداعي كأنشطة التسويق والترويج

والدعاية، والتوزيع، والسعر، والرعاية للمنتج، وأماكن البيع، والجو العام، وسهولة شراء المنتج الإبداعي.^{١٦٥}

فهم الشركاء في التسويق^{١٦٦}

من المهم فهم الشركاء المحيطين بالمشروع الإبداعي سواء من الأفراد أو المؤسسات وبالتالي عليه أن يقوم بعمل مجهد للغاية لفهم كل تلك التنوعيات من الأفراد والمؤسسات التي يمكن أن تحيط به سواء من المؤسسات الحكومية أو غير الحكومية على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والدولي

¹⁶⁵ <https://www.clickmarketing.com/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%88%D9%86%D9%8A-%D8%A3%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%83/>

¹⁶⁶ <https://mohamedsamirsaid.com/building-relationships-with-business-partners/>



وبشئى أنواعها الأدبية أو دور النشر أو الوسائل الإعلامية أو الفضاءات الإبداعية والكثير من الشركاء ممن يمكن أن يحيطوا بالمشروع الإبداعي^{١٦٧}

ويمكن العمل على تصميم خريطة لأصحاب المصلحة وقد تكون خريطة معلوماتية أو بيانية أو رسومية لجميع أصحاب المصلحة

الذين لديهم مصلحة مشتركة معه بخروج النص إلى القراء وما هي طرق اجتذابهم لدعم النص والترويج له.^{١٦٨}

ويحتاج المشروع بعد تحديد وتصميم خريطة لأصحاب المصلحة العمل على بناء قاعدة بيانات اتصالية بهم يسجل فيها بياناتهم والجهات التي يعملون فيها ومواقعهم الإلكترونية وصفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وتسجيل كل هذه المعلومات في ملف بيانات وتحديثه باستمرار والعمل على استثمار الأسماء والجهات التي يمكنها مساعدته على الوصول بالنص إلى النجاح، وربما

167

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A3%D9%85%D8%AB%D9%84%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82--%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D8%A4%D8%AF%D9%8A-%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D9%86%D9%85%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84.html>

168 <https://support.tabby.ai/l/ar/category/i8k046m4wh-360005486917>



استثمار قاعدة الاتصالات التي يملكونها والشبكات الاجتماعية التي ينشطون فيها على الإنترنت أو في الحقيقة لدعم المشروع وتحديد طرق التواصل مع الشركاء، واتخاذ إجراءات استباقية، بدلا من مجرد رؤية ما يحدث وما سيحدث والقيام بردود فعل وقتية ودفاعية وغير مخطط لها، والتخطيط

والبحث والدراسة والبناء والتطوير للمشروع الإبداعي.^{١٦٩}

وفي حالة الكاتب كمبدع يجب على الكاتب الإجابة عليها قبل اختيار أحدها لبدء العمل على صنع شراكة معها، ومن ضمن هذه الأسئلة:

١. هل تنشر الدار النصوص الإبداعية المشابهة لما يتخصص الكاتب في كتابته أو

التخصص الأدبي الذي يكتب فيه؟

٢. ما هو الأشكال الأدبية الذي تتحمس دار النشر لنشرها؟



٣. هل تهتم الدار أكثر بالأبحاث

والدراسات والكتب النقدية والتاريخية

أم أنهم متخصصون في نشر

الإبداعات الأدبية؟^{١٧٠}

٤. هل دار النشر قادرة على التعامل

مع خصوصية المنتج الأدبي

كالنصوص الخيالية أو الرومانسية

أو البوليسية أو تلك التي تحمل معاني صوفية أو القائمة على الحركة أو المغامرات أو

الألغاز غير محلولة.^{١٧١}

٥. ما هي الكتب التي أصدرتها دار النشر ومن قام بكتابتها من الكتاب ومن يمثل هؤلاء

الكتاب وما هي انتمائهم السياسية والاجتماعية والثقافية؟

٦. ما هي الخطوط الرئيسية لاهتمامات دار النشر وعملائها؟

170

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%86%D9%85%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82.html>

¹⁷¹ <https://ayemstore.com/blog/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%A8%D9%86%D8%A7%D8%A1-%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A9-%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%88%D9%84%D8%A9-%D9%82%D9%88%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84%D8%A9-2024/a-824389304>



٧. ما إمكانات مراسلة الدار والنجاح

في تحفيزها لطباعة ونشر النص

الخاص به؟

٨. هل تملك الدار رصيد أدبي من

الكتب التي يقومون بنشرها^{١٧٢}؟

٩. ما هي درجة أهمية كل دار من دور

النشر التي يمكنه أن يتعامل معها

في مجتمع الكاتب المحلي أو الإقليمي؟

١٠. هل لدى دار النشر التي يرغب بالشراكة معها الترخيص للعمل من البلد الذي

يمثلونه؟

١١. شرعية الدار للنشر والطباعة والمشاركة في معارض الكتاب المحلية والعربية

والدولية؟

١٢. هل لديهم تجارب ناجحة في الوصول بمنتجاتهم إلى أيدي القراء؟

١٣. هل لدى للكاتب معرفة تامة بدار النشر التي يرغب بالتعاون معها؟

¹⁷²<https://tadreebcom.net/Blog/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%84%D8%AC%D8%B0%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AB%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%A1>



١٤. هل لدى الكاتب معرفة بدار

النشر وخططها ورغباتها التي تريد

تلبيةها من جانب الكاتب المبدعين

الذي تتعامل معهم؟

١٥. هل يستطيع الكاتب الوفاء

بتوفير هذه الرغبات لدار النشر

لتصبح متحمسة للعمل معه؟^{١٧٣}

١٦. هل يملك الكاتب نص مكتوب بشكل جيد ذو مفهوم قابل للتسويق، ولديه أهداف،

وخال من العيوب، ويتضمن صراع ورسالة، وتكلفته الطباعية معقولة؟

١٧. هل الكاتب مستعد لعمل التغييرات المناسبة في النص وقادر على التعاون

بسلاسة؟

١٨. إن دور النشر في الغالب ليست مهتمة فقط بالنص كم هو الحال لدى الكاتب بل

أن اهتمامها هو مزيج من الفن والتجارة ضمن ما يسمى بالصناعات الإبداعية والتي تضم

¹⁷³<https://hafidoussous.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82->

[%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A/](https://hafidoussous.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A/)



فيما تضم النشر كواحدة من

الصناعات الإبداعية المهمة في

المجتمعات، وبالتالي فإن الأسئلة

التي تدور في دور النشر هي:^{١٧٤}

١٩. لماذا استثمار المال في

طباعة هذا النص؟ وما الذي سيعود

علي في المقابل؟

٢٠. ما الذي يضيفه التعاون مع هذا الكاتب ماليا ومعنويا للدار؟

٢١. هل يضيف النص الخاص بالكاتب لاسم دار النشر وشهرتها بين القراء؟

٢٢. هل يعالج النص القضايا التي تهتم بها الدار وتنتشر لأجلها؟

٢٣. ماهي المكاسب التي سيحصل عليها الكاتب ودار النشر من مشاركتهم في

نشر والترويج للنص؟

٢٤. ما هي الوظائف أو الشخصيات العاملة بالدار والتي سيكون لها تماس مباشر مع

النص والكاتب في علاقته مع دار النشر وكيف يمكنه التواصل معهم ووضع خطة لصنع

علاقات إيجابية معهم؟

¹⁷⁴<https://measuritics.com/blog/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%83/>



٢٥. ما هي المستويات الخاصة بالخبرة فيمن سيكون له هذا تماس مباشر مع النص والكاتب والذين يستطيعون نقدا أو تطوير أو المساهمة في النجاح بسبب خبرتهم وقدرتهم وتجاربهم في التعامل مع تجارب مشابهة؟

٢٦. ما هي الضمانات التي تقدمها دار النشر للكاتب للخروج بالنص الخاص به بشكل جيد وقابل للتوزيع ومشوق للمشتريين لدفعهم لاقتنائه^{١٧٥}؟

٢٧. هل لدى دار النشر قاعدة جماهيرية جيدة من المشتريين لأن الكثير من القراء غالبا ما يكون لديهم تفضيلات معينة في دور النشر التي يقومون بالشراء منها بسبب شهرتها عن غيرها في محيطها الادبي؟

٢٨. هل لدى الدار لجان أدبية استشارية تحتاج قراءة النص ومن ثم الموافقة عليه ونصيحة دار النشر بالموافقة أم لا؟ وكيف يمكن الوصول إليهم وعرض النص عليهم بشكل جيد يساعد في موافقتهم على دعم النص؟

¹⁷⁵ <https://www.norablogs.blog/2022/11/types-of-media-marketing-owned-paid-earned.html?m=1>



٢٩. ما هي نوعية العقد الذي

يحصل عليه الكاتب وبنوده والمواد

الموجودة بداخله ومعرفة ما هي

مسئوليته وما هي واجباته تجاه دار

النشر وما هي مسئولية وواجبات

دار النشر تجاه النص الخاص

بالكاتب وتجاه الكاتب نفسه؟^{١٧٦}

٣٠. ما هو شكل الاتفاق كيفية توزيع الأرباح من بيع الكتاب إن وجدت وما هي

الانصبه الخاصة بدار النشر والكاتب؟

٣١. ما هي أساليب النشر المعتمدة لدى دار النشر والتي أثبتت نجاحها سابقا في

نصوص مشابهة؟

٣٢. ما هي المواد التي تحفظ حقوق الدار والكاتب تجاه الجمهور؟

٣٣. هل هناك طلبات من دار النشر من الكاتب لتمثيلها في دور العرض للكتب

وفعاليات الكتاب في وطنه وبقية الدول للترويج للكتاب؟ وما مدى مقدرة الكاتب على تلبية

هذه الطلبات؟

¹⁷⁶ <https://www.ba-hammam.com/ar/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%83%D8%A7%D8%B1>



٣٤. كيف تمثل دار النشر

الكاتب وتقوم بنشر كتابه وتدافع

عنه وتروج له في محيطها التجاري

وأمام الصحافة والإعلام والنقاد

كشريكة في النص؟^{١٧٧}

٣٥. كم من الوقت تحتاجه الدار

للخروج بالكتاب مطبوعا جاهزا

بطريقة جيدة؟ وهل يمكنها اللحاق بالنشاط الثقافي المتخصص ببيع الكتب كمعارض

الكتاب التي يمكن أن تقام في زمن موازي أو لاحق لطباعة الكتاب؟

٣٦. ما الذي يريد الكاتب من هذه العلاقة الاحتكارية؟ وما هي الفوائد العائدة عليه من

ذلك؟

٣٧. هل يرغب بأن تقوم الدار بإدارة حياته المهنية والإبداعية أم يحتاج الى الحرية في

الكتابة والتصرف في إبداعاته وكل واحد منها بطريقته؟

٣٨. هل الأجود أن يحظى الكاتب بالرعاية المستدامة أم الحرية والبدء مجددا في

الترويج للنصوص التي يقدمها لنفس الدار او لغيرها في كل مرة ينتهي فيها من الكتابة؟

¹⁷⁷ <https://www.softimpact.net/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AF%D8%B9%D8%A7%D9%8A/8/services/ar>



إن المشروع يجب أن يكون مستعداً لكل ما تحتاجه كل خطوة بالأفكار والمعرفة والمهارات والوقت الذي يضمن له النجاح بالوصول للجمهور، واستعداده وجاهزيته لكل تفصيله من تفاصيل ما يقوم به وألا يقوم بحرق أي مرحلة من هذه المراحل بسبب عدم قدرته على المشاركة فيها أو إدارتها

بالشكل الملائم فكل خطوة مهمة ليصل المشروع للجمهور بنجاح.

ويجب على المشروع أن يركز على عامل الوقت والشراكة والتمويل والأنشطة والمراسلات والمفاوضات والتنفيذ وتطوير شبكة علاقاته وتفعيلها وتحديثها، وتوفير الدعم في نهاية المطاف وأن يدرك المشروع ما هي احتياجات شركائه ومعاييرهم وطرقهم ونجاح الانتشار والتسويق، وضمان الجودة والمكاسب وتلاءم المشروع مع سياساتهم وأنظمتهم وتوجهاتهم وخبراتهم المسبقة بتوجهات الجمهور وتفضيلاتهم ومعرفة هذه الاحتياجات وتوفيرها لهم وكل ما سبق لن يحدث إلا إذا كان المشروع جدير بالاهتمام ومتسق ويملك مفهوماً وفكرة مدهشة وانشطة متنامية وممتعة وإيجابية^{١٧٨}.



فهم أهمية الاعلام للتسويق^{١٧٩}

إن من الأهمية بمكان أن يكون لدى المشروع علاقات ناجحة مع الإعلام بصفته من أهم الأنشطة التي يمكن أن يقوم بها أي شخص يملك مشروعاً لحياته أو لأنشطته التجارية أو الحياتية أو الإبداعية، ويعتبر المشروع من أهم المتعاملين مع الإعلام

الذي طالما كان وما يزال مهتماً بالإبداع وتطوره وتناميه في المجتمع، ويهتم الإعلام كثيراً بالمبدعين ويراقب أنشطتهم ويتتبع مخرجاتهم الإبداعية ويقوم بعمل اللقاءات الصحفية أو الإعلامية أو التلفزيونية معهم ليتعرف من خلال تلك الأنشطة الإعلامية على المبدعين والإبداعات التي خرجوا بها للعالم ويستفسر عن مدى أهميتها ودورها في التغيير والتطور الفردي والمجتمعي بشكل عام فالكثير من وسائل الإعلام في الدول المتقدمة تضع الإبداع على رأس قائمة أولوياتها من ناحية عمل المقابلات مع المشاريع الإبداعية لكل من الأدباء والمفكرين والممثلين السينمائيين والفنانين التشكيليين والمسرحيين، وتتبع أنشطة المبدعين سواء عبر التغطية الإعلامية لتوقيع رواية أو إفتاح معرض تشكيلي أو العرض الأول لفيلم معين أو العرض الأول لمسرحية معينة، ويقدم الإعلاميون أو المهتمون بالإبداع من الصحفيين الثقافيين أو النقاد قراءات للإبداع أو نقداً للمنتج الإبداعي ويتم



نشر تلك القراءات أو النقد عبر الوسائل الإعلامية مما يعزز من فكرة أن الإعلام ليس فقط مهتم بالمنتج الإبداعي ولكن أيضا بما ينتجه المنتج الإبداعي من أنشطة أخرى كالقراءات الإبداعية أو الحفلات الإبداعية أو المقالات النقدية، أو المقابلات الفكرية.¹⁸⁰ وإن الإعلام مهم جدا للمشروع الإبداعي

ككل وبالتالي يجب العمل على أن تكون علاقات المشروع مع الإعلام متنامية وجيدة ومثمرة وتصب في صالح المشروع الإبداعي ككل، وأن يكون التوجه الى الاعلام محترف ويملك سياسات وخططا للتعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة وأن تكون تلك الخطط واضحة وبسيطة، وهناك وفر مادي لتفعيلها تضمن النشاط الإعلامي والشهرة التي يحتاجها المشروع للوصول باسمه وشهرته وأعماله وانشطته إلى جمهوره، وترويج أهدافه وأفكاره ومساهمته في التطور الإبداعي، وتحفيز الإعلام لمتابعة أنشطة المشروع وتقييمها لتصبح ذات تأثير إيجابي واضح ومستدام.¹⁸¹ ويمكن للمشروع الإبداعي استثمار جميع الأدوات الإعلامية كالبيانات الصحفية والأخبار الصحفية

180

<https://mediaguide.fi/mediaguide/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82/>

181 <https://www.squ.edu.om/economics-ar/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82>



والمؤتمرات والأحداث واللقاءات مع الإعلاميين وشاشات التلفزة والراديو والإنترنت بما يحمله من شبكات اجتماعية ومواقع ومنصات إخبارية للوصول بإبداعاته إلى جمهوره مع أهمية تحري الصحة في الأخبار والمصادقية في الأنشطة والاحتراف في تكوين الخبر الصحفي وطرق النشر

الخاص به، والشفافية في التصريحات والمقابلات والأنشطة الإبداعية التي يقوم بها فالإعلام متخم بالأدوات التي يمكن للمشروع الإبداعي استثمارها لصالحه، وتحتاج منه القدرة على استعمال واستثمار تلك الأدوات لصالحه ومنها الأدوات الورقية والمرئية والسمعية والإلكترونية بشكل عام وبالتالي يجب النظر في وسائل الإعلام ذات الأهمية والأولوية، وأن يضع الخطط والاستراتيجيات لضمان الوصول إليها والاستفادة منها لصالح المشروع الإبداعي عبر العمل على تصميم استراتيجية إعلامية محترفة وشمولية تضمن معرفة الجهات ذات العلاقة والمهتمة بالعمل الإبداعي والبحث في وسائل الإعلام عن تقاطع الأهداف بينهما والتمهيد لصناعة أهداف مستقبلية مشتركة بينه وبين وسائل الإعلام المهتمة بالإبداع وتطوراته في المجتمع، وأن تضمن الاستراتيجية فهم طبيعة شركاء المشروع الإبداعي وجمهوره وأصحاب المصلحة المحيطين به ومعرفة الطرق الأفضل للتوجه إليهم



إعلاميا سواء كانوا من الأفراد أو المؤسسات الأخرى أو المؤسسات الإعلامية.¹⁸² ويجب العمل على بناء استراتيجية جيدة للاستفادة من الإعلام ووسائله في محيطه العمل على بناء قاعدة بيانات لكل من يمكن أن يستفيد منه المشروع الإبداعي لترويج إبداعاته في وسيلته الإعلامية كالقنوات التلفزيونية

والإذاعات والصحف والمواقع الإلكترونية وصفحات المؤسسات الإعلامية وكذا صفحات الإعلاميين الأفراد على الشبكات الاجتماعية للوصول إلى النقطة التي تصبح فيها أخبار المشروع بحيث تصبح منشورة ومتاحة وقادرة على الوصول إلى جمهوره وتنشيط وتحقيق أهداف وأنشطة الاستراتيجية الإعلامية وتعظيم شبكة علاقات المشروع مع المؤسسات الإعلامية والاستفادة منها بتوثيق النجاح الإعلامي في أرشيف الخاص به وأعادته نشره في موقعه أو صفحته على وسائل التواصل الاجتماعي لتعظيم أثر التسليط الإعلامي عليه وزيادة الوهج الخاص به، وتجميع البيانات الخاصة بالجهات الإعلامية المستهدفة في خطته الإعلامية بزيادة المعرفة بها وتوجهاتها وطرق التواصل معها والممارسات الجيدة لتحفيزها على التفاعل مع المشروع الإبداعي.¹⁸³ ومن المهم

¹⁸² <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/28327>

¹⁸³ <https://www.unescwa.org/sites/default/files/event/materials/%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2%20%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D9%8A%D8%A9%20->



للمشروع الإبداعي أن يملك محترفين في عمل البيانات الصحفية، و التحضير لأحداث إعلامية أو مؤتمرات صحفية أو بناء صفحة مميزة على الشبكات الاجتماعية أو بناء موقع ثري وتفاعلي على الإنترنت، واستثمار التقنيات الجديدة في العمل الإعلامي كصناعة الفيديو والتصوير

الفوتوغرافي وتصميم الخرائط الرقمية أو التخطيط للأحداث الإعلامية والأرشفة لتاريخ المشروع الإعلامي والإبداعي فالاستراتيجية الإعلامية مهمة لأي مشروع بما فيه المشروع لأنها تدعم جهوده وتروج لتوجهه ورؤيته ورسالته وأهدافه بشكل نزيه وشفاف وشمولي موضوعي، وتسهم في تفعيل مبدأ مشاركة المعلومات مع الإعلام وجمهور المشروع الإبداعي¹⁸⁴. وإن كل ما سبق يتطلب من فريق المشروع الإبداعي التحلي بالمصادقية وخلق هوية معروفة ومقبولة له في محيطه، ويساعد الإعلاميون والمؤسسات الإعلامية على التعرف على المشروع بشكل أفضل ويسهم في اقتناعهم

[https://www.kau.edu.sa/Files/0001866/files/23990_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D8%A8%D9%8A%D9%86%20%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81.doc](https://www.kau.edu.sa/Files/0001866/files/23990_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A9.pdf)

https://www.kau.edu.sa/Files/0001866/files/23990_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D8%A8%D9%8A%D9%86%20%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81.doc



بجدوى ما يقوم به مما يحفزهم على نشر أخباره وآرائه ومشاركاته وأنشطته والعمل على خلق أنظمة وسياسات للعمل الإعلامي سواء المتعلقة بطرق التواصل أو التعامل مع المؤسسات الإعلامية أو طرق الأرشفة، وتطوير السياسات الإعلامية الخاصة به جنب إلى جنب مع الاستراتيجية الإعلامية

التي يقوم بتفعيلها وقراءة الدراسات والبحوث التي تساعده على فهم عالم الإعلام ووضع خطط لاستفادة إعلامية جيدة وناجحة تسهم في تكوين الهوية الإعلامية الخاصة به، وتفعيل علاقاته المتنامية مع المؤسسات الإعلامية في المجتمع، وإدراك أن وجوده النشط في وسائل الإعلام هو دعم قوي للوصول إلى جمهوره بطرق سهلة وغير مكلفة، وطريق سريع لزيادة شهرته ووصول أهدافه ورسائله للجمهور ونجاحه وأن يضمن أن تكون رسالته الإبداعية مقنعة وجيدة وداعمة للمشروع الإبداعي وأن تكون سهلة وبسيطة وقابلة للفهم ولغتها مفهومة وثابتة ومتصلة، وتستطيع الوصول بسهولة إلى الناس وصادقة وغير مبالغ فيها وتخطب الجمهور الخاصة به وترسم صورة في عقولهم عن المشروع وتعزز تجربته وتواجهه وتعمل على تفعيل تفاصيل المشروع¹⁸⁵ وقدرته على الوصول إلى المحررين وأصحاب المقالات الافتتاحية أو المذيعين في الإذاعات الرسمية أو

¹⁸⁵ https://igt-sa.com/Professional-skills-course-in-managing-operational-processes-and-project-management?srltid=AfmBOopQP0vwztRSFjxeCc4atUbAK6nPOP-E07e_UD9J0F6W73Q56Yg

الخاصة أو المذيعين في البرامج التلفزيونية، والقائمين على الدعاية والإعلان، ومديري المحطات الإذاعية والتلفزيونية والمصورين العاملين في وسائل الإعلام، وأن يكون نشط بشكل دائم لإثراء الإعلام من حوله بالبيانات الصحفية أو التقارير الصحفية أو المنشورات أو الإعلانات أو اللافتات أو المؤتمرات الصحفية الخاصة بالمشروع الإبداعي¹⁸⁶

¹⁸⁶<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%83%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9--%D8%A7%D9%84%D8%BD9%8A%D8%B7%D8%B1%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8B3%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%AC%D8%A9.html>



تسويق المشروع لجلب التمويل

في موضوع التمويل يجب على المشروع الإبداعي أن يضمن عدد من العوامل التي تسهم في نجاح حصوله على تمويلات للمشروع الابداعي ومنها^{١٨٧}:

١. لدى المشروع استراتيجية للتمويل وتنمية مصادر الدخل والموارد وتنوع

مصادر التمويل فوجود استراتيجية التمويل لدى المشروع الإبداعي هي الطريق الاجود للوصول لتغطية احتياجاته المالية.

٢. تقدير التمويل المطلوب على المدى القصير والطويل والمستمر؟

٣. ما المبالغ المطلوبة للمشروع لإنتاج أو لإضافة أنشطة جديدة^{١٨٨}؟

٤. تحديد المصادر التي يمكن الحصول منها على هذا التمويل كالدخل الذاتي، والتمويل الحكومي والأفراد والجهات المانحة المحلية والوطنية والاقليمية والدولية.

٥. تحديد الأدوات والأنشطة المطلوبة للحصول على التمويل.

¹⁸⁷ <https://www.conservationleadershipprogramme.org/media/2014/07/Fund-Raising-Manual-Arabic-23-8-2015-.pdf>

¹⁸⁸ <https://www.wafeq.com/ar/%D9%85%D8%B1%D9%83%D8%B2-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84/%D9%84%D8%A3%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84/7-2023>



٦. ما الاحتياج الذي يليه التمويل

للمشروع الإبداعي؟ وهل هو احتياج

مستمر أم مؤقت؟

٧. من المستفيدين؟ كيف يحقق تدخل

المشروع تغييرا في حياتهم؟

٨. هل هناك منافسة؟ وما طبيعتها

ودرجتها^{١٨٩}؟

٩. ما وجه التميز في المشروع الإبداعي الخاص بالكاتب؟

١٠. هل هناك احتمال لزيادة أو تغير هذا الاحتياج في السنوات المقبلة؟

١١. كيف ينوي المشروع التعامل مع هذا التغير؟

١٢. ما خطط الكاتب أو المشروع طويلة المدى؟^{١٩٠}

وجود مهارات تقديم المشاريع^{١٩١}

¹⁸⁹ <https://www.unhcr.org/ar/5c9763c74>

¹⁹⁰

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AE%D8%B7%D9%8A%D8%B7-%D9%84%D8%AC%D9%84%D8%A8-%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82.html>

¹⁹¹ <https://hub.misk.org.sa/ar/insights/entrepreneurship/2022/6-tips-to-deliver-a-winning-pitch/?allowview=true>



يمكن لفريق المشروع أن يتعرف على الكثير من المهارات والمعارف عند طلب التمويلات ومنها التعرف على طريقة كتابة خطوات مقترح مشروع، ومكونات طلب التمويل، والتعرف على مراحل تدبير التمويل وتحديد الفرص والتحديات فيها بما فيها مهارات التمويل من القطاع الخاص وطرق واليات

التمويل الاتي، والتطبيقات العملية على كتابة التمويل ملخص المشروع وخلفيته وأهدافه العامة والخاصة والاستراتيجيات الخاصة به وأنشطته وبراجه ونتائجه وخطته التنفيذية ومعايير النجاح فيه، واليات التقييم والمتابعة والمراجعة وتحضير طلبات التمويل وتنقيحها وفهم أسباب رفضها والتعرف على أساسيات كتابة الخطاب المرفق بالتمويل، ومعرفته المعمقة بفرص التمويل وأهم الجهات الممولة سواء من الحكومة أو المؤسسات غير الحكومية المحلية أو الوطنية أو الجهات الإقليمية والدولية والشركات وطرق تشجيع الممولين على دعم المشروع الخاص به والمعوقات التي يمكن أن يواجهها في تدبير التمويل لمشروع الإبداعي^{١٩٢}.

¹⁹² <https://sorbonnetraining.com/blog-details/%D8%A3%D9%87%D9%85-6-%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B9-%D9%8A%D9%86%D8%A8%D8%BA%D9%8A-%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%83-%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D8%AA%D9%87%D8%A7>



القدرة على تقييم الاحتياجات المالية المستقبلية^{١٩٣}

يأتي تقييم الاحتياجات المالية المستقبلية عن طريق معرفة حجم الفجوة التمويلية اللازم تغطيتها، وتحديد البدائل وإعادة التخطيط في حالة فشل المساعي للحصول على تمويل ما، والعمل على تحليل البيئة المحيطة التي

يعمل فيها المشروع، وتحليل نقاط القوة والضعف، وتقييم مصادر التمويل المتاحة، والتأكد من وجود قدر معقول من الموارد المتوفرة للتمويل، ودور المشروع الإبداعي وفريقه وشركائه وتجاربه واحتياجاته وشهرته وفرادته وأسلوب عمله، وموارده، وخبراته، وجاذبية المشروع، وتقدير معوقاته وإيضاحها كمعوقات جغرافية أو توافقية أو تمويلية أو إبداعية أو اتصالية أو تنافسية والعمل على ضمان الاستقرار المالي للمشروع، وتحديد مصادر للتمويل وإدارة مجهود البحث عن التمويل، والاستعانة بالأخريين لتقديم النصح والمشورة لصالح تطبيق الاستراتيجية، والاتفاق حول الأدوات والأنشطة التي ستستخدم في الحصول على التمويل^{١٩٤}.

وجود استراتيجيات للتمويل^{١٩٥}

¹⁹³ <https://www.digitalage.blog/2023/12/blog-post.html>

¹⁹⁴ <https://shukair.net/necessary-teamwork-skills/>

¹⁹⁵ <https://chroum.com/article/%D8%A3%D9%87%D9%85-12-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84->



من الضروري التعامل مع أي استراتيجية بوصفها مخلوقا ديناميكيا تتم مراجعته وتقييمه وتعديله باستمرار لمتابعة سيرها وفحص نتائجها ومقارنة نجاح عناصرها المختلفة وتبرير حجم الاستثمار المبذول فيها وتقييم عمل القائمين عليها، وتقييمها ومعرفة حجم الأموال التي جمعت، وتكلفة الحصول

عليها، وأي عمل يقوم به فريق المشروع الإبداعي لجمع التمويل لصالح المشروع يفترض أن يخضع للتخطيط والتفكير بشأن أدواته ومفاهيمه وطرق تنفيذه وتفاصيله ونتائجها، وان يتم العمل على وضع استراتيجيات ذكية لتفعيل هذه الاعمال، وأن يتم تأييد هذه الاستراتيجيات بالسياسات والأنظمة والإجراءات والعمليات التي تسهم في نجاحها فتصميم استراتيجية خاصة بتنمية مصادر الدخل هو العمل الأول لكي يضمن المشروع استقراره النسبي في أنشطته الإبداعية، ويصل به للاكتفاء، ويدعم استقلاليته، وحرية، وعدم تعرضه للضغوط واستمرار العمل الإبداعي وفهم طبيعة تصميم وصناعة المشاريع الإبداعية، و البحث على مصادر التمويل المتخصصة في الجوانب الإبداعية، وتنمية قدرته على كتابة مقترحات تمويل جيدة، وقدرته على والاستفادة من علاقاته ودراساته وخبراته لتصب في مجال تنمية مصادر الدخل للمشروع ووجود معرفة وخبرة بالمانحين وأماكن علمهم



وتخصصاتهم والبلدان التي يعملون فيها أو يركزون فيها على الابداع ودعمه، والاقوات التي يستقبلون فيها اقتراحات التمويل، وما هي شروطهم، وما هي المستندات التي يعملون عليها، والقضايا التي يهتمون بدعمها، والمواهب التي يحتاجونها، وفهم كامل لكل ما سبق ومن ثم تصميم مشاريع

قادرة على الوصول للمانحين والحصول على موافقتهم لتمويله والعمل على تنفيذ المشروع بأجود شكلا ممكنا للحصول على استدامة الشراكة مع المانح وعدم خسارته، وبما يحفز المانح على التوصية بالكاتب لداعمين آخرين في المستقبل، وتعتبر من أساسيات النجاح في الخطط الخاصة بتتمية مصادر الدخل واستراتيجياتها هو العمل على التنوع في مصادر الدخل واعتماد الشمولية والموضوعية والمصادقية والتفاعل الإيجابي في التعامل مع المانحين، وضمان الاتساق بين تخصص المشروع الإبداعي مع المانحين¹⁹⁶.

¹⁹⁶<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84--%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B7%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%AA%D8%AA%D9%88%D8%A7%D9%81%D9%82-%D9%85%D8%B9-%D8%AA%D9%88%D9%82%D8%B9%D8%A7%D8%AA->



إن الاستراتيجية الجيدة لتنمية مصادر الدخل يجب أن تعتمد على المعلومات الصحيحة في تصميمها والتفعيل الكامل لها وتناسقها مع رؤية ورسالة وأهداف المشروع ومدى معرفته بالجهات الممولة والمهتمة وشروطهم ومعاييرهم، والقدرة على تصميم المشاريع الناجحة، والتنفيذ الناجح لها، والقيام بجدولة

المانحين وجمع المعلومات الخاصة بهم والتواصل معهم بشكل مثمر ضمن استراتيجية تنظم كل ذلك العمل، و تصميم المشاريع خطوة بخطوة وضمان طريقة الحصول على التمويلات وإدارتها بشكل شفاف ونزيه وفاعل والعمل على تخصيص مسئول عن الامر وإعطاءه الفرصة للبحث والحصول على معلومات حول فرص التمويل المتاحة ومانحيها والمعلومات الخاصة بهم، وشروطهم ومعاييرهم وأوقات التقديم لهم والمناطق الجغرافية التي يدعمونها والقضايا التي يركزون عليها، ومن ثم العمل على التقديم لها والحصول على التمويل، والبحث عن المنح المتوفرة والمتخصصة في نفس تخصص المشروع الإبداعي^{١٩٧}.

<https://www.linkedin.com/pulse/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A7%D8%B5%D8%A9-%D8%A8%D9%83.html>

197

<https://www.linkedin.com/pulse/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%A%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D9%8A%D9%87->



ومن المهم أن يكون المتقدم لتمويل حكومي لصالح المشروع الإبداعي أن يكون مدركا لطبيعة التمويل الحكومي وطرق الحصول عليه، وطبيعة التمويلات التي تتوفر لدى المؤسسات غير الحكومية المحلية أو الوطنية أو الإقليمية أو الدولية وتلك التي تأتي عبر القطاع الخاص أو عبر الافراد أو

عبر المجتمعات أو من خلال الانترنت، ومعرفة المشاريع التي يمكن أن تحظى بالقبول والتقديم لها، والاستثمار في المشاريع الناجحة والتي حققت نتائج إيجابية في تجارب الكاتب في مشاريعه الإبداعية السابقة.¹⁹⁸

إن وجود استراتيجية خاصة بتنمية مصادر الدخل من أهم الأسباب التي تضمن نجاح المشروع الحالي ومشاريعه الإبداعية المستقبلية والحصول على التمويلات بشكل متنام ومستدام، ومن المهم ألا يعتمد المشروع الإبداعي على ممول واحد، في حال قام مصدر التمويل بتغيير أولوياته أو واجه

[%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A%D9%87-ahmed-al-sharoot/](#)

¹⁹⁸<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%A5%D8%AA%D9%82%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D9%84%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A8%D8%AF%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B4%D8%BA%D9%8A%D9%84.html>



مشاكل مالية، فقد يتعرض المشروع للتوقف عن العمل. ومن أجل تجنب ذلك، يجب الوصول إلى مجموعة واسعة من مصادر التمويل، من بينها المؤسسات والشركات، والحكومات، والأفراد، ومن خلال بيع المنتجات السابقة للكاتب أو تقديمه الخدمات مقابل المال ليستطيع التعويض عن الخسارة

في حال توقف أحد المصادر.¹⁹⁹

ومن الأنشطة المتعلقة بتنمية مصادر الدخل كأهم الأنشطة التي تحتاج لتفكير وتخطيط إبداعي ونكي ومحكم للوصول بالمشروع لمرحلة الأمان وضمان الاستمرارية في العمل والاستدامة في الأنشطة الإبداعية التي يقوم بها، وهناك العديد من مصادر التمويلات التي يمكن العمل عليها لتنمية مصادر الدخل على المستوى الداخلي أو المحلي أو المجتمعي أو الوطني أو الإقليمي أو الدولي، وعلى مستوى الواقع أو عبر الانترنت.²⁰⁰

¹⁹⁹ [https://query.libretexts.org/%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%BA%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%3A_%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84_\(OpenStax\)/09%3A/9.02%3A_%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A7%D8%B5%D8%A9](https://query.libretexts.org/%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%BA%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%3A_%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84_(OpenStax)/09%3A/9.02%3A_%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A7%D8%B5%D8%A9)

²⁰⁰ <https://www.fao.org/forest-genetic-resources/news/detail/ar/c/1244478/>



ومن المصادر الداخلية لتنمية مصادر الدخل يمكن الحديث حول موارد المبدع المالية نفسها، أو الموارد المالية لداعميه من العائلة أو الأصدقاء أو المهتمين والمعجبين بتجربته الإبداعية أو من خلال الجهود التطوعية التي يقوم بها بعض العاملين في المشروع الإبداعي.²⁰¹

وعلى المستوى المحلي يمكن الحديث عن الدعم المالي المقدم من الافراد المهتمين بتجربة المشروع الإبداعية أو عبر المؤسسات الحكومية وغير الحكومية والقطاع الخاص والصناديق التمويلية المتخصصة في دعم التجارب الإبداعية للمبدعين في الدولة أو عبر قيادات مجتمعية مؤمنة بالتجربة الإبداعية²⁰².

وعلى نطاق إقليمي يمكن الحديث عن المؤسسات الإقليمية العاملة في مجال تنمية الابداع ودعم التجارب الإبداعية للأفراد في دول الإقليم التي تنشط فيه وعلى نفس النسق الصناديق المتخصصة بالتمويل في المجالات التي ينشط فيها المشروع الإبداعي. وبالإضافة المؤسسات الدولية التي تملك

201

<https://atlaspreneur.com/blog/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-%D9%86%D8%A7%D8%AC%D8%AD/>

202 <https://finmodelslab.com/blogs/blog/best-strategies-funding-startup-costs?srsId=AfmBOopSqJG89sRq0xsbszsdMylCyEK4dDVrubbAPxhd-ysTeUEbs25H>



مكاتب أو فروع في الدولة أو الإقليم الذي يتواجد فيه الكاتب وترغب باستثمار تجربته في الترويج لقضايا تعمل على الترويج لها وتحتاج الابداع كفرصة جيدة للاستثمار فيه، وتدخل في ذلك وكالات الأمم المتحدة التي لديها مكاتب في كل الدول والاقاليم، ويدخل في تلك المبادرات العالمية التي تهدف للحد

من مشاكل دولية، أو لتحقيق أهداف عالمية وتتواجد بشكل مؤقت في البلدان والاقاليم ولديها رغبة باستثمار الابداع في الترويج لتلك الأهداف العالمية^{٢٠٣}.

وعلى مستوى الانترنت يمكن العمل على عدة تقنيات لتنمية مصادر الدخل الخاصة ومنها طلب الدعم من الافراد عبر موقع المشروع ان وجد أو على الشبكات الاجتماعية وتحفيز المتصفحين على دعم المشروع الإبداعي الخاص به، وتصميم رسائل لتشجيعهم وتحفيزهم على ذلك، وكذا يمكن العمل على الاشتراك في النشرات الدولية والتي تهتم بنشر أخبار التمويل الثقافي والابداعي للأفراد والجماعات والمؤسسات في العالم ومصادره وأوقاته المعلنة واختيار ما يتقاطع مع أعمال المشروع الإبداعي، والتفاعل ودراسة منصات التمويل الفردية في العالم والتي تتيح لمشتريها البحث عن تبرعات وتمويلات فردية ومؤسسية لمشاريع الافراد والمؤسسات من خلال مبالغ صغيرة تجتمع حتى



تصل لمبلغ التمويل المطلوب، مع أهمية انضمام المشروع للشبكات والتحالفات المحلية والإقليمية أو الدولية التي تعمل في المجال الذي يبدع فيه ومعرفة مدى قدرتهم على دعم المشروع الإبداعي عبر الأموال أو الجهود التطوعية أو الإحالة لداعمين آخرين.^{٢٠٤}

بناء القدرات في كتابة طلبات التمويل^{٢٠٥}

ويعتبر بناء القدرات الكاتب في المواضيع الخاصة بالحصول على تمويلات وتنمية مصادر الدخل مهمة يتطلب العمل على حزمة من الخطط والاستراتيجيات لتنويع تلك المصادر، والذي يضمن تفعيل أنشطة المشروع الإبداعي، وتوسيع تأثير وضمان استدامة تلك الأنشطة، وهذا ما يحتاج

204

https://journals.ekb.eg/article_305224_c37eadc636e6b896287a6a5205752755.pdf

²⁰⁵ <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A8%D9%86%D8%A7%D8%A1-%D9%82%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B5%D8%BA%D8%B1--%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2-%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D9%83%D9%81%D8%A7%D8%A1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%86-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B5%D8%BA%D8%B1-%D9%88%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A7%D8%AA%D9%87.html>



التفكير في الطرق الناجحة لتوسيع القاعدة التمويلية، وعدم خضوعها للتذبذب في الأعمال والأنشطة الخاصة بها، ويضمن عدم توقف أنشطة المشروع.^{٢٠٦}

التواصل الايجابي والمثمر مع المانحين^{٢٠٧}
من المهم تفعيل التواصل مع المانحين عبر كتابة عرض مفصل يصف فيه ما يخطط

للقيام به وكيف يخطط لتنفيذه، مع وصف المشروع الإبداعي وأهميته وكيف يخدم المشروع مصالحتها المشتركة وكيف أن المشروع مناسب للطرفين وضروري للتطور الإبداعي، وفائدته للمستفيدين من جمهور المشروع، وأن يظهر امتلاكه لخطة جيدة لتنفيذ المشروع وإدارته، وأن يظهر حجم شهرته وموهبته وفرادته وعلاقاته والموارد التي يمكن أن يسهم بها من طرفه لنجاح المشروع وتحتاج أنشطة جلب التمويل عددا من الإجراءات والعمليات، ويفترض بهذه الإجراءات والعمليات أن تصنع بشكل سريع وجيد وقادر على الحصول على إعجاب المانحين وموافقتهم على التمويل، وأن تتسم بالتنوع وتوسيع سلة المانحين حتى لا تتأثر أنشطة المشروع الإبداعي بسبب قلة الموارد المتاحة أو قلة عدد المانحين ووضع استراتيجيات الاستجابة لنداءات التمويل المتوفرة في المجتمع

²⁰⁶ <https://www.epcgf.org/ar/Category/28/%D8%A8%D9%86%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA>

²⁰⁷ <https://yanb3.com/%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84/>



المحلي أو في الإقليم أو حتى على النطاق الدولي والتنسيق والعمل لجلب التمويل من خلال تنسيق الجهود في المشروع الإبداعي من خلال مشاريع إبداعية وتشاركية قادرة على جلب التمويلات وتحفيز المانحين على الدعم، والعمل على تحديد المانحين وتكوين الشراكة والتنسيق لنجاح هذه الشراكة^{٢٠٨}

ودعمها للحصول على تمويلات تغطي أنشطة المشروع الإبداعي ككل، وتصميم خطط التمويل ومتطلبات المانحين وتطوير أدوات وسياسات جيدة لجابي التمويل وتتبع التمويل، والتعامل بنزاهة وشفافية مع مخصصات التمويل وتعظيم فائدتها وتعبئة الموارد جميعها للحصول على فرص تمويل قوية، وتحقيق أنشطة جلب التمويل لصناعة أنشطة إبداعية تعزز من نجاح المشروع الإبداعي ككل وتظهر فرادته والموهبة الكبيرة التي يتمتع بها في تخصصه الإبداعي^{٢٠٩} وتترجم مدى قدرة المشروع الإبداعي على التحليل والتخطيط ومعرفة أهداف العمل الإبداعي بدقة والوقت الي يحتاجه لتحقيق المشروع والموارد التي يمتلكها وقدرته على العمل الإبداعي وإدارته في نفس الوقت وامتلاكه للحوافز التي تعظم من نجاح المشروع الإبداعي في الحصول على التمويل والتوسع في عدد وأنواع

²⁰⁸ <https://kharchoufa.com/%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84/>

²⁰⁹ <https://www.linkedin.com/pulse/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84-effective-communication-ehsan-saghir/>



المانحين، وقدرته الكبير على تعزيز العلاقات بين المشروع الإبداعي ومانحيه ومستفيديه، وقدرته على تحديد أولوياته وأهدافه وأولويات وأهداف المشروع الإبداعي بدقة، والتزامه بجميع المعايير الخاصة بالعمل الإبداعي أولاً ونقص به النص الخاص به، والمعايير الخاصة بتنفيذ أنشطة

المشروع الإبداعي، والمعايير الخاصة بالشركاء في المشروع الإبداعي وأيضاً المعايير الخاصة بالمانح المعجب بالمشروع الإبداعي للدرجة التي يقدم فيها التمويل ليكون سبباً في نجاحه²¹⁰.

وضوح الهدف من التمويل²¹¹

إن هناك مبادئ أساسية للبحث عن تمويل ومن ضمنها وضوح الأنشطة في المشروع الإبداعي وتحديد المستفيدين، وأن يتذكر صاحب المشروع الإبداعي أن الجهات المانحة، سواء كانت حكومية أو خاصة، محلية أو دولية، لا تدعم أفكاراً مجردة أو مشاريع في حد ذاتها، وإنما تدعم المستفيدين من هذه المشروعات أو الأفكار، وأيضاً من ضمن تلك المبادئ الأساسية للبحث عن تمويل التعرف على مصادر التمويل المتاحة والجهات التي تقدمها وأولوياتها، ونطاقها الجغرافي، ومتوسط التمويل الذي تقدمه، والمواعيد التي تقبل فيها طلبات التمويل، والأشخاص المسؤولين عن اتخاذ القرار،

²¹⁰ <https://holistiquetraining.com/ar/news/effective-communication-skills-in-the-workplace-the-key-to-professional-success-and-productive-collaboration>

²¹¹ <https://www.zand.ae/ar/blogs/what-are-personal-finance-goals>



وطبيعة المنح التي قدمتها من قبل الآخرين، وأن يتم العمل على المقارنة بين أولويات المتقدم وأولويات المانح^{٢١٢} والتأكد من وجود تقاطع وإبرازه، وأن يتجنب الكتب المتقدم تغيير أولوياته أو طبعة مشروعة لتلائم الجهة المانحة.

اختيار التوقيت المناسب للتقديم

من المهم عند طلب التمويل أن يحرص المشروع على اختيار التوقيت المناسب للتقديم، والعمل على تفعيل عملية الاتصال الإيجابي والمثمر مع المانح، والالتزام بشروطه، والتأكد من وضوح طلب التمويل وتسلسله المنطقي، ومن المهم عند تقديم المقترح أن يقوم المشروع بإدراج معلومات الاتصال به وإجمالي المبلغ المطلوب واسم المشروع ومكانه ومدته، والتقدير الدقيق لاحتياجاته المالية وعدم المبالغة أو التقليل منها، وذكر أسماء المانحين الآخرين الذين قدموا منحاً للمتقدم من قبل، والافتناع التام بالمشروع والحماس له بشكل حقيقي^{٢١٣}.

²¹² <https://qsalary.com/ar/blog/financial-goals-setting/>

²¹³ <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84--%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B5%D9%88%D9%84-%D8%A5%D9%84%D9%8A%D9%87%D8%A7.html>



القدرة على اقناع المانحين²¹⁴

ويشترط أن تكون لدى المشروع الإبداعي القدرة على إقناع الآخرين بالمشروع، وقوة الحجة في المناقشة، وتقبل الأسئلة والانتقادات والرد عليها بشكل منطقي وهادئ ومتوازن، والجرأة على طلب التمويل، والقدرة على إقامة علاقات اجتماعية مهنية²¹⁵،

والربط بين الأشخاص وخلفياتهم الاجتماعية والمهنية، والثقة بالنفس والإيجابية والقدرة على تقبل الرفض وعدم اليأس، والانتباه إلى الفرص السانحة، وسرعة الاستجابة لها²¹⁶.

القدرة على كتابة مقترحات مشاريع ناجحة²¹⁷

في الحقيقة فإن نجاح المشروع الإبداعي في الحصول على تمويل تقتض أن يكون لدى المشروع القدرة على كتابة مقترحات مشاريع ناجحة فلا وجود لنجاح في الحصول على تمويل دون أن يكون

²¹⁴ <https://hub.misk.org.sa/ar/insights/giving-back/2023/top-influence-skills-and-techniques/?allowview=true>

²¹⁵ <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B6%D9%88%D8%AD--%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D8%B6%D8%AD%D8%A9-%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%8B--%D9%82%D9%88%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B6%D9%88%D8%AD-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81.html>

²¹⁶ <https://quality.com/the-art-of-persuasion/>

²¹⁷ <https://www.goprospero.com/blog/ar/how-to-write-a-successful-grant-proposal/>



لدى الراغب بالتمويل قدرة على كتابة مقترحات مشاريع ناجحة ومؤثرة ومفهومة ومقنعة، وتأتي أنشطة كتابة المقترحات في المرحلة التالية من تحقيق أنشطة جلب التمويل ومعرفة المشروع الإبداعي بالمانحين وأعدادهم وتوفرهم ومعاييرهم وشروطهم ومن ثم كتابة مقترحات التمويل لهم بصفته أهم

أدوات جلب التمويل وتعطي مقترحات التمويل الجيدة المانحين معلومات عن فكرة المتقدم حول تصميم المشروع وإدارته ومسئوليته وأنشطته وأهدافه ومخرجاته المقترحة.²¹⁸

إن أنشطة التمويل أصبحت تنافسية للغاية في العالم، ومع تطور الخبرات في مجال تنفيذ المشاريع وتطور سياسات التمويل وتعقيدها وضمان أمن التمويلات وعدم ذهابها لدعم أنشطة إرهابية أو غير مفيدة أو دخولها في الفساد أصبحت طرق تقديم المشاريع أصعب مما مضى وتحتاج العديد من البراهين على أهمية المشروع والحاجة اليه وتميزه بالاستدامة وتعزيزه للشراكات وهل تم إشراك المستفيدين في تصميم المشروع وتنفيذه ومتابعته وتقييمه، ومدى قدرة الكاتب على الاستثمار الذكي للمال وتحقيق القيمة المحققة منه لتنفيذ الأنشطة²¹⁹.

²¹⁸ <https://sswm.info/ar/sswm-solutions-bop-markets/affordable-wash-services-and-products/financial-marketing-and-sales/project-proposal-writing>

²¹⁹ <https://civilsociety-centre.org/sites/default/files/resources/ar-ls-proposal-module-online.pdf>



يلبي المشروع أولويات المانحين^{٢٢٠}

إن المقترح الجيد يحتوي على عدد من المعايير المهمة وأولها تلبية لأولويات المانحين وفهمه لهم، ومقدار تلبية حاجة الكاتب والمستفيدين من تجربته الإبداعية، وتشجيعه على الاعتماد على النفس، ولمشاركة الفاعلة لشركاء المشروع الإبداعي

والمستفيدين منه في تنفيذ المشروع ومتابعته وتقييمه، ومدى إمكانات استدامته، وقابليته للتكرار، وهل يملك المشروع الإبداعي أنظمة وقواعد وأنظمة محاسبية للتعامل مع المال، وأنظمة للمتابعة والتقييم والمسألة أم لا، وبالنسبة لمقترح التمويل فلدى كل مانح النماذج والمستندات الخاصة به والتي تزيد أسئلتها أو تنقص بحسب المانح ومقدار ما يريده من معلومات للوصول لقناعة لتمويل المشروع^{٢٢١}.

²²⁰ <https://ar-entrepreneur.com/%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AD-%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9/>

²²¹ <https://holistiquetraining.com/ar/news/project-management-courses-and-best-project-management-certifications-to-have-your-guide-to-a-successful-career>



من المهم أن يهتم المشروع بتلبية معايير وشروط المانحين، ومن المعايير التي يجب معرفتها التعرف ان كان برنامج التمويل أو التدريب أو التزاور أو التجاور أو التجوال أو ينطبق عليه قبل التقديم فمن غير الجيد بشكل عام أن يستهلك المشروع وقته في التقديم للعديد من الجهات المحلية أو

الوطنية أو الإقليمية أو الدولية التي لا تنطبق معاييرها عليه أو على موهبته أو على موقعه الجغرافي أو على زمن التقديم نفسه^{٢٢٢}.

وعبر سبر للعديد من المؤسسات المحلية أو الإقليمية أو الدولية تم تجميع عدد من المعايير التي تتواجد بشكل مستمر في التقديم للمنح ومن تلك المعايير كان هناك التالي المعايير تلك المتعلقة بالجغرافيا فيعض المعايير تحدد بالضبط المجتمعات أو الدول التي تستهدفها وقد تكون دولة واحدة كفلسطين على سبيل المثال وقد تكون أقاليم كالدول المطلة على البحر الأبيض المتوسط أو قد



تكون منظمة متكاملة كالمنطقة العربية بشكل عام وقد تكون عامة لكافة الدول في العالم، والمعيار الثاني يتعلق بتخصص الكاتب نفسه فليس من المنطقي أن يقدم الفنان التشكيلي في مسابقة خاصة بالأدب المسرحي على سبيل المثال وقد تتجه بعض المؤسسات والمنظمات^{٢٢٣} إلى وضع معيار

التقديم عبر موقع خاص بها واستمارة خاصة بها مليئة بالأسئلة التي تحتاج تلك الكيانات الثقافية أن تسبر من خلالها عقل الكاتب وتعرف هل هن مناسب للحصول على ثقتها لاختياره في التدريب أو التمويل أو الشراكة أم لا، وتشرط بعض الكيانات الثقافية في المتقدم أن يكون ذو خبرة واسعة في مجال موهبته سواء كان كاتباً أو فناناً أو مؤدياً أو تشكيلياً أو غيرها من الفنون البصرية والأدبية والأدائية والتكنولوجية والتدريبية ويكون قادراً على استخدام أدواته ومعداته بشكل جيد، وقد تتجه بعض أنواع الدعم أو التمويل أو الشراكة إلى اختيار المبدعين ممن يتمتعون بفرق إبداعية تحيط بهم وبموهبتهم وخصوصاً في الأنواع الفنية أو الأدبية التي لا تستند في تنفيذها على شخص واحد كالسرح والسينما على سبيل المثال^{٢٢٤}.

²²³ <https://ar.lpcentre.com/articles/project-management-stages>

²²⁴ <http://www.saj.org.sa/wp-content/uploads/2024/07/%D8%A3%D9%88%D9%84%D9%88%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%81%D8%A7%D9%84%D9%8A-2.pdf>



وتشترط بعض المؤسسات والكيانات الثقافية التي تقدم برامج خاصة بالمبدعين موضوع السن كميّار أساسي للمشاركة في برامجها وعلى الكاتب التركيز على مثل تلك المعايير البسيطة والتي يمكنها أن تلغي مشاركته في تلك البرامج حتى ولو كان جيدا بما فيه الكفاية للمشاركة فيها، وعلي نفس النسق

يجب على الكاتب ألا يطمح كثيرا في تمويلات ضخمة المشروع فأغلب التمويلات المتوفرة لها حدا أقصى للتمويل.

دقة الموازنات في طلبات التمويل^{٢٥}

وتعتبر الموازنة أهم عناصر مقترح المشروع، وهي الخطة المالية لتنفيذ العمل والاستمرار فيه، ودون موارد مالية فمن المؤكد عدم استطاعة المشروع الاستمرار في العمل والنشاط، ومن المهم الاهتمام بوضع موازنات جيدة وشاملة وصادقة وشفافة، واستخدام كل المعلومات المتاحة والتي يمكن أن يستفيد منها كاتب المقترح الخاص بالمشروع الإبداعي لتصميم موازنة حقيقية وشمولية، وتعد كتابة

²²⁵ <https://www.daftra.com/hub/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B2%D9%86%D8%A9>



طلبات التمويل إحدى أهم المهارات اللازمة للحصول على التمويل، فهي وسيلة الاتصال الأساسية بين المؤسسة والممول فيما يتعلق بشرح احتياجات المؤسسة، وقرار الممول دعمها من عدمه²²⁶.

أن يعزز المشروع علاقاته مع المانحين بشكل إيجابي

إن طلب التقدم وسيلة ترويجية بالمقام الأول، لذا؛ يجب أن تكون لغته بسيطة ومفهومة وجذابة بعيدا عن الجمل الطويلة والعبارات الغامضة. من الأفضل التعبير عن الفكرة في صورة نقاط وعناوين رئيسية مع الاستعانة بالأرقام والإحصاءات، ومن أنجح الطرق للحصول على التمويلات وأن يعمل على أن يعزز المشروع علاقاته مع المانحين بشكل إيجابي وتقديم مشروعاً متكاملًا يشمل الكتابة الإبداعية والتواصل والاتصال والتخطيط والتنفيذ والرقابة والتقييم والحصول على تمويل²²⁷ ليستطيع أن يدفع بما يقوم به إلى النجاح الحقيقي القائم ليس فقط على النشاط الإبداعي ولكن القائم أيضا على النشاط البرامجي للإبداع وجعله مشروع متكامل النجاح ويمكن جعل العلاقة

²²⁶ <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%82%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AF%D8%A7%D8%A1-%D9%81%D9%8A-%D8%A5%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%B2%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9.html>

²²⁷ <https://holistiquetraining.com/ar/news/15-strategies-to-enhance-workplace-productivity-in-2023>



بين المشروع الإبداعي والمانحين المؤمنين به والداعمين له تمضي في اتجاه إيجابي ومثمر ومنتام من خلال العمل على عدة أنشطة يمكن للكاتب القيام بها وأول تلك الأنشطة هي التقديم بشكل جيد ومحترف فالمانحين لا يرغبون بوجود علاقات مع أشخاص يحتاجون إلى وقت وجهد في

التعامل مع الأوراق التي يرسلونها إليهم ويسعدون حقا في حال وصلت إليهم أوراق جيدة التصميم والكتابة والفكرة والموضوع والموهبة مما يحفزهم على دعم المشروع.²²⁸ والجانب الثاني في تمتين العلاقة مع المانح بعد الحصول على المنحة عبر التنفيذ الجيد للأنشطة والعمل على أن يكون كل نشاط على قدر عال من الجودة في التنفيذ على أرض الواقع، ومن ثم نأتي إلى خطوة متوازية مع عملية التنفيذ وليس تالية لها وهي المشاركة فالمانح عند تقديمه للمنحة يرغب بأن يعرف كل ما يقع على الأرض من أنشطة وممارسات وأفكار ومخرجات وأن يساهم في زيادة نجاح تلك الأنشطة والممارسات والأفكار ويعزز من جودة المخرجات من خلال تقديم ليس فقط المال ولكن أيضا العلاقات العامة الخاصة به كمانح وربما تقديم بعض التسهيلات التي يمكن له تقديمها ليستطيع الكاتب ومن يحيطون بالمشروع تنفيذ الأنشطة بشكل أكل سهولة ويسر والعمل على المراسلات

²²⁸ <https://buraqest.com/posts/10?lang=ar>



الدورية أو عند الحاجة مع المانح وإثرائه بالمعلومات الخاصة بكل جزئية من جزئيات المشروع التي يتم تنفيذها والاستجابة لكل توصيات أو مساعدات المانح للمشروع في خضم عملية التنفيذ، ويمكن لمشاركة المانح ألا لا تكون فقط عبر المراسلات ولكن أيضا عبر زيارة المشروع على أرض الواقع

والتعرف على تفاصيله عن قرب وتفعيل عملية مشاركة المانح في أنشطة المشروع من خلال دعوته إلى الاجتماعات أو الفعاليات التي يتخللها المشروع الإبداعي الخاص به وتعرفه على المشروع عن قرب، وفي حال وجود فريق عمل فمن الجيد أن يتعرف المانح على الفريق وأفكارهم وأعمالهم ضمن

المشروع الإبداعي الداعم له.^{٢٢٩}

ضمان نجاح المشروع الممول^{٢٣٠}

²²⁹<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84--%D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D8%B5--%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D8%B9%D9%85%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AD-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%86.html>

²³⁰<https://kafiiil.com/question/16698-%D9%85%D8%A7-%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B7-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%BA%D9%8A%D8%B1%D8%A9%D8%9F-1>



إن تقديم أي مانح لدعم لفرد أو لمؤسسة ولمشروع إبداعي أو تنموي أو ثقافي أو أي نوع من أنواع المشاريع يجعل من المانح على موقع المسؤولية بجانب فريق المشروع الإبداعي ليضمن الاثنان نجاح المشروع لإيمانها الاثنان بأهمية المشروع وأهمية تحقيقه وتحقيق أهدافه، ولكي لا يصبح أثر

الشراكة سلبيا فمن المهم للمشروع أن يعزز ويضيف إيجابيا لمسئولية المانح عن إدارة المال والتقيد بينود الصرف كما تم الاتفاق عليها، والالتزام بالأنشطة التي تم دعمها وتوفير كل احتياجات المانح من تقارير إن كانت مطلوبة أو أوراقا مالية أو فواتير والالتزام بالجدول الزمنية التي تم الاتفاق عليها وطرق التصفية التي يعتمدها المانح في أوراقه المالية مما يعزز من دور المشروع الإبداعي²³¹ في نجاح المانح وأنشطته التي يقوم بها وألا يصبح سببا من أسباب المشاكل أو الصعوبات التي تضاف إلى الصعوبات التي يواجهها المانح كفرد أو كمؤسسة أو كموظف في مؤسسة مانحة لأن قيام المشروع الإبداعي بخلق صعوبات أو مشكلات قد يضر بعلاقة المشروع

²³¹ <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9--%D8%B6%D9%85%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D9%85%D9%86-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%AC.html>



الإبداعي بالمانح ضررا كبيرا بحيث لا يكون متحمسا لدعم مشاريع إبداعية لاحقة في المستقبل وعدم نسيان تقديم الشكر والامتنان للمانح على الدعم المقدم منه كفعل إيجابي يجعل من المانح سعيدا للعمل مع من يقدم لهم الدعم وراغب بالعمل معهم مجددا ضمن مشاريع قادة وبمبالغ أكبر فالشكر دائما ما

يكون له دور إيجابي في معرفة المانح لدوره الإيجابي في تنمية وتحقيق أهداف المشروع الإبداعي ويحفزه على الاستمرار في الدعم^{٢٣٢}.

أن يكون المشروع الإبداعي محققا لأهمية الإبداع وأهمية توفير التمويل له

إن الإبداع وفي مجال الإبداع جزء مهم من عملية ككل على المستوى الشخصي للمبدعين وعلى المستوى المحلي للمجتمعات المحلية التي تحتوي على المبدعين أو على مستوى الأوطان التي يمارس مواطنوها الإبداع أو على مستوى الأقاليم أو على مستوى العالم ودور الإبداع في جعل الحياة في العالم أكثر جودة وجمالا ومتعة ورفاهية وتنمية ونمو اقتصاديا واجتماعيا سريعا وقد نمت العديد

²³² <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%B6%D9%85%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9--%D8%B6%D9%85%D8%A7%D9%86-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-%D9%85%D9%86-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84-%D8%B3%D9%86%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%A7%D8%A1.html>



من البلدان في العالم من خلال اهتمامها بالإبداع والمبدعين ودعمهم بشكل فردي أو عبر المؤسسات المتخصصة أو عبر حكومة البلدان نفسها، وقد أدرك المبدعين في تلك الدول أهمية وجودهم فتقدموا من المجتمعات والمؤسسات والحكومات من حولهم بطلبات الدعم والتمويل وبناء القدرات والحماية

والترويج لهم ولإبداعاتهم مما أضاف إيجابيا لحياة المبدعين من جهة وتنمية مجتمعاتهم من جهة أخرى^{٢٣٣}.

إدراك أن الدعم حق من حقوق المبدعين^{٢٣٤}

إن من المهم أن يدرك المبدعون أن ما يتقدمون بطلبه هو حق لهم وأن لديهم الحق في الطلب والإصرار عليه لأهمية ما يقومون به من عمل وهو الإبداع كمساق مهم من مساقات ككل في بلدانهم والعالم أجمع، وإدراك أن دورهم مهم للغاية في تشجيع التسامح وتنامي المعرفة والمتعة وتنامي قيم الحق والخير والجمال، وعلى الحكومات أن تدرك أهمية الإبداع في تنميتها وشهرتها

²³³ <https://www.alefstartup.com/alefq/140-%D8%B6%D9%85%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%85%D9%88%D9%84-%D9%85%D9%86-%D8%B5%D8%A7%D8%AD%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9>

²³⁴ <https://www.alriyadh.com/2071875>



الإيجابية في المجتمع الدولي وبالتالي عليها أن تعزز من الموازنات المخصصة للثقافة والفنون والآداب والإبداع بكل أصنافه العلمية والثقافية وتعزيز الأبحاث في الإبداع وطرق تنميته وتعزيز جودته وعلى نفس النسق يمكن للأفراد العمل على دعم الإبداع في مجتمعهم لما له من دور في تنمية المجتمع

ويدخل في كل ما سبقت مؤسسات المجتمع المدني المحلية والوطنية والقطاع الخاص والشركات التجارية والأثرياء، ووضع السياسات التي تدعم العمل الإبداعي ودعمه وتنميته وحمايته وترويجه وتعزيز الخيال والتعبير والوجدانية للمجتمع^{٢٣٥}.

معرفة طرق وسياسات وأخلاقيات التقديم للتمويل^{٢٣٦}

²³⁵ <https://multagaasbar.com/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9-%D9%85%D9%86-%D8%A3%D9%8A%D9%86-%D9%86%D8%A8%D8%AF%D8%A3/>

236

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A--%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%83-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AB%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%83-%D8%A8%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82-%D9%88%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9.html>



إن من المهم للمشروع الإبداعي أن يكون على معرفة وإدراك عميقين بطرق وسياسات وأخلاقيات التقديم للتمويل أو معلومات عن الممولين المتوفرين في المحيط المحلي أو الوطني أو الإقليمي أو الدولي المحيط بالمشروع الإبداعي، وما هي أنواعهم، وهل هم داعمون حكوميون أو قطاع خاص أو

مؤسسات غير حكومية محلية أو وطنية أو إقليمية أو دولية، وما هي طرق التقديم لهم، ومتى يتم التقديم لهم، وكيف يتم التقديم لهم، وهل هناك سياسات متبعة لتقديم طلبات المنح لهم، وما هي الأخلاقيات والممارسات الجيدة عند التقديم، وجمع وتصنيف وترتيب المعلومات الخاصة بالمانحين من خلال نظرائهم في العمل الإبداعي ممن حصلوا على منح وشراكات سابقة مع المانحين، أو من خلال البحث على الإنترنت حول المنح المتوفرة وتتطابق معاييرها وشروطها مع المشروع الإبداعي^{٢٣٧}.

معرفة أسباب تقوية نجاح المشروع في الحصول على التمويل والعمل عليها^{٢٣٨}

يمكن أن يكون لموقع المشروع الإبداعي على الإنترنت أو صفحته على شبكات التواصل الاجتماعي نقطة لتشجيع المانحين على دعمه، ومن المهم للمشروع الإبداعي ممن يرغب بالتوجه

²³⁷ <https://bsf.sa/Library/Assets/Gallery/Documents/FavoriteLinks/Banking-Consumer-Protection-Principles-ar.pdf>

²³⁸ <https://al-ain.com/article/fundraising-small-business>



إلى مانح البحث عن المانح ومؤسسته وبرامجها وأنشطتها وهل تتوافق شروطها ومعاييرها عليه ويمكنه التقدم لها أم لا ووضع قوائم بأسماء المانحين ممن تنطبق عليهم شروط الاستهداف الخاصة بالكاتب ولديهم اهتمام بالإبداع وبالأخص نوع المشروع الإبداعي، وما هي أولوياتهم، وهل

يمكن الالتزام بها وتوفيرها، وما هي المشاريع التي دعموها في السابق، وهل هناك تشابه بين المشروع والمشاريع التي تم دعمها من قبل المانح في الماضي، وما هو نوع المنحة المقدمة وحجمها وشروطها وشروط التقدم لها.^{٢٣٩} ومن ناحية أخرى من المهم معرفة هل تجربة المشروع الإبداعي جديدة وما زالت تحتاج إلى ترويج أم أنها تجربة جيدة وقديمة ويمكنها المنافسة بشكل جيد مع طلبات المنح الأخرى، وهل الطلب قابل للقياس ويحتوي على خطط واضحة ومدروسة بعناية، ومعرفة ما هي طرق الاتصال المفضلة لدى المانح للاتصال به والالتزام بها، والعمل على تزويد المانح بكل المعلومات التي تخص المشروع الإبداعي ككل ليكون على معرفة كاملة بمن سيقدم له الدعم والمنحة والعمل على إنجاز كافة الواجبات المطلوبة منه لتقديم مقترح الدعم الخاصة به،

239239 <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%A7%D8%B1-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9.html>



والعمل على تطوير علاقاته العامة مع المانحين ومعرفة ما هي احتياجاته كي لا يبدو شكل المقترح الخاصة به غير مدروس، وأن يكون المقترح الخاص به قصيرا، وواضحا، ووجيزا، ومقنعا، وموضوعيا، وصادقا، ودقيقا، ومنسقا، ومتسقا، ويحتوي على معلومات حديثة ودقيقة حول الكاتب

والمشروع والمجتمع المحيط به ويشتمل على كل الأنشطة التي يحتاج المشروع الإبداعي القيام بها للوصول الى النجاح الكامل للمشروع الإبداعي والمانح أيضا بالتبعية.

التركيز على حدود الأموال المتوفرة لدى الجهة الممولة^{٢٤٠}

على المشروع الإبداعي عند التقدم التركيز على حدود الأموال المتوفرة لدى الجهة ومعاييرها في صرف تلك الأموال له في حال نجاحه فأغلب تلك المؤسسات تشترط طرقا محددة للصراف وأنواع محددة من العمل يمكن تمويلها وأنواع أخرى من الأنشطة حتى ضمن المشروع الممول نفسه لا يمكن إنفاق المال عليها والتركيز على مواضيع الدفعات التمويلية التي تعتمدها الجهة في ارسال الأموال للمشروع الإبداعي^{٢٤١}.

²⁴⁰ <https://www.jawsak.com/stages-of-startup-funding/>

²⁴¹ <https://cpb-eu->

w2.wpmucdn.com/sites.aub.edu.lb/dist/d/46/files/2019/12/Book_Donar_arab.pdf



وهناك بعض المعايير المتعلقة بنوع المنحة فهناك منح إنتاجية تساعد الكاتب بشكل عام على إنتاج عمله الإبداعي، وهناك منح متعلقة بالسفر والتجوال ليستطيع الكاتب الحصول على أفكار وتجارب أخرى من دول مختلفة وهناك المنح التدريبية أو المنح الخاصة بالعروض الحية أو تلك المتعلقة

بالتفرغ للإبداع وبالتالي على من يقدم لأي واحدة منها أن يعرف بالضبط ما هي معايير تلك المنح وهل هو يحتاجها بالضبط أم أنه يقدم لغرض التقديم دون حاجة حقيقية لها^{٢٤٢}.

معرفة القضايا التي يهتم بها المانحون وإمكانية خدمة المشروع الإبداعي لها^{٢٤٣}

تخضع بعض المنح الإبداعية لبعض المفاهيم العالمية والتي تسعى إلى استثمار الإبداع للترويج عن قضايا محلية أو وطنية أو إقليمية أو عالمية كالتحولات الديمقراطية وحقوق الإنسان ومشاركة

²⁴² <https://reparations.qub.ac.uk/arabiccco/>

²⁴³

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D9%85%D9%86%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%B1%D8%AD%D9%8A%D8%A9--%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AD-%D9%84%D9%84%D9%81%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%B1%D8%AD%D9%8A%D8%A9--%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2-%D9%86%D9%85%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%A8%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%B1.html>



النساء وحقوق الطفل والبيئة وغيرها من المفاهيم العالمية وبالتالي على فريق المشروع الإبداعي أن يكون مقتنعا بمثل تلك المفاهيم ليقدم فيها وليس التقديم فقط للحصول على المشاركة في تلك البرامج أو الحصول على تمويلاتها دون فهم أو إيمان حقيقي بها، وعلى مستوى التلقي فقد يكون

المتلقي للدعم أو فرصة المشاركة فردا أو فريقا أو مؤسسة وطنية.

معرفة نوع المنحة وخصوصيتها وملاءمتها لمشروع الكاتب الإبداعي^{٢٤٤}

من الممكن أن تكون الفرص والمنح تمويلا للمشاريع الإبداعية ولأنشطتها أو دعما لبنيتها التحتية أو بناء لقدراتها أو خليط من كل تلك الأشياء وبالتالي فعلي المشروع الإبداعي التعرف بالضبط على حدود كل منحة من المنح المتوفرة ومن هي المنظمات التي تقدمها أو لا تقدمها ما أهمية تلك المنح وهل يمكن المشاركة فيها، وكيف يمكنها المشاركة وأين ومتى وكي وأن يكون فريق المشروع الإبداعي مدركا للجزئيات التي يدعمها المانح كي لا يدخل مع الداعم الخاص به في مشكلات واختلافات.

معرفة المنطقة الجغرافية التي يهتم بها الممولون وهل تشمل منطقة تنفيذ المشروع الإبداعي^{٢٤٥}

²⁴⁴ <https://cfundsa.com/article/215>

²⁴⁵

<https://www.swissinfo.ch/ara/business/%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A9->



قد تكون لبعض المؤسسات الإقليمية تعاوناً مع منظمات دولية لتصبح تلك المؤسسات الإقليمية ما يشبه المكتب الفرعي لتلك المنظمات الدولية وتعمل على تفعيل المشاريع الدولية في بيئتها الإقليمية أو المحلية وبالتالي على فريق المشروع الإبداعي التنبه لوجود الجغرافيا وهل المانح يعمل في منطقة المشروع الإبداعي أم لا.

وجود رغبة في طلب التمويل²⁴⁶

في بعض المنح الوطنية وخصوصاً تلك التي تقدمها الحكومات قد يكون هناك اتجاه لدعم الثقافة الوطنية أو الهوية الاجتماعية أو التراث وعلى المشروع الإبداعي في مثل تلك الظروف الإدراك

<https://www.bankaljazira.com/ar-sa/Personal-Banking/Finance/Personal-Finance-Application>

²⁴⁶ <https://www.bankaljazira.com/ar-sa/Personal-Banking/Finance/Personal-Finance-Application>



العميق لقدرته أو رغبته بالمشاركة فيها وكيف سيتم ضمان أن تكون مشاركته إبداعية وحره من التدخل السلطوي أو أن يخدم إبداعه توجهات سلطوية سلبية على مجتمعه.

معرفة الفئة المستهدفة من التمويل^{٢٤٧}

على المشروع الإبداعي معرفة الفئة

المستهدفة من التمويل وأن يعرف بالضبط ما تدعمه الجهة التي يتوجه إليها قبل أن يرهق نفسه في طلب دعمها وهل يستطيع المشروع العمل معها ضمن فترة زمنية معينة وضمن إمكانياته الخروج بالعمل الإبداعي منها بشكل جيد أم لا.

الالتزام بالمواعيد النهائية للتقديم^{٢٤٨}

إن على المشروع الإبداعي التعود على العمل ضمن مواعيد نهائية يلتزمون بها للشريك الداعم وبغض النظر أن الإبداع يحتاج للوقت لكي يتخلق على أحسن صفة إلا أن كل المنح في شتى أنحاء العالم مرتبطة بمواعيد نهائية لمشاريعها وعلي المشروع أن يكون داعما لها في نجاحها كما كانت داعمة له في نجاحه وبالتالي فإن التزام الكاتب بوقت المشروع أمر مهم وحيوي.

²⁴⁷ <https://www.life-global.org/en/course/201->

²⁴⁸ <https://ar.lpcentre.com/articles/crowdfunding-basics-what-every-entrepreneur-needs-to-know>



قدرة المشروع على التنفيذ^{٢٤٩}

قد ترتبط بعض المشاريع بمنطقة معينة يجب أن يتم العمل فيها ولا يكون المشروع الإبداعي في تلك المنطقة وفي حال تواجد مثل تلك المعايير يجب معرفة المشروع الإبداعي مدى قدرته على الانتقال داخل الوطن أو خارجه وهل سيستطيع العمل في

بيئة مغايرة عن بيئته المحلية أو بيئته الإبداعية أم لا.

قدرة المشروع على إظهار قدراته المالية والإدارية والمهارية والإبداعية عند طلب التمويل^{٢٥٠}

يمكن للمشروع الإبداعي إظهار قدراته المالية والإدارية والمهارية والإبداعية في حال تطلب الأمر ليعزز من حصوله على موافقة المانح على العمل معه، ومعرفة هل هناك عقبات في التنفيذ بسبب قيود مالية أو بشرية أو سياسية أو صحية أو تنظيمية أو معيارية أو أمنية وغيرها الكثير والتي يجب على المشروع حلها ليحظى بالتمويل والدعم لمشروعه الإبداعي.

²⁴⁹ <https://ar.hccc.edu/programs-courses/continuing-education/programs/au-pair/fundamentals-of-personal-finance.html>

²⁵⁰ https://www.hamad.qa/AR/Education-and-research/Medical_Research/Grants-and-Funding/Pages/Funding-Guidelines.aspx



فهم أهمية تسويق المشروع لتنويع مصادر التمويل^{٢٥١} ومن المهم في مثل مواضيع التمويل أن يكون لدى المشروع قدرة على معرفة مصادر التمويل الوطنية والإقليمية والدولية والدولة والمؤسسات الدولية المانحة، والشركات التجارية المحلية والمانحون الأفراد والمجتمع المؤسسات الوطنية المانحة، وفي

التالي بعض من مصادر التمويل الوطنية للإبداع في أي دولة:

الحكومة

يمكن للحكومة أن تكون من أهم داعمي الإبداع في مجتمعها من خلال السلطة نفسها ودرجة وعيها بأهمية الإبداع ودعمه في للمجتمعات التي تحكمها، أو عبر الوزارات المتخصصة بالعمل الإبداعي والثقافي كوزارة الثقافة أو عبر الوزارات التي يدخل فيها الجانب الثقافي والإبداعي كمنكون من مكوناتها كوزارات التربية والتعليم ووزارة الرياضة والسياحة أو عبر الصناديق الوطنية لدعم الثقافة والإبداع أو المتخصصة بحماية التراث الثقافي^{٢٥٢} أو تلك التي تهتم بتتبع العلاقات الثقافية الداخلية

²⁵¹ <https://www.doriafeministfund.org/ar/core-funds-for-emerging-groups>

²⁵²

<https://www.bankaljazira.com/Portals/0/OpenContent/Files/6563/%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A.pdf>



بين المدن في الدولة وخارجيا مع دول العالم كوزارة التخطيط أو الخارجية، وعلى مستوى أقل يمكن للحكومة دعم الثقافة والفنون والإبداع من خلال تخصيص إدارات مهمة بالمواضيع الثقافية والفنية والإبداعية وتقوم بتنشيط الإبداع وتخصيص المسابقات في كل مجال من مجالات الإبداع ويمكن

للحكومة تخصيص الاعتمادات الخاصة بدعم الأنشطة الثقافية والفنية والإبداعية للأفراد في محيط سيادتها والإعلان عنها وتسهيل طلبات الحصول عليها لكي يستطيع المبدعون استثمارها لما فيه صالح مسيرتهم الإبداعية والدولة ككل.²⁵³ وتعمل بعض الدول على تشكيل لجان وقتية أو دائمة، محلية أو وطنية لصالح شأن ثقافي أو إبداعي ملح وتعتبر تلك اللجان فرصا جيدة للمبدعين للمشاركة في الشأن الثقافي أو الإبداعي الملح، وعلى مستوى أكثر تخصصا يمكن للحكومة تخصيص صناديق وطنية تعمل على دعم المبدعين في مجال الإنتاج الأدبي والسينمائي والمسرحي وغيره من صنوف الإبداع وتعزز من المبادرات الإبداعية الفردية والمجتمعية والمؤسسية والصناديق التي تهتم بالصناعات الإبداعية والإبداعية في الدولة والعمل على تنمية البنية التحتية التي تضمن للمبدعين العمل بسهولة ويسر على إبداعاتهم كبناء المراكز الوطنية للسينما ونوادي المسرح والقصة

²⁵³ <https://yemennetwork.academy/login/index.php>



والرواية ودعمها وتفعيل أنشطتها لصالح المبدعين في كل مكان في الدولة سواء في العواصم أو في المدن غير الرئيسية أو في الأرياف^{٢٥٤}. ومن المهم على الحكومة القيام بدورها الإنتاجي في مجال دعم إنتاج المبدعين الأدبية والمسرحية والسينمائية، وشتى الفنون الأدائية أو البصرية أو الأدبية،

وأن تقوم بالإشراف والرقابة على الإبداع والمبدعين ودعم المهرجانات الثقافية والإبداعية المختلفة ويمكن للدولة العمل على تنمية البنية التحتية التعليمية في مجالات الإبداع من خلال صنع المعاهد المتخصصة في مجالات الإبداع والفنون المطلوبة وتخصيص مساقات دراسية عليها في تلك المجالات في الجامعات الوطنية أو إرسال المبدعين إلى الخارج على نفقة الحكومة لإكمال دراستهم في مجالاتهم الإبداعية في دول معروفة بها ومتطورة فيها.^{٢٥٥} ويمكن للحكومة أن تكون عبر وزاراتها ومراكزها وصناديقها ومجالسها العليا داعمة أساسية للإبداع في الدولة وفي كافة المجالات الثقافية والعلمية، ومساندة لكل الباحثين في مجالات الثقافة والفنون، ومبتكري الألعاب التربوية الموجهة إلى الطفل، بالإضافة إلى الموضوعات الفنية الحوارية والإبداعية مثل الأدب والشعر والفنون التشكيلية والمسرح والسينما والتشريع والعلوم الاجتماعية، كما يمكنها العمل في الجانب التراثي على حماية

²⁵⁴ <https://fa.gov.sa/ar/Services/ExamDetails/efa6040a-f4ae-459b-9e96-af4200c2b9ef>

²⁵⁵ <https://sulfah.com/terms-and-conditions-loan-conditions>



الهوية الوطنية والتراث الشعبي والكنوز التاريخية والفنون الشعبية والآثار بالإضافة إلى دعمها وتحفيزها للتبادل والتفاعل الثقافي بين المبدعين على المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية وأم نحفز مبدعيها على الاحتكاك بإبداعات مختلفة ومغايرة وتشجعهم على التنافس مع التجارب

الدولية الإبداعية، وبالطبع يمكن للحكومة دعم المبدعين من خلال منح التفرغ لهم ليستطيعوا الإبداع بشكل جيد، وتهيئة المناخ المناسب لهذه المواهب للابتكار والإبداع^{٢٥٦}. وإن هناك قائمة طويلة من الإبداعات التي يمكن للحكومة دعمها في محيط سيادتها بحسب تنوع المبدعين ومواهبهم واتجاهاتهم الإبداعية ونسرد منها على سبيل المثال لا الحصر الجرافيك، والنحت، والخزف، والخط العربي، والرسم، والميديا فوتو أرت والتصوير الفوتوغرافي، والرسوم المتحركة، والطباعة. - قسم الآداب: ويشمل الرواية، والشعر، وأدب الأطفال، والمسرح، والنقد الأدبي، والدراسات الأدبية، والسينما، والترجمة، وتمويل المهرجانات ودعم الإنتاج في المسرح والعروض الفنية والسينما والإذاعة



والتلفزيون والصحافة وطبع ونشر الكتب،
وإنتاج وتوزيع الأقراص المدمجة والوسائط
المتعددة الثقافية والتعليمية، والفنون البصرية
والتشكيلية والموضة والتصميم والحرف
اليديوية^{٢٥٧}.

المؤسسات غير الحكومية المحلية والوطنية
الراعية للفنون والثقافة والإبداع

أنشئت مؤسسات المجتمع المدني لتعزيز المصلحة الاجتماعية في المجالات الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية أو الحقوقية، أو الدينية، أو التنموية، أو الثقافية أو الإبداعية، وتعمل بعضها على تمويل المبدعين والمشاريع الإبداعية، وبعضها الآخر على النشر والترويج للإبداعات، وبعضها الآخر على التدريب وبناء القدرات، وأخرى على حماية المبدعين، وبعضها الآخر على مناصرة السياسات العامة أو الثقافية الخاصة بالإبداع ودعمه وحمايته، وبالنسبة للمؤسسات غير حكومية محلية أو الوطنية التي تنشط في دعم وتمويل المشاريع الإبداعية^{٢٥٨}.

ومن المهم لفريق المشروع الإبداعي العمل على تحديدها، ومعرفة الإجراءات اللازمة للتقديم لها، ومواعيد تقديم الطلبات. وهل تطلب رسالة تعريف للكاتب والمشروع الإبداعي، وهل يتعين إرسال الاقتراح الكامل، وهل لديها مواعيد محددة لقبول الطلبات، وهل تراجع الطلبات والمقترحات المقدمة

²⁵⁷ https://www.researchgate.net/publication/325966661_asasyat_tmwyl_alshrkat

²⁵⁸ <https://www.ungeneva.org/ar/engage/civil-society/ngo-list>



لها، وفي أي وقت ويمكن الحصول على تلك المعلومات من خلال البحث عنها، وبناء العلاقة معها، ووضع اقتراح لمشروع قوي يتناسب مع توجهاتها ومعاييرها.^{٢٥٩}

الشركات التجارية

يمكن للقطاع الخاص والشركات المحلية والشركات الكبرى الوطنية والدولية تقديم

الدعم والموارد للمبدعين كأفراد أو فرق أو جماعات أو ضمن مؤسسات ونواد إبداعية خاصة بهم بصفة القطاع الخاص شركاء في ككل والثقافية والإبداعية بشكل خاص، وبالتالي على المشروع الإبداعي الراغب بالدعم العمل على البحث عن الدعم من القطاع الخاص في مجتمعه المحلي والوطني والعمل بجهد لصنع شراكة معهم تتسجم مع معايير وقيمه التي يؤمن بها وصناعة العلاقات على تلك الأسس مع القطاع الخاص والعمل على الاستفادة من الفرص التي يوفرها في دعم الإبداع والمساهمة في تمويل المشاريع الإبداعية لما تمثل هذه المساهمات من تعزيز الصورة العامة للقطاع الخاص ودور في نجاح المشروع الإبداعي.^{٢٦٠}



ومن المهم للمشروع الإبداعي الراغب في التوجه إلى مثل تلك الشركات من القطاع الخاص معرفة هل تقدم حكومته حوافز ضريبية لها لتشجيعها على دعم المجتمعات في محيطها، وما هي أوجه الدعم المتاحة، وهل هناك مخصصات لدعم الإبداع والمبدعين ضمن أوجه الدعم تلك، وما هي

طرق التقديم لها، وكيف يتم التعامل مع القطاع الخاص عند التقديم لطلبات التمويل، وهل يمكن لشركة القطاع الخاص المستهدفة من طلب التمويل دعم المشروع الكاتب بحسب نوعه وخصوصيته أم لا، ومن المهم معرفة هل تعمل شركات القطاع الخاص على دعم التفرغ الإبداعي أو الإنتاج الإبداعي أو الفعاليات الإبداعية، والتقديم لها بحسب تخصصها ورغبتها في دعم كل أو بعض أنشطة المشروع الإبداعي، وما هي الدعاية التي يمكن أن يقدمها الكاتب والمشروع الإبداعي للشركة المانحة وهل تم التعرف على نشاطها ومنتجاتها وحجمها، وهل هي محلية أو وطنية أو إقليمية أو دولية، وسمعتها في المجتمع المحلي، وما هي أساليب الدعم التي تعتمد عليها، وما هي بيانات الاتصال بها، وهل لديها موقع على الإنترنت، وهل تملك مستندات خاصة بتقديم طلبات المنح، وهل هناك إمكانية لصنع علاقات عامة إيجابية مع المسؤولين عليها، وما نهجها في العطاء وتقديم التمويل وما هي خطة المشروع الإبداعي في الترويج للشركة وأهدافها وصورتها في المجتمع، وهل



تهتم الشركة بالمسئولية الاجتماعية وتلتزم بها، وما هي رؤية الشركة للثقافة والإبداع والمبدعين وأهميتهم وأهمية الإبداع في المجتمع وما هي مساهمة الشركة في قرارات تنفيذ المشروع وأنشطته وهل تشكل المساهمة أو التدخل إيجابيا أو سلبيا على المشروع الإبداعي.^{٢٦١}

الأفراد

يمكن للأفراد أن يشكلوا مصدرا رئيسيا لدعم المشروع الإبداعي سواء من خلال التمويلات الصغيرة من عدد كبير منهم حتى الوصول لكل ما يحتاجه المشروع الإبداعي من أموال أو المشاركة عبر جهود تطوعية تقوم مقام المال في دعم مسيرة المشروع الإبداعي إلى النجاح، ويمكن أن يكون أولئك الأفراد المبدع وعائلته أو جيرانه أو مجتمعه الصغير كقرية أو مجتمعه المحلي في مدينته الصغيرة أو المتابعين والمعجبين بتجربته الإبداعية عبر الإنترنت ويمكن توفير الدعم من الأفراد لصالح المشروع الإبداع العمل على تنظيم قائمة بالأشخاص، ومن ثم تقسيمهم لأشخاص يستطيعون تقديم دعم مالي^{٢٦٢}، وآخرين يستطيعون تقديم دعم عيني، وآخرين يمكنهم تقديم جهودهم التطوعية لصالح المشروع، والاستفادة من خبراتهم أو تخصصاتهم لصالح المشروع الإبداعي وعدم الاستهانة

²⁶¹ https://iti-worldwide.org/pdfs/culture_indicators_ara.pdf

²⁶² <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84>



بأي مساعدة مهما كانت صغيرة فكل مساهمة هي خطوة من خطوات نجاح المشروع بغض النظر عن حجمها أو بساطتها والعمل على دراسة ومعرفة الأفراد وتقسيمهم إلى فئات متخصصة بعضها في تقديم المال وآخرين في تقديم الجهود وفئة ثالثة لتقديم المساعدات العينية ورابعة لتقديم

الحماية والاستمرار في دراسة الأفراد من حوله وتقسيمهم لما هو صالح المشروع الإبداعي^{٢٦٣}.

المجتمع

يجب على المشروع الإبداعي أن يعمل بسهولة للحصول على دعم مجتمعه المحلي سواء بالمال عبر القدرين على الدعم المالي أو بالجهود التطوعية لغير القادرين على الدعم المالي، من خلال استثمار المشروع الإبداعي لشهرته وأهميته وفرادته وتأثيره الإيجابي وتجربته ونزاهته وشفافيته واحترامه في محيط المجتمع وهل يثق به المجتمع، وما مدى فعالية المشروع ومشاركته في قضايا المجتمع الملحة.

المؤسسات الإقليمية^{٢٦٤}

²⁶³ <https://tamweelcom.org/ar/loan/retail>

²⁶⁴ https://on-the-move.org/sites/default/files/funding-guides/OTM_MFG_Arab-Region_AR.pdf



ومن المهم أن يكون أن لدى المشروع قدرة على معرفة مصادر التمويل الإقليمية والدولية للإبداع فهناك الكثير من المؤسسات التي تدعم الإبداع بشتى أنواعه في الإقليم العربي أو على النطاق الدولي وبعضها يمكنه دعم المشاريع الإبداعية ونسرد في السطور التالية بعضا من المانحين الفاعلين

في دعم الثقافة والفنون والآداب والإبداع بشكل عام في المنطقة العربية ومنها مؤسسة عبد المحسن القطان والمورد الثقافي، والصندوق العربي للثقافة والفنون، ومؤسسة التعاون، ومؤسسة الإمارات للنفع الاجتماعي، ومؤسسة الفنون، والجمعية اللبنانية للفنون التشكيلية، ومؤسسة الشارقة للفنون ومؤسسة محمد بن راشد، ومهرجان أبو ظبي السينمائي ومهرجان دبي السينمائي، ومؤسسة الشاشة في بيروت، وعلى صعيد دولي هناك مؤسسة موندريان، ومؤسسة هاينريش بول، ومؤسسات المجتمع المفتوح، ومؤسسة دون، ومؤسسة أنا ليند الأورومتوسطية، وصندوق الأمير كلاوس، والمؤسسة الثقافية الأوروبية، ومؤسسة دروسوس، وصندوق روبرتو شينيتا، ومفوضية الاتحاد الأوروبي، ومؤسسة أندي وار هول، وصندوق بيان فريمان، وصندوق هوبرت بالز، ومؤسسة فكتور بمشوك، ومؤسسة مارك دي منتالبرت، ومؤسسة ألكسندر ريف، والوكالة النرويجية للتعاون التنموي، والصندوق الفنلندي للتبادل الفني، وبرنامج هلسنكي الدولي للإقامات الفنية، والصندوق الفنلندي



للتبادل الفني، والمؤسسة الثقافية الفيدرالية الألمانية، ووزارة الخارجية الفرنسية، ومجلس الفنون بالدنمارك ومؤسسة غولين ك بيان، ومؤسسة مبادرات الفنون، ومؤسسة تيفوس، والمشروع الفرانكفونية الدولية، ومعهد جوته، ومكتب الفن المعاصر، والمركز الدنماركي للثقافة، والوكالة الدولية السويدية للتعاون

التنموي، وأكاديمية أستكهولم للفنون المسرحية، والمجلس الثقافي البريطاني، وميمتا، ومركز الثقافة، والمعهد الفرنسي وغالبا ما تقبل المؤسسات التي تنشط في المنطقة العربية المقترحات المقدمة باللغة العربية بينما تقبل المؤسسات الدولية التي تنشط في المنطقة العربية المقترحات باللغة الإنجليزية كاختيار عالمي وأيضا تقبل المقترحات بلغتها الأم كاللغة الفرنسية أو الهولندية وغيرها.^{٢٦٥} وتنشط تلك المؤسسات في العديد من البرامج والمسابقات كمسابقات الكاتب الشاب والفنان الشاب ودعم الفعاليات والبرامج والتدريب والتطوير المهني والإقامات والمنح الدراسية وبرامج التصوير والتوثيق والتجوال للشباب والمبدعين ودعم إنتاج الأعمال الفنية في الفنون الأدائية ومساعدة الشباب على تطويرها وترويجها وتوثيقها بالإضافة إلى التدريب المتخصص للمبدعين بحسب موهبتهم ودعم مشاريعهم الإبداعية أو بناء قدرات المؤسسات الوطنية التي يعمل معها المبدعين أو يستفيدون من

²⁶⁵ <https://mawred.org/%d8%b4%d8%a8%d9%83%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%88%d8%b1%d8%af/>



أنشطتها بالإضافة إلى دعم إنتاج الأفلام كالأفلام الروائية الطويلة والأفلام الوثائقية والتسجيلية والتجريبية والإنتاج المرئي والمسموع والمشاريع المتخصصة في بناء القدرات في قطاعات الثقافة والفنون وتقديم منح للفنانين في المجال السينمائي أو المسرحي ودعم الفعاليات الثقافية لتستطيع

الاستمرار في تقديم خدماتها الثقافية للمبدعين بالإضافة إلى دعم منتجات الفيديو والإبداع الرقمي والإنتاج لتلك الإبداعات، وهناك مساقات لدعم السفر والإقامة للمبدعين للتعرف على ثقافات وتجارب مغايرة في الوطن العربي وخارجة ويندرج تحته الإنتاج في الأدب كالقصة القصيرة والشعر والرواية والمسرح والفنون البصرية كالرسم والنحت والتصوير الفوتوغرافي والتركيب متعدد الوسائط ودعم البرامج الثقافية والفعاليات الثقافية، ودعم مجالات الفنون الأدائية كالموسيقى والعزف والغناء والتأليف الموسيقي وصناعة الآلات الموسيقية والتربية الموسيقية، وفي الفنون الأدائية الأخرى تشمل الرقص وتصميمه، والتمثيل المسرحي، والإخراج، بالإضافة إلى المجالات التقنية مثل تصميم الإضاءة، والسينوغرافيا، والصوت والمؤثرات الصوتية والبصرية والماكياج والفنون البصرية والأدائية والسينما والأدب والرقص أو السيرك سواء على شكل عروض فنية حية على المسرح أو مسجلة، وتقدم تلك المؤسسات فرصا للتدريب وبناء القدرات في كافة المجالات الثقافية كتوثيق الأعمال



الأدائية ومجالات ذات صلة بتصميم الإضاءة، والسينوغرافيا، والصوت والمؤثرات الصوتية والبصرية وتقدم تمويلات لإنتاجها بما فيها تلك المشاريع سينمائية من كل الأنواع أفلام روائية طويلة ومتوسطة، وتسجيلية، وروائية وفنون الوسائط والفنون الأدائية ودعم الأدب كتفرغ ونشر، وكافة

الأعمال الوثائقية والروائية الطويلة المخصصة للتوزيع السينمائي على المستوى الإنتاجي والتدريبي والدعم المؤسسي ودعم الأدب،^{٢٦٦} والفنون البصرية كالسينما، والموسيقى، والبحوث والتدريب، والنشاطات الإقليمية والفنون الأدائية والعروض الفنية الدولية والمشاركات في المعارض الفنية الدولية ودعم الفضاءات الفنية البديلة وتنشيط الأنشطة الإبداعية للشباب ودعم المشروعات الثقافية وتمويل المعارض وتمويل المؤسسات والشبكات والشراكات الدولية ومنح المشروعات ودعم تجوال العروض الحية ودعم الإنتاج السمعي بصري وتمويل الأفلام الطويلة والأفلام التسجيلية والفنون البصرية والتبادل الثقافي والتنوع الثقافي وتنمية الجهود الذاتية والتطوير المهني والمؤسسية وبناء القدرات للأفراد والفرق والمؤسسات ودعم برامج الثقافة والحوار بين الثقافات المدن والهجرة والتعايش والسلام، ومجالات ترتبط بالتدريب والتمويل في الفنون والعمارة والوسائط والسياسات الثقافية وتدريب

²⁶⁶ <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%86%D9%88%D9%86>



العاملين بالثقافة ودعم المجالات المتعلقة بالفنون الأدائية والموسيقى والفنون البصرية والسينما والأدب والمشاركة الشبابية المجتمعية وبناء الديمقراطية والحوار ونشر الوعي بالتعددية الثقافية والتبادل الشبابي والتدريب والتشبيك وتجاوز العروض الحية في المسرح والرقص والموسيقى والتلفزيون

والراديو والسينما الروائية الطويلة. والأفلام التسجيلية، والعلوم الاجتماعية والمعلومات والمكتبات والإبداع الفني الفردي^{٢٦٧} ودعم البنية التحتية للفنون ودعم الإبداع الاقتصادي والأعمال الجديدة، ودعم الديمقراطية المؤسسية في المؤسسات الفنية والإبداعية من خلال دعم تحسين الهياكل الإدارية والتنظيمية والمهنية وتعزيز التعاون بينها وبين مؤسسات من دول أخرى لتعزيز التعاون بين الثقافات بالإضافة إلى كل تلك الفرص للعمل الإبداعي للكتاب والفنانين التشكيليين والممثلين والشعراء والمسرحيين وكل المبدعين في كل مجال هناك مظلة أكبر وهي الصناعات الإبداعية والاقتصاد



الإبداعي وتعمل من خلالها لجعل الفنون
قادرة على أن تصبح صناعة جيدة للتنمية
والإبداع ككل وتعمل من خلالها على تعزيز
التعاون ما بين الإبداع والاستثمار والإبداع
والتجارة والإبداع^{٢٦٨}.



إن أول ضمانات كتابة مقترح مشروع ابداعي قادر على النجاح في تحفيز المانح على التمويل يأتي عبر قراءة شاملة ومتفهمة ومستوعبة لإعلان طلب المنح المقدم من المانح، ويعد قراءة إعلان طلب المنحة هو الخطوة الأولى والرئيسية لكتابة مقترح أي مشروع ناجح فقراءة اعلان طلب المنحة

كاملا وبشكل متأن لمعرفة أهداف المنحة والمجالات التي تدعمها اضافة إلى محددات المنحة ومتطلبات الجهة المانحة خطوة مهمة للغاية قبل الشروع في كتابة المشروع أو التخطيط له وهناك نقاط مفصلية مهمة يفضل ان يتم التركيز عليها عند قراءة اعلان طلب المنحة لمعرفةا قبل الشروع في تصميم وكتابة المقترح من قبيل^{٢٦٩}:

١. ما هي المواضيع أو المجالات التي تنوي الجهة المانحة تمويلها
٢. هل تتناسب مع رسالة المشروع الإبداعي وأهدافه.
٣. ماهي معايير الأهلية التي لدى المشروع والتي تمكنه من تقديم طلب التمويل؟



٤. ما هو حجم التمويل المتاح الحد

الأدنى والحد الأعلى للتمويل لقيمة

المشروع المقترح؟

٥. هل تم معرفة عدد المنح المتوقعة

إذا تم ذكرها في الإعلان؟

٦. ما هي المدة الزمنية لتنفيذ المشروع

الحد الأدنى والاعلى؟

٧. ما هو التاريخ المتوقع لبدء التنفيذ لغايات التخطيط الصحيح للمشروع والأنشطة؟

٨. ما هي الفئات التي يفترض ان يستهدفها التمويل؟

٩. ما هو النطاق الجغرافي المسموح لتنفيذ المشروع؟

١٠. ما هي المواعيد النهائية: الموعد النهائي؟

١١. ما اسم الشخص أو القسم الذي سيتم ارسال الطلب له والعنوان الذي سيرسل له؟

١٢. ما اسم وعنوان وطريقة الاتصال مع فريق المشروع في حال وجود أي استفسار أو

سؤال؟^{٢٧٠}

١٣. ما هو نوع المنحة التي سيتم تقديمها للمؤسسات؟؟

270 <https://ertikaa.com/2021/09/27/%D9%85%D8%A7-%D8%A3%D9%87%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%86%D8%A7%D8%B5%D8%B1-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%A6%D8%B2-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%8A/>



١٤. ما هو نوع العقد الذي سيتم

توقيعه في حال الحصول على

المنحة؟

١٥. هل التمويل كامل ام جزئي

وهل هناك شرط بوجود مساهمة

ذاتية أو مساهمة من تمويل اخر؟

١. ما هي متطلبات وشروط طلب

تقديم المقترح؟

٢. هل هناك نموذج خاص للتقديم؟

٣. ما هي اللغة التي يقدم فيها الطلب؟

٤. ما هو عدد الصفحات المسموحة للطلب؟

٥. ما هو نوع الخط المطلوب؟

٦. ما هو حجم الخط والفراغات بين الأسطر والهوامش وأي شروط تتعلق بكتابة الطلب؟

٧. ما هي طريقة إرسال الطلب نسخ مطبوعة أم إلكترونية وعبر البريد الإلكتروني أم بالبريد

العادي أو باليد أو غيرها؟^{٢٧١}

²⁷¹ <https://ar.quora.com/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%A3%D9%82%D9%88%D9%85-%D8%A8%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D9%85%D9%82%D8%AA%D8%B1%D8%AD->



٨. كم عدد النسخ المطلوب إرسالها؟

٩. هل يتطلب توقيع الطلب ومن هو

الشخص الذي يجب أن يوقعه؟

١٠. هل الشراكات مطلوبة، وهل

هل هناك أي شروط تتعلق بضرورة

وجود شركاء من أي نوع وما هي

المتطلبات؟

١١. ما هي معايير الشركاء؟

١٢. ما هي الأنشطة غير المسموحة أو التي لا يتم تمويلها في المنحة؟

١٣. ما هي المرفقات المطلوب إرسالها مع المقترح؟

١٤. هل تم الإعلان عن معايير تقييم طلبات المنح؟

١٥. هل يسمح بان يكون المقترح استكمال لمشروع قائم أو تطوير له أم لا؟

١٦. هل هناك شروط تتعلق بالتنفيذ؟

١٧. هل هناك أي شروط تتعلق بإعداد الميزانية وبنودها؟

١٨. هل مقترح المشروع الإبداعي قادر على النجاح في تحفيز المانح على التمويل؟

١٩. ما هي الاحتياجات التي يتصدى لها هذا المشروع؟



٢٠. ما مدى جديتها، وما مدى

الحاجة إليها؟^{٢٧٢}

٢١. من سيستفيد، وكيف؟

٢٢. ما هي النتائج قصيرة المدى

وطويلة المدى؟

٢٣. ما هي الطرق المقترحة

لتحقيق هذه النتائج؟

٢٤. هل هناك مشروعات حالية أو في مرحلة التخطيط صممت لتلبية هذه الاحتياجات؟

٢٥. كيف أن هذا المشروع مختلف؟

٢٦. ما هو الشيء الفريد في المشروع؟

٢٧. كم سيستغرق تنفيذ المشروع، وهل تميزت جدولته زمنية بواقعية؟

٢٨. هل يمكن قياس نتائج المشروع، ومن سيقوم بعملية التقييم؟ وعند أي نقطة؟^{٢٧٣}

٢٩. هل من يقومون بعمل مقترح المشروع مؤهلين لتنفيذه؟

٣٠. هل يجتذب المقترح مزيداً من التمويل الإضافي؟

٣١. ما هي خطط المشروع بعد نهاية التمويل؟

²⁷² <https://sswm.info/ar/sswm-solutions-bop-markets/affordable-wash-services-and-products/financial-marketing-and-sales/project-proposal-writing>

²⁷³

<https://msehr1.tripod.com/management%20of%20innovation%20and%20perfect%20planning.htm>



٣٢. ما هو حجم المبالغ

المطلوبة؟

٣٣. ما هي نوعية التمويل الذي

يطلبه المشروع، وهل المبالغ

واقعية؟

٣٤. هل يتماشى المقترح مع

أهداف الجهة الممولة والموارد

والمحددات الأخرى أم لا؟

٣٥. هل تم معرفة مكونات مقترح المشاريع؟

٣٦. هل تم معرفة على وصف المشاكل التي يعالجها والمشروع؟

٣٧. ما هي منهجيات تحليل المشكلة وإشراك ذوي العلاقة في تحليل المشكلة التي

يعالجها المشروع الإبداعي؟

٣٨. هل تم التعامل مع الإطار المنطقي المشروع وقدرته الممتازة على صياغة الأهداف

وتصميم الأنشطة وتحديد النتائج والمخرجات والخطة الزمنية الخاصة بالمشروع

٣٩. هل تم معرفة طرق تحليل وتقييم مقترح المشروع ومؤشرات القياس الخاصة به؟



٤٠. هل تم معرفة إطار خطة

المتابعة والتقييم في المشروع،

وقدرته على تحديد المخاطر

والافتراضات التي قد تحيط

بالمشروع؟^{٢٧٤}

٤١. هل تم معرفة أهمية أن

تكون هناك أفكار حول مدى قدرة

المشروع على استدامته واستمراريته؟

ومن المهم العمل على كتابة مقترح مشروع إبداعي مميز وفريد وقادر على إقناع المانح على التمويل، والقيام ببعض الأعمال التي يمكنها المساعدة في كتابة مقترح تمويل ناجح من قبيل أن يكتب المقترح شخص يعرف المشروع وتصميمه بشكل جيد بلغة يتقنها وإذا كان هناك حاجة لترجمة المقترح إلى اللغة الإنجليزية يمكن الاستعانة ب مترجم، وأن يكون المقترح مختصر لكن دون التأثير على محتوى المشروع واستخدام لغة بسيطة مباشرة ليكون سهل القراءة اللغة النخبوية غالبا ليست عامل إيجابي والتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية أو أخطاء في القواعد، واستخدام حجم خط مناسب، واستخدام أدوات الترقيم يساعد في تسهيل قراءة المقترح وكذلك تقسيم الفقرات وفصلها، واستخدام العناوين للفقرات وإبرازها يساعد أيضا في تسهيل القراءة، وأن يكون التسلسل واضحا

²⁷⁴ <https://miro.com/ar/templates/project-management/>



ومنطقيا في سرد المشروع وتنظيم المعلومات فيه والالتزام بنماذج المانح وأوراقه، والإجابة على كل الأسئلة المطلوبة فيه، واستخدام أرقام وإحصاءات لدعم أهمية المشروع وإقناع الشخص المسؤول بمعرفة المشروع وقدرته على التنفيذ، لكن في المكان المناسب، ووضع خلفية عن المشروع وقدرته على

التنفيذ لكن باختصار ويفضل التركيز على ما يرتبط بالمشروع المقترح، ولا يفضل الإسهاب في الكتابة، ويفضل الاكتفاء بفقرتين أو ثلاثة في كل عنصر من عناصر المشروع مع أهمه عدم نسيان وضع كل المرفقات المطلوبة من الممول^{٢٧٥}.

وتأتي مرحلة كتابة المشروع والتي تتضمن تدبير التمويل اللازم للتنفيذ المشروع، ومن الضروري أن يكون في هذه المرحلة أن يعمل المشروع على بعض الأعمال التي تضمن نجاحه في الحصول على التمويل، وأولها أن يبدأ مبكرا لكي يكون جاهزا عند فتح باب التقدم بطلبات المنح واستغلال الفترة ما بين الإعلان وتقديم المقترح في تطوير مقترح المشروع وتجميع المرفقات ضمن المقترح، وعمل جدول زمني متضمن تحديد الفريق وإتباع التعليمات، والخطوط الإرشادية، والتعليمات الواردة في إعلان المانح ويجب أن يكون المقترح مختصر، وضمن استمارات محددة، واستخدام اللغة

²⁷⁵ <https://topmanagers-ve.com/2017/12/13/project-writing-step-by-step/>



البسيطة المباشرة وعدم التبسيط أو المبالغة
و جعل مقترح المشروع سهل القراءة والتأكد
من عدم وجود أخطاء مطبعية واستخدم مزيد
من المسافات البيضاء لكسر جمود النص
الطويل لجعله سهل القراءة، واستخدم
العناوين والخرائط والرسومات، وضمان
التنظيم والمعلومات والتوضيح و الترتيب

والحجم والمراجعة والمراجع والحذر عند التعامل مع الموازنة، ومراجعة الخطوط الإرشادية الخاصة
بالجهة الممولة للتأكد من أن المصروفات التي وضعت في الميزانية مسموحا بها، ولا تتعدى قيمة
التمويل المحددة بواسطة الجهة الممولة، وعدم وضع بنودا في الميزانية ليس لها ما يبررها في نص
المقترح ومراجعة الحساب والجداول والحصول على تغذية راجعة من الآخرين، ومراجعة مدى
وضوح المقترح، وإعادة التفكير في المقترح وطريقة عرضه، وضمان المراجعات في مختلف المراحل
لجعل المقترح واضح، والالتزام بالمواعيد المقررة لاستقبال طلبات التمويل التي أعلن عنها المانح.²⁷⁶
وهناك عدد من المراحل التي يتضمنها تصميم وتخطيط وكتابة المشروع وتتضمن كل مرحلة من
هذه المراحل عدد من الخطوات فعلى سبيل المثال تتضمن مرحلة التصميم تطوير فكرة المشروع
والتحقق من احتياجاته وجمع المعلومات الخاصة به وتحديد الاستراتيجيات التي سيتم العمل بها فيه

²⁷⁶ <https://portal365.org/ar/posts/5-elements-to-be-included-in-your-project-proposal-cover>



وتحديد ما هي النتائج المرغوب الوصول إليها والأنشطة التي ستساعد في الوصول إلى تلك النتائج وما هي خطط تنفيذها وما هي الموارد التي تحتاجها وكيف يمكن توفيرها لتأتي بعد تلك المرحلة مرحلة الكتابة والتي يقوم فيها الفريق بكتابة المشروع والحصول على تغذية راجعة بشأن تفاصيله

والوصول إلى مسودة أولية لمقترح المشروع والعمل على تطويرها.²⁷⁷

ويتكون مقترح المشروع في الغالب على عناصر متشابهة مع أي مقترح مشروع آخر وهي:

١. صفحة الغلاف وتتضمن المعلومات الآتية اسم الفريق العامل في المشروع، والعنوان،

والتلفون، والفاكس والبريد الإلكتروني في حالة وجودهما، اسم مسؤول الاتصال.

٢. اسم المشروع، ويسعى اسم إلى أن يختصر فكرة المشروع في جملة واحدة من بضع

كلمات، وكلما كان العنوان قصيرا كلما كان أفضل.

٣. ملخص المشروع وهو ملخص مكثف لتقديم عرض موجز عن المشروع ويتضمن عرض

مكثف للمشكلة التي يعالجها وأهمية المشروع للمستفيدين والحل أو التغيير المقترح

والوسائل التي سيتبعها، وعرضا لمدة المشروع ومكان التنفيذ والمستفيدين إلى جانب خبرة

²⁷⁷ https://drive.uqu.edu.sa/_/physcim/files/Media%20-%20Samar/physics%20website/HowToWriteProposal.pdf



فريق المشروع في نفس المجال
وقدرتها على التنفيذ ويحتوي على
كلفة التنفيذ وقيمة التمويل للمشروع
الإبداعي.

٤. مبررات المشروع وفيها يتم تحليل
المشكلة، وتتضمن تحديدا للمشكلة
وتحليل لها وتقديم الحل المقترح،

وتوضيح لعلاقة المشكلة وأهميتها للفئة المستهدفة وللمجتمع، وعلاقة المشكلة بالمشروع
المقترح من خلال تحديد الحل المقترح من المشروع وأهميته في الاستجابة لاحتياجات
الفئة المستهدفة. كما تتضمن المبررات علاقة المشروع بأولوياته المنفذة واستراتيجيتها في
العمل وعلاقته بأولويات الجهة الممولة ومدى استجابته لطلب إعلان المنحة.^{٢٧٨}

٥. استراتيجية المشروع، وهي وصف في بضع فقرات للمنهجية أو المنهجيات التي سيتبعها
المشروع في معالجة المشكلة وتحقيق الأهداف، وتمثل الاستراتيجية منهجية العمل أو
الإطار الذي ستنفذ فيه الأنشطة بشكل يستهدف جمهورا محددًا في موقع جغرافي محدد،
وتصف علاقة الأنشطة ببعضها وكذلك تصف المخرجات والنتائج الرئيسية التي ستتحقق.

²⁷⁸ <https://www.isdb.org/ar/almnshwrat/nmwdhj-tqdy-mqtrh-mshrw>



٦. الفئة المستهدفة والمستفيدين من المشروع والشركاء، وفيها يتم تحديد للفئة المستهدفة من المشروع وأنشطته ووصف لهم ولدورهم وكيفية استفادتهم من المشروع، وكذلك وصفا للمستفيدين من المشروع بشكل عام.

٧. أنشطة المشروع، وهي المهمات أو الأعمال أو الفعاليات أو الإجراءات يخطط لتنفيذها في سياق المشروع المقترح من أجل تحقيق أو الوصول إلى النتائج المقترحة.

٨. الخطة التنفيذية وهي مخطط يوضح نشاطات المشروع المخطط لها لتحقيق المخرجات والنتائج المتوقعة ويحدد المسؤوليات لكل عضو في فريق المشروع وتحديد الاحتياجات من الموارد البشرية والمادية.^{٢٧٩}

٩. نتائج المشروع والتي قد تكون نتائج مباشرة أو نتائج متوسطة المد أو نتائج بعيدة المدى، وهي عبارة عن مساهمة نتائج المشروع في تحقيق التغيير الذي ينشده المشروع.

²⁷⁹ <https://khamsat.com/writing/company-profile/2449804-%D8%A5%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AF-%D9%85%D9%82%D8%AA%D8%B1%D8%AD-%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-project-proposal-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%BA%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9>

١٠. المخرجات وهي النتائج المباشرة والفعالية من خدمات وأو منتجات التي تتحقق خلال فترة المشروع لصالح المستفيدين.
١١. المخاطر والافتراضات والتحديات والمخاطر المتوقعة والتي تعد خارج نطاق سيطرة المشروع لكنها يمكن ان تعيق أو تؤثر على تنفيذ أنشطة المشروع أو تحقيق المخرجات وأو الأهداف المخطط لها.
١٢. الاستدامة، وهو يتضمن تصورا حول فرص استمرارية نتائج وأنشطة المشروع المقترح في الفترة التي تلي انتهاء المشروع، وهي حول ما الذي يساعد على استمرارية المشروع، وما هي طرق الاستمرارية وما هي الاجراءات التي ستقوم بها المشروع لتعزيز الاستمرارية، والتي تضمن تحقيق تغيير أو أثر على المدى الطويل.^{٢٨٠}
١٣. خطة المتابعة، وتعني المتابعة والتسجيل المنتظم والتحليل الدوري للبيانات والمدخلات لمعرفة ما إذا كانت الأنشطة تسير وفقا للخطة المرسومة وفي اتجاه تحقيق الأهداف الموضوعة للبرامج الأنشطة.

²⁸⁰ <https://trainers.illafttrain.co.uk/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D9%85%D9%82%D8%AA%D8%B1%D8%AD%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-course-661-lang-ar>



١٤. خطة التقييم فهو وهو أداة

منهجية تهدف إلى فهم مدى نجاح

المشروع وإلى أي مدى تم تنفيذه

والوصول إلى الأهداف.

١٥. الموازنة وهي خطة تقديرية

للكلف المالية اللازمة لتنفيذ

المشروع المقترح وتتضمن كلف

الموارد البشرية اللازمة والكلف الإدارية وكلف تنفيذ الأنشطة، وتقدم معلومات عن القيمة

الإجمالية للمبلغ المطلوب وفيما إذا كانت ستوفر أي مصادر إضافية للمشروع.

١٦. فريق المشروع وهو يتضمن توضيحاً للأشخاص الأساسيين الذين سيديرون

المشروع من حيث مهماتهم وأدوارهم ويفضل أسماءهم وخبرة كل منهم.

١٧. المرفقات وهي خطاب التغطية المرفق بمقترح المشروع.

١٨. ما هي الأهداف والقضايا العينية للمشروع وهل هي من الأهداف العامة له؟

١٩. من هو الطاقم أو الشخص الذي سيشرف على تطبيق المشروع وما هي خلفيته

ومؤهلاته؟^{٢٨١}

٢٠. كم من الأشخاص سيستفيدون من المشروع؟

²⁸¹ <https://www.slideteam.net/blog/afdal-10-qawalib-muqtarahat-masharie-mae-eayinat-waamthila?lang=Arabic>



٢١. أين يقع المشروع في سلم
الأفضليات قياسا بالمشاريع
الأخرى؟
٢٢. هل تتقاطع أهداف المشروع
مع أهداف المانح؟
٢٣. ماذا سيحدث للمشروع إذا
ما قرر المانح عدم تقديم العون
المطلوب؟
٢٤. هل للمشروع رؤية واضحة وجدول بمواضيع وقضايا تشغيل فيها؟
٢٥. ما هو رصيد المشروع حتى الآن؟
٢٦. ما هو مستوى شراكة المجتمع المتوقع للمشاركة في المشروع؟
٢٧. ما هي النتائج المتوقعة من المشروع وكيف سيتم قياسها؟
٢٨. ما هي فوائد وجدوى المشروع؟
٢٩. لماذا تم اختيار هذا المشروع بالذات؟
٣٠. كيف يتم قياس عملية التقدم في تطبيق المشروع؟
٣١. ما هي العوامل الخارجية التي يمكن أن تؤثر على المشروع، وكيف؟
٣٢. من سيضمن بقاء المنفعة الجماهيرية بعد انتهاء الدعم، وكيف؟



٣٣. لماذا يختلف المشروع عن

مشاريع تعمل في المجال نفسه؟

محتويات خطاب التغطية^{٢٨٢}

من المهم عند كتابة الكاتب لخطاب التغطية

الخاص بالمشروع الإبداعي أن يلتزم بالكتابة

إلى مسؤول الاتصال بالجهة المانحة،

والتأكد من كتابة الاسم والمسمى الوظيفي

بطريقة سليمة، والتوضيح لماذا هذا المشروع وأن احتياجه يتفق مع اهتمامات الجهة الممولة،

وتحديد المشكلة والنتائج المتوقعة، والحلول المقترحة للمشكلة وحدود الوقت، وكيف سيعود المشروع

بالفائدة على محيطه، وما هي طرق التقييم، ومن سيدير عملية التقييم، وكيف ستتم عملية التقرير،

وما هي الموازنة الإجمالية للمشروع، وما هو المطلوب من الجهة الممولة، وتأكيد الاستعداد للإجابة

على أية استفسارات، وعرض مقترحات مع اختتام خطاب التغطية بالشكر للمانع على صرف

الوقت في قراءة مقترح الكاتب فقرات المشروع الإبداعي مع أهمية خصية ذكر بيانات عن الشخص

المسؤول عن الاتصال بخصوص المقترح، كالعنوان والفاكس والمسمى الوظيفي.

محتويات الملخص^{٢٨٣}

²⁸² <https://www.for9a.com/learn/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%83%D8%AA%D8%A8-%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%BA%D8%B7%D9%8A%D8%A9-Cover-Letter>

²⁸³ <https://bakkah.com/ar/knowledge-center/%D9%85%D9%84%D8%AE%D8%B5-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9>



يجب التعامل مع الملخص على أنه يلخص مقترح المشروع، ولا يجب التعامل معه كمقدمة للمقترح، ويجب أن يرسم ملخص المشروع صورة للمقترح في عقل القارئ، ويضع له الإطار الذي يمثل الإطار المرجعي لبقية المشروع، وأن يكون ملخص المشروع عبارة عن كبسولة، وأن يتضمن

الملخص: الاحتياج المشكلة، والأهداف، والأنشطة، والأساليب المستخدمة، والمخرجات المتوقعة، والفترة الزمنية، وتقييم المشروع، وخطة الاستمرارية، وتكلفة المشروع، والحصة المطلوبة من الجهة الممولة، وكيف سيكون تأثير المشروع، ويتميز بالوضوح والاختصار والصياغة والتركيز والتفصيل.

محتويات مقترح المشروع.²⁸⁴

يمكن تقييم جودة مقترح المشروع من خلال معرفة هل هو محكم فيما لا يزيد عن نصف صفحة، وهل يحدد المشروع تفصيلاته بوضوح، وهل يوضح ماذا يريد الكاتب أن يفعل، وهل تم التعريف بالكاتب والمشروع والقضية والفئة المستهدفة، والأهداف العامة والمحددة، والاستراتيجيات، والتكلفة الإجمالية للمشروع، والتمويل المتوفر بالفعل وكمية التمويل المطلوبة أم لا، ومن المهم للتطوير مقترح المشروع أن تتضمن عملية التطوير التركيز على العناوين - الملاحظات الهامشية. التقديم

²⁸⁴ <https://sswm.info/ar/sswm-solutions-bop-markets/affordable-wash-services-and-products/financial-marketing-and-sales/project-proposal-writing>



للمقاطع- ووضع خط أسفل الكلمات. وكذلك الملخصات والملاحق والخرائط والرسومات، ولا تقتصر فقط على المكونات الأساسية المقترح المشروع وأن تكون بنية المقترح واضحة باستخدام العديد من إشارات الطريق المتنوعة لتوجيه القراءة والإشارة إلى النقاط المهمة لمساعدة القارئ على التنبؤ بما

سيأتي، والإشارة إلى ما تم، وأن يتم استخدام المرئيات لتحسين وتوضيح المفاهيم والعلاقات، حيث يمكن أن تساعد الرسومات والأسهم في إظهار تدفق الأفكار، مع أهمية التعامل مع المقاطع الكبيرة ونقسيمها إلى فقرات وعناوين، وضمان أن العناوين الرئيسية والعناوين الفرعية محددة وملائمة ومرتبة وسهلة القراءة والتصفح، وعدم تجاوز الهوامش والالتزام بما تسمح به حدود الصفحة، واستخدام الإشارات المرجعية إلى مناقشات سابقة، والبناء المنطقي للأسباب، والتكرارات المنتقاة للجمل والكلمات الهامة للتأكد من الانتقال السهل بين الأقسام والفقرات وتبسيط الجمل، وعدم الغموض ومعرفة العلاقة بين كل مراحل حياة المشروع، والتحديد بدقة في أي مرحلة أو مراحل يمكن وضع مهمة تصميم المشروع وكتابة المقترح بصفته الوثيقة المكتوبة التي توضح تفاصيل المشروع الذي يتم التخطيط لتنفيذه، والاهتمام بشدة بالترتيب المنطقي لهذه العناصر ضمن مقترح



المشروع لضمان التسلسل في العمل،²⁸⁵ والتركيز على تحديد المشكلة المحورية ووصفها، ودورها في اختيار وتحديد المشروع الإبداعي، والعمل على تصميم منهجيات تحليل المشكلة وإشراك ذوي العلاقة، ومن هم أصحاب العلاقة المصلحة في القضية أو المشكلة التي تم تحديدها، وتحديد

علاقتهم بالقضية أو المشكلة من خلال تحديد تأثيره أو تأثره بها والاهتمام بمفاهيم التشاركية والإدماج، وتحقيق مفهوم الشمولية والمشاركة والتفكير بالتمويل معرفة كيف سيتم الحصول عليه؟ ومن هي الجهات التي سيقدم لها المقترح، ومعرفة ماذا يريد الممول وكيف يفكر، والتعرف على المنحة وشروطها ومعاييرها، وتحديد أهم نقاط يجب التركيز عليها عند قراءة أي إعلان طلب منحة، ومن ثم البدء بكتابة مقترح المشروع الإبداعي والعمل على صياغة الإطار المنطقي وتصميم المشروع وبناء شجرة الأهداف وشجرة المشاكل وصياغة الأهداف المباشرة وتحديد النتائج والمخرجات وتصميم الأنشطة وتصميم الخطة الزمنية الخاصة بالمشروع الإبداعي وأن تحتوي اقتراحات مشاريع كل المعلومات الضرورية لدراسة المشروع الإبداعي من قبيل المانح وضمان تسلسل المشروع، وجودة السرد، واللغة، والترتيب، والمصطلحات المهنية، والأهداف، والتوجه و من

²⁸⁵<https://www.scribd.com/document/502306600/%D9%86%D9%85%D9%88%D8%B0%D8%AC-%D9%85%D9%82%D8%AA%D8%B1%D8%AD-%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-2>



سيستفيد ومتى وضمان أن يحتوي المقترح على كفاءات فريق المشروع و تاريخه والتأكد من وجود العلاقات والمصداقية، والمكانة، والبنية التنظيمية، والإنجازات السابقة، والعلاقات العامة، والخبرة في التقارير والتقييم والتنفيذ ومقومات الاستدامة والاستفادة والتخطيط و الميزانية المطلوبة²⁸⁶

و مصادر الدعم الإضافية وخطة الاتصال وتوفر الإجابات المهنية والموضوعية والانسجام والثقة والأمانة والخبرة وتحقيق الاهداف والاحترام والجدوى والتطوير والتطور والفريق والشركاء ووجود تخطيط جذري وواقعي ومشروع يعالج قضية في مستويات عدة وإمكانية للتأثير الواسع أو الشامل على المجتمع أو جمهور الهدف واعتراف جماهيري وسمعة باعثة على الثقة ووجود العلاقات الجيدة والتعامل المتشدد مع التعليمات المكتوبة للجهة المانحة والانفتاح على زيارات غير متوقعة وإثبات المعرفة في طرح الموضوع والشفافية في الأداء ووجود توجه متجدد واستدامة ورؤيا وتقييم منهجي ومنطقي.

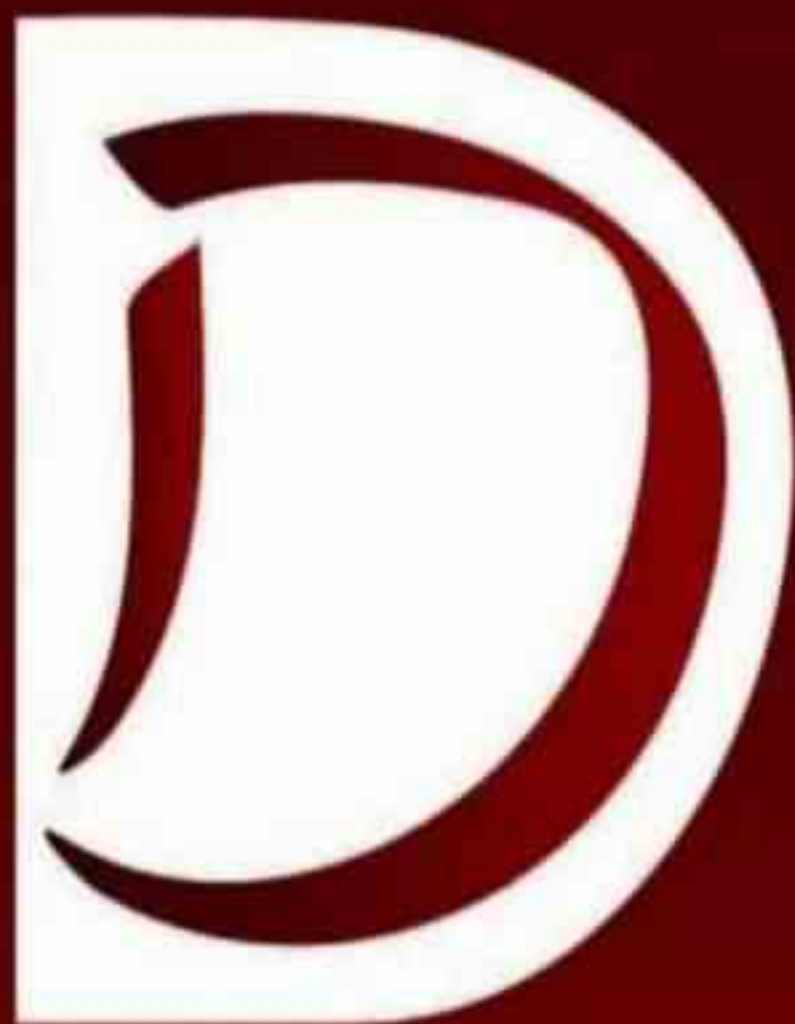
²⁸⁶ https://www.business-in-a-box.com/docs/ab/23.09.24/01/?q=project-proposal&a=project-proposal&s=google&c=world3&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwr9m3BhDHARIsANut04bfuQ8ZonSXaCFzNRaOPKutZvHBilXKQ16tKWniVRXglX3FN9nE2jQaAiODEALw_wcB

ومن المشاكل التي قد تحيط بمقترح المشروع^{٢٨٧} كتابة ما لا يقنع المانحون وعدم المعرفة بالمانح وأهدافه وتوصيف غير مقنع لأساليب العمل والاستراتيجيات المخططة والبطء والمماطلة والتعامل غير المهني مع شروط المانح وغياب المثابرة وغياب الاستقامة وعدم التدقيق لدى حساب الميزانية ومحاولة التغطية على طلب دعم شيء من خلال محاولة مفتعلة للإقناع وتجاهل التعليمات لصياغة طلب الدعم. والنميمة بشأن مشاريع أخرى والتقليل من أهميتها^{٢٨٨}

²⁸⁷ <https://www.annalindhoundation.org/sites/default/files/members/2023c.v%20%D8%AC%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9%20%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%B1.pdf>

²⁸⁸ <https://hrdiscussion.com/hr106848.html>





DAMANAT

100% حقوق و حريات و تنمية