



Program kulturalno-rekreacyjny i catering

- 7.1. Analiza danych i preferencji uczestników konferencji
- 7.2. Program kulturalno-rekreacyjny
- 7.3. Catering

7. Program kulturalno-rekreacyjny i catering

Anna Kalinowska-Żeleźnik

Wydział Biznesu

Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku

e-mail: akalinowska@wsb.gda.pl

<https://orcid.org/0000-0003-1356-0077>

Program kulturalno-rekreacyjny oraz usługi cateringowe mają istotny wpływ na budżet konferencji, są ważnym czynnikiem decydującym o odbiorze wydarzenia. Decyzję dotyczące planowanych atrakcji kulturalnych oraz wyboru firmy cateringowej podejmuje kierownik konferencji, uwzględniając planowany budżet imprezy.

Pytania badawcze

- Jakie znaczenie ma analiza danych i preferencji uczestników konferencji przy organizacji programu kulturalno-rekreacyjnego oraz planowaniu cateringu?
- Jakie atrakcje mogą zaoferować organizatorzy uczestnikom konferencji?
- Jakie znaczenie mają odpowiedni program kulturalno-rekreacyjny i dobry posiłek dla sukcesu konferencji?
- Ile czasu należy przeznaczyć na przerwę kawową?



7.1. Analiza danych i preferencji uczestników konferencji

Przygotowanie konferencji stawia przed jej organizatorem wyzwania wiążące się z zaspokojeniem szerokiego wachlarza potrzeb jej uczestników. Podejmowane działania powinny:

- przekonać uczestnika, iż konferencja oferuje nową lub poszerza już zdobytą wiedzę w danej dziedzinie, a więc warto wziąć w niej udział;
- upewnić uczestnika, że program właśnie tego wydarzenia pozwoli na zaspokojenie oczekiwań uczestnika (uczestnik powinien zaakceptować i obdarzyć zaufaniem organizatora, którego obowiązkiem jest wychodzić naprzeciw jego oczekiwaniom oraz w miarę możliwości rozwiązywać wszelkie zaistniałe problemy);
- zapewnić uczestnikowi zadowolenie z udziału w spotkaniu (Hildreth, 1990, s. 35).

Ostatni punkt jest jednocześnie najbardziej oczywisty i najtrudniejszy do realizacji. Tak wiele, z pozoru błahych, elementów może całkowicie popsuć uczestnikowi poczucie zadowolenia z udziału w spotkaniu. Przykładem może być nieudana, męcząca podróż spowodowana niewygodnym połączeniem, co w konsekwencji spowodowało opóźnienie w zakwaterowaniu w hotelu i rejestracji w recepcji konferencyjnej. Odebrane pierwsze, negatywne wrażenie może rzutować na końcową ocenę spotkania. Dlatego też warto poznać preferencje uczestników poprzez przeprowadzenie:

- analizy grupy, która ma uczestniczyć w konferencji,
- analizy doświadczeń z poprzednich edycji konferencji (Kalinowska-Żeleźnik & Siodkiewicz, 2010, s. 14).

Analizy te będą bardzo pomocne w przygotowaniu zarówno programu formalnego, jak i programu towarzyszącego oraz we właściwym zaplanowaniu cateringu. W pierwszej kategorii danych należy scharakteryzować uczestników konferencji i ich preferencje.

Zebrane dane oraz ich szczegółowa analiza pozwolą organizatorowi w sposób właściwy opracować program spotkania, jak również wybrać jego miejsce czy ustalić menu planowanych posiłków. Jeśli uczestnicy będą płacić za wszystko we własnym zakresie, wybór organizatora będzie inny niż w przypadku, gdy całkowite koszty pokryje organizacja. W przypadku organizowania spotkań zbiorowych o charakterze międzynarodowym szczególnie ważne będą również dodatkowe informacje dotyczące np. preferencji uczestników – one bowiem będą determinować np. wybór menu. Zbierając dane, stosuje się zasadę „im więcej informacji, tym lepiej”. Wybór metody zbierania danych (kwestionariusz, wywiad itp.) będzie zależał od preferencji organizatora.

Do scharakteryzowania uczestników konferencji potrzebne będą dane dotyczące ich wieku oraz płci. Odpowiednie kategorie wiekowe przedstawiono w tabeli 7.1. Zaproponowane kategorie są umowne i mogą być dowolnie zmieniane przez organizatorów spotkań, w zależności od potrzeb. Jednakże warto podkreślić, iż w przypadku organizacji konferencji naukowych najczęściej mamy do czynienia z uczestnikami z kategorii III i IV oraz V.

Tabela 7.1. Formularz dotyczący struktury uczestników według wieku i płci

KATEGORIA	WIEK W LATACH	LICZBA MĘŻCZYZN	LICZBA KOBIEC	RAZEM
I	Poniżej 18			
II	19-25			
III	26-45			
IV	46-65			
V	Powyżej 65			
	Razem			

Źródło: opracowanie własne. Opracowanie graficzne Przemysław Krysiński.

Osoby między 26. a 45. rokiem życia są otwarte na nowe pomysły, ciągle jeszcze dążą do osiągnięcia kolejnych celów i sukcesów zawodowych. Uczestnik między 46. a 65. rokiem życia to najczęściej osoba z ugruntowaną pozycją zawodową, przez co staje się ona bardziej konserwatywna w swoich poglądach i preferencjach. Organizator spotkania musi wykazać się wrażliwością na te cechy. Natomiast osoby powyżej 65. roku życia wymagają szczególnego podejścia, gdyż reprezentują ludzi sukcesu (najczęściej są oni w grupie VIP-ów), którzy z racji swojej pozycji i wieku okazują zaniepokojenie przyszłością organizacji, którą zarządza nowe, młode pokolenie. Na dodatek trudnością będzie zaspokojenie ich potrzeb w zakresie np. menu (gdyż często są na specjalnej diecie) czy wyboru muzyki podczas organizowania części nieformalnej, integracyjnej spotkania.

Kolejną kategorią danych charakteryzującą grupę stanowią dane geograficzne, precyzujące miejsce pochodzenia uczestników. Odpowiednie elementy zawarto w tabeli 7.2. Informacje te są nadzwyczaj istotne przy organizacji spotkań zarówno o zasięgu krajowym, jak i międzynarodowym. Będą one wykorzystywane przy szczegółowym planowaniu podróży oraz wyborze miejsca spotkania.

Tabela 7.2. Formularz dotyczący danych geograficznych uczestników

KATEGORIA	LICZBA MĘŻCZYZN	LICZBA KOBIET	RAZEM
I miejsce zamieszkania do 50 tys. mieszkańców od 50 do 100 tys. mieszkańców powyżej 100 tys. mieszkańców			
II Kraj pochodzenia Polska (jaki region?) Europa (jaki kraj?) Inne			

Źródło: opracowanie własne. Opracowanie graficzne Przemysław Krysiński.

Ważnym elementem charakterystyki uczestników spotkania będzie określenie ich preferencji dotyczących menu posiłków (tab. 7.3). Zbudowanie szczegółowego kwestionariusza będzie oczywiście zależało od indywidualnych potrzeb organizatora. Zebrane dane pozwolą mu na właściwe przeprowadzenie negocjacji np. z restauratorami czy firmami cateringowymi i w rezultacie da możliwość zredukowania kosztów tej części konferencji.

Tabela 7.3. Formularz dotyczący preferencji w zakresie menu

	KATEGORIA	LICZBA MĘŻCZYZN	LICZBA KOBIET	RAZEM
ŚNIADANIA	kontynentalne dietetyczne wegetariańskie koszerne jajka na bekonie czego nie lubię			
OBIADY/KOŁACJE	ryby wołowina drób cielęcina warzywa (jakie?) desery (jakie?) węgierskie wegetariańskie koszerne czego nie lubię			
PRZERWY KAWOWE	kawa z ekspresu kawa rozpuszczalna kawa bezkofeinowa herbata napoje chłodzące (jakie?) owoce ciastka inne czego nie lubię			

Źródło: opracowanie własne. Opracowanie graficzne Przemysław Krysiński.

Kolejnym ważnym elementem charakterystyki uczestników konferencji jest sporządzenie listy indywidualnych preferencji dotyczących muzyki, rekreacji, wycieczek turystycznych, kultury i sztuki itp. Przykładowe kategorie zawarto w tabeli 7.4. Pozwolą one na właściwe zorganizowanie części formalnej konferencji, jak również określić sposób spędzenia czasu wolnego.

Tabela 7.4. Formularz dotyczący preferencji ogólnych

	KATEGORIA	LICZBA MĘŻCZYZN	LICZBA KOBIET	RAZEM
MUZYKA	klasyczna pop rock disco country nie ma to dla mnie znaczenia [myślę, że powinni mieć szansę i tak odpowiedzieć] inne, czego nie lubię			
REKREACJA	sport (jaki?) inne			
WYCIEZKI TURYSTYCZNE	historyczne krajobrazowe muzea zakupy inne			
KULTURA I SZTUKA	koncerty muzyczne malarstwo rzeźba teatr inne			

Źródło: opracowanie własne. Opracowanie graficzne Przemysław Krysiński.

Ponadto dobrze jest poznać kilka dodatkowych szczegółów dotyczących uczestników konferencji, takich jak:

- czy uczestnicy się znają (wpłynie to na sposób pracy i spędzenie czasu wolnego);
- co ich łączy (być może wspólne zainteresowanie pracą lub wspólne hobby);
- jakie mają doświadczenie w dziedzinie, której jest poświęcone spotkanie;
- powód, dla którego biorą udział w spotkaniu (czy uczestnictwo jest obowiązkowe) (Carey, 1998, s. 13).

Pytań może być oczywiście znacznie więcej, a będą one uzależnione od typu konferencji oraz indywidualnych potrzeb jej organizatora.

Analiza poprzednich edycji konferencji polega na zebraniu danych, które pomogą organizatorowi uniknąć ewentualnych błędów z przeszłości. Podstawowymi informacjami są dane dotyczące:

- lokalizacji poprzednich dwóch spotkań,
- czasu trwania poprzednich dwóch spotkań,
- zastosowanych metod ewaluacji spotkania,
- charakterystyki uczestników,
- programu towarzyszącego.

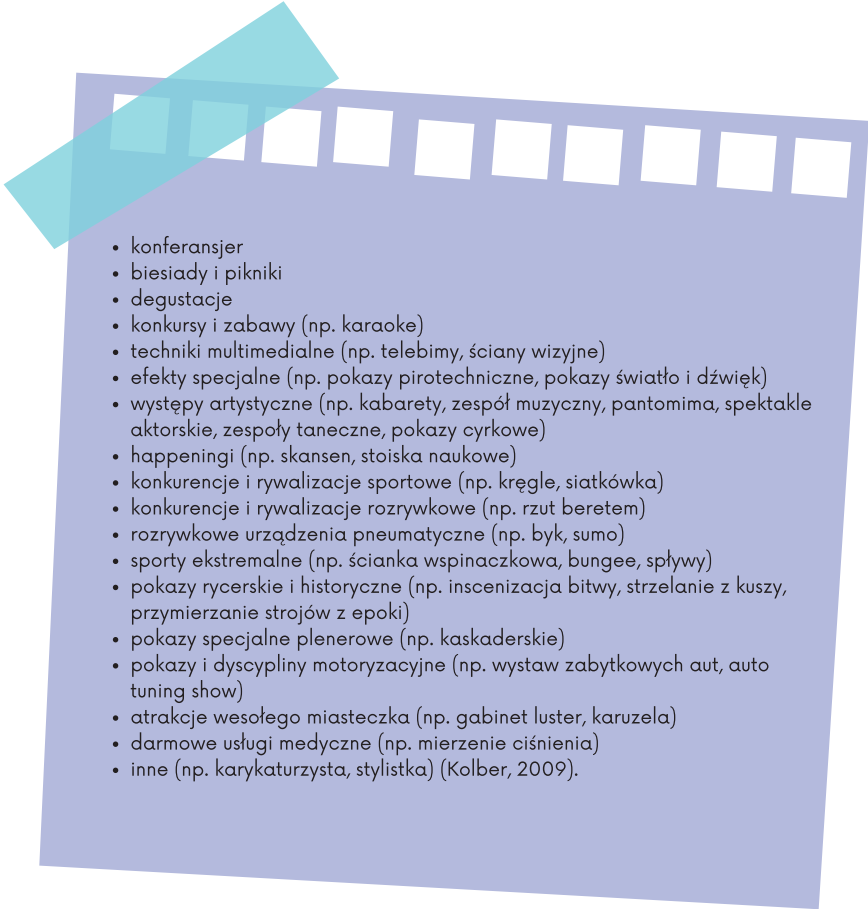
Korzystając z wyników analizy charakterystyki uczestników, trzeba określić, jaki typ programu spotkania będzie im najbardziej odpowiadał. Ponadto ustalając ramy czasowe trwania poszczególnych faz konferencji, warto wiedzieć np., jak długa podróż czeka uczestników. Realizując elementy natury logistycznej, należy wziąć pod uwagę także czas transferów, dostępność urządzeń rekreacyjnych itp. Organizując konferencję, dobrze jest określić, jakie spotkania robocze, formalne należy uwzględnić, a ile czasu pozostanie na zaplanowanie części nieformalnej, rekreacyjnej.

7.2. Program kulturalno-rekreacyjny

Konferencje, których czas trwania jest przewidziany na dłużej niż jeden dzień, w swoim programie zawierają też część nieformalną. Program towarzyszący to bardzo ważny element, który powinien wspierać cele wydarzenia, np. ułatwiać bliższy kontakt i wzmacniać więzi między uczestnikami. Opracowując go, należy wykorzystać szczegółowe charakterystyki uczestników oraz wnioski z poprzedniego spotkania (jeśli takie się odbyło). Dowiemy się wtedy, jaki rodzaj rozrywki odpowiada im najbardziej oraz co zostało zorganizowane na ostatnim spotkaniu. Część nieformalna konferencji naukowej powinna uwzględniać też odpowiednie formy wypoczynku czynnego, które pozwolą zregenerować siły psychofizyczne uczestników (Jastrzębski, 1996, s. 34) przed kontynuacją części formalnej spotkania, mającej na ogół charakter bierny (np. spacer, wycieczka rowerowa zamiast projekcji filmu). Oczywiście trzeba wziąć pod uwagę także program formalny, który będzie determinował wolny czas pozostający do dyspozycji. Niestety konferencje naukowe, które z reguły zakładają, iż każdy uczestnik jest również referentem, nie ułatwiają wygospodarowania zbyt dużej ilości czasu na relaks i integrację. Jednak nawet w tak niesprzyjających warunkach należy postarać się w sposób odpowiedni wyważyć proporcje między częścią formalną i nieformalną spotkania, wraz z uwzględnieniem czasu na odpoczynek, np. prysznic, telefon do domu. Ważne jest sprawdzenie, co oferuje wybrane miejsce i okolica oraz na ile imprez dodatkowych pozwala budżet spotkania. Klimat, warunki pogodowe, uwarunkowania lokalne¹, czynniki religijne i narodowościowe to elementy, które mogą zadecydować o ostatecznym wyborze programu towarzyszącego.

¹ Zdarza się, że uczestnicy spotkania mają zaplanowany czas wolny wtedy, gdy sklepy są pozamykane z powodu świąt.

Można wymienić wiele atrakcji, które skutecznie wzbogacają program towarzyszący konferencji:

- 
- konferansjer
 - biesiady i pikniki
 - degustacje
 - konkursy i zabawy (np. karaoke)
 - techniki multimedialne (np. telebimy, ściany wizyjne)
 - efekty specjalne (np. pokazy pirotechniczne, pokazy światła i dźwięku)
 - występy artystyczne (np. kabarety, zespół muzyczny, pantomima, spektakle aktorskie, zespoły taneczne, pokazy cyrkowe)
 - happeningi (np. skansen, stoiska naukowe)
 - konkurencje i rywalizacje sportowe (np. kręgle, siatkówka)
 - konkurencje i rywalizacje rozrywkowe (np. rzut beretem)
 - rozrywkowe urządzenia pneumatyczne (np. byk, sumo)
 - sporty ekstremalne (np. ścianka wspinaczkowa, bungee, spływy)
 - pokazy rycerskie i historyczne (np. inscenizacja bitwy, strzelanie z kuszy, przymierzanie strojów z epoki)
 - pokazy specjalne plenerowe (np. kaskaderskie)
 - pokazy i dyscypliny motoryzacyjne (np. wystaw zabytkowych aut, auto tuning show)
 - atrakcje wesołego miasteczka (np. gabinet luster, karuzela)
 - darmowe usługi medyczne (np. mierzenie ciśnienia)
 - inne (np. karykaturzysta, stylistka) (Kolber, 2009).

Lista zawiera tylko wybrane atrakcje, których walory można ocenić dopiero wtedy, gdy zostaną umiejętnie wplecione w pomysł i charakter konkretnego wydarzenia.

Organizatorzy konferencji naukowej o zasięgu międzynarodowym w procesie tworzenia programu towarzyszącego powinni brać pod uwagę także zalety Polski jako atrakcyjnej destynacji dla gości zagranicznych. Wśród nich warto wymienić:

- dogodnie położenie geograficzne (centrum Europy) – a nikt nie lubi nadmiernie męczących podróży;
- łatwy dojazd każdym środkiem lokomocji;

- umiarkowany klimat sprzyja realizacji podróży motywacyjnych o każdej porze roku;
- bogactwo historyczno-kulturowe – leżąc na styku kultur, Polska była świadkiem wielkich historycznych wydarzeń;
- przyjaźni, gościnni mieszkańcy.

Podstawą budowania atrakcyjnych programów towarzyszących konferencji organizowanych w Polsce może być:

- bogate dziedzictwo historyczno-kulturalne:
 - potwierdza to niesłabnąca popularność wśród turystów wizyt na starówkach Krakowa, Warszawy, Gdańska, Wrocławia i innych miast polskich;
 - kilkadziesiąt zamków i pałaców; wiele z nich jest już przystosowanych do organizowania konferencji, np. Wawel, Malbork, Rydzyna, Sieniawa, Pieskowa Skała;
 - specjalnością mogą stać się biesiady rycerskie z pokazami walk, a wszystko to w autentycznych wnętrzach lub pełnych legend ruinach;
 - wielkie znaczenie w polskiej tradycji i historii mają dwory, jako siedziby znakomitych rodów, patriotów i gospodarzy; już teraz wiele dworów i dworków odremontowano i przeznaczono do obsługi konferencji;
 - w programach towarzyszących kierowanych do gości międzynarodowych warto wyeksponować takie „tradycyjne” cechy Polaków, jak: romantyzm, zamiłowanie do patosu i czynów heroicznych, rycerskość wobec dam, poczucie honoru, wierność w przyjaźni;
 - specjalnością mogą stać się programy, w których wykorzystamy postaci wielkich Polaków (np. Chopin, Kopernik);
- kultura współczesna:
 - osiągnięcia polskiego kina, teatru, pantomimy;
 - kultura ludowa, z typowym folklorem różnych regionów Polski;
 - Podhale, Śląsk, Kurpiowszczyzna – w wielu regionach nadal żywe są tradycje niezwykle widowiskowych świąt i imprez, np. wizyta w Łowiczu w święto Bożego Ciała, wizyta w Zakopanem podczas Festiwalu Kultury Ziemi Górskich;

- bogactwo naturalnej przyrody:
 - bociany, żubry, łosie, bobry;
- obiekty sportowe:
 - aquaparki;
 - pola golfowe;
- polska gościnność i tradycyjna kuchnia.

Wspomniany już wcześniej problem braku czasu na zaplanowanie i realizację programu kulturalno-rekreacyjnego, który związany jest z przeładowaniem części formalnej wydarzenia, jest bardzo powszechny wśród organizatorów konferencji naukowych. W takiej sytuacji warto rozważyć taki wybór lokalizacji i obiektu, które staną się swoistym atraktorem spotkania. Przykładem takiego rozwiązania może być Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Matters of Journalism: Understanding Professional Challenges And Dilemmas”, której organizatorami było Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej oraz Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego. Wydarzenie odbyło się w Gdańsku w dniach 14–15 września 2012 roku, podczas którego badacze mediów dyskutowali nad wyzwaniem, jakie przed dziennikarstwem na całym świecie stawiają nowe technologie oraz nowe zachowania odbiorców przekazów medialnych, uwarunkowane zmianami społecznymi i kulturowymi. Program formalny obejmował sześć sesji plenarnych oraz piętnaście paneli, w których wzięło udział blisko 90 uczestników, w tym ponad połowę stanowili akademicy z ośrodków zagranicznych. Tak rozbudowana część formalna nie zostawiła zbyt dużo przestrzeni czasowej na program towarzyszący. W związku z tym w pierwszym dniu zaplanowane zostały wyłącznie sesje plenarne, a organizatorzy zaprosili uczestników do budynku sali BHP – słynnej z podpisania w niej porozumień sierpniowych 1980 roku, mieszczącej się w pobliżu Placu Solidarności (Pomnik Poległych Stoczniovców) oraz Bramy Nr 2. Zadbano o możliwie najwierniejsze odtworzenie klimatu tego historycznego wydarzenia (np. ustawienie stołów, które zostały przykryte zielonym sukniem – można było je porównać z wyeksponowanymi fotografiami czy też scenami z projekcji filmu). Dodatkowo uczestników konferencji podzielono na mniejsze grupy, które w trakcie przerw w ciągu całego dnia mogły wziąć udział w krótkim, dwudziestominutowym zwiedzaniu terenu stoczni z okien zabytkowego autobusu, tzw. ogórka. Atrakcja ta spotkała się z dużym zainteresowaniem nie tylko gości zagranicznych. Natomiast drugi dzień wydarzenia został zrealizowany w nowoczesnym budynku Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego.

Należy podkreślić, iż dokonanie właściwego wyboru lokalizacji i obiektu ma wpływ na frekwencję oraz atmosferę, w jakiej odbędzie się konferencja. Ponadto można je uwzględnić w planowaniu zarówno programu towarzyszącego², jak i wyżywienia. Nie ma

² Przykładem może być wydarzenie Euro2012, podczas którego wielu organizatorów konferencji specjalnie wybrało datę i lokalizację swojej imprezy w taki sposób, aby uczestnicy w ramach atrakcji mogli obejrzeć „na żywo” mecz w mieście, gdzie on się odbywał, w tzw. VIP-zone strefy kibica.

idealnego miejsca, a znalezienie tego najbliższego ideałowi wymaga pewnych kompromisów. Przygotowując się do wyboru lokalizacji i obiektu, należy wziąć pod uwagę jego cel oraz uwzględnić charakterystykę uczestników. Ponadto istotnymi czynnikami są: poprzednie obiekty, w których odbywały się spotkania, czas dojazdu i dostępność komunikacyjna (np. rozkład lotów), budżet, czynniki społeczne i polityczne, klimat, miejscowe atrakcje, zarys programu, wymogi bezpieczeństwa.

Wykorzystując ustalone założenia, trzeba wyeliminować te lokalizacje, które nie spełniają kryteriów. Następnie należy zdecydować, jaki rodzaj obiektu będzie najlepiej pasował do profilu konferencji (Polivka, 1996, s. 125). Mogą to być hale i obiekty sportowe, teatry, wyspecjalizowane centra kongresowe, obiekty poza miastem i w kurortach (np. ośrodki wypoczynkowe), hotele, obiekty historyczne (np. zamek), uczelnie, statki itp. Istnieje wiele źródeł informacji na temat obiektów znajdujących się na terenie rozważanej lokalizacji. Są to przewodniki turystyczne i hotelowe, firmy pośredniczące w organizacji bazy pobytowej, biura podróży, biura rezerwacji sieci hotelowych, centra kongresowe, linie lotnicze, czasopisma fachowe, własne materiały zbierane podczas podróży czy wreszcie Internet. Należy zaznaczyć, iż większość źródeł informacji dotyczących miejsc, w których można zorganizować dane spotkanie, cechuje duży brak obiektywizmu. Najczęściej otrzymywane dane są produktami reklamowymi, a więc uwypuklającymi tylko zalety tych miejsc. Warto więc wspomnieć także wiadomościami udostępnianymi przez podmioty aktywnie działające w i dla branży szeroko rozumianego przemysłu spotkań, np. *convention bureau*, Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce czy też portal micepoland.com.pl.

Atrakcyjny upominek jest istotnym elementem każdej konferencji. Uczestnicy z Polski, a także z zagranicy powinni móc zabrać ze sobą do domu nie tylko miłe wspomnienia. Oczywiście wybór upominku będzie uzależniony przede wszystkim od budżetu, jakim dysponuje organizator. Często zdajemy się w tej kwestii na gadżety, które uda się pozyskać od sponsorów wydarzenia. Nie zawsze są one udane, ale na pewno przewidywalne: długopis, „smycz”, notesik, mapa atrakcji turystycznych miasta, rzadziej: pendrive, powerbank, książka/album. A tymczasem można rozważyć upominki „z przymrużeniem oka”, np. dyplom wystawiony za wysłuchanie hejnału mariackiego na krakowskim rynku, lub typową pamiątkę, np. wyroby rzemiosła, ozdoby choinkowe.

Przyjmując założenie, że program towarzyszący konferencji stanowią atrakcje oferowane uczestnikom wydarzenia, znajdziemy się bardzo blisko szeroko rozumianego *incentive* – na co dzień kojarzonego z wyjazdami motywacyjnymi dla pracowników. Jest to obszar działań, który może stać się inspiracją także dla organizatorów konferencji naukowych. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na różnego rodzaju aktywności w ramach tzw. zajęć *outdoor*, przez które rozumie się zajęcia szkoleniowe, integrujące zespoły lub motywacyjne odbywające się na świeżym powietrzu i wykorzystujące co najmniej jeden z poniższych elementów:

- gry terenowe,
- sport amatorski lub wyczynowy,

- techniki militarne lub wojskowe,
- wiedzę o przetrwaniu w trudnych warunkach (*survival*),
- różne formy rekreacji lub kształcenia na wolnym powietrzu.

Oferowane są różne typy zajęć realizowanych w ramach scenariuszy autorskich dla każdej firmy, np.:

- gry integracyjne, decyzyjne i edukacyjne (dostarczają najmniej adrenaliny, ale mają największą wartość edukacyjną, rozwijają takie umiejętności jak: komunikacja międzykulturowa, zarządzanie projektem, zmianą);
- gry na orientację (polegają na odnalezieniu np. drogi celu, skarbu lub też zorganizowaniu wyprawy ratującej rozbitków; niektóre zadania wymagają dobrej analizy, współpracy, podziału na podgrupy – jest to uzależnione od celu szkolenia);
- *outdoor* miejski (zajęcia odbywają się w niedużym mieście, którego nie znają uczestnicy (lub w wersji trudniejszej – w kraju, którego języka nie znają, np. na Węgrzech); na miejscu trzeba wykonać zadanie, np. zdobyć tajną informację, odnaleźć przestępcę);
- wyprawy ekstremalne (wyjazd wypełniony zadaniami, podchody, wspinaczki, które grupa napotyka na trasie swojej podróży przez las, dżunglę).

Podczas konferencji trwających dłużej niż 2 dni, np. kongresów, można wykorzystać elementy np. *outdooru* miejskiego, w postaci gry miejskiej.

Wybrane pomysły na imprezę towarzyszącą konferencji naukowej:

- koncert lub recital chopinowski, ale koniecznie we wnętrzu muzealnym lub pałacowym;
- wieczór w operze zakończony stylową, elegancką kolacją;
- wieczór folklorystyczny, z udziałem w tańcach i zabawach;
- imprezy agroturystyczne – wizyta w gospodarstwie, wędkowanie, posiłek na w randzie lub w sadzie, fotosafari – np. konkurs na fotografie bocianów, przejażdżka rowerowa lub bryczkami i wozami drabiniastymi;
- spotkania różnych kultur „Gdzie Wschód spotyka Zachód” – zwiedzanie miejsc kultu różnych wyznań obecnych w Polsce – kościoła katolickiego, ewangelickiego, prawosławnej cerkwi, bożnicy żydowskiej, muzułmańskiego meczetu, w jednym z nich – koncert organowy lub chóru;

- wizyta w kopalni soli, srebra lub węgla;
- wizyta w papierni;
- wykonanie rzeźby w drewnie w pracowni artysty ludowego;
- ręczne lepienie naczyń lub ozdób z gliny;
- kulig lub przejazd wozami drabiniastymi;
- posmak polskich tradycji myśliwskich – wyjazd do puszczy lub parku narodowego, zwiedzanie, wizyta w lokalnym muzeum lub rezerwacie, impreza strzelecka lub fotosafari, posiłek myśliwski;
- ekskluzywne party na pokładzie statku białej floty;
- spływ kajakami lub łodziami; najbardziej znane to spływy rzekami: Krutynią, Czarną Hańczą, Dunajcem, Kanałem Elbląskim, albo pod ziemią – w Sztolni Czarnego Pstrąga w starej kopalni srebra;
- przejazd kolejką wąskotorową, salonką lub wagonem konferencyjnym;
- posiłek w stylu chłopskim, szlacheckim lub arystokratycznym – w chacie, karczmie, dworze lub zamku.

Propozycjami, które wykorzystują potencjał miast i regionów, ale wymagają nieco więcej czasu na przygotowanie i późniejszą ich realizację, są m.in.:

- Noc bankierów – Łódź (wykorzystanie motywów z Ziemi Obiecanej, fabryki, puby);
- Urok czarnego złota – Katowice (zwiedzanie kopalni, własnoręczne wydobywanie węgla);
- Piwo Pana Heweliusza – Gdańsk (piwovar i astronom, a przy okazji: szlak bursztynowy, kolebka Solidarności);
- Polska Amazonia – Podlasie (raj dla ornitologów, kontakt z naturą);
- Magia bursztynu i zamków gotyckich – Pomorze (Gniew, Malbork, inne);
- Na naftowym szlaku – Podkarpacie (1855 – w Bóbrce powstaje I szyb naftowy na świecie, muzeum, w Łańcutie bal potentatów naftowych);
- Krynica-Zdrój i malarstwo Nikifora – Małopolska (program uwzględniający kulturę łemkowską, bo Nikifor był łemkiem).

Jak zaskoczyć grupę trzydziestu VIP-ów, profesorów, podczas kolejnego (np. piętnastego), przewidywanego, międzynarodowego kongresu lekarskiego w Warszawie (1500 osób)? Rozwiązanie: kolacja, ale niebanalnie – w Wilanowie w samym pałacu, w sali na co dzień niedostępnej dla zwiedzających, a transport na miejsce – zabytkowymi samochodami.

7.3. Catering

Dobra kuchnia może znacząco wpłynąć na udany przebieg konferencji naukowej. Organizator powinien bardzo poważnie potraktować ustalenie szczegółowego menu przewidywanych posiłków. Zawarte w potrawach składniki mogą odpowiednio dodać energii (proteiny, węglowodany) lub wręcz przeciwnie – „wyciszyć” uczestników (cukry złożone, tłuszcze). Wybór odpowiednich zestawów potraw może pomóc utrzymać uczestników w dobrej kondycji psychofizycznej przez czas trwania całego spotkania (Wurtmann, 1986; Senyszyn 1992). Ponadto pewne ogólne wytyczne z zakresu preferencji można odszukać w przeprowadzonej charakterystyce uczestników. W przypadku organizowania spotkania o zasięgu międzynarodowym w analizie tej znajdują się także informacje dotyczące ewentualnych wymagań żywieniowych, np. ze względu na wyznanie (Wiseman, 2020, s. 30).

Rozmowy oraz negocjacje w sprawie planowania posiłków najlepiej przeprowadzać z organizatorem przyjęć i bankietów danej restauracji, szefem kuchni lub starszym kelnerem. Wcześniej należy zapoznać się z rozkładem sal konsumpcyjnych i ich pojemnością, listą dań, kartą win oraz cennikiem baru. Warto też poprosić o zdjęcia z wcześniej organizowanych imprez, jak również referencje wystawione przez klientów. Sprawność, doświadczenie oraz stosunek liczby osób obsługi do liczby konsumentów to ważne elementy determinujące wybór danego miejsca. Kolejnymi elementami, które należy sprawdzić, są:

- nastrój i oświetlenie;
- umiejscowienie szatni³ i toalet;
- odległości pomiędzy poszczególnymi pomieszczeniami⁴;
- poziom higieny (obchód kuchni jest bardzo wskazany);
- dekoracja stołów, kwiaty (Carey, 1998, s. 48).

Nie wolno zapominać, że szef działu bankietów czy szef kuchni to osoby, które mają wielkie doświadczenie i znają najlepsze rozwiązania, więc warto wziąć pod uwagę także ich sugestie.

³ Czy są one wystarczająco duże, aby przyjąć nawał gości w zimowy wieczór?

⁴ Ile czasu, na przykład, zajmie stu osobom przejście z baru do restauracji, zważywszy, że po drodze wstąpią jeszcze do toalety?

Liczba uczestników, jak również ustalony przewidywany czas trwania części formalnej konferencji będą miały wpływ na wybór formy posiłków głównych (śniadania, obiady, kolacje). I tak, posiłki mogą być uprzednio porcjowane i serwowane przez kelnerów, co jest zarówno korzystne finansowo (ograniczony wybór dań), jak też bardziej oszczędne czasowo. Natomiast bufet pozwala uczestnikom na indywidualny wybór dań, ale wówczas trzeba będzie zapewnić im na to więcej czasu. Ponadto warto postarać się, aby ustawiono dwa bufety z tym samym jedzeniem w różnych częściach sali, co pozwoli na szybszą obsługę gości (Allen, 2006, s. 215). Niewątpliwie najbardziej elegancką formą podawania posiłków jest indywidualne ich serwowanie poszczególnym gościom przez kelnerów, jednak ta forma jest też najbardziej czasochłonna.

W trakcie trwania konferencji naukowej oprócz głównych posiłków (śniadanie, obiad, kolacja) są przygotowywane tzw. przerwy kawowe. Są one wykorzystywane przez uczestników nie tylko na wypicie filiżanki kawy i zjedzenie ciasteczka, ale także na odwiedzenie toalety czy wykonanie ważnego telefonu. Minimalnym czasem potrzebnym na przeprowadzenie przerwy kawowej jest 30 minut. Z reguły, jeśli nie przeznaczymy na to odpowiedniej ilości czasu, spotkanie wznawiane jest z opóźnieniem, co w efekcie może spowodować opóźnienie wszystkich kolejnych punktów spotkania. Oprócz pilnowania dyscypliny czasowej organizator powinien bacznie obserwować uczestników podczas pierwszej przerwy kawowej. Zauważone preferencje i wielkość konsumpcji serwowanych napojów i przekąsek pozwoli elastycznie poprawić menu zaplanowane w kolejnych przerwach.

Często zdarza się, iż posiłki planowanej konferencji odbywają się w kilku miejscach (np. centrum konferencyjnym, restauracji hotelowej i restauracji „na mieście”). Wówczas warto porównać ze sobą, ustawiając je chronologicznie, ustalone wcześniej wstępne menu posiłków, aby wykluczyć ich ewentualne powtórzenie się. Ponadto gdy planowane jest przyjęcie plenerowe, warto się upewnić, że wybrana firma cateringowa ma odpowiednie doświadczenie w obsłudze takich imprez (Rivlin, 1995, s. 65).

Obszarem, którego elementy mają znaczny wpływ na ogólny koszt spotkania, są żywienie i napoje. Sztuką jest zredukować te koszty w taki sposób, aby nie obniżyć założonego standardu. Negocjując cenę posiłków, należy wybierać lokalne produkty sezonowe. Można zdecydować się na podanie dań na mniejszych talerzach, co sprawi, że porcje wydadzą się większe. Należy też wybierać dania zapewniające uczucie sytości (np. wszelkiego rodzaju makarony). Trzeba pamiętać, że zupy są zazwyczaj tańsze od przystawek, tak jak bufet jest tańszy od obsługi kelnerskiej. Szukając oszczędności w obszarze napojów, należy unikać opłat za pojedyncze drinki, można zamawiać kawę i herbatę w dzbankach, a nie filiżankach. Dobrze jest ograniczyć słone, suche przekąski, które wzmagają uczucie pragnienia, jak również należy utrzymywać niską temperaturę w pomieszczeniach, gdyż rozgrzani uczestnicy chętniej sięgają po „coś zimnego”. Przy organizacji części nieformalnej konferencji i częstowaniu gości napojami alkoholowymi należy ściśle kontrolować liczbę pustych butelek w celu realnego rozliczenia zużycia tych napojów. Aby uniknąć nieporozumień, trzeba uprzedzić obsługę o takiej kontroli.

Należy podkreślić, iż oczekiwania uczestników odnośnie do planu i programu konferencji, także naukowej, zmieniają się wraz ze zmianami w otaczającej rzeczywistości. Jeszcze kilkanaście czy nawet kilka lat temu wystarczyło zaproponować pobyt w trzygwiazdkowym hotelu, który sam w sobie był atrakcją. To w zupełności wystarczyło, żeby uczestnicy byli zadowoleni. Dzisiaj organizator konferencji musi wykazać się dużą kreatywnością i wielką dbałością o najdrobniejsze szczegóły programu, które – jeśli będą wyjątkowe – sprawią, iż wydarzenie na długo pozostanie w pamięci jego uczestników (Aaron, 2005).

Wnioski

1. Program kulturalno-rekreacyjny oraz obsługa cateringowa mają istotny wpływ na odbiór konferencji przez jej uczestników. Aby zapewnić uczestnikom zadowolenie z udziału w wydarzeniu, konieczne jest dokładne rozpoznanie ich potrzeb i preferencji. Organizatorzy powinni zawczasu zgromadzić oraz przeanalizować informacje dotyczące grupy, która ma uczestniczyć w konferencji, co można uczynić, opracowując odpowiedni kwestionariusz ankiety z pytaniami do nich lub zawierający propozycje do wyboru. Zebrane dane należy brać pod uwagę podczas planowania programu towarzyszącego (kulturalno-rekreacyjnego) oraz zakresu i formy obsługi cateringowej. Przeprowadzona analiza preferencji pomoże określić, jaki rodzaj rozrywki odpowiada uczestnikom najbardziej, i przyczynić się ostatecznego sukcesu wydarzenia.
2. Organizatorzy konferencji mogą zaoferować uczestnikom w ramach programu kulturalno-rekreacyjnego zróżnicowane atrakcje. Przegląd wybranych rozwiązań omówiono w podrozdziale 7.2.
3. Decyzje dotyczące cateringu konferencyjnego, w tym liczby i formy posiłków oraz przerw kawowych organizatorzy podejmują na etapie planowania programu konferencji. Przerwy kawowe są wykorzystywane przez uczestników nie tylko na wypicie filiżanki kawy i zjedzenie ciasteczka, ale także na odwiedzenie toalety czy wykonanie ważnego telefonu. Minimalnym czasem potrzebnym na przeprowadzenie przerwy kawowej jest 30 minut. Jeśli nie przeznaczymy na to odpowiedniej ilości czasu, spotkanie wznawiane jest z opóźnieniem, co w efekcie może spowodować opóźnienie wszystkich kolejnych punktów spotkania.

Bibliografia

- Aaron, R. (2005). Breakthrough Ideas for Planning Creative Events, E-Merging Issues On-line. Ottawa: The Conference Publishers.
- Allen, J. (2006). Organizacja imprez. Warszawa: Wydawnictwo IPS.
- Carey, T. (1998). Spokojnie, to tylko konferencja! Warszawa: International Fairs, Educations & Marketing.
- Hildreth, R. A. (1990). The Essentials of Meeting Management. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Jastrzębski, A. (1996). Formy aktywnego wypoczynku integralną częścią kultury fizycznej. W: W. Tłokiński (red.). Aktywność fizyczna. Psychofizyczne aspekty profilaktyki i terapii, s. 29–38. Gdańsk: Wydawnictwo Uczeliane AWF.
- Kalinowska-Żeleźnik, A. & Sidorkiewicz, M. (2010). Meeting planning jako narzędzie wspomagające realizację produktów turystyki konferencyjnej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 568(13), s. 9–20.
- Kolber, D. (2009). Event marketing – organizacja imprez, czy coś więcej? Dostępny w: <http://www.epr.pl/event-marketing-8211-organizacja-imprez-czy-cos-wiecej,event-pr,238,3.html>
- Polivka, E. G. (ed.) (1996). Professional Meeting Management. 3rd edition. Birmingham: PCMA.
- Rivlin, G. (1995). Guide to Organizing an International Scientific Conference. Basel: Karger Publishers.
- Senyszyn, J. (1992). Konsumpcja żywności w świetle potrzeb i uwarunkowań. Gdańsk: Wydawnictwo UG.
- Wiseman, M. J. (2020). The Meeting Planning Process. A Guide to Planning Successful Meetings, Wooddale: Creative Lakes Media LLC.
- Wurtman, J. J. (1986). Managing Your Mind and Mood Through Food. New York: Rawson Associates.