



البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات
Saudi Exhibition & Convention Bureau

تطورات قطاع المعارض والمؤتمرات على المستوى الدولي وعلى مستوى المملكة العربية السعودية

إعداد
البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات
١٤٣٤/٨/٢ هـ





المحتويات

الصفحة	الموضوع	#
٣	المقدمة	-
٤	الملخص التنفيذي	-
٥	أنواع المعارض والمؤتمرات	١
٨	تطورات قطاع المعارض والمؤتمرات على المستوى الدولي	٢
٩	مكونات قطاع المعارض والمؤتمرات	٣
١٣	أهمية قطاع المعارض والمؤتمرات	٤
١٧	تحليل الوضع الراهن لقطاع المعارض والمؤتمرات في المملكة	٥
٢٠	التحليل التنافسي لقطاع المعارض والمؤتمرات بالمملكة	٦



المقدمة:

تعد المعارض والمؤتمرات من أهم الأدوات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية. وقد اهتمت الدول بتنميتها من خلال تطوير العناصر المرتبطة بها مثل: تطوير البيئة التنظيمية والإجراءات الحكومية، وتطوير القدرات البشرية والتسويقية، وكذلك تطوير الفنادق ومنشآت المعارض والمؤتمرات.

وقد اكتسب هذا النوع من النشاط مسميات مختلفة مثل: "سوق المعارض والمؤتمرات"، و"صناعة الاجتماعات"، و"فعاليات الأعمال"، و"سياحة الأعمال" وذلك بهدف وضعها في إطار محدد يسهل



التعامل مع عناصرها وتطويرها وتسويقها. كما استحدثت الجمعيات المتخصصة فيها، وازدادت الاستثمارات في الشركات المنظمة لها، وتنامى عدد العاملين فيها، حتى أصبحت مصدراً اقتصادياً مهماً، وصناعة متخصصة لها كيانها، مع توفر جهات تشرف عليها، وتهتم بها، مثل: هيئات المعارض والمؤتمرات.

وبالرغم من أن هذا القطاع يشهد استقراراً عاماً على المستوى الدولي، إلا أنه يشهد نمواً ملحوظاً، وامتصاعاً في منطقة الخليج العربي، ومنطقة الشرق الأوسط، ويعود ذلك إلى النهضة الاقتصادية والحضارية التي تشهدها المنطقة، وتوفر المرافق والخدمات، والبنية التحتية المناسبة.

الملخص التنفيذي:

- تعرّف المعارض والمؤتمرات بأنها مناسبات (أحداث) يتم تنظيمها بهدف محدد يتم جمع الناس في موقع وزمان واحد، ولأغراض محددة مثل: التواصل، والتعلم، والتدريب، تبادل الخبرات، تسويق المنتجات والخدمات، تقديم الأبحاث، والتكريم.
- هناك نمو سريع في اهتمام الدول بقطاع المعارض والمؤتمرات، وتقوم الكثير من الدول بالتعامل مع هذا القطاع كقطاع اقتصادي رئيسي.
- يتكوّن قطاع المعارض والمؤتمرات من جهات منظمة للفعاليات، ومراكز للمعارض والمؤتمرات، وسلسلة من موردي الفعاليات، ومقدمي خدمات زوار، وجهات مالكة، ورقابية، وتشريعية، ومحفزة، بالإضافة إلى المنظمات والاتحادات دولية.
- تجلب المعارض والمؤتمرات منافعاً إيجابية متنوعة: اقتصادية وسياحية وثقافية ومعرفية واجتماعية وسياسية. مقابل قدرتها على إحداث آثار سلبية، إن لم يتم تنظيمها ومتابعتها وتنميتها.
- تمتلك المملكة اقتصاداً قوياً، ومتنامياً، وهو يعدّ من أفضل اقتصاديات دول الشرق الأوسط، وبالتالي لا بد أن يواكب ذلك نمواً كبيراً في قطاع المعارض والمؤتمرات بسبب تقاطع هذا القطاع مع جميع القطاعات الاقتصادية.
- تسعى الدولة دائماً في خططها التنموية إلى تنويع القاعدة الاقتصادية، بهدف تقليص الاعتماد على النفط مورداً رئيساً للاقتصاد الوطني.
- يعاني قطاع المعارض والمؤتمرات في المملكة من ضعف قدرات القطاع الخاص، والإفتقار لمنشآت المعارض والمؤتمرات التي تواكب الدول الأخرى، وتعدد المرجعيات، وتعارض المصالح للجهات التشريعية لهذا القطاع، بالإضافة إلى العديد من المحددات التنظيمية والاجتماعية.
- تتبوأ المملكة مركزاً متأخراً بين دول العالم في عدد المعارض الدولية المقامة حيث تحتل المرتبة (١٢٠) من إجمالي (١٣٩) دولة، بموجب تصنيف تقرير التنافسية بمنتدى الاقتصاد العالمي لعام ٢٠١١م.



١- أنواع المعارض والمؤتمرات:

تُعرف فعاليات الأعمال (Business Events) بأنها مناسبات (أحداث) يتم تنظيمها بهدف محدد يتم فيها جمع الأفراد في موقع وزمان واحد، ولأغراض محددة مثل: التواصل، والتعلم، والتفاوض، والنقاش، والتدريب، وتبادل الخبرات، وتسويق المنتجات والخدمات، وتقديم الأبحاث، والتكريم. كما يطلق عليها مصطلح صناعة الاجتماعات (Meetings Industry) المتعارف عليه في أمريكا وأوروبا وأستراليا، وهي الصناعة المرتبطة بشكل مباشر بفعاليات الأعمال. وتعرف سياحة الأعمال (Business Tourism) حسب منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة بأنها الرحلات السياحية لغرض حضور المؤتمرات والمعارض والاجتماعات. كما يتم تداول مصطلح (MICE) باللغة الانجليزية للتعبير عن هذه الصناعة وهو اختصار للعناصر المكونة لها meetings:M : اجتماعات ، incentives : الحوافز ، conferences:C : المؤتمرات ، exhibitions:E:المعارض).

هناك أنواع كثيرة من فعاليات الأعمال ويمكن ذكر أبرزها حسب الآتي:

• الاجتماع (Meeting):

هو لقاء يتم بهدف أو أهداف محددة، ويشارك فيه عدد من الأشخاص (١٠) على الأقل، ويستغرق (٤) ساعات كحد أدنى للتباحث، أو الاتفاق على موضوع معين، ولا يصاحب الاجتماع أية أنشطة أخرى، كالمعارض أو غيرها. ويتم تنظيمه من قبل أشخاص، أو جهات مختصة والتعاقد مع مكان محدد لإقامته.

• المعرض (Exhibition):

هو اجتماع ينظم باحترافية من قبل مؤسسات مختصة ويهدف إلى تسهيل التقاء المشتريين مع البائعين بطريقة فعالة من حيث التكلفة. ويمكن تعريف المعارض وفقاً للسوق المستهدفة، سواءً كان زوارها من التجار أو العامة. وهناك نوعين من المعارض الأول: (B to B) و الثاني: (B to C). النوع الأول لا يكون فيه بيع مباشر أما النوع الثاني فيكون فيه بيع مباشر أحياناً.

• المعرض الخيري (Charity Exhibition):

هو سوق مؤقت يكون تحت مظلة جمعية خيرية ويكون هدفه وريعه خيري ويتم فيه بيع مباشر.

• المنتدى (Forum):

هو فعالية تتكون من عدة جلسات يديرها مدير للجلسة، ويشارك فيها عدد من المتحدثين، ويتم تنظيمها لفتح المناقشات مع الحضور في موضوع عام.



● المؤتمر (Conference):

هو فعالية يتم تنظيمها للالتقاء أو تبادل وجهات النظر، أو نقل رسالة، أو فتح باب النقاش، أو طرح الآراء في قضية محددة. ولا يتطلب تنظيم المؤتمر الاستمرارية، أو التواتر السنوي في تنظيمه، أو تحديد زمن معين له خلال السنة، وهو عادةً ما يكون قصير المدة، ومحدد الأهداف .

● الندوة (Symposium):

هي اجتماع لعدد من الخبراء في مجال معين، ويتم فيها تقديم أوراق عمل في مواضيع محددة، ومناقشتها من قبل مختصين في هذه المواضيع، بهدف تقديم توصيات بشأن قضايا معينة.

● الملتقى (Convention):

هو فعالية تتكون من معرض و مؤتمر (أو منتدى أو ندوة)، وتكون المشاركة فيها لحضور الندوات والمحاضرات العلمية، أو التعليمية، أو الأنشطة المصاحبة.

● ورش العمل (Workshops):

اجتماع يحضره العديد من الأشخاص لغرض مناقشة موضوع معين أو حل مشكلة معينة أو تطوير منتج معين.

● المحاضرات (Seminars):

هو اجتماع يحضره مجموعه من الأشخاص ويكون فيه متحدث واحد يلقي فيه عرضاً أو ورقة بهدف التدريب أو طرح موضوع معين.

● اعلان او تدشين منتج (Product launch):

هي مناسبة بغرض تدشين أو إطلاق منتج جديد. وهدفها تسهيل لقاء المشتريين والباعه بهدف خلق وعي لمنتج تجاري. مثل إطلاق منتج من مرسيدس في السعودية.

● الفعاليات المؤسسية (Corporate Events):

هي المناسبات التي تقوم بها المؤسسات الحكومية والخاصة مثل اللقاءات السنوية، أو حفلات التقاعد، أو حفلات التكريم، أو حفلات افتتاح المشاريع، أو مناسبات لتقوية العلاقات مع العملاء،..... الخ.

- البازارات (Bazars):

هي أسواق مؤقتة يقوم فيها الأفراد والمحلات بعرض بضائع مختلفة بأسعار مخفضة.

- الفعاليات الدولية (International Events):

هي فعاليات الأعمال التي يحضرها أو يشارك فيها على الأقل ١٠٪ من خارج المملكة.

المصادر: تم الاعتماد على مصادر دولية مثل: الجمعيات المهنية وهيئات المعارض، والمؤتمرات في بعض الدول المتقدمة في هذا المجال، مثل: المنظمة الدولية لمحترفي الاجتماعات (MPI) ، و الجمعية الدولية لمنظمي الملتقيات المحترفين (IAPCO) ، وجمعية المعارض والمؤتمرات في نيوزيلندا ومجلس صناعة الملتقيات (CIC).



٢- تطورات قطاع المعارض والمؤتمرات على المستوى الدولي:

يعد قطاع المعارض والمؤتمرات في كثير من دول العالم صناعة ذات رافد و قطاع اقتصادي مهم، مما حفز حكومات تلك الدول على إيلاء هذا القطاع أهمية خاصة ودعمه وتنميته. كما أن هناك نمو متزايد في اهتمام الدول بالمعارض والمؤتمرات، وتقوم الكثير من الدول بالتعامل معها كقطاع اقتصادي رئيسي، فعلى سبيل المثال يعد الناتج الاقتصادي من صناعة المعارض والمؤتمرات والاجتماعات أكبر من الناتج من صناعات أخرى، فمثلا بأمريكا هو أكبر من صناعة السيارات بـ ٣٠% وذلك حسب تقرير منظمة السفر الأمريكية.



يمكن تلخيص تطورات قطاع المعارض والمؤتمرات على المستوى العالمي في الأمور التالية:

- توجد أكثر من (١٥٠٠) هيئة معارض ومؤتمرات في العالم (بعضها على مستوى دول والكثير منها على مستوى مدن)، ومهمتها الأساسية هي توليد فوائد اقتصادية من خلال أنشطة المعارض والمؤتمرات.
- يقام سنوياً أكثر من (٩٠٠٠) مؤتمر أو ملتقى للجمعيات، والمنظمات، والاتحادات الدولية، وتتنافس الدول في تنظيم تلك الاجتماعات.
- يوجد سنوياً ملتقيات ومعارض دولية خاصة بقطاع المعارض والمؤتمرات مثل: IMEX و EIBTM و CIBTM و Expo Expo و GIBTM و AIBTM.
- تقوم الكثير من الجامعات الأمريكية والأوروبية والأسترالية بتنفيذ برامج بكالوريوس وماجستير في مجال إدارة المعارض والمؤتمرات. وكذلك تقوم الكثير من المعاهد بعقد دورات تدريبية وتأهيلية في مجال المعارض والمؤتمرات.
- اهتمت الدول بتصنيف وظائف العاملين في هذا القطاع حيث يوجد رخص دولية لمحترفي تنظيم المعارض والمؤتمرات مثل: CMP و CMM و CEM و CSEP.
- تقوم الكثير من الدول بإيجاد شركات وطنية للمعارض والمؤتمرات بهدف إنشاء وإدارة مراكز للمعارض والمؤتمرات.
- يوجد شركات خاصة لتسويق الوجهات السياحية DMC مهمتها تسويق الوجهات لإقامة المعارض والمؤتمرات فيها، وتخطيط وإدارة لوجستيات المعارض و المؤتمرات، والقيام بأنشطة العلاقات العامة.
- استحدثت جوائز عالمية لأفضل هيئات المعارض والمؤتمرات، وأفضل مراكز المعارض والمؤتمرات، وأفضل منظمي المعارض والمؤتمرات.
- يوجد الكثير من المنظمات والاتحادات الدولية المتخصصة في المعارض والمؤتمرات.

٣- مكونات قطاع المعارض والمؤتمرات في الدول الأخرى:

يتكوّن قطاع المعارض والمؤتمرات من جهات منظمة للفعاليات، ومراكز للمعارض والمؤتمرات، وسلسلة من موردي الفعاليات، ومقدمي خدمات الزوار، وجهات مالكة، ورقابية، وتشريعية، ومحفزة، بالإضافة إلى المنظمات والاتحادات دولية، وذلك حسب التالي:

٣, ١- الجهات المنظمة للمعارض والمؤتمرات (منظمي الفعاليات):

هي مؤسسات، أو شركات خاصة تقوم بتقديم خدمات إدارة وتنظيم المعارض والمؤتمرات بشكل كامل، أو جزئي وبمقابل مادي. وأيضاً هناك أفراد محترفين في تنظيم معارض ومؤتمرات يوقع معهم عقد لتخطيط وتنظيم وتنفيذ الفعاليات. علماً أنه يمكن أن تكون الجهات المنظمة للمعارض والمؤتمرات مالكة لها في نفس الوقت.

٣, ٢- مراكز المعارض والمؤتمرات :

هي الأماكن التي تقام فيها المعارض والمؤتمرات بشتى أنواعها، ويمكن أن تكون مركزاً للمعارض أو للمؤتمرات أو لكليهما، أو قاعة في فندق أو جامعة أو معهد، أو مركز خيري، أو مركز رياضي، أو قاعة حفلات. وتكون عادة مجهزة ببنية أساسية لتسهيل تنظيم الفعاليات فيها.

يمكن تلخيص الخصائص المشتركة لمراكز المعارض والمؤتمرات في الأمور التالية:

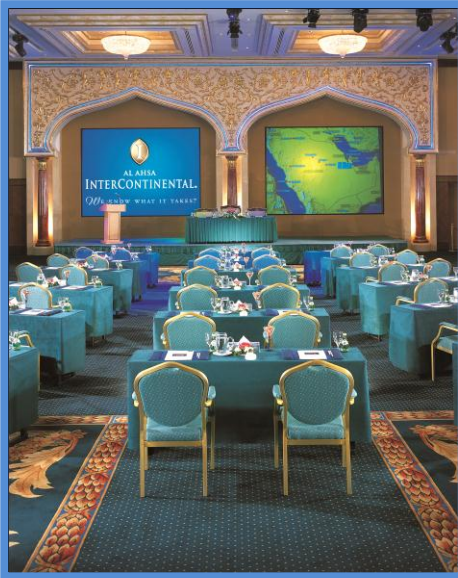
- تعدّ مراكز المعارض والمؤتمرات مصدراً أساسياً للحركة الاقتصادية في الكثير من الدول ومصدراً مهماً لخلق الفرص الوظيفية.

- معظم مراكز المعارض والمؤتمرات في العالم تنشأ بتمويل حكومي، وتدار من قبل جهات حكومية أو خاصة؛ لأهميتها الاقتصادية.
- هناك جوائز سنوية وتصنيفات لمراكز المعارض والمؤتمرات.
- توجد معايير دولية لمراكز المعارض والمؤتمرات.

٣,٣ - الجهات الموردة للمعارض والمؤتمرات:

هي جهات خاصة تقدم خدمات توريد رئيسية، أو مساندة للمعارض والمؤتمرات. ويمكن تلخيص أنشطة تلك الجهات في التالي:

- توفير السكن للمشاركين والعارضين والزوار في الفنادق ومنشآت الإيواء.
- تجهيز قاعات المعارض.
- تقديم خدمات الإضاءة والصوتيات.
- تقديم خدمات تجهيز المنصات وتأمين الطاولات والكراسي والديكور.
- تقديم خدمات الأكل والشرب والضيافة.
- تقديم خدمات تصميم وتنفيذ الحملات التسويقية، وطباعة المواد والأدلة التسويقية.
- تقديم خدمات تسويق المعرض للعارضين وجلب الرعاية.
- تقديم خدمات التسجيل وإرسال الدعوات.
- تقديم خدمات التصوير والتوثيق التلفزيوني.
- تقديم خدمات الترجمة.
- تقديم خدمات حجز الفنادق وترتيبات السفر.
- تقديم خدمات النظافة والصيانة.
- تقديم خدمات الشحن.
- تقديم خدمات المواصلات.
- تقديم الخدمات التكنولوجية.
- تقديم خدمات التأمين.



٣,٤ - الخدمات المصاحبة:

هي الجهات التي تقدم خدمات وبرامج مصاحبة للزوار والمشاركين في المعارض والمؤتمرات، مثل: منظمي الرحلات السياحية، الفنادق والمنتجعات، ومراكز الترفيه، ومراكز التسويق، والمواقع التراثية، والمتاحف والمطاعم وغيرها.

٣,٥ - الجهات المالكة للمعارض والمؤتمرات:

هي الجهات التي تتولى أو تتبنى المعارض والمؤتمرات أو لها المصلحة الكبرى من تنظيم المعارض والمؤتمرات، وعادة تكون جهات حكومية، أو جهات خاصة، أو جمعيات مهنية أو منظمات واتحادات دولية (مثل: منتدى جدة الاقتصادي الذي تملكه الغرفة التجارية الصناعية بجدة، وملتقى السفر والاستثمار السياحي السعودي وتملكه الهيئة العامة للسياحة والآثار، ومنتدى التنافسية وتملكه الهيئة العامة للاستثمار، ومعرض الكتاب وتملكه وزارة الثقافة والإعلام).

٦, ٣ - الجهات الرقابية والتشريعية والمحفزة للمعارض والمؤتمرات:

هي الجهات الحكومية التي ترخص وتراقب وتحفز إقامة المعارض والمؤتمرات، ومؤسسات تنظيم المعارض والمؤتمرات، ومواقع وقاعات المعارض والمؤتمرات. حيث أنه في معظم البلدان المتقدمة يقوم قطاع المعارض والمؤتمرات على إطار مؤسسي حكومي يديره، ويشرف على حركته، وينظم فعالياته، ويضع تقويماً سنوياً له. وغالباً ما يأخذ هذا الإطار شكل مجلس أو هيئة، ويتخذ من المدن الرئيسية مركزاً له لممارسة أنشطته، وذلك لما يتوافر في تلك المدن من البنية التحتية اللازمة، ولأنها الخيار المفضل للراغبين في استضافة أي معرض، أو مؤتمر، فهي القادرة على تقديم الخدمات ذات العلاقة، أو استضافة المعارض والمؤتمرات.

يوجد أكثر من ١٥٠٠ هيئة معارض ومؤتمرات في العالم (بعضها على مستوى دول والكثير منها على مستوى مدن)، ومهمتها الأساسية هي جلب وتوليد فوائد اقتصادية من خلال قطاع المعارض والمؤتمرات. وتعتمد هذه الهيئات على تمويل حكومي بالإضافة إلى مصادر أخرى من التمويل، مثل: الضرائب على الفنادق وإيرادات من التراخيص.

كما أن لهيئات المعارض والمؤتمرات في العالم خصائص قد تختلف من بلد لآخر بحسب الإجراءات المتبعة عند تأسيسها والأنظمة الإدارية التي تحكم عملها. ولكن بحسب الجمعية الدولية لتسويق الوجهات فإن:

- ٥٢% من هيئات المعارض والمؤتمرات في العالم هي مؤسسات ذات عضوية، بمتوسط ٥٧٣ عضو (من الفنادق، ومراكز المعارض والمؤتمرات، ومنظمي وموردي المعارض والمؤتمرات، ومراكز الترفيه، والمراكز الثقافية، ووكالات السفر والسياحية).
- ٨٦% من هيئات المعارض والمؤتمرات في العالم تتلقى تمويلاً عاماً من إيرادات ضريبية على إشغال الفنادق، كما أن ٤٥% منها تلقي دعماً مالياً حكومياً.
- ٤٩% من هيئات المعارض والمؤتمرات في العالم تتلقى رسوم عضوية، ومن بعض مصادر التمويل الأخرى كبرامج التسويق المشترك.
- هيئات المعارض والمؤتمرات في العالم تنفق ٤٨% من ميزانيتها على التسويق ودعم الفعاليات، وتصرف على موظفيها ٣٩% من ميزانيتها، أما الباقي (١٣%) فيتم تخصيصه للمصروفات الإدارية.

- يمكن دور هيئات أو مجالس المعارض والمؤتمرات في الأمور التالية:
- تتولى تطوير وتحفيز قطاع المعارض والمؤتمرات في الوجهة.
 - تتولى دعم إنشاء وإدارة مراكز المعارض والمؤتمرات الكبرى.
 - تتولى الرقابة وضبط الجودة في قطاع المعارض والمؤتمرات.
 - تتولى تسويق الوجهة لإقامة المعارض والمؤتمرات فيها.
 - تقدم الاستشارات والدعم الفني والمعلومات المفيدة لقطاع المعارض والمؤتمرات.
 - تشارك في التخطيط للمعارض والمؤتمرات الكبرى التي تقام في الوجهة.
 - تتولى حساب العوائد الاقتصادية التي يولدها قطاع المعارض والمؤتمرات في الوجهة.

٣,٧ - المنظمات والجمعيات والاتحادات الدولية:

هي جهات دولية غير ربحية تشترك فيها الجهات ذات العلاقة بقطاع المعارض والمؤتمرات وتتمثل في:



- منظمات واتحادات دولية متخصصة في هيئات ومؤسسات ومحترفي المعارض والمؤتمرات مثل:
 - المنظمة الدولية للمعارض والمؤتمرات (ICCA).
 - المنظمة الدولية لصناعة المعارض (UFI).
 - المنظمة الدولية لتسويق الوجهات (DMAI).
 - مجلس صناعة الملتقيات والمؤتمرات (CIC).
 - المنظمة الدولية لمحترفي تنظيم الإجتماعات (MPI).
 - المنظمة الدولية لمحترفي تنظيم الندوات والمؤتمرات (IAPCO).
 - المنظمة الدولية للمعارض والفعاليات (IAEE).
 - هيئة المعارض الدولية (BIE).
- منظمات واتحادات دولية متخصصة في مراكز المعارض والمؤتمرات مثل:
 - منظمة محترفي إدارة الملتقيات (PCMA).
 - منظمة مراكز المعارض والمؤتمرات (CCCA).
 - المنظمة الدولية لمراكز المعارض والمؤتمرات (IACC).
 - المنظمة الدولية لمدراء مراكز المعارض والمؤتمرات (IAVM).

٤- أهمية قطاع المعارض والمؤتمرات:

تُشكل أنشطة صناعة المعارض والمؤتمرات عنصراً مهماً في النمو المستقبلي للاقتصاد العالمي، وتُشكل جزءاً أساسياً في نقل المعلومات وانتشار المعرفة والممارسات المهنية، وعاملاً رئيساً في بناء التفاهم والعلاقات بين الدول والثقافات. وتكمن أهمية قطاع المعارض والمؤتمرات في آثاره الاقتصادية والسياحية والثقافية والمعرفية والاجتماعية والسياسية وفق التالي:

٤,١ - الآثار الاقتصادية لقطاع المعارض والمؤتمرات:

هناك علاقة قوية ومتلازمة بين الاقتصاد الوطني للدول وقطاع المعارض والمؤتمرات؛ لأن هذا القطاع يتقاطع مع جميع القطاعات الاقتصادية، ويروج الصناعات الوطنية، ويقوي قنوات التواصل، ويرفع قدرات العاملين في القطاعات الاقتصادية (مثل: قطاع الزراعة، قطاع البترول والبتروكيماويات، قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات، قطاع المواصلات، قطاع السياحة، قطاع التعليم والتدريب، القطاع الصحي، الجمعيات المهنية... الخ).

يمكن لقطاع المعارض والمؤتمرات جني الكثير من الثمرات الاقتصادية التي تصب في مصلحة الاقتصاد الوطني، حيث يعد قطاع المعارض والمؤتمرات مولد كبير للوظائف الدائمة والمؤقتة. وتقوم الكثير من حكومات الدول بحساب مخرجات القطاع الاقتصادية ضمن الناتج القومي، وأيضاً تحليل مردود التكلفة للاستثمار الحكومي في القطاع. فعلى سبيل المثال، في عام ٢٠٠٩م قامت الحكومة البحرينية بالتعاون مع القطاع الخاص للاستثمار في تمويل إنشاء مدينة للمعارض والمؤتمرات بكلفة (٨١٥) مليون دولار، وستصبح الأكبر في منطقة الشرق الأوسط، ويتوقع في حال اكتمال المشروع وتشغيل المدينة في عام ٢٠١٥م أن يتم ضخ أكثر من ٣٠٠ مليون دولار سنوياً إضافية إلى الاقتصاد البحريني.

هناك فوائد اقتصادية كبيرة لقطاع المعارض والمؤتمرات ويمكن تلخيصها في الأمور التالية:

● التوظيف:

يعد قطاع المعارض والمؤتمرات مولداً كبيراً للوظائف الدائمة، والمؤقتة العاملة في مجال توريد وتنظيم وإدارة الفعاليات، والخدمات المصاحبة لها. وتعتمد الكثير من الدول على هذا القطاع في توفير فرص وظيفية لمواطنيها. فعلى سبيل المثال، يبلغ سكان مدينة ملبورن بأستراليا قرابة أربعة ملايين نسمة، ويعمل في المدينة أكثر من ٢٢ ألف موظف في قطاع المعارض والمؤتمرات.



• الآثار الاقتصادية المباشرة:

- التبادل التجاري والمعرفي والصفقات التي تعقد خلال المعارض والمؤتمرات.
- مصروفات الزوار الدوليين للمعارض والمؤتمرات على السكن، والمواصلات، والخدمات السياحية.
- زيادة الاستثمارات في قطاع المعارض والمؤتمرات، والتي تتضمن إنشاء مدن ومراكز، ومرافق المعارض والمؤتمرات، وشركات إدارة مراكز المعارض والمؤتمرات، وشركات تنظيم الفعاليات، والمؤسسات الموردة للفعاليات، وشركات إدارة الوجهات. وبالتالي، زيادة الفرص الوظيفية للمواطن.
- إيرادات الجهات المالكة والمنظمة للمعارض والمؤتمرات (مثل: الرعايات، رسوم التسجيل، بيع مساحات للعارضين، بيع حقوق إعلامية، الغرامات، بيع الهدايا).
- إيرادات الجهات الموردة للمعارض والمؤتمرات.
- تسويق المنتجات و زيادة الأنشطة الدعائية.

الجدول التالي يوضح بعض الأرقام للآثار الاقتصادية المباشرة الناتجة عن قطاع المعارض والمؤتمرات في أمريكا وكندا وألمانيا وأستراليا:

أستراليا	ألمانيا	كندا	أمريكا	أوجه المقارنة
٣١٦ ألف	٢,٧ مليون	٦٧٠ ألف	١,٨ مليون	عدد الفعاليات
٢٢ مليون (مشارك)	٣٣٨ مليون (مشارك)	٧١ مليون (مشارك)	٢٠,٥ مليون (مشارك)	عدد المشاركين
١٧ مليار دولار	٨٩ مليار دولار	٣٢ مليار دولار	٢٦٣ مليار دولار	العائد الاقتصادي المباشر
٢١٤ ألف	-	٥٥٠ ألف	١,٧ مليون	عدد الوظائف الدائمة
٢%	٢,٩%	٢%	١,٨%	النسبة من الناتج المحلي الإجمالي
مجلس فعاليات الأعمال الأسترالي	هيئة المعارض والمؤتمرات بألمانيا	منظمة الـ MPI	جمعية السفر الأمريكية	المصدر

• الآثار الاقتصادية الغير مباشرة:

- إنفاق زوار المعارض والمؤتمرات على الخدمات العامة مثل: الكهرباء، والماء، والاتصالات، ووقود للسيارات.
- إنفاق زوار المعارض والمؤتمرات على المطاعم، والمقاهي، والتسوق، وشراء الهدايا.
- مبيعات المزارعين والمصانع وموردي الخدمات.
- الإسهام في التنمية الحضارية وتطوير البنية التحتية.
- إبراز الفرص الاستثمارية في الوجهة المقام فيها المعرض أو المؤتمر.
- تحفيز الاستثمارات في الوجهة المقام فيها المعرض أو المؤتمر.

● رصد الآثار الاقتصادية لقطاع المعارض والمؤتمرات:

تقوم الكثير من الدول بحساب الأثر الاقتصادي لقطاع المعارض والمؤتمرات وذلك من خلال العديد من الأدوات الحسابية مثل:

- نطاق الصرف وكمية السيولة المتدفقة.
- استخدام المضاعفات.
- تحليل المدخلات والمخرجات.
- تحليل مردود التكلفة.

كما يتم حساب قطاع المعارض والمؤتمرات في مراتب التنافسية بين الدول في تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي، وكذلك إحصاءات منظمة السياحة العالمية، وأيضا المنظمة الدولية للمعارض والمؤتمرات (ICCA).

٢, ٤- الآثار السياحية لقطاع المعارض والمؤتمرات:

هناك ارتباط كبير بين قطاع المعارض والمؤتمرات وصناعة السياحة وبخاصة الفنادق، ومنظمي الرحلات، ووكالات السفر، وغيرها من الأنشطة والمهن السياحية، وتأثير كل منهما على الآخر، حيث تضم الفنادق أكثر قاعات المؤتمرات، ويقوم المشاركون فيها. وتقوم الكثير من الدول بربط استراتيجياتها السياحية باستراتيجيات تنمية قطاع المعارض والمؤتمرات فيها. علماً أن الرحلات السياحية بغرض حضور المعارض والمؤتمرات تمثل أكثر من ١٥% من إجمالي السياحة في العالم بواقع أكثر من (١٣٥) مليون رحلة سياحية حسب تقارير منظمة السياحة العالمية. ويمكن تلخيص الفوائد السياحية من قطاع المعارض والمؤتمرات حسب التالي:

- يعد السياح القادمون بهدف حضور المعارض والمؤتمرات بشتى أنواعها من أكثر السياح من حيث الإنفاق، ولديهم قوة شرائية عالية.
- تعمل المعارض والمؤتمرات على زيادة الطلب على الخدمات والمنتجات السياحية في أوقات الركود السياحي وبالتالي توفير الفرص الوظيفية.
- تعزيز تجربة السائح وبالتالي زيادة مدة الإقامة، أو تكرار الزيارة للوجهة.
- إثراء روزنامة الفعاليات التي تقام في الوجهة.
- تسويق الوجهات وإبراز هوياتها.
- زيادة الطلب على خدمات وبرامج منظمي الرحلات السياحية والمرشدين السياحيين.



٤,٣ - الآثار الثقافية لقطاع المعارض والمؤتمرات:

يلعب قطاع المعارض والمؤتمرات دوراً محورياً في جلب الخبراء وتوطين المعرفة من خلال إكساب الكفاءات الوطنية بالمعارف والعلوم والخبرات الجديدة والممارسات المهنية المطورة. ويشكل هذا القطاع عنصراً رئيساً من الاقتصاد القائم على المعرفة، بوصفه وسيلة لتطوير قطاعات الأعمال والمجتمعات المهنية والأكاديمية. فالمؤتمرات والندوات والمنتديات على سبيل المثال تعدّ وسيلة متميزة في تطوير قدرات الأشخاص العاملين في جميع القطاعات الحكومية والخاصة، وأيضاً وسيلة فعالة لتبادل الثقافات وإبراز الحضارات وإحياء التقاليد و التراث.

٤,٤ - الآثار الاجتماعية لقطاع المعارض والمؤتمرات:

تعد المعارض والمؤتمرات بيئة خصبة لمشاركة المجتمع، وبالأخص تنمية التواصل والترابط بالمجتمع المحلي، والمجتمعات ذات المصالح المشتركة، وبالتالي تنمية رأس المال الاجتماعي. حيث يعد رأس المال الاجتماعي مثل غيره من أشكال رأس المال. فهو يشكل أحد الأصول التي يمكن استخدامها، فقد تزداد وقد تنضب، وليس من السهل استبدالها أو تعويضها.



إضافةً إلى ذلك، تعد المعارض والمؤتمرات وسيلة لإشغال أوقات فراغ أفراد المجتمع - بجميع فئاته- بما هو مفيد له من النواحي التعليمية والتدريبية. كما أن العمل التطوعي في المعارض والمؤتمرات يعد عنصراً مهماً لإشغال أوقات الشباب، والحصول على الخبرة الجيدة.

٤,٥ - الآثار السياسية لقطاع المعارض والمؤتمرات:

هناك الكثير من الآثار السياسية الإيجابية للمعارض والمؤتمرات ويمكن تلخيصها في التالي:

- تحسين الصورة الذهنية للدولة.
- إبراز قيادات الدولة من خلال مشاركتهم في المؤتمرات والمنتديات والندوات.
- وسيلة ممتازة للحوار والتفاهم مع الحضارات الأخرى.
- تعزيز المكانة السياسية للدولة.
- تطوير القدرات الإدارية لمسؤولي الدولة.



٥- تحليل الوضع الراهن لقطاع المعارض والمؤتمرات في المملكة:

- تمثل المملكة العربية السعودية أكبر قوة اقتصادية في منطقة الشرق الأوسط انطلاقاً من كونها أكبر مصدر للنفط في العالم. وتتمتع بمساحة واسعة، وعدد سكان كبير يتجاوز الـ ٢٧ مليون نسمة. وهي مهد الإسلام ومحط أنظار العالم وقبلتهم ومسقط رأس العرب. وتسعى الدولة دائماً في خططها التنموية إلى تنويع القاعدة الاقتصادية وتنويع مصادر إنتاجها الاقتصادي، ودعم نمو القطاع الخاص بهدف تقليص الاعتماد على النفط كمورد رئيسي للاقتصاد الوطني، وتوفير الفرص الوظيفية للشباب السعودي عن طريق تعزيز مساهمات القطاع الخاص، واستقطاب رؤوس الأموال الأجنبية لدعم المشاريع الاستثمارية. وكذلك ترغب المملكة في تعزيز موقعها التنافسي بين دول العالم، لذا فهي تعد التنمية المستدامة خياراً استراتيجياً أساسياً.



- تشهد المملكة نمواً ملحوظاً في قطاع المعارض والمؤتمرات، ويعود ذلك إلى النهضة الاقتصادية والعمرانية التي تشهدها، وتوفر المرافق والخدمات والبنية التحتية المناسبة.
- يمثل قطاع المعارض والمؤتمرات حيزاً مهماً في السوق السياحي بالمملكة، فإذا استثنينا رحلات الحج والعمرة وزيارة المدينة المنورة، فإن إنفاق سياح الأعمال يمثل أكثر من ٢٠% من إجمالي السياحة في المملكة. ويقوم أكثر من (٣,٥) مليون سائح بحضور المعارض والمؤتمرات بمعدلات إنفاق تتجاوز (٩) مليار ريال. وكذلك يوجد في المملكة أكثر من (٦٠٠) منشأة مهياً للمعارض والمؤتمرات والاجتماعات، وأكثر من (١٢٠٠) منظم معارض ومؤتمرات مرخص.

- تمتلك المملكة قطاع خاص قوي لديه القدرة على الاستثمار في قطاع المعارض والمؤتمرات، يرافق ذلك توجه حكومي مستمر لدعم التنمية الاقتصادية بشكل عام.

- حلت خطة تنمية سوق المعارض والمؤتمرات الوضع الراهن لهذا القطاع موضحة فيه نقاط القوة، والضعف، والفرص، والتحديات التي تواجه القطاع كما يلي:

نقاط قوة قطاع المعارض والمؤتمرات بالمملكة:

- الاهتمام الحكومي المتنامي بتنويع القاعدة الاقتصادية.
- قطاع واعد مقبل على النمو والتطور.
- إمكانيات استثمار واعدة في منشآت هذه القطاع.
- قطاع خاص متنامٍ يستهدف قطاع المعارض والمؤتمرات.
- فنادق عالية الجودة في مواقع استراتيجية.
- خبرة في استضافة أعداد كبيرة من الزوار.

الفرص المتاحة في قطاع المعارض والمؤتمرات بالمملكة:

- أكبر دول الخليج من حيث التعداد السكاني والقوة الاقتصادية.
- أعلى نمو ناتج محلي في منطقة الخليج والشرق الأوسط.
- أكبر منتج للنفط على مستوى العالم.
- بنية تحتية قوية في مجالي الاتصالات والمواصلات دولياً ومحلياً.
- تعدد المملكة متمكنة في قطاعات اقتصادية متخصصة مثل: الصناعات النفطية، ومعالجة المياه، والتمور، وتقنية المعلومات والاتصالات.
- نمو كبير في المؤسسات الأكاديمية.
- ارتفاع أسعار الخدمات السياحية في دول الخليج.

نقاط ضعف قطاع المعارض والمؤتمرات بالمملكة:

- عدم توفر جهة حكومية متخصصة تتبنى تطوير وتحفيز قطاع المعارض والمؤتمرات.
- عدم توفر مراكز معارض ومؤتمرات على مستويات عالمية.
- كثرة المعارض و المؤتمرات التي تفنقر إلى جودة التنظيم وضعف الإدارة.
- قطاع كبير ولكن غير منظم وضعيف في المناطق الناشئة مثل الخبر والطائف وأبها وجازان وينبع.
- قلة الكفاءات الوطنية المتخصصة في المعارض والمؤتمرات، وقلة التدريب المتخصص.
- افتقار البيانات والمعلومات عن قطاع المعارض والمؤتمرات.
- غياب المراقبة وضبط الجودة في قطاع المعارض والمؤتمرات.

- تعدد المرجعيات، وتعارض الصلاحيات بين الجهات المشرّعة للمعارض والمؤتمرات.
- محدودية الجهود التسويقية وغياب الهوية التجارية لقطاع المعارض والمؤتمرات.
- غياب البرامج المالية والتقنية الداعمة لمنظمي المعارض والمؤتمرات.

التحديات التي تواجه قطاع المعارض والمؤتمرات بالمملكة:

- تفعيل تأشيرات الأعمال، وتسهيل استخراج التراخيص، وتطوير الإجراءات الجمركية.
- محدودية السعة في المواصلات الداخلية والنقل الجوي بين المدن.
- تنظيم مشاركة المرأة بفعالية في المعارض والمؤتمرات.
- الاستفادة من ارتفاع نسبة الشباب، والانفتاح، والتطور الثقافي بعد برامج الابتعاث.
- المنافسة مع الإمارات وقطر والبحرين وعمان ولبنان ومصر، حيث أنشأت هذه الدول هيئات ومراكز معارض ومؤتمرات مما أسهم في سرعة نمو وتطور هذا القطاع فيها.
- الظروف السياسية والأمنية في الشرق الأوسط.



٦- التحليل التنافسي لقطاع المعارض والمؤتمرات بالمملكة:

- تتبوأ المملكة مركزاً متأخراً بين دول العالم في عدد المعارض الدولية المقامة، حيث تحتل المرتبة (١٢٩) من أصل (١٣٩) دولة بموجب تصنيف تقرير التنافسية بمنندى الاقصادى العالمى ٢٠١١م. الجدول التالى يوضح مقارنة المملكة مع عدد من الدول المجاورة، وذلك حسب تصنيف التنافسية فى مجال عدد المعارض الدولية المقامة:

الدولة	الترتيب بين دول العالم
تركيا	٢٦
الإمارات	٤٩
مصر	٥١
قطر	٨٥
الأردن	٩٠
البحرين	٩٥
عمان	١٠٥
الكويت	١٠٦
السعودية	١٢٩

(المصدر: تقرير التنافسة ٢٠١١م)

- فى عام ٢٠١١م، أصدرت مجلة MeetMe تقريرها الخامس عن صناعة المعارض والمؤتمرات فى دول الشرق الأوسط. وقد ذكر التقرير الجهات المفضلة فى الشرق الأوسط لتنظيم المعارض والمؤتمرات حسب رأى ملاك ومنظمى المعارض والمؤتمرات الآسيويين والأوربيين والأميركيين كما هو موضح فى الجدول التالى:

الترتيب	الدولة	التقييم (١ - ٤)
١	الإمارات	٣,٥
٢	عمان	٣,١
٣	الأردن	٣,٠
٤	البحرين	٢,٩
٥	مصر	٢,٩
٦	لبنان	٢,٩
٧	قطر	٢,٩
٨	السعودية	٢,٨
٩	الكويت	٢,٥



- وكذلك أشار التقرير إلى حجم الطبيعة التنافسية الشديدة بين دول مجلس التعاون الخليجي بفعل الجهود التي تبذلها هذه الدول لتنمية قطاعها السياحي، وتخفيف الاعتماد الاقتصادي على عائدات النفط. لهذا ركزت كل من إمارة دبي ومملكة البحرين على السياحة المرتبطة بحضور المعارض والمؤتمرات والملتقيات والاجتماعات، مما أكسبها خبرة في هذا المجال وقدرة على تلبية احتياجات ومتطلبات السوق المحلي والإقليمي والدولي. وبالرغم من حداثة توجه كل من إمارة أبوظبي ودولة قطر في هذا القطاع، إلا أنهما استطاعتا أن تحققا نجاحاً ملحوظاً، وفي فترة زمنية وجيزة من خلال توفير المرافق، والخدمات المناسبة، ودعمها بالحملات التسويقية. بالإضافة إلى توفر إطار تنظيمي وآخر تأسيسي قادرين على تنمية قطاع المعارض والمؤتمرات فيها.
- أصدرت المنظمة الدولية للمعارض والمؤتمرات (ICCA) تقريراً يتضمن احصاءات عن الاجتماعات التي تعقدها الجمعيات والمنظمات الدولية. وقد ذكر التقرير أن الجمعيات والمنظمات الدولية تعقد أكثر من (٩٠٠٠) إجتماع سنويا، يشارك فيها (٦) مليون مختص وخبير، وينفقون بشكل مباشر أكثر من (١٥) مليار دولار، وتتنافس الجهات السياحية في جلب تلك الاجتماعات لها. حيث تحتل مدينة فيينا المرتبة الأولى في استضافة اجتماعات الجمعيات بواقع (١٦٠) إجتماع سنويا. علماً أن حصة المملكة العربية السعودية من تلك الاجتماعات متدنية جداً (تكاد تكون معدومة) مقارنة بالإمارات (٤٠) إجتماع، ومصر (٣٥) إجتماع، وقطر (٩) اجتماعات، والبحرين (٧) اجتماعات.
- يعد مركز المعارض والمؤتمرات في أبو ظبي (ADNEC) الأكبر في الشرق الأوسط، ويليه مراكز المعارض والمؤتمرات في دبي والدوحة ومسقط والقاهرة. و تعمل حكومة عمان على إنشاء "مركز عُمان للمؤتمرات والمعارض" البالغ قيمة انشاءه بـ (١,٨) مليار دولار أمريكي والذي سيتم استكمال العمل عليه في عام ٢٠١٥م. وسيضم المركز الممتد على مساحة (٢) مليون متر مربع، صالة مكونة من (٣,٢٠٠) مقعد و(٤) فنادق بقدرة استيعابية إجمالية تصل إلى (١٠٠٠) غرفة إلى جانب مركز تسوق على مساحة (١٩٢,٠٠٠) متر مربع وصلات عرض على مساحة (٢٥,٠٠٠) متر مربع وغيرها الكثير من المرافق عالية المستوى. وبحلول عام ٢٠١٥م ستنتهي البحرين أيضا من إنشاء المرحلة الأولى من مدينة للمعارض والمؤتمرات حيث ستكون الأكبر في منطقة الشرق الأوسط، إذ يقدر مساحات العرض فيها بـ (١٤٥) ألف متر مربع، أي ما يعادل تسعة أضعاف مساحة مركز المعارض والمؤتمرات في الرياض. بالإضافة إلى انشاء فنادق بسعة (١٢٠٠) غرفة من ضمن تلك المدينة.



● الجدول التالي يوضح مقارنة بين عدد من مراكز المعارض والمؤتمرات في العالم:

أوجه المقارنة	مركز المعارض في لوس انجلوس	مركز المعارض والمؤتمرات بأبوظبي	مركز المعارض والمؤتمرات دبي والتجاري العالمي	مركز المعارض والمؤتمرات بالرياض	مركز المعارض والمؤتمرات فيغاس	مركز المعارض والمؤتمرات بهونغ كونغ
الإدارة	حكومة مدينة لوس انجلوس	شركة أبوظبي الوطنية للمعارض	مركز دبي التجاري العالمي	الغرفة التجارية الصناعية بالرياض	هيئة المعارض والمؤتمرات والزوار بلاس فيغاس	مجلس هونغ كونغ للتنمية التجارية (HTDC) و حكومة هونغ كونغ.
مساحة المعرض	٨١ ألف متر مربع	٧٣ ألف متر مربع	٣٤ ألف متر مربع بالإضافة إلى مشروع توسعه قائم بمساحة ٢٥ ألف متر مربع	١٥ ألف متر مربع	١٨٠ ألف متر مربع	٦ قاعات عرض إجمالي مساحتها ٦٦ ألف متر مربع ٢٠ ألف متر مربع متعددة الاستعمالات و ٥,٥٠٠ متر مربع لدعم الفعاليات المقامة.
سعة قاعات الاجتماعات	٦٤ قاعة مجهزة بأحجام كبيرة ومتوسطة وصغيرة.	قاعة مجهزة و تتسع لـ ٦٠٠٠ شخص بالإضافة إلى ٢٢ قاعة متوسطة وصغيره الحجم وقاعة زواج.	قاعة مجهزة و تتسع لـ ٤٥٠٠ شخص بالإضافة إلى ٢٠ قاعة متوسطة وصغيره الحجم.	قاعة مجهزة و تتسع لـ ١٣٠٠ شخص بالإضافة إلى ١٠ قاعات متوسطة وصغيرة الحجم	٤٢ ألف متر مربع	قاعتي عرض مساحتهما ٥,٦٩٩ متر و ٥٢ غرفة اجتماعات بمساحة ٦,٠٠٤ متر مربع
عدد الفعاليات سنويا	أكثر من ٣٥٠	أكثر من ١٠٠	أكثر من ١٠٠	٣٥	أكثر من ١٠٠	١,٢٣٥
عدد زوار سنويا	٢,٥ مليون	١,٨ مليون زائر دولي	١,٤ مليون زائر دولي	١,٢ مليون زائر (نسبة كبيرة منهم من سكان مدينة الرياض)	٤,٣٣٢,٤٠٧ زائر	٥,٩٦٩,٧٨٩ زائر
الخدمات الأخرى	تقنية متقدمة وفنادق ومركز تسوق وترفيه	تقنية متقدمة وفنادق ومركز تسوق وترفيه	تقنية متقدمة وفنادق ومركز تسوق وترفيه ومكاتب	لا يوجد في الوقت الحالي	تقنية متقدمة و فنادق و مطاعم و مسرح و منشآت رياضية و منتجات	٧ مطاعم و مركز مركز أعمال و مسرحين (تسع ١٠٠٠ شخص)
تكلفة الإنشاء	١ مليار دولار	٢ مليار دولار	٨٠٠ مليون دولار	٦٠ مليون دولار	٨٩٠ مليون دولار	١ مليار دولار