

# توسعه صنعت

## نمایشگاه

نویسنده: شیده هدایتی کیا





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# توسعه صنعت نمایشگاهی

تالیف:

شیده هدایتی کیا



انتشارات موجک



سرشناسه: هدایتی کیا، شیده، ۱۳۵۴ -

عنوان و نام پدیدآور: توسعه صنعت نمایشگاهی / تالیف شیده هدایتی کیا.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۱۰۳ ص.: جدول، نمودار.

شابک: ۱-۲۲-۸۷۹۹-۶۰۰-۹۷۸-۴۰۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: نمایشگاه‌های بازرگانی

موضوع: Trade shows

موضوع: نمایشگاه‌های بازرگانی -- ایران

موضوع: Trade Shows -- Iran

موضوع: نمایشگاه‌ها -- ایران -- مدیریت

موضوع: Exhibitions-- Iran -- Management

موضوع: بازاریابی

موضوع: Marketing

رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ت ۹ ۴ / ۳۹۶ T

رده بندی دیویی: ۶۰۷/۳۴

شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۲۲۴۵۳

انتشارات موجک

تلگرام: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: توسعه صنعت نمایشگاهی

تالیف: شیده هدایتی کیا

طراح جلد: سیده زهرا روشنایی

مشخصات ظاهری: ۱۰۳ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: بهار ۱۴۰۰، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۴۰۰۰۰۰ ریال، شابک: ۱-۲۲-۸۷۹۹-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

# فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱..... سخن مولف

۳..... بخش اول: صادرات و صنعت نمایشگاهی

۵..... فصل اول: صادرات

۵..... ۱-۱ توسعه صادرات

۵..... ۲-۱ نقش و اهمیت صادرات

۷..... ۳-۱ اهداف ملی صادرات

۷..... ۱-۳-۱ استفاده بهتر از منابع ملی

۷..... ۲-۳-۱ پیشرفت فنی

۸..... ۳-۳-۱ گسترش بازار به آن سوی مرزهای ملی

۸..... ۴-۳-۱ کاهش بیکاری

۸..... ۵-۳-۱ افزایش درآمدهای ارزی

۹..... ۴-۱ صادرات غیرنفتی

۱۱..... فصل دوم: تجارب برخی از کشورها در صادرات

۱۱..... ۱-۲ مقدمه

۱۲..... ۲-۲ وجوه تشابه

۱۴..... ۳-۲ اصول مشترک در راهبردهای توسعه

**فصل سوم: صادرات غیرنفتی** ..... ۲۱

۱-۳ اهمیت صادرات غیرنفتی در توسعه اقتصادی ..... ۲۱

۲-۳ موانع توسعه صادرات غیرنفتی ایران ..... ۲۵

**فصل چهارم: صنعت نمایشگاهی** ..... ۲۹

۱-۴ ارتباط نمایشگاه و توسعه صادرات ..... ۲۹

۲-۴ سیاست گذاری و برنامه ریزی نمایشگاه های صنعتی و فناوری ..... ۲۹

۳-۴ اهداف صنعت نمایشگاهی ..... ۳۰

۴-۴ انواع نمایشگاه ها ..... ۳۲

۵-۴ آثار اقتصادی نمایشگاه ها ..... ۳۳

۶-۴ آثار اجتماعی نمایشگاه ها ..... ۳۴

**فصل پنجم: نمایشگاه های بین المللی** ..... ۳۷

۱-۵ اهداف برگزاری نمایشگاه های بین المللی ..... ۳۷

۲-۵ بررسی موانع برگزاری نمایشگاه ها از دید صاحب نظران ..... ۳۸

۳-۵ نتایج مشارکت صحیح در نمایشگاه های بین المللی ..... ۳۹

۴-۵ نمایشگاه های تخصصی بین المللی از دیدگاه صاحب نظران ..... ۴۰

**فصل ششم: تاریخچه صنعت نمایشگاهی** ..... ۴۵

۱-۶ تاریخچه صنعت نمایشگاه ..... ۴۵

۲-۶ پیشینه نمایشگاه در ایران ..... ۴۶

۳-۶ تاریخچه شرکت نمایشگاه های بین المللی ایران ..... ۴۷

**فصل هفتم: نمایشگاه بین المللی تهران** ..... ۴۹

۱-۷ درباره نمایشگاه بین المللی تهران ..... ۴۹



- ۲-۷ چشم انداز شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ..... ۵۰
- ۳-۷ مأموریت شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ..... ۵۰
- ۴-۷ ابزارهای مهم دستیابی به بازارهای هدف ..... ۵۰
- ۵-۷ امکانات و خدمات نمایشگاه بین‌المللی ..... ۵۱
- ۶-۷ مدل ساختاری صنعت نمایشگاهی ..... ۵۲

**بخش دوم: مطالعه موردی (شناسایی و ارائه راهکارهایی برای توسعه صنعت نمایشگاهی جمهوری اسلامی ایران)** ..... ۵۵

## **فصل هشتم: کلیات** ..... ۵۷

- ۱-۸ مقدمه ..... ۵۷
- ۲-۸ بیان مسئله ..... ۵۷
- ۳-۸ اهمیت مسئله ..... ۵۸
- ۴-۸ اهداف ..... ۵۹
- ۵-۸ تعریف متغیرها ..... ۵۹
- ۶-۸ جامعه آماری ..... ۶۰
- ۷-۸ حجم نمونه و روش نمونه‌گیری ..... ۶۰
- ۸-۸ ابزارهای گردآوری اطلاعات ..... ۶۱
- ۹-۸ پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه ..... ۶۲
- ۱۰-۸ روایی (اعتبار) پرسشنامه ..... ۶۲
- ۱۱-۸ مراحل تحقیق ..... ۶۳
- ۱۲-۸ پیشینه ..... ۶۴
- ۱۳-۸ مدل مفهومی ..... ۶۵

## فصل نهم: تجزیه و تحلیل داده‌ها ..... ۶۷

۹-۱ یافته اول ..... ۶۷

۹-۱-۱ عوامل داخلی ..... ۶۷

۹-۱-۲ عوامل خارجی ..... ۶۸

۹-۲ یافته دوم ..... ۷۰

۹-۲-۱ توصیف داده‌های نقاط ضعف ..... ۷۰

۹-۲-۲ توصیف داده‌های نقاط قوت ..... ۷۱

۹-۳ یافته سوم ..... ۷۲

۹-۴ آمار توصیفی ..... ۷۲

۹-۵ توصیف داده‌ها ..... ۷۳

۹-۶ یافته چهارم ..... ۷۶

## فصل دهم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها ..... ۸۷

۱۰-۱ نتایج ..... ۸۷

۱۰-۱-۱ موانع سازمانی ..... ۸۷

۱۰-۱-۲ موانع محیطی ..... ۸۸

۱۰-۱-۳ موانع مدیریتی ..... ۸۸

۱۰-۱-۴ موانع سیاسی ..... ۸۸

۱۰-۱-۵ موانع فیزیکی ..... ۸۹

۱۰-۱-۶ موانع اقتصادی ..... ۸۹

۱۰-۱-۷ موانع مربوط به منابع انسانی شرکت ..... ۸۹

۱۰-۲ ارائه راهکارهایی برای برطرف کردن موانع برگزاری نمایشگاه‌ها ..... ۸۹

۱۰-۳ پیشنهادات کاربردی ..... ۹۶

۱۰-۴ نقدی بر صنعت نمایشگاه در ایران ..... ۹۸

منابع ..... ۱۰۱

منابع فارسی ..... ۱۰۱

منابع لاتین ..... ۱۰۲



## سخن مولف

مشکلات ناشی از اقتصاد تک محصولی و اتکای بیش از حد به درآمدهای نفتی، اقتصاد کشور را به شدت تحت تأثیر عوامل خارجی از جمله نوسانات بهای جهانی نفت قرار داده است. کاهش بهای نفت در بازارهای جهانی در بعضی مواقع به روشنی، اثرات منفی اتکای بیش از حد اقتصاد کشور به درآمدهای نفت را نشان داده است. از طرفی یکی از عوامل مهم دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار، رونق صادرات است که مهمترین هدف برنامه‌ریزی در بخش تجارت خارجی را تشکیل می‌دهد. نمایشگاه‌ها به عنوان یکی از مهمترین ابزار تجاری و اقتصادی با بهره‌مندی از فضا، امکانات و تسهیلات منحصر به فرد، بستر و زمینه مناسبی را برای تولیدکنندگان، بازرگانان داخلی و خارجی مهیا ساخته است تا علاوه بر عرضه و نمایش توانمندی‌ها، مبادلات تجاری و سرمایه‌گذاری‌های مشترک و بین‌المللی خود را در نمایشگاه‌های بین‌المللی توسعه بخشند. لذا بررسی و مطالعه نمایشگاه‌ها به عنوان ابزاری برای توسعه صادرات مهم تلقی می‌شود.

این کتاب که یک تحقیق کاربردی و توصیفی - پیمایشی می‌باشد بر اساس پرسشنامه و مصاحبه با صاحب‌نظران امر نمایشگاهی، به شناسایی موانع برگزاری نمایشگاهی در نمایشگاه تهران پرداخته است. جامعه آماری، کلیه کارکنان نمایشگاه بین‌المللی تهران بودند.

در این کتاب برای ارائه چارچوب‌های توسعه‌ای صنعت نمایشگاهی، به نظر مولف، بررسی موانع امری ضروری بوده و این مدل نقاط ضعف سازمان و نیز تهدیدهای بیرونی را به عنوان موانع محسوب نموده و نیز نقاط قوت داخلی و فرصت‌های بیرونی را زمینه‌ای برای یافتن راهکارها مدنظر قرار داده و در نهایت با نگاهی به موانع و زمینه‌های توسعه، راهکارهای توسعه را مورد توجه قرار داده است. نتایج تحقیق نشان داد که موانع سازمانی، محیطی، مدیریتی، سیاسی، فیزیکی، اقتصادی و منابع انسانی، موانع اصلی توسعه صنعت نمایشگاهی در ایران محسوب می‌شوند.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

این کتاب به دو بخش تقسیم خواهد شد. بخش اول شامل مباحث آموزشی در زمینه صادرات و صنعت نمایشگاهی می‌باشد. بخش اول شامل فصول: صادرات، تجارت برخی از کشورها در صادرات، صادرات غیرنفتی، صنعت نمایشگاهی، نمایشگاه‌های بین‌المللی، تاریخچه صنعت نمایشگاهی، نمایشگاه بین‌المللی تهران می‌باشد.

در بخش دوم راهکارهایی برای توسعه صنعت نمایشگاهی جمهوری اسلامی ایران شناسایی و ارائه خواهد شد. بخش دوم شامل فصول: کلیات، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادها می‌باشد. در پایان، بر خود لازم می‌دانم از همه عزیزانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب من را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

شیده هدایتی کیا

زمستان ۱۳۹۹

# Development of exhibition industry

By: Shideh Hedayatikia

نمایشگاه‌ها به عنوان یکی از مهمترین ابزار تجاری و اقتصادی با بهره‌مندی از فضا، امکانات و تسهیلات منحصر به فرد، بستر و زمینه مناسبی را برای تولید کنندگان، بازرگانان داخلی و خارجی مهیا ساخته است تا علاوه بر عرضه و نمایش توانمندی‌ها، مبادلات تجاری و سرمایه‌گذاری‌های مشترک و بین‌المللی خود را در نمایشگاه‌های بین‌المللی توسعه بخشند. لذا بررسی و مطالعه نمایشگاه‌ها به عنوان ابزاری برای توسعه صادرات مهم تلقی می‌شود.

ISBN: 978-600-8799-22-1



انتشارات موجک