

فرصتی ویژه برای صنعت نمایشگاهی ایران

دیپلماسی اقتصادی و ضرورت‌های آن



در راستای مصوبات هیات مدیره انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران مبنی بر توسعه تعاملات انجمن با مسئولان و متولیان

توسعه روابط اقتصادی خارجی کشور، تعدادی از اعضای هیات مدیره انجمن با هدف هم‌فکری و آشنایی با برنامه‌های وزارت امور خارجه در جهت توسعه روابط اقتصادی با سایر کشورها، مطابق هماهنگی صورت گرفته، ۲۲ آذرماه ملاقاتی با جناب آقای دکتر صفری معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه و جناب آقای دکتر فکری معاون وزیر اقتصاد و رئیس سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی جمهوری اسلامی ایران و تعدادی از کارشناسان حوزه‌های مرتبط در وزارت امور خارجه داشتیم...



هومن رازدار، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران:

فرصت مناسبی است تا گردهمایی روز جهانی نمایشگاه‌ها و نقش اثرگذار رویدادهای نمایشگاهی در توسعه و بهبود اقتصاد در سطح کشور را به نحو مطلوبی با همگرایی و استفاده از خرد جمعی مورد مذاقه قرار دهیم. هویت و محتوای برگزاری نمایشگاه‌ها از دغدغه‌های برگزارکنندگان و همه ذی‌نفعان جامعه نمایشگاهی باشد. روز جهانی نمایشگاه‌ها قطعاً می‌تواند فرصتی مؤثر برای همگان و فعالان صنعت نمایشگاهی باشد تا جایگاه صنعت نمایشگاهی را به خوبی معرفی کنیم.

همچنان که پیشکسوتان این صنعت به ویژه جناب شاهرخ مدرس این میراث گران‌بها را برای ما به یادگار گذاشته و قدردان آن خواهیم بود. نقش پررنگ صنعت نمایشگاهی در شاخص‌های توسعه صنعتی و تجارت بین‌الملل علی‌رغم آگاهی خبرنگاران صنعت نمایشگاهی، هنوز در بین سیاست‌گذاران و دولتمردان به روشنی تبیین نشده است. این ایام را مغتنم می‌شماریم و از ظرفیت تمامی انجمن‌های فعال این صنعت، خبرگان و رسانه‌های تخصصی آن در یک حلقه گرد هم می‌آییم تا با اتحاد و همدلی خواسته‌های به حق این صنعت را با تشکیل دبیرخانه دائمی آن پیگیری و محقق کنیم. روز جهانی نمایشگاه‌ها را به تمامی فعالان، دست‌اندرکاران و ذی‌نفعان این صنعت بزرگ کشور تبریک و شادباش می‌گویم.

روز جهانی نمایشگاه‌ها و توسعه بازارهای صادراتی



علی رجب‌زاده، عضو هیات مدیره و دبیر انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران:

روز جهانی نمایشگاه‌ها که به پیشنهاد استاد معظم، آقای شاهرخ مدرس به اتحادیه جهانی نمایشگاه‌ها (UFI) در ماه ژوئن هر سال به سرانجام رسید برای فعالان صنعت نمایشگاهی روز بسیار مهمی است؛ چراکه این صنعت و تلاشگرانش همیشه در تکاپوی نشان دادن و ارائه توانمندی‌های بخش‌های دیگر صنعتی در پلتفرمی به نام نمایشگاه هستند و تنها در روز جهانی نمایشگاه‌هاست که فرصتی...

پیام تبریک سفیر جمهوری اسلامی ایران در سوریه



دکتر مهدی سبحانی، سفیر جمهوری اسلامی ایران در جمهوری عربی سوریه ضمن صدور پیامی فرار رسیدن روز جهانی نمایشگاه‌ها را به کلیه دست‌اندرکاران این صنعت تبریک گفت.

در متن این پیام آمده است: روز جهانی نمایشگاه‌ها را به کلیه دست‌اندرکاران این صنعت تبریک عرض می‌کنم. افتخار داشتیم که در سال گذشته به همت این عزیزان دومین نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در سوریه را با موفقیت برگزار کنیم. این سفارت آمادگی دارد این همکاری متقابل و شایسته در آینده نیز تکرار شود. پایدار باشید.

در این شماره می‌خوانید...

حسن مرتجی، رئیس انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران:



صادرات بهترین راهی است که می‌تواند به تولید کشور کمک کند. در شرایط امروز که شاهد رکود تورمی و افزایش قیمت کالاها هستیم صادرات محصولات می‌تواند ابزاری کمک‌کننده به تولید...

وحید طیبی‌نژاد، مدیرعامل شرکت نمایشگاهی چیستا:



جای بسی شادکامی است که نمایشگاه‌ها در دنیا به‌عنوان یک صنعت شناخته شده‌اند. اما همچنان در این میان، واقعیت تلخ قابل توجهی وجود دارد. متأسفانه در کشور ما تاکنون هیچ‌کدام از مؤلفه‌ها و شاخصه‌های صنعت در رابطه با نمایشگاه‌ها...

سید علیرضا صدرزاده، نایب رئیس انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران:



یکی از دغدغه‌ها و نگرانی‌های فعالان صنعت نمایشگاهی نحوه تعامل با ادارات دولتی مانند دارایی و تامین اجتماعی، گمرک و... است. در مقاله کنونی، اطلاعات مختصری پیرامون...

داود آدینه، عضو هیات مدیره انجمن صنعت نمایشگاهی کشور در ۱۴۰۰ از سویی به جهت پایداری بحران کووید-۱۹ کماکان در ریکآوری، روزگار می‌گذراند و تقریباً فعالان این صنعت در فضای اضطراب و نگرانی بودند اما از سوی دیگر تاسیس انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه خارجی...



Make an Exhibition Of Yourself

GLOBAL EXHIBITIONS DAY GET INVOLVED
GLOBALEXHIBITIONSDAY.ORG

افتخاری دیگر برای صنعت نمایشگاهی ایران و آسیا
اسپانسر کتاب سال انجمن جهانی نمایشگاه‌ها

UFI Member

CHISTA FAIR CO.
شرکت نمایشگاهی چیستا

WWW.CHISTAFAIR.COM
info@chistafair.com

Tel: +9821 75 9 65

Going Beyond Business as Usual

CHISTA FAIR CO.
شرکت نمایشگاهی چیستا

WWW.CHISTAFAIR.COM
info@chistafair.com

Tel: +9821 75 9 65



نمایشگاه و توسعه ارتباطات تجاری

تلیغات، رسانه، استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و... بنابراین ارتباطات تجاری خارجی ارسال هر پیامی است که از دفتر رسمی کسب‌وکار و کارکنان همان شرکت برای برقراری ارتباط با مخاطب انجام می‌گیرد. بنابراین برقرار شدن هر ارتباط با بیرون از سازمان، باعث می‌شود که رقیبان و مشتریان آشنایی بهتر و بیشتری را با تجارت شما از طریق همین ارتباطات



علیرضا مرتضوی، مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی استان اصفهان: در دنیای امروز تولید ثروت از طریق ارتباطات تجاری امکان‌پذیر می‌شود. ارتباطات تجاری به تمام روابط گفته می‌شود که یک سازمان با هدف ارتقاء جایگاهش در بازار و با مشتریان و مخاطبان خود برای ارائه خدمات، فروش کالا، در خدمت گرفتن روش‌های نوین فعالیت تجاری و توسعه بازار هدف و جذب سرمایه‌های جدید

تجاری و توسعه بازار هدف و جذب سرمایه‌های جدید برقرار می‌کند. در یک دسته‌بندی کلی می‌توان ارتباطات را به ارتباطات درون و بیرون سازمان تقسیم‌بندی کرد. روابط درون ساختار یک سازمان تجاری بر اساس ارتباطات شکل می‌گیرد؛ ارتباط با مدیر اصلی مجموعه، ارتباط مدیران ارشد و مدیران میانی و ارتباط کارکنان با مدیران. هدفمند بودن این گونه ارتباطات می‌تواند اهداف تعریف شده را برای تمام افراد در داخل آن سازمان قابل‌دسترس کند. هر کدام از این ارتباطات نحوه فعالیت تجاری آن شرکت با بیرون از مجموعه را نیز بهتر مشخص می‌کند. ابزارهای بسیاری برای انجام بخشیدن به ارتباطات بیرونی سازمان تعریف شده است. برگزاری جلسات گفت‌وگو، انعقاد قرارداد، امضای تفاهنامه، نظرسنجی، ارسال ایمیل، تماس تلفنی،

به روابط تجاری و توسعه کسب‌وکار در کنار هم قرار می‌گیرند تا در سطح بالاتر معنای دقیق ارتباطات تجاری را محقق کنند.

نمایشگاه حقیقت ارتباطات تجاری را به صورت کامل به نمایش می‌گذارد. نمایشگاه، رسانه، تبلیغات، چیدمان مهندسی غرفه‌ها، شرایط ایده‌آل رفاهی و خدماتی و در کل فضایی را خلق می‌کند که با استانداردهای تجاری دنیای امروز هماهنگ است؛ آنچه با عبارت ارتباطات تجاری از سوی کارشناسان تکرار می‌گردد به معنای واقعی کلمه در نمایشگاه‌ها نمایان می‌شود.

برقرار ساختند. کسب اطلاعات در مورد نیازها و سلیقه مصرف‌کنندگان در بازارهای خارجی یکی از مهم‌ترین اصول ماندگاری در بازارهای جهانی و ارتقای سطح کیفیت صادرات محصولات و خدمات است. با اطمینان خاطر می‌توان گفت حضور صاحبان کسب‌وکار در نمایشگاه‌های تخصصی، بین‌المللی و خارجی نیز یکی و شاید بهترین ارتباطات تجاری در دنیای امروز است. در هنگام برگزاری نمایشگاه، تمام ابزارهای ارتباطات تجاری در جهت توسعه ارتباطات، بهبود بخشیدن

پلی برای بازسازی اقتصاد کشور



عباس تقدسی‌نژاد، مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب: با توجه به روند تحول در عرصه تجارت و بازاریابی کالا و خدمات، اهمیت ابزارهای بازاریابی موثر نزد بنگاه‌های بزرگ اقتصادی و صاحبان کسب‌وکارها، بیش‌ازپیش مبرز شده و یکی از امکان‌های بی‌بدیل ترویج (Promotion) کالا و خدمات، رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری هستند.

در حال حاضر نمایشگاه‌های تجاری بیش از ۱۹۰ میلیارد دلار از GDP اقتصاد جهانی را به خود اختصاص داده‌اند و بیش از ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر در این صنعت مشغول به کار هستند.

بنابراین ایجاد هم‌افزایی در جامعه بزرگ صنعت نمایشگاهی از الزامات اساسی توسعه این صنعت است و روز جهانی نمایشگاه‌ها که با ابتکار و نوآوری جامعه نمایشگاهی، هر ساله در خردادماه (ژانویه میلادی) در سرتاسر جهان برگزار می‌شود.

فرصت بسیار مناسبی برای توجه هر چه بیشتر به صنعت نمایشگاهی در سطح جهان، منطقه و کشور عزیزمان است.

در چند سال گذشته ابتکار روز جهانی نمایشگاه‌ها سبب گردهم‌آوردن هزاران نفر از فعالان و متخصصان این صنعت در سرتاسر جهان شده است که در کشور ما نیز فرصت بسیار مناسبی برای گردهمایی انجمن‌ها، مجریان نمایشگاهی، مجموعه نمایشگاه‌ها، ارائه‌دهندگان خدمات و... است و می‌توان از این موقعیت برای تحقق اهدافی از جمله ساماندهی فعالیت نمایشگاه‌ها، ایجاد هماهنگی در عناوین نمایشگاه‌های استان‌ها، ارتقا کیفیت خدمات دارندگان سایت‌ها و رعایت کامل اصول مشتری‌مداری توسط آنها، آگاه‌سازی جامعه از اهمیت نمایشگاه‌ها و از همه مهم‌تر به رسمیت شناختن فعالیت نمایشگاهی به عنوان یک فعالیت صنعتی براساس طبقه‌بندی‌های بین‌المللی در توسعه اقتصادی کشور استفاده کرد.

همچنین روز جهانی نمایشگاه‌ها در سراسر دنیا (Global exhibitions day) ارزش‌های بی‌بدیل نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری را در پیشبرد اهداف اقتصاد جهانی و بسط بسترهای بازاریابی چهره به چهره در حوزه تجارت را یادآور می‌شود.

این روز یادآور آن است که همه در صنعت نمایشگاهی از متخصصان گرفته تا مشاغل و انجمن‌ها باید برای توانمندسازی فعالان و شاغلان در این عرصه تلاشی بی‌وقفه را انجام دهند تا فرصت‌هایی بی‌نظیر ویژه میلیون‌ها کسب‌وکار تولیدی و خدماتی خلق شود.

بنابراین ایجاد بستر ارتباطی و همکاری نمایشگاه‌های تجاری کشورمان با دیگر کشورها در چنین روزی سبب تعریف افق‌های مشترک، بروز نوآوری و کشف فرصت‌های تجاری جدید می‌شود و زمینه را برای ترقی تجارت خارجی ایران فراهم می‌کند.

بنابراین گرامیداشت چنین روزی علاوه بر ترسیم افق‌های مشترک میان بازیگران اصلی این صنعت، عرصه را برای تعاملات و همکاری‌های جهانی فراهم می‌آورد.

امسال روز جهانی نمایشگاه‌ها فرصت بسیار مناسبی است تا بر این هدف متمرکز شویم که نمایشگاه‌ها پس از دوران همه‌گیری کرونا، می‌توانند بر رشد و توسعه اقتصادی تأثیرگذار باشند و در واقع پلی باشند برای بازسازی اقتصادی کشور.

در واقع باید تلاش کنیم این پیام را به تمامی فعالان صنعتی و اقتصادی برسانیم که بهترین، آسان‌ترین و سریع‌ترین راه برای برقراری ارتباط مجدد با بازارهای هدف، نمایشگاه‌ها هستند و این نمایشگاه‌ها هستند که می‌توانند به احیای اقتصادی کمک کنند.

بنابراین از تمامی فعالان صنعت نمایشگاهی دعوت می‌کنم تا با استفاده از فرصت پیش‌آمده، به مناسبت این روز جهانی و به‌منظور معرفی نمایشگاه‌ها به‌عنوان سکوی تجاری همت گمارند.

به امید اتحاد و همدلی روزافزون فعالین صنعت نمایشگاهی ایران و جهان

صنعت نمایشگاهی، پیش‌ان اقتصاد کشور

مجریان، طراحان غرفه‌سازی و غرفه‌سازان، غرفه‌داران، نیروهای خدماتی، تولیدکنندگان کالا و صنعتگران، دانش‌پژوهان و دانشمندان و همچنین اصحاب رسانه که با بازتاب به موقع اخبار و اطلاع‌رسانی موجب فرهنگ‌سازی توسعه نمایشگاه‌ها می‌شوند و با احترام و تقدیر از همکاران شایسته و ارجمند ایرانی که مبتکر و پیشنهاددهنده ثبت این رویداد جهانی بوده‌اند، این مناسبت فرخنده را به عموم فعالان و دست‌اندرکاران این صنعت و سایر علاقه‌مندان تبریک عرض می‌کنیم.

که قدرت‌های اقتصادی جهان از دروازه صنعت نمایشگاهی موفق به فتح بازارهای کسب‌وکار و تجارت جهانی شده‌اند و به همین علت است که بیشترین حمایت‌های مادی و معنوی بی‌قیدوشرط در کشورهای توسعه‌یافته از این صنعت به عمل می‌آید. به پاس قدردانی از عموم فعالان این حوزه، مجموعه مدیریت و کارکنان سایت‌های نمایشگاهی کشور و جهان،



علی فرهادی، مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان فارس: اولین چهارشنبه ماه ژوئن به بهانه ارج‌گذاری و تبیین نقش ارزنده صنعت نمایشگاهی و عوامل فعال این حوزه در رشد و توسعه اقتصاد و تجارت کشورها به روز جهانی صنعت نمایشگاهی نام‌گذاری شده است. در این روز بزرگان و فعالان این صنعت در سراسر جهان به اشکال مختلف با برگزاری تجمعات و برنامه‌های متنوع ضمن گرامی‌داشت این روز و این صنعت تلاش

می‌کنند تا با صدای واحد به همگان اعم از مسئولان رسمی و آحاد مردم اعلام کنند که صنعت نمایشگاهی به عنوان یک زیرساخت و پیش‌ان اقتصادی، کلید رونق اقتصادی در هر کشوری محسوب می‌شود. در خصوص اهمیت صنعت نمایشگاهی همین بس که با نگاهی اجمالی به اقتصاد و تجارت بین‌المللی دری‌یابیم

دورانی حیاتی برای صنعت نمایشگاهی کشور



وحدید طیبی‌نژاد، مدیرعامل شرکت نمایشگاهی چیستا: جای بسی شادکامی است که نمایشگاه‌ها در دنیا به‌عنوان یک صنعت شناخته شده‌اند. اما همچنان در این میان، واقعیت تلخ قابل‌توجهی وجود دارد. متأسفانه در کشور ما تاکنون هیچ‌کدام از مؤلفه‌ها و شاخصه‌های صنعت در رابطه با نمایشگاه‌ها مورد نظر قرار داده نشده است. به عبارتی می‌توان گفت تنها در عنوان این حوزه بزرگ از کلمه صنعت استفاده شده است و فعالان این حوزه از تسهیلات «صنعت» بی‌بهره‌اند. مسئولان و دست‌اندرکاران صنعت نمایشگاهی کشور باید تمام توان خود را به‌کار ببندند تا صنعت نمایشگاهی کشور ما به استانداردهای نمایشگاهی دنیا نزدیک شود.

در کمال تأسف به علت اعمال تحریم‌های ظالمانه علیه کشورمان، صنعت نمایشگاهی به‌عنوان حوزه‌ای که مهم‌ترین شاخه آن برقراری و تقویت ارتباطات بین‌المللی و همکاری تمام شرکت‌ها و متخصصان بخش‌های مختلف اقتصادی و صنعتی کشور است تضعیف شده و به دلیل عدم تعاملات و مبادلات خارجی، هر روز به الگوی بومی نزدیک‌تر می‌شویم.

از همین رو با توجه به اینکه مانند دیگر بخش‌های اقتصادی و صنعتی در کشور، همگرایی، هم‌صدایی و مدیریت واحدی در صنعت نمایشگاهی کشور وجود ندارد مشکلات عدیده‌ای در این بخش به وجود آمده است. پس از یک دوران سخت همه‌گیری شیوع ویروس کرونا در جهان، صنعت نمایشگاهی در حال بازیابی توان از دست رفته خود است.

به همین منظور این روزها، دورانی بسیار حیاتی برای این صنعت به شمار می‌رود. البته ناگفته نماند که مشکلات، جنگ‌ها و مشکلات اقتصادی حاکم در دنیا سرعت این بازیابی را کاهش داده و در کشور ما نیز بحران‌های اقتصادی و تحریم‌ها این مشکلات را دوچندان کرده است. اما باین حال تمام فعالان صنعت نمایشگاهی کشور برحسب وظیفه و رسالت خود با تمام قوا در تلاش‌اند که در سرعت بهبود وضعیت صنعت نمایشگاهی ایران سهیم باشند.

شرکت چیستا با سابقه دو دهه فعالیت مستمر در بخش داخلی و خارجی و همچنین برگزاری نمایشگاه‌های متعدد تخصصی در حوزه‌های مختلف صنعتی طی دوران سخت کرونا، موفق شد که بار دیگر نام کشور عزیزمان ایران را در مجامع بین‌المللی پرآوازه کند. ما پیش از شروع دور جدید تحریم‌ها در سال ۲۰۱۸ اسپانسر کتاب یوفی را انجام می‌دادیم. پس از آغاز تحریم‌ها حتی از ذکر نام شرکت‌های ایرانی در کتاب یوفی خودداری و عضویت شرکت‌های ایرانی در این اتحادیه جهانی تعلیق شد. باین‌حال، در راستای اقدامات تخصصی همکاران بین‌المللی شرکت چیستا و همچنین ارتباطات دوستانه‌ای که ما با سایر حامیان این کتاب داشتیم؛ توانستیم جایگاه خود را باز پس بگیریم و بار دیگر نام ایران را در صنعت نمایشگاهی دنیا زنده نگه داریم.

مادامی‌که توانیم روابط خود در حوزه بین‌المللی را تقویت کنیم؛ برگزاری نمایشگاه‌های باکیفیت و اثربخش بسیار کار سختی خواهد بود. حل بسیاری از مشکلات این صنعت در خارج از قدرت فعالان این حوزه است اما باین حال امید می‌رود که با تعاملات بهتر با دنیا و اخذ تصمیمات شمرثمر توسط مدیران ارشد برای صنعت نمایشگاهی کشور موفق به بازیابی این صنعت شویم.

مقتضی است از همین طریق ضمن قدردانی ویژه از دست‌اندرکاران صنعت نمایشگاهی کشور، روز جهانی نمایشگاه‌ها را به تمامی فعالان و ذی‌نفعان این صنعت مهم و تأثیرگذار کشور تبریک گفت.

همایش و نمایشگاه جانبی صنعت عمان
مسقط

Oman International Industry Conference & Exhibition
Muscat 2022 November
نیمه دوم آبان ماه ۱۴۰۱

ITF GROUP
EPGUE
ppt
Caspianexpo
ufi member
Oman Technology services union
Ministry of Housing

جهت کسب اطلاعات بیشتر تلفن دفتر تهران: ۰۲۱۴۴۰۹۸۸۹۱ (خط ۱۰) www.parspegahtejarat.com
www.itfgrouppexpo.com
www.caspianexpo.com
info@parspegahtejarat.com
@parspegahtejaratexpo

یادداشت

ضرورت تاسیس تشکلی فراگیر
و ملی در صنعت نمایشگاهی



داود آدینه، عضو هیات‌مدیره انجمن:

صنعت نمایشگاهی کشور در ۱۴۰۰ از سویی به جهت پایداری بحران کووید-۱۹ کماکان در ریکواری، روزگار می‌گذراند و تقریباً فعالان این صنعت در فضای اضطراب و نگرانی بودند اما از سوی دیگر تاسیس انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه خارجی و رویدادهای تجاری گام‌های بلند و نوینی را برای سرفرازی فعالان خارج از کشور برمی‌داشت، شاید دغدغهای از سالیان گذشته تاکنون مبنی بر تاسیس تشکلی فراگیر و ملی بتواند ضمن کسب مطالبات این صنعت، سبب انتقال آنها به مقامات و مسئولین ذیربط شود. و مسئولین به عنوان مجموعه‌ای فعال، پویا و چابک در تصمیم‌گیری‌های کلان صنعت نمایشگاه علاوه بر دخالت، حضوری فعال داشته باشند. ضمن اینکه تاسیس این انجمن بسیاری از راه‌های نرفته را به راه رفته تبدیل کرد. حال باید اذعان کنیم که حتماً تاسیس انجمن خدمات نمایشگاهی، انجمن مدیران صنعت نمایشگاهی، انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های بین‌المللی استان تهران، انجمن جشنواره‌ها و همایش‌های ملی و بین‌المللی در سال ۱۴۰۱ منجر به تاسیس فدراسیون صنعت نمایشگاهی با حضور همه فعالان و ذی‌نفعان خواهد شد.

فدراسیون صنعت نمایشگاهی کشور می‌تواند در تمامی بخش‌های مرتبط به صنعت نمایشگاهی نماینده داشته باشد؛ همچنین می‌تواند در سراسر کشور در مورد سایت‌ها، برگزاری‌ها، مجوزها، رتبه‌بندی‌ها، حضور در مجامع بین‌المللی، تقویت نیروهای انسانی برای حضور در بازارهای سایر کشورها، ایجاد اتحادیه‌های منطقه‌ای یا بین قاره‌ای اظهارنظر و مداخله کند. روز جهانی نمایشگاه‌ها برای کشور فرصت بیبدیلی است که بتوانیم با همفکری و هم‌افزایی کمیت و کیفیت صنعت نمایشگاهی کشور را، بسیار بیشتر از اکنون افزایش دهیم و این گونه در سطح بین‌المللی با برگزاری نمایشگاه‌های متعدد در سایر کشورها به عنوان برگزارکننده بین‌المللی نمایشگاه‌ها در بین هم‌تایان خودمان، موجب سرفرازی بیشتر ایران عزیز شویم. روز جهانی نمایشگاه‌ها پیام‌آور روح همبستگی همه فعالان این صنعت در سطح بین‌المللی است. از سوی انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران این روز مهم و موثر را به همه فعالان این صنعت تبریک و تهنیت عرض می‌نمایم.

مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی استان آذربایجان شرقی:

ضربه‌های مهلک بر پیکر صنعت نمایشگاهی کشور



نمایشگاهی، تجارت خارجی و اقتصاد کشور وارد کرده است.

وی خاطرنشان کرد: اکثر سایت‌های نمایشگاهی در کشور به دلیل اثرات شیوع ویروس کرونا از نظر متراژ و درآمدهای ریالی با کاهش مواجه شده‌اند. اگر شرایط سیاست‌گذاری حوزه تجارت خارجی و صنعت نمایشگاهی کشور به همین منوال ادامه پیدا کند نتایج صنعت نمایشگاهی بلکه تمام صنایع کشور کماکان با مشکلات و چالش‌های متعددی روبرو خواهند بود. در همین زمینه تورم شدید و بیکاری گسترده نیز دور از ذهن نیست.

پایمدهای تعدد سایت‌های نمایشگاهی
مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی تبریز در ادامه به تشریح وضعیت کنونی صنعت نمایشگاهی کشور پرداخت و گفت: با توجه به کثرت سایت‌های نمایشگاهی در سطح کشور، صنعت نمایشگاهی هیچ‌گاه به ساماندهی مطلوبی

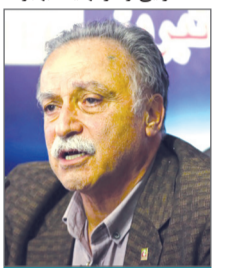
نخواهد رسید و ما شاهد شکوفایی این صنعت نخواهیم بود. متأسفانه کثرت برگزاری رویدادهای کوچک در کشور موجب شده که نمایشگاه‌های بزرگ نیز به چشم نیاید و شرکت‌ها نسبت به حضور در آنها تمایلی نداشته باشند. تعدد سایت‌ها باعث ایجاد رقابت‌های ناسالم با انگیزه‌های مالی و برگزاری نمایشگاه‌های سطح پایین شده است.

این پیشکسوت صنعت نمایشگاهی همچنین عنوان کرد: اگر در بهترین حالت تنها ۵ سایت نمایشگاهی در سراسر کشور داشته باشیم می‌توانیم به رونق این صنعت امیدوار و رسالت واقعی خود در تجارت و اقتصاد کشور را ایفا کنیم.

متأسفانه در کشور ما برخی مسائل دقیقاً برخلاف رویه جاری در کشورهای پیشرفته است. به‌عنوان مثال در کشورهای اروپایی که از نظر صنعتی و اقتصادی جزء کشورهای سرآمد به شمار می‌روند تعداد موسسات

صنعت نمایشگاه به عنوان معرف دستاوردها و تولیدات صنعتی کشور نقش حائز اهمیتی در توسعه صادرات و بازاریابی‌های جدید دارد. از همین‌رو فعالیت این بخش نقش موثری در بهبود وضعیت اقتصادی کشور، اشتغالزایی و در نهایت بهبود معیشت مردم دارد.

کارشناسان بر این باورند که تولید و فروش با بازاریابی حاصل می‌شود و اگر قصد داریم به این مهم اهمیت دهیم باید در گام نخست به بازاریابی خوب در آن صنف و صنعت توجه کنیم اما



بحران‌های اقتصادی و تجاری که در سال‌های اخیر گریبان‌گیر کشور شده این صنعت مهم را تحت‌تأثیر قرار داده است. از همین‌رو پیرامون وضعیت کنونی صنعت نمایشگاهی کشور گفت‌وگویی را با حبیب ماهوتی مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی آذربایجان شرقی ترتیب داده‌ایم.

افزایش هزینه حضور در رویدادها
ماهوتی اظهار داشت: به‌طورقطع افزایش قیمت‌ها، تورم و افزایش حقوق کارگران و کارکنان بیشترین تأثیر را روی مشارکت‌کنندگان نمایشگاهی گذاشته و همین موضوع موجب افزایش ۲۵ درصدی هزینه حضور شرکت‌ها در رویدادهای نمایشگاهی شده است. به جزء موارد مطرح شده، مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه‌ها امروزه با مشکلات متعددی مانند عدم ثبات نرخ ارز، مسائل گمرکی و مشکلات پیرامون واردات مواد اولیه مورد نیاز خود و مهم‌تر از همه صدور بخشنامه‌های خلق‌الساعه روبرو هستند. تمام این موارد به‌طور مستقیم بر حضور شرکت‌ها در رویدادهای نمایشگاهی تأثیر گذاشته است. این موضوع ضربه‌های مهلک به صنعت

افتتاح دومین نمایشگاه اختصاصی
جمهوری اسلامی ایران در دمشق

زراعی، زیاد صباغ وزیر صنایع جمهوری عربی سوریه، رئیس اتاق ایران و همچنین رئیس اتاق سوریه و روسای اتاق‌های مشترک بازرگانی ایران و سوریه و سوریه و ایران و جمع کثیری از مدیران ارشد دو کشور در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی سوریه افتتاح شد.

مجلس شورای اسلامی، خانم دکتر محمد بیگی نماینده مجلس شورای اسلامی، اکبری تالارپشتی رئیس کمیسیون صنعت و معدن و تعدادی دیگری از نمایندگان مجلس شورای اسلامی از ایران و نیز دکتر سامر خلیل وزیر اقتصاد و تجارت خارجی و دکتر محمدحسین قطنی وزیر کشاورزی و اصلاح

دومین نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در دمشق با حضور سیدرضا فاطمی امین، وزیر صنعت، معدن و تجارت پیمان پاک، معاون وزیر صنعت و رئیس کل سازمان توسعه تجارت، دکتر مهدی سبحانی سفیر جمهوری اسلامی ایران در سوریه، پورابراهیمی رئیس کمیسیون اقتصادی



نمایشگاه‌ها، به بدیل و غیر قابل جایگزین
IRREPLACEABLE VALUE OF PHYSICAL EXHIBITIONS
GLOBAL EXHIBITIONS DAY 1 JUNE 2022
GLOBALEXHIBITIONSDAY.ORG
روز جهانی نمایشگاه‌ها
۲۱ خردادماه ۱۴۰۱ - سالن اجلاس سران

شرط بقا و توسعه صنعت نمایشگاهی



محیط زیست در خطر نابودی قرار گرفته است و نیاز به انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر بیش‌ازپیش احساس می‌شود.

آلاینده‌های زیست‌محیطی نیز بر شدت این موضوع افزوده است و استفاده از سوخت‌های فسیلی به‌طور گسترده در سطح جهان، زندگی گونه‌های نباتی و حیوانی را در معرض نابودی قرار داده است. برای مقابله با این بحران‌ها نیاز به ایجاد زیرساخت‌های مناسب است. صنعت نمایشگاهی نیز به‌عنوان یکی از صنایع تاثیرگذار در عرصه بین‌المللی با گردش مالی بالا باید زیرساخت‌های مناسب را برای توسعه خود ایجاد کند.

زیرساخت‌های امنیت و بهداشت (Health & Security Infrastructure)

پس از همه‌گیری کرونا، مقوله سلامت و بهداشت در کانون توجه افراد جوامع قرار گرفت. مردم که قبلاً حساسیت چندانی نسبت به این موضوعات نداشتند با دقت بیشتری این موارد را پیگیری می‌کنند. از جمله الزامات صنعت نمایشگاهی در عصر حاضر ایجاد زیرساخت‌های سلامت و بهداشت و امنیت افراد است.

زیرساخت‌های فناوری (Technology Infrastructure)

با توجه به اینکه صنعت نمایشگاهی به سمت فناوری‌های نوین پیش می‌رود، نیاز است که زیرساخت‌های مربوطه نیز در فضاهای نمایشگاهی تعبیه شوند.

رشد و توسعه روزافزون فناوری‌های نوین پتانسیل‌های فوق‌العاده‌ای برای این صنعت ایجاد میکند تا فعالان این صنعت بتوانند با بهره‌گیری از آن‌ها ارزش افزوده بیشتری برای ذینفعان خود خلق کنند.



رامین سمیع زاده، رئیس مرکز نمایشگاهی ایران‌مال:

اگرچه در دوران کرونا بسیاری از کسب‌وکارها دچار تعطیلی و ورشکستگی شدند، اما دوران پساکرونا نشان داد که فعالیتهای اقتصادی در حال احیا بوده و در حال بازگشت به دوران قبل از خود است. رقابت در این صنعت مجدداً شدت گرفته و نقش مزیت رقابتی بیش‌ازپیش پررنگ شده است.

لذا ذینفعان این صنعت برای بقا و توسعه نیازمند خلق ارزشهای نوین و متفاوت هستند. مهم‌ترین شرط بقا در این عصر، به‌روز بودن است. یعنی به‌کارگیری تمامی ابزارهای موجود و نیز ابداع ابزارهای متفاوت و خلاقانه نسبت به آنچه دیگران از آن بهره می‌گیرند.

پیش‌بینی می‌شود که صنعت نمایشگاهی در سال‌های پیش رو منتهی به ۲۰۱۶، سالیانه رشدی معادل حدوداً ۴ درصد را تجربه کند. این نرخ رشد به بهبود وضعیت اقتصادی ذینفعان این صنعت کمک کرده و می‌تواند به‌تدریج باعث جبران خسارات وارد آمده به آن‌ها در طول دوره کرونا شود.

زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت نمایشگاهی برای آینده

نظر به توسعه صنعت نمایشگاهی در سالیان اخیر و پیش‌بینی‌هایی که برای آینده این صنعت می‌شود، نیاز است که زیرساخت‌های مورد نیاز آن نیز مهیا شود.

زیرساخت‌های توسعه پایدار و مصرف بهینه انرژی (Sustainability & Energy-Saving Infrastructures)

دنیای آینده، دنیای انرژی‌های محدود است.

فرصتی مغتنم برای توسعه صادرات



حسن مرتجی، رئیس انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران: صادرات بهترین راهی است که می‌تواند به تولید کشور کمک کند. در شرایط امروز که شاهد رکود تورمی و افزایش قیمت کالاها هستیم صادرات محصولات می‌تواند ابزاری کمک‌کننده به تولید باشد. به این منظور باید میزبانی مخصوص توسعه صادرات در سازمان توسعه تجارت، گمرک و وزارت امور خارجه شکل بگیرد.

بازارهای اطراف ما، کشورهای همسایه و سی. آی. اس (مشترک‌المنافع)، همگی بازارهای پُر پتانسیل و درعین‌حال جوانی هستند و تجارت بازرگانان باید ضمن حضور در آنها، به بازاریابی بپردازند. امروز شاهد ارائه یارانه و کمک‌های مختلف از سوی دولت‌ها برای تسهیل و توسعه صادرات محصولات هستیم و انتظار می‌رود این مهم از سوی مسئولان کشورمان نیز با دقت و حساسیت بیشتری در دستور کار قرار بگیرد. از مجموع حدود ۵۵ میلیارد دلار صادرات کشور در سال گذشته، کمی بیش از پنج میلیارد دلار آن توسط بخش خصوصی انجام می‌شود. در صورت حمایت‌های دولت و اقدامات تسهیل‌کننده، جا برای افزایش این رقم دارد. در بین کشورهای اطراف ایران، آنهایی که مرز مشترک زمینی با ما دارند در اولویت قرار دارند. در مرحله بعد، کشورهایی که مرز دریایی با ما دارند در اولویت دوم توسعه مرادوات تجاری هستند. ارمنستان دروازه ورود به بازار اوراسیاست و صادرات به این کشور از حدود ۸۰ میلیون دلار طی دو دهه گذشته، اکنون به بیش از ۷۰۰ میلیون دلار افزایش یافته است. دارا بودن مرز زمینی مشترک با ایران و نزدیکی فاصله، این کشور را به یکی از بهترین مقاصد صادراتی کالاهای ایرانی و به‌ویژه صادرات خدمات فنی و مهندسی تبدیل کرده است. در حدود یک سال و نیم گذشته، شاهد برگزاری موفقیت‌آمیز دو نمایشگاه بین‌المللی در ایروان (پایتخت ارمنستان) با حضور مسئولان ارشد وزارت صمت بودیم. سومین نمایشگاه که از تاریخ ۲۸ تا ۳۱ تیرماه در این کشور در محورهای تجهیزات نفت و گاز، پتروشیمی، آب و برق و انرژی، صنعت ساختمان، کشاورزی و صنایع غذایی و تجهیزات پزشکی، سلامت و دارو برگزار خواهد شد. فرصت مغتنمی برای تجار و بازرگانان ایرانی برای توسعه صادرات محصولاتشان است.

اطلاعات تماس افراد، اطلاعات جمعیت‌شناسی بازدیدکنندگان، سنجش علاقه افراد، غرفه‌هایی که بیشترین بازدیدکننده را دارند و... برای موفق شدن در این صنعت، باید این داده‌ها جمع‌آوری شده، پالایش گردیده و داده‌کاوی روی آنها انجام شود.

دنیای رمز ارزها

بسیاری از محدودیت‌هایی که سیستم‌های بانکی برای فعالان این حوزه ایجاد می‌کنند با کمک رمز ارزها قابل برطرف شدن هستند. یکی از شروط بقا در این سیستم که در واقع به‌نوعی مزیت رقابتی نیز محسوب می‌شود، ایجاد زیرساخت‌های لازم برای استفاده از رمز ارزها در تراکنش‌های مالی است.

مجریان نمایشگاهی، غرفه سازان، غرفه داران و سایت داران باید شرایطی فراهم کنند تا تراکنش‌های مالی بتوانند از طریق درگاه‌های مخصوص رمز ارزها نیز صورت پذیرند. این امر یکی از کلیدی‌های ماندگاری در این صنعت است.

متاورس

فضای متاورس پنجره‌ای نوین به روی بشر گشود که در آینده بخشی غیرقابل انکار از زندگی همه ما خواهد شد. کمتر کسب‌وکاری را در آینده می‌توان تصور کرد که با متاورس یکپارچه نشده باشد ولی موفق باشد. صنعت نمایشگاهی نیز از این قاعده مستثنا نیست. ساخت فضایی سه‌بعدی در دنیای آنلاین، قدم زدن در این فضا، بازدید از غرفه‌های موجود در این دنیا و مذاکره با کسب‌وکارها به‌صورت مجازی از جمله اتفاقاتی است که در نمایشگاه‌های متاورس رخ خواهد داد.

مدیریت مالی

با توجه به رقابتی‌تر شدن روزافزون این صنعت، اهمیت مدیریت بهینه منابع (نیروی انسانی، زمان، هزینه) بیش‌ازپیش پررنگ می‌شود.

Big Data

با قدم زدن در سالن‌های نمایشگاهی حجم انبوهی از داده‌ها پیش روی ما قرار می‌گیرد. تعداد بازدیدکنندگان، مدت‌زمان حضور افراد در سالن،

Caspian INTERNATIONAL EXHIBITIONS COMPANY
شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان زنجان (کاسپین)

Zanjan international exhibitions center (Z.I.E.C)
نمایشگاه‌های بین‌المللی استان زنجان (کاسپین)
معدن ترین مرکز نمایشگاهی شمال غرب ایران

شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان زنجان (کاسپین) در سال ۱۳۸۳ با هدف ارتقا، جایگاه صنعت نمایشگاهی ایران در منطقه آسیای میانه تاسیس شد و نخستین پروژه این شرکت در زمینه ایجاد مراکز نمایشگاهی در استان زنجان اجرا گردید. محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان زنجان (کاسپین) براساس اقتیاسی از مراکز مدرن نمایشگاهی جهان، طراحی و اجرای کامل آن در ۳ فاز پیش‌بینی شده است. این مرکز بین‌المللی در فضایی بالغ بر ۲۲ هکتار در بهترین نقطه از شمال شهر زنجان و در ابتدای منطقه گردشگری گاوآزنک بنا شده و دارای سالن‌های اصلی نمایشگاهی به مساحت بیش از ۲۰ هزار متر مربع فضای مسقف و بیش از ۱۲ هزار متر مربع فضای باز نمایشگاهی است که در طرح توسعه آن احداث مرکز همایش‌های بین‌المللی، احداث هتل پنج ستاره، ایجاد انبارهای چند منظوره، آماده‌سازی پارکینگ عمومی و نمایشگاهی، راه‌اندازی رستوران سنتی و بین‌المللی، تاسیس دفاتر تجاری و مرکز خرید قرار گرفته است.

زنجان، پلوارپروفیسور نیوتی، ابتدای منطقه گردشگری گاوآزنک، محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان زنجان (کاسپین)
024-33414000-9 www.zanjanfair.com @caspianfair

انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران
IRAF0
IRANIAN ASSOCIATION OF OVERSEAS FAIR AND TRADE EVENT ORGANIZERS

تاسیس ۳۰ شهریورماه ۱۴۰۰

تمبر اختصاصی
I.R.IRAN
Customized Stamp
3000
ریال ۳۰۰۰
۱۶۹۵۱۰۰۸۵۲۳
RLs.

تحقق توان افزایی زنجیره دانش در صنعت نمایشگاهی



سیدرضا قندیلی، مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی کاسپین زنجان: امروز صنعت نمایشگاهی به‌مثابه موتور محرک اقتصاد تولید و گفت‌وگوی تجارت و توسعه، نقشی اساسی در انتقال دانش و ثروت در میان جوامع بشری ایفا می‌کند و سبب رشد و شکوفایی خدمات و تخصصی شدن مشاغل و تغییر نیاز مخاطب می‌شود. همان‌طور که هر رویداد با تشکیل زنجیره ارزش‌ها راهکارهایی را

برای چالش‌های مواجه طراحی می‌کند، شبکه‌ای از خدمات، تحولات، گروه‌های تخصصی و ابزارهایی را نیز به‌کار می‌گیرد تا اجتماع‌هایی گسترده‌تر که شامل مخاطبان بالقوه و بالفعل است در کنار یکدیگر گرد هم آیند و اتفاقی را رقم بزنند که دیگر امکان فراهم کردن آن وجود ندارد و این نقش بی‌بدیل صنعت نمایشگاهی است. هر رویدادی که در جهان برگزار می‌شود یک نبض از جریان منظم و زنده‌ای است که اثرات آن سال‌ها تضمین کننده رشد، اشتغال، کار آفرینی، انتقال فناوری به همراه خدمات و ارزش افزوده خواهد بود و گردش پویا و هدفمند را تنظیم می‌کند و جایگزینی آن با هر رویکرد دیگری امکان‌پذیر نبوده و منحصر به فرد است. افتخار نام‌گذاری این روز جهانی به نام ایران و استاد عزیزم جناب شاهرخ مدرس است که مایه مباحث تمامی دست‌اندرکاران صنعت بوده و آن را ارج می‌نهمیم. در اهمیت جایگاه صنعت نمایشگاهی می‌توان گفت هر رویداد نمایشگاهی ایران حداقل برای ۲ هزار نفر به‌طور میانگین اشتغال ایجاد می‌کند.

حتی سایر گروه‌های خدماتی را که از طریق فعالیت پیوسته با رویدادها را نیز وارد چرخه رونق می‌کند. اگر سهم تولید موثر از مشارکت در نمایشگاه‌ها و انعقاد قراردادهای حاصل از فروش، خدمت، صادرات و سفارش صنعتی را بررسی کنیم، رویدادهای نمایشگاهی ایران به‌طور مستقیم و غیرمستقیم نیاز و تقاضای حداقل نیمی از کسب‌وکارهای کشور را تامین می‌کند. امروز گرچه نیازمند تخصصی شدن اما باید بر توان‌افزایی بین‌المللی نمایشگاه‌های داخلی با تکیه بر ظرفیت‌های ملی در عرصه بین‌الملل هم، قدم برداریم و ظرفیت‌های بالقوه‌ای را با هدف‌های دوربرد نشانه‌گذاری کنیم. راهکار روز جهانی نمایشگاه‌ها تبیین‌کننده افق رو به پیشرفتی است که در این سال‌ها برای آن برنامه‌ریزی شده و نام‌گذاری آن قطعاً می‌تواند ذهن بشر را معطوف به اهمیت پرکاربرد آن کند و از طرفی ریشه‌های برگزاری رویدادها را در کشورهای جهان به نمایش بگذارد، همان‌طور که در ایران قدمتی چند هزارساله دارد.

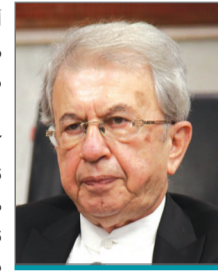


حمیدرضا آملی، علی رجب‌زاده، عبدالکریم جلالی، سینا کریمی، سیدرضا قندیلی، امید فدایی، بهزاد زرین‌پور، فریدون سراج، مهرداد ابراهیمی، علی محتشم‌امیری، محمد سعادت‌پور، سهیل فرزین، حسنعلی موبدی و سلمان قاسمی و سایر دوستان و عزیزان که امکان نام بردن از همه در این یادداشت کوتاه وجود ندارد و به‌نحی مختلف در این سال‌ها از این طرح جهانی پشتیبانی کرده‌اند، از صمیم قلب سپاسگزاری می‌کنم و موفقیت‌های روزافزون این نوادر در جایگاه‌ها و عرصه‌های مختلف نمایشگاه‌های بین‌المللی را از درگاه خداوند متعال خواستارم.

انجام تبلیغات موثرتر برای شناساندن هر چه بیشتر این روز جهانی به هم‌میهنان و شناختن نیازهای اعضا داخل کشور را برعهده داشته باشد و با رفع آنها، در راستای قالب بین‌المللی جهت اصلاح تصمیمات غیر حرفه‌ای و غیر کارشناسی، نظیر گردش بودن روز جهانی نمایشگاه‌ها بین روزهای اول تا ۸ ژوئن که شناسایی این روز بزرگ را کمرنگ کرده است، بکوشد.

در اینجا، از الطاف، دیدگاه‌های تخصصی و تشویق‌های عزیزان ایرانی صنعت نمایشگاهی، جنابان آقایان میلاد محمدی، حبیب علیزاده، کامران پارسا، حبیب ماهوتی، شهنام سپاسدار، محمدجواد قنبری، داود آدینه،

بزرگ‌ترین سرمایه صنعت نمایشگاهی کشور



شاهرخ مدرس، پیشکسوت نمایشگاهی و مبتکر روز جهانی نمایشگاه‌ها: استثنای قاعده که بر تولد برشت نویسنده بزرگ آلمانی آن را عنوان یکی از کتاب‌های مهمش قرار داده، در طول تاریخ و به اشکال مختلف، اتفاق افتاده است. ساده‌ترین مثال در این ارتباط، این است که دانش‌آموزی کم سن و سال، در کنکور سراسری رتبه اول را به دست می‌آورد و باعث تعجب همگان می‌شود. در صنعت نمایشگاهی نیز، استثنای قاعده در بالاترین سطح جهانی اتفاق افتاده است و آن اینکه شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، مشهور به نمایشگاه بین‌المللی تهران در سال ۱۳۹۱ برابر با ۲۰۱۲ میلادی و در سن ۴۳ سالگی از فعالیت‌های نمایشگاهی خود، طرح و پیشنهادی جهانی به نام «روز جهانی نمایشگاه‌ها» را به جامعه بین‌المللی صنعت نمایشگاهی ارائه داد که اندیشمندان این صنعت در اروپا، آسیا،

آفریقا، اقیانوسیه و آمریکا و فعال در سازمان‌های نمایشگاهی، با قدمتی بین ششصد تا هزار سال را به تعجب واداشت. متعاقب این اتفاق عجیب، آقای کریستین دروآرت، معاون اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی (یوفی) و رئیس مستقیم مراسم روز جهانی نمایشگاه‌ها، نگارنده را به عنوان نماینده نمایشگاه بین‌المللی تهران، جهت ایراد سخنرانی در مجمع بین‌المللی روز جهانی نمایشگاه‌ها به پاریس دعوت کرد.

این دعوت در حقیقت نوعی تایید و به رسمیت شناختن این ابداع جهانی بود. با داشتن چنین عنوان بزرگی، وظیفه نمایشگاه بین‌المللی تهران در جهان بسی سنگین‌تر از پیش شده است. با توجه به مراتب فوق، به عنوان عضوی از نمایشگاه بین‌المللی تهران، پیشنهاد می‌کنم، هیئتی عالی‌رتبه، مسلط به زبان انگلیسی، انتخاب شود و این هیئت وظیفه بازبینی استراتژیک،

مدیر عامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران: بازگشت رونق صنعت نمایشگاهی در کل جهان و ایران

موضوع گفت: ماموریت شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، کمک به توسعه صادرات و توسعه تجارت در کشور است. صنعت نمایشگاهی و به‌ویژه سایت نمایشگاه بین‌المللی تهران را قطب و نقطه دور زدن تحریم‌ها می‌دانیم؛ زیرا جایگاهی است که شرکت‌های خارجی می‌توانند در آن حضور یافته و شرکت‌ها و تولیدکنندگان داخلی می‌توانند به معرفی محصولات و دستاوردهای خود بپردازند و ما همواره در حال تدبیر برای بی‌اثر کردن تحریم‌ها هستیم.

سال بتوانیم رشد مطلوبی در حضور در دیگر کشورها رازدار خاطر نشان کرد: یکی از مهم‌ترین ابزارهای معرفی توانمندی‌های تولیدکنندگان و صنعتگران ایرانی در خارج از کشور، برگزاری نمایشگاه‌ها به معنای برپایی پایوبون‌ها، نشست‌های BYB و ایونت‌هاست و در تلاشیم این موارد را با هم و در کنار هم به پیش ببریم.

هومن رازدار اظهار داشت: رویکرد مدیریتی جدید سازمان توسعه تجارت، حمایت از برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و پایوبون‌ها در دیگر کشورها است. خوشبختانه امروزه با فروکش کردن کرونا، شاهد رونق صنعت نمایشگاهی در کل جهان و ایران هستیم. مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران در تشریح بیشتر این

فرم الف) درخواست عضویت



نام کامل شرکت (مطابق اساسنامه):	
Company Name:	
شماره ثبت شرکت:	تاریخ ثبت شرکت:
نام مدیرعامل:	محل ثبت شرکت:
اعضای هیات‌مدیره:	شماره همراه:
نشانی قانونی شرکت:	
Adress:	
کدپستی:	صندوق پستی:
شماره تلفن:	دورنگار:
سایت اینترنتی:	پست الکترونیکی:
مالکیت شرکت:	نوع شرکت:
عناوین برگزاری نمایشگاه یا رویدادهای خارجی و صادراتی	
۱-	۲-
۳-	۴-
عناوین موضوعات (گروه کالایی) برگزاری نمایشگاه	
۱-	۲-
۳-	۴-
نام انجمن تخصصی صنعت نمایشگاهی که در آن عضویت دارید؟	
نام تشکل‌های صنفی و صنعتی دیگر که در آن عضویت دارید؟	
تعداد نفرات بیمه شده از پاسخ اختیاری؟	
تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده:	
اینجانب مدیرعامل شرکت صحت مندرجات این فرم و ضوابط پیوسته را تایید و ارسال می‌دارم.	
امضا و مهر شرکت:	تاریخ:
مدارک:	نام درخواست با سربرگ شرکت <input type="checkbox"/>
	آگهی آخرین تغییرات <input type="checkbox"/>
	فرم الف (درخواست عضویت) <input type="checkbox"/>
	کپی مجوز نمایشگاهی با رویداد تجاری و صادراتی <input type="checkbox"/>
	کپی کارت ملی مدیر <input type="checkbox"/>
	نام آخرین رویداد برگزار شده <input type="checkbox"/>
	آگهی ثبت شرکت <input type="checkbox"/>

SYRIA AGROFOOD آجروفود



The International Exhibition For Agriculture, Food, Food Processing And Packaging Serving Syria
المعرض الدولي للزراعة والأغذية وتصنيع المواد الغذائية وتغليفها يخدم سوريا

2022
Damascus International Fairground
21-24 November
۲۱ - ۲۴ تشرين الثاني



www.Syria-AgroFood.com

Organizer: Co-organizer: Venue:



دیپلماسی اقتصادی و ضرورت‌های آن



صمیمانه تری با جمهوری اسلامی ایران ندارند هم برنامه‌ریزی و اجرا نمایند و از این رهگذر ضمن حفظ سهم بازار ایران در این کشورها در رقابت با سایر فعالان بازار مذکور سهم کشور را نیز توسعه دهند.

در ادامه دکتر صفری، معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه ضمن تبریک از تشکیل انجمن تخصصی برگزاری نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی، فرمودند که، رویدادهای تجاری خارج از کشور مشروط به طی مراحل قانونی در داخل کشور و اخذ مجوز از سازمان توسعه تجارت ایران مورد تایید و تاکید دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی کشور بوده و سفارتخانه‌ها و نمایندگی‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران نیز موظف به همکاری و همراهی با برگزارکنندگان و مشارکت‌کنندگان در این نمایشگاه‌ها و رویدادها می‌باشند.

لذا پیشنهاد می‌شود حتما جلسات سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی را با جناب آقای دکتر پیمان پاک معاون محترم وزیر صمت و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران داشته باشید تا بتوان با اجرای رویدادهای کیفی شاهد نقش موثر این رویدادها بر تراز تجاری کشور بود چراکه در شرایط فعلی کشور، کمک به توسعه صادرات و رونق اقتصادی کشور، یکی از اهداف اصلی معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه می‌باشد.

وی افزود: در این خصوص کشورهای همسایه از اولویت خاصی برخوردار بوده و بایستی توسعه رویدادهای تجاری در کشورهای همسایه از اولویت‌های انجمن و اعضا آن باشد.

موضوع بعدی استفاده از ظرفیت ایرانیان مقیم خارج از کشور بوده که آن نیز باید در دستورکار قرار گیرد.

توسعه صادرات کشور در بازارهای منطقه اشاره کرد و افزود در این راستا با کمک نخبگان درصد شناسایی بازارهای جدید صادراتی برای کشور و همچنین گسترش حضور در بازارهای فعلی هستیم. وی افزود خوشبختانه آقای دکتر صفری هم تجارب فراوان و در کشورهای مختلف دارند و هم برای توسعه روابط اقتصادی با سایر کشورها با هدف و برنامه دولت محترم پیش می‌روند. توجه و عنایت ویژه به موضوع نمایشگاه در همین برگزاری دومین نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران خودش را نشان داد، دستور آقای دکتر صفری در حمایت و پشتیبانی از این نمایشگاه نشانه‌ای ارزشمند از برنامه‌های ایشان تلقی می‌گردد. ایشان اشاره نمودند که انجمن نیازمند حمایت سیاسی و برون مرزی از برگزارکنندگان عضو انجمن است که با مجوزهای قانونی در سایر کشورها فعالیت می‌نمایند و در عین حال علاقمند هستیم که در برنامه‌های مرتبط با موضوع فعالیت انجمن که توسط وزارت امور خارجه برنامه‌ریزی و اجرا می‌گردد مشارکت نمائیم.

پس از ایشان آقای معتمدی کیا دیگر عضو هیات مدیره اشاره کردند که تمرکز و ایجاد هم‌افزایی در فعالیت شرکت‌های سازمانده رویدادهای تجاری ایران در خارج از کشور قطعاً موثر بوده و در آینده نزدیک اثر این هم‌افزایی در تراز تجاری کشور با دنیای خارج نمود عینی خواهد یافت.

همچنین آقای دکتر خانزاده دیگر عضو هیات‌مدیره نیز افزودند اعضای انجمن به دلیل تعلق به بخش خصوصی دارای ظرفیت‌های فراوانی بوده به نحوی که این قابلیت را دارند که رویدادهای تجاری ایران در خارج از کشور را حتی در برخی کشورهای که دارای روابط سیاسی

بر ریاست جناب آقای دکتر رئیس در جهت توسعه صادرات غیرنفتی تعدادی از شرکت‌های متولی برگزاری نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری که عموماً ۲ تا ۳ دهه در این زمینه فعالیت داشتند به این نتیجه رسیدند که با تشکیل انجمنی به صورت تخصصی موضوعات مرتبط با توسعه بازار کالاها و محصولات تولیدی ایران در خارج از کشور را که از طریق برگزاری نمایشگاه و یا همایش و یا هر رویداد تجاری و صادراتی پیگیری نمایند. که خوشبختانه با همکاری نهادهای ذی‌ربط این مهم صورت گرفت.

در حال حاضر انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران با اعضای فعالی که دارد بخش عمده‌ای از رویدادهای تجاری جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور توسط این شرکت‌ها برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود.

وی افزود اعضای انجمن در ۴ قاره دنیا دارای نمایندگی و دفاتر فعال بوده که این ظرفیت تولید کنندگان ایرانی را حداقل در ۳۶ کشور پشتیبانی می‌کند.

صدرزاده افزود در شرایط تحریم ظالمانه استکبار جهانی بر علیه میهن عزیزمان اعضای انجمن همانند سربازان خط مقدم جبهه اقتصادی کشور در خارج از مرزهای سیاسی کشور کوچک‌ترین تحولات اقتصادی و بازار را رصد کرده و به محض حصول شرایط لازم جهت توسعه بازار کالا و محصولات ایران موضوع را به سازمان توسعه تجارت ایران انتقال داده و پس از اخذ مجوز سازمان مذکور نسبت به برگزاری رویدادهای تجاری در کشور مقصد اقدام می‌نمایند.

در ادامه دکتر آدینه عضو هیات‌مدیره انجمن به رویکرد علمی انجمن و طراحی نقشه راه

در راستای مصوبات هیات‌مدیره انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و رویدادهای تجاری و صادراتی ایران مبنی بر توسعه تعاملات انجمن با مسئولان و متولیان توسعه روابط اقتصادی خارجی کشور، تعدادی از اعضای هیات‌مدیره انجمن با هدف هم‌فکری و آشنایی با برنامه‌های وزارت امور خارجه در جهت توسعه روابط اقتصادی با سایر کشورها، مطابق هماهنگی صورت گرفته، ۲۲ آذر ماه ملاقاتی با جناب آقای دکتر صفری معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه و جناب آقای دکتر فکری معاون وزیر اقتصاد و رئیس سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی جمهوری اسلامی ایران و تعدادی از کارشناسان حوزه‌های مرتبط در وزارت امور خارجه داشتیم.

در ابتدای این دیدار دکتر صدرزاده نایب‌رئیس انجمن، با قدردانی از آقای دکتر صفری که این وقت را در اختیار انجمن قرار داده‌اند و همچنین از سیاست‌گذاری از آقای دکتر فکری و سایر عزیزان حاضر در نشست تخصصی، با معرفی انجمن، گزارشی از اهداف و برنامه‌های انجمن برای توسعه بازار صادراتی کالا و محصولات و خدمات جمهوری اسلامی ایران ارائه نمودند.

وی افزود اولین گام برای آغاز تجارت با یک کشور آشنایی با فضای تجاری و بازار گاتان کشور مقصد با توانمندی‌های تولیدی، کیفیت کالاهای صادراتی و مزیت‌های رقابتی کالا و خدمات ایران در آن بازار در مقایسه با سایر رقبا است موضوعی که فقط با برگزاری نمایشگاه‌های تجاری به عنوان مهم‌ترین ابزار بازاریابی محقق می‌شود.

وی افزود همزمان با آغاز به‌کار دولت جدید در راستای هم‌افزایی و کمک به دولت سیزدهم

طریق سرمایه‌گذاری خارجی و تولید را در کشور توسعه داد.

ایشان افزود تاسیس و سرمایه‌گذاری شهرک‌های صنعتی در نوار مرزی با هدف تولید کالاهای مورد نیاز همسایگان و رفع نیاز کشورهای همسایه ایده مناسبی برای توسعه سرمایه‌گذاری خارجی بالاخص همسایگان در کشور است که می‌تواند با برگزاری رویدادهای تجاری مناسب معرفی شده و از این طریق حجم سرمایه‌گذاری خارجی در کشور توسعه یابد.

در این نشست کارشناسان حاضر نیز نقطه نظرات کارشناسی خود را در مورد ساماندهی نمایشگاه‌های خارج از کشور و هماهنگی با نهادهای مرتبط و ایجاد یک خط منسجم برای موفقیت بیشتر بیان نمودند.

در پایان دیدار آقای دکتر صفری برای عزیزان حاضر در نشست آرزوی موفقیت کردند و نشست با یک عکس یادگاری و با لیخندهای رضایت‌مند به پایان رسید.

گزارش: داود آدینه

اعضاء هیات مدیره انجمن



علیرضا صدرزاده
دکترای مدیریت DBA
نایب‌رئیس هیات‌مدیره



حسن مرتجی
دکترای افتخاری مدیریت
اقتصاد دولتی از دانشگاه
سنپترزبورگ رئیس هیات‌مدیره



محمدرضا خانزاده
دکترای حرفه‌ای
پزشک عمومی عضو
هیات‌مدیره و خزانه‌دار



داود آدینه
دکترای تخصصی
محیط‌زیست عضو هیات‌مدیره



کیان معتمدی کیا
کارشناسی ارشد مدیریت
اجرایی علی‌البدل
اول هیات‌مدیره



علی رجبزاده
دانشجوی دکترای مدیریت
بازرگانی عضو هیات‌مدیره و دبیر



مهرشاد صدیقی
کارشناسی مدیریت
بازرگانی بازرس



ابراهیم اسکوبیان
کارشناسی ارشد
مترجمی زبان انگلیسی
مدیر اداری انجمن

درباره بولتن خبری انجمن



یکی از اهداف مهم انجمن تدوین، گردآوری، تالیف و نشر کتب، نشریات، مجلات، بروشورهای تخصصی و تبادل اطلاعات مربوطه، همچنین انجام فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی مرتبط با مأموریت انجمن در داخل و خارج کشور و تلاش در ارتقا معلومات علمی و فنی اعضای می‌باشد. هدف بولتن خبری ارتقا وضعیت صنفی فعالان این بخش است.

اطلاعات تکمیلی به زودی از طریق پورتال رسمی این انجمن به آدرس www.irafo.ir اطلاع‌رسانی خواهد شد.

کمیته‌های تخصصی

با توجه به گستره جغرافیایی برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی، تشکیل کمیته‌های تخصص کشورها و با زون‌بندی حوزه‌های صادراتی در کمیته‌های تخصصی، می‌تواند تاثیر شایانی در برنامه‌ریزی نمایشگاه‌های خارجی داشته باشد، اطلاعات کمیته‌ها به زودی از طریق پورتال رسمی این انجمن به آدرس www.irafo.ir اطلاع‌رسانی خواهد شد.

عضویت

در خواست خود را به دفتر انجمن و یا پست الکترونیک انجمن به آدرس www.irafo.ir ارسال کنید.

جلسات

برگزاری جلسات هیات‌مدیره به صورت هفتگی برگزار می‌شود و حضور در این جلسات به صورت مشورتی برای همه اعضا آزاد می‌باشد. با توجه به تخصص‌های گوناگون برگزارکنندگان خارجی در کشورهای مختلف، حضور اعضای غیر از هیات‌مدیره می‌تواند منجر به اخذ تصمیمات صنفی موثرتری شود.