



Layihə Avropa İttifaqı tərəfindən
maliyyələşdirilir



alman
əməkdaşlığı
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI
TƏHSİL NAZIRLIYI
PEŞƏ TƏHSİLİ ÜZRƏ
DÖVLƏT AGENTLIYI



TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI

Implemented by

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Almaniya Beynəlxalq Əməkdaşlıq Cəmiyyəti (GİZ)

Şirkətin oturma yeri
Bonn və Eşborn (Eschborn)
Qəbələ, İsmayılı və Qax rayonlarının kənd təsərrüfatı və turizm sahələrində Dual Peşə Təhsili və
Təlimi pilotların yaradılması (EDVET) layihəsi
Qış Parkı Plaza
Rəsul Rza küçəsi 75, 201-ci ofis
Tel. +994 (12) 599 91 20-25
Fax. +994 (12) 599 91 26
Email info@giz.de
<https://www.giz.de/en/worldwide/367.html>

Çap edilib
Fevral 2019

Müəllif
Bağirova Səbinə

Məzmun və dizayn
Quliyev Elmir
T. +994 51 829 68 10
guliyevproduction@gmail.com

Bu dərgi Avropa İttifaqının (EU) maliyyə yardımı ilə hazırlanmışdır. Sənədin məzmununa görə Seft Consulting məsuliyyət daşıyır və burada ifadə olunan fikirlər heç bir halda Avropa İttifaqının rəsmi mövqeyi kimi qəbul edilə bilməz.

“Qəbələ, İsmayılı və Qax rayonlarının kənd təsərrüfatı və turizm sahələrində dual peşə təhsili və təlimi pilotların yaradılması (EDVET) layihəsi“ Avropa İttifaqı (EU) və Almaniya Federal İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Nazirliyinin (BMZ) maliyyə dəstəyi ilə Almaniya Beynəlxalq Əməkdaşlıq Cəmiyyətinin (GİZ) “Cənubi Qafqazda özəl sektorun inkişafı və peşə təhsili və təlimi regional proqramı” (PSD TVET) tərəfindən həyata keçirilir.

Açıqlama: Hazırkı dərginin məzmununa və orada ifadə olunmuş fikirlərə görə EU, BMZ və GİZ məsuliyyət daşımır.

Qeyd 1: Bu kurikulumun hazırlanmasında müvafiq peşə standartından istifadə edilmişdir.
Qeyd 2: Dərgidə istifadə olunan şəkillər açıq mənbələrdən götürülüb.

MÜNDƏRİCAT

<u>Giriş</u>	5
<u>“Tədbir təşkilatçısı ” modul spesifikasiyası</u>	6
<u>Təlim nəticəsi 1: Tədbir təşkilatçısı, tədbir və mərasimləri təşkili qaydalarını bilir</u>	7
<u>1.1.1. Tədbir təşkilatçısı, tədbir və mərasimləri müəyyənləşdirir</u>	7
<u>1.2.1. Tədbir təşkilatçısı, tədbir və mərasimlərin konsepsiyasını müəyyənləşdirir</u>	8
<u>1.3.1. Tədbir təşkilatçısı tədbirin mövzusunun müəyyən edir</u>	10
<u>1.4. Tələbələr üçün fəaliyyətlər</u>	11
<u>1.5. Qiymətləndirmə</u>	13
<u>Təlim nəticəsi 2: Tədbir təşkilatçısı tədbir məkanlarının müəyyənləşdirilməsini bacarır</u>	14
<u>2.1.1. Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin keçiriləcəyi məkanları müəyyən edir</u>	14
<u>2.2.1. Tədbir təşkilatçısı iştirakçıların yerləşdirilməsi nümunələrini hazırlayır</u>	14
<u>2.3.1. Tədbir təşkilatçısı yerləşmə məkanlarının bron edilməsini həyata keçirir</u>	20
<u>2.4. Tələbələr üçün fəaliyyətlər</u>	22
<u>2.5. Qiymətləndirmə</u>	23
<u>Təlim nəticəsi 3. Tədbir təşkilatçısı tədbirin logistikasını və iş planını hazırlamağı bacarır</u>	24
<u>3.1.1. Tədbir təşkilatçısı tədbirin koordinasiyası və logistikasının təşkilini həyata keçirir</u>	24
<u>3.2.1. Tədbir təşkilatçısı iş bölgüsü, işin icrası vaxtı və tempinə nəzarət edir</u>	25
<u>3.3.1. Tədbir təşkilatçısı təchizatçıları seçərək işçi heyətinə təchizatçıları təsnifləşdirməyin qaydasını izah edir</u>	26
<u>3.4. Tələbələr üçün fəaliyyətlər</u>	27
<u>3.5. Qiymətləndirmə</u>	28
<u>Təlim nəticəsi 4. Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin maliyyə idarəetməsini bacarır</u>	29
<u>4.1.1. Tədbir təşkilatçısı gəlirlər və xərcləri müəyyənləşdirir</u>	29
<u>4.2.1. Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin zamanı xərclərin optimallaşdırılmasına nəzarət edir</u>	30
<u>4.3.1. Tədbir təşkilatçısı bazar dəyərləri əsasında göstərdiyi xidmətlər üzrə qiymətləri təyin edir</u>	32
<u>4.4. Tələbələr üçün fəaliyyətlər</u>	35
<u>4.5. Qiymətləndirmə</u>	36
<u>Ədəbiyyat</u>	37

GİRİŞ

Müasir dövrdə tədbirlər və mərasimlərin təşkili xüsusi peşəkarlıq tələb edən fəaliyyət növü hesab edildiyindən onun tədrisi artmaqda olan bazar tələbləri şəraitində vacib faktorlardan birinə çevrilmişdir. Tədris vəsaitində təşkilatçıya aid ən mühüm funksiyalar qiymətləndirilmişdir. Tədbir təşkilatçısı yaradıcılıq, sahibkarlıq, idarəedici keyfiyyətlərini özündə birləşdirməlidir.

Bütün dünyada bu sahənin sürətli inkişafı dövlət və özəl investisiya şirkətlərinin marağını cəlb etməkdədir. Ənənəvi olaraq kütləvi tədbirlər eyni növ prosedurların tətbiq edilməsi ilə müəyyən edilmiş şəxslər üçün həyata keçirildirsə, bazar şəraitinin yaxşılaşması, texnologiyanın tətbiqi bu sahədə həm təşkilatçıların, həm də müştərilərin böyük miqyasda cəlb edilməsinə səbəb olmuşdur. Demək olar ki, müxtəlif ölkələrdə tədbirlər öz adət-ənənələrinə uyğun olaraq inkişaf etsə də, qloballaşan dünya şərtləri hər hansı ölkəyə xas olan tədbirin digər ölkələrə də yayılmasına şərait yaratmışdır.

Tədbirlərin təşkili sahəsi marketing alətlərinin tətbiqi sahəsində o qədər geniş vüsət almışdır ki, artıq gəliri olan hər bir insan öz və ailə üzvlərinin həyatındakı hansısa xüsusi günləri məhz təşkilatlanmış formada keçirməyin labüd olduğunu düşünür. Bunun üçün də peşəkar tədbir təşkilatçısı agentliklərinə müraciət edilməsinə ehtiyac yaranır. Həmçinin, şirkətlərin korporativ tədbirlərini keçirərkən əvvəlki tədbirlərdən daha yaxşı olmasına meyllənmələri bu iş üçün çəkiləcək xərclərini də artırır.

Tədbir təşkilatçısı keçiriləcək tədbirləri konsepsiya üzrə planlaşdırmadan başlayır. Sifarişçilərinin tələblərinin müəyyənləşdirilməsi və onlara uyğun ssenarilərin təklif edilməsi, tədbir keçiriləcək məkanların seçilməsi, təchizatçılar və işçi heyətinin müəyyənləşdirilməsi vəzifələri təşkilatçının bilik və bacarıqlarında əks olunmalı xüsusiyyətlərdir.

Tədbir təşkilatçısı kommersiya məqsədli tədbirlər zamanı sahibkarlıq bacarıqlarını ortaya qoyaraq mümkün qədər daha az xərc çəkməklə daha çox gəlir əldə edilməsinə istiqamətlənməlidir.

“TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI” MODULUNUN SPESİFİKASIYASI

Modulun adı: Tədbir təşkilatçısı

Modulun kodu: -

Saatlar və kredit: -

Modulun ümumi məqsədi: Bu modulun tədrisi tamamlandıqdan sonra tələbə əsas növ tədbir və mərasimlərin təşkili qaydalarını bilir, təşkilatçı kimi tədbir və mərasimlərin peşəkar idarədilməsini bacarır.

Təlim nəticəsi 1: Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimləri təşkili qaydalarını bilir.

Qiymətləndirmə meyarları

1. Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimləri müəyyənləşdirir.
2. Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin konsepsiyasını müəyyənləşdirir.
3. Tədbir təşkilatçısı tədbirin mövzusunı müəyyən edir.

Təlim nəticəsi 2: Tədbir təşkilatçısı tədbir məkanlarının müəyyənləşdirilməsini bacarır.

Qiymətləndirmə meyarları

1. Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin keçiriləcəyi məkanları müəyyən edir.
2. Tədbir təşkilatçısı iştirakçıların yerləşdirilməsi nümunələrini hazırlayır.
3. Tədbir təşkilatçısı yerləşmə məkanlarının bron edilməsini həyata keçirir.

Təlim nəticəsi 3: Tədbir təşkilatçısı tədbirin logistikasını və iş planını hazırlamağı bacarır.

Qiymətləndirmə meyarları

1. Tədbir təşkilatçısı tədbirin koordinasiyası və logistikasının təşkilini həyata keçirir.
2. Tədbir təşkilatçısı iş bölgüsü, işin icrası vaxtı və tempinə nəzarət edir.
3. Tədbir təşkilatçısı təchizatçıları seçərək işçi heyətinə təchizatçıları təsnifləşdirməyin qaydasını izah edir.

Təlim nəticəsi 4: Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin maliyyə idarəetməsini bacarır.

Qiymətləndirmə meyarları

1. Tədbir təşkilatçısı gəlirlər və xərcləri müəyyənləşdirir.
2. Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin zamanı xərclərin optimallaşdırılmasına nəzarət edir.
3. Tədbir təşkilatçısı bazar dəyərləri əsasında göstərdiyi xidmətlər üzrə qiymətləri təyin edir.

1.1.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI TƏDBİR VƏ MƏRASİMLƏRİ MÜƏYYƏNLƏŞDİRİR

TƏDBİR NƏDİR

Tədbir gündəlik həyatdan fərqlənən, müxtəlif rituallar və mərasimlərin təşkili vasitəsilə müxtəlif tələbatları özündə birləşdirən hadisələrin qeyd edildiyi unikal zaman kəsiyidir. Tədbir insan fəaliyyətinin bir növü olub müxtəlif insanların məhdud zaman ərzində görüşləri və qarşılıqlı əlaqələrindən ibarət müəyyən məqsədlərin həyata keçirilməsi üçün təşkil edilir.

Artıq 15 ildən artıqdır ki, dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində bu sahədə “tədbir təşkilatçısı” sözü olaraq “event manager”, “event management” sözlərindən istifadə edilir. İvent (ingiliscə “event” - hadisə) - emosional-əyləncəvi xarakterli olub müxtəlif süjet xətlərindən istifadə edilərək və xüsusi yaradıcılıq həlləri, işıq effektləri, kompyuter qrafikasının və başqa vasitələrin tətbiqi ilə həyata keçirilir.



Tədbir təşkilatçısı kimdir.

Tədbir təşkilatçısı müxtəlif şirkətlər, qruplar və fərdi şəxslərin maraqları əsasında müxtəlif məqsədli tədbirlərin hazırlanması və həyata keçirilməsini peşəkar formada yerinə yetirən şəxsdir.

Tədbir təşkilatçılığı korporativ və kommersiya məqsədli ola bilər. Birinci üzrə ixtisaslaşmış şəxslər şirkətlərə, ikincisi üzrə fəaliyyət göstərənlər isə daha çox fərdi şəxslərə xidmət edirlər.

Adətən, tədbir təşkilatçılarna maddi vəsaiti olub, amma vaxtı olmayan və bu işdə peşəkar bacarıq tətbiq etmək imkanına malik olmayan şəxslər müraciət edirlər.

Hazırkı dövrdə tədbir təşkilatçıları fəaliyyətlərini daha çox ixtisaslaşmış agentliklər formasında həyata keçirirlər.

- Tədbir təşkilatçısının bacarıqları.

Tədbir təşkilatçısı öz işində uğurlu olmaq üçün bir çox istiqamət üzrə bacarıqlara sahib olmalıdır:

- İstənilən müştəri tipi ilə ümumi dil taparaq tədbirin həyata keçirilməsi planını birgə hazırlamaq;
- Ehtiyat olaraq hər zaman korporativ tədbirlər üçün hazır proqram və strategiyalara sahib olmalıdır;
- Optimal şərtlərlə münasib məkan, avadanlıqları, iştirakçıları və s. tapmağı bacarmalıdır;
- Layihənin yerinə yetirilməsinə cəlb edilmiş təchizatçılarla razılaşmalı, müqavilə şərtlərinin yerinə yetirilməsinə nəzarət etməlidir;
- Sifarişçiyə layihənin gedişatı ilə bağlı vaxtında məlumat verməli, əməkdaşlıq müddətində müştərisi ilə yarana biləcək istənilən münaqişələri psixoloji qabiliyyətini tətbiq etməklə həll etməlidir.
- Layihə büdcəsinin ilkin hesablanması aparmalı və onun mərhələlər üzrə icrasına nəzarət etməlidir.

Qeyd edilənlər təşkilatçının bacarmalı olduğu bir qisim keyfiyyətlərdir. Təbii ki, ən vacib tələblər arasında bədii-yaradıcılıq qabiliyyəti, texniki avadanlıqların istifadəsi barədə məlumatlara malik olmaq qeyd edilməlidir.

1.2.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI TƏDBİR VƏ MƏRASİMLƏRİN KONSEPSİYASINI MÜƏYYƏNLƏŞDİRİR

KONSEPSİYA NƏDİR

Konsepsiya - hansısa halın və ya bütöv sistemin əsas nəzər nöqtəsi, nəyinsə izahında rəhbər ideya, elmdə, incəsənətdə, texnikada və digər sahələrdə bir-biri ilə bağlı olan baxışlar sistemi, müxtəlif məsələlərin həlli və izahı formasıdır.

Tədbir və mərasimlərin təşkili ilk növbədə tədbirin ideya və mövzusunun ibarət olan konsepsiyanın hazırlanmasından başlayır. Dünya təcrübəsində müxtəlif ölkələrin artıq ənənəvi olaraq istifadə edilən konsepsiyaları mövcuddur. Konsepsiya hazırlanarkən müştərilərin tələblərinə və şirkətin ümumi fəaliyyət strategiyasına riayət etmək lazımdır. Tədbirin konsepsiyası müştərinin fikirləri əsasında şirkətin yaradıcı komandasının ideyaları sənədləşdirilməsidir. Konsepsiyada tədbirin necə və nə vaxt təşkil ediləcəyi ilə bağlı ana fikirlər yer almalıdır. Konsepsiya özündə:

- 1) Tədbirin məqsəd və vəzifələrini;
- 2) Tədbirin hansı auditoriyaya istiqamətləndiyi;
- 3) Tədbir təşkilatçıları və partnyorlar barədə məlumatları;

4) Tədbirin büdcəsi barədə ümumi məlumatları və digər informasiyaları birləşdirə bilər. İstənilən təşkilatçı əvvəlcə bu tədbiri nə üçün etdiyi, daha doğrusu məqsəd və vəzifələr barədə düşünməlidir. Məqsəd və vəzifələr fərqli anlayışlardır.

Tədbirin məqsədi

Məqsəd - Təşkilatçının təşkil edəcəyi tədbir sonunda hansı nəticəyə gəlmək istədiyini göstərir. Tədbirin məqsədləri tədbirin strategiyası kimi də xarakterizə oluna bilər və uzunmüddətli nəticələrə hesablanır. Məqsəd- bu tədbiri həyata keçirməyimizin səbəbidir.

Tədbirlərin ümumi məqsədlərinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- Loyal tərəfdaşlar hövzəsini formalaşdırmaq;
- Təşkilatçının komandasının bacarıqlarını artırılması;
- Yeni məhsulu barədə innovativ yenilik kimi təqdim etmək və s.

Tədbirin məqsədləri müxtəlif istiqamətli ola bilər:

- Maarifləndirici;
- Marketing yönümlü;
- Satış yönümlü;
- Əyləncəvi;
- İctimai şüura xidmət edən;
- Millətlərarası münasibətlərə istiqamətlənmiş;
- Siyasi nəticələrə hesablanmış
- Ekoloji nəticəvi və s.

Tədbirin vəzifələri

Vəzifələr - tədbirin konkret ölçülə bilən nəticələridir. Vəzifələr lokal (xüsusi) xarakterli olub fəaliyyətin taktiki istiqamətini müəyyən edir. Tədbirin vəzifələrinə misal olaraq:

- Dilerlərin salonlarına gündəlik 200-dən az olmayan ziyarətçi cəlb etmək;
- 10 yeni potensial müştəri qazanmaq;
- Mətbuat konfransında sonra müəyyən saydan az olmayan nəşr əldə etmək;
- Seçicilərin müəyyən faizinin səsini qazanmaq;
- Cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrində hansısa fikirləri formalaşdırmaq və s.

Məqsəd və vəzifələrin formalaşdırılması işə başlamaq üçün əsas məqamlardır. Bu tamamilə

məcburi mərhələdir. Fəaliyyətin bütün digər mərhələlərində də məhz bu uyğunluğa riayət etmək lazımdır.

Tədbirin məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirərkən ilk növbədə diqqət edilməli xüsusiyyət müştərinin brendinin ümumi fəlsəfəsinə və onun mövqeyinə xələl yetirməməkdir. Bunun üçün müəyyən edilmiş və praktiki olaraq təsdiqlənmiş marketing alətlərindən istifadə etmək tədbir təşkilatçısı üçün əhəmiyyət daşıyır.

Tədbir təşkilatçılığına aid bütün tədris vəsaitlərində məqsəd və vəzifələr xüsusi olaraq vurğulanır. Çünki, məhz bu məqamları nəzərdən qaçırmaqla, təşkilatçı tədbirin təşkili ilə bağlı ideyalar zəncirinin qırılması riski ilə qarşılaşa bilər.

1.3.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI TƏDBİRİN MÖVZUSUNU MÜƏYYƏN EDİR

TƏDBİRİN MÖVZUSU VƏ ADI

İstənilən tədbirin konsepsiyası hazırlanarkən onun hansı mövzuda olmasını və necə adlanacağını müəyyənləşdirmək vacib şərtidir. Tədbir mövzuları tədbirin konsepsiyası əsasında auditoriyaya hansı ideyaları verəcəyinizi nəzərdə tutur. Tədbirin mövzusu öz-özlüyündə nə qədər maraqlı olsa da, tədbirin əsas məqsədlərindən kənarlaşmamalıdır.

Tədbirin mövzusu sərbəst ideya və təxəyyüllərin məhsulu olsa da, tədbirin növlərinə uyğun olaraq təsnifləşdirilir.

Tədbirlər işgüzar (biznes), təhsil, əyləncəvi, xeyriyyəçilik, kütləvi, idman və digər xarakterli olduğu üçün hər birinə uyğun olaraq fərqli mövzuları müəyyənləşdirmək təşkilatçının əsas funksiyalarındandır.

Tədbirin mövzuları 2 formada hazırlana bilər:

- Süjet xətti üzrə;
- Tematik tədbirlər.

Süjet xətti üzrə formalaşdırılan tədbir mövzular kifayət qədər qeyri-adi və çətin ola bilər. Bu zaman dəqiq ssenari, əvvəlcədən müəyyənləşdirilmiş rollar və s. olmalıdır. Nəticə etibarilə isə hamı özünü bu tədbir ssenarisi üzrə müəyyən macərə yaşamış, maraqlı bir hadisənin iştirakçısı kimi hiss etməlidir.

Tematik tədbirlər daha çox ənənəvi xarakter daşıyır. Təşkilatçıdan tələb olunan yalnız ideya üzrə mühitin yaradılması və stilin uyğunlaşdırılmasıdır. Ziyarətçilər özlərini başqa bir dünyaya düşmüş kimi hiss edirlər və ətraflarında baş verən bütün əyləncə oyunlarında iştirak edirlər. Bu halda onlar daxili olaraq özlərində obraz (rol) dəyişikliyi hiss etmək məcburiyyəti yaşamırlar.

Tədbir süjet xətti və ya tematik tədbirlər üzrə formalaşsa da, hər iki halda tədbirin uğurlu olması mövzunun ssenariləşdirilməsini tələb edir.

Tədbirin ssenarisi

Tədbirin ssenarisi mövzu üzrə cərəyan edəcək hadisələrin giriş, düyün, kulminasiya və nəticəsinin əvvəlcədən nəzərdə tutulmasıdır. Beynəlxalq tədbir təşkilatçısı şirkətlərində tədbir-ssenaristləri mövcud olur və işin bu hissəsini onlar həyata keçirirlər. Peşəkar tədbir təşkilatçısı isə öz vəzifələrindən başqa bu keyfiyyəti də özündə birləşdirməlidir.

Tədbirin ssenarisi hazırlanarkən də müştəri ilə məsləhətləşmək və müştəriyə tədbirin layihəsinin son təqdimat versiyasını nümayiş etdirmək vacibdir.

Ssenaridə tədbirin hər bir dəyişən anında hansı hadisələrin cərəyan edəcəyi göstərməlidir. Ssenaridə iştirakçılar, qonaqlar, bədii-yaradıcı kollektiv və digər cəlb edilmiş xidmətlər və texniki vasitələr əks olunmalıdır.

Müştəri tədbirin ssenarisi haqqında ümumi olaraq aşağıdakıları bilməlidir:

- Yaradıcı kollektivin təqdimatı (müğənnilər, animatorlar və digər yaradıcı şəxslərin siyahısı)
- Tədbirin zamanlaması (Tədbir zamanı nəzərdə tutulan hadisələr və onların davamiyyəti)
- Aparıcının giriş mətni və qonaqların salamlanması;
- Tədbirlə bağlı bütün detallar və cəlb edilmiş texniki imkanlar.

Adətən ssenarilər 3 əsas tipə ayrılır:

- Ənənəvi ssenari (daha əvvəllər yazılmış və üzərində dəyişiklik edilən);
- Qənaətcil ssenari (qısa və ümumi);
- Fərdi ssenari (yeni konsepsiya üzrə ssenari yazılması).

Bu tədbirlərin hər biri müxtəlif növ hazırlanma çətinliyinə malikdir.

Bütün tədbirlərin üçün vacib məqamlardan biri də onun ssenarisinin rejissorluğudur. Bu adətən ciddi əhəmiyyətli foto və video çəkilişin nəzərdə tutulduğu tədbirlərdə önə çıxır. Bu tədbirlər sırasında toy, nişan, yubiley, təqdimat, korporativ, PR-tədbir kimiləri misal göstərmək olar.

1.4. TƏLƏBƏLƏR ÜÇÜN FƏALİYYƏTLƏR



- Qruplar şəklində ayrılın. Tədbir təşkilatçısının mövzuda qeyd edilən keyfiyyətlərdən başqa daha hansı xüsusiyyətlərə malik olmalı olduğunu və bu xüsusiyyətlərin tədbir təşkilatçısı olaraq

TƏLİM NƏTİCƏSİ 1

hansı növ fəaliyyətdə nə üçün lazım olduğunu əsaslandırın.

- Qruplar şəklində ayrılın və tədbir təşkilatçısı agentliyi olaraq hansı növ tədbirləri təşkil etdiyinizi sadalayın. Hər bir tədbirlə bağlı qısa xülasə verin.
- Tədbir təşkilatçısı olaraq özünüzün hansı yüksək keyfiyyətlərə sahib olduğunuzu sadalayın.
- İştirakçısı olduğunuz və ya barəsində məlumatınız olan hansısa tədbiri və o tədbirin təşkilatçılığındakı gördüyünüz müsbət və mənfi tərəfləri təsvir edin.
- Qruplara ayrılın. Tədris müəssisəmizin nəzərdə tutulmuş tədbirlərini sadalayın.
- Qruplara ayrılın və hər bir qrup olaraq tədbir seçin. Tədbirin konsepsiyasını hazırlayın.
- Tədbirin hansı məqsədlərə və hansı auditoriyaya istiqamətləndiyini müəyyənləşdirin. Bunun üçün yerinə yetirilməli olan vəzifələri sadalayın.
- Dərslərdə qeyd edilmiş tədbirin məqsədlərindən əlavə hansı istiqamətlər ola biləcəyini və bu istiqamətlərin təsviri barədə məlumat hazırlayın.
- Qruplar şəklində ayrılın. 1 qrup sifarişçi olaraq tədbir istəklərini bildirir, digər qruplar tədbir təşkilatçısı olaraq sifarişçinin istəkləri üzrə konsepsiyanı hazırlayır və təqdimatını edir. Sifarişçi qrup hər bir təşkilatçı qrupun təqdimatını qiymətləndirir.
- Qruplara ayrılın və hər bir qrup olaraq tədbir müəyyənləşdirin. Tədbirin adını və mövzunu elan edin.
- Digər qrupun hazırladığı tədbir adı və mövzu üzrə ssenari hazırlayın.
- Digər qrupun hazırladığı ssenari üzrə təqdimat edin.
- Qruplara ayrılın və hər hansı xüsusi (standart təkrarlanmayan) tədbir mövzusu hazırlayın.
- Qruplara ayrılın. Tədris müəssisəmizin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan tədbirləri üçün ssenari hazırlayın və təqdimatını edin.

1.5. QIYMƏTLƏNDİRMƏ

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz:

“Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimləri müəyyənləşdirir.”

“Tədbir təşkilatçısı kimdir və hansı baracıqlara malik olmalıdır”

- Tədbir nədir?
- Hansı növ tədbirlər var?
- Tədbir təşkilatçısı kimdir?
- Tədbir təşkilatçısı hansı formalarda fəaliyyət göstərir?
- Tədbir təşkilatçısı hansı əsas keyfiyyətlərə sahib olmalıdır?

“Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin konsepsiyasını müəyyənləşdirir.”

Konsepsiya nədir və necə hazırlanır.

- Konsepsiya nədir?
- Konsepsiya hazırlanarkən hansı meyarlar müəyyən edilməlidir?
- Tədbirin məqsədləri dedikdə nə nəzərdə tutulur?
- Tədbirin vəzifələri nədir?

“Tədbir təşkilatçısı tədbirin mövzusunı müəyyən edir”

Tədbirin mövzu və ssenarisi necə hazırlanmalıdır?

- Tədbirin mövzusu nədir?
- Tədbirin mövzusu hansı formalarda olmalıdır?
- Tədbirin ssenarisi hazırlanarkən hansı meyarlar nəzərə alınmalıdır?
- Qruplara ayrılın. Qrupunuza musiqi festivalı keçirmək üçün imkanlar verildiyini təsəvvür edin. Yaradıcılıq qabiliyyətinizi işə salaraq hazırlayacağınız ssenari üçün ilkin təqdimatı aşağıdakı suallara bir sözlə cavab verərək hazırlayın:
 - O nəyə bənzəyir?
 - O necə səslənir?
 - Onun qoxusu necədir?
 - O nə hiss etdirir?
 - Onun dadı necədir?

2.1.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI TƏDBİR VƏ MƏRASİMLƏRİN KEÇİRİLƏCƏYİ MƏKANLARI MÜƏYYƏN EDİR

TƏDBİR MƏKANI NECƏ SEÇİLİR

Tədbir təşkilatçısı müştərinin istəyinə əsasən hazırlanmış ssenariyə uyğun olaraq tədbirin keçiriləcəyi məkanı seçir. Tədbirin mövzusunda və növündən asılı olaraq məkanlar qapalı və açıq formada ola bilər. Tədbirin keçiriləcəyi məkanlar aşağıdakılar ola bilər:

- Restoranlar və şadlıq sarayları;
- Konfrans zalları;
- Otel ərazisində tədbir üçün nəzərdə tutulmuş məkanlar;
- Konsert və tədbirlər üçün nəzərdə tutulmuş zallar;
- Şəhər ətrafı bağ evləri;
- Stadionlar və idman zalları;
- Daşına bilən tentlər;
- Açıq hava məkanları;
- Avtosalon və digər şirkətlərin öz məkanları və s.

Məkan seçiminə təsir edən amillər

Tədbir məkanı seçilərkən bir neçə faktorlar nəzərə alınmalıdır:

- Qonaqların sayı;
- Tədbirin keçiriləcəyi gün gözlənilən hava şəraiti;
- Tədbirin məqsədi;
- Tədbirə cəlb ediləcək sponsorlar (Bu məkan onların statusuna uyğun olmalıdır);
- Hədəflənmiş auditoriyanın razı salınması;
- Tədbirin əyləncəvi hissəsinin olması (Tədbir üçün səhnəsi, rəqs üçün meydançası və səs akustikası olan məkan olmalıdır);
- Tədbirdə yemək verilməsi (Tədbirdə keyterinq firmasının xidməti nəzərdə tutularsa, məkanın köməkçi hissəsi olmalıdır. Məkanın böyüklüyü qonaq sayına uyğun stol-stul qoyulmasına və ya fərqli stollarının düzülməsinə imkan verməlidir);
- Məkan hər bir qonaq üçün uyğun lokasiyada yerləşməlidir və s.

2.2.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI İŞTİRAKÇILARIN YERLƏŞDİRİLMƏSİ NÜMUNƏLƏRİNİ HAZIRLAYIR

YERLƏŞDİRMƏ NƏDİR

Yerləşdirmə dedikdə tədbir keçirilən məkanda qonaqların ssenariyə uyğun olaraq qəbul edilib masalar ətrafında əyləşdirilməsi, tədbir zamanı məkanda olmalı olan köməkçi hissələr üçün

yer ayrılması nəzərdə tutulur.

Məkanın doğru seçilməsinin vacib şərtlərindən biri tədbirin ssenarisinə uyğun olaraq nəzərdə tutulmuş ziyarətçi sayının əvvəlcədən dəqiqləşdirilməsidir. Təşkilatçı tədbirə qatılacaq qonaqların yerləşdirilməsi nümunələrini hazırlayır. Hazırlanmış nümunələr üzrə uyğun gələn məkanlar seçilir. Əgər tədbir vaxtı nəzərdə tutulduğundan daha çox ziyarətçi gələcəyi təqdirdə məkanda yaradıla biləcək əlavə imkanlar müəyyənləşdirilir. Tədbir təşkilatçısı ziyarətçilərin sayında nəzərdə tutulandan fərqli halların baş verməsinə hazır olmaq üçün əvvəlcədən bir neçə yerləşdirmə planı hazırlayır. Tədbir zamanı ziyarətçilərin yerləşdirilməsi funksiyasını həyata keçirəcək şəxslər ayrılır və təlimatlandırılır. Tədbir keçiriləcək məkanda VIP qonaqların yerləşdirilməsi üçün yerlərin ayrılması tədbir təşkilatçısının üstünlüklərindəndir.

Yerləşdirmə nümunələri

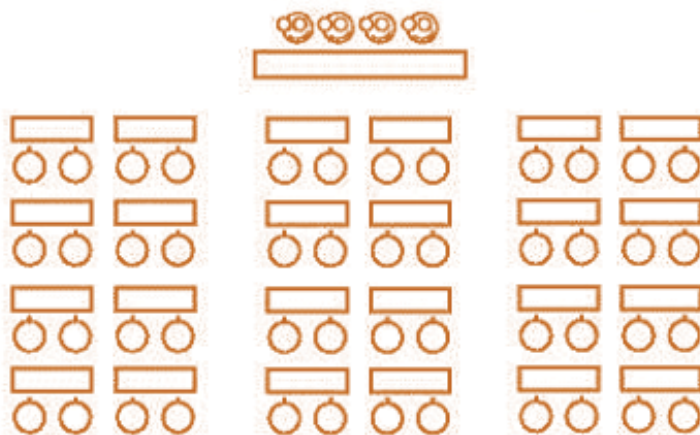
Peşəkar tədbir təşkilatçısı seçilmiş məkanın imkanlarına uyğun olaraq qonaqların yerləşdirilməsini bacarmalıdır. Bunun üçün praktikada qəbul edilmiş yerləşdirmə nümunələrindən istifadə edilməsi təşkilatçının işini asanlaşdırır.

Bəzi yerləşdirmə nümunələrinə baxaq:

1. "Sinif" tipli yerləşdirmə.

Adətən bu yerləşdirmə üsulu konfrans və təhsil tədbirləri üçün əlverişli hesab edilir. Bütün iştirakçılar bir istiqamətə baxırlar və onların qarşısında səhnə (prezidium, tribuna) olur. Həmçinin, qarşılarındakı masada qeyd dəftəri və qələm də qoyula bilər.

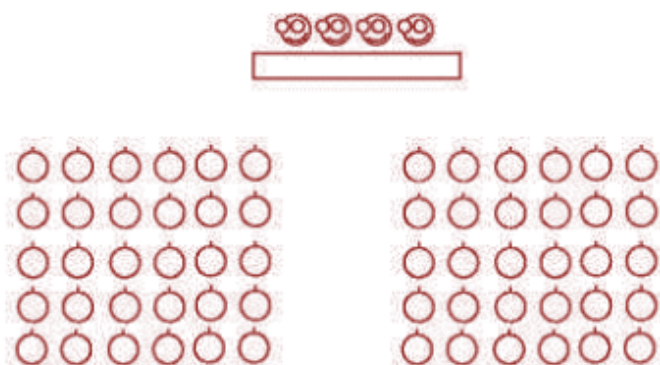
Şəkil 1. "Sinif" tipli yerləşdirmə



2. "Teatr" tipli yerləşdirmə.

Sınıf tipli yerləşdirmə ilə eyni formada olur, lakin iştirakçıların qarşısında masa olmur. Bu tip daha çox insanı yerləşdirməyə imkan verir.

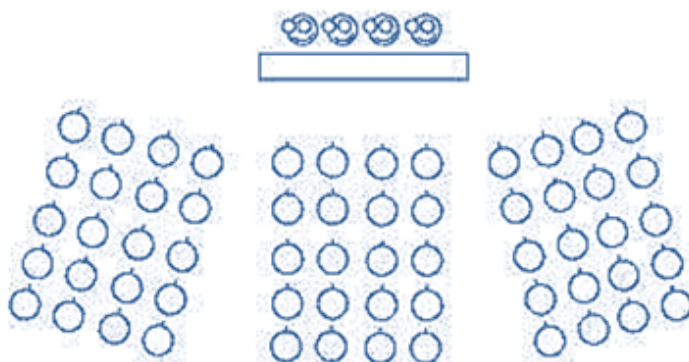
Şəkil 2. "Teatr" tipli yerləşdirmə



3. "Amfiteatr" tipli yerləşdirmə.

Əgər məkanın eni uzunundan daha çoxdursa, o zaman amfiteatr görünüşü yaradıla bilər.

Şəkil 3. "Amfiteatr" tipli yerləşdirmə



4. "Nal" formalı yerləşdirmə.

Bu yerləşdirmə tipi seminarlar, fərdi konsultasiyalar, sual-cavab tipli tədbirlər, qonaqların interaktiv iştirakı nəzərdə tutulan tədbirlər üçün əlverişlidir. Adətən, bu tip yerləşdirmə iştirakçıların sayının az olacağı hallarda tətbiq edilir.

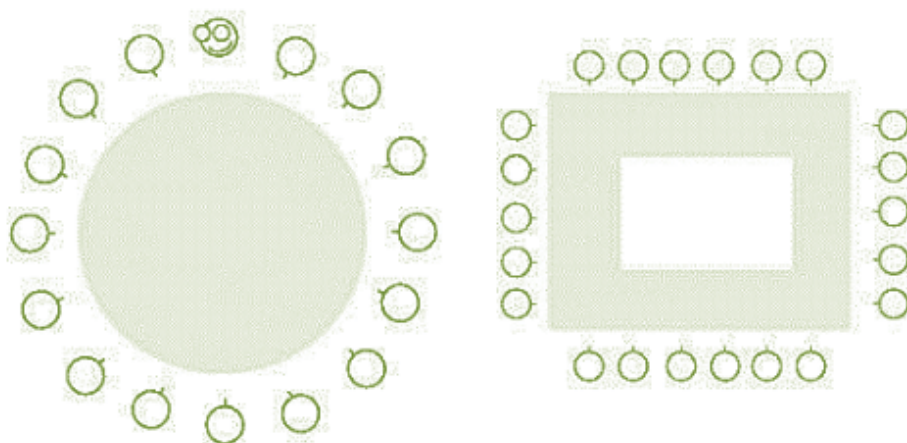
Şəkil 4. "Nal" tipli yerləşdirmə



5. "Dəyirmi masa" tipli yerləşdirmə.

Bu yerləşdirmə forması daha çox demokratik sayılır və adətən, bütün iştirakçıların bərabər hüquqlu iştirakı nəzərdə tutulduğu hallarda tətbiq edilir. Bu forma kral Arturun dövründən günümüzə qədər gəlib və hal-hazırda da ən çox istifadə edilənlərdəndir.

Şəkil 5. "Dəyirmi masa" tipli yerləşdirmə



6. "Danışqlar" masası.

Bu tip yerləşdirmə hər 2 tərəfdən də eyni sayda iştirakçıların daxil olduğu qruplar arasında bərabərhüquqlu görüş və danışqlar üçün ideal variantdır.

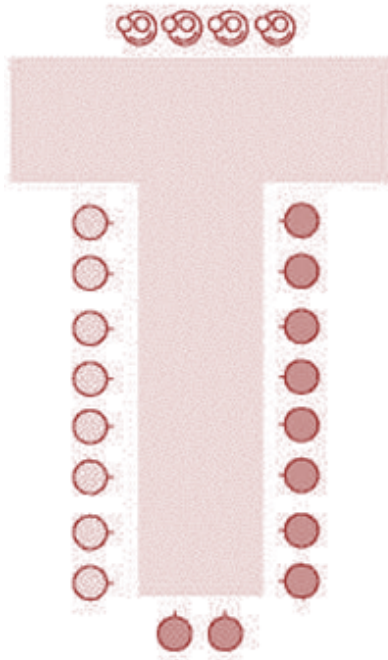
Şəkil 6. "Danışıqlar" masası



7. "T-formalı" yerləşdirmə.

Görüş zamanı iyerarxiyanı vurğulamaq lazım olduqda bu tip yerləşdirmədən istifadə edilə bilər. Bu zaman masanın baş tərəfində üstünlüyə sahib şəxslər yerləşdirilir.

Şəkil 7. "T-formalı" yerləşdirmə



8. "Banket" tipli yerləşdirmə.

Qonaqların hər birinin masa ətrafında əyləşdirilməsi nəzərdə tutulan tədbirlər zamanı tətbiq edilir. Bu yerləşdirmə formasından adətən ziyafətlər zamanı daha çox istifadə edilir. Dəyirmi

masalar məkan üzrə bərabər məsafələrdə yerləşdirilir və masalar arasında keçid üçün kifayət qədər yer olur. Bu yerləşdirmənin tətbiq edildiyi tədbirlərdə adətən təşkilatçıların nitqi qısa olur, çünki bəzi qonaqlar arxası səhnəyə doğru əyləşmiş olur.

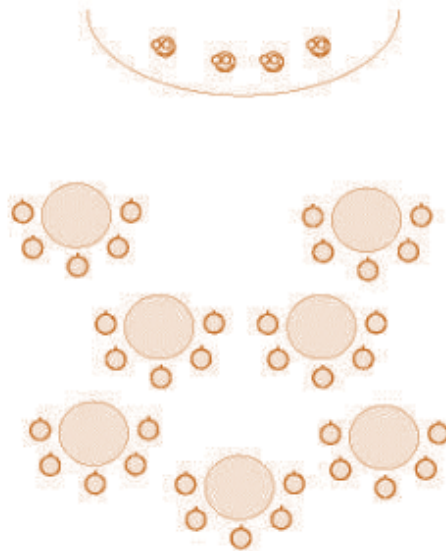
Şəkil 8. "Banket" tipli yerləşdirmə



9. "Kabare" tipli yerləşdirmə.

Əgər tədbir zamanı səhnə varsa və qonaqların səhnəni izləməsi nəzərdə tutulmuşdursa, o zaman masaların səhnəyə olan tərəfinə stullar qoyulmur.

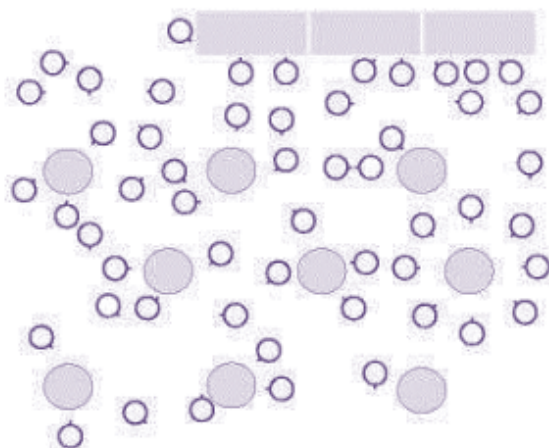
Şəkil 9. "Kabare" tipli yerləşdirmə



10. "Furşet" tipli yerləşdirmə.

Bu tip yerləşdirmə qonaqların əyləşmədiyi, məkan ərazisində rahatlıqla gəzərək bir-biri ilə ünsiyyət quracağı tədbirlər üçün nəzərdə tutulur. Məkanda bir neçə hündür masa yerləşdirilir və üzərində içkilər və yüngül təamlar qoyulur.

Şəkil 10. "Furşet" tipli yerləşdirmə



2.3.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI YERLƏŞMƏ MƏKANLARININ BRON EDİLMƏSİNİ HƏYATA KEÇİRİR

MƏKANIN BRON EDİLMƏSİ

Tədbir təşkilatçısı yerləşdirmə və mövzuya uyğun gələn məkanın bron edilməsini bir neçə formada həyata keçirə bilər:

- Məkanın tədbir müddəti üçün bron edilməsi;
- Məkanın mövsümi və ya uzunmüddətli icarəyə götürülməsi.

Tədbir təşkilatçısı məkan bron edərkən yaxın və uzaq gələcəkdə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan tədbir və mərasimləri nəzərdən keçirir. Bron edilən məkanın gələcəkdə daha hansı tədbir üçün istifadə ediləcəyi ilə bağlı fikir formalaşdırır. Bu ehtiyac yarandıqda təşkilatçı həmin məkanı uzunmüddətli bron etmək barədə razılaşma əldə edir. Bu əməliyyat nəticəsində təşkilatçı həm növbəti tədbir üçün məkan axtarışı ilə bağlı zamana, həm də bron əməliyyatını daha ucuz etməklə xərclərinə qənaət etmiş olur.



Tədbir təşkilatçısı həmçinin, müəyyən məkan sahibləri ilə əvvəlcədən razılaşaraq keçirəcəyi

tədbir üçün bron edilməyə görə əlavə faiz də tələb edə bilər.

Tədbirin keçiriləcəyi məkan bron edilərkən nəzərə alınmalı vacib məqamlar aşağıdakılardır:

- Məkan sahibinin icarə fəaliyyəti üçün lisenziya və icazəsinin olması;
- Obyektdə yanğın təhlükəsizliyi ilə bağlı lazımi imkanların və bununla bağlı olaraq yanğın təhlükəsizliyi sertifikatının mövcud olması;
- Obyekt sahibi ilə bağlanılacaq müqavilədə hər bir müddəanın detallı olaraq incələnməsi və yazılı olaraq qeyd edilməsi;
- Tədbir keçiriləcək məkanın adının və loqosunun tədbirin reklamında istifadə edilməsi. Əgər sizin tədbir həmin məkandan daha böyük prestijə malikdirsə, siz bu vəziyyətdə obyekt sahibindən məkanın adının tədbirin reklamında istifadə edilməsi ilə bağlı reklam xərci tələb edə bilərsiniz.
- Tədbir zamanı obyekt sahibi tərəfindən məkanda nəzarətçi və əlavə kömək olaraq ixtiyarınıza təqdim ediləcək işçi heyətini və onların əməyinin qarşılığının ödənilməsini razılaşdırmaq.

Tədbir məkanının yaradılması

Tədbir təşkilatçısı hazır məkanların bron edilməsindən əlavə olaraq müştərinin istəyinə əsasən özü də məkan yaradılmasını təşkil edə bilər.

Boş bir ərazi seçilir. Ərazi dövlət qurumunun balansında olduqda müvafiq qurumdan icazə alınır. Əgər şəxsi mülkiyyətdə olan ərazidirsə, sahibinə müəyyən ödəniş edilir. Ərazi təmizlənir və ölçmə işləri aparılır. Əgər tədbir qapalı məkanda keçirilməlidir, əraziyə daşına bilən tentlər gətirilir və quraşdırılır. Bu formada keçiriləcək tədbirlərdə təchizatçılar, işçi heyəti, keyterinq xidməti üçün də daha kiçik ölçülü əlavə tentlər quraşdırılır. Bu zaman təşkilatçı diqqət etməlidir ki, köməkçi tentlər tədbirin ümumi görünüşünə xələl gətirməsin və tədbir zamanı iştirakçılara mane olmasın. Buna görə də adətən əsas məkanla köməkçi məkan arasında müəyyən qədər məsafə olmalıdır.



Əgər tədbir açıq havada keçiriləcəksə, ərazidəki mövcud imkanlardan istifadə etməklə tədbir üçün nəzərdə tutulmuş dizaynın tərtibatı həyata keçirilir. Ərazidə olan ağaclar, hasarlar bu iş üçün əlverişli vasitələr sayıla bilər. Həmçinin, tədbirin mövzusunə uyğun olaraq ərazidə daşına bilən hovuz, çiçək kolları yerləşdirilməsi də təmin edilə bilər. Əvvəlki mövzuda qeyd edilmiş yerləşdirmə

tiplərinə uyğun olaraq masalar açıq havada düzülür və ərazinin giriş hissəsində tədbirin adı ilə bağlı lövhə yerləşdirilir.

2.4. TƏLƏBƏLƏR ÜÇÜN FƏALİYYƏTLƏR



- Qruplara ayrılın və hər biriniz 4 növ tədbir məkanı seçin və bu məkanlarda keçiriləcək biləcək maksimum tədbirləri sadalayın.
- Qruplara ayrılın. Hər bir qrup olaraq ayrı-ayrılıqda ən qısa zamanda təhsil kompleksimizin yaxınlığında yerləşən və tədbir məkanı sayıla biləcək bir yerin idarəedicisi ilə görüş keçirin. Məkanı hansısa tədbir üçün bron edəcəyiniz barədə məkan idarəçisini inandırın və ilkin razılıq alın. Daha sonra eyni psixoloji ünsiyyət bacarığınızı tətbiq edərək tədbirin təxirə salındığını məkan idarəçisinə bildirin və anlayışla qarşılmasını təmin edin. Bütün bu prosesi video qeydə alın.
- Qruplara ayrılın. Auditoriya saylarına (10-20; 50-100; 200-500 arası) uyğun olaraq keçiriləcək tədbirlər üçün məkanlar seçin.
- Qruplara ayrılın. Təyinatı birbaşa olaraq keçirəcəyiniz tədbirə uyğun olmayan məkan seçin və bu məkanda tədbirinizi keçirmək üçün edə biləcəyiniz dəyişikliklər üzrə fəaliyyət planı hazırlayın.
- Qruplara ayrılın. Qrup olaraq mövsümə uyğun olaraq keçiriləcək tədbirlər üçün məkan seçimi edin. Digər qrupun seçdiyi məkanda yerləşdirmə nümunəsinin planını hazırlayın.
- Qruplar şəklində ayrı-ayrılıqda toy, ad günü, konfrans, festival, kabare tipli tədbirlər üçün yerləşdirmə planlarını hazırlayın və praktiki olaraq həyata keçirin.
- Əvvəlki fəaliyyətlərdə digər qrupların hazırladığı yerləşdirmə nümunələrini analiz edin və öz mümkün dəyişikliklərinizlə təqdim edin.
- Qruplara ayrılın. Hər bir qrup olaraq “Sinif” tipli yerləşdirmədən hansı tip yerləşdirməyə keçid edə biləcəyinizi yazın və təlimçiyə yazılı bildirin. Daha sonra qeyd etdiyiniz yerləşdirmə tiplərini təlimçinin vaxta nəzarəti altında ən qısa zamanda həyata keçirin.
- Qruplara ayrılın. Qruplara ayrılın. Tədris müəssisəmizin zalında həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan tədbirləri üçün yerləşdirmə nümunəsi hazırlayın və bu formanın daha effektiv olduğunu isbat etməyə çalışın.
- Qruplara ayrılın. Hər bir qrup olaraq fərqli tədbir növü seçin və seçdiyiniz tədbir üçün real nümunələr əsasında məkan bron edilməsi üzrə fəaliyyət planı hazırlayın.

- Hər bir qrup olaraq hazırladığınız fəaliyyət planını praktiki olaraq həyata keçirmək üçün imkanlar müəyyən edin.
- Tədris müəssisəmizin tədris ili boyunca keçirəcəyi tədbirlərin planı üzrə məkan bron edilməsini və ya məkanın yaradılmasını həyata keçirin.
- Tədbir məkanını icarəyə götürmək üçün müqavilə şərtlərini hazırlayın.

2.5. QIYMƏTLƏNDİRMƏ

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz:

“Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin keçiriləcəyi məkanları müəyyən edir”

Tədbir məkanının seçilməsi qaydası.

- Tədbir məkanı necə seçilir?
- Tədbir məkanları hansı formalarda olur?
- Məkanların növlərini sadalayın.
- Tədbir məkanı seçilərkən hansı amillər nəzərə alınmalıdır?

“Tədbir təşkilatçısı iştirakçıların yerləşdirilməsi nümunələrini hazırlayır”.

- Tədbir məkanlarının yerləşdirmə tipləri hansılardır?
- Ad günü tədbirlərinə uyğun yerləşdirmə tiplərini sadalayın.
- Yerləşdirmə zamanı hansı amillər nəzərə alınmalıdır?
- Yerləşdirmə tiplərini əyləncəvi və qeyri-əyləncəvi tədbirlər üzrə qruplaşdırın.

“Tədbir təşkilatçısı yerləşmə məkanlarının bron edilməsini həyata keçirir.”

- Tədbir məkanı bron edilərkən hansı xüsusiyyətlər nəzərə alınmalıdır?
- Tədbir məkanları hansı formalarda bron edilə bilər?
- Tədbir məkanının yaradılması dedikdə nə nəzərdə tutulur?
- Məkanın bron edilməsi və ya yaradılması zamanı hansı hüquqi amillər nəzərə alınmalıdır?

3.1.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI TƏDBİRİN KOORDİNASİYASI VƏ LOGİSTİKASININ TƏŞKİLİNİ HƏYATA KEÇİRİR

TƏDBİRİN KOORDİNASİYASI

Tədbirin layihəsi hazır olduqdan sonra əsas vacib vəzifələrdən biri tədbirin təşkilinin praktiki hissəsidir. İstənilən tədbirin uğurlu olması üçün onun bütün elementlərinin bir-birilə bağlı şəkildə və ardıcılığı qorunaraq fəaliyyət göstərməyi labüddür. Bütün bunlar tədbirin koordinasiyasının əhəmiyyətini vurğulayır.

Təşkilatçı tədbirin koordinasiyasını ya özü həyata keçirir, ya da bu işi peşəkar şəkildə yerinə yetirən koordinator dəvət edir. Adətən koordinatorların işinə aşağıdakılar aid edilir:

- Qonaqların və iştirakçıların məkana gəlişinin təmin edilməsi;
- Qonaqların və iştirakçıların qarşılınması, yerləşdirilməsi;
- Ssenariyə riayət edilməsinə nəzarət;
- Yemək və içkilərin vaxtında verilməsinə nəzarət;
- Tədbir zamanı baş verə biləcək bütün problemlərin effektiv şəkildə aradan qaldırılması və s.

Koordinasiyanın uğurlu olmağı üçün tədbirdən əvvəl bütün işçi heyətinə son təlimatlar verilir və hər bir işçiyə onun tədbir zamanı yerinə yetirməli olduğu vəzifələri göstərilmiş yazılı qeydlər paylanılır.



Müxtəlif tədbir növləri üzrə koordinatorun vəzifələrinə əlavələr edilə bilər. Məsələn, toy və ad günü tədbirləri zamanı koordinator bəy-gəlinin, ad günü olan şəxsin qarşılınması, məkana daxil olması, ssenari əsasında giriş rəqslərinə başlamaq işarəsinin verilməsi, rəqs heyətinin və musiqiçilərin öz çıxışlarına başlamalarını bildirmələri kimi prosesləri yerinə yetirir.

Konsertlər zamanı adətən koordinator səhnə arxasında olur və çıxış edəcək şəxslərin növbəliliyinə, həmçinin, texniki heyətin işinə nəzarət edir.

Konfrans və seminarlar zamanı koordinator iştirakçıların və çıxış edəcək şəxslərin qarşılınması, yerləşdirilməsi və lazım olan vəsaitlərlə təminatını həyata keçirir. Bu zaman tədbirin moderatoru ilə daimi əlaqədə olur.

Dövlət əhəmiyyətli tədbirlər zamanı koordinatorun məsuliyyəti daha çox olur. Belə tədbirlər müddətində koordinator dövlət rəsmilərinin mühafizəsi ilə texniki vasitələrin köməyi ilə daimi əlaqədə olur və protokola riayət edilməsinə nəzarət edir.

Tədbirin logistikası nədir

Logistika işin optimallaşdırılması, xərclərə və zamana qənaət etmək məqsədilə material, informasiya və insan resurslarının idarə edilməsidir.

Tədbirin logistikası dedikdə, tədbir üçün lazım olan vəsaitlərin və inventarın tədbir keçiriləcək məkana daşınması və tədbir sonunda eyni qayda ilə məkandan geri aparılması, eyni zamanda iştirakçıların və işçi heyətinin nəqliyyat vasitələri gətirilməsinin təmin edilməsidir.

Logistikanı adətən təşkilatçı tərəfindən təyin edilmiş logistika meneceri həyata keçirir.

Logistika menecerinin vəzifələrinə daxildir:

- Tədbir üçün nəzərdə tutulmuş nəqliyyat vasitələrinin növünü və saylarını müəyyənləşdirmək;
 - Tədbir zamanı ölkə xaricindən vəsaitlərin gətirilməsi nəzərdə tutulmuş işlərlə bağlı gömrük rəsmiləşdirilməsini həyata keçirmək;
 - Logistika vasitələrinin icarəsi ilə bağlı optimal mənbələri müəyyən etmək;
 - Məkan və təchizat mənbələri arasındakı yol xəritəsini hazırlamaq;
 - Tabeliyinə təhkim edilmiş sürücülərlə görüşmək və təlimatlandırmaq;
 - Məkan və təchizat mənbələri arasındakı yol xəritəsini hazırlamaq;
 - İnsan və əşyaların daşınması üçün nəqliyyat vasitələrini ayırmaq və daşınma zamanının müəyyən edilməsi;
 - Logistika işləri zamanı əşyaların və insanların təhlükəsizliyinin təmin edilməsidir.
- Logistika meneceri tədbirin koordinatoru və təhlükəzlik üzrə menecer ilə qarşılıqlı fəaliyyət göstərməlidir.

3.2.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI İŞ BÖLGÜSÜ, İŞİN İCRASI VAXTI VƏ TEMPİNƏ NƏZARƏT EDİR İŞ BÖLGÜSÜ

Tədbirin koordinasiya və logistikasının təşkili prosesində təşkilatçı işçi heyəti və təchizatçılar arasında iş bölgüsünü həyata keçirir. Peşəkar təşkilatçılar bu proses zamanı bir neçə nəzarətçi təyin edirlər. Nəzarətçilər tədbirin keçirildiyi məkanda təchizat funksiyası daşıyan mənbələrin fəaliyyət davamlılığına nəzarət edirlər. Məsələn, ssenari üzrə məkanın işıqlandırılmasında dəyişikliklər nəzərdə tutulubsa, mütəmadi olaraq işıqçıya nəzarət olunmalıdır. Tədbir zamanı müxtəlif yemək və içkilər veriləcəksə, keyterinq şirkətinin məkana vaxtında gəlməsi, qidaların təzə olmasına nəzarət, qulluq edən personal arasında əlaqənin düzgün qurulması kimi amillər nəzərə alınmalıdır.

Qeyd edilənləri nəzərə alaraq tədbirin təşkili zamanı aşağıdakı formada iş bölgüsü müəyyənləşdirmək olar:

- Obyekt rəhbəri. Bu şəxs məkan üzrə bütün texniki işlər və obyektin təhlükəsizliyinə nəzarəti

tənzimləyir.

- Logistika üzrə menecer. Bu funksiyanı həyata keçirən şəxs tədbirə gətirilməsi nəzərdə tutulan şəxslərin avtomobillə təchizatını, müxtəlif avadanlıqların daşınmasını və eləcə də çatışmazlıqların aradan qaldırılması üçün müxtəlif vəzifələri həyata keçirir.
- Qida təchizatı xidməti. Bu xidmət adətən keyterinq şirkətləri tərəfindən həyata keçirilir. Təşkilatçının və müştərinin istəyinə əsasən keyterinq şirkəti məkana hazır yeməklərin gətirilməsini təşkil edir və ya yeməklərin bişirilməsi prosesini tədbir zamanı məkanda həyata keçirir.
- Təhlükəsizlik üzrə menecer. Bu şəxs tədbirdə iştirak edən şəxslərin və ümumilikdə tədbirin təhlükəsizliyinin qorunmasına nəzarət edir. Təhlükəsizliyə nəzarət funksiyasının həyata keçirilməsi üçün adətən tədbir təşkilatçısı peşəkar təhlükəsizlik şirkətlərinin xidmətindən faydalanır. Bu xidmətin işçiləri məkanın girişindən etibarən bütün obyektə və şəxslərə nəzarəti həyata keçirirlər və ilk tibbi yardım qaydalarını bilmələri vacib şərtlərdəndir.
- Səhnə meneceri. Səhnə meneceri tədbirin musiqili və əyləncəvi hissəsinə nəzarət edir. Tədbir zamanı muğicilərin, animatorların və aparıcıların tələb olunan imkanlarla təchizatını təşkil edir. Eyni zamanda ziyarətçilərin tədbirdən zövq alması üçün musiqiçilərin proqrama riayət etməsinə nəzarət edir.

Ssenaridə nəzərdə tutulduğu halların yerinə yetirilməsi və eləcə də, gözlənilməz hadisələrə dərhal reaksiya verə bilmək üçün tədbir təşkilatçısı məkan ətrafında bir neçə ehtiyat sürücü saxlamalıdır.

Məkanın texniki təchizatını həyata keçirmiş şirkətdən ən az 1 nəfər tədbir zamanı baş verə biləcək nasazlıqların aradan qaldırılması üçün hazır olmalıdır.

Tədbir zamanı işçi heyəti və eləcə də təchizatı həyata keçirən əməkdaşların xüsusi fərqləndirici nişanlara (bəciklərə) sahib olması üstünlük hesab oluna bilər.

Kütləvi tədbirlər zamanı tədbir təşkilatçısı məkan yaxınlığında tibbi yardım və yanğınsöndürmə briqadalarının hazır vəziyyətdə gözlənməsini təşkil edə bilər.

3.3.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI TƏCHİZATÇILARI SEÇƏRƏK İŞÇİ HEYƏTİNƏ TƏCHİZATÇILARI TƏSNİFLƏŞDİRMƏYİN QAYDASINI İZAH EDİR

TƏDBİR TƏCHİZATÇISININ VƏZİFƏLƏRİ

Təşkilatçı sifariş olaraq götürdüyü tədbirlərin təşkili üçün təchizatçıları müəyyənləşdirir. Təchizatçılar tədbirlər üçün tələb olunan maddi-texniki bazaya olan tələbə əsasən seçilir. Bu zaman daimi olaraq bütün tədbirlər zamanı istifadə oluna biləcək məhsul və xidmətləri təklif edən təchizatçılarla uzunmüddətli müqavilələr bağlanır. Hər bir tədbir üçün fərqli məhsullar tələb

olunduğu halda həmin an üçün bazarda bu təklifi ən sərfəli və ən keyfiyyətli verə bilən şirkətlər partnyorluğa cəlb edilir. Tədbirlərin miqyası böyük, təchizatçıların imkanları məhdud olduqda, təşkilatçı təchizatçı qarşısında göstərilən müddət üçün yalnız onun tədbirlərinə xidmət göstərmək öhdəliyi qoya bilər. Bu razılaşma baş verə biləcək hər hansı çatışmazlığın təchizatçı tərəfindən vaxtında aradan qaldırılmasına əminlik yaradır.

Təchizatçıların seçilməsi

Tədbir təşkilatçısı mütəmadi olaraq öz komandasındakı şəxslərin peşə bilik və bacarıqlarının artırılması istiqamətində dəstək göstərir. Müxtəlif növ tədbirlərin təşkili zamanı fərqli material-texniki imkanları tələb olduğundan, təşkilatçı bu tələbatları təchizatçılar vasitəsilə təmin edir. Böyük miqyaslı işlər zamanı təşkilatçı işçi heyəti arasında təchizatçı seçimi vəzifələrini də bölür. Müəyyən edilmiş işçilər nəzarəti onlara tapşırılmış təchizatçının göstərdiyi xidmətə cavabdehlik daşıyır. Bu növ məsuliyyət bölgüsü işçi heyəti arasında həm rəqabət mühitini, həm də onların motivasiyasını artırır.



3.4. TƏLƏBƏLƏR ÜÇÜN FƏALİYYƏTLƏR

- Hər bir tələbə tədbir təşkili zamanı nəzərə alınmalı ən vacib amili yazaraq sinif lövhəsinə yapışdırın.
- Qruplar şəklində ayrılın və tələbələr tərəfindən təklif edilmiş amillərdən ən uyğun hesab etdiklərinizi seçin və açıqlamasını hazırlayın.
- Qruplara ayrılın. Hər bir qrup olaraq seçdiyiniz tədbirin koordinasiya planını hazırlayın və təqdim edin.
- Qruplar şəklində seçdiyiniz tədbirin logistika planını hazırlayın, bu planın həyata keçirilməsi üçün kənardan cəlb etməli olduğunuz imkanları və mütəxəssisləri müəyyənləşdirin.
- Qruplara ayrılın. Seçdiyiniz tədbir üzrə iş bölgüsünü qrup üzvləriniz arasında həyata keçirin və hər üzvün vəzifəsini müəyyən edin.
- Qruplara ayrılın. İstənilən tədbir seçin və onun hansı növ təchizatını həyata keçirəcəyinizlə bağlı təchizatçı kimi təqdimat hazırlayın.
- Tədris müəssisəmizdə həyata keçiriləcək tədbirlər üçün tələbə və müəllim heyəti arasında iş bölgüsü təklifinizi hazırlayın.
- Tədris müəssisəmizdə həyata keçiriləcək tədbirlər üçün tələbə və müəllim heyəti ilə

onlara təklif etdiyiniz vəzifə bölgüsü barədə danışıqlar aparın və nəticələr barədə ümumi təqdimat hazırlayın.

- Qruplara ayrılın. Maksimal olaraq təchizatçı cəlb etməklə tədbirin planını hazırlayın. Real nümunələr əsasında cəlb edəcəyiniz təchizatçıların adlarını qeyd edin.
- Qruplar şəklində ayrılmaqla əvvəlki fəaliyyət planı zamanı müəyyənləşdirdiyiniz təchizatçıları daha minimal imkanlar çərçivəsində əvəzləməklə həmin tədbir üzrə yeni plan hazırlayın.
- Qruplar şəklində ayrılın. 1 qrup təşkilatçı, digər qruplar təchizatçı olacaq. Təşkilatçı qrup keçirəcəyi tədbir üçün təchizat istəklərini hazırlayır, digər qruplar həmin istəklərə əsasən öz təchizat imkanlarının təqdimatını hazırlayır.
- Tədris müəssisəmizin keçirəcəyi tədbirlər üçün cəlb edilməli olan təchizatçıları müəyyənləşdirin, onlardan uyğun təkliflər alın və təqdim edin.

3.5. QIYMƏTLƏNDİRMƏ

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz:

“Tədbir təşkilatçısı tədbirin koordinasiyası və logistikasının təşkilini həyata keçirir”

- Tədbirin koordinasiyası nədir?
- Tədbirin koordinasiyası zamanı hansı amillər nəzərə alınmalıdır?
- Tədbirin logistikası nədir?
- Logistika menecerinin vəzifələri hansılardır?

“Tədbir təşkilatçısı iş bölgüsü, işin icrası vaxtı və tempinə nəzarət edir.”

- Tədbir zamanı iş bölgüsünü vacib edən amillər hansılardır?
- Tədbirin iş bölgüsü zamanı hansı vəzifələr müəyyən edilə bilər?
- Səhnə menecerinin vəzifələri nələrdir?
- Təhlükəsizlik üzrə menecerin vəzifələri hansılardır?

“Tədbir təşkilatçısı təchizatçıları seçir və işçi heyətinə təchizatçıları təsnifləşdirməyin qaydasını izah edir.”

- Tədbir təchizatçısı kimdir?
- Təchizatçıların vəzifələrini sadalayın.
- Təchizatçının cəlb edilmə formaları hansılardır?

4.1.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI GƏLİRLƏR VƏ XƏRCLƏRİ MÜƏYYƏNLƏŞDİRİR

TƏDBİR TƏCHİZATÇISININ VƏZİFƏLƏRİ

Tədbir təşkilatçısının fəaliyyəti bəzi xeyriyyə məqsədli tədbirlər istisna olmaqla kommersiya məqsədi daşımaqdadır. Bu səbəbdən təşkilatçı sahibkarlıq bacarıqlarına sahib olmalı və öz fəaliyyətinin bütün gəlir və xərclərini müəyyən etməyi bacarmalıdır.

Tədbir və mərasimlərin təşkili zamanı əldə edilə biləcək gəlirlər aşağıdakı kimi təsnifləşdirilə bilər:

Qeydiyyat üçün ödənişlər. Bu növ gəlirlər əsas kateqoriyalardan biri hesab edilir. İştirakçılar tədbirdə iştirak edə bilmək üçün ödəniş edirlər.

Tədbir üçün biletlərin satışı. Bu gəlirlər qeydiyyat ödənişlərinin bir növüdür, amma əsasən sərgi və konsert tipli kütləvi tədbirlər zamanı tətbiq edilir. Münasib olaraq, adətən tədbir biletləri bahalı olmur. Bundan başqa, sizin müştəriləriniz şirkətlər deyil, əsasən fiziki şəxslər olur. Bu gəlirlərin maliyyə xüsusiyyəti ondadır ki, biletlər əksəriyyət hallarda tədbirə giriş zamanı alınır. Başqa sözlə, tədbir başlayana qədər nə qədər müştərinizin olacağını bilmirsiniz və böyük qeyri-müəyyənlik vəziyyətində fəaliyyətinizi davam etdirirsiniz.

Sponsor dəstəyi. Sponsorlar maliyyə, texniki və informasiya dəstəyi üzrə təsnifləşdirilir. Onların köməyi ən geniş yayılmış gəlir növlərindən biridir.

Eyni zamanda, sponsorların mövcudluğu sizi məcbur edir ki, sponsorlar qarşısında götürdüyünüz öhdəliklərlə bağlı müəyyən xərclər edəsiniz.

Texniki sponsorlar tərəfindən təqdim olunan endirimlər də müəyyən növ gəlir hesab edilə bilər. Belə ki, qənaət edilmiş vəsait qazanılmış vəsait deməkdir.

Reklam gəlirləri. Sizin tədbiriniz başqa şirkətlər üçün maraqlı reklam məkanı ola bilər və siz bu imkanı gəlirə çevirə bilərsiniz. Sizin tədbirin forması və xüsusiyyətindən asılı olaraq stend qoyulması, reklam broşürlərinin paylanması, müxtəlif vasitələr üzərində reklam verən şirkətin loqosunun yerləşdirilməsi kimi fəaliyyətlər həyata keçirilə bilər.

Tədbir sahəsinin icarəyə verilməsi. Bu gəlir də tədbir təşkilatçıları üçün klassik növlərdən hesab edilir.

Komissiya gəlirləri. Siz müəyyən şərtlər daxilində hansı növ mükafatlar alacağınızı əvvəlcədən müqavilə ilə razılaşdırma bilərsiniz. Məsələn, əgər Sizin şirkət korporativ tədbirlər üzrə ixtisaslaşıbsa, siz məkan sahibi (otel və restoran), keyterinq şirkəti ilə əvvəlcədən müəyyən faiz bonus razılaşdırması edə bilərsiniz. Hal-hazırda kifayət qədər çox otel, konfrans məkanları və restoranlar bu növ komissiya ilə fəaliyyət göstərirlər.

Digər gəlir imkanı sizin tədbir zamanı reklam edilən müştərinin satış etməsidir. Sizin tədbirinizə qatılacaq müştərilərin həmin şirkətdən sifariş verməsi halında da müəyyən faiz tələb

edə bilərsiniz. Adətən, bu halların baş verməsinə nəzarət etmək çox çətin olsa da, qarşılıqlı inam olan şirkətlərlə bu işdən də gəlir əldə edə bilərsiniz.

Həmçinin, kənar şirkət sizin tədbir zamanı öz məhsul və xidmətlərinin birbaşa satışını həyata keçirirsə, bu növ əməkdaşlığı burada da tətbiq edə bilərsiniz.

Barter razılaşmaları. Qənaət edilmiş pul qazanılmış pul deməkdir.

Texniki sponsorla qarşılıqlı münasibətləri də bir növ barter sövdələşməsi hesab etmək olar. Belə ki, texniki sponsor sizin tədbirin təşkili ilə bağlı müəyyən işlər qarşılığında öz şirkətini reklamını həyata keçirir.

Qrantlar, dotasiyalar. Tez-tez sifarişçisi dövlət qurumu və ya ictimai təşkilat olan tədbirlər təşkil etməli olacaqsınız. Adətən bu növ tədbirlərin maliyyə mənbələri grantlar və dotasiyalar hesabına formalaşır.

Digər gəlirlər. Yuxarıda qeyd edilənlərdən başqa da gəlir növləri mövcuddur. Onların necə əldə edilməsi isə sizin sahibkarlıq qabiliyyətinizdən, təxəyyülünüzdən və qanunların verdiyi imkanlardan asılıdır.

Tədbirin xərcləri

Tədbirin təşkili ilə bağlı xərclər dedikdə, tədbirin ideyasının yaradılmasından başlayaraq tədbirin yekunlaşdırılmasına qədər bütün xərclər nəzərdə tutulur.

Tədbirin təşkili ilə bağlı çəkiləcək xərclərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- Məkan icarəsi və məkanın yaradılması;
- Təchizatçılarla hesablaşmalar;
- İşçi heyətinin fəaliyyəti ilə bağlı ödənişlər. Bura əmək haqqı və dövlət qurumlarına ödənişlər (vergilər, sosial xərclər, sığorta xərcləri) daxildir.
- Mal-material alışı üzrə xərclər;
- Logistika xərcləri;
- Tədbir zamanı köməkçi vəsaitlərin icarəsi üzrə xərclər;
- Ehtiyat fondu. Bu əsasən gözlənilməz xərcləri qarşılamaq üçün təşkilatçı tərəfindən ayrılan müəyyən büdcə hissəsidir.

4.2.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI TƏDBİR VƏ MƏRASİMLƏR ZAMANI XƏRCLƏRİN OPTİMALLAŞDIRILMASINA NƏZARƏT EDİR

BÜDCƏYƏ NƏZARƏT

Tədbirin uğuru dedikdə, müştərinin istəklərinə uyğun tədbirin həyata keçirilməsindən

əlavə, gəlir əldə etmək məqsədinə nail olunması da başa düşülməlidir.

Tədbir təşkilatçısı yüksək gəlir əldə etmək üçün ilk növbədə xərclərini minimallaşdırmağı bacarmalıdır. Bunun üçün bir neçə qaydaya riayət etmək vacibdir: -Büdcənizi aydın və hər bir maddəsi başa düşüləcək şəkildə tərtib edin.

- Realist olun və gözlənilməz xərclərin məbləğini əvvəlcədən reallığa uyğun olaraq büdcənizdə qeyd edin.
- Xərclərinizi ana şirkətin uçot-hesab sistemi ilə inteqrasiya etməyə çalışın.
- Büdcədə hər bir gəlir və xərc maddəsini ayrı-ayrılıqda qeyd edin.
- Büdcənizin mürəkkəbliyi keçirəcəyiniz tədbirin həcminə görə dəyişəcək. Buna görə də, elektron hesablar proqramının köməyi ilə büdcəniz barədə rezume hazırlamağa çalışın.
- Büdcənizdə göstəriləcək gəlir və xərclərin vergi (ƏDV) daxil və ya xaric olduğunu bildirin.
- Gəlir və xərcləriniz zamanı ƏDV-nin nəzərə alınması vacib faktordur. Belə ki, qrantlar üzrə gələn gəlirlərdə ƏDV hesablanmır, sponsorluq üzrə ödənişlərdə isə ƏDV hesablanır. Bu maddədə nəzərdən qaçırılacaq detallar sizin üçün son nəticədə maddi itki ilə nəticələnə bilər.
- Əsas gəlir mənbələrindən olan bilet satışı üzrə proqnozunuzu doğru müəyyənləşdirin. Siz neçə bilet satışı olacağını və hər bilet üzrə gəlirləri hesablayarkən, qruplar şəklində əldə edilən biletlərin endirimli məbləği və ya xüsusi kampaniyalar üzrə satılmış biletlərdən gələcək məbləğin daha az olacağını nəzərə almalısınız.
- Hər zaman öz büdcənizi yazılı qeyd edin və arxivlərdə saxlayın. Bu həm Sizə imkan verəcək ki, uyğun təərəflərə doğru hesabatı təqdim edə bilərsiniz, həm də gələcək tədbirlər zamanı daha optimal büdcə hazırlamağa kömək edəcək.

Xərclərin azaldılması

Tədbir təşkilatçısı xərclərin azaldılması üçün bir neçə təcrübədən keçmiş üsuldan istifadə etməyi bacarmalıdır:

- Tədbirin tərtibatı üçün çəkilən xərclərin azaldılması məqsədilə hər zaman əlverişli variant axtarmalısınız. Belə ki, tədbir keçiriləcək məkanda mövcud olan imkanlardan pulsuz istifadə etməklə müəyyən xərcin qarşısını almış olursunuz. Məsələn, tədbir restoranda keçirilirsə və kütləvi-əyləncəvi xarakterlidirsə, bu zaman məkanda mövcud olan stol və stul örtüklərindən istifadə edə bilərsiniz. Belə tədbirlər zamanı adətən qonaqların diqqəti tədbirin fəal hissəsinə yönəldiyindən tərtibat çox diqqət cəlb etməyəcək.

Tədbir üçün alınacaq materialların daha bir neçə tədbir üçün istifadəsini əvvəlcədən planlaşdırmalısınız. Məsələn, tədbir dəvətnamələrində yalnız şirkətinizin loqotipini yerləşdirin və

üzərində tarix çap etdirməyin. Siz bu tip dəvətnamələri toplu şəkildə aldıqda daha ucuz qiymətlə hesablanır.

- Toplu təchizat xidmətlərindən istifadə etməyə çalışın. Keyterinq xidməti axtararkən qidalanmadan əlavə olaraq stol və oturmaqlar təqdim edən şirkətlə razılaşmağınız Sizi əlavə xərclərdən azad edəcək.

- Pulsuz marketing alətlərindən istifadə edin. Tədbirin reklamı məqsədilə pulsuz reklam edə biləcəyiniz sosial şəbəkələrdən istifadəyə yönəlin. Bu reklam büdcənizi azaltmağa imkan verir. Həmçinin, sosial media vasitəsilə cəlb etdiyiniz iştirakçıların pulsuz olaraq rəylərini də məhz sosial şəbəkə vasitəsilə əldə edəcəksiniz.

- Könüllülərin cəlb edilməsi. Tədbirin müəyyən işlərini könüllü gəncləri cəlb etməklə həyata keçirə bilərsiniz. Qeydiyyat apararı, ofisiant vəzifələrini yerinə yetirmək üçün xüsusi peşəkarlıq tələb olunmayan tədbirlərdə könüllülərdən istifadə etməyiniz məqsədəuyğundur. Adətən, könüllülərin əməyinin ödənilməsi qismində həmin tədbirə pulsuz giriş bileti, şirkətiniz adından sertifikat və ya tələbələr olduqda az məbləğdə pul vəsaitinin verilməsinə razılaşıra bilərsiniz.

- Mövsümlilik. Toy kimi bəzi tədbirlərin keçirilməsi ilə bağlı mövsümlilik amili mövcuddur və buna görə də qeyri-mövsümlər zamanı məkan sahibindən xüsusi endirim tələb edə bilərsiniz. Əgər müştəriniz üçün tarixin əhəmiyyəti yoxdursa, onun toy tədbirini məhz həmin qeyri-mövsüm zamanı keçirməyə inandıra bilərsiniz.

- Elektronlaşma. Çalışın ki, tədbiriniz zamanı kağız üzərində çap üçün çəkilən xərcləri azaldasınız və bunun əvəzində müştərilərə məlumatları elektron vasitələrlə təqdim etməyiniz daha məqsədəuyğundur.

- Bir neçə təchizatçı ilə işləyin. Hər zaman eyni əməliyyatın icrası ilə bağlı bir neçə şirkətlə danışıqlar aparın. Bu onlar arasında Sizi müştəri olaraq qazanmaq üçün rəqabət yaradacaq və hər hansı biri digərinə nisbətən daha ucuz qiymət təklifi edəcək.

Bütün tədbirlər zamanı bazarı araşdırmaqdan və endirim tələb etməkdən çəkinməyin. Bu biznesin bir qaydasıdır.

4.3.1. TƏDBİR TƏŞKİLATÇISI BAZAR DƏYƏRLƏRİ ƏSASINDA GÖSTƏRDİYİ XİDMƏTLƏR ÜZRƏ QİYMƏTLƏRİ TƏYİN EDİR

TƏDBİR TƏŞKİLATÇISININ QİYMƏT STRATEGİYASI

Xidmət üçün qiymətin müəyyən edilməsi tədbir təşkilatçılığı üzrə biznes planın ən vacib elementlərindən biridir.

Qiymətin həddən çox təklif edilməsi zamanı uyğun müştəri kontingentinin tapılmaması,

qiymətin çox aşağı təklif edilməsi müştərilərdə işin keyfiyyəti ilə bağlı şübhələrin yaranması kimi nəticələrə səbəb ola bilər. Yüksək qiymət təyin edirsinizsə və etimadnamələriniz yoxdursa, bu Sizin fırldaqçılıqla məşğul olduğunuz, etimadnamələriniz olaraq çox aşağı qiymət təyin etdikdə isə müştərilər qarşısında çarəsiz vəziyyətdə olduğunuz görüntüsü yaratmış olarsınız.

Adətən, yeni biznesə başlayanlar qiymət müəyyən edərkən yalnız işçilərin əmək haqqı, təchizat və əməliyyat xərcləri və gəlirləri hesablayırlar və bu zaman vergi və sığorta xərclərini nəzərə almırlar. Bu da son nəticədə mənfəətin nəzərdə tutulandan çox az olmasına gətirib çıxarır.

Tədbir təşkilatçısı xidmətləri üçün qiymət təyin edərkən bəzi amilləri nəzərə almalıdır:

1. Müştəri təbəqəniz.

Əgər Siz VIP təbəqəyə xidmət göstərmək üzrə ixtisaslaşmışınızsa, bu zaman qiymətləri yüksək təyin edə bilərsiniz. Çünki, hətta bu müştəri təbəqəsinin bir qismi əslində daha ucuz variant axtarsa da, onlar Sizin təklif edəcəyiniz yüksək qiymətlə razılaşmaq məcburiyyətində qalacaqlar. Bu təbəqədə olan insanlara hər şeyin dəyərliliyi çox vacibdir. VIP və cəmiyyətdə məşhurluğu olan şəxslərin öz aralarındakı varlıq rəqabəti Sizə imkan verir ki, mütəmadi olaraq qiymətləri yüksəldəsiniz.

Əgər Siz aşağı gəlir təbəqəsinə daha çox xidmət göstərirsinizsə, təyin edəcəyiniz qiymətlər cüzi mənfəətli olacaq. Bu təbəqə üzrə bir fərq olacaq ki, Siz daha çox müştəriyə xidmət göstərmək və daha çox gəlirlə yüksək dövrüyyə yarada bilərsiniz. Aşağı qiymətlərlə işlədikdə Siz adətən standart ssenarilərlə işləyirsiniz və bir dizayn-tərtibat dəstini bir neçə tədbir üçün işlətməklə əlavə xərc çəkmirsiniz. Həmçinin, standart tərtibat və təşkilatçılıq etməklə vaxta qənaət etmiş olursunuz.

Əgər Siz həm yüksək, həm aşağı gəlir təbəqəzində olan müştərilərə xidmət göstərmək istəyirsinizsə, bu zaman 2 fərqli şirkət kimi fəaliyyət göstərməyiniz daha məqsədəuyğundur. Çünki, aşağı gəlir təbəqəsi üzrə müştərilərə xidmət göstərməklə, VIP təbəqə qarşısında gözlədiyiniz prestijə sahib olmağınız çətin olacaq. Məhz bu şəkildə Siz 2 fərqli qiymət strategiyası müəyyənləşdirərək bazarda hər zaman müştəri tapmağa nail ola bilərsiniz.

2. Ərazi.

Müştərilərin yaşadığı (yerləşdiyi) ərazilər üzrə də qiymət hər zaman fərqli olur. Eyni gəlir təbəqəsində olan müştərilər üçün təklif edəcəyiniz qiymət onların yaşayış (yerləşmə) yerinə görə fərqlənə bilər. Belə ki, paytaxt və ya biznes mərkəz sayılan şəhərlərdə korporativ tədbirlər üçün qiyməti yüksək təyin etməyiniz heç bir problem yaratmayacaq. Çünki, adətən şirkətlər tərəfindən ödənilən korporativ tədbirlərin xidmət haqqı zamanı fəaliyyət göstərdikləri şəhərdə yüksək dəyərlərin mövcudluğu səbəbindən anlayışla qarşılanır.

3 və ya 4-cü tipli şəhərlərdə yaşayan (yerləşən) müştərilər isə eyni tədbir üçün Sizi daha aşağı qiymət təklif etməyə bir növ “məcbur” edirlər.

3. Xidmət forması.

Tədbir təşkilatçısı xidmətləri üçün qiymət təyin edərkən xidmətin göstərilmə formasını da nəzərə almalıdır:

- Fiks saat hesabı ödəniş. Siz göstərdiyiniz xidmət üçün fəaliyyət müddətiniz hesablanaraq ödəniş təyin edirsiniz. Məsələn, 1 saat üçün 200 AZN. Müştərilər təşkilatçının bu təklifi zamanı neçə saatlıq fəaliyyət olacağını əvvəlcədən bilmək istəyirlər. Bunun üçün tədbir təşkilatçısı tədbirin planlaşdırılması, koordinasiyası və keçirilməsi, tədbir sonrası məkanın azad edilməsi üçün sərf ediləcək zamanı da xidmətin dəyərində daxil etməlidir. Çalışmaq lazımdır ki, bu müddətləri peşəkar şəkildə müəyyən edib müştəri qarşısında əsaslandırma biləsiniz ki, saxtakar təsəvvürü yaratmış olmayasınız.
- Birdəfəlik ödəniş. Müştərinin tələbləri və daha əvvəl qeyd etdiyimiz amillər (müştəri təbəqəsi, ərazi) nəzərə alınmaqla bütün işlər üçün müəyyən qiymət təyin edirsiniz. Adətən, bəzi müştərilər üçün bu hətta dəyərindən baha olsa da, daha rahatdır. Çünki, ödənişi birdəfə edirlər və əlavə heç bir xərc çəkməli olmurlar.
- Tədbir gəlirindən faiz. Əgər tədbir üzrə gəlirlər gözlənilirsə, bu zaman tədbir təşkilatçısı xidmət haqqı olaraq tədbirin gəlirlərindən əldə edəcəyi faizi əvvəlcədən razılaşdırır. Bu zaman tədbir təşkilatçısı bütün yerlərin dolmaq ehtimalını böyük dəqiqliklə hesablmalıdır. Çünki, nəzərdə tutulan gəlir olmadığı halda, tədbir üçün çəkilən xərcin dəyəri qarşılanmamış qala bilər. Belə növ qiymət razılaşması həm müştəri, həm də təşkilatçı sərfəlidir. Çünki, müştəri əmindir ki, tədbir təşkilatçısı özü daha yüksək gəlir əldə etmək üçün bilet satışının düzgün təşkili ilə bağlı daha çox şey göstərəcək. Təşkilatçı isə bilir ki, öz gəliri öz fəaliyyətindən asılıdır. Hətta, əvvəlcədən müəyyənləşdirilmiş məkanın doldurulması faizindən daha çox iştirakçı cəlb etməyi mümkündür.
- Komissiya. Daha əvvəlki mövzularda da qeyd etdiyimiz kimi, təşkilatçı tədbir keçirilən məkan sahibindən, turizm şirkətlərindən, otellərdən öz komissiyasını ala bilər. Bu zaman da təşkilatçı tərəfindən qiymət olaraq faiz müəyyən edilməlidir. Bu tip qiymət strategiyası zamanı təşkilatçı müxtəlif məkanlardan müxtəlif faizlər tələb edə bilər. Gözlənilməli qayda odur ki, məkanlar arasındakı faiz fərqi real səbəblər əsasında olsun. Daha çox müştəri apardığı məkandan daha yüksək faiz tələb edə bilər. Daha az müştəri apardığı məkan sahibi isə daha az faiz verəcək.

Tədbir təşkilatçısının qiymət strategiyasına təsir edən amillər zamana və şəraitə görə hər zaman dəyişə bilər. Dövlət müəssisələri və özəl müştərilər arasında hər zaman qiymətin müəyyənləşdirmə və xidmət haqqının alınması formasında fərq olur. Tədbir təşkilatçısı o dərəcədə öz işinin peşəkarı olmalıdır ki, müştəridə qiymətlə bağlı yaranan sual zamanı müştərini inandıra

bilsin ki, onun üçün təşkil edəcəyi tədbir xüsusi əlavə dəyərlərə sahib olacaq.

4.4. TƏLƏBƏLƏR ÜÇÜN FƏALİYYƏTLƏR



- Qruplar şəklində ayrılın. Təlimçi tərəfindən hər bir qrupa təqdim edilmiş fərqli tədbir üzrə büdcə planınızı hazırlayın və təqdim edin.
- Qruplar şəklində ayrılın. Birinci fəaliyyətdə hazırlamış olduğunuz tədbirə cəlb edə biləcəyiniz əlavə gəlirləri müəyyənləşdirin.
- Qruplar şəklində ayrılın. Tədris müəssisəmizdə həyata keçiriləcək tədbirlər üzrə büdcə planını hazırlayın.
- Tədris müəssisəmizin həyata keçirəcəyi tədbirlərin xərclərini sponsor tipli əlavə gəlirlər cəlb etməklə qarşılamağın mümkünlüyü üzərində işləyin və təqdimatını edin.
- Qruplara ayrılın. Təlimçinin verəcəyi eyni tədbir üzrə hər bir qrup olaraq büdcənizi hazırlayın. Çalışın ki, xərcləriniz digər qrupların xərclərindən daha az olsun.
- Digər qrupun hazırladığı tədbir büdcəsində maksimal gəlir əldə etmək və xərcləri minimallaşdırmaq aspektindən yanaşaraq dəyişikliklər edin.
- Hər bir tələbə ayrı-ayrılıqda tədbir seçsin və tədbir büdcəsi hazırlasın. Daha sonra digər tələbələrin hazırladıkları büdcələrlə tanış olaraq öz büdcəsində uyğun bildikləri dəyişiklikləri etsin.
- Qruplar şəklində ayrılın. Tədris müəssisəmizin keçirəcəyi tədbirin təsdiq edilmiş büdcəsini əldə edin və xərclərin optimallaşdırılması baxımından hansı dəyişiklikləri edə biləcəyinizi müzakirə edin.
- Qruplar şəklində ayrılın. Tədbir növü seçin və eyni növ tədbiri həm yüksək gəlir təbəqəsindən, həm də aşağı gəlir təbəqəsindən olan müştərilər üçün fərqli büdcələrlə hazırlayın.
- Qruplar şəklində ayrılın. Real bazar nümunələri əsasında təyin edilən bir dövr üçün (ay və ya il) təşkilat agentliyi olaraq hansı növ tədbirlər həyata keçirərək nə qədər gəlir əldə edəcəyinizin planını hazırlayın.
- Qruplar şəklində ayrılın və 3 tədbir növü üçün qiymət təklifinizi hazırlayın. Daha sonra sizin tədbir qiymətlərinizin digərlərindən fərqliliyini əsaslandırın.
- Azərbaycanın 5 fərqli regionu üçün bir neçə tədbir növü ilə bağlı qiymət təklifi və xidmətin göstərilmə formasını hazırlayın.

4.5. QIYMƏTLƏNDİRMƏ

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz:

“Tədbir təşkilatçısı gəlirlər və xərcləri müəyyənləşdirir.”

- Tədbirin büdcə planı nədir və necə hazırlanır?
- Tədbir təşkilatçısının əsas gəlirləri hansılardır?
- Tədbir təşkilatçısının digər gəlirləri hansılardır?
- Tədbir təşkilatçısının əsas və əlavə xərcləri hansılardır?

“Tədbir təşkilatçısı tədbir və mərasimlərin zamanı xərclərin optimallaşdırılmasına nəzarət edir.”

- Xərclərin optimallaşdırılması nədir?
- ƏDV hesablanan və hesablanmayan gəlir növləri hansılardır?
- Pulsuz marketing alətləri dedikdə nə nəzərdə tutulur?
- Xərclər zamanı mövsümlilik amili nədir?

“Tədbir təşkilatçısı bazar dəyərləri əsasında göstərdiyi xidmətlər üzrə qiymətləri təyin edir.”

- Qiymət strategiyasına təsir edən amillər hansıdır?
- Ərazi amilini yaradan səbəblər nədir?
- Xidmət haqqı formaları hansılardır?
- Saat hesabı ödənişdə nələr nəzərə alınmalıdır?

- <http://www.plam.ru/bislit>
- <http://www.e-reading.club>
- Velikolepnoye meropriyatiye.
- Texnologiya i praktika
- Event management

