

بسم الله الرحمن الرحيم

نقش نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات و تحولات صنعت نمایشگاهی جهان

مؤلف

محمد علمی

روابط عمومی و امور بین‌الملل
شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی
جمهوری اسلامی ایران

خرداد ۱۳۹۴

سرشناسه: علمی، محمد، ۱۳۱۶
 عنوان و نام پدیدآور: نقش نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات و تحولات صنعتی نمایشگاهی جهان
 مشخصات نشر: تهران: گوی، ۱۳۹۴
 مشخصات ظاهری: ۹۶ص: جدول، نمودار
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۶۳۷-۳۷-۳
 وضعیت فهرست‌نویسی: فبیای مختصر
 یادداشت: فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: قابل دسترسی است
 یادداشت: کتابنامه به صورت زیرنویس
 شماره کتاب‌شناسی ملی: ۳۸۴۶۴۹۷

شناسنامه

نقش نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات و تحولات صنعت نمایشگاهی جهان

مؤلف: محمد علمی (روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران)

صفحه آرایی: علیرضا غفاریپوری

طراح جلد: یاسر باوقار

نام ناشر: گوی

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۴

لینتوگرافی، چاپ، صحافی: آوین

تیراژ: ۱۰۰۰ عدد

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۶۳۷-۳۷-۳

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۵
مقدمه.....	۷
تعریف نمایشگاه.....	۹
عوامل مؤثر در تحول نمایشگاه‌ها.....	۹
مؤلفه‌های تأثیرگذار.....	۱۰
۱- گسترش شدید مبادلات تجاری.....	۱۰
۲- گسترش توریسم.....	۱۱
۳- مدرن شدن شبکه حمل و نقل.....	۱۱
۴- تجهیز گمرکخانه‌ها به پیشرفته‌ترین ادوات بازرینی کالاها.....	۱۲
۵- آزادسازی تجارت بین‌الملل.....	۱۲
۶- تکامل سیستم‌های ایمنی.....	۱۳
۷- توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات.....	۱۴
تاریخچه برپایی نمایشگاه‌ها.....	۱۵
نقش انقلاب صنعتی اروپا در توسعه نمایشگاه‌ها.....	۱۵
تبدیل نمایشگاه‌ها به نهادهای دانش‌بنیان.....	۱۶
گسترده شدن اهداف نمایشگاه‌ها.....	۲۰
اهمیت تحقیقات در صنعت نمایشگاهی.....	۲۴
فرآیند مشارکت در نمایشگاه‌های بازرگانی.....	۲۷
طراحی غرفه و دکوراسیون داخلی آن.....	۳۰
نقش نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات.....	۳۱
عوامل مؤثر در عدم موفقیت.....	۳۵
نمایشگاه‌های بازرگانی.....	۳۵

۳۹	نقش سازمان دهندگان نمایشگاه‌ها در توسعه صنعت نمایشگاهی
۳۹	اتحادیه برگزارکنندگان نمایشگاه و همایش در مالزی
۴۱	اتحادیه صنایع نمایشگاهی کره
۴۲	اتحادیه صنعت نمایشگاهی هند
۴۴	اتحادیه جهانی صنعت نمایشگاهی
۴۶	توسعه فضاهای نمایشگاهی در سال‌های اخیر
۵۳	یافته‌های آماری درباره اهمیت تجاری نمایشگاه‌ها
۵۵	روش‌های جذب بازدیدکننده
۵۷	ضرورت ارزیابی نمایشگاه‌های تجاری
۵۹	نکاتی که باید مورد ارزیابی قرار گیرند
۵۹	۱- مکانی که نمایشگاه در آن برگزار شده است
۵۹	۲- زمان برگزاری نمایشگاه
۵۹	۳- تبلیغات انجام شده و کیفیت آن
۵۹	۴- درجه تخصص یا مهارت تیم اعزامی
۵۹	۵- ارزیابی فعالیت‌های اجرایی نمایشگاه
۶۵	اهمیت «اکسپو»ها در جهان معاصر
۶۸	اکسپوی ۲۰۱۰ شانگهای
۷۰	اکسپوی میلان ۲۰۱۵
۷۳	تحولات نمایشگاه‌ها در ایران
۷۹	گسترش فعالیت نمایشگاهی در ایران
۸۲	مشکلات صنعت نمایشگاهی در ایران
۸۶	مشتری‌مداری در نمایشگاه‌ها
۹۰	نتیجه‌گیری و پیشنهادها
۹۵	منابع و مآخذ

پیشگفتار

در دنیای امروز، نمایشگاه‌های بین‌المللی مهم‌ترین ابزار بازاریابی محسوب می‌شوند و در معرفی کالاها و خدمات شرکت‌ها و مؤسسات صنعتی و بازرگانی به خریداران بالقوه در بازارهای هدف نقش مهمی ایفا می‌کنند. در قرن بیست و یکم اهداف نمایشگاه‌ها بسیار گسترده شده است و منحصر به توسعه صادرات، ایجاد اشتغال، جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و آگاهی از تحولات تکنولوژیکی کشورهای پیشرفته نیست بلکه نمایشگاه‌ها در بسط روابط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ملت‌ها نیز تأثیر انکارناپذیری دارند و به ایجاد حسن تفاهم و تعامل بین دولت‌ها به نحو گسترده‌ای کمک می‌کنند.

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران ظرف سال‌های اخیر ضمن برگزاری صدها نمایشگاه بین‌المللی، تخصصی و اختصاصی و کمک به توسعه صادرات و پیشرفت صنایع کشور، کوشش کرده است، بازرگانان، صاحبان صنایع، مدیران و کارشناسان بنگاه‌های اقتصادی کشور را با اهمیت نمایشگاه‌ها در جهان

معاصر آشنا سازد و با انتشار نشریات و گزارش‌های تحقیقی متعدد سطح دانش تخصصی آنان را در زمینه فعالیت خود ارتقاء بخشد.

کتاب « نقش نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات و تحولات صنعت نمایشگاهی در جهان » که توسط آقای محمد علمی پژوهشگر پیشکسوت و مؤلف کتب و مقالات اقتصادی متعدد تهیه شده است در بردارنده اطلاعات و مطالب ارزنده و سودمندی در مورد عوامل مؤثر در تحول نمایشگاه‌ها و فرآیند مشارکت در آن‌ها، روش‌های جذب بازدیدکننده، چگونگی ارزشیابی نمایشگاه‌های تجاری، مشتری‌مداری در نمایشگاه‌ها و نقش نمایشگاه‌ها در افزایش صادرات است.

انتظار دارد که پژوهشگران و کارشناسان گرانمایه کشور ما با پشتوانه تجربی و علمی ارزنده‌ای که دارند ما را در انتشار کتاب‌های مشابه یاری نمایند. دریافت نظرات انتقادی و اصلاحی صاحب‌نظران صنعت نمایشگاهی برای تکمیل و اصلاح این کتاب در چاپ‌های بعدی موجب نهایت سپاسگزاری است.

حسین اسفهبندی

معاون وزیر، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران