

مقدمه ای بر صنعت نمایشگاهی

تدوین و تالیف :
سید محمد رضا علوی

روابط عمومی و امور بین الملل
شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی جمهوری اسلامی ایران

علوی، محمد رضا
مقدمه ای بر صنعت نمایشگاهی / تدوین و تالیف
محمد رضا علوی - تهران: آشا نشر، ۱۳۸۳.
۱۱۰ ص: مصور (رنگی)، جدول.

ISBN: 964-93710-9-5

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.
ص.ع. به انگلیسی: Mohammad Reza Alavi
Introduction to exhibition industry.

واژه نامه.
کتابنامه: ص ۷۶-۷۷.
۱. نمایشگاه ها. ۲. نمایشگاه ها - ایران.
الف. عنوان.

۶۰۷/۳۴ T ۳۹۶/ع ۸۴ م ۷
کتابخانه ملی ایران
۸۳-۱۸۲۵۶ م

نام اصلی کتاب: مقدمه ای بر صنعت نمایشگاهی
تدوین و تالیف: سید محمد رضا علوی
ناشر: آشا نشر
سال انتشار: ۱۳۸۳
نوبت چاپ: اول
تیراژ: ۲۰۰۰ جلد
قیمت: ۱۸۰۰۰ ریال
چاپ و صحافی: پرتو گراف
شماره شابک: ۹۶۴-۹۳۷۱۰-۹-۵

بسمه تعالی

امروزه نمایشگاههای تجاری بین‌المللی نقش مؤثری در عرصه سیاست، اقتصاد، اوضاع اجتماعی، فرهنگی و هنری ملل ایفاء می‌نمایند و کلیه کشورهای جهان رسالتی مهم و چند جانبه برای نمایشگاهها قائل‌اند و توجه وافر به نمایشگاههای سراسر دنیا و سرمایه‌گذاری و تلاش منظم و مستمر برای بهره‌گیری هرچه بیشتر از آن می‌نمایند چرا که ایجاد و برپایی نمایشگاهها نه تنها در زمینه ارتقاء علمی و دانش فنی و نیز ویژگیهای گوناگون امور نمایشگاهی مؤثرند بلکه از طرف دیگر فضایی مناسب برای انتقال و تبادل اطلاعات و ابتکارات می‌باشند که در یک محدوده خاص زمانی و مکانی موجبات افزایش مستمر کارایی و اثربخش امور بازرگانی و افزایش همکاریهای ملی و بین‌المللی و متعاقب آن نیرومند ساختن بنیه اقتصادی کشورها را فراهم می‌آورند. اثربخشی نمایشگاهها در برنامه‌ریزیهای اقتصادی کشورها بخوبی نمایان است و آینه تمام‌نمایی برای اصلاح، تقویت و بهبود روشها و تسهیل ارتباطات تجاری، دستیابی به بازارهای مختلف و رونق مبادلات بازرگانی می‌باشند.

برپایی نمایشگاههای تجاری وسیله‌ای برای نایل آمدن به اهداف توسعه صادرات می‌باشد و بدین لحاظ نقش فعالیتهای بازاریابی برای موفقیت آن بی‌نهایت مؤثر است و با

رعایت اصول بازاریابی و شناخت بازارها و نیز برنامه‌ریزی صحیح، نمایشگاه‌ها می‌توانند کمک مؤثری در امر ارتقاء تجارت بین‌المللی و حضور فعال و گسترده در عرصه مبادلات بازرگانی ملی و بین‌المللی محسوب گردد.

دکتر حسین اسفهبودی

خرداد ماه ۱۳۸۳

www.ketab.ir

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

مقدمه

فصل اول: نمایشگاه، واژه‌شناسی و تعریف ۵

واژه‌شناسی نمایشگاه ۷

تعریف نمایشگاه ۸

فصل دوم: تاریخچه برگزاری نمایشگاه‌ها در جهان ۱۱

سیر تاریخی برپایی و شکل‌گیری نمایشگاه‌ها ۱۴

نگاهی به نمایشگاه‌های مهم تاریخی و بین‌المللی ۱۷

فصل سوم: شکل‌گیری اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی (UFI) ۲۱

اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی، ماهیت و وظایف ۲۳

اعضای اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی ۲۴

ساختار و تشکیلات اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی ۲۶

فصل چهارم: تاریخچه برگزاری نمایشگاه‌ها در ایران ۳۱

فعالیت‌های نمایشگاهی قبل از انقلاب اسلامی ایران ۳۳

فعالیت‌های نمایشگاهی پس از انقلاب اسلامی ایران ۳۵

فصل پنجم: انواع نمایشگاهها	۴۱
نمایشگاههای عمومی	۴۳
نمایشگاههای تخصصی	۴۵
نمایشگاههای فروش یا عرضه مستقیم کالا	۴۶
نمایشگاههای نمایشی یا اکسپو	۴۶
نمایشگاههای اختصاصی	۴۸
نمایشگاههای مجازی	۴۹
فصل ششم: صنعت نمایشگاهی، نقش و جایگاه	۵۱
صنعت نمایشگاهی، ابعاد و آثار آن	۵۴
نقش نمایشگاهها از دیدگاه روابط بین الملل	۶۰
جایگاه صنعت نمایشگاهی از دیدگاه صاحب نظران	۶۲
فصل هفتم: صنعت نمایشگاهی و فعالیتهای تحقیق و توسعه	۶۹
تعریف تحقیق و توسعه	۷۱
ضرورت فعالیتهای تحقیق و توسعه در صنعت نمایشگاهی	۷۲
نتیجه گیری	۷۵
منابع و مأخذ	۷۶
ضمیمه: فرهنگ واژگان و اصطلاحات نمایشگاهی به زبان انگلیسی	۷۹

به نام آنکه جان را فکرت آموخت

مقدمه

در هزاره سوم استفاده از تکنیک‌های نوین بازاریابی بویژه در سطح بین‌المللی روش اصلی مؤسسات اقتصادی و شرکتهایی شده است که قصد دارند به بقا و رشد خود در این دنیای پویای اقتصادی تداوم بخشند چرا که دهکده جهانی که هنوز از ایجادش مدت زیادی نگذشته است به بازار جهانی تبدیل شده است. در این بازار جهانی بطور مستمر رقابت جدیدی پا به عرصه می‌گذارند و رقابتی قدیمی با بهره‌گیری از روشهای گوناگون بازاریابی در سطوح ملی و بین‌المللی سهم خود در این عرصه را محفوظ می‌دارند.

از دیرباز نمایشگاههای تجاری - صنعتی و بین‌المللی به عنوان یکی از مهمترین بسترهای مناسب بازاریابی به شمار آمده است و هنوز هم مشارکت در نمایشگاهها یکی از ابزارهای کارا و مطلوب در این زمینه محسوب می‌گردد. در سایه توسعه فعالیتهای اقتصادی و تجاری ملی و بین‌المللی "صنعت نمایشگاهی" نیز رشد و توسعه قابل توجهی در سطح جهان داشته و اهمیت فزاینده‌ای را در عرصه صنعت و تجارت دنیا بدست آورده است. لذا به منظور فعالیت هرچه بیشتر در جهت علمی تر شدن بستر رشد و شکوفایی صنعت نمایشگاهی به نظر می‌آید انجام بررسیها و پژوهش‌های علمی در باب فعالیتهای

نمایشگاهی داخلی و فرامرزی می‌تواند گامی مؤثر در مسیر توسعه علمی این بخش مهم در حوزه صنعت و تجارت کشور باشد.

در فرایند پژوهش و تنظیم این مجموعه تلاش گردید تا با بررسی منابع گوناگون علمی - تخصصی داخلی و خارجی و بهره‌گیری از نتایج پژوهشهای انجام شده توسط صاحب‌نظران و کارشناسان خبره، مبانی و مفاهیم این صنعت مهم تبیین و تدوین گردد تا گامی در جهت فعالیتهای گسترده‌تر و مستمرآتی به منظور پژوهش، تنظیم و انتشار مجموعه‌های مختلف پیرامون ابعاد گوناگون فعالیتهای نمایشگاهی داخلی و خارجی باشد، چرا که بهره‌گیری از فرصتهای نمایشگاهی در سایه ارتقاء آگاهی و دانش تخصصی پیرامون ماهیت نمایشگاه، اصول و مفاهیم آن و روشهای مؤثر و نوین در برنامه‌ریزی، برپایی و مشارکت در نمایشگاههای ملی و بین‌المللی فراهم می‌آید. این مجموعه کوشیده است تا ضمن بررسی ریشه لغوی وازگان مصطلح در خصوص «نمایشگاه» و ارائه تعاریف مختلف به ذکر تاریخچه و فرایند شکل‌گیری نمایشگاهها در جهان و ایران و تقسیم‌بندی موجود در خصوص انواع نمایشگاهها پرداخته و سپس نقش، جایگاه و اهمیت صنعت نمایشگاهی در جهان امروز و نیز جایگاه فعالیت‌های تحقیق و توسعه در این صنعت را تبیین نماید. علاوه بر این و به منظور غنی‌سازی این مجموعه و بهره‌مندی علاقمندان فعال در زمینه نمایشگاههای برون مرزی فرهنگ اصطلاحات نمایشگاهی به زبان انگلیسی - بصورت فشرده - تدوین و تنظیم و بانضمام آن ارائه گردیده است.

بر اینجانب فرض است که از سروران و صاحب‌نظران اندیشمند که باراهنمایی و ارائه نظرات ارزنده‌شان حقیر را در این طریق مساعدت نموده و رهنمون شدند بویژه جناب آقای دکتر حسین اسفهبیدی مدیر عامل و ریاست محترم هیأت مدیره شرکت سهامی نمایشگاههای بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران و جناب آقای علیرضا قدوسی مدیر محترم روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت سهامی نمایشگاههای بین‌المللی

جمهوری اسلامی ایران که با نگرش علمی، ژرف و آتیه نگر مشوق شکل گیری مجموعه های علمی و پژوهشی در این زمینه اند صمیمانه سپاسگزاری نمایم. علاوه بر این از مساعدت های جناب آقای محمد سعادت پور مسئول محترم اداره سمعی و بصری و تبلیغات روابط عمومی شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی جمهوری اسلامی ایران تشکر می نمایم و پیشاپیش از صاحب نظران و کارشناسان محترمی که با ارائه نظرات ارزنده شان اینجانب را در جهت رفع نارسائی های احتمالی یاری می رسانند، قدر دانی میکنم. امید است این مجموعه بتواند سهمی هر چند اندک در جهت تعمیق و گسترش فعالیتهای پژوهشی و آموزشی صنعت نمایشگاهی ایفاء نماید.

سید محمد رضا علوی

تهران - ۱۳۸۳