

الباب الرابع

المراحل الأساسية فى تنظيم المعارض الزراعية (١)

أولاً : - المرحلة التحضيرية :

- مضمونها .
- بعض الأسس التى يكفل إتباعها نجاح المعرض .
- استخدام الألوان فى تنظيم المعارض الزراعية .
- دائرة الألوان .
- مزج الألوان .
- مقترحات لإقامة معرض زراعى ناجح .

ثانياً : - المرحلة التنفيذية :

- مقدمة .
- تنفيذ المعرض .
- المهام التنفيذية للجهات العارضة (إعداد مكان العرض - اختيار وترتيب المعارضات - استغلال الألوان)
- ملاحظات عامة فى تنفيذ المعارض الزراعية .

ثالثاً : - المرحلة التقييمية

obbeikandi.com

الباب الرابع المراحل الأساسية في تنظيم المعارض الزراعية

تمر إقامة المعرض بعدة مراحل أساسية تناولها البعض في سبع خطوات وتناولها آخرون في خمس خطوات وأحياناً ثلاث خطوات أو مراحل بين التمهيد والتنفيذ والتقييم وتنطوي كل مرحلة على مجموعة من الإجراءات والاتصالات والمجهودات ويشارك فيها فريق من المتخصصين كل في مجال تخصصه واستعداداته وخبراته ويتم ذلك غالباً من خلال اللجان المتفرعة من إدارة المعرض والتي سبق تناولها ، ويساهم ذلك في النهاية في تنظيم معرض جيد محققاً الغرض الذي أقيم من أجله ، ويمكن اعتبار المرحلة التحضيرية تمهيدية في إقامة المعارض يليها التنفيذ و أخيراً المرحلة التقييمية وليس هذا محدداً بحدود أو حواجز صلبة بل يمكن تناوله وعرضه في صورة أخرى أو في مراحل أكثر من ذلك أو أقل من ذلك فهذا تصوراً يمكن أن يساعد منظمى المعارض الزراعية على الاهتمام به لتخطيط وتنفيذ المعرض .

أولاً : - المرحلة التحضيرية : Preparatory stage

يرى البعض أن التحضير لتنظيم المعارض يبدأ من يوم انتهاء العرض السابق ففي حفل الختام للمعرض السابق يتم تقييمه وتوجيه الشكر للجميع ولا مانع من التفكير والإعداد للمعرض المقبل خاصة في حالة المعارض الدورية المنتظمة وهذه المرحلة يتم فيها :-

١ - الإتفاق على هدف أو أهداف المعرض ، وانطلاقاً من ذلك يتم تحديد موعد الافتتاح وكذا مدته وتوجيه الدعوات للمعارضين . ويجب أن يكون هناك محددات واضحة أمام إدارة المعرض والخبراء والاختصاصيين المشاركين في تنظيم المعرض تساهم في تحديد الغرض من تنظيمه منها على سبيل المثال :-

١ - ظهور مبتكرات جديدة يراد توصيلها للزراع تساهم في تطوير القطاع الزراعي .
ب - حدوث أزمات طارئة في القطاع الزراعي تستوجب حلول عملية لها من خلال التقاء وتنافس الشركات العارضة .

ج - اكتساب ثقة الزراع وحل ما يعترضهم من مشاكل .

٢ - اختيار الجهات المعاونة لإدارة المعرض والمزعم اشتراكها في تخطيط وتنفيذ المعرض ويجب أن تختار الجهات المعاونة بالمواصفات التالية :-

١ - كفاءة هذه الجهات فى مجال الاتصال الفعلى داخلىاً وخارجياً - حسب نوع المعرض - وقدرته على الاقتناع والتأثير فى الجهات المتصل بها بما يحقق اشتراك عدد كبير من الجهات العارضة فى المعرض .

ب - التميز فى مجال الدعاية أو العلاقات العامة أو النواحي الفنية أو الإدارية المعاونة فى نجاح المعرض .

ج - التمتع بالنزاهة والسمعة الطيبة والإخلاص فى أداء العمل .

د - التمتع بالذكاء والمرونة واللباقة فى الحديث والقدرة على التخيل والتحليل والربط بين ما يثار من اسئلة أو استفسارات وفقاً لشروط أو مواصفات معينة سوف نتناولها بالتفصيل فى موقع لاحق .

٣ - إختيار موقع العرض : - ويمكن إختيار مكان العرض على أرض إحدى محطات بحوث التجارب خاصة فى حالة المعارض الوطنية الاقليمية بما يوفر كثيراً من التكلفة إلى جانب خدمة المنطقة ذاتها .

٤ - تحديد مساحة العرض : - ويتوقف ذلك على

١ - عدد الدول المشاركة .

ب - حاجة المعرض الى مساحات مغطاة أو مكشوفة أو مكان للإيضاح العملى .

ج - حجم الجمهور المتوقع ويقدر ذلك بالتخمين بناءً على الخبرة المكتسبة للمخطط من خلال المعارض السابقة .

٥ - الإتفاق على الزمان : - يتم الإتفاق على وقت التنفيذ ونقل المعارضات إلى أرض المعرض وكذلك يوم الافتتاح ومدة العرض وكذلك موعد الانتهاء ، وفى حالة تخصيص أيام من العرض لكبار الزوار ورجال الاعمال تحدد بدقة توفيراً للمشقة وتضييع وقت الجمهور . ويجب الإعلان للجمهور عن تلك الأزمنة سواء للمساهمين فى العرض أو الجمهور الزائر وفى إختيار التوقيت يراعى ما يلى : -

١ - مخاطبة الجهات المختلفة قبل التنفيذ بفترة كافية .

ب - فى حالة المعارض المتحركة يجب الإعلان الجيد قبل تحرك المعرض "بدء الجولة "

ويختص بذلك المدن التى سيمر بها المعرض .

ج - لا بد أن تراعى الظروف المحلية والموسمية كى تحقق المعارض أهدافها ولا تتعارض مع ظروف عمل الزراع .

د - أن يتلائم العرض مع الظروف الجوية أو المناخية حتى لا يفسد العرض .

هـ - يجب أن يتلائم موعد العرض مع الظروف السياسية والاقتصادية السائدة .
 ٦ - توجيه الدعوة للجهات العارضة المعاونة فى تنظيم المعرض : - توجه الدعوات عن طريق هيئة المعارض الدولية أو الهيئات فى الداخل أو فى الخارج حسب نوع المعرض ويحدد فى خطاب الدعوة : - الهدف من المعرض - نوعيته - بدء التنفيذ حجم المراقبين الممكن استضافتهم وعدد من التفاصيل التى تساهم فى إشباع حب الاستطلاع لدى العارضين " المشاركين " أو الاجابة على اسئلتهم .

٧ - استقبال ودراسة ردود الجهات المخاطبة " المزمع اشتراكها : - تصل الردود إلى إدارة المعرض من الجهات المختلفة التى وجهت إليها الدعوة وهنا يتم دراستها دراسة جيدة متأنية من قبل هيئة المعرض واللجان المتفرعة أو المشكلة خصيصاً " ومحاولة تلبية احتياجاتها فى حدود ما هو متاح حالياً وما هو متوقع إقامته .

- ملاحظات عامة فى تخطيط المعارض الزراعية : -
 تعد الإجابة على الأسئلة الآتية نقطة انطلاق هامة يمكن أن يهتدى بها المخططون للمعارض الزراعية ومنها على سبيل المثال : -

ماهى نوعية المشاهدين ؟ ماهى مدة العرض المناسبة ؟ ماهى وسائل الجذب التى نستطيع استخدامها ؟ كم عدد الأفكار التى يجب أن يدور حولها المعرض ؟
 يجب تصميم نموذج مصغر للمعرض من الورق العادى أو الكرتون المقوى لإعطاء فكرة عن صورة المعرض - لحد ما - وهو فى حجمه الكامل . ماهى أنواع الخبرات والكفاءات المطلوبة والمهارات اللازمة ؟ ماأهمية وضع شعار للمعرض ؟ ماأهمية استخدام الأجهزة والمعينات الإشادية فى المعرض ؟ ماهى دوافع الشركات العارضة ؟ ماهى دوافع المشاهدين ؟ . وقبما يلى توضيح لبعض هذه النقاط : -

- ماهى نوعية المشاهدين ؟
 What about the quality of the on lookers ؟
 تختلف نوعية المشاهدين باختلاف نوع المعرض . ففى المعارض المتخصصة يكون الجمهور متجانس غالباً مثال ذلك : معرض للدواجن أو معرض للخيول العربية أو معرض للنحالة أو معرض للأبقار الفريزيان وزوار هذه المعارض ممكن أن نطلق عليهم رجال الأعمال بينما فى المعارض الغير متخصصة كالمعارض الزراعية العامة : " نباتى + حيوانى + ميكنة " فالجمهور غير متخصص فى نشاط واحد وهؤلاء يغلب عليهم المستوى الاقتصادى والاجتماعى العام و"المتوسط" .

- ما الغرض من إنشاء المعرض ؟ وماهى دوافع الشركات العارضة ؟
 هناك أهداف متعددة وراء تخطيط وتنفيذ المعارض بصفة عامة ومنها المعارض الزراعية . وقد يكون الهدف إعلان أو دعابة أو تعليم أو تدريب أو تسليية أو مزيج من كل هذه الأهداف . وهناك أهداف أخرى مثل عقد الصفقات التجارية أو فتح منافذ تسويقية جديدة للشركات العارضة فى الدولة المضيفة "صاحبة المعرض" أو للتنافس بين الشركات وبعضها ممايؤدى إلى تطوير وسائل الإنتاج وحل مشاكل الزراعة والإجابة على تساؤلاتهم من خلال إتصال العارضين بالزراع . ويجب أن يحقق المعرض غرض أو أكثر من الأغراض السابقة .

ماهى مدة العرض المناسبة ؟ (Suitable duration)

تختلف مدة العرض باختلاف نوع المعرض والغرض من إنشائه وحجم الميزانية المخصصة له . ومن حيث درجة الأمن والأمان وكذا حجم الزوار وعدد الصفقات التى يتم إبرامها وكذا حجم المبيعات وغالباً ماتحدد مدة العرض مسبقاً ولامانع من مد فترة العرض لمدة إضافية إذا ماترأى لإدارة المعرض والشركات العارضة ضرورة ذلك .

- ماهى وسائل الجاذبية التى تستطيع استخدامها ؟

The available means of attraction

هناك العديد من الطرق والمعينات لجذب الزوار يجب ألا يهمل دورها لأهميتها فى نجاح المعرض ويجب أن تستخدم هذه الوسائل على التوالى والتوازى بما يحقق أفضل تأثير فى نفسية الجمهور . من هذه الوسائل :

الصور الفوتوغرافية - الإضاءة - الشعر - الخطابة - الموسيقى والأغانى -
 المعارضات الحية - المسابقات والجوائز - وسائل تسليية الأطفال - هدايا خفيفة -
 أماكن للراحة والمشروبات - التركيز على الإعلانات الجذابة - أن يتضمن المعرض حاجة تشبع احتياجات الزوار الشرائية منزلية وزراعية ومحاولة إيجاد حلول عملية لمشاكل الزراعة مع توفير الاخصائيين من ذوى الخبرة والمهارة والمشهد لهم بذلك للرد على أسئلة واستفسارات الزراع - التجديد المستمر فى العرض والمعارضات .
 والتنسيق فى العرض .

- كم عدد الأفكار التى يدور حولها المعرض ؟ (Number of thoughts)

اختلف الخبراء فى تحديد عدد الأفكار التى يدور حولها المعرض فالبعض يرى أن يركز العرض على فكرة واحدة فى وقت واحد بهدف مساعدة الجمهور على الفهم

والتعلم والاستفادة القصوى ومنع البلبلة أو تشتيت أفكار الجمهور ، بينما يؤيد الفريق الآخر مبدأ ارتكاز المعرض على فكرتين أو ثلاثة في وقت واحد للاستفادة من الجهود والإمكانات المتاحة في تكثيف الفائدة من المعرض .

بعض الأسس التي يكفل إتباعها نجاح المعرض

هناك العديد من الأسس التي يجب مراعاتها عند تخطيط المعارض الزراعية والتي تكفل قيام معرض ناجح منها على سبيل المثال : -
١ - البساطة ووضوح الفكرة أو الأفكار الأساسية : -

Simplicity and clearness of the main ideas

يفضل عادة أن يدور المعرض حول موضوع أساسي واحد مع استخدام الوسائل المناسبة لتحقيق هذه الفكرة ووضوحها ، وينبغي أن يدرك المشرفون على تنظيم المعرض أن كثرة الأفكار وتزاحم الأدوات والوسائل المستحدثة وعدم ترتيبها وتنظيمها كثيراً ما يقلل من فاعلية العرض ولايساعد في إبراز الفكرة أو الأفكار الأساسية وتوضيحها .
٢ - إتاحة الفرصة أمام الزوار للمشاركة : -

Achance of farmer participation

يجب أن يشترك الزوار في التخطيط لإقامة المعارض واختيار المعارضات وافتتاح المعارض وإرشاد الزائرين لمشاهدة أقسام المعرض ومحتوياته المختلفة خاصة في المعارض الإقليمية كما يمكن لبعض الزوار القيام ببعض العروض التوضيحية أمام المشاهدين وهذه لها أثرها التأثيرى الفعال في نفوس الزائرين .

٣ - اختيار مكان مناسب للمعرض : - (suitable location)

ينبغي أن يراعى في مكان العرض سهولة الوصول إليه ومناسبة مساحة المكان للمعارض والعدد المتوقع من المشاهدين وأن يراعى أيضاً في اختيار المكان جودة الإضاءة ووجود التهوية وراعى في حالة الإضاءة الصناعية مبادئ بروز الشكل على الأرضية ويمكن استخدام الإضاءة الملونة المناسبة لهذا الغرض .

٤ - المعارض في أساسها وسيلة للمشاهدة لا للقراءة : -

Basically for seeing not for reading

من خصائص المعرض الناجح أنه يكفى للمشاهدين نظرة خاطفة إلى محتوياته لمعرفة الفكرة التي يعبر عنها والمراد توصيلها دون اعتماد كبير على الكتابة والأساليب

اللفظية ، وما لم تكن الرسالة البصرية واضحة وسريعة الفهم فإن المعرض يفقد كثيراً من فاعليته كوسيلة للإتصال . ومن ناحية أخرى يجب أن تستخدم العناوين والكلمات فى أضييق الحدود ، وفى كل الحالات ينبغي أن تختار العناوين القصيرة والتي تنتقى الكلمات التي يعيق فهمها على غالبية المشاهدين ويراعى أن تتضمن بطاقات المعارضات العنوان "اسم الشيء" واسم المنتج " مصدر الحصول عليه " ووصف مختصر له وطريقة الاستخدام وقوائمه وماشابه ذلك .

٥ - استخدام الحركة والصوت : - (Use of sound and motion)

يمكن جذب إنتباه المشاهدين عن طريق بعض النماذج الشفافة أو عرض بعض المعارضات التي تتضمن عنصر الحركة أو عرض بعض المعارضات الثابتة على أرضية متحركة كوضعها على قرص يتحرك ويدور بواسطة محرك كهربائى مناسب وقد دلت الملاحظات على أن مثل هذا الأسلوب فى العرض يجذب إنتباه المشاهدين على نحو أكثر مما لو عرضت هذه الأشياء أو النماذج وهى ثابتة ويمكن أيضاً استخدام الصوت لشرح بعض المعارضات واستخدام الموسيقى الخفيفة لجذب المشاهدين ويجب مراعاة أن لا يعلوا الصوت بدرجة غير مستحبة فيؤدى ذلك إلى عكس النتائج المرجوة للاستخدام .

٦ - استخدام الألوان المناسبة : - Utilisation of suitable colours

يمكن جعل المعرض مثيراً ومشوقاً باستخدام الألوان وذلك لتمييز أجزاء المعارضات وزيادة التوضيح ، لذا فقد تستخدم الألوان للأغراض التجميلية وينبغي أن تنتقى الألوان بعناية حتى تحقق وظائفها فى العرض والتوضيح على نحو فعال . ونظراً لأهمية الألوان وأهمية استخدامها استخداماً مناسباً فى العرض ومالها من دور فى نجاح المعرض لذا فسوف نتناولها بشيء من التفصيل فيما بعد .

٧ - استخدام الأجهزة أو المعينات السمعية بالمعرض : -

Use of Audio visual - aids

تلعب الأجهزة أو المعينات السمعية دوراً بارزاً فى خدمة المعرض سواء كان ذلك فى حالة الإعلان عن ماهر معروض أو تبصير الزوار بموقع الاجنحة المختلفة . وكذا فى إمتاع وتسليية الجمهور وكما تساعد الأجهزة أو المعينات الإتصالية السمعية الهيئات

والشركات العارضة فى اتصالها بالزوار ويجب استخدام أكثر من معين تقنى فى وقت واحد بشرط عدم التضارب أو التعارض فيما بينهما .

٨ - توفير الأفراد ذوي المهارات والمهارات اللازمة : -

فما لاشك فيه أن إقامة المعارض بصفة عامة ومنها المعارض الزراعية تحتاج إلى نوعية من ذوي الخبرة والمهارة والكفاءة سواء فى مجال التخطيط أو التنفيذ أو التقييم أو الإدارة أو الديكور أو الدعاية أو الإعلام أو النواحي القانونية ومن بينها القانون الدولى الذي يحكم فى أى منازعات ، ويجب التنويه هنا إلى أن توفير الأفراد بالعدد المطلوب وبالخبرة المناسبة أو المهارة اللازمة أو الكفاءة اللائقة وفى الوقت اللازم تُعد المشكلة الكبرى فى إقامة المعارض خاصة المعارض الدولية وبالذات فى الدول النامية .

٩ - وضع شعار للمعرض : -

يجب أن يكون للمعرض شعاراً واضحاً . مثال " هذا الشيء لك ، فيه حل لمشكلتك وفكرة تساعد على زيادة دخلك ، قطع الاغنام الذى لديك " شعار معرض للاغنام . وشعار لمعرض الدواجن " من فتات المائدة يمكن الحصول على البروتين الحيوانى "

١٠ - جذب إنتباه الجمهور وإثارة اهتماماته : -

يعد عدد الزوار للمعرض أحد المحاور التى يُعتدُّ بها فى تقييم مدى نجاح المعرض لذا فمن الضرورى إثارة إهتمام الزوار وجذب انتباههم لفكرة المعرض وهنا يجب تكثيف الدعاية والإعلان من خلال قنوات الاتصال الجماهيرية كالراديو والتلفزيون والسينما والصحف والملصقات لجذب كافة الطوائف الحزبية وغير الحزبية المتخصصة وغير المتخصصة فى مجال الإنتاج الزراعى نهائياً كان أو حيوانياً وهنا يجب على جهاز الإعلام عرض لقطات لبعض المعارضات من بعض الأجنحة على شاشة السينما والتلفزيون وفى الصحف ولأمانع من ذلك وسائل المواصلات المتاحة إلى المعرض وتنبه الجمهور بنوع المعرض وإمكانية الشراء أو عقد الصفقات . وكذلك فإن اشتراك عدد كبير من الشركات العالمية ذات السمعة الجيدة يزيد من ثقة الجمهور فى المعرض .

استخدام الألوان فى المعارض الزراعية

للألوان تأثير كبير على نفوس الناس . ويختلف هذا التأثير باختلاف الشقافات والمجتمعات كما يختلف أيضاً باختلاف خبرات الافراد وإحساساتهم وانفعالاتهم فيما يتصل بالألوان المختلفة ، ويفضل الصغار عادة الألوان الدافئة الزاهية بينما يفضل الكبار الألوان الهادئة . ويمكن القول على وجه العموم أن هناك من الألوان ما يبعث السرور والبهجة ومنها ما يشعر النفس بالهدوء والارتياح بينما هناك ألوان اخرى تثير فى النفس الكآبة والحزن فمثلا يعتبر اللون الأحمر من الألوان الساخنة المثيرة القوية التي ترمز إلى القوة والعنف وشدة التأثير . وهو علي الرغم من ذلك لون يفضله انكثير من الناس ويرتاحون اليه لأنه من الألوان الزاهية المشرقة . ويبعث اللون الأصفر فى النفس البهجة والفرح ، بينما الألوان البنفسجية القائمة تبعث على الحزن ، واللون الأزرق من الألوان الباردة ويرمز الى الصفاء والهدوء وكذلك اللون الأخضر فهو لون مهدىء ومسكن ترتاح إلى رؤيته النفس .

وللألوان فى مجال التدريس قيمة تعليمية وهى تستخدم الآن بكثرة فى الكتب وفى جميع الحالات يجب أن يكون استخدام الألوان لمجرد النواحي الجمالية وحدها وإنما تستخدم وظيفيا كى تسهم فى تحقيق ما يلى : -

- ١ - التمييز بين مكونات الأشياء وإبراز العناصر الهامة وسهولة إدراك العلاقات وتأكيدها .
- ٢ - زيادة واقعية الخبرات المعدلة وغيرها من الخبرات غير المباشرة .
- ٣ - جذب الإنتباه والتشويق .

دائرة الألوان

دائرة الألوان عمارة عن شكل توضيحي ترتب فيه الألوان في نظام معين على محيط دائري بقصد سهولة دراسة الألوان . والفكرة التي يقوم عليها ترتيب الألوان هي : - وضع الألوان الأولية الثلاث الأحمر والأصفر والأزرق على رؤوس مثلث متساوي الأضلاع داخل الدائرة ثم وضع الألوان الثانوية وهي : الأخضر والبنفسجي والبرتقالي ، وبقية الألوان الأخرى الناتجة عن مزج الألوان الأولية والثانوية . فمثلا : يقع اللون الأخضر بين الأصفر والأزرق ويقع اللون البنفسجي بين الأحمر والأزرق واللون البرتقالي بين الأصفر والأحمر .

ويتضح من هذا الشكل

الألوان مكونة من إثني عشر لوناً هي

الأحمر - الأحمر البنفسجي - البنفسجي - البنفسجي
المزرق - الأزرق - الأزرق المخضر - الأخضر - الأخضر
المصفر - الأصفر - الأصفر البرتقالي - البرتقالي المحمر .

ويمكن للأخصائيين ومنظمي المعارض ومهندس الديكور ومصممي الملصقات الإرشادية والإعلانات الاستفادة من هذه الدائرة "دائرة الألوان" في اختيار الألوان المتوافقة والمنسجمة بعضها مع البعض الآخر . وذلك في حالة استخدامهم الألوان في عمل النماذج والرسوم واللوحات والخرائط وغيرها من الوسائل التعليمية وكذلك في حالة قيامهم بإعداد وتنسيق المعارض الزراعية .

- مزج الألوان "خلطها"

يمكن الحصول على الألوان المختلفة السابقة الموضحة في الدائرة عن طريق مزج الألوان الأولية مع الألوان الثانوية (الأخضر ، البنفسجي ، البرتقالي) كما هو موضح فيما يلي : -

- ١ - الأحمر النقي : خالي من الأصفر والأزرق .
- ٢ - الأحمر البرتقالي : يحتوي على الأصفر .
- ٣ - الأحمر البنفسجي : يحتوي على الأزرق .

- ٤ - البرتقالي : يحتوى على الاحمر والأصفر بنسب متساوية .
 - ٥ - البرتقالي المحمر : تزيد فيه نسبة الأحمر .
 - ٦ - البرتقالي المصفر : تزيد فيه نسبة الأصفر .
 - ٧ - الأصفر النقي : خالي من الأحمر والأزرق .
 - ٨ - الأصفر المخضر : يحتوى على الأحمر .
 - ٩ - الأصفر البرتقالي : يحتوى على الأحمر .
 - ١٠ - الأخضر : يحتوى على الأصفر والأزرق بنسب متساوية .
 - ١١ - الأخضر المصفر : تزيد فيه نسبة الأصفر .
 - ١٢ - الأخضر المزرق : تزيد فيه نسبة الأزرق .
 - ١٣ - الأزرق النقي : خالي من الأصفر والأحمر .
 - ١٤ - الأزرق المخضر : يحتوى على الأصفر .
 - ١٥ - الأزرق البنفسجى : يحتوى على الأحمر .
 - ١٦ - البنفسجى : يحتوى على الأزرق والأحمر بنسب متساوية .
 - ١٧ - البنفسجى المزرق : تزيد فيه نسبة الأزرق .
 - ١٨ - البنفسجى المحمر : تزيد فيه نسبة الأحمر .
- إختيار الألوان : -
نذكر فيما يلى الأساليب المختلفة لاختيار الألوان :

- ١ - اختيار لونين متقاربين : - وذلك باختيار لونين متقابلين على دائرة الألوان وتشمل الألوان المتقابلة مجموعة الألوان التالية : الأحمر ، الأخضر ، البنفسجى ، الأصفر - الأحمر البنفسجى ، الأخضر المصفر - البنفسجى المزرق ، الأخضر البرتقالي - الأزرق المخضر ، البرتقالي المحمر .
- ٢ - استخدام ثلاث ألوان على مسافات متساوية من دائرة الألوان : - ومن أمثلتها الألوان التالية : - الأحمر ، الأصفر ، الأزرق - البرتقالي المحمر ، الأخضر المصفر ، البنفسجى المزرق - البرتقالي ، الأخضر ، البنفسجى - الأخضر البرتقالي ، الأخضر المزرق ، الأحمر البنفسجى - الأخضر ، البنفسجى ، البرتقالي .
- ٣ - استخدام ثلاث ألوان متلاصقة على دائرة الألوان : - ومن أمثلتها الألوان التالية الأخضر المصفر ، الأخضر ، الأزرق المخضر - البرتقالي المحمر ، الأحمر ، الأحمر البنفسجى ، الأصفر البرتقالي ، الأصفر ، الأخضر المصفر - الأزرق المخضر ،

الأزرق ، البنفسجى المزرق .

- اعتبارات هامة عند استخدام الألوان :

نلخص فيما يلى الاعتبارات التى يمكن الاخذ بها عند استخدام الألوان بصفة عامة لأغراض عرض وتنسيق المعروضات أو عمل الإعلانات والملصقات الخ

١ - تحقيق أكبر درجة من الوضوح والرؤية إذا ما استخدمت الألوان المتضادة كأن تستخدم الألوان الفاتحة مع الغامقة ، والقوية مع الضعيفة ، والدافئة مع الهادئة ومن أمثلة الألوان المتضادة ما يلى :

الأسود على أرضية صفراء .
الأصفر على أرضية سوداء .
الأحمر على أرضية بيضاء .
الأصفر على أرضية زرقاء .
البرتقالى على أرضية بنية .
الوردى الباهت على أرضية سوداء .

٢ - الألوان تقترب وتترجع فالألوان الدافئة : كالأحمر والبرتقالى والأصفر وغيرها من الألوان الزاهية ألوان متقدمة تبدو كما لو كانت أقرب إلى العين من الألوان المعتمة فاللون الأحمر الزاهى يبدو أقرب إلى العين من اللون الأحمر القانى "القاتم" وبالمثل اللون الأزرق الزاهى بالنسبة للأزرق المعتم أو القاتم أما الألوان المتراجعة فهى الألوان الهادئة التى أساسها اللون الأزرق .

٣ - تغيير الألوان إذا مامزجت مع ألوان أخرى وقد يؤدي ذلك فى بعض الحالات إلى تغيير الألوان الأصلية تماماً كما هو الحال عند إضافة اللون الأزرق إلى اللون البرتقالى حيث ينتج عنهما اللون البنى . بينما فى حالات أخرى يحدث تغيير قليل فى الألوان الأصلية كما هو الحال عند إضافة اللون الأزرق إلى اللون الأخضر حيث ينتج عنهما لون مختلف قليلاً عن كل من : الأزرق والأخضر وبذلك لاتفقد تماماً نوعيتها .

٤ - تغيير الألوان تبعاً للألوان الموجودة فى الأرضية فمثلاً اللون الأزرق الرمادى يبدو بلون أزرق بينما يبدو بلون رمادى إذا ما وضع على أرضية زرقاء . واللون الأصفر المخضر يبدو باللون الأخضر إذا ما وضع على أرضية صفراء ، بينما يبدو بلون أصفر إذا ماوضع على أرضية خضراء . وهكذا بالنسبة لبقية الألوان ، كما تتغير ألوان الأشياء أيضاً تبعاً للإضاءة الصناعية ونوع الألوان المستخدمة فى مصابيح الإضاءة ويزداد لمعان

أى لون إذا وضع على أرضية بيضاء أو رمادية .

٥ - تتأثر الألوان أيضا بما يجاورها من ألوان أخرى . فمثلا اللون البرتقالي يبدو زاهياً إلى جانب اللون البنى وذلك بدرجة أكبر مما لو وضع بجانب اللون الأحمر ، واللون البنفسجى يبدو غامقاً إلى جانب اللون الأصفر أو الأبيض وذلك بدرجة أكبر مما لو وضع إلى جانب اللون الأسود . وبالمثل فاللون الأحمر يبدو زاهياً إلى جانب اللون الأخضر وهو من الألوان الباردة فإن الاحمر يزداد سخونة أو احمراراً والأخضر يزداد برودة أو زرقة . وعموماً فإن الألوان الساخنة إذا تجاورت يبدو بعضها الآخر مثل تجاور الأحمر والبرتقالي ويحدث العكس فى حالة تجاور الالوان الباردة إذ يسخن أحدها الآخر مثل تجاور الأزرق والأخضر إذ يبدو الأزرق كاللون الأرجوانى وفى الأخضر اللون الأصفر .

٦ - تجاور اللون الاحمر مع بقية الألوان يؤثر فيها ويتأثر بها وينشأ عن ذلك تغييرات ظاهرية على الألوان فالبرتقالي إذا جاور الآخر يميل إلى الإصفرار ، والأصفر إذا جاور الأحمر يميل إلى الإصفرار ، والأخضر إذا جاور الأحمر يميل إلى الزرقة . والأزرق إذا جاور الاحمر يميل إلى الأسود والبنفسجى إذا جاور الأحمر يميل إلى الزرقة . ويجب علي منظمى أو مخططى المعارض تفهم دور وأهمية الألوان فى نجاح المعرض وأن يلموا جيداً بكيفية مزج الألوان ببعضها والتنسيق فيما بينها عند تنظيم أو تنفيذ المعارض - ولزيد من التفاصيل عن الألوان يرجع إلى (الألوان " يحيى حمودة - دار مطابع الشعب - القاهرة)

بعض المقترحات الهامة لإقامة معرض ناجح

يقدم " المؤلف " بعض المقترحات الهامة والتي يمكن أن تساهم في نجاح تنظيم المعارض الزراعية نتناولها فيما يلي بشيء من الإيجاز : -

١ - تحديد الغرض من إقامة المعرض : - (Determining of the purpose)

فقد يكون الغرض من العرض أو المعرض هو التعرف على نشاط هيئة ما أو توطيد العلاقة بين تلك الهيئة والمجتمع والدعاية لحث الأهالي على مسانبتها وتشجيعها أو تعليم جمهور متخصص أو تدريبه فالمهم أن يكون للمعرض هدف رئيسي واحد حتى تكون فرصة نجاحه أكبر .

٢ - تحديد نوع المعرض : - Determining the type of exhibition

من الأمور الهامة في تخطيط المعارض الزراعية أن يكون لدى المخططين رؤية واضحة بنوعية المعرض المزمع تخطيطه وإعداده وهنا يجب على إدارة المعرض أن توضح مسبقاً للجميع مخططين ومنفذين وعارضين ... الخ - نوع المعرض وذلك حتى يأخذ ثوبه الملائم وأن يتناسب التخطيط مع نوع المعرض والهدف من انشائه .

٣ - تحديد الوقت : - Timing

يجب على الجهة أو الجهات المشرفة على تخطيط وتنفيذ المعرض أن تحدد بدقة الموعد المناسب لإقامة المعرض وذلك بمخاطبة الجهات المتوقع اشتراكها في العرض على أن تكون المخاطبة دقيقة وصريحة وقبل افتتاح المعرض بوقت كاف يحدد في خطاب الدعوة نوع المعرض وبداية نقل المعروضات إليه وبداية افتتاحه وانتهائه .

٤ - اختيار الموقع : - Selection of location & site

يلعب الموقع دوراً لا يستهان به في نجاح المعرض ، ولذا يشترط في اختيار الموقع أن يكون متسع وجيد الاتصال به وإليه ، مرتبط بشبكة جيدة من المواصلات العامة والتليفونات ولا مانع من تخصيص خطوط اتصالات إضافية أثناء فترة العرض لخدمة المعرض خصيصاً وبأسعار منخفضة للجمهور كما يجب تواجد مكان متسع لوقوف السيارات الخاصة أمام أبواب المعرض تشجيعاً للزوار من أصحاب السيارات أو الرحلات الجماعية . بالإضافة إلى ذلك يجب أن يكون الموقع في مكان آمن يشعر العارضين والزوار بالأمن والطمأنينة لمعروضاتهم ولأنفسهم خاصة إذا ما كانت

المعروضات نادرة أو ذات قيمة استراتيجية أو وراثية .

٥ - توفير الخدمات الضرورية والمناسبة للمعرض :

Affording basic services

تطلب النواحي الخدمية للمعرض دوراً هاماً في الإسهام في نجاح المعرض ولذا لابد من التفكير في هذه الخدمات عند التمهيد والتخطيط للمعرض وأن يخطط لها وتنفيذها جيداً باعتبارها تمثل ركناً أساسياً في المعرض لاغنى عنها ومنها على سبيل المثال لا الحصر :

- ضرورة توفير مكان لأجهزة الأمن : تتلائم وحجم المعروضات وكذا نوعية الزوار على أن توزع قوات الامن في مواقع متعددة تسمح بالراحة النفسية والاطمئنان للعارضين والجمهور .

- جهاز للدعاية والأعلان : وبعد هذا من أخطر الأجهزة المعادلة لإدارة المعرض فعليه عبء توعية وتبصير الجمهور وهنا يجب التكثيف الإعلامي .

- أجهزة الاطفاء : لا يستطيع أحد أن يطمئن لسير الأمور وكما تهوى الأنفس ، فربما يشي حريق في أحد الاجنحة لذا فلا بد من توفير سيارات إطفاء الحريق وبالعدد الذي يشاء وحجم المعرض وأهمية المعروضات لهذا إلى جانب توفير طفايات الحريق تقوم الأجنحة بتوفيرها على نفقتها الخاصة وكذا توفير الأفراد المدربين في هذا المجال .

- يجب توفير أماكن للطعام والشرب : لخدمة الزوار ومقاعد عامة لراحة الجمهور موزعة على مختلف أرجاء المعرض ومناسبة لحجم ونوع الجمهور وتفتح طيلة ساعات العرض .

- توفير أماكن مناسبة للصلاة : لمساعدة الزوار على تأدية فريضة الصلاة في أوقاتها كوسيلة مساعدة على تفضية الزائر لأطول فترة داخل المعرض .

- يجب أن يكون عدد أبواب المعرض كاف : وذات شكل هندسي أو معماري مميز وارتفاع وإتساع مناسب بما يتمشى وحجم المعرض وحجم الجمهور المتوقع . وهنا تلعب الخبرة دوراً أساسياً لا يستهان به في تحديد حجم الجمهور المتوقع وذلك بصفة تقريبية .

- كما يجب أن تكون أكشاك التذاكر : بعدد كافٍ وبارزة ومميزة وبشكل لائق لأنها الوجه الأول للمعرض تقريباً بحيث ألا يكون هناك زحاماً يؤدي إلى عزوف البعض عن زيارة المعرض .

- توفير المياه الجديدة للشرب : وكذا دورات مياة مناسبة تشجيعاً للجمهور على الزيارة

وقضيتهم أطول فترة ممكنة داخل المعرض بما يسمح لهم بالمرور على معظم الأجنحة .

٦ - إشراك الزراع فى التخطيط والتنفيذ والتقييم : -

مما لا ريب فيه أن اشتراك الزراع من خلال ممثلين عنهم من ذوى الكفاءة والمهارات التخطيطية والتنفيذية والتقييمية فى هذا المجال يُعد على درجة من الأهمية لما لهؤلاء القادة من دور فى تبصير إدارة المعرض بحاجات ورغبات واهتمامات ومشاكل الجمهور هذا إلى جانب تعضيد وتأييد فكرة إقامة المعرض من أساسه وربما يتعلل البعض بتعذر وجود العناصر المطلوبة بالكفاءة المرغوبة للمساهمة فى تنظيم المعرض وهنا يمكن إختيار بعض الزراع ذوى المواصفات المرغوبة فى هذا المجال ومحاولة تدريبهم أو إتاحة الفرصة أمامهم لاكتساب خبرات جديدة من خلال الإحتكاك المباشر بالخبراء والأخصائيين فى مجال تنظيم المعارض .

٧ - تحديد نوع الجمهور الذى سيزور المعرض : -

وتحديد مستواه الثقافى والاجتماعى والاقتصادى بصفة تقريبية والمشاكل والحاجات التى يئن منها الجمهور .

٨ - إعداد حفلة إفتتاح وحفلة إنتهاء المعرض : -

بعد المعرض وسيلة ممتازة - إذا ما أحسن التخطيط والإعداد له مسبقاً - لتشجيع السياحة إلى جانب دوره الإعلامى والتعليمى والتدريبى وهنا لا بد من استغلال الحشد وذلك بإقامة حفلة إفتتاح تكون وسيلة دعابة وإعلان عن المعرض يدعى لها رئيس الجمهورية أو رئيس الوزراء والوزراء وأعضاء السلك الدبلوماسى والتجارى ورؤساء الشركات والمزارع التعاونية وشركات الاستثمار وكذا رجال الاعمال فى الداخل والخارج والمحافظيين ورؤساء الجمعيات . كما يجب التأكيد على ضرورة إقامة حفل ختامى للمعرض يضم هيئة المعرض والشركات العارضة ومن ساهم فى تنظيم المعرض ولا مانع من تدارس سلبيات وإيجابيات العرض وأن يتفق على موعد ومكان ونوع العرض المقبل فى حفل الختام وفى نهاية الحفل تقدم إدارة المعرض الشكر لكل من ساهم فى تنظيم المعرض وإقامته .

٩- تشجيع الجمهور لزبارة المعرض : -

هناك وسائل كثيرة يجب على منظمي المعرض وضعها فى الاعتبار عند التخطيط للعرض كوسيلة لجذب أكبر عدد ممكن من الزوار باعتبار أن ذلك - حجم الجمهور الزائر - محور من محاور تقييم المعرض وتحديد مدى نجاحه . ومن هذه الطرق ما يلى :

١ - تخفيض أجور المواصلات وتخصيص عدد كاف من وسائل النقل العام إلى ومن المعرض .

٢ - تخفيض أجور الفنادق للأجانب والمغتربين .

٣ - تخفيض أجور الدخول .

٤ - إقامة المسابقات بين جمهور المعرض .

٥ - توزيع بعض الهدايا العينية على الأطفال .

٦ - توزيع المطبوعات عن نشاط المعرض ومجالات العرض .

٧ - تصميم ميدالية تحمل شعار المعرض والسنة توزع كجوائز للمتسابقين .

٨ - تنظيم مسابقات بين الشركات العارضة توزع فيها الكؤوس أو مبالغ نقدية .

٩ - توفير احتياجات الجمهور من بعض السلع الاستهلاكية بسعر مخفض .

١٠ - توفير أماكن كافية من الظل والكراسي للجمهور والمأكولات الخفيفة والمشروبات .

١١ - العمل على راحة الزوار "سيكولوجية معاملة الجمهور"

١٢ - توفير الأمن والأمان .

١٠ - تشجيع الشركات العارضة للاشتراك بمعرضاتها : -

هناك أكثر من طريقة أو وسيلة لجذب وتشجيع الدول أو الشركات أو رجال

الأعمال على الاشتراك بمعرضاتهم ، وعلى منظمى المعرض محاولة دراسة وتفهم أهمية

هذه الوسائل في جذب أكبر عدد ممكن من الجهات العارضة ومنها على سبيل المثال :

١ - محاولة تلبية احتياجات الجهات العارضة من المسطحات المغطاة والمكشوفة .

٢ - تخفيض أسعار المسطحات المغطاة والمكشوفة لبعض الشركات المتعثرة .

٣ - تخفيض الضرائب على المبيعات وكذا الرسوم الجمركية .

٤ - تسهيل عملية التأمين على المعارضات .

٥ - محاولة إقامة علاقات طيبة مع الشركات والمؤسسات في الداخل والخارج وكذلك

القطاع الخاص .

٦ - توفير الأمن داخل وخارج المعرض .

٧ - التدقيق في اختيار المكان المناسب والتوقيت المناسب لمعظم الشركات .

٨ - تسهيل إقامة مندوبين والمرافقين للمعارضات .

٩ - تسهيل وتشجيع عملية البيع والشراء وعقد الصفقات على أرض المعرض .

دوافع المشاهدين في زيارة المعرض

قد تكون دوافع المشاهدين في زيارة المعرض رغبة في معرفة المبتكرات المزرعية كحب استطلاع أو الرغبة في شراء مستلزمات الإنتاج : كالتقوى المحسنة ، الميكنة الزراعية ، المبيدات ، المخصبات أو قد تكون الرغبة محاولة إيجاد حلول للمشاكل الزراعية وذلك لأن المعرض فرصة طيبة لمقارنة ما لديهم من وسائل الإنتاج بما هو معروض في أرض المعرض . وربما تكون الزيارة للمتعة والتسلية أو لقاء الزملاء والأصدقاء . وفى تخطيط وتنفيذ المعارض الزراعية يجب أن يراعى ضرورة إشباع حاجة أو أكثر من تلك الحاجات لتشجيع أكبر عدد ممكن من الأفراد لزيارة المعرض .

ثانياً : - المرحلة التنفيذية Executive Stage

يتم تنفيذ هذه المرحلة بالتعاون المشترك بين هيئة المعرض " إدارة العرض " من خلال لجانها المختلفة كطرف وبين الجهات التي قبلت المشاركة الفعلية فى العرض كطرف آخر سواء كانت جهة دولية أم محلية حكومية أو أهلية "قطاع خاص" بحيث ينتج عن هذا التعاون قيام المعرض فى أجود صورة ، وفى ضوء الأهداف المرسومة مسبقاً للمعرض . ويتم إنجاز هذه المرحلة فى ضوء الاهتمام بمجموعة من الخطوات التنفيذية التى تساعد المنفذين على الإنجاز كما سيتضح من خلال هذا الاستعراض مع ملاحظة أن هذه الخطوات ليست محددة وليست بالضرورة بنفس الترتيب . ويمكن تقسيم مهام التنفيذ إلى شقين :-

١ - "شق" خاص بهيئة المعرض .

ب - "شق" خاص بالجهات العارضة .

١ - فيما يتعلق بهيئة المعرض تقوم بتنفيذ مايلى : -

١ - تخطيط منافذ العرض " المداخل والمخارج " : -

يجب أن يقام عدد كاف من الأبواب تتناسب مع حجم المعرض أو حجم الجمهور المتوقع وأن تكون الأبواب "المنافذ" بارتفاع يسمح بانسياب حركة المعروضات من المعرض واليه . ولامانع من تخصيص أبواب مستقلة للدخول وأخري للخروج وثالثة للطوارئ خاصة فى المعارض الكبرى . ويجب أن يصمم المدخل الرئيسى للمعرض على الطريق الرئيسى وفي مواجهة الجناح الرئيسى "جناح الدولة المضيئة" بينما تقام الأقل أهمية على الشوارع الجانبية وبأعداد كافية هذا ويتم وضع أكشاك تحصيل الرسوم على أبواب الدخول وفى صورة بارزة وبأعداد كافية تقلل من إنتظار الجمهور وتزاحمهم ولامانع من أن تأخذ طابع معين فى تصميمها يواكب الطابع العمارى للدولة المضيئة أو نوع المعرض أو مجال العرض .

٢ - تنفيذ شعار المعرض : -

تقوم هيئة المعارض بتنفيذ شعار للمعرض يتناسب ونوعيته بحيث يمكن للمارة معرفة وفهم الكثير عن المعرض من خلال شعاره وغالباً ما يتم وضع الشعار على أبرز مكان للمعرض " المدخل الرئيسى للمعرض " .

٣ - تنفيذ مساحات العرض المغطاة : -

تقسيم المساحة الكلية المخصصة للعرض المغطى إلى صالات مغطاه مستقلة وذلك على الطبيعة ويتم الفصل بين هذه الصالات بحواجز من الطوب الملون أو الخشب المدهون ويختلف حجم هذه الصالات بناء على معايير منطقية سبق شرحها عند الحديث عن المرحلة التمهيديّة . وغالبا ما تكون هذه المساحة المكشوفة أمام صالات العرض المغطى لكل شركة يتخللها طرق "مداخل" أو ممرات مناسبة لمرور الجمهور إلى الصالة المغطاة كما هو مبين بالرسم المبسط . ونظراً لاحتياج الإيضاحات العملية لمساحات العرض المكشوفة . لذا يتم تخصيص مساحة مناسبة لهذا الغرض توزع على الشركات الراغبة وبناء على معايير محددة سبق ذكرها في المرحلة السابقة وهذا غالبا ما يدفع إلى زيادة مساحة العرض المكشوف عن مساحة العرض المغطى .

٤ - تحديد وتنفيذ المرافق والخدمات :

يتم تحديد موقع كل من الخدمات التالية : - مكتب إدارة المعرض - العلاقات العامة - الأمن - الإسعاف - الإطفاء دورات المياه - الكافتيريا - أماكن الجلوس العامة - الملاهي - أماكن تغيير العملات الأجنبية (في حالة المعارض الدولية) - التليفونات الخ

ويجب أن تكون هذه الخدمات بعدد كاف ومناسب لنوع المعرض نظراً لدورها الهام في نجاح المعارض الزراعية .

٥ - تحديد أماكن الأعلام والزينات :

يتم تحديد أماكن وضع الأعلام على منشآت المعرض خاصة في المعارض الدولية التي يشارك فيها عدد كبير من الدول والتي يتم رفع أعلامها على المدخل الرئيسي للمعرض بجانب علم الدولة المضيئة وغالبا ما ترتب الأعلام الدولية بجوار بعضها البعض وفقاً للحروف الأبجدية لأسماء الدول منعاً للحساسيات ، وإلى جانب الأعلام يتم وضع الزينات على مداخل ومخارج المعرض بصفة خاصة وكذا على السور المحيط بأرضه وفي الشوارع المؤدية إليه كنوع من الدعاية والإعلان عن المعرض ويستخدم في ذلك اللبيمات الكهربائية ذات الألوان المختلفة ولأمانع من استخدام الحركة في الإيضاح .

ب - تنفيذ المعرض من قِبَل الهيئات العارضة :

تقوم الشركات أو الجهات العارضة بتنظيم معروضاتها داخل :

١ - صالة للعرض المغطى فقط .

٢ - صالة للعرض المكشوف فقط .

- ٣ - صالة للعرض المغطى وصالة للعرض المكشوف .
٤ - صالة للعرض المغطى وصلات للعرض المكشوف .

- مزايها صالات العرض المغطى : -

- ١ - وقاية المعروضات من العوامل الجوية المباشرة ، كالحرارة والمطر والندى والبرد .
٢ - الاطمئنان على سلامة المعروضات من التلف أو السرقة خاصة بالنسبة للمعروضات الكثيرة العدد الصغيرة الحجم كعبوات من التقاوى أو الأجهزة أو قطع الغيار ... الخ .
٣ - تكثيف العرض - عرض أكبر كمية من المعروضات فى أقل مساحة - عن طريق استخدام الرفوف والمسطحات الهوائية .

٤ - تنظيم عملية البيع والشراء بسهولة ويسر .

٥ - تنفيذ تلك الصالات يساعد على تدريب المزيد من العمالة الفنية .

- عيوب صالات العرض المغطى : -

- ١ - لاحتياج الى تكلفة عالية فى تصميمها .
٢ - قد تكون العمالة الفنية والمدربة والدبكور عقبة أمام تنفيذ صالات العرض المغطى خاصة فى الدول النامية والفقيرة .
٣ - لاحتياج إلى مهارة فى تنظيم المعروضات وإضاءة جيدة للصالة كى تمكن الجمهور من مشاهدة معظم معروضات الشركة داخل هذه الصالة .

- مزايها صالات العرض المكشوفة : -

١ - لا لاحتياج إلى تكاليف إنشائية مما يوفر كثيراً على العارضين خاصة إذا ما كانت الموارد المالية محدودة .

٢ - تتيح الفرصة للجمهور لرؤية مزيد من التفاصيل عن الجوانب المختلفة للشئ المعروض .

٣ - تسهيل عملية الشرح والإيضاح والتفاعل بين القائمين بالشرح من جهة والمشاهدين من جهة أخرى .

٤ - تمكن المشاهدين رؤية واسعة للمعروضات المجاورة مما يسهل على الزائرين تحديد اتجاههم فى الزيارة " اختيار الصالة التالية لزيارتها " بسرعة وبأقل جهد .

٥ - تعتبر ضرورية فى المعارض الزراعية بالذات ولذا فمساحتها أكبر بكثير من مساحة العرض المغطى نظراً لأهمية تنفيذ الإيضاحات العملية مما يستلزم مساحة فضاء مناسبة للمعرض .

٦ - لا لاحتياج إلى كثير من العمالة الفنية الماهرة أو المدربة .

٧ - لاحتياج إلى مواد خام كثيرة كالطوب والألومنيوم والزجاج والاسبستوس والخشب والحبال ... الخ .

- عيوب صالات العرض المكشوفة : -

تضم معظم مزايا العرض المغطى السابق شرحها

وقهنا يلى بعض النماذج لصالات العرض كما يتصورها "المؤلف" :

صالة عرض بها جزء مغطى وجزء مكشوف

١ - صالة عرض أحادية المنفذ

ب - صالة عرض ثنائية المنفذ فى إتجاه واحد

ج - صالة عرض ثنائية المنفذ فى إتجاهين متعامدين

د - صالة عرض ثنائية المنفذ فى إتجاهين متضادين .

ح - صالة عرض ثلاثية المنفذ .

أنظر الرسم .

ولكل نوع من هذه النماذج مزاياه وعيوبه - يمكن للقارىء التفكير فيها : -

مزايا وعيوب نموذج " ا "

مزايا وعيوب نموذج " ب "

مزايا وعيوب نموذج " ج "

مزايا وعيوب نموذج " د "

مزايا وعيوب نموذج " هـ "

إعداد مكان العرض : وينطوى على مايلى : -

١ - تحديد مواضع المعروضات والحواجز في القطاعات المختلفة ونظام مرور الزوار .

٢ - إعداد الأرضيات المناسبة .

٣ - توفير الإضاءة لإبراز المعروضات .

١ - تحديد مواضع المعروضات والحواجز فى القطاعات المختلفة ونظام

مرور زوار المعرض : -

تستخدم مواد وخامات خفيفة مثل : الخيش - الخشب - الستائر - الحبال

المشدودة لتكوين قطاعات مستقلة تعلو حواجزها على مستوى نظر الزوار أو غير

مستقلة فيكون ارتفاع حواجزها تحت مستوى النظر ويساعد النوع الأول على حصر انتباه

الزوار فى منطقة معينة ويزيد من المساحة الرئيسية . النوع الثانى عبارة عن قطاعات

غير مستقلة تتيح للزوار رؤية أقسام المعرض كلها أو أغلبها جملة واحدة ويسهل عليهم

اختيار القسم الذى يهتم به كما يسهل عملية تنظيم الإشراف على المعروضات وفى هذا

النوع - الثانى - تستخدم أحياناً بعض المعروضات الرئيسية التى تميزت بها القطاعات

المستقلة ويراعى فى ترتيب القطاعات وحواجزها أن تسمح أساساً بإبراز الفكرة

الرئيسية من المعرض حتى لا يتعرض النظام إلى الفوضى ويتزاحم الزوار .

٢ - إعداد الأرضيات الخلفية المناسبة : -

يستخدم فى عمل الأرضيات الخلفية المناسبة خامات مختلفة : كالخشب الصناعى

- والورق الملون واللوحات المخرمة والخيش والقماش . والوظيفة الأساسية للأرضية

الخلفية أن تبرز المعروضات وتوضح الفكرة ولعمل الأرضيات الخلفية - المسارح - عدة

طرق منها : -

- الرف البسيط المبين بالشكل (ا) وهو أكثر استخداماً ويصنع من الورق المقوى أو الأبلكاش أو السيلوتكس أو الألواح المخزومة التي يسهل تثبيت الأشياء فيها ، ويعتبر هذا النوع من المسارح أبسطها ويستخدم في عرض المواد المختلفة التي قد تتباين موضوعاتها .

- نوع آخر من المسارح - الأرضية الخشبية على هيئة صندوق نزع منه أحداً أو جهه كما في الشكل (ب) - في بعض الأحيان تنزع من الصندوق وجهان حتى تبدو المعروضات التي بداخله مكشوفة من الأمام ومن أعلى . كما في الشكل (ج) .
- يستطيع منظم المعرض تشكيل المسرح أشكالاً متنوعة كأن يقطع الحافتين قطعاً كاملاً في الشكل (د) أو يكشف ما بداخل المعرض كشف أكبر ويضيف إلى إتساع المعرض أو المسرح بأن يثبت جانبيين مع الظهر بزاوية منفرجة حوالى ١٣٠° كما في الشكل (هـ) لتعطى فرصة أكبر لمشاهدة المواد المعروضة .

- ويمكن أن يستغل المعرض في إعطاء جو مناسب للعنصر المعروض وذلك بتشكيل الجانبيين والظهر بالطريقة التي تضيف إلى المناظر المعروضة شيئاً من الواقعية كأن تقسم الجوانب على هيئة منظر بعيد عن الأفق عند عرض منظر مجسم لفلاح يعمل في الحقل . كما في الشكل (و) .

- من الاحتمالات الإنشائية التي تتبع في إظهار نوع من الوحدة بين العناصر المجمعة المسلسلة لموضوع ما . والاشكال الثلاثة للمسرح المبينة في الشكل (ط) في عرض المناظر الطبيعية كالحقول والنباتات يكون المسرح الإسطواني كما في الشكل (ي) أكثر ملاءمة لأن تقوس الجدار الرئيسى يحوى بالإتساع وبعد الأفق وفي بعض الأحيان تلتصق قطعة من القماش الوبرى على السطح الداخلى لهذا الجدار فيمكن المنظم من تعليق أو تثبيت صورة أو خيوط تضيف إبراز المعنى أو الفكرة . وتستخدم النماذج البسيطة في عرض نماذج المحاصيل الزراعية وقد تستخدم الخيوط في تعليق اسم أو نموذج مثلاً . ويفضل تركيب لوح من الزجاج الشفاف على أوجه المسرح لحفظ المنظر المجسم من الأتربة إذا استمر العرض لمدة طويلة .

٣ - توفير الإضاءة لإبراز المعروضات : -

يجب استخدام الإضاءة استخداماً وظيفياً جيداً في المعرض بمعنى أن تبرز الأشياء المعروضة لإيضاح الفكرة وبراعى في الإضاءة ألا تجهد أعين المشاهدين ولذلك ينبغي ألا تكون ضعيفة فيجد الفرد صعوبة في دراسة التفصيلات وألا تكون قوية أكثر من اللازم فتؤذي العين وتنقسم الإضاءة في المعرض إلى قسمين :

١ - إضاءة في قاعة المعرض . ب - إضاءة المعروضات .

١ - إضاءة قاعة المعرض : -

يفضل أن تكون إضاءة قاعة المعرض إضاءة غير مباشرة بمعنى أن يكون مصدر الضوء فيها غير ظاهر للعين فتثبت المصابيح الكهربائية أو لمبات الفلورسنت في عاكس ، ويكون المصدر الضوئي مواجهاً للحائط أو السقف فتنعكس الأشعة من المصدر الضوئي على سقف قاعة العرض أو جدارها وينبغي وضع المصادر الضوئية بحيث تكون الإضاءة منتظمة فلا تكون مناطق مضيئة أكثر من الأخرى .

ب - إضاءة المعروضات : -

يكتفى في إضاءة المعروضات بالضوء الموجود في قاعة العرض أحياناً ولكن يفضل أن تضاء المعروضات نفسها لإبرازها وتوضيح الفكرة التي تكمن ورائها ولجذب إنتباه الزائرين إليها وقد يوجه الضوء عليها من مصابيح كهربائية قوية مركبة على عاكس فتثبت في سقف العرض أو في الجدار المقابل للمعروضات أو على حامل مرتفع ، ويجب أن يكون مصدر الضوء على ارتفاع مناسب لا يضايق أعين المتفرجين وأن تختار زاوية سقوط الضوء على المعروضات بحيث تنعدم الظلال المتكونة في إبراز المعروضات وبراعى في الإضاءة أيضاً أن المسطحات والأجسام اللامعة لا تنشىء مناطق براقية تؤذي أعين المتفرجين .

- مصادر الضوء الملون : -

١ - المصابيح الكهربائية العادية قوة ٢٠٠ فولت على الأقل : -

وتركب هذه المصابيح على عاكس وتشتري من محلات التصوير الفوتوغرافي وتركب أحياناً لوحات من الحديد أو الصفيح على فتحة العاكس فيشبهان الباب وذلك

للتحكم في الضوء الخارج من العاكس ولسهولة تسليطه على أجزاء معينة من العروض .

٢ - مصابيح كهربائية خاصة : -

يكون الجزء الخلفى منها مغطى عادة فتعمل عامل المرايا وتعكس الضوء المنبعث من فتيلة المصباح وتسقطه على مناطق محددة ، وعندما يراد إضاءة قطعة محددة إضاءة قوية يستخدم فى بعض الحالات جهاز عرض الأفلام الثابتة دون تركيب الفيلم ويسلط الضوء إلى المنطقة التى يراد إضاءتها وإبرازها .

٣ - استخدام مصابيح الفلوروسنت للحصول على إضاءة منتشرة هادئة : -

وتمتاز هذه المصابيح برخص الاستهلاك وبالإضاءة القوية وهى أنواع . ومنها ما يعطى ضوء أبيض كضوء النهار . ومنها ما يعطى ضوء ملون : أخضر أو أصفر أو أحمر أو أزرق .

اختيار العروض وترتيبها : -

يجب مراعاة الأسس التالية فى اختيار العروض وترتيبها : -

١ - اختيار العروض : -

١ - يختار من مواد المعرض ما يخدم الهدف ويساعد على توصيل رسالة المعرض إلى المتفرج ، لذلك يختار منها الأحسن حتى لا تتكدس العروض وتضيع الفكرة .

ب - يؤخذ فى الاعتبار عند اختيار العروض أن يكون حجم العروض مناسباً لتتضح تفاصيله للمتفرج دون أى إرهاق .

ج - تستبعد العروض ذات التفاصيل التى قد تجذب إنتباه المتفرج بعيداً عن الفكرة الرئيسية للمعرض أو الهدف .

د - تفضل العروض التى تتيح للمتفرج فرص معرفة معاملتها كأن يضغط على زر كهربائى ينبير لمبات صغيرة توضح الفكرة أو يسمع تسجيل بشرح المعرض .

هـ - يجب إبراز عنصر الحركة عندما تكون الحركة هامة فى إبراز الفكرة .

و - يجب معرفة مدى حاجة العروض إلى استخدام مقتطفات لغوية لتقديمها أو الربط بينها ويراعى فى اللغة المستخدمة أن تكون مناسبة لمستوى المتفرج وواضحة كما يجب أن تكون كتابتها بحروف ذات حجم مناسب يمكن قراءتها .

ي - تختار الملصقات التى تعمل على إثارة الدوافع لدى المتفرج لدراسة العروض ولتحقيق ذلك يستحسن أن تخاطب كلماتها المتفرج .

٢ - ترتيب المعروضات : -

بعد اختيار المعروضات اللازمة لعرض الفكرة ترتب هذه العناصر بحيث تتكامل لتحقيق هدف المعرض ويراعى فى ترتيبها أن تعرض العناصر المتجانسة أى التى تدور حول موضوع واحد فى ركن خاص ، كما يجب وضع الأشياء الصغيرة الحجم فى الأمام لتسهل رؤيتها بوضوح يليها الأكبر حجماً فالأكبر . وتستخدم الموسيقى التصويرية والمؤثرات الصوتية المسجلة على أشرطة أو اسطوانات فى إعطاء جو مناسب للمعروضات : كصوت الناي لإعطاء الجو الرفى ويمكن استخدام الموسيقى الهادئة لتعطى جو شاعري يضى على المعرض نوع من الجمال ولتخفف من أصوات المتفرجين أو الأصوات الأخرى . ويستحسن أن لا تكون الموسيقى عالية بحيث تنافس المعروضات فى جذب إنتباه المتفرج .

- استغلال الألوان وتأثيرها : -

اتضح من الخبرة أن النجح المعارض وأنفذاً أثراً هى التى استغل فيها اللون استغلالاً يؤكد الأفكار الأساسية ويبرزها ، لأن اللون يستطيع أن يوجه الإنتباه ويركزه ويجب التفكير فى استعمال الألوان لربط العناصر المختلفة ، فاللون يوحد بين العناصر ويكملها ويستغل فى تأكيد أهمية العناصر بجعل المعروضات فى وضع بارز للأرضية الخلفية . ويستطيع المعلم أو رجل الاعلام أو منقذ المعرض التدريب على ذلك وعليه أن يضع نصب عينيه أن اللون يرشد المشاهد ويقوده فيميل اللون الذى نكره فى أجزاء مختلفة من المعرض الى توضيح العلاقة بين هذه الأجزاء فيجعل هذين المكانين يبدوان متصلين كل منهما بالآخر ، وقيل العين إلى الربط بينهما . ويجب عند استخدامك للألوان توافر المعرفة بالخواص الأساسية للون وبخاصية السطوع والصفاء فالألوان الهادئة جداً واللامعة تبهر العين أو تبعدها ، ونحن فى حاجة إلى اللون الذى يجذب الانتباه جذبا هادئاً ونظراً لأهمية الألوان فى نجاح المعرض أو المعارض بصفة عامة فقد ثم دراستها بمزيد من التفاصيل فى مكان سابق .

ملاحظات عامة فى تنفيذ المعارض

- فيما يلى بعض الملاحظات الهامة التى يجب وضعها موضع الاهتمام عند تنفيذ المعرض وإن كان بعضها قد سبق تناوله بالشرح والتوضيح وذلك نظراً لأهميتها فى نجاح التنفيذ ومن ثم نجاح المعرض وتتمثل هذه الملاحظات فى الآتى :-
- ١ - يجب الأهتمام بتصميم المدخل من حيث : الشكل والديكور والمساحة المناسبة.
 - ٢ - يتم وضع علم كل دولة مشاركة فى حالة المعرض الدولى على مدخل صالة العرض المخصصة ولإمناح من وضع منظر سياحى فى المدخل أو على جانبيه لجذب إنتباه الجمهور وتنشيط حركة السياحة إليها مما يجعل المعرض وسيلة للدعاية السياحية .
 - ٣ - يتم إنتقاء أفضل المعروضات للشركة العارضة وعرضها بجوار منافذ صالة العرض .
 - ٤ - الإهتمام باستخدام الفاترينات الزجاجية الشفافة أو الملونة للعرض من جهة ولحماية المعروضات من جهة أخرى .
 - ٥ - الإهتمام بالإضاءة وتوزيعها توزيعاً جيداً داخل صالة العرض .
 - ٦ - الإهتمام بالألوان واستخدامها بكفاءة عالية فى جذب إنتباه الزوار والتأثير فيهم .
 - ٧ - ضرورة وضع لافتات بارزة على المعروضات وذلك لإعطاء المشاهد بعض التفاصيل عن الشئ المعرض وإشباع جانب من غريزة حب الاستطلاع لديه .
 - ٨ - الإهتمام باستخدام المعينات السمعية بصفة خاصة فى خدمة المعرض والأجنحة.
 - ٩ - ضرورة تواجد أخصائىيون أو أفراد مؤهلين للقيام بالشرح والرد على أسئلة واستفسارات الزوار .
 - ١٠ - يجب أن يأخذ كل فرد من المعارضين فى إعتباره أن تقييم الأجنحة ينصب جانباً

منها على النجاح فى تنظيم الجناح وعدد الزوار إليه والديكور داخل وخارج الجناح أو صالات العرض .

١١ - غالبا ماتكون صالة العرض المكشوف أمام مدخل صالة العرض المغطى وذلك للتكامل بين المعروضات بالنسبة للشركة الواحدة ، كما يدل على إنتهاء العرض المكشوف للعرض المغطى .

١٢ - أحيانا تكون لبعض الشركات العارضة صالات عرض مكشوفة بعيدة عن العرض المغطى بهدف تنفيذ إيضاحات عملية معينة .

١٣ - يجب عمل نموذج لتسجيل الزائر يوزع على كبار الزوار فقط للاحتفاظ به لدى هيئة المعرض وذلك للرجوع إليه عند تنظيم المعرض فى الأعوام التالية إذ يمكن الاتصال بكبار الزوار لأخذ رأيهم ومشاركتهم فى تخطيط وتنفيذ المعرض أو أن يشاركوا بمعرضاتهم أو لطلب المعونة المالية منهم لتمويل تنظيم المعرض .

دور الوزارات فى تنظيم المعارض الزراعية

مما لا ريب فيه أن نجاح المعارض مرهون إلى أبعد الحدود بمدى تعاون القيادات السياسية على أعلى مستوى ، وإننى إذ أتصور إختصاصات كل جهة يمكن الاستفادة منها حسب مقتضيات عملها ، ونستعرض فيما يلى مهام بعض الوزارات والممكن أن تقوم بها فى تنظيم المعارض الزراعية :

- وزارة الحكم المحلى : - Ministry of local councils

التحسين العمرانى للمنطقة والإهتمام بالنظافة العامة وإنشاء مساحات خضراء بمنطقة المعرض والطرق الرئيسية المؤدية إليه وإنشاء شبكات المياه والصرف الصحى .

- وزارة الداخلية : - Ministry of Interior

حفظ الأمن والنظام فى الافتتاح والختام وتأمين الشخصيات الهامة وتنظيم حركة المرور وتأمين المعارضات من السرقات أو الحرائق .

- وزارة الإعلام : - Ministry of information

التغطية الاعلامية المتكاملة أو الشاملة للمعرض ومحاولة نقل أحداثه (نشاطه) على الهواء مباشرة وعمل الدعاية الكافية له وكيفية الانتقال إليه .

- وزارة الثقافة : - Ministry of Culture

الإسهام فى تخطيط وتنفيذ حفلاتى الافتتاح والختام وتنفيذ عروض للفنون الشعبية والفرق القومية والندوات الثقافية والفكرية .

- وزارة الصحة : - Ministry of Health

الرعاية الطبية للبعثات المرافقة للمعارض الأجنبية - فى حالة المعارض الدولية - وتوفير الرعاية الصحية للجمهور داخل المعرض .

- وزارة العمومين : - Ministry of Supply

توفير المواد التموينية اللازمة بهم يتناسب وحجم الجمهور وذلك فى منطقة المعرض ، ولإمانع من توفيرها داخل المعرض فى صورة وجبات جاهزة وكذا توفير بعض المشروبات والمعلبات .

- وزارة السياحة : - Ministry of Tourism

توفير الفنادق الكافية وعمل الدعاية اللازمة لاستقطاب الزوار بعد إنتهاء العرض وتبصيرهم بالعالم السياحية داخل الوطن .

- وزارة الكهرباء : - Ministry of Electricity

الاستعداد لزيادة الأحمال فى منطقة المعرض والعمل على منع الأعطال بقدر
الأمكان وتسهيل عملية الحصول على الكهرباء ودفع مقابل الاستهلاك .

- وزارة النقل والمواصلات :- Ministry of Transportation

تجهيد الطرق المؤدية إلى المعرض وتوفير سبل الإتصال السلكى واللاسلكى وزيادة
عدد وسائل النقل العام إلى المعرض وتخفيض أسعار النقل بالنسبة للرحلات الجماعية
طول فترة العرض .

- وزارة التعليم :- Ministry of Education

إعداد وتشجيع الرحلات الجماعية إلى المعرض وتوفير أخصائين للشرح والتعليم

- وزارة الزراعة :- Ministry of Agriculture

- ١ - تشجيع جميع شركات القطاع العام الزراعى على المشاركة بمعرضاتها .
- ٢ - توفير مساحات خضراء داخل المعرض وكذا نباتات الزينة إذا طلب منها ذلك .
- ٣ - توفير الأخصائين المدربين للقيام بالشرح والرد على إستفسارات الزوار .
- ٤ - إقامة عروض الإيضاح العملى ، وعرض الأفلام السينمائية الإرشادية الزراعية
المتنوعة فى المجال الزراعى لتبصير الزوار بمدى تقدم القطاع الزراعى .
- ٥ - عمل المسابقات بين العارضين وتوزيع الجوائز على أفضلهم .
- ٦ - إعداد وتوزيع نشرات إرشادية زراعية خفيفة فى مجال المحاصيل و الصناعات
الريفية والإنتاج الحيوانى والتحلى الخ .
- ٧ - محاولة التعرف على مشاكل الزوار والعمل على إيجاد حلول عملية لها .
- ٨ - الحجز الصحى على كل ماهو وارد من نباتات وبذور وتقاوى خلال الموانى
والمطارات .

- وزارة الصناعة : - Ministry of Industry

- ١ - تشجيع جميع شركات القطاع العام الصناعى على المشاركة بمعرضاتها .
- ٢ - إعداد المسابقات بين العارضين وتوزيع الجوائز على أفضلهم .
- ٣ - عمل نشرات خفيفة عن نشاطها توزع بالمجان للدعاية والإعلان .
- ٤ - محاولة التعرف على احتياجات الجمهور والعمل على توفيرها .
- ٥ - القيام بعروض الإيضاح العملى لخدمة الجمهور (تعليم وتدريب) .

- ٦ - تلبية إحتياجات الزراع من مستلزمات الإنتاج وتسهيل البيع والشراء .
٧ - توفير المتخصصين للشرح والترتيب .

- وزارة المالية : - Ministry of Finance

تسهيل عملية الجمارك والضرائب وتوفير منفذ تغيير العملة داخل المعرض أو بالقرب منه وذلك فى حالة المعارض الدولية .

ثالثاً : - تقييم المعارض الزراعية

هناك أكثر من تعريف للتقييم نذكر منها على سبيل المثال : -

التقييم هو : - تحديد مدى الحصول على الأهداف المرغوبة . أو مقدار التحرك الذى تم حدوثه فى الإتجاه المرغوب . كما ينظر للتقييم على أنه عملية منظمة للحكم على مقدرة أو فاعلية أو كفاءة شىء ما طبقاً لمعايير محددة وأدلة ملموسة ووقائع وأهداف موضوعة .

- لماذا نحجرى التقييم ؟

تنطوى عملية التقييم بشكلها الرسمى على الإجراءات التى يقوم بها الفرد وبالتالي عن وعى شعورى لإصدار أحكام عن قيمة المعارض طبقاً لمعايير متفق عليها وأساليب تجميع وتحليل الأدلة المتصلة بهذه المعايير .

ويمكن تلخيص مجالات الاستفادة من عملية التقييم فيما يلى : -

- ١ - تحديد إلى أى مدى تم تحقيق الأهداف الموضوعة .
- ٢ - الإشارة إلى نقاط الضعف واقتراح التحسينات اللازمة .
- ٣ - الوقوف على مدى كفاءة التخطيط ومدى إجادة التنفيذ .
- ٤ - وضع مستويات قياسية أو معايير للحكم على كفاءة الأداء مع اتباع أساليب فعالة للتحكم فى سير تنظيم أو إقامة المعرض .
- ٥ - المساعدة فى رفع الروح المعنوية للعاملين أو المشاركين فى تنظيم المعرض .
- ٦ - المساعدة على اتخاذ قرارات تتعلق بالميزانية .
- ٧ - وضع الدول أو الشركات والأفراد المشاركة فى العرض على درجات متفاوتة تساعد إدارة المعرض فى توزيع الجوائز عليها فى نهاية العرض (فى الحفل الختامى) .

من هم المشاركون فى عملية التقييم ؟

بشارك فى هذه العملية كل من : - إدارة المعرض - ممثلين عن الزراع - نخبة متخصصة فى مجال تقييم المعارض ويمكن أن يطلق عليهم اسم خبراء " سواء كانوا من الداخلى أو الخارجى "

مواصفات أعضاء لجنة التقييم : -

يجب أن يتوافر فى أعضاء لجنة التقييم مجموعة من الصفات الشخصية العامة منها على سبيل المثال : -

- ١ - الموضوعية " عدم التحيز " .
- ٢ - الدقة فى تقدير قيمة وأهمية الأشياء .
- ٣ - القدرة والكفاءة .
- ٤ - الأمانة فى التعامل مع المعارضين .
- ٥ - الثقة بالنفس .
- ٦ - القدرة على الإتصال الواسع .
- ٧ - الثبات .
- ٨ - الذكاء .
- ٩ - المرونة .
- ١٠- الاتزان الانفعالي (القدرة على ضبط النفس) .

مجالات التقييم داخل المعرض :-

- ١ - مدى كفاءة الأجهزة أو اللجان المختلفة التى أشرفت على إعداد المعرض .
وتكون هذه مهمة " هيئة المعارض " غالبا .
- ٢ - مدى الاستفادة من المعرض فى النواحي التعليمية أو التدريبية أو الاتصالات أو فى التنسيق بين البحث العلمى والتطبيق الميدانى أو توفير مستلزمات الإنتاج الزراعى بعضها البعض . وتقوم بذلك هيئة المعارض غالبا .
- ٣ - تقييم المعرض ككل من حيث مدى تحقيقه لكل من الأهداف التالية :
الهدف التعليمى - الهدف التدريبى - الهدف الإعلامى الهدف الترفيهى - الدعاية -
عدد الزوار ككل . إلى جانب الصفقات التى عقدت من خلال المعرض .
- ٤ - تقييم كل دولة أو شركة عارضة من حيث :
- المظهر الخارجى للأجنحة الخاصة بها وكذا الإضاءة ، الموسيقى ، استغلال الألوان . - نوعية المعروضات وأهميتها .
- طريقة العرض نفسه " تنظيم المعروضات داخل صالات العرض " .
- درجة التفاعل مع الزوار وإجادة الاتصال بهم .
- السلوك العام للجهة العارضة .
- مدى إحترام القوانين واللوائح للدولة المضيفة وكذا لوائح العرض .
- درجة المشاركة فى إعداد الحفل الختامى للمعرض .

- مدى الانصياع لتوصيات هيئة المعرض .
- مدى الالتزام بالمواعيد .
- مدى المحافظة على الملكية العامة وكذا المرافق المقامة بأرض المعرض .
- القيام أو عدم القيام بالإيضاح العلمى .

وتقوم بهذه المهام إدارة المعرض + خبراء فى التقسيم + ممثلين عن الزراع حيث تعطى درجات متفق عليها بالنسبة لكل محور من المحاور السابقة ومجموع الدرجات لهذه المحاور يمثل الرقم المميز " الخاص " لكل شركة عارضة كل على حداها ، يلى ذلك ترتيب الجهات العارضة تنازليا وفقا للدرجة الكلية التى حصلت عليها جهة ويفيد ذلك فى تحديد الفائزين فى العرض . ومن ثم توزيع الجوائز .