

جامعة دمشق

كلية السياحة



إدارة المعارض والمؤتمرات

المحاضرة (1)

السنة الثانية الجذع المشترك

د. باسم عساف

نظرة عامة حول سياحة المؤتمرات.

أهمية صناعة المؤتمرات.

أهمية سياحة المؤتمرات .

العوامل التي ساعدت على إقامة هذه الصناعة.

الأهمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية لسياحة المؤتمرات.

مقدمة

إن السياحة صناعة حقيقية تنافس بمواردها مختلف أنواع الصناعات.. حيث أنها تسهم بتحقيق إيرادات لا تقل أهمية عن موارد القطاعات الأخرى.. ومن هنا نلاحظ أن الكثير من الدول بدأت تعتمد في دخلها الأساسي على موارد السياحة وتنمية هذا القطاع رغم قلة وندرة المواقع والمناطق السياحية لديها ,ومع التقدم الحضاري والتطور العلمي والتكنولوجي ظهرت أنماط حديثة للسياحة ومن أهمها سياحة المؤتمرات التي تهتم عدداً كبيراً من المثقفين و العلماء والمختصين .

تعتبر سياحة المؤتمرات من أهم أنواع السياحة الثقافية ومن الأنماط السياحية الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين وما هي إلا إخراجاً للتطور الكبير الذي يشهده العالم على كافة الأصعدة ، بالفعل هي صناعة حقيقية تهدف إلى الترغيب في المعرفة و توسيع دائرة المعلومات الثقافية و الحضارية بين مختلف دول العالم.

يحاول المقرر الكشف عن صناعة المؤتمرات , فمن خلال الاطلاع على النجاح والتقدم والنمو الكبير الذي تحرز به بعض الدول العربية ودول العالم في صناعة المؤتمرات , فإن سورية - على الرغم من الجهود التي تبذلها والنجاح المتواضع - لازالت متأخرة في إحراز تقدم وتطور ملحوظ في هذه الصناعة , ربما بسبب البنية التحتية..... أو الموارد البشرية..... أو القوانين المفروضة..... أو ربما بسبب كثير من التحديات غير الظاهرية التي لا بد من اكتشافها ومعالجتها.

أهداف المقرر:

1. التعرف على الجوانب المختلفة لسياحة المؤتمرات.
2. إبراز الأهمية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية لسياحة المؤتمرات.
3. التعرف على الجوانب التقنية الحديثة المستخدمة في المؤتمرات.
4. شرح العملية الكاملة لإقامة مؤتمر.
5. ما هي الخطوات الواجب إتباعها لتطوير هذه الصناعة من خلال الاستنتاجات والتوصيات .

القص من المقرر ومبرراته:

القص من المقرر هو لفت النظر لأهمية صناعة المؤتمرات ودورها الكبير في رفع مستوى الدولة والارتقاء به على كافة الأصعدة والمجالات السياسية والاقتصادية .. عدا عن التقارب والتواصل والانفتاح مع العالم الخارجي وتبادل الثقافات والعلوم والخبرات وكل هذا يصب في مصلحة الدولة.

نظرة عامة حول سياحة المؤتمرات.

نشأت المؤتمرات وتطورها.

لأن الإنسان اجتماعي بطبيعته لا يستطيع الحياة بمفرده ولا بد من وجوده في تجمعات أو أسر أو عشائر، الأمر الذي يحتاج فيه الأفراد إلى مناقشة اهتماماتهم وإجراء مفاوضاتهم نحو حل ما قد يعترضهم من مشاكل، أو لوضع نظم وقواعد جديدة لحياتهم وتجاربهم وأساليب معاشهم، وأيضا لوضع خطط حروبهم أو مفاوضات سلامهم مع جيرانهم بالإضافة إلى حوار الأديان والمناظرات الشعرية فقد كانت الأماكن التي تجمع هؤلاء البشر لهذه المناقشات أو حتى لتنظيم الاحتفالات العشائرية في النظم البدائية مراكز لتجمعهم، ثم مع مرور الزمن تطورت لتصبح مراكز للتجارة ولتبادل المنافع وبعدها أصبحت محورا لتحسين الخدمات المقدمة فيها ومحور هام من المحاور الاقتصادية البدائية.

في أواخر القرن السابع عشر قام مجموعة من رجال الأعمال في ولاية ميتشغان الأمريكية بعمل اجتماع وقاموا بتطوير فكرة هذا الحدث واعترفوا بعد ذلك بإمكانية مساهمة الاجتماعات، وبالفعل تم تطوير هذا المفهوم ليعتبر الخطوة الأولى لعقد مؤتمر فأنشأت مكاتب ودوائر رسمية هدفها جذب الاجتماعات والتنظيمات ليتم استضافتها في مدينة ديترويت الأمريكية.

وكان تنظيم هذه الاجتماعات أو المؤتمرات يدر دخلا جيدا، ثم بدأت العديد من المدن تحذو حذو هذه المدينة واتبعت نفس الأسلوب إلى أن قام الاتحاد الأمريكي للفنادق و الموتيلاات كتنظيم متخصص في ما سمي وقتها صناعة استضافة الجمهور، وفي منتصف القرن العشرين عام 1949 بدأت صناعة المؤتمرات والاجتماعات والمعارض في النمو بصورة كبيرة وأصبحت هذه الصناعة جزءا من صناعة الفنادق.

وقد أنشأت أول هيئة قومية للمؤتمرات في بلجيكا عام 1958 بمبادرة من مصلحة السياحة البلجيكية ثم أنشأت هيئات قومية للاجتماعات والمؤتمرات في كل من فرنسا وانجلترا وسويسرا وذلك على مدى العشر سنوات التالية أي خلال الفترة التي أصبحت فيها ظاهرة المؤتمرات ظاهرة معروفة حيث نشطت حركة إنشاء هيئات قومية للمؤتمرات في السبعينات وشهدت هذه الحقبة ظهور عدد كبير من هيئات المؤتمرات في الدول الأوروبية مثل ألمانيا و الدنمارك وبعض دول آسيا مثل اندونيسيا وسنغافورة.

وقد تم تحقيق تطورات كبيرة في مفهوم التسهيلات المتوفرة في أماكن عقد المؤتمرات الدولية فبعد أن كان المطلوب هو توفير التسهيلات المباشرة المتعلقة بالمؤتمرات من مراكز المؤتمرات وفنادق وأصبح من الممكن الآن عقد المؤتمرات في أماكن الإقامة السياحية التي تتوفر فيها مختلف أنواع التسهيلات وأهمها القاعات المجهزة تجهيزا كاملا وأنواع الاتصالات اللازمة والخدمات الأخرى المساعدة.

أهمية صناعة المؤتمرات.

- 1- زيادة عدد المرافق المنشأة الخاصة بالمؤتمرات.
- 2- زيادة الدخل سواء على مستوى الدولة أو على مستوى الأفراد القائمون بالخدمة.
- 3- زيادة الاستثمارات في المراكز الدائمة للمؤتمرات.
- 4- زيادة حدة المنافسة بين الفنادق لجذب المزيد من المؤتمرات لديها وهذا ينعكس في تقديم كل منهم لأفضل ما لديهم من إمكانيات متطورة.
- 5- الاستمرار في تطوير وتحديث القاعات ومرافق المؤتمرات الأخرى .
- 6- رواج قطاعات أخرى مثل الصحف والمجلات والمطابع الخاصة والعامة.
- 7- سياحة المؤتمرات ذات فائدة كبيرة للمقاصد السياحية خاصة في فترة الموسم غير السياحي وهو غالبا موعدا انعقاد الاجتماعات في أشهر مارس وأبريل ومايو ثم سبتمبر وأكتوبر ونوفمبر بعيدا عن ذروة الموسم الصيفي.
- 8- تعمل على تنشيط السياحة بالنسبة للدول التي تملك مقاصد سياحية معروفة، وتضع الدول التي لا يعرف الكثير عن مقاصدها السياحية على الخريطة السياحية العالمية.

أهمية سياحة المؤتمرات .

إذا كانت صناعة السياحة قد أصبحت عملاق القرن العشرين ذلك لأنها أصبحت صناعة الخدمات الأولى بالعالم ومن الموارد الأساسية لاقتصاديات الكثير من الدول المتقدمة أو النامية، فإن سياحة المؤتمرات هي أحد الأنماط الحديثة من السياحة التي تتميز عن غيرها من الأنماط السياحية التقليدية أو الحديثة ليس فقط بارتفاع معدل العائد الاقتصادي من ورائها نتيجة ارتفاع متوسط إنفاق السائح ولكنها تتميز أيضا باعتبارها اقتصادية وسياسية واجتماعية عديدة , ذلك أنها تؤدي إلى جذب مستويات عالية من السائحين الذين يتميزون بارتفاع مستوى الإنفاق نتيجة تحمل منظماتهم لنفقات المؤتمر وارتفاع المستوى الثقافي لهم حيث يمثلون خير دعاية للدولة في حال نجاحها في تنظيم المؤتمر وإرضاء المشتركين فيه , إلى جانب تأثيرها المباشر على مستويات

الإشغال في الفنادق والقرى السياحية ,بالإضافة إلى الرحلات السياحية المصاحبة للمؤتمر أو بعده.

إن هذه الأهمية المتزايدة للمؤتمرات التي تعبر عنها الإحصائيات - حيث تأتي سياحة المؤتمرات بعد السياحة العلاجية في متوسط إنفاق السائح - دعت الكثير من الدول إلى إنشاء مراكز مستقلة إلى جانب ما تحتويه الفنادق من قاعات متعددة ومجهزة للمؤتمرات.

العوامل التي ساعدت على إقامة هذه الصناعة.

1. زيادة عدد الاتحادات المنظمة للمؤتمرات وكذلك مكاتب تسويق المؤتمرات والتي تعمل على توفير كافة الخدمات اللازمة للمؤتمر والعمل أيضا على تنظيم تلك المؤتمرات.
2. التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات بالأقمار الصناعية.
3. توافر الوسائل السمعية والبصرية التي تساعد على تبادل الأفكار والآراء والتنسيق لعقد المؤتمرات.
4. زيادة الرغبة عند دول العالم في التعاون والتقابل للتواصل والتكامل في المجالات المختلفة.
5. ظهور مراكز متخصصة لإقامة المؤتمرات تضم قاعات مجهزة بأحدث الوسائل السمعية والمرئية.
6. برامج الأمم المتحدة المتعددة مثل مؤتمرات السلام ,مكافحة الإرهاب , حماية المرأة وحقوق الإنسان وحماية البيئة كلها تدعو إلى إقامة المؤتمرات.
7. المساهمة الفعالة للفنادق في تنظيم المؤتمرات وتقديم كافة الخدمات وسبل الراحة للمؤتمرين من إقامة مريحة , ووجبات وقوائم طعام معدة إعداد جيد وكذلك برامج ترفيهية ورحلات سياحية وخلافه.
8. القناعة التي تولدت لدى الدول والقائمين على تنظيم المؤتمرات من الدور الفعال للمؤتمرات في تحقيق الغايات والأهداف المرجوة من إقامتها.
9. الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية الناتجة عن إقامة المؤتمرات.

الأهمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية لسياحة المؤتمرات.

يمكن القول أن فائدة هذه السياحة ونجاحه لها أكثر من شق:

--- الشق السياسي :إن المؤتمرات التي تعقد في دولة ما تعبر في كثير من الأحيان عن ارتفاع المكانة السياسية للدولة مما يجعل كثير من الدول تنتظر إلى العائد السياسي من المؤتمرات أكثر من العائد الاقتصادي باعتبار أن المكانة السياسية للدولة يكون لها بعد ذلك انعكاساتها المباشرة على أوضاعها الاقتصادية.

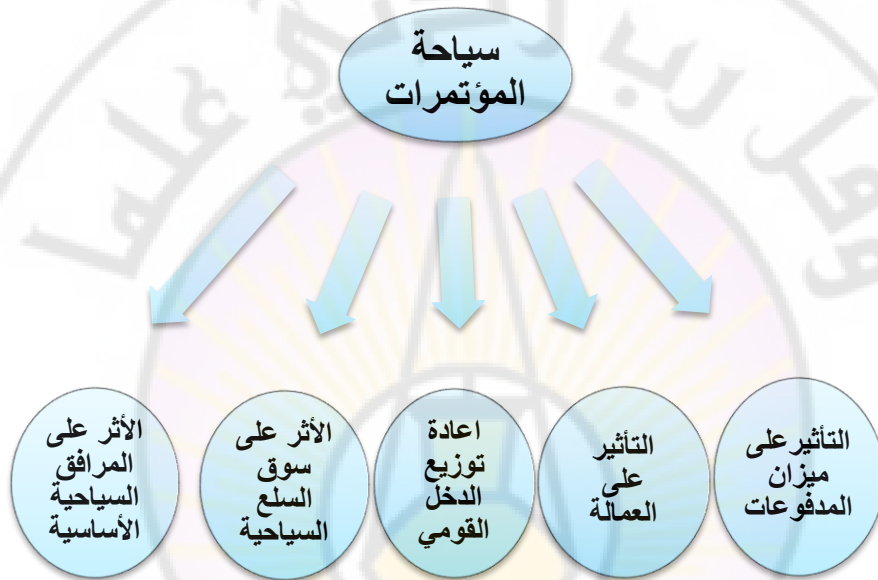
--- الشق الاجتماعي: تعبر سياحة المؤتمرات عن المكانة الاجتماعية للدولة نتيجة ما تعبر عنه المؤتمرات من درجة تحضر الشعب وتمدنه ودرجة التحصيل العلمي ومدى إدراكه لأهمية العمل الجماعي المحلي والدولي وهو ملتقى لطبقة من المثقفين.

--- الشق الاقتصادي: ويتمثل في الإيرادات المحققة والعائدة على المتصلين بالمؤتمر سواء بصورة مباشرة كمركز المؤتمرات, شركات الطيران, المنشآت الفندقية, أو بصورة غير مباشرة كالمراكز التجارية ومحلات الهدايا والتذكارات.

فيما يخص الشق الاقتصادي لسياحة المؤتمرات هناك مزايا اقتصادية كثيرة نجلها بما يلي:

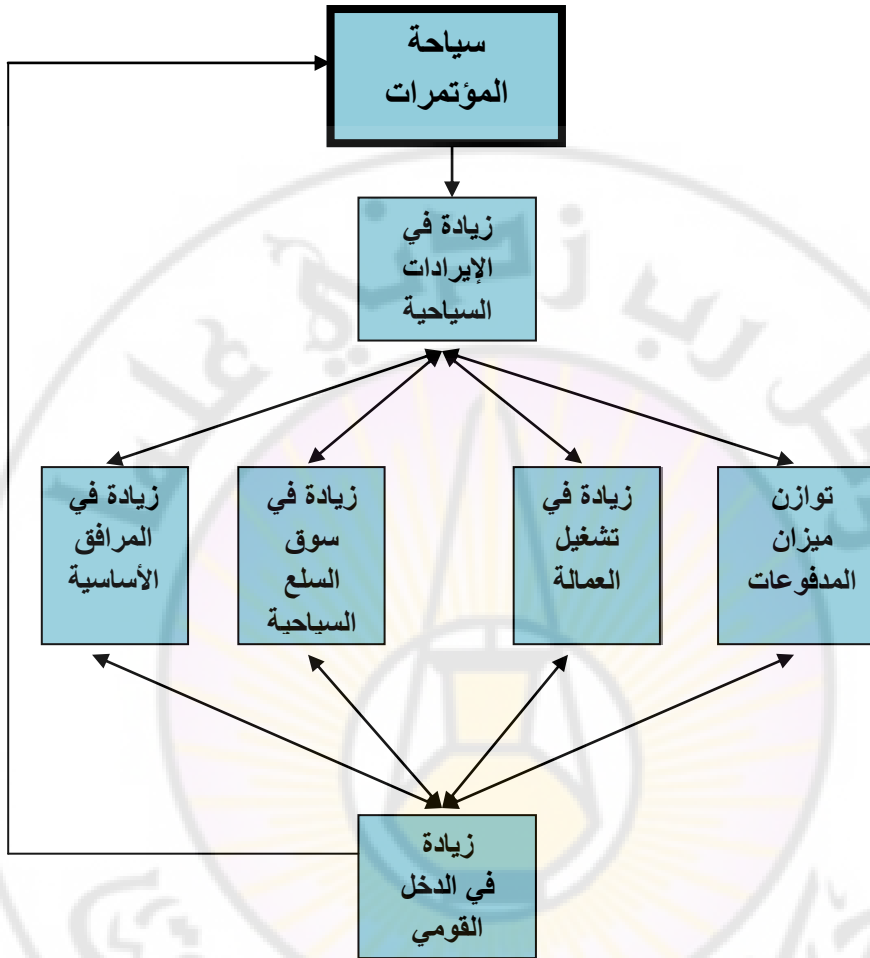
- 1- تقام المؤتمرات عادة بعيدا عن مواسم الذروة السياحية فعادة لا يقام مؤتمر أثناء الأعياد أو في الصيف, هذه الخصائص دفعت كثير من الدول إلى إقامة قاعات مؤتمرات ومعارض والاهتمام بتوسيع هذه النوعية من السياحة لما تدره من عائد مرتفع ليس فقط في مجال السياحة ولكن في كافة المجالات.
- 2- إن سياحة المؤتمرات سبيل فعال لتنمية صناعات أخرى وغرس نوع من التفاهم الدولي بين مختلف الدول المتجاورة بوجه خاص وعلى المستوى الدولي بوجه عام.
- 3- خلق فرص عمل إضافية في المناطق السياحية.
- 4- عادة ما تقوم الحكومات والهيئات أو بعض المنظمات بتغطية مصاريف إقامة معظم الحاضرين, وتسمح دول العالم الصناعي المتقدم لحاضري المؤتمرات باستقطاع تكاليف حضور المؤتمر من وعائهم الضريبي, وبالتالي فإن القوى الشرائية المتوفرة لهم تكون كبيرة, إلى جانب أن متوسط إنفاق سائح المؤتمرات يزيد عن ضعفي إنفاق السائح العادي.
- 5- هناك نسبة كبيرة من المؤتمرات (70%) تصحبها معارض لتبين للمؤتمرين وتطلعهم على أحدث المنتجات في مجال اهتمامهم, وهذه المعارض عادة ما تحقق

رواج اقتصادي وإعلامي ايجابي يفوق تأثيره ما قد ينفق للإعلان المباشر عن مدى ما حقته الدولة من تقدم في المجالات المختلفة وسنتكلم لاحقاً عنها.



التأثيرات الاقتصادية لسياحة المؤتمرات

Damascus University



لكي تؤدي هذه الحلقة دورها بنجاح ويعظم الفائدة منها فإنه يجب أن تعمل جميع خلايا هذه الحلقة مع بعضها البعض في ظل خطة سياحية مدروسة , حيث أن رواج سياحة المؤتمرات سيؤدي إلى رواج الإيرادات السياحية والتي بدورها تؤدي إلى توازن ميزان المدفوعات , وزيادة تشغيل العمالة , وزيادة في سوق السلع السياحية , وزيادة في كفاءة تشغيل المرافق الأساسية.



جامعة دمشق

كلية السياحة

إدارة المعارض والمؤتمرات

كلية السياحة



المحاضرة (2)

السنة الثانية الجذع المشترك

د. باسم عساف

المفاهيم الأساسية للمؤتمرات

تعريفات

سوف نتطرق في هذا القسم إلى تعريف كلمة مؤتمر مع الإشارة إلى تعريف بعض المصطلحات التي تتشابه نوعاً ما مع مفهوم المؤتمر.

1- **المؤتمر (Convention):** يعرف المؤتمر بأنه "مجتمع للتشاور والبحث في أمر ما" وهذا التعريف على إيجازه ثلاث عناصر هي التي تقوم عليها المؤتمرات:

العنصر الأول: فحينما يقال مجتمع فإن ذلك يعني أنه لا يوجد مؤتمر ما لم يكن هناك أكثر من شخص وقد يكون من ثلاثة أو أربعة أشخاص (اجتماع) وأحياناً يصل إلى العشرات والمئات بل والآلاف، إذا فهو مجتمع بكل ما يعنيه اللفظ.

العنصر الثاني: أن هذا المجتمع للتشاور والبحث أي تبادل الأفكار والمعلومات والبيانات والثقافات وكل نواحي المعرفة.

العنصر الثالث: أما المقصود بأمر ما فهو تحديد موضوع البحث والتشاور، أحياناً يكون هذا الأمر طبياً أو هندسياً أو قانونياً إلى مختلف نواحي العلوم والآداب والثقافة والفنون التي يجري بحثها والتشاور فيها في المؤتمرات المختلفة.

2- **الاجتماع (Meeting):** هي كلمة تعني عادة حدثاً أصغر بكثير، ويضم غالباً عدداً محدوداً من المديرين يناقشون شؤون العمل في غرفة اجتماعات، غير أن كلمة اجتماع قد تستخدم في سياق أشمل لوصف المؤتمرات والاجتماعات والندوات جميعاً.

3- **الندوة (Seminar):** يستخدم هذا المصطلح لوصف تجمعات يتراوح حجمها من صغير إلى متوسط ويتراوح عدد الحضور فيها من نحو (12) إلى (150) شخصاً، وتنعقد الندوات عادة لفترة يوم واحد أو يومين بهدف تثقيف الحضور وتزويدهم بالمعلومات.

4- **الاجتماع العام (Plenary Session):** يعتبر الاجتماع العام جزء من برنامج المؤتمر ويحضر فيه جميع أعضاء الوفود بالكامل وذلك مثل الجلسة الافتتاحية والجلسة الختامية للمؤتمر.

الجدول التالي يوضح الفرق بين الاجتماع والمؤتمر

الاجتماع	المؤتمر
• يمكن أن يعقد أكثر من مرة في الشهر الواحد ولنفس المجموعة	• المؤتمرات محدودة الانعقاد، مرة أو مرتين على الأكثر خلال العام الواحد
• عدد المشتركين في الاجتماع أقل	• عدد المشتركين في المؤتمر أكبر
• لا يصاحب الاجتماع معرض	• غالباً ما يصاحب المؤتمر معرض
• لا يحتاج الاجتماع أكثر من يوم واحد للانعقاد	• يحتاج المؤتمر إلى 3- 4 أيام للانعقاد
• لا يحتاج الاجتماع إلى ترتيبات مطولة	• ترتيبات المؤتمر قد تمتد أكثر من عام
• موضوع الاجتماع محدود ولا يهم سوى عدد صغير من الأفراد	• موضوع المؤتمر واسع ويهم عدد غفير من الأفراد قد يصل إلى عدد سكان دولة
• التكاليف المالية للاجتماع محدودة	• يحتاج المؤتمر إلى تكاليف مالية باهظة

5 – الاجتماع المصغر أو ورشة عمل (Workshop): وهو جزء من برنامج المؤتمر، حيث يتم تقسيم المشتركين إلى مجموعات صغيرة لمناقشة مواضيع محددة ولتبادل بعض الآراء أو لحل مشكلات معينة، وورش العمل أقل رسمية من جلسات المؤتمر العامة، ويتم تدفق المعلومات فيها بأسلوب مرن بين الحضور.

أنواع المؤتمرات.

هناك تصنيفات أو أنواع كثيرة للمؤتمرات وفقا لعدة أسس أو قواعد أساسية ويمكن توضيح ذلك في الآتي:

❖ حسب موضوع المؤتمر.

❖ حسب مستوى المؤتمر

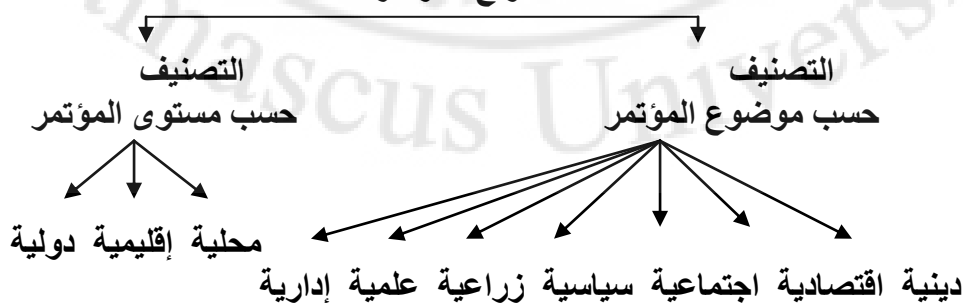
--- تصنيف المؤتمرات وفقا لموضوع المؤتمر :

- مؤتمرات اقتصادية : مثل مؤتمر سوق المال و الاستثمار .
- مؤتمرات اجتماعية: مثل المؤتمرات النسائية.
- مؤتمرات علمية: وتضم رجال العلم في مجالات العلم المختلفة، مؤتمر أمراض القلب.
- مؤتمرات إدارية: مؤتمر إدارة الجودة الشاملة.
- مؤتمرات زراعية: مثل تحسين مكافحة الآفات الزراعية.

--- تصنيف المؤتمرات وفقا لمستوى المؤتمر:

- المؤتمرات المحلية: تعقد على مستوى الدولة الواحدة في أحد المجالات لحل مشكلة تهم البلد المعنية فقط.
- المؤتمرات الإقليمية: وهي المؤتمرات التي يتم انعقادها في دولة ما، على أن تكون هذه الدولة عضو في إطار مجموعة من الدول تمثل الإقليم، مثل مؤتمر وزراء الخارجية العرب.
- المؤتمرات الدولية: يشترك فيها أكثر من دولة وتساهم في التعاون والتكامل بين الدول، أو بحث مشكلة معينة مثل الحقوق الإنسانية أو مكافحة الإرهاب.

أنواع المؤتمرات



ويمكن تصنيف المؤتمرات تصنيفاً مزدوجاً حسب الموضوع والمستوى معاً، كأن نقول مؤتمر سياسي محلي، أو مؤتمر اقتصادي إقليمي، أو اجتماعي دولي.....

أهمية عقد المؤتمرات.

إن عملية تنظيم وإعداد المؤتمر تعتبر من العمليات الصعبة مهما اختلف حجم المؤتمر، فهو يكلف الجهة المنظمة كثيراً من الوقت و المال والموارد بكافة أنواعها (مادية، بشرية، تكنولوجية..). ولذلك إذا لم يكن هناك عائد ما من هذه العملية فلن تفكر أي منظمة أو أي جهة في التخطيط والإعداد لمثل هذا الحدث، وبالرغم من وجود أساليب بديلة متعددة، إلا أن المؤتمرات تحتل أهمية بارزة دون غيرها ويمكن إبراز أهمية المؤتمرات من منظورين:

المنظور الأول: الأهمية الموضوعية للمؤتمرات:

- المؤتمر وسيلة لدراسة المشكلات بين مجموعة متخصصة من الأفراد وذلك من أجل الوصول إلى حلول وتوصيات بناءة لهذه المشكلة.
- المؤتمر وسيلة للتوفيق بين الآراء المتعارضة.
- المؤتمر يساعد المشاركين على توضيح السياسات المختلفة في المواقف والمعطيات.
- المؤتمر يفتح المجال للمناقشة الجماعية بين الأفراد ويوفر الفرصة للعمل بروح الفريق.
- المؤتمر يعمل على تقوية القدرة الاتصالية حيث يمكن الأفراد المشاركين من التفكير بأسلوب انتقادي وتشجع على حل المشكلات بطريقة منهجية.
- المؤتمرات تتيح الفرصة للتحديث وفقاً لأحدث الأساليب التكنولوجية.

المنظور الثاني: الأهمية المعنوية والنفسية للمؤتمرات:

- ينظر كثير من الأفراد للمؤتمر على أنه أداة للتسلية التي تحقق السرور والترويح عن النفس والاستمتاع.
- توفر المؤتمرات الشعور بالثقة والأمان للمشاركين.
- تعتبر المؤتمرات وسيلة لبناء العلاقات الجديدة والجيدة.
- يعتبر حضور المؤتمرات أحد الوسائل الفعالة لرفع الروح المعنوية للمشاركين نظراً لعملية الخروج عن الروتين والرتابة والتغيير المطلوب وبذلك فهي فرصة لاستعادة النشاط الذهني والجسماني.
- المؤتمر هو أحد وسائل التحفيز المعنوية لكونه مكافأة على التميز في الأداء .
- المشاركة في المؤتمر تساعد الحضور على التفكير الخلاق والإبداع والتميز وذلك من خلال المشاركة في طرح الأفكار.

سيناريو متكامل لعملية المؤتمرات.

أسئلة وأجوبة قصيرة تلخص هذه العملية :

السؤال الأول : لماذا تنعقد المؤتمرات؟

لبحث ونشر المعرفة بين المشاركين على أحدث التطورات في مجال عملهم وللتوصل إلى أفكار جديدة حول موقف معين.

السؤال الثاني : على من يؤثر المؤتمر؟

يؤثر المؤتمر على أصحاب السلطة لاتخاذ القرارات المترتبة على توصيات المؤتمر.

السؤال الثالث : كيف يتم تعريف المشاركين المحتملين بالمؤتمر؟

يتم إرسال خطابات دورية للدعوة لحضور المؤتمر (تنويه مختصر عن المؤتمر)

إرسال برنامج تفصيلي عن المؤتمر والأنشطة الاجتماعية والترفيهية. عند بدء المؤتمر يتم تسليم حقيبة لكل فرد مشترك بها مجموعة أوراق المؤتمر مثل البرنامج والهدف ومعظم التفاصيل الموجودة.

السؤال الرابع : كيف يتم افتتاح وانتهاء المؤتمر؟

يبدأ المؤتمر بجلسة عامة (اجتماع عام) يشترك فيها جميع الأعضاء المؤتمرين ثم يتم تقسيم الحضور إلى مجموعات صغيرة (جلسات متخصصة أو ورش عمل) وأخيراً ينتهي المؤتمر بجلسة ختامية يحضرها جميع المشاركين من أجل عرض التقارير الواردة من مختلف المجموعات والخروج بالتوصيات.

السؤال الخامس : هل الترتيبات الخاصة لإعداد المؤتمرات يمكن تطبيقها على الاجتماعات؟

يمكن، ولكن الاختلاف هنا يتركز في النطاق الزمني والعمق الفلسفي لمناقشة القضية المطروحة و الجهد المبذول.

التجهيزات التقنية الخاصة بالمؤتمرات.

مواصفات قاعات المؤتمرات:

- 1- سطح أفقي كبير تتعدم فيه العوائق كالأعمدة والقواطع والفواصل للأسباب التالية:
 - للاستفادة القصوى من المساحة في فرش التجهيزات وذلك حسب المناسبة (عدد المدعوين , طريقة الخدمة.....).
 - لكي تكون الرؤية شاملة ولا يحدث أي حجب لها وهذا يؤدي وصول الصورة بالحجم والجودة المناسبة إلى جميع الحاضرين.
- 2- أن تكون القاعة كبيرة الحجم بحيث تستوعب كل المدعوين .
- 3- أن تكون الأسقف ذات ارتفاعات مناسبة واستخدام التكسيرات عليها لأن ذلك يساعد تكسير الصوت بدلا من تجميعه في مكان واحد .
- 4- أن لا يكون السقف موازيا للأرضية لأن موجات الصوت الساكنة تتردد بين السطحين محدثة صدى صوتي.
- 5- أن تكون الإضاءة موزعة بشكل جيد والتوصيلات الكهربائية غير بارزة .
- 6- أن تكون القاعة مجهزة بترتيبات جيدة لسماع الأصوات بوضوح.
- 7- أن يكون عرض الأبواب 1م مربع لكل 100م مربع من مساحة القاعة كحد أدنى , ولا يجب أن تفتح هذه الأبواب مباشرة على القاعة حتى لا يحدث الإبهار للعين .
- 8- أن تكون الصالة مكيفة بأحدث التجهيزات .
- 9- أن تكون الأسقف والجدران مصنوعة من مواد عازلة للصوت ومكسوة بمواد ماصة له.
- 10- أن تكون المقاعد من النوع الممتاز لتوفر الراحة لساعات طويلة.
- 11- الاستفادة من أشعة الشمس في النهار, مع إمكانية إظلام القاعة عند استخدام (البروجكتور)
- 12- وجود قاعة مرافقة للصالة خاصة بالاستقبال مع سهولة الوصول لها.
- 13- وجود قاعة مرافقة للصالة خاصة بالمعارض التي غالباً ما ترافق المؤتمرات.
- 14- وجود غرف الاجتماعات الصغيرة (ورش العمل) بالقرب من الصالة.
- 15- وجود تخدميات للصالة مثل مخازن الأثاث والحمامات والمطابخ المرافقة.

أشكال القاعات وطرق ترتيبها.

تختلف أشكال القاعات حسب طبيعة المؤتمر وأيضاً حسب عدد المدعوين وبالتالي سنستعرض الأنواع المختلفة لقاعات المؤتمرات ثم ننتقل إلى كيفية تنظيمها وفقاً للحدث:

✓ النوع الأول قاعة على شكل مروحة:



✓ النوع الثاني قاعة دائرية حول المركز:



✓ النوع الثالث قاعة على شكل حدوة الفرس:



✓ النوع الرابع قاعة على شكل مربع:



✓ النوع الخامس قاعة على شكل مستطيل:



أما عن ترتيب القاعات من الداخل وتنظيمها فهذا يتبع لطبيعة الحدث ومتطلبات الحاضرين وبالتالي يمكن الترتيب على الشكل التالي:

- **ترتيب القاعة على شكل مجلس الإدارة:** هذا الشكل عبارة عن طاولة مستطيلة توضع حولها الكراسي ويختلف حجمها حسب عدد الحاضرين. يجلس الرئيس على رأس الطاولة (رئيس مجلس الإدارة مثلاً) يوفر هذا الترتيب سهولة في الرؤيا والتفاعل بين الأفراد ورئيس مجلس الإدارة.



- **ترتيب القاعة على شكل مسرح:** ترتب الكراسي على شكل صفوف مستقيمة ذات اتجاه واحد نحو المنصة ويختلف عدد الكراسي حسب عدد الحاضرين (200 عضو) على أساس أن الضيف لا يقوم بأعمال مكتبية.



- ترتيب القاعة على شكل صفوف دراسية:

يستخدم هذا الترتيب سواء كان العدد كبيراً أو صغيراً خاصة إذا كان مطلوب من المشاركين تسجيل الملاحظات أثناء المؤتمر. وترتب الطاولات والكراسي في صورة مجموعات خلف بعضها البعض مع مراعاة أن تكون المسافة بين مقعد المنضدة الأولى وبين المنضدة الثانية نصف متر تقريباً لسهولة الحركة. يستخدم هذا النوع من الترتيب عندما يكون عدد الحاضرين بين 100_200 فرد.



- ترتيب القاعة على شكل حرف T:

هذا الترتيب عبارة عن طاولة رئيسية يتوسطها طويلاً أو عمودياً طاولة أخرى تتناسب في حجمها مع الطاولة الرئيسية لتأخذ شكل حرف T .



- ترتيب القاعة على شكل حرف U:

منضدة كبيرة تأخذ حرف U تتسع لمائة شخص , مع وجود مائدة رئيسية مكونة من خمسة أشخاص . المنضدتان الطوليتان $40 * 2 = 80$, المنضدة العرضية 20 شخصاً.



- الترتيب الخاص بالمؤتمرات الضخمة :

توضع المائدة الرئيسية Head Table ويحدد اتجاهها لمواجهة المدعوين على أن يتم ترتيب المقاعد مع وجود مسافة نصف متر تسمح براحة الجلوس وسهولة المرور مع مراعاة ترتيب المقاعد بحيث يتم وضع أول مقعد يبعد عن الحائط حوالي متر للمجموعة الأولى وبين كل مجموعة والمجموعة المجاورة, يتم ترتيب المقاعد بحيث يكون ترتيب المقعد الأول للصف الثاني بين المقعد الأول والثاني للصف الأول, يصل استيعاب هذا النموذج إلى أكثر من 500 شخص



المعدات التقنية المستخدمة في المؤتمرات:

❖ تجهيزات الكترونية:

1- الميكرفون **MIC** : ويتم من خلاله بث صوت المتحدث إلى كل أرجاء الصالة ويمكن للناظرين سماع الصوت عن طريق المكبرات ذات الدقة العالية وهو مفيد جداً عندما يضم المؤتمر أعداد ضخمة من الحاضرين , ويمكن استخدام الميكروفونات السلكية واللاسلكية.

2- أجهزة التسجيل الصوتي **RECORDER**: تستخدم لتسجيل وقائع المؤتمر ونسخها على **CDs** لتوزيعها على المحاضرين عند الانتهاء .



3- جهاز عرض رقمي **PROECTOR**: الذي يركز الصورة على مكان محدد , ويمكن التحكم باتجاهه حسب اتجاه الحاضرين , ويعمل بوصله على الكمبيوتر.

4- أجهزة التصويت الالكترونية: من خلال استخدام الأزرار للإختيار من عدة خيارات موضوعية, وهو أحد طرق جمع البيانات التي من شأنها جذب انتباه الحاضرين.

5- أجهزة الترجمة الفورية : من التقنيات الحديثة حيث تعطي الترجمة لمختلف الموجودين مهما كانت جنسياتهم , تظهر الحاجة لترجمة علمية دقيقة إلى لغة أو لغتين وربما أكثر ويتغير نوع الترجمة ما بين فورية وتحريرية حسب متطلبات المؤتمر.



- 6- أجهزة الاتصال بالصوت والصورة :من أجل المشاركة الخارجية لأشخاص متعلقين بالموضوع من أجل الاستفادة من آرائهم .
- 7- الكاميرات الرقمية الموزعة بكل أنحاء الصالة مع مسجلات فيديو **VCD** :لتسجيل وقائع المؤتمر بالصوت والصورة.
- 8- أجهزة أخرى مثل شاشات العرض الالكترونية وأجهزة عرض الشرائح **Slide Show machine** وخالطات الصوت **Audio Mixer** والانترنت اللاسلكي **Wireless** , وأجهزة الإسقاط ومشغلات اسطوانات مدمجة .
- 9- وجود تسهيلات هاتفية (أجهزة التلفون الثابت أو المحمول) اللازمة لأغراض المؤتمر.



❖ الأثاث والمفروشات:

- الطاولات : ارتفاعها حوالي 70 سم عن الأرض وذات أشكال متعددة (البيضاوي, الدائري , المربع.....) حسب طبيعة الاستخدام ومن النوع المتين الخفيف القابل للثني لكي لا تأخذ حجما أثناء التخزين.
 - أن تكون الكراسي والمقاعد من النوع الممتاز لتوفر الراحة لساعات طويلة بحيث تكون المسافة بين خلف الكرسي لخلف الكرسي من 86 سم إلى 144 سم، حيث تكون المسافة الأخيرة مناسبة للمتفرج بحيث لا يقف لتمرير متفرج آخر في نفس صف مقاعد القاعة.
 - المنابر والمنصات (البوديوم) : صناديق خشبية ذات متانة كبيرة وذات ارتفاعات وأحجام مختلفة .
- عند اختيار أثاث الصالة يجب أن يكون ذو تصميم قابل للاستخدام في أكثر من صيغة من أجل عدم إضاعة الوقت في الإدخال والإخراج من المخازن , ولسهولة عملية التنظيف والترتيب وكذلك مظهره الجيد لما له من تأثير على الحاضرين.

❖ هناك أجهزة أخرى من الضروري وجودها :

- 1- أجهزة إطفاء الحرائق وأجهزة الإنذار .
 - 2- عربات نقل خاصة بالمؤتمر و حاملات البوسترات .
 - 3- الديكورات القابلة للتغير حسب طبيعة المؤتمر .
 - 4- أجهزة الإسعافات الأولية .
- ❖ أهم عنصر في نجاح المؤتمر هو العنصر البشري المختص بكل التجهيزات السابقة والذي يبقى مستنفرا طيلة وقت المؤتمر من أجل تدارك الأخطاء التقنية فورا .





جامعة دمشق

كلية السياحة

إدارة المعارض والمؤتمرات

كلية السياحة



المحاضرة (3)

السنة الثانية الجذع المشترك

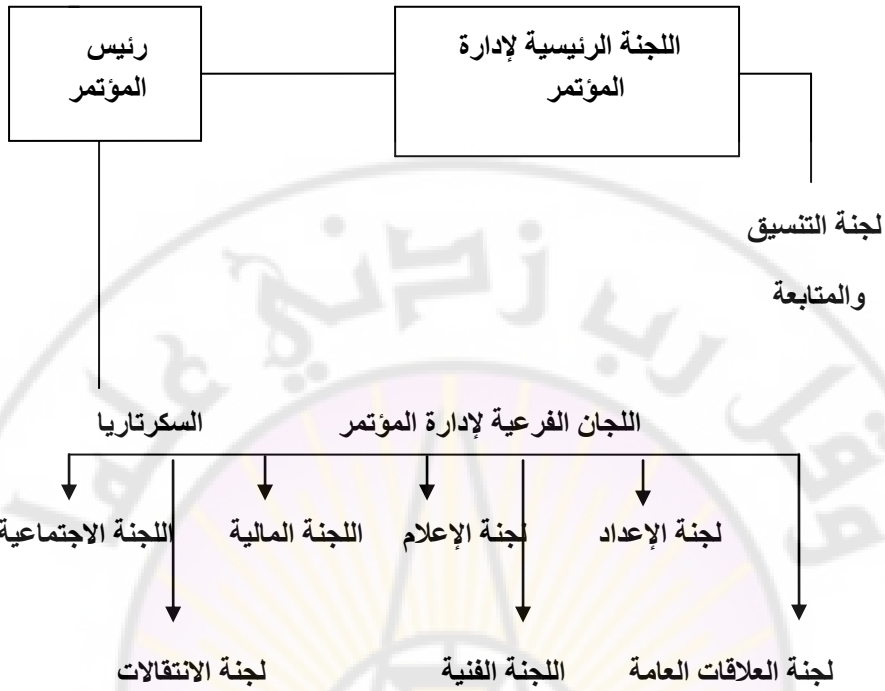
د. باسم عساف

الهيكل التنظيمي وإدارة المؤتمر

تمهيد:

تتوقف فعالية إدارة المؤتمر على كفاءة الهيكلية للأفراد الذين سيقع على عاتقهم التخطيط وإدارة الحدث، ولكن يجب الانتباه إلى حقيقة هامة، ألا وهي ضرورة الاختيار الجيد لهؤلاء الأفراد حيث إن كل عمل حتى يكون صحيحاً وناجحاً يجب أن يقوم بإنجازه فريق عمل يتميز أعضاؤه بالانسجام والتعاون والقدرة على العمل والرغبة في إنجازه.

يعتبر الهيكل التنظيمي أداة فعالة لتقسيم العمل وتحديد المستويات والسلطات والعلاقات بين الأفراد لإنجاز الهدف بأعلى كفاءة وفعالية وسواء كان الحدث كبيراً أم صغيراً فهو يحتاج إلى هيكل تنظيمي حتى يصبح نسيجاً متجانساً يسهل إدارته وتنسيقه. وأياً كان هدف المؤتمر المتوقع حدوثه أو حجمه، فإن أساس تنظيم الهيكل البشري واحد، ولكن مع إمكانية تطويعه وإدخال أي تغييرات عليه وفقاً للموقف والظروف، وبالتالي فإن أساس تنظيم الهيكل البشري لإدارة المؤتمرات ينحصر في اللجان التي يوضحها الشكل التالي:



أدوار رئيس المؤتمر. Chief Executive, Organizer year,

يعتبر رئيس المؤتمر بمثابة العمود الذي يستند عليه نجاح وفعالية المؤتمر , حيث يلعب الرئيس عدة أدوار متكاملة ومتفاعلة يؤدي نجاحها إلى أحد أمرين إما النجاح وإما الفشل لهذا الحدث , ويمكن القول إن رئيس المؤتمر يجب أن يلعب دور القائد, المنظم , المتحدث, الحكم, المشارك, المهيمن, والرئيس وذلك في نسيج متجانس وفي آن واحد.

• دور المنسق: وفي هذا الدور فإن رئيس المؤتمر يجب أن يقوم بالآتي :

- أ- الربط بين أحداث المؤتمر لتحقيق التفاعل والتمازج بين العناصر المتفرقة.
- ب- دعوة المتحدثين للحديث والإعلان عن الأحداث والأمور ذات الأهمية بالنسبة للمشاركين
- ت- تقديم الإرشاد والمساعدة للمتحدثين وللمشاركين طوال فترة البرنامج .
- ث- الحفاظ على الجدول الزمني للأحداث لإمكانية مواصلة الجلسات بسهولة.

• دور الحكم: وفي إطار هذا الدور يقوم الرئيس بالآتي:

- أ- الحكم بين المشاركين والمتحدثين أثناء جلسات الأسئلة والأجوبة.
- ب- الحكم فيما بين المتحدثين أثناء الحوار بين المتخصصين وذلك عند حدوث تناقض أو تعارض فيما بين أوراق العمل للمتحدثين.

• **دور المشارك :** وفي إطار هذا الدور يؤدي رئيس المؤتمر الأنشطة التالية:

- أ- التركيز والاستماع إلى الموضوع المطروح للنقاش والتداول .
 - ب- تقديم نبذة مختصرة لما دار من حديث من وقت لآخر.
 - ت- طرح أسئلة لفتح آفاق جديدة للنقاش ليصبح عنصر منشط للجلسة دون محاولة الهيمنة على وقائع الاجتماع (الجلسة).
 - ث- تعريف المتحدثين بأهداف الحدث وذلك بالمشاركة مع منظم المؤتمر.
- **دور القائد :** وفي إطار هذا الدور فإن الرئيس يجب أن يقوم بالاتي:

- أ- إدارة الجلسات بمهارة وحكمة .
- ب- تقدير احتياجات المشاركين ومن ثم توجيه الحدث نحو هذه الاحتياجات لإشباعها.
- ت- توقع ردود أفعال المشاركين (ملل, حيرة, ضجر, عدوانية نحو موضوع معين, ايجابية ورضاالخ) ومن ثم إمكانية التصرف بلباقة وحكمة وفقا للموقف وحسب ردود الأفعال.
- ث- معرفة جوانب القوة والضعف في المتحدثين ومن ثم يستطيع أن يدير المناقشة بتمكن وقدرة وبأسلوب فعال.
- ج- تقديم المتحدثين والإشارة إلى خبراتهم وإسهاماتهم في مجال التخصص وملخص موجز عن السيرة الذاتية لهم ومعرفتهم المتميزة بالموضوع.
- ح- إلقاء كلمة الافتتاح التي يوضح فيها أهداف المؤتمر وأهميته وتقديم الشخصيات البارزة التي حضرت للحدث وبيان أهم النقاط في البرنامج وأسلوب سير الجلسات وكيفية طرح الأسئلة للمناقشة وتقسيم الأفراد إلى مجموعات صغيرة.
- خ- إلقاء الكلمة الختامية للمؤتمر لتوضيح النتائج التي توصل إليها الحدث وتقديم الشكر لكل من المتحدثين والأعضاء على إسهاماتهم القيمة من العلم والوقت والجهد وأيضا تقديم الشكر للمترجمين والموظفين وللمنظم العام للمؤتمر وعليه أيضا أن يحرص في الكلمة الختامية على ربط الحدث بالمستقبل والدعوة للاستفادة من المعلومات الجديدة التي طرحت في الحدث.

اختيار رئيس المؤتمر.

يعتبر قرار اختيار رئيس المؤتمر من القرارات الهامة التي تؤثر تأثيرا مباشرا على نجاح أو فشل أهداف المؤتمر وذلك من منطلق جوهرية الأدوار التي يؤديها على مسرح الحدث. ولقد وضع أحد خبراء علم تنظيم وإدارة المؤتمرات والاجتماعات أساسيات اختيار رئيس المؤتمر في البنود التالية:

- اختيار الشخص الذي يكون في درجة وظيفية أكبر مقارنة بالآخرين , أي من يمتلك أعلى سلطة وظيفية.

- بناءً على النقطة الأولى فإن الشخص الأكبر وظيفياً يكون الأكثر علماً بالموضوعات العلمية المطلوبة للحدث .
 - يجب أن يتميز الرئيس بالولاء والانتماء والتعاطف مع أهداف الحدث حتى يكون هناك انسجام وتوافق بين المعتقدات الشخصية لرئيس المؤتمر وواجباته المهنية وبين أهداف المؤتمر .
 - يجب أن تتوافر لرئيس المؤتمر الخبرة في التعامل والتلاحم ومخاطبة الجمهور .
- وخلاصة القول فإن رئيس المؤتمر يجب أن يكون قائداً متمرساً لبعث الثقة في كل فرد.

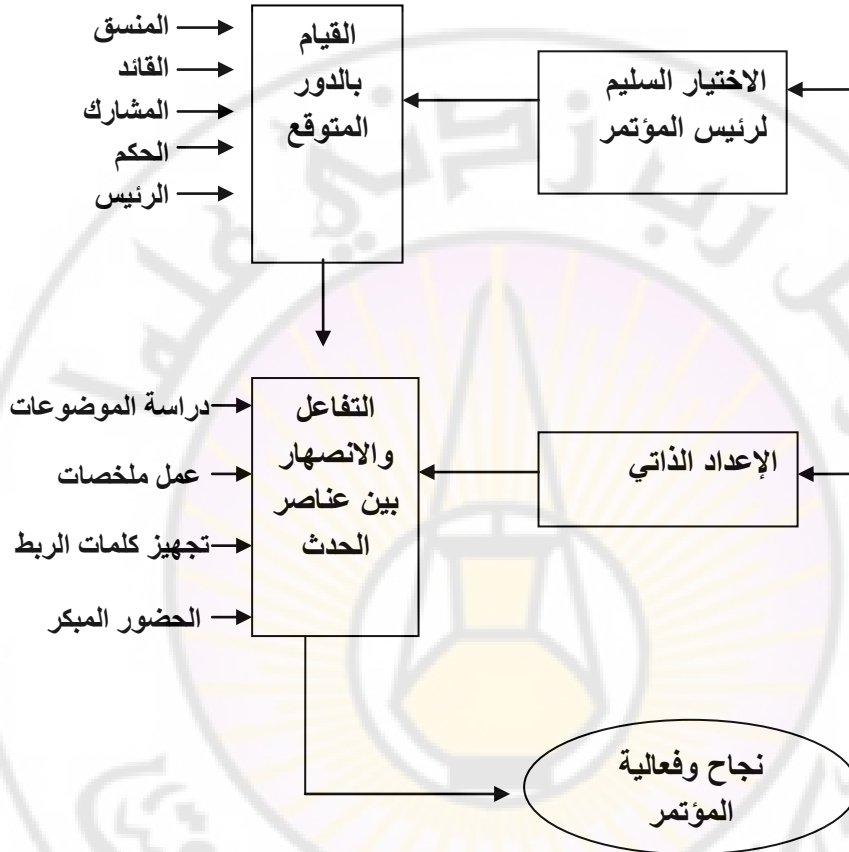
الإعداد الذاتي لرئيس المؤتمر:

يجب على رئيس المؤتمر أن يعد نفسه ذاتياً استعداداً لهذا الحدث , وذلك من منطلق أن الرئيس هو الذي يقوم بالدور الريادي في تحقيق التفاعل والانصهار بين العناصر المتفرقة التي يشملها المؤتمر وبناءً عليه يجب أن:

- 1- يقوم بدراسة جميع إسهامات كل متحدث في وقت مبكر حتى يتمكن من الآتي:
 - أ- تحضير موضوعات الربط بين الجلسات.
 - ب- مناقشة المحاور والأفكار وتوجيه سير الجلسات.
 - ت- تحضير ملخصات عن أوراق العمل لمساعدته في إدارة الجلسة.
 - ث- توقع النتائج المحتملة عند طرح أي موضوع لأي متحدث .
- 2- يجب أن يصل مبكراً إلى مكان الحدث قبل المتحدثين والأعضاء بوقت كاف حتى يتمكن من الآتي :
 - أ- المناقشة وتبادل المعلومات مع منظم المؤتمر.
 - ب- التعرف على المكان جيداً مثل قاعة المؤتمر والأماكن الملحقة بها.
 - ت- مقابلة الموظفين المسؤولين عن غرفة العرض والمترجمين وكتابي الاختزال ومقدمي الخدمات.
 - ث- الاطمئنان على التصميم النهائي لقاعة المؤتمر الرئيسية مثل مكان جلوس الرئيس , مكان التحدث للمتحدثين... الخ.

وخلاصة القول إننا نستطيع أن نركز على حقيقة هامة ألا وهي أن الإعداد والتحضير للحدث هما جوهر التميز والفعالية بالنسبة لرئيس المؤتمر.

الشكل التالي يوضح رئاسة المؤتمر : الأسس والنتائج.



هيكلية فريق العمل لإدارة المؤتمر.

اللجان المساهمة بتنظيم المؤتمر.

- اللجنة الرئيسية لإدارة المؤتمر (لجنة القيادة):

Main Committee for the Conference Management

يتم تشكيل اللجنة الرئيسية لإدارة المؤتمر (1) من الشخصيات المتميزة المسؤولة عن تنظيم المؤتمر, (2) مسؤولين من البلد المضيف إذا كان المؤتمر دولياً, وتعتبر هذه اللجنة هي الجهة

التقريرية للمؤتمر وتسمى اللجنة الرئيسية أحياناً لجنة القيادة. وبناءً عليه , فإنه يمكن تلخيص مهام اللجنة الرئيسية فيما يلي:

تتولى اللجنة الرئيسية للمؤتمر الإشراف الكامل والتنسيق والمتابعة والتقييم والموافقة على قرارات المؤتمر ولذلك فهي تقع على عاتقها المسؤولية الكاملة لنجاح أو فشل المؤتمر.

● **لجنة التنسيق والمتابعة: Coordination Committee:**

وتتألف لجنة التنسيق والمتابعة من جميع رؤساء اللجان المتخصصة ويعتبر المنظم العام هو رئيس هذه اللجنة وتهتم لجنة التنسيق والمتابعة بتحفيز التعاون المثمر والمنافسة البناءة والتفاعل الديناميكي بين أنشطة وأعمال اللجان المتخصصة من أجل تحقيق هدف المؤتمر بأقل تكلفة وأعلى فعالية وأقل وقت.

● **اللجان المتخصصة: Specialized committees:**

قد تزيد عدد اللجان أو تقل , وقد تختلف في الحجم (عدد الأفراد داخل كل لجنة) أو تختلف في نطاق السلطات والمستويات الموكلة إليها وذلك وفقاً لحجم وأهمية وأهداف المؤتمر المزمع انعقاده. وفيما يلي نوضح اختصاصات ومسؤوليات كل من تلك اللجان:

■ **لجنة الإعداد العلمي: Of the preparatory committee of science:**

وتتولى لجنة الإعداد العلمي المسؤوليات التالية:

- أ- الإعداد والتخطيط والإشراف على تنفيذ البرنامج العلمي للمؤتمر.
- ب- التنسيق لمجموعة الأبحاث العلمية و التنظيم لجلسات المؤتمر.
- ت- الإشراف على تدوين محاضر الجلسات.
- ث- الإعداد للقرير النهائي للمؤتمر بالتعاون مع مقرري الجلسات.

■ **لجنة العلاقات العامة: Public Relations Committee:**

وتتخصص لجنة العلاقات العامة بالمسؤوليات التالية:

- أ- عمل مختلف الاتصالات للترويج للحدث وذلك بالتنسيق مع لجنة الإعلام.
 - ب- عمل الترتيبات اللازمة لاستقبال المشاركين في المؤتمر وتوديمهم.
 - ت- عمل الترتيبات اللازمة لوسائل النقل الرسمية من أجل الحصول على أسعار تذاكر مخفضة (أتوبيس , قطار , طيران) .
 - ث- عمل الترتيبات اللازمة للإقامة والخدمات في الفنادق أو في موقع المؤتمر.
- وباختصار, فإن لجنة العلاقات العامة هي دينامو المؤتمر من الألف إلى الياء.

■ **لجنة الإعلام: Committee on Information:**

وتتولى لجنة الإعلام الاختصاصات التالية:

- أ- عمل الترتيبات اللازمة لأنشطة الإعلام الداخلي والخارجي للمؤتمر من أجل الترويج له.
- ب- إصدار النشرات الإعلامية للمؤتمر.
- ت- تنظيم المؤتمرات الصحفية للترويج للمؤتمر.
- ث- تأمين التغطية اللازمة للمؤتمر وذلك بالتعاون مع أجهزة الإعلام المختلفة مثل الصحافة والراديو والتلفزيون.....الخ وتعتبر لجنة الإعلام هي الجهة التنفيذية للخطط والسياسات التي تقرها لجنة العلاقات العامة.

■ **لجنة السكرتارية : Secretary Committee**

- وهي الشريان الأساسي الذي يصب فيه جميع روافد المؤتمر (اللجان الفرعية) ومن أهم أعمالها:
- أ- تحضير دليل المؤتمر، والقيام بأعمال التسجيل للمؤتمر.
 - ب- التحضير والإشراف على عملية الترجمة المكتوبة لوثائق المؤتمر والترجمة الفورية.
 - ت- صياغة أهداف المؤتمر، وصياغة التقرير النهائي للمؤتمر.
 - ث- توزيع الأوراق والأبحاث العلمية للمؤتمر على المشاركين.

■ **اللجنة الاجتماعية: Social Committee**

- تتولى اللجنة الاجتماعية الجانب الترفيهي في المؤتمر وعلى وجه الخصوص فإن اللجنة الاجتماعية تتولى المسؤوليات التالية:
- أ- إعداد برامج ترفيهية للمؤتمرين : إن الأنشطة الترفيهية التي تشمل على المهرجانات والمناسبات و الأنشطة الترويجية هي أحد الجوانب الترفيهية ويمكن أن يشمل الجانب الترفيهي على زيارة أماكن سياحية لها جاذبيتها أو أماكن تاريخية لها تاريخ وإن عمل رحلات لعدة ساعات تعد فرصة للمشاهدة أو التجوال الحر في مناطق شعبية ذات طابع مميز في المدينة التي يعقد فيها المؤتمر وأماكن المشتريات و المقاهي وعلى المنظمين في الجوانب الترفيهية أن يحددوا مواعيد لزيارة الأماكن وأن يوضح وبدقة تكلفة هذه الزيارات و الوقت الذي تستغرقه ويمكن عمل أكثر من برنامج يتفق مع مواعيد المؤتمر أو بعد انتهاء المؤتمر وأحيانا يكون قبل انعقاده بيوم واحد .
 - ب- الإشراف على الترتيبات الخاصة بالاستراحة بين الجلسات (مثل تقديم المشروبات والمأكولات الخفيفة والثلوى).

اللجنة الاجتماعية هي الجهة التنفيذية لقرارات وخطط لجنة العلاقات العامة.

■ **اللجنة الفنية: Technical Committee**

- وتقوم اللجنة الفنية بتحضير شعار المؤتمر وعمل الإعلانات الخاصة به وأيضاً الإشراف على وسائل المعينات السمعية والبصرية وأجهزة الإضاءة، وأجهزة الترجمة والحاسبات الإلكترونية وشاشات العرض.....الخ.

■ **اللجنة المالية: Finance Committee**

وتعتبر الشريان الذي يغذي جميع اللجان الأخرى بالأموال التي تحتاجها وذلك وفقاً للميزانية المعتمدة حيث تعمل على توفير الأموال اللازمة للإنفاق على احتياجات المؤتمر والاحتفاظ بالفواتير والسجلات الخاصة بالإنفاق والسجلات الخاصة بإيرادات المؤتمر، ومما هو جدير بالذكر فإن أعضاء اللجنة المالية غالباً ما يكونون على خلاف دائم مع باقي أعضاء اللجان الأخرى، خاصة عندما تكون المصروفات المطلوبة منهم أكبر من الإمكانيات المالية التي تقع تحت إشرافهم.

■ لجنة الانتقالات : Commission on transfer

تتولى لجنة الانتقالات توفير جميع وسائل النقل الداخلي لتنفيذ الترتيبات العلمية والترفيهية للمؤتمر، كما أنها تقوم بالإشراف على عملية نقل الأفراد المشاركين من/ إلى المطار، إلى/ومن موقع المؤتمر أي أنها لجنة الانتقالات الداخلية والخارجية لأعضاء المؤتمر.

■ لجنة المعارض : The Exhibits Committee

تتولى لجنة المعارض الإعداد والترتيب لإقامة معارض ذات علاقة بالمؤتمر والإشراف على كفاءة العمل داخل المعارض مما يساعد على نجاح المؤتمر وفعالية تحقيق أهدافه.

وبعد أن يتم اختيار الهيئة التي ستتولى إدارة المؤتمر وتشكيل تلك الهيئة في هيكل تنظيمي جيد، يجب أن يقوم المنظم العام بإعداد هؤلاء الأفراد إعداداً جيداً لتنفيذ المهام والمسؤوليات الموكلة إليهم بأعلى كفاءة وفعالية.





جامعة دمشق

كلية السياحة

إدارة المعارض والمؤتمرات

كلية السياحة



المحاضرة (4)

السنة الثانية الجذع المشترك

د. باسم عساف

التخطيط والإعداد للمؤتمر

لماذا نفكر في عقد مؤتمر؟

إنه سؤال جوهري قلما يثار، وكما رأينا فقد يحدث أحياناً كثيرة اتخاذ قرار بعقد مؤتمر أولاً ثم يحاول أحد ما التوصل إلى كيفية ملء الزمن المخصص لذلك المؤتمر بالطريقة المثلى .

إن المؤتمرات عملية باهظة التكاليف لما تستهلك من وقت ثمين ومال، ويقدر أن تنظيم مؤتمر يمتد ليومين لحوالي (200) شخص يكلف أكثر من 300 ساعة عمل رجل تنفيذي .

أضف إلى ذلك وقت أعمال السكرتارية والتكاليف الإدارية وتكاليف الإعداد الخاصة بجمع (200) شخص سوياً، ولا ننسى ما ينجم عن الفرصة المهدرة نتيجة لأخذ هؤلاء الناس بعيداً عن أعمالهم المعتادة) حتى يتضح الحجم الحقيقي للتكاليف. تشكل تكاليف المؤتمر عنصر أساسي في أغلب الأحيان ويعتمد عليه في تحديد مدى الضرورة لانعقاد مؤتمر ولكن في مقابل هذا ، لا بد أن تفكر الجهة المنظمة للحدث في المزايا و العوائد المعنوية التي تعود عليها من وراء هذا الحدث .

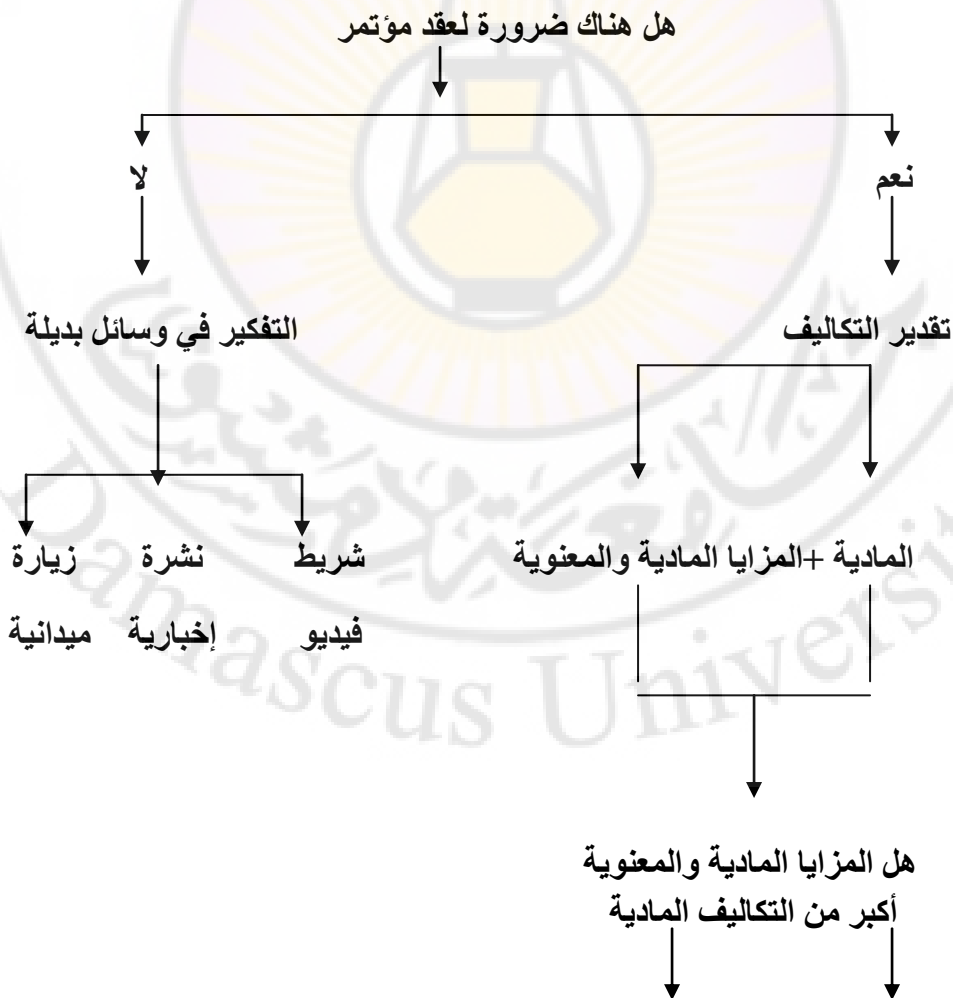
وخلاصة القول ، فإن كل من عامل التكاليف المادية وعامل الفوائد المعنوية هما اللذان يحددان مدى الضرورة لعقد مؤتمر.

الوسائل البديلة للمؤتمرات:

إذا لم تكن هناك ضرورة لعقد المؤتمرات فإن الشركة أو الجهة المعنية يجب أن تبدأ فوراً في التخطيط لاختيار أي وسيلة بديلة لإيصال المعلومات إلى الجمهور الحالي والمحتمل ومن أمثلة الوسائل البديلة للمؤتمرات (النشرات الإخبارية، شرائط الفيديو، سلسلة من الزيارات الميدانية، الخطابات المتكررة للعملاء المتميزين وهكذا).

إن الوسيلة الفعالة هي التي تحقق الهدف الذي تسعى إليه الجهة المعنية وذلك بأقل تكلفة وأسرع وقت.

الشكل التالي يوضح التسلسل المنطقي للإجابة على السؤال
"هل هناك ضرورة لعقد مؤتمر"



لا
↓

نعم
↓

نعقد مؤتمر ← نعيد التفكير مرة أخرى ← هل هناك ضرورة لعقد مؤتمر

ما هو الهدف من عقد المؤتمر:

الأهداف هي جوهر عملية التخطيط والإعداد للمؤتمرات والهدف هو الغرض الذي ينبغي الوصول إليه من خلال المؤتمر.

تتركز فعالية أهداف المؤتمر في العوامل التالية:

- الارتباط الوثيق بين الأهداف وبين موضوعات ومحاور المؤتمر المقترح.
- الصياغة الواضحة للأهداف (موجزة، محددة، واضحة).
- التكامل بين كل من أهداف المؤتمر وأهداف المشاركين فيه.
- التكامل بين أهداف الشركة المنظمة للمؤتمر وبين أهداف المؤتمر المزمع عقده.
- توافق الأهداف مع الإمكانيات المادية والبشرية والفكرية المتاحة للجهة المنظمة للمؤتمر، لذلك يجب البعد عن صياغة الأهداف الطموحة المغالى فيها.

وتختلف أهداف المؤتمرات بحسب اختلاف موضوع المؤتمر وفي الجدول التالي توضيح لبعض الأهداف المطلوب تحقيقها من عقد المؤتمرات :

عندما يكون موضوع المؤتمر	يكون هدف المؤتمر
علمي أو سياسي	تبادل الخبرات والأفكار.
تقديم منتج جديد مثل السيارة	تقديم الطراز الجديد لمجموعة من العملاء
التعريف بالوحدات الإنتاجية والتسويق	الترويج للأفكار والمعتقدات.

ومما هو جدير بالذكر , فإنه يمكن عقد مؤتمر واحد لتحقيق مجموعة متكاملة من الأهداف في حين إنه يمكن عقد أكثر من مؤتمر من أجل تحقيق هدف واحد.

من الذي يجب أن يشارك في المؤتمر؟

إن تحديد عدد المشاركين الذي يجب دعوتهم إلى المؤتمر من النقاط الهامة الواجب الانتباه لها في مرحلة التخطيط و التي يجب جمع المعلومات عنها ويرى خبراء إدارة المؤتمرات إنه من السهل تقدير عدد الأفراد المشاركين في أي مؤتمر ما عدا المؤتمرات التجارية .

إنه من البديهي حضور الوفود ذات الصلة بموضوع المؤتمر والأفراد من ذوي الخبرة في أي مشكلة من المشكلات التي يعالجها الحدث , المتحدثون والزائرون.

يستطيع المنظم العام للمؤتمر أن يتنبأ بعدد المؤتمرين وذلك من خلال جمع المعلومات المتعلقة بالعوامل التالية:

- المشاركون الأعضاء وغير الأعضاء.
- المشاركون الفنيون في المعارض.
- رجال الإعلام و الصحافة.
- الطلاب سواء المتخرجون الجدد أو الطلاب الحاليين.
- المتحدثون الرئيسيون أو الشخصيات الهامة.
- الأشخاص المرافقون للأعضاء وغير الأعضاء .
- العمر والجنس والجنسيات لتحديد طبيعة الاهتمام و الرحلات السياحية.
- الوضع الاجتماعي لإمكانية تحديد المكان اللائق وتوقيت انعقاده وتكاليف الاشتراك

متى وأين يعقد المؤتمر.

ليس من السهل دائماً تحديد متى يعقد المؤتمر ، حتى لو افترضنا أن مؤتمراً ظل يعقد سنوياً في موعد معلوم من العام بصورة تلقائية، لكن من الأفضل التفكير في كسر هذا التقليد والبحث عن مواعيد بديلة , إن أفضل توقيت لعقد أي مؤتمر لا بد أن يراعي فيه ثلاثة بنود متكاملة وهي:

1. الابتعاد عن المواسم السياحية و المناسبات القومية و الشعبية حيث يمكن الحصول على تسهيلات في الخدمات مثل:
 - الحجز في أماكن أفضل.
 - الحصول على اهتمام أكثر داخل موقع المؤتمر.
 - الحصول على تخفيضات مجزية في أسعار الخدمات ووسائل النقل.

- التوفير في الميزانية التقديرية للمؤتمر.

2. تحديد الوقت الذي يلائم السادة المشاركين:

- حتى لا يتزامن توقيت عقد المؤتمر مع ارتباطات أخرى خاصة بالمشاركين .
- التأكد من إمكانية الحضور وذلك لضمان نجاح الفعالية المترتبة على حضورهم.
- إمكانية تقدير العدد الصحيح للمشاركين مما يساعد على حساب قيمة رسم التسجيل.

3. تفادي وقت الذروة في أعمال المشاركين و العطلات الرسمية للبنوك:

- لتأمين حضور المشاركين للمؤتمر وذلك مثل عدم عقد مؤتمر لأعضاء الهيئة التدريسية بالجامعات في نفس توقيت عقد امتحانات نهاية العام الدراسي.
- عدم عقد المؤتمرات في وقت عطلة رسمية للبنوك حتى لا يسبب ذلك مشاكل مالية للمشاركين في البلد المضيف ويسبب لهم الضيق و الإحراج , ويفسد عليهم التمتع في فترة الإقامة ووقت المؤتمر مما يترك ذكرى سيئة.

هناك بند آخر مهم لا يمكن إغفاله وهو الظروف المناخية لكل دولة أو إقليم سوف يعقد فيه المؤتمر, وخلاصة القول فإنه يجب على المنظم العام للمؤتمرات "المحترف" أن يراعي عامل المرونة في تحديد الوقت المناسب لعقد أي حدث ويضع أمامه العديد من الاختيارات التي تختلف باختلاف ظروف كل دولة أو إقليم.

أما عن مكان الانعقاد فإن مهمة الاختيار هي إحدى المهام التي يحتاج فيها المنظم غير المتمرس للمساعدة لأنها مهمة شاقة وتستغرق وقتاً طويلاً, إن الحصول على معلومات مفيدة يمكن الاعتماد عليها من الفنادق ومراكز المؤتمرات لمن الصعوبة بمكان كبير, وفي كثير من الأحوال تبرز الصعوبة من إيجاد العلاقة الواجبة بين الاحتياجات المطلوبة وما هو متوافر من إمكانيات .

ومما يزيد تفاقم المشكلة النقص العام في وجود أماكن في مستوى الدرجة الأولى, إضافة إلى أن العدد المتوافر منها يكون محجوزاً قبل مدة طويلة, لهذا من الضرورة الشروع في الإعداد المبكر وإتاحة فرصة كبيرة من الوقت لإكمال التنظيم.

إن اختيار المكان يتوقف على ثلاث مراحل :
المرحلة الأولى: اعتبارات تحديد المكان.
المرحلة الثانية : الزيارة الميدانية لمعاينة الموقع.
المرحلة الثالثة: توقيع العقد.

❖ الاعتبارات لتحديد مكان المؤتمر:

يجب وضع خطة مفصلة تحدد بدقة احتياجات المؤتمر المرتقب وتحدد نوع الحدث، وشكله، ومدته، ومحتواه وأين يجب أن يعقد؟
وفيما يلي بعض النقاط الرئيسية التي ينبغي وضعها في الاعتبار:

✓ الاعتبارات الجغرافية:

- 1- إن سهولة الوصول إلى مكان المؤتمر أو الاجتماع وما يتصل بذلك من وسائل الانتقال من أهم الاعتبارات خاصة إذا كانت الوفود ستصل عن طريق الطائرات أو القطارات إذ قد يواجهون بعض المصاعب في الانتقال إلى مكان الحدث .
 - 2- وبالتبع ليس من السهل وضع قواعد ثابتة في اختيار المكان، فالبلد أو حتى المدينة قد تكون أحياناً جزءاً من مواصفات الحدث .
 - 3- ومهما يكن الحال، فإن منظم المؤتمر عليه أن يطرح على نفسه أسئلة مثل: هل هناك مدينة أو منطقة أكثر ملائمة لعقد المؤتمر؟
 - 4- المؤتمرات الخارجية: إن كل الاعتبارات السالفة تنطبق بطبيعة الحال على المؤتمرات خارج البلاد، إضافة إلى عناصر أخرى يجب وضعها في الاعتبار، مثل: مواعيد رحلات الطيران، والتكلفة، وكذلك وضع اعتبار للفصل من السنة الذي سيعقد فيه المؤتمر .
- فعلى سبيل المثال من المحتمل أن يكون الجو حاراً بدرجة لا تسمح بعقد مؤتمر في مصر في منتصف فصل الصيف، ولكنه لا جدال في أن الطقس يكون ممتعاً في شهور الشتاء، ولا ينبغي أن يستبعد عقد المؤتمر خارج البلاد بسبب محدودية الميزانية .

✓ البيئة:

إن نوع الحدث (المؤتمر) يمكن أن يساعد في التعرف على نوعية الموقع الجغرافي المناسب. هنالك الكثير من البرامج التي يتطلب تنظيمها في مناطق ريفية حيث يستمتع المشاركون بمناخ تفضل فيه الرسميات وينعمون بالهدوء الذي افتقدوه في أماكن عملهم .

ومثل هذا التغيير يجعلهم يضعون مشاكل العمل جانباً ومن ثم يركزون البرنامج الذي جاءوا من أجله، وعلى النقيض من ذلك فإنه يمكن عقد مؤتمر دولي في لندن أو باريس أو روما بحيث تتاح الفرصة للمؤتمرين رؤية الأماكن السياحية .

وعلى من ينظم مؤتمراً دولياً ألا يغفل عن بعض الأماكن التي لا يعرفها الناس كثيراً. إن هذه الاعتبارات تعطي منظم المؤتمر فكرة عن أسس اختيار المكان.

✓ الاعتبارات الأساسية في تحديد حجم المكان:

عند وضع الخطة المفصلة من المهم أن نعرف بالضبط العدد الكلي للمؤتمرين: أعضاء الوفود، والمتحدثين، والمشاركين في المعارض والإداريين وغيرهم. وهذا ليس بالأمر السهل دائماً، فالصعوبة الحقيقية تكمن في إمكانية التنبؤ بالاستجابة المتوقعة لأي حدث (مؤتمر) جماهيري، وعلى منظم المؤتمر أن يتمتع بقدر كاف من التقدير يمكنه من تحديد حجم المكان الذي يحتاجه لاستضافة مؤتمر ما، علماً بأن تأكيد حجز المكان يتم عادة قبل تسويق المؤتمر.

أ- الزيارة الميدانية لمعاينة الموقع:

يعتقد عدد غير قليل من منظمي المؤتمرات، أن زيارة المكان المتوقع للمؤتمر ما هو إلا مضيعة للوقت. إن إهمال زيارة المكان وتفقد ما هو إلا مقدمة لفشل المؤتمر. كما أن بعض منظمي المؤتمرات على سبيل الخطأ، يتوقعون أن الفندق الملائم لقضاء إجازة صيفية يكون ملائماً أيضاً لعقد مؤتمر، من المؤكد أن الفرق كبير بين الغرضين.

ولنجاح الزيارة الميدانية على منظم المؤتمر أن يتبع الإجراءات التالية:

- استخدام قائمة المراجعة لمراجعة كافة التفاصيل حسب الاتفاق.
- زيارة المكان متخفياً قبل أن يقدم نفسه لمدير الفندق والعاملين فيه حتى يستطيع معرفة كل الأشياء التي تحرص إدارة الفندق على إخفائها عنه.
- إدراك منظم المؤتمر أن الانطباع الأول مهم، وأن يصر على عدم التنازل على أي من المعايير المحددة مسبقاً.
- يجب التأكد من ملائمة المناخ المحيط بالموقع (التلوث، الضوضاء).
- العاملون في الموقع: على منظم المؤتمر أثناء تفقده للموقع مقابلة الموظف المسؤول الذي سيشرف على تنسيق كل الترتيبات الخاصة بالحدث حتى يتأكد من مهارة وكفاءة كل عامل في إمكانية الإشراف على الحدث وتقديم المساعدة.
- يجب أن يحرص المنظم أن يكون معروفاً لدى الطرف الآخر (الفندق مثلاً) بمعنى آخر أن تكون قنوات الاتصال واضحة من/ إلى المنظم والعاملين.

الشكل التالي يوضح نموذج لقائمة المراجعة : The Checklist

تقرير معاينة الموقع:	قاعة الاجتماع الرئيسية.....	السعر.....
المؤتمر.....	طريقة الجلوس المتاحة	حجرة الدراسة/مدرج
اسم الموقع.....	قاعة مجلس الإدارة	
العنوان البريدي.....	الطريق إلى المدخل	
البنك.....	الإضاءة	يمكن تعميمها نعم / لا
رقم الحساب.....	نوع الشاشة:	حجمها
المبيعات.....	نظام الصوت :	ثابتة / متحركة
الخدمات.....	مواصفات خط المدخلات	القوة
المدير.....	نوع الموصل:	
أقرب مطار.....	نوع مكبرات الصوت:	
وسيلة النقل.....	الوسائل البصرية:	الشرايح
زمن الرحلة.....	دائرة تلفزيونية مغلقة	سينما
في المدينة.....		فيديو
رقم الهاتف.....		
التلكس.....		
الهاتف الداخلي.....		

ب- توقيع العقد:

وهي مرحلة اتخاذ القرار وتوقيع العقد مع المكان الذي وقع عليه الاختيار بالفعل , وتأتي هذه العملية بعد زيارة المكان وتفقد جميع المواصفات المطلوب توافرها للحدث .

تتم هذه المرحلة قبل موعد المؤتمر بثلاثة أشهر على الأقل. ومما هو جدير بالذكر فإن توقيع العقد لا يعني أبداً الاطمئنان بالنسبة لمنظم المؤتمر على إن كل شيء في الموقع أصبح على أهبة الاستعداد لاستقبال الحدث المرتقب , بالطبع لا. عند الاتفاق وتوقيع العقد , لا بد أن يستمر الاتصال بين المدير المسؤول في الموقع وبين المنظم العام للمؤتمر ومساعديه , وعلى وجه التحديد , فإنه يجب على منظم المؤتمر أن ينتبه إلى إتباع التوصيات التالية:

- الاتصال ببعض الشركات التي سبق وأن عقدت مؤتمرات في نفس الموقع للتأكد من:

--- جودة الخدمات المقدمة.

--- معرفة السبلات التي حدثت في الموقع لتعديها أو التخلص منها.

--- معرفة إيجابيات الموقع للتأكيد عليها.

- الاتصال بالمدير المسؤول للتأكيد على استكمال أي متطلبات متفق عليها.
- الزيارات المتكررة للموقع قبل عقد المؤتمر والإلاح المستمر على كل صغيرة وكبيرة, والتأكد من عمل التعديلات المطلوبة في القاعة الرئيسية أو القاعات الأخرى الجانبية.



جامعة دمشق

كلية السياحة

إدارة المعارض والمؤتمرات

كلية السياحة



المحاضرة (5)

السنة الثانية الجذع المشترك

د. باسم عساف

الميزانية التقديرية للمؤتمر.

تعتبر الميزانية عنصر أساسي لإمكانية التحكم في المصروفات لأي مؤتمر سواء كان صغيراً أو كبيراً , وعن الإعداد لأي مؤتمر دون تخطيط مسبق للجوانب المالية له , إنما يعتبر نوعاً من الفوضى أو الخلل التي ينتج عنها الفشل المؤكد لهذا المؤتمر.

وتعرف الميزانية بأنها خطة مالية وحيدة الاستخدام يتم بنائها لوضع تصور متكامل لأوجه الإيرادات و المصروفات المختلفة خلال فترة زمنية محددة وذلك بهدف تجنب الوقوع في مشاكل الخسائر المالية , وهي أداة للرقابة والتخطيط في آن واحد.

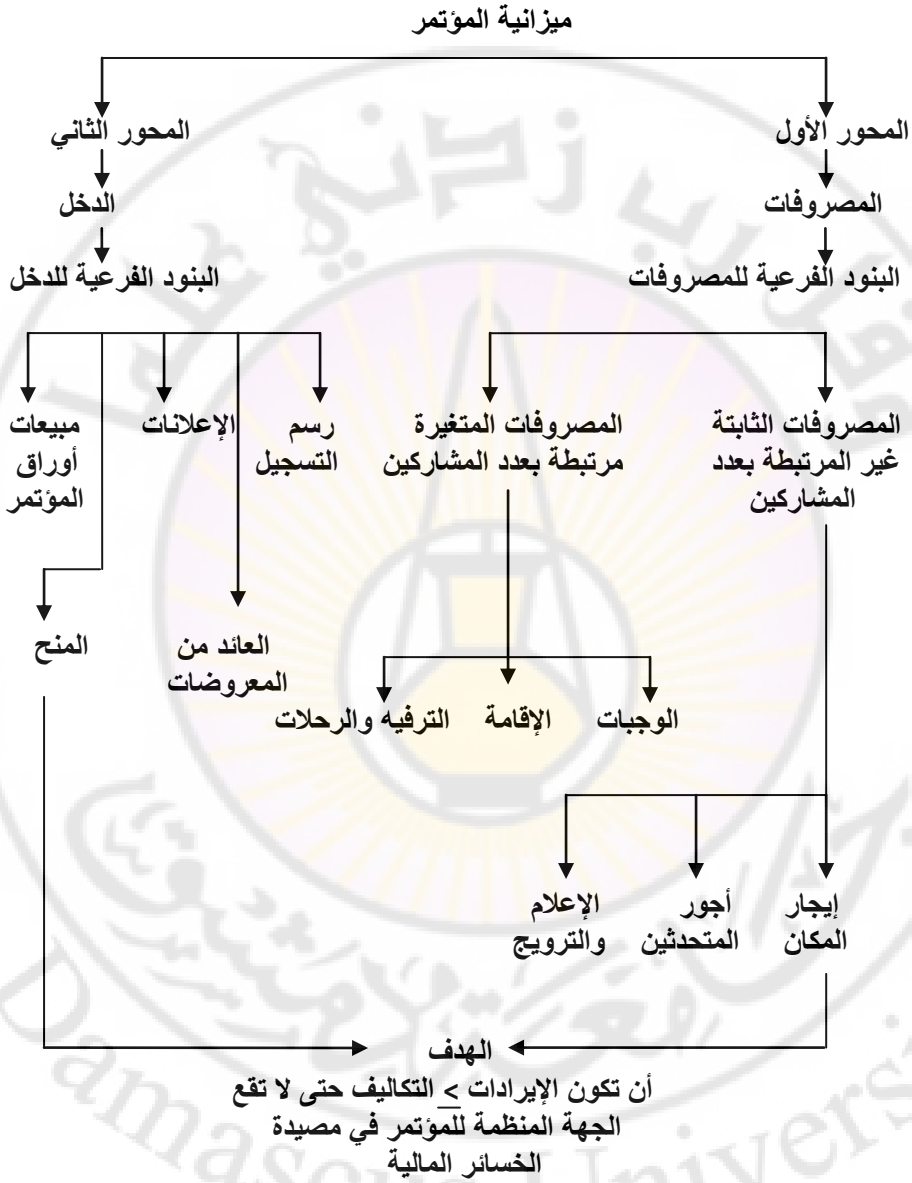
بنود الميزانية التقديرية للمؤتمر:

ترتكز الميزانية التقديرية للمؤتمر على محورين رئيسيين هما:

المحور الأول: المصروفات أو التكاليف.

المحور الثاني: الإيرادات أو الدخل.

الشكل التالي يوضح المحاور الرئيسية والبنود الفرعية لميزانية المؤتمر



المحور الأول : المصروفات :

تقسم مصروفات الميزانية إلى بندين رئيسيين وهما المصروفات الثابتة والمصروفات المتغيرة وتعتبر المصروفات الكلية ما هي إلا حاصل جمع كل من المصروفات الثابتة والمتغيرة.

■ المصروفات الثابتة: Fixed Costs

هي المصروفات التي تتحملها الجهة المنظمة للمؤتمر وذلك بغض النظر عن عدد الأفراد المشتركين فيه, وتحتوي المصروفات الثابتة للمؤتمر على النقاط التالية :

- تكلفة إيجار القاعات (المكان) وتجهيزها.
- أجور المتحدثين وتكاليف انتقالهم وإقامتهم .
- تكاليف تسويق المؤتمر مثل : الكتالوجات , الطباعة , البريد , أوراق.
- الإعلام والترويج للمؤتمر مثل نشرات صحفية , إعلانات.
- تكاليف المعدات مثل : الوسائل السمعية والبصرية , ومستلزماتها من أفلام وشرائط وأوراق خاصة.
- خدمات مثل : الهاتف , المترجمين , العمالة الإضافية في مكان المؤتمر.
- تكاليف طارئة : وهي 10% من الميزانية الكلية لمقابلة أي مصروفات غير متوقعة مثل ارتفاع غير متوقع في الأسعار أو تغييرات طارئة على البرنامج الخاص بالمؤتمر.

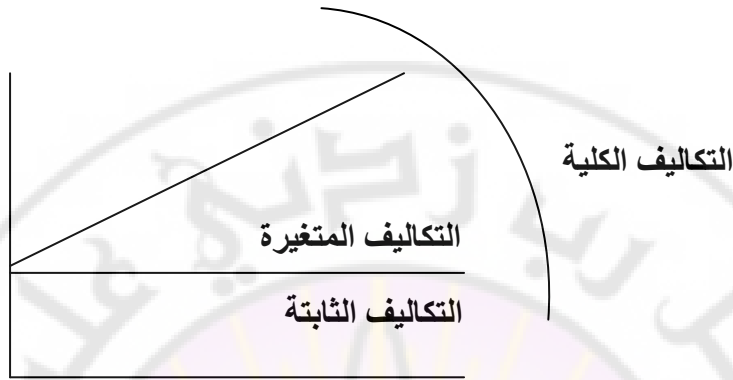
■ المصروفات المتغيرة Variable Costs :

هي المصروفات التي تتأرجح بالارتفاع والانخفاض وفقا لعدد الأفراد المشاركين في المؤتمر , بمعنى آخر فإن المصروفات المتغيرة ترتبط ارتباط خطي مع عدد الأفراد المؤتمرين , وتتمثل المصروفات المتغيرة في النقاط التالية:

- مصروفات الإقامة لكل عضو .
- الترفيه مثل الرحلات الترفيهية و السياحية.
- الوجبات و المشروبات المتنوعة مثل الشاي والقهوة
- حقبة المؤتمر لكل عضو والتي تحتوي على الأوراق , الملفات , الأفلام
- وسائل النقل لكل عضو .
- تكاليف المستندات لكل من البريد , سكرتارية لتسجيل الحاضرين , إعداد الفواتير.

■ المصروفات الكلية:

إن الشكل التالي يوضح أن التكاليف الكلية هي مجموع التكاليف الثابتة و المتغيرة :



المحور الثاني: الدخل (الإيرادات):

الدخل هو الإيرادات التي يتم تحصيلها من المؤتمر وعلى أية حال فإن إيرادات المؤتمر يمكن الحصول عليها من البنود التالية :

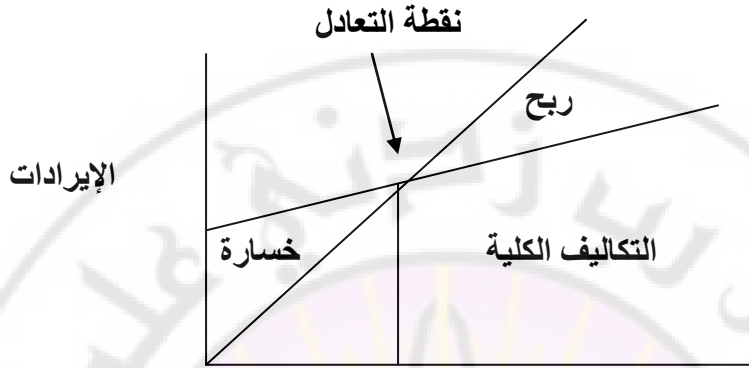
- رسوم التسجيل , وهي رسم الاشتراك التي يدفعها الأعضاء المشاركون.
- المنح والهبات والكفالة و المساهمات التجارية.
- الإعلانات في برنامج المؤتمر .
- مبيعات أوراق المؤتمر.
- العائد من المعروضات إن وجد.

طريقة حساب رسم التسجيل للمؤتمر:

يعتمد التقدير الدقيق للمحورين الرئيسيين بالميزانية (المصروفات , الدخل) على عدد المشاركين وذلك من أجل حساب التكلفة لكل فرد وأيضاً حساب رسم التسجيل له ولكن التساؤل الآن كيف يتم تحديد عدد المشتركين في المؤتمر لكي يمكن حساب رسم التسجيل لكل منهم؟

يمكن الاستعانة ببعض الأساليب العلمية لإمكانية التنبؤ بعدد الأفراد الذين يمكن اشتراكهم في المؤتمر لتغطية المصروفات , ومن أبسط الطرق العلمية التي تساعد في ذلك هي طريقة تحليل التعادل.

ونقطة التعادل هي الموقف الذي يتعادل عنده الإيرادات الكلية مع التكاليف الكلية للمؤتمر وهي النقطة التي يتولد عنها عائد يكفي لتغطية التكاليف .



عدد أعضاء المؤتمر الذي يحقق التعادل

وبعد حساب عدد المشتركين يتم حساب الحد الأدنى لرسم التسجيل لكل عضو مشترك , أي أقل قيمة يمكن تحميلها للعضو كمصاريف تسجيل في المؤتمر, ويتم حساب قيمة رسم التسجيل لكل عضو بناءً على المعادلة التالية:

$$\text{رسم التسجيل لكل عضو} = \frac{\text{المصاريف الثابتة الصافية} + \text{المصاريف المتغيرة}}{\text{عدد أعضاء المؤتمر}}$$

عدد أعضاء المؤتمر

المصاريف الثابتة الصافية = المصاريف الثابتة - إيرادات الإعلانات , المعارض.....الخ. أما الربح الذي يمكن أن تحققه الجهة المنظمة للمؤتمر من كل عضو مشارك حتى يزيد الإيراد عن نقطة التعادل فيمكن حسابه بتطبيق المعادلة التالية:

$$\text{الربح من العضو الواحد} = \text{مصاريف التسجيل} - \text{المصروفات المتغيرة}.$$

إذاً تعتبر الميزانية بمثابة جهاز إنذار مبكر لأي مشكلات يمكن أن تحدث فجأة ولذلك فإن التمسك بمحتوياتها يعتبر وقاية وحماية للجهة المنظمة للمؤتمر ويساعد على تحقيق أرباح لأي حدث .

ميكانيكية تدفق المصروفات والدخل للمؤتمر:

قبل أن يحدث توازن بين مصروفات المؤتمر والدخل المحقق منه يجب أن يراعى تأمين السيولة النقدية الكافية خلال مرحلة التخطيط والإعداد لذلك الحدث وتكون ميكانيكية تدفق المصروفات والدخل لأي مؤتمر كالتالي:

- ترتفع النفقات بنسبة كبيرة خلال الفترة التي تسبق عقد المؤتمر ويرجع ذلك إلى تكاليف الإعداد والتحضير و حجز مكان الحدث , لذلك يجب على الجهة المنظمة للمؤتمر أن تسعى في هذه الفترة في الحصول على قرض مناسب من أحد البنوك ليتم تسديده فيما بعد ولتأمين السيولة الكافية.
- عند اقتراب موعد المؤتمر تتفوق الإيرادات على النفقات نتيجة تحصيل رسوم الاشتراك , وإيرادات الإعلانات من الجهات المختلفة والحصول على المنح والهبات وبذلك يحدث توازن سواء بالربح أو بالخسارة .

مصادر التمويل في مرحلة الإعداد للمؤتمر:

بالرغم أن التمويل عن طريق القروض البنكية مصدر مضمون , إلا أن فوائد القروض البنكية تعتبر عبئاً على الجهة المنظمة للمؤتمر , ولذلك يفضل تدبير مصادر أخرى بديلة لتأمين السيولة النقدية في مرحلة الإعداد والتحضير للمؤتمر , ومن أهم مصادر التمويل البديلة:

- الاعتمادات المركزية للجهة المنظمة للمؤتمر.
- فائض من المؤتمرات السابقة.
- منحة من الحكومة.
- الكفالة : وهي أن جهة أو فرد يضمن تمويل المؤتمر على أن يعرض اسمه أو منتجاته أمام جمهور من المشترين المحتملين وتظهر بشكل واضح في المؤتمرات الطبية .

تعتبر المصادر السابقة للتمويل مصادر بديلة للقروض البنكية أو مصادر مساعدة لإمكانية تخفيض حجم الاقتراض بقدر الإمكان , وعلى أية حال يجب تخفيض قيمة المصروفات بقدر الإمكان لإمكانية تجنب احتمال الخسارة في نهاية المؤتمر .

كيفية بناء ميزانية اقتصادية للمؤتمر:

لا بد من تحقيق المعادلة الصعبة المتمثلة بأقل التكاليف وأعلى جودة وأفضل مواصفات , وهذا يحتاج إلى المهارة في إمكانية التخفيف في بنود المصروفات المتوقعة , والأمثلة التالية تبين ذلك:

- مكان المؤتمر :اختيار مقر بعيد من قلب العاصمة لضمان جودة المكان مع انخفاض الأسعار.
- المواصلات: استخدام الخطوط الجوية التي تمنح خصومات مجزية.
- الخدمات : البحث عن وسائل الطباعة والتصوير الأقل سعراً.
- قروض بدون فوائد أو ذات فوائد مخفضة: عمل إعلانات مجانية في برنامج المؤتمر مقابل الحصول على قروض بدون فوائد أو ذات فوائد مخفضة.
- النظر إلى المؤتمر كمشروع تجاري : إن هذا المنظور سوف يساعد على السعي الدائم لتخفيض التكاليف .

المطلب السادس: متى يتم تنفيذ جميع المهام السابقة ومن يقوم بالتنفيذ:

عند التخطيط و التنظيم لأي مؤتمر , يجب تصميم جدول زمني لتحديد الأنشطة و المهام المتوقعة وتحديد الجهة المسؤولة عن تنفيذها والمدة الزمنية اللازمة لكل نشاط, ومما هو جدير بالذكر فإنه يجب عمل تقييم مستمر وتصحيح لمسار الأنشطة كلما اقترب موعد المؤتمر وهذا يعني أنه يمكن عمل تعديلات على الجدول الزمني بناءً على أية انحرافات قد تظهر نتيجة التقييم والمتابعة, ويمكن الاستعانة لتنفيذ هذه الخطوات أحد الأدوات الإدارية الحديثة (خريطة جانت).

نوع النشاط							الجهة المسؤولة عن النشاط		الإطار الزمني 6 شهور						ملاحظات	
									يناير	فبراير	مارس	أبريل	مايو	يونيو		

نموذج لجدول زمني في الثلاث أشهر الأخيرة التي تسبق عقد المؤتمر.

م	النشاط	مجموعات العمل المنفذة	إبريل	مايو	يونيو	ملاحظات
1	قاعات الاجتماعات والمرافق الأخرى					
1/1	- انتهاء أعمال الإصلاحات في الموقع					
2/1	- تنظيم قاعات الاجتماعات					
3/1	- تخصيص أماكن الخدمات	مجموعة أولى				
4/1	- تأمين الأثاث و الملصقات					
5/1	- تخصيص قاعة كبرى للسكرتارية					
2	الاتصال مع الجهات المعنية في الدولة المضيفة:					
1/2	- المتابعة المستمرة مع الجهة المسؤولة					
2/2	- تحديد المعدات والأجهزة في مواقعها	مجموعة ثانية				
3	الترجمة الفورية :					
1/3	- متابعة توقيع العقود					
2/3	- إذن لإدخال أجهزة الترجمة الفورية					
3/3	- تجهيز القاعة بأجهزة الترجمة	مجموعة ثالثة				
4/3	- شحن أجهزة الترجمة الفورية					
4	توزيع دليل المؤتمر والتحضير لعملية التسجيل					
1/4	- توزيع دليل المؤتمر على الشركات/الأفراد					
2/4	- ملف بغاوين الدعوات الموجهة	مجموعة رابعة				
3/4	- ملف نماذج التسجيل التي ترد إلى الشركة					
3/4	- التسجيل الفعلي قبل بدء المؤتمر					
5	تحضير ملفات ووثائق المؤتمر:					
1/5	- متابعة وصول الملفات الخاصة بالمؤتمر	مجموعة خامسة				
2/5	- تحديد احتياجات المؤتمر من الحقائق					
3/5	- الإشراف على أعمال التصوير والنسخ					



جامعة دمشق

كلية السياحة

إدارة المعارض والمؤتمرات



المحاضرة (6)

السنة الثانية الجذع المشترك

د. باسم عساف

تنظيم جدول أعمال المؤتمر.

الخطوات المنطقية لتنظيم برنامج المؤتمر.

يعتبر برنامج المؤتمر (جدول الأعمال) هو الأداة التنفيذية لتحقيق أهداف المؤتمر وقد يتم تنظيم البرنامج على أعلى مستوى من الكفاءة ولكن عند التنفيذ يجب أن يطبق بنجاح لكي يحقق الهدف الموضوع من أجله وبرنامج المؤتمر الناجح يشمل على ثلاث محاور رئيسية وهي:

المحور الأول: التقديم الفعال للمعلومات التي يحتويها برنامج المؤتمر .

المحور الثاني: التوقيت الفعال لانسياب و بث المعلومات .

المحور الثالث: المتحدث الفعال.

يحتاج تنظيم وإعداد جدول برنامج المؤتمر إلى عدة خطوات منطقية وهي :

- (1) تحديد الموضوعات : يبدأ إعداد برنامج المؤتمر بتحديد الموضوعات الرئيسية التي سيشمل عليها الحدث ويراعى في ذلك الرجوع إلى الأهداف والمحاور التي يسعى إلى تحقيقها المؤتمر حتى يمكن تحديد الموضوعات ذات الصلة الوثيقة بها.
- (2) تحديد نوع الجلسات : بعد تحديد الموضوعات يتم تحديد نوع الجلسات التي سوف تحتويها برنامج المؤتمر وهي إما جلسات رسمية يحضرها جميع أفراد المؤتمر أو ورش عمل تضم مجموعات ذات اهتمام مشترك .

(3) تحديد البداية بالنسبة لليوم الأول : يعتبر وقت تحديد البداية من القرارات الصعبة ولكن على أية حال لا يوجد وقت مثالي للبداية في اليوم الأول ولكن يتم تحديد الوقت الأفضل الذي يلائم ظروف الحدث من حيث الموقع وسهولة الوصول والمواصلات بالإضافة إلى مكان الإقامة الأصلي للمشاركين.

(4) تحديد أسلوب عرض الموضوعات : توجد ثلاث طرق أساسية لعرض مادة المؤتمرات وخاصة المؤتمرات الكبيرة وعلى منظم المؤتمر أن يخطط للأسلوب الأفضل الذي يجب أن تقدم به كل مادة ويمكن بلورة أساليب عرض الموضوعات في النقاط الثلاث التالية:

- **الحديث المباشر:**

وهذا الأسلوب لا يتم فيه استخدام أي وسائل مساعدة (بصرية أو سمعية) ويعتمد نجاح هذه الطريقة على براعة وتميز المتحدث .

- **المحاضرة:**

مع الاستعانة بوسائل بصرية مساعدة مثل الشرائح ومكبر الصورة (البروجكتور) وذلك لعرض بعض النماذج التوضيحية أو النقاط الفنية .

- **عرض الموضوع:**

مع الاستعانة بالأمثلة والتجارب وعلى سبيل المثال يشرح المتحدث كيفية إجراء مقابلة شخصية أو أسلوب إدارة المناقشات الجماعية أو اتخاذ القرارات الجماعية .

وعلى أية حال فإن اختيار الأسلوب الأفضل لعرض المادة العلمية في المؤتمر لابد أن يكون منسجماً مع القرارات الأولى الخاصة باختيار الموقع وتصميم قاعة الجلوس الرئيسية والمنصة وترتيب المتحدثين .

(5) المتحدثون ومتحدثو الاحتياط : يعتبر منظم المؤتمر مسؤولاً عن توفير بعض المتحدثين المتميزين للمؤتمر هذا مع العلم أن هذه العملية تحتاج إلى كثير من الوقت والصبر وذلك لصعوبة الحصول على المتحدث المميز دائماً , ويقول أحد الخبراء في المجالات التي يتحدثون فيها وذلك من منطلق أن معظم الخبراء سواء كانوا علماء أو قيادات صناعية , ليسوا بطبيعتهم متحدثين جماهيريين بشكل جيد .

تخطيط البرنامج الاجتماعي (الزيارات والترفيه):

تعتبر المؤتمرات التي تشتمل على الإقامة في الفنادق لفترة طويلة , تعتبر فرصة ذهبية للمشاركين ومرافقيهم للتمتع بالراحة والترفيه والاستجمام ومشاهدة المعالم السياحية المجاورة لموقع المؤتمر . لذلك فإن منظم المؤتمر يجب عليه أن يهتم بتخطيط وإعداد برنامج اجتماعي للمشاركين في الحدث مثل اهتمامه بالبرنامج العلمي تماماً. ومما هو جدير بالذكر فإن البرنامج الاجتماعي غالباً ما يكون دافعاً ومحفزاً للمشاركة والحضور لكثير من المؤتمرات.

ولذلك فإن منظم المؤتمرات يجب أن يهتم بالترتيبات التالية:

* توفير الفرصة للمشاركين لممارسة مختلف الأنشطة الترفيهية مثل السباحة والرياضة والتجوال.

* تنظيم زيارات بمصاحبة مرشدين وذلك إلى أهم المواقع المحلية الجميلة والمواقع الأثرية .

* تنظيم الزيارات إلى مواقع وثيقة الصلة بموضوع المؤتمر.

* ومن المهم أن يتم وضع إطار البرنامج الاجتماعي مع الجدول الزمني, وأن يتم تحديد تكاليفه مع البرنامج الأولي للحدث في دليل المؤتمر وقبل الشروع في اعتماد موازنة المؤتمر.

تصنيف الأنشطة الاجتماعية :

يمكن تصنيف الأنشطة الاجتماعية حسب طبيعة ونوعية الأفراد المشاركين في المؤتمر وذلك على النحو التالي :

أ- أنشطة لجميع المشاركين ومرافقيهم وضيوف المؤتمر وتشمل:

- حفل كوكتيل في الليلة التي تسبق انعقاد المؤتمر .
- حفل عشاء قبل انتهاء المؤتمر .
- بعض حفلات يتم تنظيمها بمعرفة الدولة المضيفة .

ب- أنشطة خاصة بالضيوف والمرافقين وتشمل على :

- رحلات التسوق.
- زيارات إلى أماكن قريبة لمدة يوم أو نصف يوم .

- رحلات بحرية.
- زيارات اجتماعية إلى بعض المراكز التطوعية مثل المستشفيات والمدارس ومراكز الأطفال .
- زيارات إلى المعالم الأثرية في المدينة محل انعقاد المؤتمر.

ت- أنشطة رياضية وتشمل :

العديد من الأنشطة الرياضية التي تمثل مجال اهتمام للمشاركين مثل المشي والتنس و البلياردو وكرة السلة والسباحة .

ث- أنشطة خاصة بالأطفال وتشمل :

- تنظيم رحلات إلى حديقة الحيوان والملاهي والسيرك .
- توفير مربيات للعناية بالأطفال في فترة العمل بالمؤتمر.
- تجهيز لوازم خاصة بالأطفال مثل الهدايا والألعاب وشرائط الفيديو .

توجيه الدعوات لحضور المؤتمر.

تصميم الدعوات.

تعتبر الدعوات المحررة من أفضل وسائل الاتصال بالأعضاء المحتملين وغالباً ما تحتاج المؤتمرات إلى تحرير نوعيات متعددة من تلك الدعوات فعلى سبيل المثال :

- دعوة مبدئية للاشتراك في المؤتمر .
 - دعوة لحضور عشاء المتحدثين وكبار الشخصيات .
 - دعوة لحضور حفل النشاط الترفيهي .
 - دعوة للحفل الختامي للمؤتمر .
- وعلى أية حال فإن تصميم دعوات المؤتمر له العديد من الأساسيات التي يجب أن ينتبه إليها أفراد لجنة العلاقات العامة والسكرتاريا حتى تحقق الغرض منها بنجاح ومن هذه الأساسيات:

- تصميم وطبع شعار المؤتمر على الدعوة (LOGO) .
- التأكد من دقة البيانات المثبتة على الدعوات ومرافقاتها (موعد بدء المؤتمر, موعد الانتهاء , موقع الانعقاد, موضوع المؤتمر).

توجيه الدعوات المبدئية إلى المشاركين.

بعد تصميم دعوات المؤتمر , تبدأ عملية توجيه الدعوات المبدئية إلى الجهات والأفراد المحتمل اشتراكهم , ولضمان فعالية الدعوات فإنه يستلزم تجهيز العديد من المستندات وإرفاقها مع تلك الدعوات ومن هذه المرفقات :

- ✓ ورقة توضح فكرة المؤتمر والمحاور الأساسية له.
- ✓ ورقة تحمل أسماء الجهات المدعوة للمشاركة في المؤتمر.
- ✓ بيان عن الشروط و المواصفات الخاصة بالأوراق البحثية التي سوف يقدمها المتحدثين (عدد صفحات البحث, آخر موعد لتقديم الأبحاثوهكذا).
- ✓ مستند يوضح طلب التسجيل أو الاشتراك في المؤتمر وهذا الطلب يحتوي البيانات التالية:

- بطاقة الترشيح التي يدون فيها اسم المشترك, أرقام الهاتف, الفاكس.
- القيمة المالية للاشتراك في المؤتمر .
- عنوان الجهة التي يرد إليها طلب التسجيل.
- أسعار الإقامة للعضو المشترك .
- قيمة الاشتراك في الأنشطة الاجتماعية.....وهكذا.

توجيه الدعوات النهائية إلى المشاركين.

بعد أن يقوم المشتركون بمليء نماذج أو طلبات التسجيل وردها مرة أخرى إلى لجنة سكرتارية المؤتمر مع قيمة الاشتراك ,تبدأ اللجنة في تجهيز الدعوة النهائية للمؤتمر وإرسالها إلى المشتركين الفعليين وذلك قبل الموعد المحدد للمؤتمر بوقت كاف ويرفق مع الدعوة النهائية العديد من المرفقات الهامة والتي تتمثل في المستندات التالية:

- البرنامج النهائي للمؤتمر .
- أسماء الجهات المشتركة .
- أسماء المتحدثين في المؤتمر.
- إيصال يثبت دفع المشارك لقيمة التسجيل في المؤتمر وذلك بالنسبة للأفراد أو الجهات التي دفعت فعلاً.

ويمكن أن تسمى جميع المستندات السابقة التي يتم إرسالها مع الدعوة النهائية "دليل المؤتمر".

توجيه الدعوات إلى الشخصيات البارزة.

يتم توجيه دعوات خاصة وأنيقة إلى بعض الشخصيات الهامة ليكونوا بمثابة "ضيف شرف" المؤتمر (إذا كان المؤتمر طبي يتم دعوة وزير الصحة مثلاً) وعند إرسال تلك الدعوات مثلاً يجب مراعاة ما يلي :

- إرسال الدعوة قبل انعقاد المؤتمر بوقت كاف.
- يجب استلام موافقة كتابية لحضور المؤتمر.
- في حالة موافقة " ضيف الشرف " على الحضور , يجب عمل الترتيبات الخاصة لاستقبالهم والترحيب بهم عند المبنى الرئيسي لعقد المؤتمر , أو استقبالهم في المطار إذا كان الضيف قادماً من بلد آخر ثم تقديمهم إلى رئيس المؤتمر مباشرة.

تعتبر بطاقات الدعوة صورة عاكسة لأهمية المؤتمر بل تدل على أهمية تنظيم وترتيب المؤتمر لذلك لا بد على الجهة المنظمة أن تصرف جهداً في إعدادها حتى تنال الاحترام من قبل الجهة المدعوة.





جامعة دمشق

كلية السياحة

إدارة المعارض والمؤتمرات



المحاضرة (7)

السنة الثانية الجذع المشترك

د. باسم عساف

إدارة المؤتمر أثناء الحدث

الأنشطة والمهام غير الروتينية:

تتلخص الأنشطة الإدارية غير الروتينية التي يجب أن يشرف عليها ويتابعها المنظم العام للمؤتمر في البنود التالية:

- **التسجيل :** وهي عملية تسجيل الأعضاء فور وصولهم إلى الموقع وتسليمهم حقيبة المؤتمر المتضمنة برنامج المؤتمر وقائمة بأسماء الأعضاء.....الخ، بالإضافة إلى ظرف سابق التجهيز يحتوي على عناصر شخصية مثل شارة المؤتمر، التذاكر.
- **العناية بالخطابات والمعلومات :** هذه العملية تتضمن تخصيص موظف من أفراد السكرتارية خلال فترة المؤتمر للعناية بكافة الخطابات والرسائل والمكالمات الهاتفية التي قد ترد لأي عضو من الأعضاء وإبلاغه فور وصولها.
- **تثبيت العلامات الإرشادية:** والمقصود بها تثبيت علامات تشير إلى الأماكن المختلفة في الموقع (مركز التسجيل، قاعة المؤتمر الرئيسية).

• ترتيبات استقبال المتحدثين والشخصيات البارزة : يتم وضع مجموعة من الأشخاص ممن لديهم الذوق وحسن التعامل من أجل استقبال الضيوف ومرافقتهم إلى الأماكن المطلوبة.

• الإعداد لاستقبال الصحافة والتلفزيون : يجب على منظم المؤتمر تخصيص موظف من العلاقات العامة ليشراف على إعداد وترتيب مكتب خاص للصحافة والتلفزيون وتوفير كافة المتطلبات اللازمة من التقنيات الضرورية.

الممارسات الإدارية الروتينية.

توجد العديد من الممارسات الإدارية الروتينية التي يجب مراجعتها قبل بداية الجلسات ومنها مثلاً مراجعة التصميم المتعلق بالديكور وترتيب القاعة والمنصة أيضاً الإشراف على التجهيزات التقنية من معدات سمعية وبصرية والتأكد من سلامتها , ومن الممارسات أيضاً ما يتعلق بترتيب وتنظيف المكان وترتيبات خاصة بالمدخلين بالإضافة إلى كثير من الترتيبات الروتينية الأخرى.

الممارسات الأمنية.

الأمن ليس خدمة بل هو عمل يمكن تقييمه مادياً وضرورة حتمية في أي مؤتمر وعدم وجوده يجلب الفوضى والعشوائية والفشل.

الكثير من المنظمات الإرهابية التي تعمل على تخريب اقتصاد الدولة تشتغل دائماً على وتر زعزعة الأمن والاستقرار في البلد فتقوم بعمليات إرهابية في عمق الأماكن السياحية أو تستهدف حضور المؤتمرات من الشخصيات الهامة لاغتيالها للتأثير على الرأي العام العالمي ويترتب على ذلك ردود فعل وخيمة على الدولة.

والأمن بصفة عامة له جانبان :

الجانب الأول : الأمن خارج مراكز المؤتمرات في المناطق الأثرية والترفيهية والذي يطلق عليه بالأمن العام.

الجانب الثاني : هو تأمين أماكن الإقامة وأماكن عقد المؤتمرات وجميع السادة الحضور ويطلق عليه بالأمن الداخلي.

وبناء على ما يشعر الزائر تجاه الأمن العام وكذلك الأمن الداخلي فإنه إما أن يكون سفيراً إيجابياً يعمل على تسويق المؤتمرات أو سلبياً ضد الجذب السياحي للمؤتمرات.

الأخطار والمشاكل التي يتعرض لها المؤتمرون: ويمكن تقسيمها إلى قسمين:

- الأخطار الطبيعية من صنع الطبيعة (الزلازل, البراكين, الفيضانات, الحرائق, العواصف).
- الأخطار البشرية من صنع البشر (السرقة, التخريب, الحريق, الإرهاب, ...).

طرق تأمين مراكز المؤتمرات :

هناك الكثير من الوسائل والطرق القديمة منها والحديثة التي تستخدم في تأمين المراكز:

- 1- إقامة الأسوار المناسبة بشروط وأسس خاصة.
- 2- حراسة فتحات الدخول والخروج مع تقليل عددها بقدر الإمكان وضرورة تسليم جميع مفاتيح البوابات إلى مكتب الأمن بالمنشأة.
- 3- استخدام بعض الأدوات المساعدة في عمليات التأمين مثل الأقفال وفي حالة فقدان أحد المفاتيح أو في حالة نقل أو تغيير أي شخص من مكانه فإنه يجب على الفور تغيير تلك الأقفال كإجراء وقائي.
- 4- مراقبة كافة التحركات المختلفة بالمنشأة بما فيها وسائل النقل المختلفة مع وضع نظام محكم للمراقبة والسيطرة على تحركاتها ويفضل تخصيص مكان لوسائل النقل منفصل عن مباني المنشأة والمخازن.

الشروط الخاصة بتحركات الزائرين وتنظيم عملية الزيارة:

- 1- التحقق من شخصية الزائرين .
- 2- إصدار التصاريح اللازمة وتحريرها من نسختين تحفظ إحداها بمكتب الأمن وتعطى الأخرى للزائر يحملها أثناء وجوده بالمنشأة.
- 3- تعيين حراسة لازمة لمصاحبة الزائر بالمنشأة إذا لزم الأمر.
- 4- ملاحظة مطابقة الأماكن التي زارها الزائر بتلك الأماكن المرخص له بالزيارة.

الأجهزة والوسائل المستخدمة في تأمين المنشأة:

إن الاعتماد على العنصر البشري فقط في هذا الشأن أصبح شيئاً ليس كافياً لأداء تلك المهمة الصعبة فسوف يكون نظاماً غير مكتمل الجوانب مرهوناً بما يقدمه العنصر البشري من تصرفات ومجهودات فردية لا يعتمد عليها في جميع الأحوال بل لا بد من وجود أجهزة ووسائل مساعدة ومنها:

- أجهزة المساعدة للمراقبة اللاسلكية التي تتيح فرصة مراقبة و متابعة تحركات الأفراد كما تتيح الاتصال بالرئاسة وتبليغهم أولاً بأول بمجريات الأمور وعمل التقارير الأزمّة.
- أجهزة تضخيم الصوت وهي ميكروفونات خاصة حساسة تكشف أي صوت ولو بسيط جداً متصلة بأجهزة إرسال ويتم تركيب هذه الأجهزة في الأماكن التي لا يتردد عليها الناس كثيراً مثل المخازن والأرشيف الخاص بالوثائق والمستندات.
- أجهزة المراقبة التليفزيونية وهي عبارة عن كاميرات تصوير تليفزيونية متصلة بشاشات عرض ويتم وضع هذه الكاميرات في الأماكن الحيوية بالمنشأة والمداخل والطرق.
- أجهزة الاتصال بين أفراد طاقم الأمن وبعضهم البعض وبالإدارة التابعة لهم ومراكز الإطفاء والإغاثة والشرطة لسهولة تنسيق الجهود والأعمال فيما بينهم .
- أجهزة الإنذار وتنقسم إلى: (الأبواب, الحرائق, الأسوار, الخزائن).
- أجهزة فحص الطرود والكشف عن الأسلحة والمفرقات.
- أجهزة التحكم في حركة الدخول والخروج من وإلى المنشأة بالنسبة لوسائل النقل من خلال التصاريح والبطاقات المتبادلة.

الممارسات الترويجية والإعلامية للمؤتمرات.

تعتبر الممارسات الترويجية التي تقوم بإعدادها العلاقات العامة للمؤتمر ,هي حجر الأساس الذي يعتمد عليه نجاح هذا الحدث ,حيث إن الهدف من العملية الترويجية هو جذب أكبر عدد من الأفراد وتحفيزهم للاشتراك والحضور إلى الحدث.

1- البرنامج الترويجي المتكامل قبل بداية انعقاد المؤتمر:

تقوم لجنة العلاقات العامة بالتنسيق مع كل من الرئيس العام للمؤتمر ولجنة الإعلام والسكرتارية واللجنة الفنية حيث تقوم بتنفيذ وتخطيط وتصميم برنامج ترويجي

متكامل للمؤتمر المزمع انعقاده ويعتمد هذا البرنامج الترويجي على محورين أساسيين هما:

المحور الأول: الاتصال بالجهات المتوقع اشتراكها في المؤتمر وهم (المشاركين، المتحدثين، الضيوف وكبار الشخصيات).

المحور الثاني: الاتصال بالوسائل الإعلامية والترويجية المختلفة، المحلية والعالمية للترويج والتهيئة للحدث.

ومما هو جدير بالذكر، فإن لجنة العلاقات العامة تقوم بتنفيذ البرنامج الترويجي لكل من المحورين في آن واحد.

2- البرنامج الترويجي أثناء انعقاد المؤتمر :

تقوم لجنة العلاقات العامة بتصميم برنامج ترويجي أثناء انعقاد المؤتمر للتعريف والدعاية للجهة المنظمة للحدث، ونشر المعلومات الجديدة إلى أكبر عدد من الجمهور المستهدف المحلي والعالمي في حالة المؤتمرات الدولية وأيضاً إلى المسؤولين الذين بيدهم سلطة تنفيذ توصيات لمؤتمر.

وفي سبيل تحقيق كل ما سبق، فإن رئيس لجنة العلاقات العامة ومعاونيه يعملون على إعداد كتيبات توزع على الأعضاء وتتضمن عرض تفصيلي عن المنتجات التي تقدمها الجهة المنظمة للحدث وخطة التدريب التي تتبعها، ومن الواجبات الأخرى تصميم برنامج ترويجي للمؤتمر في الإذاعة والتلفزيون أثناء انعقاد المؤتمر من خلال ترتيب لقاءات مع رئيس المؤتمر والمتحدثين....، أيضاً تزويد الصحف المحلية والعالمية بأهم الموضوعات التي يبحثها المؤتمر وأهميتها بالنسبة للأفراد بالإضافة إلى ترويج أهم النتائج التي توصل إليها المؤتمر.

3- الترويج والدعاية بعد انتهاء المؤتمر:

بعد انتهاء المؤتمر فإن لجنة العلاقات العامة تقوم بعمل دعائية لأهم نتائج أعمال الحدث وتعتمد عملية الدعاية في هذه الفترة على عدة محاور مثل عمل كتيب يتضمن الموضوعات التي تم طرحها وقائمة بأسماء اللجنة المنظمة للمؤتمر والمتحدثين وأهم النتائج والتوصيات التي توصل إليها المؤتمر والعمل على نشرها في الصحف والمجلات المحلية والعالمية أما فيما يخص المؤتمرات الدولية فتقوم لجنة

العلاقات العامة بنشر تقرير مختصر أو مفصل عن أحداث المؤتمر على شبكات الانترنت.

الرعاية الرسمية للمؤتمر.

الرعاية: هي اتفاقية تجارية بين شركة وحدث للدخول في مشروع مشترك لتعزيز مصالحهما المشتركة في مقابل مساهمة مالية ، ستسمح منظمة الحدث باستخدام اسمها في الأنشطة التجارية.

لماذا الرعاية:

هناك العديد من الأسباب المختلفة التي تجعل الشركات تدخل سوق الرعاية ، بدءًا من الوعي بالعلامة التجارية وحتى إرضاء الشغف الشخصي للرئيس التنفيذي. فيما يلي بعض الأهداف الأكثر شيوعًا التي تسعى الشركات للحصول عليها من الرعاية :

- لزيادة المبيعات.
- تنمية ولاء العملاء.
- زيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- تطوير سوق جديد.
- تطوير علاقات العمل التجاري.
- إطلاق علامات تجارية جديدة.
- توسيع قاعدة العملاء.
- تنمية العلاقات المجتمعية.
- لتغيير صورة العلامة التجارية أو تنشيطها.

مزايا الرعاية

بالنسبة للراعي:

- الدعاية: سيتم عرض اسم الراعي على الجمهور وقد يتم تسمية الحدث باسم الراعي ، أو سيتم تصميم اسم الراعي بشكل بارز على اللوحات الإعلانية أو على قمصان الأحداث. سيظهر اسم الراعي على التلفاز والصحف ، وسيُسمع في الراديو وفي المحادثات اليومية.
- المالية: الشركات التي تضع أموالاً في الرعاية قادرة على تقليل فاتورتها الضريبية.

- الصورة: من الجيد أن يتم ربط صورة الراعي بهواية شعبية وصحية مثل الرياضة، من الجيد أيضاً أن ترتبط بالنجاح.

بالنسبة للحدث:

- الدخل الإضافي: تعني الرعاية أنه يمكن دفع أموال ضخمة ويمكن تنظيم الأحداث على نطاق واسع جداً دون أن يضطر المتفرجون إلى دفع أسعار دخول ضخمة. يمكن استخدام الدخل الإضافي لدفع ثمن المعدات الجديدة ، أو لتكاليف النقل التي قد تكون مكلفة للغاية بالنسبة للفعاليات.
- معايير الجوائز: إذا تمت رعاية الحدث ، فقد يجذب المزيد أو الأفضل من الأحداث ، وبالتالي رفع جودة الحدث إذا تمت رعاية الحدث ، فسيكون منظماً بشكل أفضل وقد يكون قادرًا على التوسع للسماح لمزيد من الفرق / اللاعبين بالمشاركة.
- الحالة: الحصول على رعاية يعطي حالة الحدث. إذا كانت الشركة مستعدة لتقديم أموال لحدث ما ، فسيميل الناس إلى الاعتقاد بأن الحدث يجب أن يكون حدثاً شائعاً.





جامعة دمشق

كلية السياحة

إدارة المعارض والمؤتمرات

كلية السياحة



المحاضرة (8)

السنة الثانية الجذع المشترك

د. باسم عساف

سمات التطور في تنظيم المؤتمرات

تنظيم المعارض في المؤتمرات :

حيث تعتبر عمليات إقامة معرض في مؤتمر من سمات التطور الذي حدث في تنظيم المؤتمرات, ولقد كان استحداث هذه الفكرة " المعارض في المؤتمرات " من قبل الشركات أو الجهات المنظمة للمؤتمر بغرض تحقيق هدفين أساسيين أولهما تحقيق المتعة والإثارة وتلبية الرغبات والاحتياجات لأعضاء المؤتمر مثل تقديم منتج جديد وثانيهما تحقيق الربح وكسب المال, بالإضافة إلى ميزة أخرى ألا وهي إمكانية جذب أعضاء إضافيين جدد للحدث وذلك عن طريق العارضين أنفسهم لحرصهم على نجاح معروضاتهم.

إن عملية إقامة المعارض عملية تسويقية بالدرجة الأولى حيث إن المتتبع للمؤتمرات العلمية يدرك أن مثل هذه الأحداث تكون عادة مكاناً لبيع الأفكار والسلع والخدمات , وتحتوي على أنشطة متكاملة من المنتجات والتسويق والترويج والخدمات للمستهلك.

الخطوات الأساسية لتنظيم معرض في مؤتمر:

توجد عدة خطوات أساسية لتنظيم أي معرض في مؤتمر وهي كما يلي:

● تحديد السلع والخدمات /المستهلك:

تختلف نوعية السلع والخدمات التي يضمها المؤتمر وفقاً للمحور الرئيسي والهدف الذي يسعى إلى تحقيقه المؤتمر ولذلك وحتى يمكن ضمان نجاح المعرض لا بد أولاً من الرجوع إلى هدف المؤتمر حتى يمكن تحديد نوعية السلعة /الخدمة التي سيضمها المعرض وبالتالي تحديد نوعية المستهلك المستهدف لبيع تلك السلعة/ الخدمة .إن تحديد نوع السلع/ الخدمات والمستهلك المستهدف يساعد الإدارة المختصة على مراعاة ما يلي:

- تحديد احتياجات العارضين من المساحات المجهزة لتقديم معروضاتهم.
- تجهيز مكان العرض وفقاً لطبيعة الزوار وبما يلبي احتياجاتهم وأذواقهم.
- تحديد مدة العرض الملائمة لنوعية المعارض والزوار.
- تحديد توقيت العرض الملائم للزوار.

● تحديد أسلوب التسعير:

يجب تحديد أسعار تأجير المساحات المخصصة للمعرض وذلك وفقاً لسعر محدد للمتر المربع الواحد ويحدد قيمة المتر المربع وفقاً لحجم المساحة المطلوبة (كبيرة /صغيرة) ووفقاً للموقع المحتمل للمعرض (قريب من مدخل المؤتمر/ بعيد). وبعد أن يملأ العارضون المحتملون نموذج طلب الاشتراك في المعرض (اسم الجهة العارضة، اسم السلعة أو المنتج، المساحة المطلوبة) لابد من تسديد دفعة أولى من الإيجار المطلوب.

● التخطيط لمواصفات المكان :

يجب أن يتم تحديد مواصفات موقع المعرض وذلك بالاتفاق بين كل من رئيس لجنة المعارض والمنسق العام للمؤتمر ويجب التركيز على بعض النقاط كتحديد موقع المعرض (ضمن موقع المؤتمر أو خارجه) تحديد مساحة المعرض المتوفرة ،توفر الأمن ،سهولة الدخول والخروج، تأمين الخدمات اللازمة للمعرض.

● الترويج للمعرض: ينقسم الترويج للمعرض إلى قسمين وهما:

- 1- الترويج لجذب العارضين .
- 2- الترويج لجذب الجمهور (الزوار).

فبالنسبة للشق الأول وهم العارضين فان اجتذاب العارضين للمؤتمر يحتاج إلى بعض التعزيزات التي تزيد من قوة الإغراء لهم ومن أمثلة تلك التعزيزات ما يلي :

- حضور العارضين لجلسات المؤتمر مجانا.
- إعطاء العارضين فرصة للتحدث في المؤتمر .
- تحديد أسعار خاصة (مخفضة) للوجبات /الإقامة.

أما الشق الثاني للترويج والخاص بالجمهور (الزوار) فإن حملة الترويج للمعرض تتطلب إقامة بعض الأنشطة التالية:

- إقامة حفل افتتاح كبير في موقع المعرض.
- تسجيل المشاركين في المؤتمر بالقرب من مكان العرض.
- توزيع الهدايا من قبل العارضين عند مدخل المعرض.
- الترويج للخدمات التي يمكن تقديمها للزوار قبل /أثناء/بعد عملية البيع.

بعض المشكلات المرتبطة بإقامة معرض في مؤتمر:

بالرغم من احتياج المعرض إلى كثير من الموصفات مثل: المدخل الخاص , مساحة مخصصة للعرض , كهرباء , مياه , غاز , أفراد متخصصون , خدمات إضافية , إلا أن كثير من مواقع ومراكز المؤتمرات لا يتوافر فيه تلك الاحتياجات مما قد يؤثر على فشل المعرض , وعلى أية حال فإنه يمكن تلخيص المشكلات الخاصة بالمعارض المصاحبة للمؤتمرات في النقاط التالية:

- المكان المتوافر للمعرض:
- غالبا ما يحتاج أي معرض إلى العديد من الأجنحة التي يتم صنعها خصيصا من اجل الحدث لذلك يجب فحص المكان جيدا للتأكد من توافق جميع موصفات المساحة المخصصة من المعرض من حيث طول القاعة , طريقة الدخول , الشكل , نقاط توصيل الكهرباء , التسهيلات , بالإضافة إلى الموقع المخصص للمعرض بالنسبة لموقع المؤتمر , حيث أن عدد زوار المعرض سيعتمد بشكل كبير على طول المسافة بين المعرض وبين قاعة الاجتماعات الرئيسية.
- اختبار السوق:

يعتبر اختبار السوق من المشكلات التي يجب حلها قبل التفكير في إقامة المعرض ومن النقاط الهامة التي يجب تحليلها في هذا الصدد (تحديد نوعية المنافسين , تحديد أسعار تأجير أجنحة المعرض).

- القواعد الخاصة بالعارضين وكيفية تطبيقها:

قد ينتهج بعض المعارضين لسلوك غير لائق أثناء المؤتمر مثل التجول في منطقة المؤتمر بأكملها أو مطاردة أعضاء المؤتمر أو إعادة بناء الأجنحة الخاصة بهم بشكل يسيطر على باقي المعرض، ولتفادي تلك المشكلات لابد من وضع قواعد ملزمة للمعارضين مع تحديد أسلوب التطبيق لتلك القواعد ولذلك يجب أن يغطي العقد الخاص بالمعرض العديد من النقاط مثل:

- قواعد تحديد المكان.
- قواعد التصميم (الديكور) والبناء والسلامة والأمان.
- قواعد الصوت والإضاءة... الخ.

وعلى أية حال فإن قرار إقامة معرض للمؤتمر يجب أن يدرس بعناية حيث أن العبء الإداري / المالي سوف يزيد تعقيدا , ولذلك فإنه من المفيد جدا عمل تحليل التكلفة / العائد للتأكد من ضرورة إقامة معرض لمصاحب للمؤتمر وذلك قبل اتخاذ أي قرار بهذا الصدد.

الطرق المستحدثة في العرض أثناء المؤتمر .

وسوف نركز على الأساليب المستحدثة التالية:

- التلفزيون الحي المباشر.
- المؤتمرات المسموعة.
- نظم التحكم الضوئي والصوتي بالكمبيوتر.
- التلقين التلفزيوني.
- الأساليب المتحركة.

1- التلفزيون الحي المباشر: ويستخدم في المؤتمرات التي تضم عدد غفير من الأفراد وذلك لإمكانية مشاهدة وتتبع الحدث بأسلوب ممتع ومشوق .

2- المؤتمرات المسموعة (مؤتمرات الفيديو) :

وتعتبر المؤتمرات المسموعة وسيلة ناجحة وفعالة في توفير الوقت والمال , حيث يتم اتصال المشاركين ببعضهم البعض وهم في بلدانهم أو مكاتبهم وذلك عن طريق وصلات تلفزيونية يتم بنائها خصيصا لهذا الهدف واستحدثت هذه الوسيلة لإتاحة عدد محدود من المتحدثين بالمشاركة الحية في مؤتمر وهم في أماكنهم الأصلية ولكن تحول ظروف عملهم من الحضور الفعلي للحدث.

وتستخدم الشركات الكبيرة هذا الأسلوب الاتصالي الرائع لتحقيق التواصل بين الخبراء والمديرين لحل مشاكل فنية أو إنتاجية دون أن يسافر أو ينتقل أي أحد منهم من مكان عمله الأصلي.

وبالرغم من أن تكاليف المؤتمرات المسموعة عالية إلا أنها حققت نجاحا كبيرا في الحصول على مساهمات خبراء ليس لديهم وقت للحضور الفعلي أو خبراء كان سيكلف حضورهم مبالغ طائلة.

ومما لا شك فيه فإن هذا النظام سوف يزداد استخدامه في المستقبل لأغراض كثيرة مثل (المبيعات، الاجتماعات داخل الشركات، تقديم منتج جديد).

وعلى أية حال فإنه بالرغم من فوائد ومزايا هذا النظام الحديث إلا أننا لا ننكر أهمية وفوائد المشاركة الفعلية للمؤتمرات والاجتماعات والتي تتمثل في الاتصالات والعلاقات الاجتماعية غير الرسمية والمتعة وزيارة الأماكن الجديدة....الخ.

3- نظم التحكم الضوئي والصوتي بالكمبيوتر: حيث يمكن برمجة جهاز الكمبيوتر للتحكم في تسلسل المؤثرات الضوئية بالدقة المطلوبة وذلك من حيث الإضاءة والصورة والصوت في المؤتمرات وبذلك يمكن تفادي أي أخطاء بشرية يمكن أن تحدث أثناء أي عرض يحتاج إلى المؤتمرات الضوئية والصوتية.

4- التلقين التلفزيوني.

5- الأساليب المتحركة : ومن الأساليب الحديثة المستخدمة في المؤتمرات الآن هي (الحركة) وذلك للتغلب على الملل الذي قد يصيب المشاهدين .

وبالرغم من التطور الكبير الذي يحدث في صناعة المؤتمرات سواء تقنياً أو بشرياً إلا أنه يجب الانتباه إلى حقيقة هامة وهي كيفية استخدام هذا التطور لخدم مصلحة المؤتمر بدلاً من أن يكون مسبباً في فشله.

الممارسات الإدارية والتنفيذية بعد انتهاء المؤتمر.

بعد انتهاء الفترة المخصصة لانعقاد المؤتمر يتبقى بعض الممارسات الإدارية والتنفيذية التي يجب أن يقوم بها المنظم العام للمؤتمر , وذلك بالتعاون مع أعضاء اللجان المسؤولين عن إدارة الحدث وكما سبق القول فإن عملية تنظيم المؤتمرات والاجتماعات ما هي إلا عملية تعاونية بالدرجة الأولى تحتاج إلى جهود متواصلة مكثفة من فريق عمل متجانس ومتدرب تدريباً على درجة عالية من الدقة .

وعلى أية حال فإن انتهاء المؤتمر بالنسبة للأعضاء المشاركين لا يعني الانتهاء الحقيقي للحدث بالنسبة لأفراد اللجنة المنظمة المسؤولة عن إدارة الحدث نفسه.

تسوية الحسابات المالية.

ويتم تسوية حسابات المقبوضات والمدفوعات وكذلك تسديد كافة الفواتير والالتزامات بناء على الخطوات التالية:

- أ- تقوم اللجنة المالية بتجميع ومراجعة استثمارات الحجز الخاصة بالسادة المشتركين وذلك لتحديد عدد الاستثمارات بدقة ومنع التلاعب وكنقطة بداية لتسوية المستحقات وسداد الفواتير المستحقة على المؤتمر.
- ب- مراجعة الفواتير وعقود التوريد وجميع المستندات الأخرى وتسوية ح/ المقبوضات والمدفوعات توطئة لسداد مستحقات كل من :

- المتحدثين.
- تكاليف الأنشطة الترفيهية.
- الفندق أو الموقع.
- متعهدي الزهور ... الخ

وعلى أية حال فإنه يمكن إيجاز أهم المقبوضات والمصروفات الخاصة بالمؤتمر في البنود التالية:

1. إيرادات المؤتمر وتتمثل في البنود التالية:
 - قيمة اشتراك الأعضاء في المؤتمر (بالعملة المحلية والعملة الأجنبية للأجانب)
 - قيمة اشتراك الجهات التي قامت بعرض منتجاتها في المعرض الخاص بالمؤتمر (في حال وجود معرض)
 - المنح والتبرعات من بعض الجهات الرسمية.
2. مصروفات المؤتمر وتتمثل في البنود التالية:
 - قيمة تذاكر السفر الخاصة بضيوف المؤتمر من الخبراء.
 - تكاليف الإقامة في الفندق.
 - تكاليف الأنشطة الترفيهية والرحلات السياحية.
 - مصروفات أخرى متنوعة من مكافآت وإكراميات ومصروفات زائدة، هذا ويجب على اللجنة المختصة (اللجنة المالية) أن تقوم بالمراجعة

المستمرة منذ بداية الحدث حتى تتأكد من توافق أوجه الأنفاق الفعلي مع الميزانية التقديرية التي سبق إعدادها حتى لا تحدث مشكلات العسر المالي.

تحرير خطابات الشكر.

تعتبر كلمات الشكر والثناء والتقدير أحد الأدوات الدافعة والتحفيزية للأفراد والتي تحقق لهم مزيد من السعادة والرضى وتبعث الرغبة لديهم في مزيد من العطاء والأداء مستقبلياً، وبناء على ذلك يتم تحرير العديد من خطابات الشكر الموجزة والتي يراعى في كتابتها الأسلوب الرشيق والمهذب، ويمكن أن توجه خطابات الشكر إلى الأفراد التاليين:

- كبار المتحدثين .
- الشخصيات البارزة .
- أفراد لجان إدارة المؤتمر وفي غالب الأحيان يتم صرف مكافآت وإكراميات إلى كل من العاملين بالمواقع الذين يمثلون الجندي المجهول والذين قاموا بأداء الخدمات المعاونة التي أسهمت مباشرة في إنجاح الحدث ومن أمثلة هؤلاء العاملين ما يلي:
- . رجال الأمن.
- . عمال الكهرباء والتلفون .
- . رجال النظافة بالإضافة إلى المكتبة والطباعة.....الخ.

تقييم فعالية المؤتمر.

من المفضل أن يقوم المنظم المسؤول عن الحدث بعمل تقييم رسمي للمؤتمر للتعرف على:

- درجة النجاح في تحقيق الخطة والأهداف.
 - معرفة السلبات ومحاولة تفاديها عند التخطيط للمؤتمرات المستقبلية .
 - معرفة الايجابيات لتدعيمها مستقبلاً.
- ويمكن أن تتم ممارسة التقييم أثناء الحدث (أي في نهاية كل جلسة) أو في نهاية الحدث، وغالبا ما يتم التقييم باستخدام نموذج (قائمة الاستقصاء) مختصر يحتوي على العيد من الأسئلة التي يقوم الأعضاء بالإجابة عليها ومن إجابات الأعضاء على هذا النموذج يمكن الاستدلال على درجة نجاح الحدث .

ومن أمثلة الاستفسارات (الأسئلة) التي يمكن أن يحتويها نموذج التقييم ما يلي:

- إلى أي مدى حقق هذا المؤتمر توقعاتك؟
- إلى أي مدى كان هذا المؤتمر مفيداً؟
- ما رأيك في الموضوعات التي تم اختيارها ؟
- ما رأيك في مستوى المتحدثين؟
- ما رأيك في طريقة عرض الموضوعات ؟
- ما هي الثغرات التي لم يتم تفاديها؟
- ما رأيك في سرعة الاستجابة للمشكلات التي واجهتك؟
- ما رأيك في مكان المؤتمر؟
- ما رأيك في أسلوب تنظيم جدول الأعمال(البرنامج)؟
- ما رأيك في نوعية وكمية الطعام والمشروبات؟
- هل الإقامة بالنسبة لك كانت مريحة؟
- هل حققت المعلومات التي حصلت عليها من المشاركة في الحدث نوعاً من الاستفادة بالنسبة لك ؟

بعد ذلك يتم عمل تقرير متكامل عن سير العمل في المؤتمر ويفضل أن يرفق معه كل ما نشر عن الحدث من أخبار وصور في وسائل الإعلام المقروءة (الصحف)، ثم يتم رفع التقرير إلى رئيس المؤتمر.

أسباب فشل الكثير من المؤتمرات .

من العوامل التي تؤدي إلى فشل كثير من المؤتمرات :

- 1- عدم اختيار المكان المناسب لانعقاده وضعف الترويج له.
- 2- عدم إيصال الهدف الأساسي للمؤتمر وموضوعه عن طريق الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة.
- 3- التوجيه السيئ للمؤتمر إلى السوق الغير المناسبة .
- 4- عدم وضع جدول زمني لوقائع الاجتماع متطابق مع جدول الأعمال , يعني أن المؤتمر ينتهي لأسباب عديدة منها تعب المشاركين وشعورهم بالملل أو تركهم للمؤتمر لانشغالات أخرى يجدونها أولى وأهم من المشاركة في المؤتمر ومنها توقع الفشل وهذا كاف لدفعهم إلى ترك المؤتمر أو عدم التفاعل معه.
- 5- عدم التحضير المسبق قد ينتهي أيضاً إلى جر المؤتمرات إلى أمور لم يحسب لها حساب وبالتالي ستؤول النتيجة إلى شعور البعض بالخسارة , وإن كان مثل هذا

المؤتمر قد يحقق الفائدة لبعض الأطراف التي تعرف كيف تغتنم الفرص وتستثمر الأوقات .

6- غياب أي برامج ترفيهية على هامش المؤتمر , لنقص في علاقات تلك الجهات المنظمة سواء برجال الأعمال ليتولوا مسؤولية رعاية المؤتمر مادياً , أو بوسائل الإعلام للترويج للمؤتمر قبل وأثناء وبعد انعقاده.

7- بعض الشركات تدعي أنها متخصصة في تنظيم المؤتمرات مع أنها أبعد ما يكون عن ذلك فشركات تنظيم المؤتمرات ينبغي أن يكون لها مقومات تميزها , كما أن العاملين بها ينبغي أن يتصفوا ببعض الموصفات (الخبرات السابقة , سرعة البديهة , اللغات.....)

8- عدم توافر التمويل اللازم : فقد يتطلب المؤتمر شراء تذاكر أو تأجير فنادق , أو يحتاج إلى مبالغ كبيرة تدفع للاستشاريين والخبراء , ومن ثم يتعطل المؤتمر نتيجة عدم وجود التمويل اللازم لتوفير مستلزماته.

9- عدم توفر الأدوات اللازمة : فمثلاً قد يتطلب المؤتمر أدوات سمعية أو بصرية أو مكاناً له مواصفات معينة , أو يحتاج إلى وسائل للنقل أو أجهزة للاتصال....الخ.

10- عدم وجود أو غياب أهل الخبرة والاختصاص : أو من يعينهم المؤتمر , مما يؤثر سلباً على قيمته وقيمته النوعية , كما يؤثر سلباً على كم المعلومات الواقعية والميدانية التي ينبغي توافرها لدى المشاركين في المؤتمر نظراً لغياب المعنيين.

11- تعقيد القضايا السهلة: خاصة إذا كان بعض المشاركين ممن يتصف بالمثالية المفرطة عن الواقعية , أو كان بعضهم يميل إلى الفلسفات والنظريات التي ربما لا تتحملها طبيعة الموضوع .

12- إثارة الخلاف: تتسبب المؤتمرات أحياناً في إثارة الخلاف والنزاع بين الأعضاء نتيجة الحدية في النقاش و الإصرار على الرأي, وعدم التعامل الحسن بينهم.

عوامل نجاح المؤتمرات.

هناك مجموعة من العوامل المهمة التي ينبغي توافرها حتى ينجح أي مؤتمر في تحقيق أهدافه المحددة له أثناء التخطيط لعقده, وتشمل هذه العوامل:

❖ الإدارة القوية:

يجب أن تتم الإدارة عبر جهة واحدة, كأن تكون لجنة مختصة بإدارة المؤتمر, ويكون على رأسها شخص حازم لديه من الخبرة في تخصصه ما يؤهله لإدارة المؤتمر وضمان نجاحه عبر الإمساك بجميع خيوطه , وينبغي أن يكون هذا الشخص مقبولاً

لدى جميع الأطراف لما يتحلى به من حكمة ومنطقية واعتدال فضلاً عن الاحترام والمحبة، وعلى هذا القائد أن يقود بشكل متوازن حتى ينجح في أداء مهمته.

وعلى الإدارة - سواء تجسدت في لجنة أو شخص مدير - أن توفر في نفسها المؤهلات الكافية للسيطرة والتوجيه، فإنها إذا لم تتفهم ما يجب عليها فعله من فعل أو رد فعل، فإنها ستفقد القدرة على التأثير في الاجتماع بالشكل المطلوب.

❖ التحضير المسبق:

يجب بذل جهد حثيث من أجل التحضير للمؤتمر وتنظيم جدول أعمال يرضي جميع الأطراف المساهمة فإن أي مؤتمر يقام بناء على تحضير مسبق وتنظيم كاف يطلع عليه المشاركون قبل انعقاده من الصعب توقع فشله.

❖ التفاعل مع المؤتمر:

لعل من المساهمات الفعالة في إنجاح المؤتمرات والندوات وكسب نتائج مثمرة منها هو العمل على أن يحضر الأشخاص المعنيون الاجتماع وبمستوى جيد من الاستعداد الذهني والراحة الجسدية، فالحالة النفسية والجسدية تشكل ركيزة أساسية لإعطاء الاجتماع صبغة إيجابية تنعكس على الأجواء.

كما أن الموقف النفسي من المؤتمر يؤدي دوراً كبيراً في تحديد مركزية الاجتماع وأهميته وبالتالي نتائجه، لذلك ينبغي على اللجان المديرة للاجتماع أن تلحظ الحالات النفسية للأطراف المدعوة ورعايتها رعاية جيدة، إضافة إلى العمل على توفير أكبر قدر ممكن من الراحة، مما ينعكس إيجاباً على نجاح المؤتمر.

❖ دور المكان:

للمكان دوره أيضاً فبعض الأشخاص قد يشعر بصعوبة كبيرة في الاستمرار في المؤتمر أو المساهمة الفاعلة فيه إذا لم يكن مكان الاجتماع مريحاً وجيداً، فالمكان ينعكس كثيراً على نفوس المقيمين فيه إيجاباً وسلباً خصوصاً وأن بعض الأشخاص قد تكون لهم حساسية روحية أو عاطفية شديدة، كما أن البعض منهم قد ترهقه الأعمال والمسؤوليات بما لا يجد لنفسه فرصة للراحة، فإذا شارك في اجتماعات مكثفة ومركزة فإن ذلك سيرهقه فكرياً وجسدياً الأمر الذي يعطل مساهماته الفعالة وإن كان مقتنعاً بضرورة الاجتماع وأهميته.