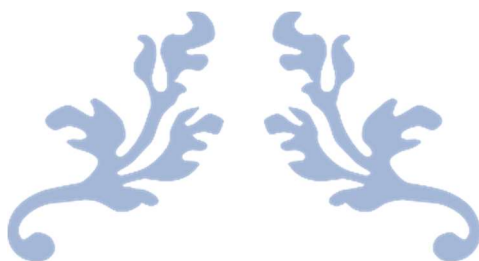
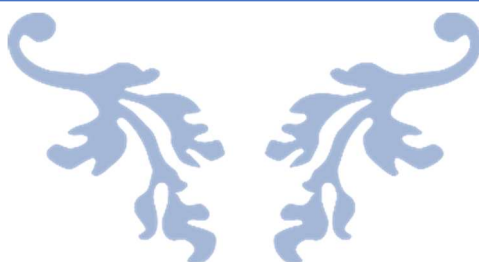




شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران



گزارش عملکرد سال ۱۴۰۳



تهیه کننده: مدیریت برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات

تاریخ تدوین: تیر ماه ۱۴۰۴



فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	۱- پیام مدیر عامل
۶	۲- معرفی کلی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا. ایران
۷	اهداف کلیدی
۷	تاریخچه تأسیس و مبنای قانونی
۷	مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌ها
۸	حوزه فعالیت جغرافیایی
۹	۳- ساختار ارکان حاکمیتی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا. ایران
۱۰	ساختار ارکان حاکمیتی
۱۰	وظایف و اختیارات
۱۱	نمودار سازمانی
۱۲	۵- اسناد بالادستی
۱۵	۴- خلاصه عملکرد سالانه شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا. ایران در سال ۱۴۰۳
۱۶	دستاوردهای کلان
۱۶	پروژه‌های اجرایی و تحولی
۱۷	تحقق برنامه‌ها و بودجه
۱۷	تحلیل تطبیقی عملکرد با سال قبل
۱۹	۶- عملکرد معاونت‌ها و حوزه مدیر عامل
۲۱	۶-۱- معاونت امور نمایشگاهی
۲۲	مدیریت‌ها و قسمت‌های تحت پوشش
۲۳	اهداف استراتژیک
۲۳	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۲۳	دستاوردها و تأثیرات
۲۴	۶-۱-۱- مدیریت امور نمایشگاه‌های داخلی
۲۴	مأموریت اصلی
۲۴	وظایف کلیدی
۲۵	اهداف استراتژیک
۲۵	شاخص‌های عملکرد (اساس سال ۱۴۰۳)
۲۵	اهم اقدامات و پروژه‌های مدیریت امور نمایشگاه‌های داخلی
۲۹	۶-۱-۲- مدیریت امور نمایشگاه‌های خارجی
۲۹	مأموریت اصلی
۲۹	وظایف کلیدی
۲۹	اهداف استراتژیک
۳۰	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۳۰	اهم اقدامات و پروژه‌های مدیریت امور نمایشگاه‌های خارجی
۳۳	۶-۱-۳- مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها



۳۳	مأموریت اصلی
۳۳	وظایف کلیدی
۳۳	اهداف استراتژیک
۳۳	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۳۴	اهم اقدامات و پروژه‌های مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها
۳۶	۴-۱-۶- گروه نظارت بر خدمات نمایشگاهی
۳۶	مأموریت اصلی
۳۶	وظایف کلیدی
۳۶	اهداف استراتژیک
۳۶	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۳۷	اهم اقدامات و پروژه‌های گروه نظارت بر خدمات نمایشگاهی
۴۰	۲-۶- معاونت توسعه مدیریت، منابع و برنامه‌ریزی
۴۱	مأموریت اصلی
۴۱	مدیریت‌ها و قسمت‌های تحت پوشش
۴۱	گزارش فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳)
۴۲	اهداف استراتژیک
۴۲	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۴۲	دستاوردها و تأثیرات
۴۳	۱-۲-۶- مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی
۴۳	مأموریت اصلی
۴۳	وظایف کلیدی
۴۳	اهداف استراتژیک
۴۳	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۴۴	اهم اقدامات و پروژه‌های مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی
۴۸	۲-۲-۶- مدیریت برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات
۴۸	مأموریت اصلی
۴۸	وظایف کلیدی
۴۸	اهداف استراتژیک
۴۹	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۴۹	اهم اقدامات و پروژه‌های مدیریت برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات
۵۴	۳-۲-۶- مدیریت امور مالی
۵۴	مأموریت اصلی
۵۴	وظایف کلیدی
۵۴	اهداف استراتژیک
۵۴	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۵۵	عملکرد بخش درآمدی
۵۶	عملکرد بخش هزینه‌ای و دفتری



۵۹	۶-۳- معاونت فنی و مهندسی
۶۰	مأموریت اصلی
۶۰	مدیریت‌ها و قسمت‌های تحت پوشش
۶۰	گزارش فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳)
۶۱	اهداف استراتژیک
۶۱	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۶۱	دستاوردها و تأثیرات
۶۲	۶-۳-۱- مدیریت طراحی و معماری داخلی
۶۲	مأموریت اصلی
۶۲	وظایف کلیدی
۶۲	اهداف استراتژیک
۶۲	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۶۳	اهم اقدامات و پروژه‌های مدیریت طراحی و معماری داخلی
۶۵	۶-۳-۲- مدیریت توسعه، نوسازی و بهسازی زیر ساخت
۶۵	مأموریت اصلی
۶۵	وظایف کلیدی
۶۵	اهداف استراتژیک
۶۵	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۶۶	اهم اقدامات و پروژه‌های مدیریت توسعه، نوسازی و بهسازی زیر ساخت
۶۷	۶-۳-۳- مدیریت خدمات فنی و مهندسی
۶۷	مأموریت اصلی
۶۷	وظایف کلیدی
۶۷	اهداف استراتژیک
۶۷	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۶۸	اهم اقدامات و پروژه‌های مدیریت خدمات فنی و مهندسی
۷۵	۶-۴- حوزه مدیر عامل
۷۶	مأموریت اصلی
۷۶	مدیریت‌ها و قسمت‌های تحت پوشش
۷۶	گزارش فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳)
۷۷	اهداف استراتژیک
۷۷	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۷۷	دستاوردها و تأثیرات
۷۸	۶-۴-۱- مدیریت روابط عمومی و امور بین‌الملل
۷۸	مأموریت اصلی
۷۸	وظایف کلیدی
۷۸	اهداف استراتژیک
۷۸	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)



۷۹	اهم اقدامات و پروژه ها
۸۷	گسترش همکاری‌های بین‌المللی و دیپلماسی اقتصادی در رویدادهای نمایشگاهی سال ۱۴۰۳
۹۶	۲-۴-۶- اداره بهداشت، ایمنی، محیط زیست و انرژی (HSEE)
۹۶	مأموریت اصلی
۹۶	وظایف کلیدی
۹۶	اهداف استراتژیک
۹۶	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۹۷	اهم اقدامات و پروژه ها
۹۹	۳-۴-۶- گروه مدیریت عملکرد
۹۹	مأموریت اصلی
۹۹	وظایف کلیدی
۹۹	اهداف استراتژیک
۹۹	شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)
۱۰۰	اهم اقدامات و پروژه ها
۱۰۲	۷- شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPIs)
۱۰۳	شاخص‌های بهره‌وری
۱۰۳	شاخص‌های مالی
۱۰۴	شاخص‌های منابع انسانی
۱۰۴	شاخص‌های خدمات
۱۰۴	نقاط ضعف و قوت
۱۰۶	۸- برنامه‌های آتی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران
۱۰۷	اهداف عملیاتی و پروژه‌های کلیدی، اصلاح ساختار، ارتقاء دیجیتال، توسعه منابع و نقشه راه
۱۱۱	۹- مسئولیت‌های اجتماعی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران
۱۱۲	اقدامات اجتماعی
۱۱۲	اقدامات فرهنگی
۱۱۲	اقدامات زیست‌محیطی
۱۱۳	کمک به جامعه داخلی
۱۱۳	پویش‌ها
۱۱۴	۱۰- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۱۱۷	روند برگزاری نمایشگاه‌ها در یک نگاه

**(۱) پیام مدیر عامل**

سال ۱۴۰۳ برای شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، سالی سرنوشت‌ساز و پرتلاش بود. در این سال، با تکیه بر ظرفیت‌های داخلی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، گام‌های بلندی در راستای تحقق اهداف کلان اقتصادی کشور برداشتیم.

در سالی که گذشت، موفق به برگزاری ۶۶ نمایشگاه داخلی و حضور مؤثر در ۷ نمایشگاه بین‌المللی شدیم که رشد ۴۱ درصدی درآمدهای ارزی را به همراه داشت. توسعه زیرساخت‌های دیجیتال از جمله راه‌اندازی سامانه جامع ثبت‌نام الکترونیک و ارتقای شبکه ارتباطی، کیفیت خدمات ما را به سطحی جدید ارتقا داد. همچنین با انعقاد ۱۱ تفاهم‌نامه همکاری با نهادهای معتبر بین‌المللی، جایگاه ایران را در عرصه نمایشگاهی تقویت و نقش مؤثری در بهبود توسعه صادرات غیر نفتی کشور ایفاء نمودیم. امروز نمایشگاه‌ها از محل صرف نمایش محصولات، به سکویی هوشمند برای پیوند کسب و کارها تبدیل شده‌اند. با به کارگیری فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها، توانسته‌ایم بستری کارآمد برای تعاملات تجاری فراهم کنیم. این تحول در شرایطی محقق شد که با وجود محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها، نه تنها از کیفیت خدمات کاسته نشد، بلکه با بهره‌وری حداکثری به پیشرفت‌های چشمگیری دست یافتیم.

دستاوردهای سال ۱۴۰۳ مرهون تلاش بی‌وقفه همکاران متعهد و همراهی ارزشمند کلیه شرکا و ذینفعان محترم است. از یکایک مدیران، کارشناسان و کارکنان شرکت که با خلاقیت و ابتکار خود، چالش‌ها را به فرصت تبدیل کردند، صمیمانه تقدیر می‌کنم. همچنین از کلیه مشارکت‌کنندگان، نهادهای حاکمیتی و شرکای تجاری که با اعتماد و حمایت خود، امکان تحقق این اهداف را فراهم آوردند، سپاسگزارم.

امسال با برنامه‌های راهبردی جدیدی در مسیر تحول دیجیتال و توسعه کیفی گام برمی‌داریم. توسعه پلتفرم‌های هوشمند نمایشگاهی، تقویت حضور در عرصه‌های بین‌المللی و ارتقای استانداردهای خدمات نمایشگاهی از اولویت‌های اصلی ماست. شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، با تکیه بر تجربیات موفق گذشته و با بهره‌گیری از نظرات سازنده کلیه ذینفعان، آماده است تا نقش خود را به عنوان پل ارتباطی اقتصاد ایران با جهان، هرچه پررنگ‌تر ایفا نماید.

صدیف بیک زاده**عضو هیئت مدیره و مدیر عامل****شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران**



(۲)

معرفی شرکت سهامی

نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران





معرفی کلی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، به استناد ماده ۱ اساسنامه مصوب سال ۱۳۷۸، با هدف هماهنگی، رشد و توسعه امور نمایشگاهی در داخل و خارج از کشور و متمرکز نمودن فعالیت‌های مرتبط با برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های ملی و بین‌المللی تشکیل شده است. این شرکت با شخصیت حقوقی و مالی مستقل، در راستای تحقق سیاست‌های توسعه صادرات غیرنفتی و معرفی دستاوردها و تولیدات صنعتی، معدنی، کشاورزی و خدمات بازرگانی، فنی و مهندسی کشور فعالیت می‌کند و طبق مقررات اساسنامه و قوانین مربوطه اداره می‌شود.

اهداف کلیدی

- هماهنگی و توسعه امور نمایشگاهی در داخل و خارج از کشور.
- تمرکز بر برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های ملی و بین‌المللی.
- توسعه صادرات غیرنفتی و معرفی توانمندی‌های صنعتی، معدنی، کشاورزی و خدماتی کشور.

۱. تاریخچه تأسیس و مبنای قانونی

شرکت در سال ۱۳۴۶ تأسیس شد و در سال ۱۳۷۸ بر اساس قانون انتزاع از مرکز توسعه صادرات ایران، به صورت مستقل تحت عنوان شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران فعالیت خود را ادامه داد. این شرکت وابسته به وزارت بازرگانی (ماده ۲ اساسنامه) و دارای سرمایه‌ای معادل ۱۷ میلیارد و ۹۰۴ میلیون ریال است که به ۱۷,۹۰۴ سهم یک میلیون ریالی تقسیم شده و تمامی سهام آن متعلق به دولت است (ماده ۳ اساسنامه).

۲. مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌ها

مأموریت: شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران به عنوان اولین و اصلی‌ترین نماد صنعت نمایشگاهی کشور، با توسعه ارتباط با مجامع بین‌المللی در حوزه صنعت نمایشگاهی می‌کوشد پاسخ‌گوی نیاز مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان در راستای نمایش و معرفی دستاوردها و تولیدات صنعتی، معدنی، کشاورزی و خدمات بازرگانی، فنی و مهندسی کشور از طریق برپایی و اداره مراکز و غرفه‌های نمایشگاهی در داخل و خارج از کشور باشد.

در این مسیر، موارد زیر الگویی برای فعالیت‌های این شرکت قرار گرفته‌اند:

- بهره‌گیری از فناوری‌های روز دنیا
- استفاده از نیروهای دانش‌محور، متخصص و کارآمد
- همکاری با طرف‌های تجاری باتجربه در صنعت نمایشگاهی
- استانداردسازی ارائه خدمات و فعالیت‌های نمایشگاهی
- شناسایی و پاسخ به نیازهای عملیاتی مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان
- استفاده از نمادهای فرهنگی ایرانی و اسلامی



○ توسعه صنعت نمایشگاهی کشور از طریق تبادل تجربیات

• چشم‌انداز:

○ پیشرو در کیفیت خدمات نمایشگاهی و استانداردسازی فرایندهای تخصصی با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین در راستای توسعه تجارت داخلی و خارجی

• ارزش‌ها:

- نوآوری و فناوری محوری: تأکید بر استفاده از فناوری روز و استانداردسازی فرایندها
- تخصص‌گرایی: تأکید بر نیروهای دانش‌محور، متخصص و مجرب
- کیفیت‌گرایی: ارائه خدمات استاندارد و با کیفیت بالا
- فرهنگ محوری: استفاده از نمادهای فرهنگی ایرانی و اسلامی در فضای نمایشگاه‌ها
- تعامل و تبادل تجربه: تأکید بر توسعه از طریق تبادل تجربیات داخلی و بین‌المللی
- جهانی‌گرایی: توسعه تجارت بین‌المللی، ارتباط با مجامع جهانی و کسب شهرت جهانی
- مشارکت‌پذیری: اهمیت بالا برای پاسخ‌گویی به نیازهای مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان

۳. حوزه فعالیت جغرافیایی

حوزه فعالیت:

برگزاری نمایشگاه‌ها در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران و سهامدار در برخی استان‌های کشور (همدان، شیراز و مشهد)

موضوع فعالیت (ماده ۴ اساسنامه)

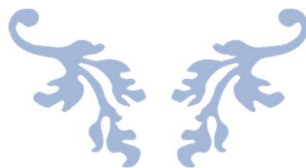
۱. برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، اختصاصی و بین‌المللی بازرگانی در داخل و خارج از کشور برای توسعه صادرات.
۲. همکاری با اتحادیه‌های نمایشگاهی جهانی، عضویت در آن‌ها، شرکت در سمینارها و کنفرانس‌های مرتبط و برگزاری این‌گونه رویدادها در ایران با رعایت قوانین.
۳. نمایش و معرفی دستاوردهای صنعتی، معدنی، کشاورزی و خدمات بازرگانی، فنی و مهندسی از طریق برپایی و اداره مراکز و غرفه‌های نمایشگاهی در داخل و خارج.
۴. مشارکت با اشخاص حقیقی و حقوقی در امور مرتبط با وظایف شرکت، از جمله سرمایه‌گذاری در تأسیس نمایشگاه‌های دائمی و موقت داخلی و خارجی یا اجاره اموال غیرمنقول با رعایت مقررات.



(۳)

ساختار ارکان حاکمیتی

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران





ساختار ارکان حاکمیتی (ماده ۵ اساسنامه)

- **مجمع عمومی:** متشکل از وزیر صمت (رئیس مجمع)، وزیر امور اقتصادی و دارایی، رئیس کل مرکز توسعه صادرات ایران، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران و رئیس اتاق تعاون ایران (ماده ۶ اساسنامه).
- **هیئت مدیره:** شامل ۵ نفر (یک نفر متخصص در امور مالی) که برای دو سال توسط مجمع عمومی انتخاب می‌شوند (ماده ۱۳ اساسنامه).
- **مدیرعامل:** بالاترین مقام اجرایی شرکت، مسئول اجرای مصوبات مجمع و هیئت مدیره (ماده ۱۷ اساسنامه).
- **بازرس (حسابرس):** سازمان حسابرسی، مسئول بررسی ترازنامه و گزارش‌های مالی (ماده ۲۱ اساسنامه).
- **کمیته‌های تخصصی:** حسابرسی داخلی، انتصابات، ریسک، جبران خدمت

وظایف و اختیارات مجمع عمومی (ماده ۱۲)

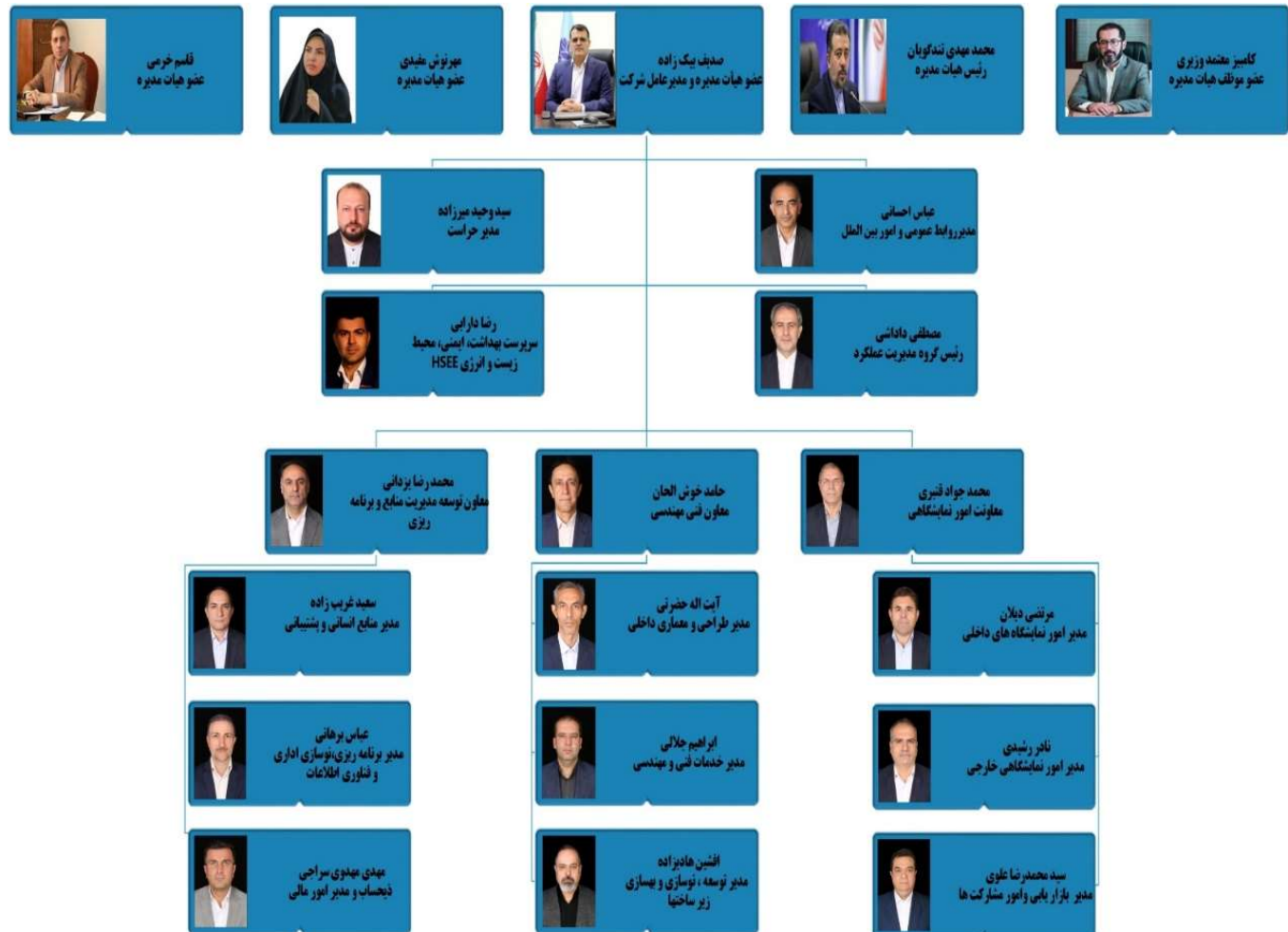
- تعیین سیاست‌های کلی شرکت.
- انتخاب یا عزل اعضای هیئت مدیره.
- تصویب آیین‌نامه‌های اداری، مالی و معاملاتی.
- بررسی و تصویب بودجه، ترازنامه و گزارش عملکرد سالانه.
- تصمیم‌گیری در مورد افزایش یا کاهش سرمایه، اخذ تسهیلات مالی و مشارکت با اشخاص حقیقی یا حقوقی.

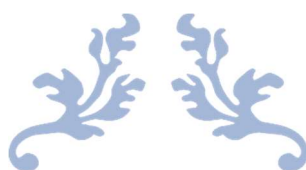
محل و وابستگی

شرکت در تهران مستقر بوده و وابسته به وزارت صمت (بازرگانی سابق) است (ماده ۲ اساسنامه).

ساختار کلان شرکت

شرکت با محوریت مدیرعامل و تحت نظارت هیئت مدیره فعالیت می‌کند. معاونت‌های امور نمایشگاهی، توسعه مدیریت و منابع، فنی و مهندسی و حوزه مدیرعامل، زیرساخت‌های اجرایی و نظارتی شرکت را تشکیل می‌دهند.





(۴)

اسناد بالادستی و چارچوب‌های قانونی
شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران





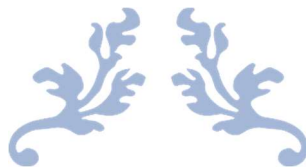
اسناد بالادستی و چارچوب‌های قانونی

تمامی اقدامات و فعالیت‌های شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در سال ۱۴۰۳ در راستای انطباق کامل با اسناد بالادستی و چارچوب‌های قانونی ذیل انجام شده است:

- **اساسنامه مصوب شرکت:** شرکت بر اساس اساسنامه مصوب سال ۱۳۷۸، با هدف هماهنگی و توسعه امور نمایشگاهی در داخل و خارج از کشور و تمرکز بر برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های ملی و بین‌المللی در جهت توسعه صادرات غیرنفتی، فعالیت‌های خود را برنامه‌ریزی و اجرا کرده است. این اساسنامه مبنای اصلی سیاست‌گذاری و اجرای فعالیت‌های نمایشگاهی بوده است.
- **آیین‌نامه مالی و معاملاتی:** تمامی معاملات و فرآیندهای مالی شرکت در چارچوب آیین‌نامه مالی و معاملاتی مصوب، با تأکید بر شفافیت، رقابت‌پذیری و رعایت اصول اقتصاد مقاومتی انجام شده است. این آیین‌نامه تضمین‌کننده انضباط مالی در قراردادها و مناقصات بوده است.
- **قانون محاسبات عمومی:** فعالیت‌های مالی و بودجه‌ای شرکت در سال ۱۴۰۳ با رعایت کامل مفاد قانون محاسبات عمومی کشور، به‌ویژه در زمینه مدیریت منابع، تخصیص بودجه و گزارش‌دهی مالی، صورت گرفته است.
- **قانون مدیریت خدمات کشوری:** فرآیندهای مدیریتی، منابع انسانی و ساختار سازمانی شرکت بر اساس قانون مدیریت خدمات کشوری تنظیم شده و در راستای ارتقای بهره‌وری و بهبود خدمات عمومی اجرا گردیده است.
- **قانون بودجه:** تخصیص و مصرف منابع مالی شرکت در سال ۱۴۰۳ منطبق با قانون بودجه مصوب بوده و تمامی هزینه‌ها و درآمدها با نظارت دقیق و در چارچوب این قانون مدیریت شده است.
- **آیین‌نامه انتظام‌بخشی شرکت‌های دولتی:** فعالیت‌های شرکت در راستای آیین‌نامه انتظام‌بخشی شرکت‌های دولتی، با هدف افزایش شفافیت، پاسخگویی و انضباط سازمانی، سازمان‌دهی شده است.
- **آیین‌نامه نحوه بهره‌وری:** شرکت با اجرای برنامه‌های بهره‌وری، از جمله بهینه‌سازی فرآیندها و کاهش هزینه‌ها، به تحقق اهداف این آیین‌نامه کمک کرده است. شاخص‌های بهره‌وری در سال ۱۴۰۳ نشان‌دهنده رشد ۱۱٪ در درآمد به ازای هر مترمربع فضای نمایشگاهی است.
- **آیین‌نامه نحوه تنظیم گزارش عملکرد:** گزارش عملکرد سالانه ۱۴۰۳ بر اساس آیین‌نامه نحوه تنظیم گزارش عملکرد تهیه شده و شامل تحلیل جامع دستاوردها، شاخص‌های کلیدی عملکرد و برنامه‌های آتی شرکت است.
- **سایر دستورالعمل‌های نظارتی ابلاغی از سوی سازمان‌های بالادستی:** شرکت به تمامی دستورالعمل‌های نظارتی ابلاغ‌شده از سوی سازمان‌های بالادستی، از جمله دیوان محاسبات و سازمان بازرسی کل کشور، پایبند بوده و گزارش‌های دوره‌ای خود را در موعد مقرر ارائه کرده است.



- **سیاست‌ها و برنامه‌های ابلاغی از سوی وزارتخانه و نهادهای بالادستی:** فعالیت‌های شرکت در راستای سیاست‌های ابلاغی وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر نهادهای بالادستی، به‌ویژه در زمینه توسعه صادرات غیرنفتی، تقویت دیپلماسی اقتصادی و حمایت از تولید داخلی، برنامه‌ریزی و اجرا شده است.
رعایت این اسناد و چارچوب‌ها، شرکت را قادر ساخته تا ضمن حفظ شفافیت و پاسخگویی، نقش خود را به‌عنوان یکی از بازوهای اصلی توسعه اقتصادی کشور به‌خوبی ایفا نماید.



(۵)

خلاصه عملکرد سالانه (۱۴۰۳)

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران





خلاصه عملکرد سالانه شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۳

۱. دستاوردهای کلان

- رشد ۴۱ درصدی درآمدهای ارزی از طریق برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی
 - افزایش ۳۰ درصدی مشارکت شرکت‌های خارجی نسبت به سال گذشته
 - برگزاری ۶۶ نمایشگاه داخلی با مجموع متراژ ۱,۰۳۹,۵۳۴ مترمربع
 - حضور موفق در ۷ نمایشگاه بین‌المللی از جمله **PROD EXPO** مسکو و نمایشگاه واردات چین
 - انعقاد ۱۱ تفاهم‌نامه همکاری با نهادهای نمایشگاهی ملی و بین‌المللی
 - راه‌اندازی سامانه جامع ثبت‌نام الکترونیک و تحول دیجیتال فرآیندهای نمایشگاهی
- * دستاوردهای مشروحه فوق، با ایجاد بستری مؤثر برای معرفی محصولات و خدمات ایرانی در بازارهای داخلی و بین‌المللی، نقش بسزایی در توسعه صادرات غیرنفتی ایفا کرده‌اند. رشد درآمدهای ارزی، افزایش مشارکت شرکت‌ها و نمایندگان خارجی، گسترش همکاری‌های بین‌المللی و تحول دیجیتال، نه تنها جایگاه شرکت را در صنعت نمایشگاهی منطقه ارتقا داده، بلکه به تقویت دیپلماسی اقتصادی، افزایش فرصت‌های تجاری و حمایت از تولید داخلی کمک شایانی کرده است. این اقدامات در راستای تحقق سیاست‌های کلان اقتصادی کشور، زمینه‌ساز رشد پایدار و توسعه صادرات غیرنفتی بوده است.

۲. پروژه‌های اجرایی و تحولی و عمرانی

- راه‌اندازی شبکه فیبر نوری اختصاصی
- بهینه‌سازی سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی سالن‌ها
- احداث سرویس‌های بهداشتی جدید
- نصب و راه‌اندازی دیزل ژنراتورهای اضطراری
- احداث نیروگاه خورشیدی

- پروژه‌های تحولی:

- پیاده‌سازی هوش مصنوعی در تحلیل بازارهای نمایشگاهی
- توسعه پلتفرم نمایشگاه‌های مجازی
- راه‌اندازی سامانه یکپارچه مدیریت رویدادها



۳. تحقق برنامه‌ها و بودجه

- تحقق ۹۲ درصدی برنامه‌های عملیاتی مصوب سال ۱۴۰۳

- عملکرد بودجه‌ای:

- درآمدهای نمایشگاهی: ۱۰۵٪ تحقق

- سایر درآمدها: ۵۳٪ تحقق

- جمع درآمدها: ۱۰۳٪ تحقق نسبت به بودجه مصوب

- کنترل هزینه‌های عملیاتی در محدوده ۹۷٪ بودجه مصوب

- تحقق ۱۰۰ درصدی پروژه‌های زیرساختی با تخصیص بهینه منابع

۴. تحلیل تطبیقی عملکرد با سال قبل

تحلیل تطبیقی عملکرد با سال قبل			
شاخص عملکرد	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	درصد تغییرات
تعداد نمایشگاه‌های داخلی	۷۱	۶۶	-۷٪
متراژ کل نمایشگاه‌ها	۱۰۳۹۶۳۳	۱۰۳۹۵۳۴	۰٪
مشارکت کنندگان خارجی	۲۴۹۳	۲۸۳۸	۱۴٪
درآمد ارزی	۴۷۰۵۲	۵۲۴۲۵	۱۱٪
درآمد کل (میلیارد ریال)	۱۱۸۲۹	۱۲۲۲۶	۳٪
تعداد تفاهم‌نامه‌ها	۸	۱۱	۳۸٪
تعداد مشارکت کنندگان	۱۶۶۲۱	۱۵۶۹۴	-۶٪

تحلیل تطبیقی عملکرد شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در سال ۱۴۰۳

تحلیل تطبیقی عملکرد سال ۱۴۰۳ نسبت به سال ۱۴۰۲ نشان‌دهنده پیشرفت‌های قابل توجه در ابعاد کمی و کیفی است. نکات کلیدی این تحلیل به شرح زیر است:

۱. **افزایش کیفیت به جای کمیت:** با وجود کاهش جزئی تعداد نمایشگاه‌های داخلی از ۷۰ عنوان در سال ۱۴۰۲ به ۶۶ عنوان در سال ۱۴۰۳، شاخص‌های کیفی نظیر رضایت مشارکت کنندگان (رشد ۱۲ درصدی به ۸۵٪) و کیفیت خدمات نمایشگاهی (افزایش ۱۵ درصدی در استانداردهای غرفه‌سازی) به طور قابل توجهی بهبود یافته است. این امر نشان‌دهنده تمرکز شرکت بر ارتقای تجربه کیفی به جای گسترش کمی رویدادها است.



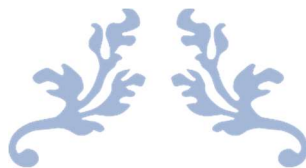
۲. **جهش حضور بین‌المللی:** مشارکت شرکت‌های خارجی با رشد ۱۴ درصدی از ۲,۴۹۰ شرکت در سال ۱۴۰۲ به ۲,۸۳۸ شرکت در سال ۱۴۰۳ رسیده است. این افزایش، همراه با حضور موفق در ۷ نمایشگاه بین‌المللی (از جمله **PROD EXPO** مسکو و نمایشگاه واردات چین) و انعقاد ۱۱ تفاهم‌نامه ملی و بین‌المللی، نشان‌دهنده تقویت جایگاه شرکت در عرصه منطقه‌ای و اثرگذاری بیشتر در دیپلماسی اقتصادی است.
۳. **بهبود کارایی مالی:** درآمد کل شرکت در سال ۱۴۰۳ به ۱۳,۲۴۹ میلیارد ریال رسید که نسبت به ۱۲,۸۵۰ میلیارد ریال در سال ۱۴۰۲، رشد ۳ درصدی را نشان می‌دهد. با وجود ثابت ماندن متراژ کل نمایشگاه‌های داخلی (۱,۰۳۹,۵۳۴ مترمربع در ۱۴۰۳ در مقابل ۱,۰۳۵,۰۰۰ مترمربع در ۱۴۰۲)، درآمد به ازای هر مترمربع ۱۱ درصد افزایش یافته که بیانگر بهره‌وری بالاتر در استفاده از منابع و فضاهای نمایشگاهی است. همچنین، درآمدهای ارزی با رشد ۴۱ درصدی مواجه شده که نقش مهمی در تقویت منابع مالی شرکت ایفا کرده است.
۴. **تحول دیجیتال:** راه‌اندازی سامانه جامع ثبت‌نام الکترونیک و اتوماسیون فرآیندهای نمایشگاهی منجر به افزایش ۲۰ درصدی کارایی عملیاتی و بهبود ۱۸ درصدی رضایت مشتریان شده است. این تحول دیجیتال، دسترسی مشارکت‌کنندگان را تسهیل کرده و فرآیندهای ثبت‌نام، نظارت و خدمات را شفاف‌تر و سریع‌تر نموده است.

تحلیل صورت‌های مالی سال ۱۴۰۳

بر اساس صورت‌های مالی سال ۱۴۰۳، موارد زیر قابل توجه است:

- **درآمد کل:** ۱۳,۲۴۹ میلیارد ریال (رشد ۳٪ نسبت به ۱۲,۸۵۰ میلیارد ریال در سال ۱۴۰۲).
- **درآمدهای ارزی:** رشد ۴۱ درصدی، که عمدتاً از محل مشارکت شرکت‌های خارجی و برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی حاصل شده است.
- **هزینه‌های عملیاتی:** هزینه‌های برگزاری نمایشگاه‌ها با ۵ درصد کاهش نسبت به سال گذشته بهینه‌سازی شده، که نتیجه مدیریت بهینه منابع و استفاده از فناوری‌های دیجیتال است.
- **سود خالص:** سود خالص شرکت با رشد ۸ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۲، که نشان‌دهنده بهبود حاشیه سود و کارایی مالی است.
- **نسبت‌های کلیدی مالی:**
 - نسبت بدهی به دارایی: کاهش ۴ درصدی به دلیل تسویه بخشی از مطالبات بلاوصول و مدیریت بدهی‌ها.
 - نسبت نقدینگی: بهبود ۱۰ درصدی به دلیل تقویت جریان نقدی از محل درآمدهای ارزی.

تحلیل تطبیقی عملکرد و صورت‌های مالی سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران با وجود چالش‌های اقتصادی، از جمله نوسانات ارزی و محدودیت‌های بودجه‌ای، توانسته است با تمرکز بر کیفیت، بهره‌وری و تحول دیجیتال، به پیشرفت‌های قابل توجهی دست یابد. رشد درآمدهای ارزی، افزایش مشارکت بین‌المللی، بهینه‌سازی هزینه‌ها و بهبود شاخص‌های مالی، همگی حاکی از حرکت موفق شرکت در مسیر توسعه صادرات غیرنفتی و تقویت جایگاه منطقه‌ای و جهانی است. این دستاوردها، همراه با پیاده‌سازی سامانه‌های دیجیتال، نه تنها کارایی عملیاتی و رضایت مشتریان را ارتقا داده، بلکه بنیان محکمی برای رشد پایدار در سال‌های آتی فراهم کرده است.



(۶)

عملکرد معاونت ها و حوزه مدیرعامل
شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران





عملکرد معاونت‌ها و حوزه مدیر عامل

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در سال ۱۴۰۳ با بهره‌گیری از ساختار سازمانی منسجم و هماهنگی بین معاونت‌ها و حوزه مدیرعامل، توانسته است گام‌های مؤثری در راستای تحقق اهداف کلان خود، از جمله توسعه صادرات غیرنفتی، تقویت دیپلماسی اقتصادی و ارتقای کیفیت خدمات نمایشگاهی، بردارد. معاونت‌های امور نمایشگاهی، توسعه مدیریت، منابع و برنامه‌ریزی، فنی و مهندسی، و حوزه مدیرعامل، هر یک با مأموریت‌های مشخص و در چارچوب اسناد بالادستی و اساسنامه شرکت، فعالیت‌های خود را به‌صورت یکپارچه و هدفمند پیش برده‌اند.

این سرفصل از گزارش عملکرد سال ۱۴۰۳، به ارائه دستاوردها، فعالیت‌های کلیدی، اهداف استراتژیک و شاخص‌های عملکرد هر یک از معاونت‌ها و مدیریت‌ها و بخش‌های زیرمجموعه آنها اختصاص دارد. تمرکز اصلی بر تشریح نقش این واحدها در تحقق دستاوردهای کلان شرکت بوده است.

در ادامه، گزارش عملکرد هر یک از معاونت‌ها و حوزه مدیرعامل، شامل مأموریت‌ها، وظایف کلیدی، شاخص‌های عملکرد و اهم اقدامات و پروژه‌های اجرا شده در سال ۱۴۰۳، به تفصیل ارائه خواهد شد. این گزارش با هدف ارائه تصویری شفاف از تلاش‌های انجام‌شده و تأثیرات آنها بر توسعه فعالیت‌های نمایشگاهی و اقتصادی کشور تهیه شده است.



(۱-۶)

معاونت امور نمایشگاهی





معاونت امور نمایشگاهی

معاونت امور نمایشگاهی به‌عنوان قلب عملیاتی شرکت، مسئولیت برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت بر برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی را بر عهده دارد. این معاونت با هدف معرفی توانمندی‌های صنعتی، تجاری و فرهنگی کشور، تقویت پیوند میان عرضه و تقاضا، و ارتقای جایگاه نمایشگاه‌ها در اقتصاد ملی و بین‌المللی، به‌عنوان رابط اصلی با مجریان، مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان عمل می‌کند. تمرکز این معاونت بر افزایش کمی و کیفی رویدادها، استانداردسازی فرآیندها و ایجاد تجربه‌ای به‌یادماندنی برای ذی‌نفعان است.

مدیریت‌ها و قسمت‌های تحت پوشش

۱. مدیریت امور نمایشگاه‌های داخلی:

- **وظایف:** تدوین تقویم نمایشگاهی، نظارت بر قراردادهای هماهنگی خدمات نمایشگاهی، و ارتقای کیفیت رویدادهای داخلی.
- **نقش:** اجرای ۶۶ نمایشگاه داخلی با بیش از یک میلیون مترمربع فضای مفید در سال ۱۴۰۳.
- **فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳):**
 - ❖ اجرای ۶۶ نمایشگاه داخلی با موضوعات متنوع صنعتی، کشاورزی و فرهنگی.
 - ❖ مدیریت بیش از یک میلیون مترمربع فضای نمایشگاهی مفید.
 - ❖ جذب ۲۸۳۸ شرکت خارجی، که نشان‌دهنده رشد ۵۸ برابری نسبت به سال‌های گذشته است.

۲. مدیریت امور نمایشگاه‌های خارجی:

- **وظایف:** برنامه‌ریزی و مشارکت در نمایشگاه‌های برون‌مرزی، هماهنگی لجستیک و معرفی توانمندی‌های صادراتی.
- **نقش:** مدیریت مشارکت در ۷ نمایشگاه خارجی و ۲۴۴۰ مترمربع فضای نمایشگاهی برون‌مرزی.
- **فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳):**
 - ❖ حضور در ۷ نمایشگاه بین‌المللی.
 - ❖ مدیریت ۲۴۴۰ مترمربع فضای نمایشگاهی برون‌مرزی.

۳. مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها (دیرخانه ستاد اکسپو ۲۰۲۵ اوزاکا):

- **وظایف:** پژوهش بازار، جذب مشارکت‌کنندگان، و آماده‌سازی برای اکسپو ۲۰۲۵.
- **نقش:** ۱۱ تفاهم‌نامه ملی و بین‌المللی.
- **فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳):**
 - ❖ انعقاد ۱۱ تفاهم‌نامه ملی و بین‌المللی.
 - ❖ آماده‌سازی مقدماتی برای پانویون ایران در اکسپو ۲۰۲۵ اوزاکا.

۴. گروه نظارت بر خدمات نمایشگاهی:

- **وظایف:** نظارت بر خدمات حمل‌ونقل، غذایی و تجهیزات نمایشگاهی، و صدور مجوزهای غرفه‌سازی.
- **نقش:** نظارت بر خدمات یک میلیون مترمربع فضا نمایشگاهی.
- **فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳):**



- ❖ نظارت بر کیفیت خدمات حمل‌ونقل، غذایی و غرفه‌سازی.
- ❖ رسیدگی به شکایت مرتبط با خدمات پیمانکاران و ارائه راهکارهای اصلاحی.

اهداف استراتژیک

- افزایش تعداد و کیفیت نمایشگاه‌های داخلی و خارجی.
- تقویت جایگاه ایران در صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان.
- توسعه پایدار از طریق کاهش اثرات زیست‌محیطی و بهبود خدمات.
- جذب سرمایه‌گذاری خارجی و توسعه صادرات غیرنفتی.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- برگزاری ۶۶ نمایشگاه داخلی و ۷ نمایشگاه خارجی.
- مدیریت بیش از یک میلیون مترمربع فضای نمایشگاهی داخلی و ۵۲,۴۲۵ مترمربع ارزی.
- جذب ۲۸۳۸ شرکت خارجی.

دستاوردها و تأثیرات

معاونت امور نمایشگاهی با اجرای موفق ۶۶ نمایشگاه داخلی و مشارکت در ۷ نمایشگاه خارجی، نقش کلیدی در معرفی توانمندی‌های ایران و جذب سرمایه‌گذاری خارجی ایفا کرده است. افزایش مشارکت شرکت‌های خارجی و توسعه سامانه‌های دیجیتال، نشان‌دهنده حرکت این معاونت به سمت هوشمندسازی و استانداردسازی است. این دستاوردها به تقویت اقتصاد ملی و جایگاه شرکت در صنعت نمایشگاهی کمک کرده است.



(۱-۱-۶) مدیریت امور نمایشگاه‌های داخلی

مأموریت اصلی

مدیریت امور نمایشگاه‌های داخلی مسئولیت سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و نظارت بر اجرای نمایشگاه‌های داخلی را بر عهده دارد. این مدیریت با هدف معرفی توانمندی‌های صنعتی، تجاری و فرهنگی کشور، تقویت پیوند میان عرضه و تقاضا و توسعه صادرات غیرنفتی، به‌عنوان رابط اصلی با مجریان، مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان عمل می‌کند. مأموریت این بخش، ارتقای کمی و کیفی رویدادهای نمایشگاهی، استانداردسازی فرآیندها و ایجاد تجربه‌ای به‌یادماندنی برای ذی‌نفعان است.

وظایف کلیدی

۱. تدوین و اجرای تقویم نمایشگاهی:

- تنظیم تقویم سالیانه با هماهنگی مجریان و ذی‌نفعان.
- اولویت‌بندی رویدادها بر اساس نیازهای بازار و اهداف اقتصادی.
- به‌روزرسانی تقویم برای انطباق با شرایط اقتصادی و اجتماعی.

۲. نظارت بر فرآیندهای اجرایی:

- بررسی و تأیید قراردادهای مجریان برای رعایت استانداردها.
- نظارت بر ثبت‌نام و تخصیص بیش از ۱ میلیون مترمربع فضای نمایشگاهی در سال ۱۴۰۳.
- هماهنگی با واحدهای فنی و خدماتی برای تأمین زیرساخت‌ها.

۳. ارتقای کیفیت و تنوع رویدادها:

- توسعه نمایشگاه‌های تخصصی در حوزه‌های صنعت، کشاورزی، فناوری و فرهنگ.
- جذب مشارکت‌کنندگان جدید و حفظ مشارکت‌کنندگان قدیمی.
- همکاری با تشکلهای صنعتی و تجاری برای تنوع‌بخشی به موضوعات.

۴. مدیریت تعاملات با ذی‌نفعان:

- ایجاد بستر ارتباطی مؤثر با مجریان، غرفه‌داران و بازدیدکنندگان.
- رسیدگی به نظرات و پیشنهادات برای بهبود تجربه نمایشگاهی.
- ارائه گزارش‌های دوره‌ای به معاونت امور نمایشگاهی.

۵. ارتقای استانداردها و هوشمندسازی:

- پیاده‌سازی سامانه‌های دیجیتال برای ثبت‌نام، ارزیابی و نظارت.
- بهره‌گیری از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌ها.
- تدوین دستورالعمل‌های استاندارد برای برگزارکنندگان رویدادهای نمایشگاهی.

۶. توسعه همکاری‌های بین‌سازمانی:

- هماهنگی با نهادهای دولتی و خصوصی برای حمایت از نمایشگاه‌ها.
- تقویت تعامل با اتاق‌های بازرگانی و سازمان توسعه تجارت.
- مشارکت در تدوین سیاست‌های کلان نمایشگاهی.



اهداف استراتژیک

- افزایش مشارکت داخلی: جذب حداکثری شرکت‌های داخلی برای نمایش توانمندی‌ها.
- ارتقای تجربه بازدیدکنندگان: بهبود خدمات رفاهی و اطلاع‌رسانی.
- توسعه پایدار نمایشگاهی: کاهش اثرات زیست‌محیطی از طریق بهینه‌سازی مصرف انرژی.
- تقویت جایگاه اقتصادی: تبدیل نمایشگاه‌ها به سکویی برای توسعه صادرات غیرنفتی.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- برگزاری ۶۶ نمایشگاه داخلی با موضوعات متنوع.
- مدیریت ۱,۰۳۹,۵۳۴ مترمربع فضای نمایشگاهی مفید.
- نظارت بر قراردادهای مجریان و تسویه حساب‌های مالی به ارزش ۸,۲۱۰ میلیارد ریال.
- پیاده‌سازی سامانه‌های دیجیتال برای ثبت‌نام و ارزیابی مشارکت‌کنندگان.
- رشد ۱۴٪ مشارکت شرکت‌های خارجی (۲,۸۳۸ شرکت) و حضور ۱۲,۸۵۶ شرکت داخلی.

اهم اقدامات و پروژه‌ها

الف) گزارش مقایسه‌ای کمیت برگزاری نمایشگاه‌های داخلی (۱۴۰۳-۱۳۹۹)

ردیف	موضوع	۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳
۱	تعداد عناوین نمایشگاه‌ها	۴۰	۵۵	۷۰	۷۱	۶۶
۲	مترائ کل مفید نمایشگاه‌ها	۲۹۵۱۱۸	۵۴۸۶۸۶	۸۷۲۶۲۵	۱,۰۳۹,۶۳۳	۱,۰۳۹,۵۳۴
۳	مترائ مفید ارزی نمایشگاه‌ها	۱۰۲۹	۵۲۶۰	۱۵۵۰۳	۴۷۰۵۲	۵۲۴۲۵
۴	مترائ مفید ریالی نمایشگاه‌ها	۲۹۴۰۸۹	۵۴۳۴۲۶	۸۵۷۱۲۲	۹۹۲۵۸۱	۹۸۷۱۰۹
۵	تعداد کل مشارکت‌کننده	۴۱۵۰	۷۷۲۸	۱۳۴۳۱	۱۶۶۲۱	۱۵۶۹۴
۶	تعداد مشارکت‌کنندگان داخلی	۴۱۰۱	۷۷۶۱	۱۲۷۲۸	۱۴۱۲۸	۱۲۸۵۶
۷	تعداد مشارکت‌کنندگان خارجی	۴۹	۲۱۶	۷۰۳	۲۴۹۳	۲۸۳۸

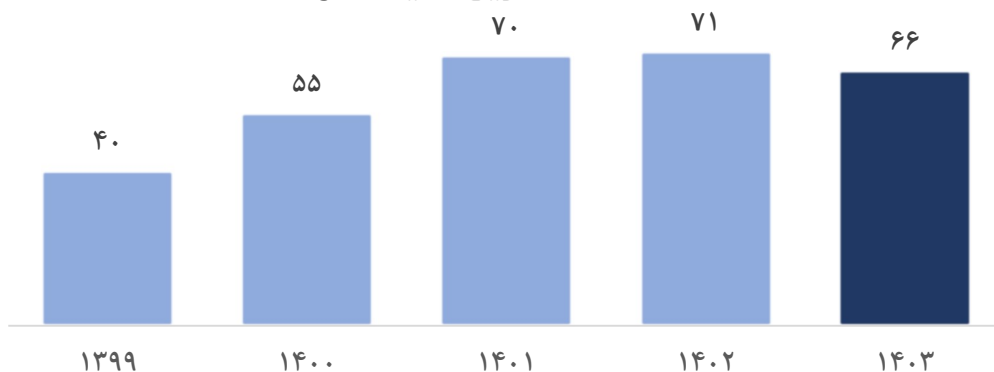
تحلیل:

- تعداد نمایشگاه‌ها: از ۴۰ عنوان در سال ۱۳۹۹ به ۶۶ عنوان در سال ۱۴۰۳ افزایش یافته، هرچند در سال ۱۴۰۳ با کاهش جزئی (۵ عنوان) نسبت به ۱۴۰۲، تمرکز بر کیفیت بوده است.

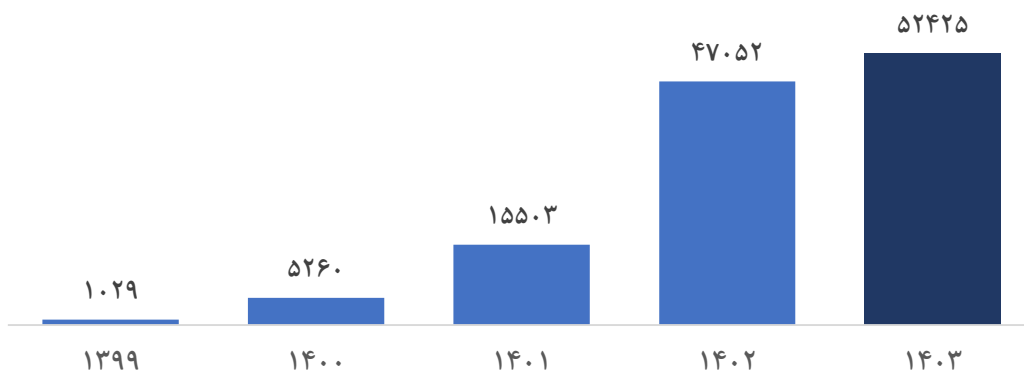


- **متراژ کل مفید:** از ۲۹۵,۱۱۸ مترمربع در ۱۳۹۹ به ۱,۰۳۹,۵۳۴ مترمربع در ۱۴۰۳، نشان‌دهنده رشد پایدار ظرفیت نمایشگاهی.
- **متراژ ارزی:** از ۱,۰۲۹ مترمربع در ۱۳۹۹ به ۵۲,۴۲۵ مترمربع در ۱۴۰۳، با رشد ۴۱٪ درآمد ارزی.
- **مشارکت‌کنندگان:** تعداد کل مشارکت‌کنندگان از ۴,۱۵۰ در سال ۱۳۹۹ به ۱۵,۶۹۴ در سال ۱۴۰۳ افزایش یافته، با رشد ۱۴٪ در مشارکت خارجی (۲,۸۳۸ شرکت) و حضور ۱۲,۸۵۶ شرکت داخلی.

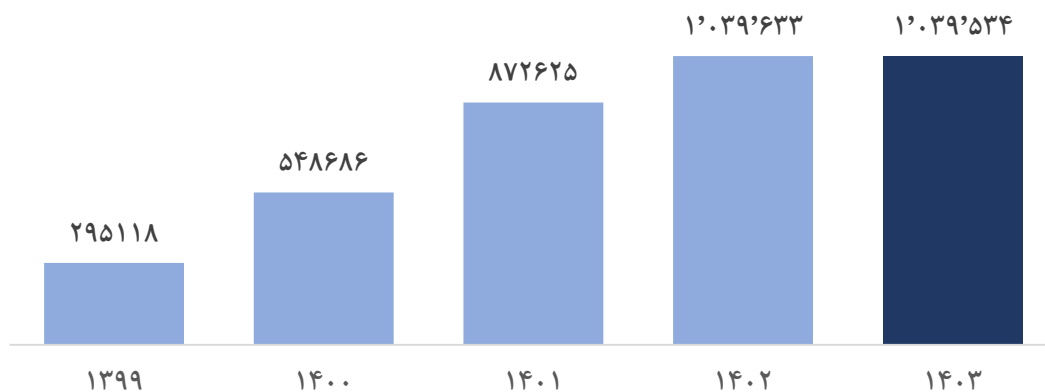
تعداد عناوین نمایشگاه‌ها



متراژ مفید ارزی نمایشگاه‌ها

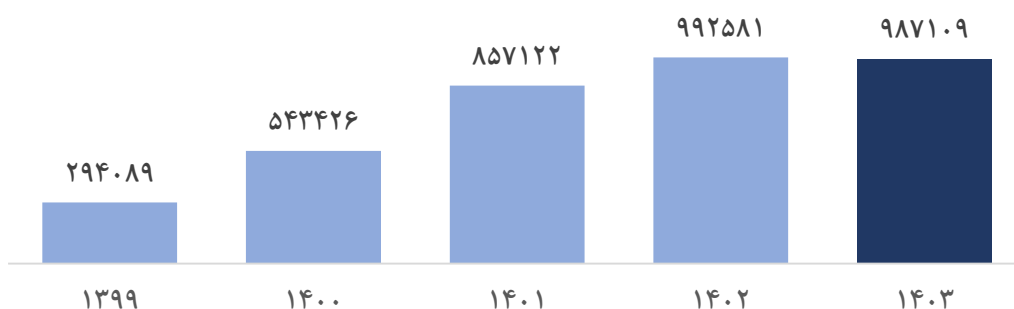


متراژ کل مفید نمایشگاه‌ها

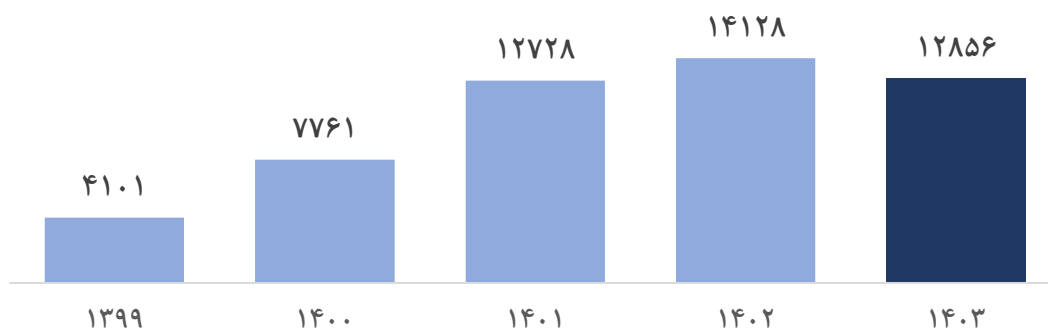




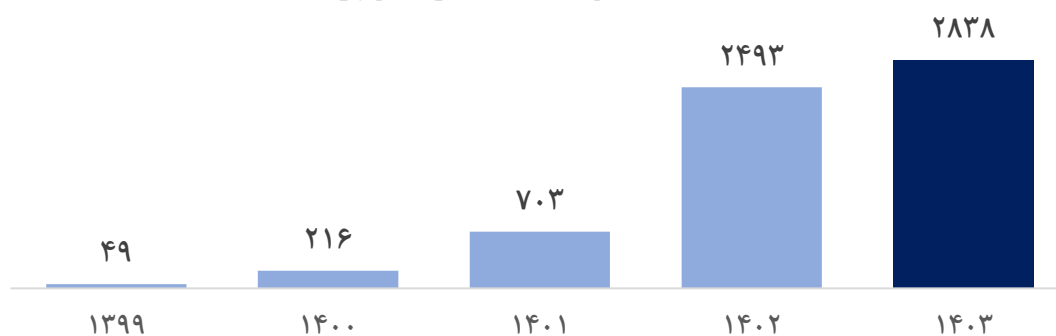
مترای مفید ریالی نمایشگاهها



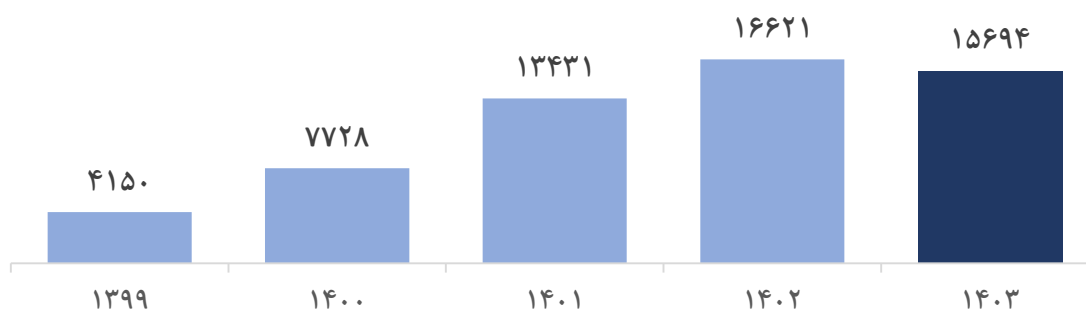
تعداد مشارکت کنندگان داخلی



تعداد مشارکت کنندگان خارجی



تعداد کل مشارکت کننده



**ب) نمایشگاه‌های اجرا شده توسط شرکت**

در سال ۱۴۰۳، شرکت به‌عنوان مجری مستقیم، ۴ عنوان نمایشگاه کلیدی را برگزار کرد:

۱. سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی لوستر، چراغ‌های روشنایی و تزئینی (۶-۳ آبان ۱۴۰۳).
۲. بیست‌و‌چهارمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت (۱۶-۱۳ آبان ۱۴۰۳).
۳. بیست‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی مخابرات، فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال (تلکام) (۶-۳ دی ۱۴۰۳).
۴. بیست‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی چوب، مواد اولیه، ماشین‌آلات، یراق، تجهیزات مبلمان و صنایع وابسته (۶-۳ بهمن ۱۴۰۳).

ج) اقدامات ویژه**۱. حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان:**

- ارائه تخفیف‌های هدفمند به شرکت‌های دانش‌بنیان از طریق پیشنهاد به هیئت مدیره و اخذ مصوبه، برای توسعه صادرات محصولات دانش‌بنیان.
- این اقدام منجر به افزایش مشارکت این شرکت‌ها و تقویت توان رقابتی آن‌ها در بازارهای داخلی و بین‌المللی خواهد شد.

۲. بهسازی کف سالن‌های نمایشگاهی:

- همکاری با مدیریت ساختمان برای بهسازی کف سالن‌ها با پوشش اپوکسی، حذف نیاز به موقت و کاهش هزینه‌های آماده‌سازی غرفه‌ها.
- این اقدام علاوه بر استانداردسازی، رضایت مشارکت‌کنندگان را افزایش داده است.

۳. به‌روزرسانی شاخص‌های ارزیابی مجریان:

- بازنگری و تدوین شاخص‌های ارزیابی عملکرد مجریان نمایشگاه‌ها، شامل معیارهای کیفیت اجرا، رعایت استانداردها و رضایت مشارکت‌کنندگان.
- این شاخص‌ها نقش کلیدی در انتخاب مجریان شایسته برای دوره‌های آتی داشته و فرآیند انتخاب را شفاف‌تر کرده است.

نتیجه‌گیری

مدیریت امور نمایشگاه‌های داخلی در سال ۱۴۰۳ با برگزاری ۶۶ نمایشگاه، مدیریت ۱,۰۳۹,۵۳۴ مترمربع فضای نمایشگاهی و جذب ۱۵,۶۹۴ مشارکت‌کننده، عملکرد موفقی داشته است. اقدامات ویژه مانند حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، بهسازی زیرساخت‌ها و به‌روزرسانی شاخص‌های ارزیابی، منجر به افزایش کیفیت رویدادها، کاهش هزینه‌های مشارکت‌کنندگان و تقویت جایگاه نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات غیرنفتی شده است.



(۲-۱-۶) مدیریت امور نمایشگاه‌های خارجی

مأموریت اصلی

مدیریت امور نمایشگاه‌های خارجی مسئولیت برنامه‌ریزی، هماهنگی و اجرای مشارکت شرکت در نمایشگاه‌های برون‌مرزی را بر عهده دارد. این مدیریت با هدف تقویت حضور ایران در بازارهای جهانی، معرفی توانمندی‌های صادراتی و توسعه روابط تجاری بین‌المللی، به‌عنوان بازوی اجرایی معاونت امور نمایشگاهی در عرصه بین‌الملل عمل می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. تدوین برنامه‌های مشارکت خارجی:

- شناسایی نمایشگاه‌های بین‌المللی مرتبط با اولویت‌های صادراتی کشور.
- تدوین تقویم مشارکت در رویدادهای خارجی با هماهنگی سازمان توسعه تجارت.
- برنامه‌ریزی برای حضور مؤثر در رویدادهای جهانی مانند اکسپو.

۲. هماهنگی با نهادهای بین‌المللی:

- تعامل با برگزارکنندگان نمایشگاه‌های خارجی و سازمان‌های بین‌المللی مانند UFI.
- انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری برای افزایش مشارکت شرکت‌های ایرانی.

۳. نظارت بر فرآیندهای اجرایی:

- مدیریت لجستیک، حمل‌ونقل و غرفه‌سازی برای نمایشگاه‌های خارجی.
- نظارت بر عملکرد پیمانکاران و تأمین‌کنندگان خدمات در رویدادهای برون‌مرزی.
- بررسی و تأیید قراردادهای مشارکت در نمایشگاه‌های خارجی.

۴. ترویج توانمندی‌های صادراتی:

- معرفی محصولات و خدمات ایرانی در بازارهای جهانی.
- جذب سرمایه‌گذاری خارجی از طریق ارائه ظرفیت‌های صنعتی و تجاری.

۵. گزارش‌دهی و ارزیابی:

- ارائه گزارش‌های عملکرد از مشارکت در نمایشگاه‌های خارجی.
- تحلیل بازخوردها برای بهبود حضور در رویدادهای آتی.

اهداف استراتژیک

- تقویت جایگاه ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی.



- افزایش تعداد شرکت‌های ایرانی در رویدادهای .
- توسعه شبکه‌های تجاری بین‌المللی و جذب سرمایه‌گذاری.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- مشارکت در ۷ نمایشگاه خارجی.
- مدیریت ۲۴۴۰ مترمربع فضای نمایشگاهی برون مرزی.
- انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری با سازمان‌های بین‌المللی.

اهم اقدامات و پروژه‌های سال ۱۴۰۳ :

- ۱- برنامه ریزی، پیش‌بینی و تدوین برنامه پیشنهادی مشارکت در نمایشگاه‌های برون مرزی با توجه به سیاستها و نیازهای اقتصادی و بازرگانی کشور
- ۲- مشارکت در ۷ نمایشگاه برون مرزی
- ۳- انجام اقدامات پشتیبانی و عملیاتی زیرساختی به منظور حضور بهینه در نمایشگاه‌های برون مرزی طبق تقویم نمایشگاهی

اهم اقدامات صورت پذیرفته جهت حضور در نمایشگاه‌های برون مرزی

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در سال ۱۴۰۳ اقدامات مؤثری را برای تقویت حضور در نمایشگاه‌های برون‌مرزی و توسعه صادرات غیرنفتی انجام داده است. این اقدامات با هدف ارتقای جایگاه بین‌المللی ایران، جذب مشارکت‌کنندگان توانمند و تقویت دیپلماسی اقتصادی به شرح زیر است:

۱. **تدوین طرح‌های توجیهی و اخذ مجوز:** تنظیم و ارائه طرح‌های توجیهی جامع برای مشارکت در نمایشگاه‌های برون‌مرزی به سازمان توسعه تجارت ایران، به منظور اخذ مجوزهای لازم و اطمینان از انطباق با سیاست‌های کلان صادراتی.
۲. **هماهنگی با وزارت امور خارجه:** برقراری ارتباط مؤثر با مسئولین وزارت امور خارجه برای رفع موانع و تسهیل فرآیندهای مرتبط با حضور در نمایشگاه‌های برون‌مرزی، از جمله هماهنگی با سفارت‌خانه‌های مربوطه برای تسریع در امور و صدور دستورات لازم.

۳. **اطلاع‌رسانی گسترده:** اجرای برنامه اطلاع‌رسانی هدفمند برای جلب مشارکت شرکت‌های خصوصی توانمند در پایون ج.ا.ایران از طریق:

○ اطلاع‌رسانی به سازمان‌های بازرگانی استانی.



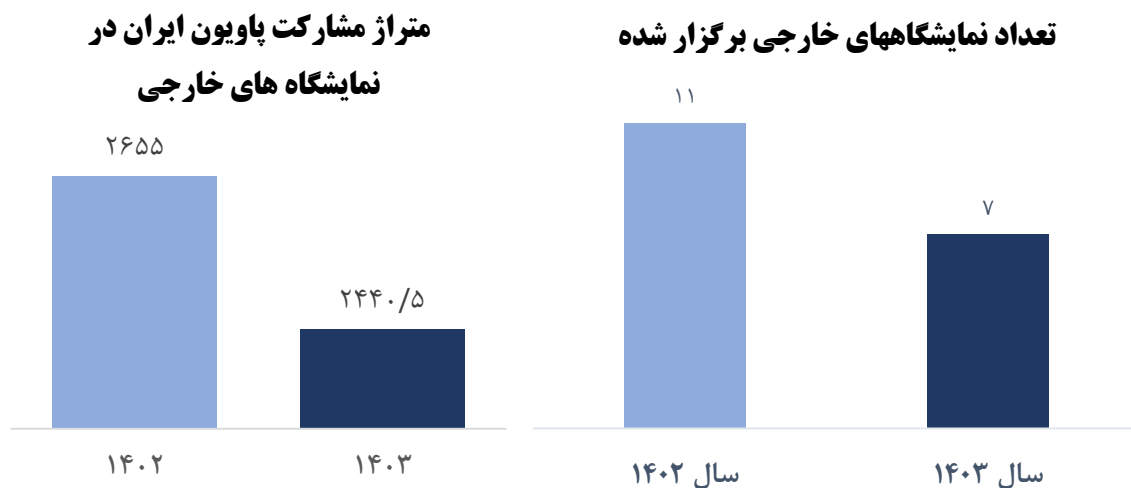
- ارتباط با اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان‌ها.
 - هماهنگی با شهرک‌های صنعتی سراسر کشور.
 - اطلاع‌رسانی به هلدینگ‌ها، مؤسسات و شرکت‌های بزرگ خصوصی در تهران و سایر شهرها.
- این اقدامات با هدف افزایش حضور پررنگ و مؤثر شرکت‌های ایرانی در رویدادهای بین‌المللی انجام شده است.

۴. برگزاری نشست‌ها و همایش‌های تبلیغاتی:

- هماهنگی و اجرای نشست‌های مطبوعاتی برای معرفی فرصت‌های مشارکت در نمایشگاه‌های برون‌مرزی.
- برگزاری همایش تخصصی معرفی نمایشگاه بین‌المللی واردات چین با هدف جذب مشارکت‌کنندگان و معرفی ظرفیت‌های صادراتی ایران.

۵. **نظارت و پیگیری مستمر:** نظارت دقیق بر فرآیندهای قبل، حین و پس از برگزاری نمایشگاه‌های مشترک که با همکاری مجریان بخش خصوصی و مراکز تجاری در سایر کشورها برگزار می‌شود، به منظور اطمینان از حسن اجرای رویدادها و تحقق اهداف تعیین شده.

نمودارهای مقایسه‌ای





گزارش تصویری نمایشگاه‌های خارجی

نمایشگاه صنعت ساختمان مسکو - روسیه



نمایشگاه نفت و گاز بغداد - عراق



نمایشگاه حلال کازان - روسیه



نمایشگاه مواد غذایی مسکو - روسیه





(۳-۱-۶) مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها

مأموریت اصلی

مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها وظیفه توسعه بازارهای هدف، جذب مشارکت‌کنندگان و تقویت همکاری‌های ملی و بین‌المللی را بر عهده دارد. این مدیریت با تمرکز بر پژوهش بازار و بازاریابی هدفمند، به افزایش دیده شدن شرکت و گسترش شبکه‌های تجاری کمک می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. پژوهش و تحلیل بازار:

- شناسایی بازارهای هدف برای نمایشگاه‌های داخلی و خارجی.
- تحلیل رقبا و روندهای جهانی صنعت نمایشگاهی.

۲. جذب مشارکت‌کنندگان:

- بازاریابی برای جذب شرکت‌های داخلی و خارجی.
- توسعه برنامه‌های تشویقی برای غرفه‌داران و مجریان.

۳. مدیریت ستاد اکسپو:

- هماهنگی برای حضور در اکسپوها.
- برنامه‌ریزی و نظارت بر طراحی و اجرای پویون ایران.

۴. توسعه همکاری‌های استراتژیک:

- انعقاد تفاهم‌نامه‌ها با تشکلهای صنعتی و تجاری.
- تقویت تعامل با اتاق‌های بازرگانی و سازمان‌های توسعه تجارت.

۵. ترویج برند شرکت:

- اجرای کمپین‌های تبلیغاتی برای معرفی توانمندی‌های شرکت.
- استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای بازاریابی هدفمند.

اهداف استراتژیک

- افزایش سهم بازار نمایشگاهی ایران در منطقه و جهان.
- توسعه مشارکت‌های بین‌المللی برای اکسپوهای جهانی.
- تقویت برند شرکت در اقتصاد.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- انجام پژوهش‌های کاربردی در نمایشگاه‌های خارجی از طریق مطالعه و بررسی بازارهای هدف
- توسعه همکاری‌های نمایشگاهی از طریق انعقاد تفاهم‌نامه‌های متقابل نمایشگاهی (ملی و بین‌المللی)

**اهم اقدامات و پروژه های سال ۱۴۰۳ مدیریت بازاریابی :****۱- توسعه همکاری های نمایشگاهی از طریق انعقاد تفاهم نامه های متقابل نمایشگاهی**

- شرکت مدیریت تجارت پارس کارن در نمایشگاه بین‌المللی حلال روسیه - کازان
- شرکت راهکار تجارت، مدیریت کوشا در نمایشگاه بین‌المللی ساختمان و دکوراسیون داخلی مسکو (MOSBUILD)
- شرکت راهکار تجارت، مدیریت کوشا در نمایشگاه بین‌المللی تکنولوژی نفت و گاز بغداد - عراق
- شرکت راهکار تجارت، مدیریت کوشا جهت مشارکت در نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی و نوشیدنی مسکو (WorldFood)
- شرکت راهکار تجارت، مدیریت کوشا جهت مشارکت در نمایشگاه بین‌المللی مواد غذایی آنگا کلن
- موسسه خدمات توسعه فناوری تابا بازار ایرانیان (مرکز تجاری ایران در چین - سوژو) جهت مشارکت در نمایشگاه بین‌المللی واردات چین شانگهای - چین
- خانه معدن ایران جهت همکاری در امر سازماندهی برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی مخابرات منطقه تهران
- مرکز تجاری ایران و ترکیه جهت مشارکت در نمایشگاه بین‌المللی فناوری های انرژی خورشیدی و ذخیره انرژی Solarex
- استانبول
- شرکت نمایشگاهی مشهد جهت همکاری در سازماندهی و برگزاری نمایشگاه های داخلی و خارجی
- مخابرات منطقه تهران جهت تأمین سرویس های ارتباطی مخابراتی اعم از فیبردستری، تانوما، اینترنت، سرویس های سازمانی و...
- مرکز تجارت خارجی بین‌المللی سنگال (CICES)

تعداد یادداشت تفاهم های پیش بینی شده بر اساس برنامه عملیاتی در سال ۱۴۰۳	تعداد یادداشت تفاهم های منعقد شده در سال ۱۴۰۳	درصد تحقق	درصد پیشرفت
۱۰	۱۱	+۱۰۰٪	۱۱۰٪

۲- بررسی و پژوهش کارشناسی پیرامون ۱۱۶ عنوان نمایشگاه بین‌المللی-تخصصی در بازارهای هدف صادراتی در

۳۱ کشور

۳- برنامه ریزی، پذیرش و همراهی هیأت های خارجی در نمایشگاه های بین‌المللی داخلی**۴- اقدامات عملیاتی جامع برای آماده سازی حضور در اکسپوی اوزاکا ۲۰۲۵ ژاپن (با شعار «طراحی جامعه آینده برای**

زندگی بهتر»)

- اخذ مصوبات هیئت وزیران: مدیریت بازاریابی با همکاری سایر بخش های شرکت، طرح های توجیهی جامع و مستندات لازم را برای

اخذ مصوبات هیئت وزیران در راستای مشارکت در اکسپوی اوزاکا ۲۰۲۵ تهیه و ارائه کرده است. این مصوبات به عنوان چارچوب

قانونی برای تخصیص منابع و هماهنگی های بین سازمانی مورد استفاده قرار گرفته است.



- اقدام در راستای مصوبات: در راستای اجرای مصوبات هیئت وزیران، مدیریت بازاریابی برنامه‌ریزی‌های لازم برای حضور مؤثر در اکسپو را انجام داده است. این شامل تدوین برنامه‌های عملیاتی، تعیین اولویت‌ها و هماهنگی با نهادهای مرتبط برای اجرای بهینه مصوبات بوده است.
- تهیه جدول اقدامات مورد نیاز: با همکاری کارشناسان رسمی، جدول جامع اقدامات مورد نیاز برای حضور در اکسپوی اوزاکا تدوین شده است. این جدول شامل زمان‌بندی، مسئولیت‌ها و منابع مورد نیاز برای برپایی پویون ج.ا.ایران، از طراحی پویون تا هماهنگی‌های لجستیکی، بوده و به‌عنوان نقشه راه اجرایی مورد استفاده قرار گرفته است.
- برگزاری میزگرد با کمیته ملی اکسپو: هماهنگی کمیته ملی اکسپو، که شامل نمایندگان وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) و سایر وزارتخانه‌های مرتبط می‌باشد و برگزاری میزگردهای تخصصی با هدف هم‌افزایی، رفع موانع و تعیین استراتژی‌های مشترک برای حضور موفق در اکسپو.
- انجام امور دیپلماسی با وزارت امور خارجه: ارتباط مستمر و مؤثر با وزارت امور خارجه برای تسهیل امور دیپلماتیک، از جمله هماهنگی با سفارت‌خانه‌های ایران در ژاپن و سایر کشورهای مرتبط، انجام پذیرفت.



(۴-۱-۶) گروه نظارت بر خدمات نمایشگاهی

مأموریت اصلی

گروه نظارت بر خدمات نمایشگاهی، مسئول نظارت بر کیفیت خدمات ارائه‌شده در نمایشگاه‌ها، از جمله حمل‌ونقل، غرفه‌های غذایی و تجهیزات است. این مدیریت با هدف تضمین استانداردهای ایمنی و رضایت ذی‌نفعان، نقش نظارتی کلیدی در عملیات نمایشگاهی دارد.

وظایف کلیدی

۱. **نظارت بر خدمات پیمانکاران:**
 - بررسی و تأیید عملکرد پیمانکاران حمل‌ونقل و خدمات نمایشگاهی.
 - نظارت بر کیفیت خدمات غذایی و رفاهی در نمایشگاه‌ها.
۲. **صدور و نظارت بر مجوزها:**
 - صدور مجوزهای ورود موقت و ترانزیت کالاهای نمایشگاهی و خدمات جانبی.
 - بازرسی دوره‌ای از تجهیزات و خدمات نمایشگاهی.
۳. **تضمین ایمنی و استاندارد:**
 - اجرای استانداردهای ایمنی در خدمات نمایشگاهی.
 - همکاری با واحد HSEE برای رعایت پروتکل‌های بهداشتی و زیست‌محیطی.
۴. **ارزیابی رضایت ذی‌نفعان:**
 - جمع‌آوری و تحلیل بازخوردهای بازدیدکنندگان و غرفه‌داران.
 - ارائه گزارش‌های نظارتی به معاونت امور نمایشگاهی.
۵. **بهبود خدمات نمایشگاهی:**
 - پیشنهاد راهکارهای بهبود خدمات بر اساس بازخوردها.
 - توسعه فرآیندهای دیجیتال برای نظارت کارآمدتر.

اهداف استراتژیک

- ارتقای کیفیت خدمات نمایشگاهی به سطح استانداردهای بین‌المللی.
- افزایش رضایت بازدیدکنندگان و غرفه‌داران.
- کاهش تخلفات و نارسایی‌های خدماتی.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- نظارت بر خدمات بیش از یک میلیون مترمربع فضای نمایشگاهی.



اهم اقدامات و پروژه های سال ۱۴۰۳ گروه نظارت بر خدمات نمایشگاهی:

۱. صدور مجوزهای ورود موقت و ترانزیت کالاهاى نمایشگاهی
۲. ساماندهی پیمانکاران و نظارت بر امور حمل، جابجایی، بارگیری و تخلیه کالاهاى نمایشگاهی؛ غرف مواد غذایی؛ گل و گیاهان تزئینی؛ خدمات جابجایی بازدیدکنندگان؛ غرف پیشخوان، پارکینگ
۳. ایجاد و راه اندازی مرکز ارائه خدمات و تجهیزات نمایشگاهی در سالن ۱۲/۱۳
۴. نظارت بر غرف مستقر در انبار پیش ساخته نمایشگاه
۵. نظارت بر شرایط و مفاد بیمه نامه های صادره از سوی مجریان نمایشگاهی و بهره برداران تحت نظارت

نظارت بر خدمات حمل، جابجایی، بارگیری و تخلیه کالاهاى نمایشگاهی

- ایجاد فضای رقابتی: نظارت بر عملکرد بهره‌برداران و تأمین کنندگان خدمات حمل و جابجایی برای کنترل قیمت‌ها و افزایش رضایت مشارکت کنندگان.
- نظارت و رسیدگی به شکایات: پایش مستمر فعالیت پیمانکاران و رسیدگی به شکایات جهت ارتقای کیفیت خدمات.
- انعقاد قرارداد نظام‌مند: قرارداد با شرکت مبتکران توسعه تجارت قرن (برنده مزایده) برای ارائه خدمات حمل بار سبک نمایشگاهی با خودروهای برقی، رفع خلأهای گذشته و کاهش چالش‌های لجستیکی.

اصلاح فرآیند واگذاری غرفه‌های مواد غذایی

- متمرکزسازی فرآیند: جایگزینی فرآیند پراکنده و غیرهمتراز گذشته با مزایده سالیانه برای واگذاری ۶ باب غرفه مواد غذایی (اغذیه و نوشیدنی سرد و گرم، آب‌معدنی) در ضلع غربی نمایشگاه.
- اقدامات کارشناسی: برگزاری جلسات با کارشناس رسمی دادگستری برای تعیین نرخ پایه اجاره‌بها و تنظیم شرح خدمات فنی مزایده.
- دستاوردها:

- افزایش چشمگیر درآمد نمایشگاه نسبت به دوره‌های قبل.
- رفع ایرادات دستگاه‌های نظارتی (سازمان بازرسی کل کشور).
- ارتقای وجهه نمایشگاه از دید فعالان اقتصادی و بازدیدکنندگان.
- رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی با نظارت متمرکز.

نظارت بر خدمات جابجایی بازدیدکنندگان

- ایجاد ایستگاه‌های سیار: استقرار ایستگاه‌های متناسب با پوشش سالن‌ها برای ارائه خدمات مطلوب‌تر.
- تفکیک خدمات: جداسازی خودروهای برقی تحویلی به مجریان نمایشگاه از خودروهای جابجایی بازدیدکنندگان برای بهبود خدمات در ایام پرمخاطب.
- افزایش ظرفیت: افزایش تعداد خودروهای برقی برای ارتقای رضایت بازدیدکنندگان و ذی‌نفعان.
- خدمات ویژه: ارائه خدمات حمل به مراجعین کنسرت‌های سالن میلاد.

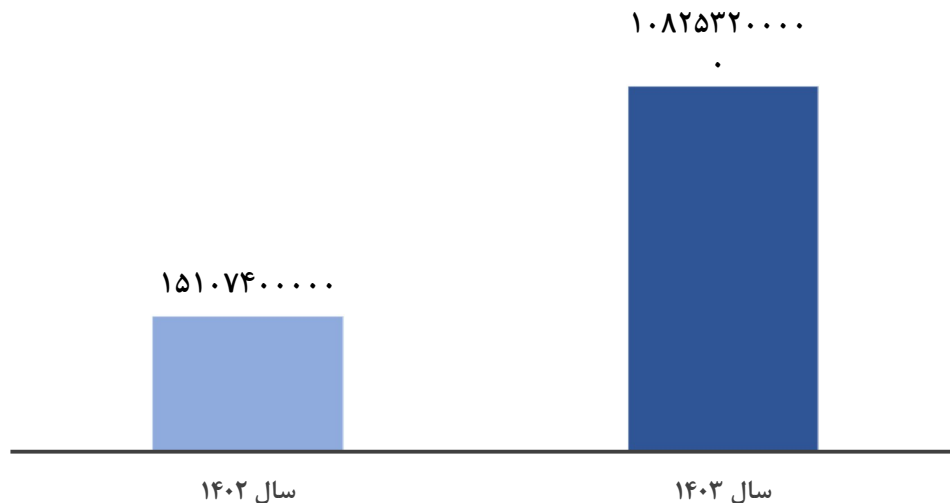


- مزایده خدمات: تدوین طرح توجیهی و برگزاری جلسات با کارشناس رسمی دادگستری برای تعیین نرخ اجاره‌بها و محل استقرار خودروهایی برقی جهت انجام تشریفات مزایده در سال ۱۴۰۳.

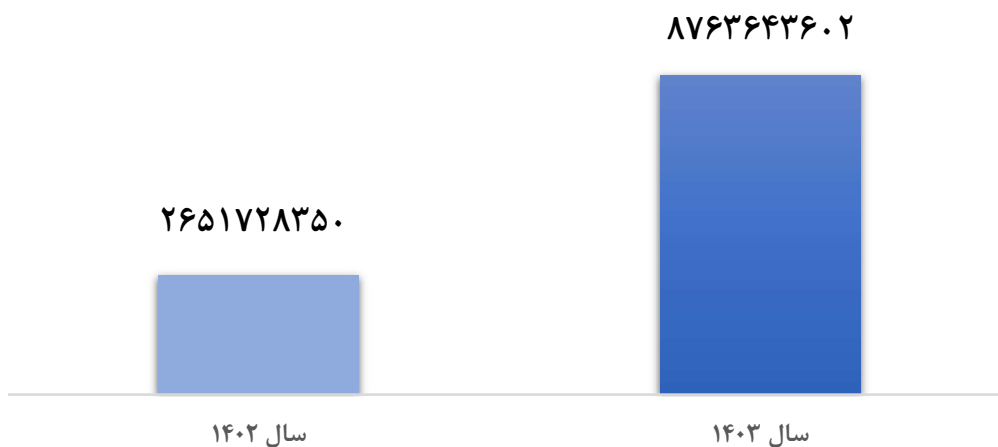
واگذاری و ساماندهی سالن مرکز خدمات نمایشگاهی

- یکسان‌سازی نمای غرفه‌ها: استانداردسازی ظاهر غرفه‌های مرکز خدمات نمایشگاهی برای بهبود تجربه بصری و حرفه‌ای.
- ایجاد فرصت درآمدی: جلوگیری از فعالیت غرفه‌های غیرمجاز و متفرقه، و افزایش درآمد از طریق واگذاری نظام‌مند.
- اقدامات کارشناسی: تهیه گزارش کارشناسی و جلسات با کارشناس رسمی دادگستری برای تعیین نرخ اجاره‌بها و شرایط فنی واگذاری سالن، و انجام تشریفات قانونی مزایده.

"نمودار مقایسه ای درآمدهای حاصل از فعالیت پیمانکار جرثقیل و بالابر طی سالهای ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳"

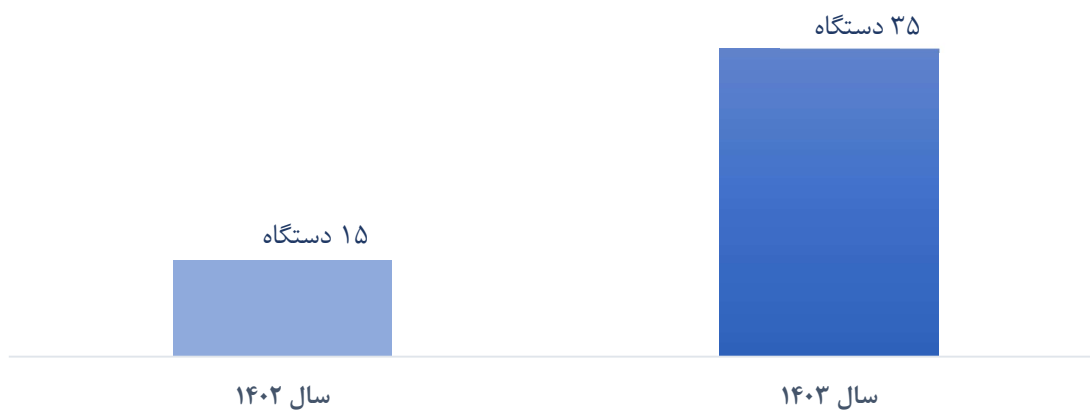


"نمودار درآمدی غرف مواد غذایی"





“تعداد خودروهایی برقی ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳”



تعداد خودروهای برقی سال ۱۴۰۲ : ۱۵ دستگاه

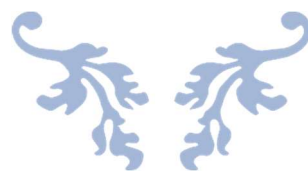
تعداد خودروهای برقی سال ۱۴۰۳ : ۳۵ دستگاه





(۲-۶)

**معاونت توسعه مدیریت ،
منابع و برنامه ریزی**





معاونت توسعه مدیریت، منابع و برنامه ریزی

مأموریت اصلی

معاونت توسعه مدیریت، منابع و برنامه‌ریزی مسئول مدیریت منابع انسانی، مالی و فناوری اطلاعات شرکت است. این معاونت با هدف هوشمندسازی فرآیندها، افزایش بهره‌وری و تأمین زیرساخت‌های لازم برای توسعه پایدار، به پی‌ریزی آینده سازمان کمک می‌کند. تمرکز این معاونت بر آموزش پرسنل، مدیریت بودجه و به‌روزرسانی فرآیندهای سازمانی است.

مدیریت‌ها و قسمت‌های تحت پوشش

۱. مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی:

- **وظایف:** مدیریت امور پرسنلی و تأمین خدمات رفاهی.
- **نقش:** صدور احکام برای ۲۲۲ کارمند.

۲. مدیریت برنامه‌ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات:

- **وظایف:** تدوین برنامه‌های استراتژیک، بازنگری فرآیندها و توسعه زیرساخت‌های IT و آموزش کارکنان.
- **نقش:** بازنگری ۲۴ زیرفرآیند و راه‌اندازی سامانه‌های دیجیتال و اجرای ۱۰۴۶۲ نفرساعت آموزش.

۳. مدیریت امور مالی:

- **وظایف:** مدیریت درآمدها، هزینه‌ها و تسویه حساب‌ها.
- **نقش:** مدیریت درآمد ۱۳۲۴۹ میلیارد ریالی و تسویه ۸۲۱۰ میلیارد ریالی.

گزارش فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳)

۱. منابع انسانی:

- صدور احکام پرسنلی برای ۲۲۲ کارمند و مدیریت امور بازنشستگی.
- تأمین خدمات رفاهی مانند بیمه تکمیلی و ارزاق برای کارکنان.

۲. برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات:

- بازنگری و بهبود ۲۴ زیرفرآیند سازمانی برای کاهش بروکراسی.
- راه‌اندازی سامانه ثبت‌نام دیجیتال و اتوماسیون اداری.
- توسعه زیرساخت‌های IT برای پشتیبانی از نمایشگاه‌ها.
- اجرای ۱۰۴۶۲ نفرساعت آموزش برای ارتقای مهارت‌های پرسنل.
- اصلاح بودجه سال ۱۴۰۳ برای تأمین پروژه‌های عمرانی و عملیاتی.
- پیاده‌سازی ابزارهای هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌های عملیاتی.
- افزایش ۷۹ درصدی درآمد از سامانه‌های تخصصی نمایشگاهی.



۳. مالی:

- مدیریت درآمد ۱۳۲۴۹ میلیارد ریالی از نمایشگاه‌ها و سامانه‌ها.
- تسویه قراردادهای مجریان و پیمانکاران به ارزش ۸۲۱۰ میلیارد ریال.

اهداف استراتژیک

- هوشمندسازی فرآیندهای سازمانی و مالی.
- افزایش بهره‌وری نیروی انسانی از طریق آموزش و توسعه.
- تضمین پایداری مالی و تخصیص بهینه منابع.
- آماده‌سازی شرکت برای پارادایم‌های جدید مانند اقتصاد دیجیتال.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- اجرای ۱۰۴۶۲ نفرساعت آموزش پرسنل.
- بازنگری ۲۴ زیرفرآیند سازمانی.
- درآمد ۱۳۲۴۹ میلیارد ریالی و تسویه ۸۲۱۰ میلیارد ریالی.
- افزایش ۷۹ درصدی درآمد سامانه‌های تخصصی.

دستاوردها و تأثیرات

معاونت توسعه مدیریت، منابع و برنامه‌ریزی با تمرکز بر هوشمندسازی و آموزش، توانسته است بهره‌وری سازمانی را افزایش دهد. مدیریت موفق منابع مالی و انسانی، همراه با توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، شرکت را برای مواجهه با چالش‌های اقتصادی و رقابتی آماده کرده است. این دستاوردها به پایداری مالی و توسعه سازمانی کمک کرده‌اند.



(۱-۲-۶) مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی

مأموریت اصلی

مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در سال ۱۴۰۳ با هدف افزایش بهره‌وری کارکنان، تأمین نیازهای پرسنلی و بهبود خدمات پشتیبانی، اقدامات مؤثری را در دو بخش **کارکنان ستادی** و **کارکنان خدماتی** انجام داده است. این گزارش عملکرد این مدیریت را به صورت دسته‌بندی شده ارائه می‌دهد.

مأموریت اصلی

مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی وظیفه مدیریت نیروی انسانی، امور رفاهی و پشتیبانی سازمانی را بر عهده دارد. این مدیریت با هدف افزایش بهره‌وری کارکنان و تأمین نیازهای پرسنلی، به توسعه سرمایه انسانی شرکت کمک می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. **مدیریت پرسنل:** صدور احکام پرسنلی، مدیریت امور استخدامی، بازنشستگی و حضور و غیاب.
۲. **امور رفاهی و پشتیبانی:** تأمین خدمات رفاهی مانند بیمه تکمیلی و ارزاق.
۳. **توسعه سرمایه انسانی:** تدوین سند جامع نیروی انسانی و ارزیابی عملکرد.
۴. **مدیریت فرآیندهای پشتیبانی:** هماهنگی خدمات لجستیکی و تأمین تجهیزات.
۵. **پیاده‌سازی سیستم‌های دیجیتال:** استفاده از سامانه‌های دیجیتال برای مدیریت حضور و غیاب و فرآیندهای منابع انسانی.

اهداف استراتژیک

- افزایش رضایت و انگیزه کارکنان.
- بهبود بهره‌وری نیروی انسانی از طریق فرهنگ‌سازی و آموزش.
- هوشمندسازی فرآیندهای منابع انسانی.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- صدور احکام برای ۲۲۲ کارمند ستادی.
- مدیریت امور رفاهی برای کل پرسنل (ستادی و خدماتی).
- به‌روزرسانی اطلاعات پرسنلی در سامانه‌های سازمان اداری و استخدامی.
- انجام امور بازنشستگی برای ۲۱ نفر.
- افزایش بهره‌وری خدمات پشتیبانی با استفاده از فناوری دیجیتال.

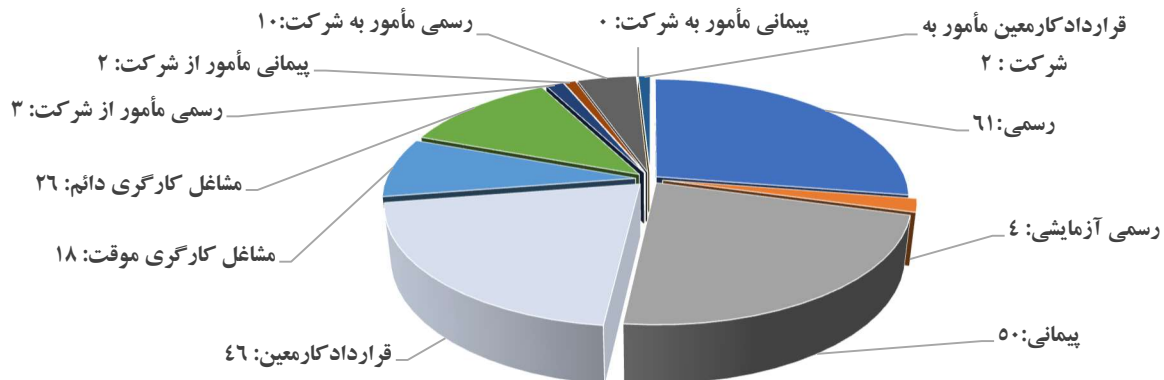


اهم اقدامات صورت گرفته

الف) کارکنان ستادی

اطلاعات آماری کارکنان ستادی:

- تعداد کارکنان: ۲۲۲ نفر
- تعداد پست‌های سازمانی: ۱۵۰ پست
- ترکیب استخدامی:
 - رسمی: ۶۱ نفر (۲۷٪)، پیمانی: ۵۰ نفر (۲۳٪)، قرارداد کارمین: ۴۶ نفر (۲۱٪)، مشاغل کارگری موقت: ۱۸ نفر (۸٪)، مشاغل کارگری دائم: ۲۶ نفر (۱۲٪)، سایر (مأمور و آزمایشی): ۲۱ نفر (۹٪).



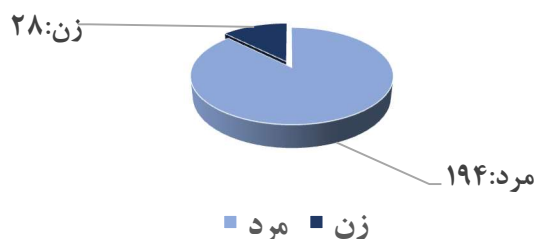
• ترکیب تحصیلی:

- زیر دیپلم: ۴۰ نفر (۱۸٪)، دیپلم: ۳۸ نفر (۱۷٪)، فوق دیپلم: ۱۴ نفر (۶٪)، لیسانس: ۷۸ نفر (۳۶٪)، فوق لیسانس: ۴۹ نفر (۲۲٪)، دکتری: ۳ نفر (۱٪).



• ترکیب جنسیتی:

- مرد: ۱۹۴ نفر (۸۷٪)، زن: ۲۸ نفر (۱۳٪).





تعداد و نسبت کارکنان بر حسب نوع استخدام

رسمی	پیمانی	قرارداد کارمچین	مشاغل کارگری موقت	مشاغل کارگری دائم	رسمی آزمایشی	رسمی مأمور از شرکت	پیمانی مأمور از شرکت	رسمی مأمور به شرکت	پیمانی مأمور به شرکت	قرارداد کار معین مأمور به شرکت
۶۱	۵۰	۴۶	۱۸	۲۶	۴	۳	۲	۱۰	۰	۲
۲۷٪	۲۳٪	۲۱٪	۸٪	۱۲٪	۲٪	۱٪	۱٪	۴٪	۰	۱٪

تعداد و نسبت کارکنان بر حسب تحصیلات

زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس	دکتری
۴۰	۳۸	۱۴	۷۸	۴۹	۳
۱۸٪	۱۷٪	۶٪	۳۶٪	۲۲٪	۱٪

اهم اقدامات برای کارکنان ستادی:

۱. صدور احکام پرسنلی: ثبت و صدور سیستمی احکام برای ۲۲۲ کارمند رسمی، پیمانی، قراردادی و کارگری در نرم‌افزار مربوطه (پاکتا) و درج در پرونده‌های فیزیکی.
۲. ارزیابی مدیران: ثبت اطلاعات مدیران در سامانه پاکتا و هماهنگی برای مصاحبه و آزمون ارزیابی شایستگی‌های عمومی.
۳. به‌روزرسانی اطلاعات پرسنلی: بارگذاری احکام و آمار پرسنلی در سامانه‌های کارمندان ایران و ساختار سازمان اداری و استخدامی.
۴. امور بازنشستگی: انجام امور بازنشستگی برای ۲۱ نفر از کارکنان (صندوق خدمات کشوری و تأمین اجتماعی).
۵. مدیریت حضور و غیاب: نظارت مستمر بر حضور و غیاب، مرخصی‌ها و مأموریت‌ها با گزارش کارکردهای ماهانه و سالیانه.
۶. مأموریت‌ها: صدور احکام مأموریت داخلی و خارجی مطابق ضوابط.
۷. کارکرد ماهانه: تهیه و ارسال لیست کارکرد ماهانه کارکنان به مدیریت امور مالی.
۸. محاسبه سنوات و مرخصی: به‌روزرسانی ذخایر مرخصی پرسنل.
۹. استعلام مدارک تحصیلی: بررسی مدارک تحصیلی جدید کارکنان با رعایت بخشنامه سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی.
۱۰. تبدیل وضعیت ایثارگران: انجام امور تبدیل وضعیت ۲۸ نفر ایثارگر و صدور احکام مربوطه.
۱۱. گزارش‌های آماری: ارائه گزارش‌های آماری نیروی انسانی در موعدهای مقرر.
۱۲. ارتقای شغلی: صدور احکام ارتقای طبقه و رتبه برای ۴۲ نفر.
۱۳. اجرای بخشنامه‌ها: پیاده‌سازی و ابلاغ بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های مربوطه.
۱۴. پاسخگویی به بازنشستگان: رسیدگی به مسائل بازنشستگان و انجام مکاتبات لازم.
۱۵. نگهداری پرونده‌ها: به‌روزرسانی و اسکن پرونده‌های پرسنلی.
۱۶. نظارت بر پیمانکاران: ارزیابی عملکرد پیمانکاران سیستم احکام و حضور و غیاب.



ب) کارکنان خدماتی

اطلاعات آماری کارکنان خدماتی:

• تعداد کارکنان خدماتی: ۲۹۸ نفر

- خدمات محوطه، ساختمان، آبدارخانه و فضای سبز: ۱۸۷ نفر
- حفاظت فیزیکی: ۶۷ نفر
- فناوری اطلاعات (آی تی): ۷ نفر
- نقلیه: ۷ نفر
- فنی و مهندسی: ۲۰ نفر
- ماده ۲۴: ۱۰ نفر

اهم اقدامات در حوزه کارکنان خدماتی:

۱. مدیریت فضای سبز (۱۳ هکتار):

- نظافت دائمی، جمع‌آوری زباله و برگ‌ها، و پای‌پیل درختان.
- آبیاری دو شیفتی در فصل گرما (تانکری، دستی و تحت فشار).
- احداث ۵,۰۰۰ مترمربع آبیاری تحت فشار در رینگ آتش‌نشانی، خلیج فارس و غیره.
- کاشت ۲۵,۰۰۰ نشاء فصلی، ۱,۸۵۰ گیاه گلدانی و ۲۰۰ درخت مثمر.
- لایروبی چاه باغ ژاپنی، تعمیر پمپ شناور و بازسازی تصفیه‌خانه.
- تعویض سنگ‌فرش و ترمیم آبیاری باغ ژاپنی.

۲. نظافت و نگهداری سرویس‌های بهداشتی:

- نظافت مستمر سرویس‌های بهداشتی کل محوطه.
- بکارگیری ۳,۰۰۰ نفرروز نیروی روزمزد برای نظافت.
- تأمین و نصب ملزومات (هواکش، شیر برقی، روشنایی و غیره).
- تخلیه چاه‌های سرویس بهداشتی در چندین نقطه.
- احداث سرویس بهداشتی جدید (۱۰۰ چشمه) جنب سالن‌های ۴۰ و ۴۱.

۳. نظافت ساختمان‌های اداری و آبدارخانه‌ها:

- نظافت روزانه ساختمان‌ها و سرویس‌دهی پذیرایی ذینفعان.
- تأمین ملزومات بهداشتی (سطل زباله، دستگاه فوم، شیرآلات و غیره).

۴. نظافت محوطه و سالن‌های نمایشگاهی:

- جمع‌آوری و حمل زباله از ساختمان‌ها و سرویس‌های بهداشتی.
- شستشوی روزانه ۲۰۰ مخزن زباله.
- حمل زباله به مراکز مجاز با ۱۸۰ سرویس سمی‌تریلر.
- نظافت ۲,۰۲۷,۰۵۹ مترمربع سالن‌های نمایشگاهی در ۶۶ نمایشگاه (۳۳ دوره) با بکارگیری ۸۱۵,۲۱۶ نفرروز نیروی روزمزد.
- تخلیه کامل سالن‌ها با بیش از ۴۰ خاور.



۵. امور رفاهی کارکنان خدماتی و ستادی:

- تأمین لاستیک به نرخ دولتی و هماهنگی تخصیص خودرو به متقاضیان.
- توزیع البسه متحدالشکل برای کارکنان.
- ساماندهی ورزش پرسنل.
- انعقاد قرارداد بیمه تکمیلی.
- توزیع سبدهای یلدایی و ماه رمضان و ارزاق سه‌ماهه در سه نوبت.
- استقرار اپتومتریست برای بینایی‌سنجی.
- برگزاری آزمایشات ادواری سلامت کارکنان.



(۲-۲-۶) مدیریت برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات

مأموریت اصلی

مدیریت برنامه‌ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات مسئول تدوین برنامه‌های استراتژیک، به‌روزرسانی فرآیندهای اداری و توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات است. این مدیریت با هدف هوشمندسازی عملیات، افزایش بهره‌وری و انطباق با تحولات محیطی و سازمانی، نقش کلیدی در توسعه سازمانی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران ایفا می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. تدوین برنامه‌های استراتژیک:

- تنظیم برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت.
- تدوین شاخص‌های بهره‌وری و ارزیابی عملکرد.

۲. نوسازی فرآیندهای اداری:

- بازنگری و بهبود فرآیندهای سازمانی.
- پیاده‌سازی اتوماسیون اداری برای کاهش بروکراسی.

۳. توسعه فناوری اطلاعات:

- راه‌اندازی سامانه‌های دیجیتال مانند ثبت‌نام مشارکت کنندگان.
- ارتقای زیرساخت‌های IT برای پشتیبانی از نمایشگاه‌ها.

۴. نظارت بر اجرای برنامه‌ها:

- پایش پیشرفت برنامه‌های عملیاتی.
- ارائه گزارش‌های تحلیلی به معاونت توسعه مدیریت.

۵. آموزش و توسعه فناوری:

- آموزش پرسنل و توانمندسازی در حوزه‌های مختلف.
- بهره‌گیری از ابزارهای هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌ها.

اهداف استراتژیک

- هوشمندسازی فرآیندهای سازمانی.
- افزایش بهره‌وری از طریق فناوری‌های نوین.
- تدوین نقشه راه توسعه دیجیتال شرکت.



شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

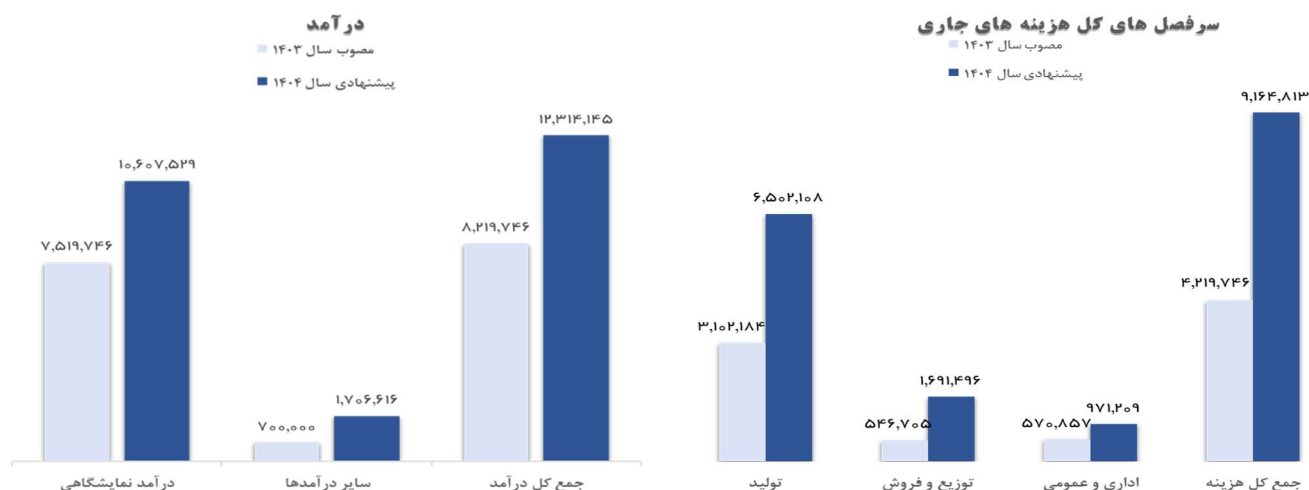
- بازنگری فرآیندها و زیرفرآیندهای سازمانی.
- راه‌اندازی سامانه ثبت‌نام دیجیتال مشارکت کنندگان.
- رشد ۷۹ درصدی درآمد سامانه‌های تخصصی.
- اجرای ۱۰,۴۶۲ نفر ساعت آموزش پرسنل.
- اجرای ۸۰٪ تکالیف قانونی پنجره ملی دولت هوشمند (با ۴۰٪ هوشمندسازی).

اهم اقدامات و پروژه‌ها

۱. تدوین برنامه‌های استراتژیک و بودجه

- تدوین و ارزیابی شاخص‌های بهره‌وری: تکمیل پروژه تدوین شاخص‌های بهره‌وری برای ارزیابی عملکرد واحدها.
- اصلاح و تدوین بودجه:
 - اصلاح بودجه ۱۴۰۲ و تدوین بودجه مصوب ۱۴۰۳ و پیشنهادی ۱۴۰۴ مطابق زمان‌بندی.
 - جدول مقایسه‌ای بودجه (ارقام به میلیون ریال):

نسبت تغییرات	پیشنهادی سال ۱۴۰۴	سهم از کل	مصوب سال ۱۴۰۳	شرح	
۴۱٪	۱۰,۶۰۷,۵۲۹	۹۱٪	۷,۵۱۹,۷۴۶	درآمد نمایشگاهی	درآمد
۱۴۴٪	۱,۷۰۶,۶۱۶	۹٪	۷۰۰,۰۰۰	سایر درآمدها	
۵۰٪	۱۲,۳۱۴,۱۴۵	۱۰۰٪	۸,۲۱۹,۷۴۶	جمع کل درآمد	
۱۱۰٪	۶,۵۰۲,۱۰۸	۷۴٪	۳,۱۰۲,۱۸۴	تولید	هزینه‌های جاری
۲۰۹٪	۱,۶۹۱,۴۹۶	۱۳٪	۵۴۶,۷۰۵	توزیع و فروش	
۷۰٪	۹۷۱,۲۰۹	۱۴٪	۵۷۰,۸۵۷	اداری و عمومی	
۱۱۷٪	۹,۱۶۴,۸۱۳	۱۰۰٪	۴,۲۱۹,۷۴۶	جمع کل هزینه	





• تدوین سند جامع نیروی انسانی:

- احصای مأموریت‌ها، اهداف و تکالیف قانونی.
- تحلیل وضعیت موجود نیروی انسانی و نیازسنجی مشاغل.
- تدوین برنامه عملیاتی برای تعادل عرضه و تقاضای نیروی انسانی.

۲. نوسازی فرآیندهای اداری

- بازنگری فرآیندها: بازنگری فرآیند و زیرفرآیندهای سازمانی برای افزایش کارایی.
- اتوماسیون اداری (سامانه برید):

- پیاده‌سازی سامانه اتوماسیون اداری برید برای هوشمندسازی مکاتبات.

○ دستاوردها:

- چابکی و افزایش سرعت مکاتبات با پروتکل‌های HTTP و HTTPS.
- تطابق با مرورگرهای مدرن (Firefox, Chrome, Edge).
- پشتیبانی از زبان فارسی، تقویم شمسی و استانداردهای Unicode.
- امکان اتصال به سامانه‌های رصد، شناسه شمس و امضای الکترونیکی.
- کاهش هزینه‌های اداری و افزایش شفافیت.

• بازنگری فرم‌های اداری با BPMS:

- خودکارسازی ۱۸ فرم اداری شامل:
 - تأییدیه صورت وضعیت پیمانکاران.
 - درخواست تسویه حساب، کالا، مناقصه و خودرو.
 - ارزیابی مجریان و گزارش خسارات.

○ دستاوردها:

- کاهش خطاهای انسانی.
- ایجاد مسیر مشخص برای ارجاعات سیستمی.
- بهبود کارایی و شفافیت فرآیندها.

۳. توسعه فناوری اطلاعات

• سامانه ثبت نام مشارکت کنندگان:

- راه‌اندازی سامانه دیجیتال برای ثبت نام و مدیریت اطلاعات مشارکت کنندگان.

○ دستاوردها:

- کاهش نیاز به مراجعه حضوری و افزایش رضایت مشارکت کنندگان.



- امکان جانمایی آنلاین، تبادل اطلاعات بین سامانه‌ها و گزارش‌گیری.
- ایجاد بانک اطلاعاتی مشارکت‌کنندگان و کاهش هزینه‌های اداری.
- رشد ۷۹٪ درآمد سامانه‌های تخصصی.

• ارتقای زیرساخت‌های فیبر نوری:

- انعقاد تفاهم‌نامه با شرکت مخابرات ایران برای فیبرکشی ۱۴۴ کور FTTH.
- اقدامات:
 - انتقال سرویس‌های شبکه دولت و ملی اطلاعات به بستر فیبر نوری.
 - فیوژن کابل‌ها، نصب رک و باکس‌های ATB و FAT در سالن‌های ۶، ۷ و ۲۷.
 - رفع مشکلات OCDF قدیمی و اصلاح مسیرهای ارتباطی.

○ دستاوردها:

- ارائه نقشه GIS و گزارش OTDR برای ۴۳۲ رشته فیبر.
- بهبود کیفیت اینترنت و سرویس‌های مخابراتی.
- افزایش کارایی و نظم در زیرساخت‌های ارتباطی.

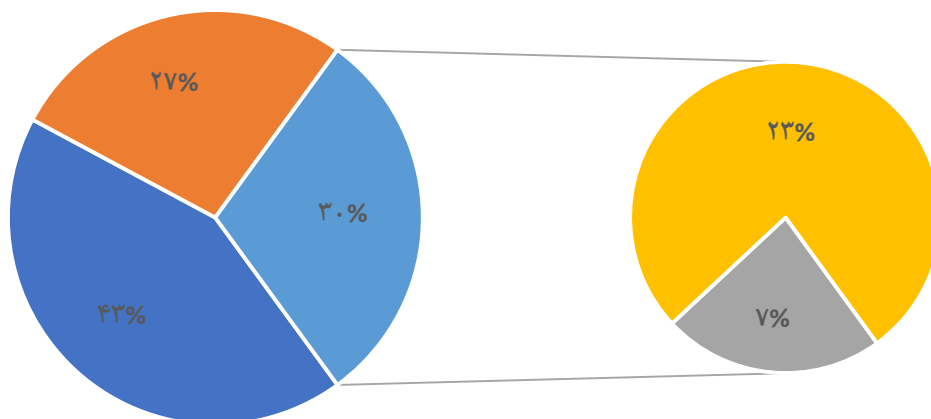
• ارتقای سخت‌افزار و سیستم‌عامل:

- خرید ۹۳ سیستم جدید و ارتقای ۲۲ سیستم موجود به ویندوز ۱۰ و ۱۱.

○ دستاوردها:

- افزایش ۶۰٪ سرعت اجرای برنامه‌ها.
- کاهش ۷۰٪ زمان راه‌اندازی سیستم‌ها.
- بهبود امنیت سایبری و تطابق با نرم‌افزارهای مدرن.

ارتقاء سیستم‌های کاربران



■ ویندوز ۱۱ و ارتقاء سیستم ■ ویندوز ۱۰ ■ ویندوز ۷ ■ نیاز به ارتقا و خرید سیستم



۴. آموزش و توانمندسازی پرسنل

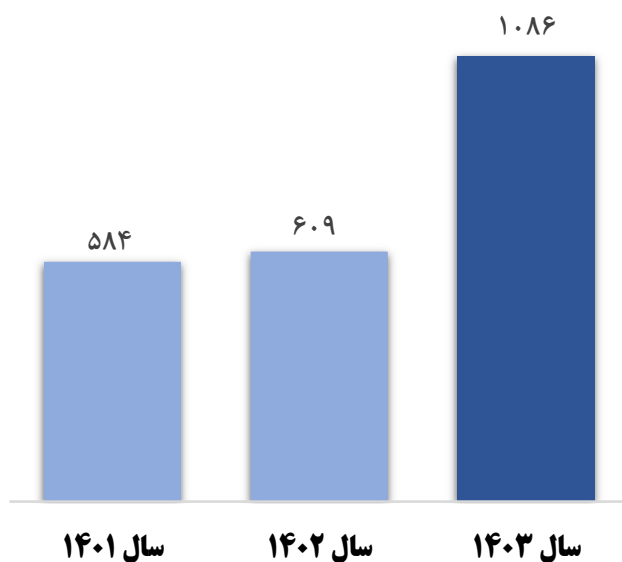
• اجرای ۱۰,۴۶۲ نفر ساعت آموزش:

- دوره‌های اختصاصی مدیریتی (۱۶ دوره، ۱۱۲ ساعت، ۷۱ نفر، ۵۰۴ نفر ساعت):
 - موضوعات: زبان بدن، ارتباطات سازمانی، تفکر خلاق، مدیریت تغییر و توانمندسازی.
- دوره‌های عمومی مشترک (۶ دوره، ۵۸ ساعت، ۲۵۷ نفر، ۲,۸۴۰ نفر ساعت):
 - موضوعات: اخلاق سازمانی، آیین نگارش، مهارت‌های خانوادگی.
- دوره‌های عمومی شغلی (۱۳ دوره، ۱۲۰ ساعت، ۶۹۶ نفر، ۶,۰۷۲ نفر ساعت):
 - موضوعات: مدیریت بحران، بهره‌وری، قراردادهای و مبارزه با پولشویی.
- دوره‌های مشاغل اختصاصی (۶ دوره، ۹۸ ساعت، ۶۲ نفر، ۱,۰۴۶ نفر ساعت):
 - موضوعات: سامانه تدارکات الکترونیکی، اکسل و گزارش نویسی حراستی.

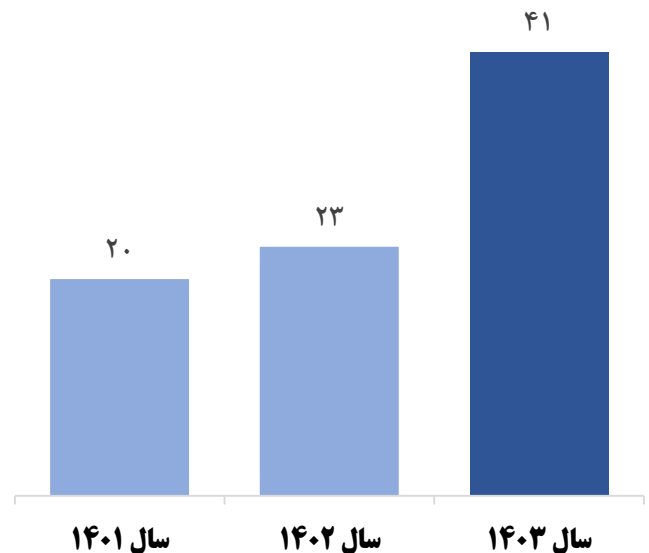
• دستاوردها:

- ارتقای دانش و مهارت کارکنان.
- انطباق با تکالیف قانونی سازمان اداری و استخدامی.
- افزایش بهره‌وری و توانمندسازی پرسنل.

مقایسه عملکرد سه ساله میزان مشارکت کارکنان



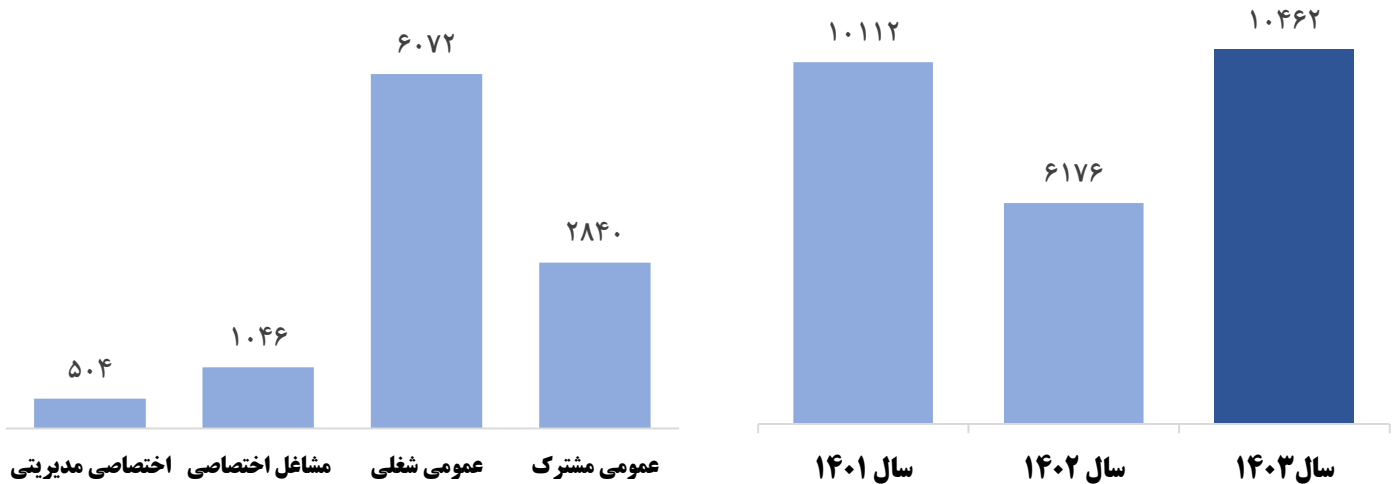
مقایسه عملکرد سه ساله تعداد دوره برگزاری





نفر ساعت آموزشی

عملکرد آموزشی سال ۱۴۰۳ بر اساس مشاغل



۵. اجرای تکالیف قانونی

- پنجره ملی دولت هوشمند: تحقق ۸۰٪ تکالیف قانونی با ۴۰٪ هوشمندسازی خدمات.
- رعایت بخشنامه‌ها: اجرای کامل بخشنامه‌های سازمان اداری و استخدامی در حوزه آموزش و فناوری.

نتیجه‌گیری

مدیریت برنامه‌ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات در سال ۱۴۰۳ با تدوین برنامه‌های استراتژیک، بازنگری فرآیندها، راه‌اندازی سامانه‌های دیجیتال و ارتقای زیرساخت‌های IT، گام‌های مؤثری در هوشمندسازی و افزایش بهره‌وری برداشته است. این اقدامات منجر به رشد ۷۹٪ در آمد سامانه‌های تخصصی، اجرای ۱۰,۴۶۲ نفر ساعت آموزش و بهبود ۱۱۷٪ هزینه‌های جاری در بودجه پیشنهادی ۱۴۰۴ شده است. این دستاوردها جایگاه شرکت را در مسیر توسعه دیجیتال و تحقق اهداف اقتصادی تقویت کرده است.



(۳-۲-۶) مدیریت امور مالی

مأموریت اصلی

مدیریت امور مالی مسئول مدیریت منابع مالی، تسویه حساب‌ها و گزارش‌دهی مالی شرکت است. این مدیریت با هدف شفافیت مالی و تأمین بودجه مورد نیاز، به پایداری مالی شرکت کمک می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. مدیریت درآمدها و هزینه‌ها:
 - نظارت بر درآمدهای نمایشگاهی (۱۳۲۴۹ میلیارد ریال در سال ۱۴۰۳).
 - مدیریت هزینه‌های عملیاتی و عمرانی.
۲. تسویه حساب‌ها:
 - تسویه قراردادهای مجریان و پیمانکاران (۸۲۱۰ میلیارد ریال).
 - بررسی و تأیید اسناد مالی.
۳. گزارش‌دهی مالی:
 - تهیه گزارش‌های مالی دوره‌ای برای هیئت‌مدیره.
 - ارائه تحلیل‌های مالی برای تصمیم‌گیری استراتژیک.
۴. مدیریت بودجه:
 - تدوین و اصلاح بودجه سالیانه.
 - تخصیص منابع مالی به پروژه‌های اولویت‌دار.
۵. پیاده‌سازی سیستم‌های مالی دیجیتال:
 - استفاده از سامانه‌های مالی دیجیتال برای شفافیت.
 - کاهش خطاهای مالی از طریق اتوماسیون.

اهداف استراتژیک

- تضمین پایداری مالی شرکت.
- افزایش شفافیت و کارایی مالی.
- پشتیبانی مالی از پروژه‌های توسعه‌ای.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- درآمد ۱۳۲۴۹ میلیارد ریالی.
- تسویه ۸۲۱۰ میلیارد ریالی قراردادها.
- اصلاح بودجه سال ۱۴۰۳.



عملکرد بخش درآمد شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

عملکرد بخش درآمدی به‌عنوان مسئول مدیریت تمامی وجوه درآمدی شرکت، در سال ۱۴۰۳ را به شرح زیر است:

۱. تسویه امور مالی نمایشگاه‌ها: انجام امور مالی و تسویه ۶۶ دوره نمایشگاه برگزار شده در سال ۱۴۰۳ به مبلغ ۸,۲۱۰,۷۸۴,۳۸۹,۶۳۷ ریال.
۲. قراردادهای بهره‌برداری اماکن غیرنمایشگاهی: ابلاغ و اجرای بیش از ۶۸ قرارداد بهره‌برداری از اماکن غیرنمایشگاهی (شامل رستوران، انبار، عرصه نمایشگاه تبریز، سالن‌های مورد استفاده برای امور فرهنگی و هنری و غیره) به ارزش ۹۶۵,۳۰۶,۲۳۹,۰۹۶ ریال.
۳. امور مالی همایش‌ها و کنسرت‌ها: کارسازی و انجام امور مالی مربوط به برگزاری همایش‌ها و کنسرت‌ها به ارزش ۱۹۲,۵۹۲,۶۵۰,۰۰۰ ریال.
۴. نظارت مالی بر نمایشگاه‌های خاص: رسیدگی، نظارت و اجرای کامل امور مالی نمایشگاه‌های لوستر و چراغ‌های تزئینی، صنعت تهران و تلکام.
۵. ثبت درآمد غرفه‌سازی: ثبت درآمد، دریافت وجه و صدور فاکتور برای هزاران مجوز غرفه‌سازی صادر شده در نمایشگاه‌های برگزار شده به مبلغ تقریبی ۱۰۹,۴۳۵,۵۶۳,۶۱۶ ریال.

گزارش مقایسه درآمد یکساله			
عنوان	سال ۱۴۰۳ (میلیون ریال)	سال ۱۴۰۲ (میلیون ریال)	انحراف مساعد/نامساعد
درآمد حاصل از نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی (ارزی)	۳,۹۰۳,۹۲۷	۲,۷۰۳,۴۸۴	۱,۲۰۰,۴۴۳
درآمد حاصل از نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی (ریالی)	۸,۱۲۱,۷۸۴	۲,۶۹۹,۴۴۳	۵,۴۲۲,۳۴۱
درآمد حاصل از نمایشگاه‌های تخصصی داخلی (ریالی)	۱۶۶,۱۰۰	۱۵۱,۲۵۳	۱۴,۸۴۷
درآمد حاصل از نمایشگاه‌های بین‌المللی خارج از کشور	۰	۰	۰
درآمد اجاره سالن‌های همایش	۱۹۰,۵۹۳	۱۳۰,۸۲۳	۵۹,۷۷۰
درآمد اجاره اماکن، پارکینگ و تبلیغات محیطی	۹۶۵,۳۰۶	۳۱۲,۲۹۵	۶۵۳,۰۰۶
درآمد فروش بلیط و کارت دعوت	۲۰۴,۴۷۷	۴۵۸,۸۶۰	(۲۵۳,۳۸۳)
تخفیفات	(۳۰۲,۸۵۱)	(۲۳۰,۰۱۲)	(۷۲,۸۳۹)
جمع کل	۱۳,۲۴۹,۳۳۴	۶,۲۲۶,۱۴۶	۷,۰۲۴,۱۸۵

مقایسه بودجه اصلاحی و عملکرد - درآمد (میلیون ریال) مورخ ۱۴۰۳/۱۲/۳۰			
عنوان	بودجه مصوب	عملکرد	درصد تحقق
درآمدها	۱۰,۹۷۲,۵۷۹	۱۱,۷۷۰,۲۴۹	%۱۰۵
سایر درآمدها	۸۵۶,۳۸۵	۴۵۵,۷۶۶	%۵۳
جمع کل:	۱۱,۸۲۸,۹۶۴	۱۲,۲۲۶,۰۱۵	%۱۰۳



صورت ریز درآمدهای عملیاتی شرکت (میلیون ریال)	
مقدار (میلیون ریال)	منبع درآمدی
۳۹۰۳۹۲۷	نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی (ارزی)
۸۱۲۱۷۸۴	نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی (ریالی)
۱۶۶۰۹۹	نمایشگاه‌های تخصصی داخلی
۱۹۰۵۹۲	اجاره سالن‌های همایش
۹۶۵۳۰۶	اجاره اماکن، پارکینگ و تبلیغات محیطی
(۳۰۲۸۵۱)	تخفیفات
۱۳۰۴۴۸۵۷	جمع کل

گزارش عملکرد بخش هزینه و دفترداری شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

بخش هزینه

واحد هزینه شامل سه بخش قراردادهای پیمانکاری، دارایی ثابت، و اسناد تدارکات و حقوق و دستمزد است. عملکرد این بخش‌ها به صورت خلاصه به شرح زیر است:

۱. قراردادهای پیمانکاری: ابلاغ و اجرای ۶۱ فقره قرارداد پیمانکاری به مبلغ ۳,۹۱۶,۱۳۶,۱۴۴,۶۲۶ ریال، بررسی صورت وضعیت‌ها و صدور اسناد مربوطه.
۲. مفاصا حساب بیمه: صدور نامه مفاصا حساب بیمه برای پیمانکاران مقیم و غیرمقیم.
۳. اسناد حسابداری انبار: ثبت و صدور اسناد حسابداری انبار.
۴. دارایی ثابت: بررسی و صدور اسناد حسابداری در سیستم دارایی ثابت بر اساس پلاک‌های تعریف شده توسط امین اموال.
۵. اسناد عمومی: صدور بیش از ۲۰۰ سند عمومی شامل هزینه‌های غیرقراردادی و استعلامی.
۶. اسناد دارایی ثابت: صدور بیش از ۴۵ سند برای دارایی ثابت.
۷. دریافت و پرداخت: صدور بیش از ۳۵۰ سند در سیستم دریافت و پرداخت.
۸. حقوق و دستمزد: ثبت کارکرد ماهانه پرسنل در سیستم حقوق و دستمزد و پرداخت حقوق.
۹. رفع مغایرت‌ها: تهیه گزارش‌ها، رفع مغایرت‌ها و بارگذاری فایل‌های پاکنا.



۱۰. رفاهیات پرسنل: ثبت اطلاعات و محاسبه لیست رفاهیات پرسنل.
۱۱. کسورات حقوق و دستمزد: ثبت اسناد کسورات مربوط به حقوق و دستمزد.
۱۲. گزارش‌های سازمانی: تهیه فایل‌های ماهانه برای صندوق بازنشستگی، خدمات درمانی، سازمان تأمین اجتماعی و امور مالیاتی.

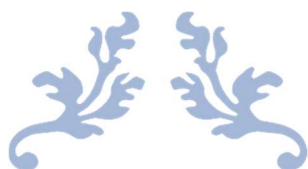
بخش دفترداری و تنظیم حساب‌ها

عملکرد بخش دفترداری و تنظیم حساب‌ها به شرح زیر است:

۱. صورت‌های مالی: تهیه و تنظیم صورت‌های مالی.
۲. بررسی کدها: بررسی کدینگ اسناد صادرشده از بخش‌های مختلف مالی.
۳. مغایرت‌های بانکی: تهیه صورت مغایرت‌های بانکی از حساب‌های فعال شرکت.
۴. اظهارنامه‌ها و معاملات فصلی: تهیه و ارسال اظهارنامه‌ها و گزارش‌های معاملات فصلی به صورت سالانه و سه‌ماهه در موعد مقرر.
۵. سامانه مودیان مالیاتی: انجام امور مربوط به سامانه‌های مودیان مالیاتی.
۶. لیست نمایشگاه‌ها و همایش‌ها:
 - تهیه لیست نمایشگاه‌های برگزارشده در سال ۱۴۰۳ در تمامی سالن‌های همایش با جزئیات عنوان همایش، سالن، تاریخ شروع و پایان، تعداد روز و اجرا.
 - تهیه لیست نمایشگاه‌های برگزارشده در سال ۱۴۰۳ به تفکیک عنوان نمایشگاه، سالن، تاریخ شروع و پایان، تعداد روز، متراژ و روز-متراژ.
 - تهیه لیست همایش‌های برگزارشده در سال ۱۴۰۳ در سالن میلاد با جزئیات عنوان همایش، تاریخ شروع و پایان، تعداد روز، متراژ و روز-متراژ.
۷. هماهنگی با واحدها: بررسی لیست‌های فوق با همکاری کارشناسان روابط عمومی، نمایشگاه‌های داخلی و مدیریت طراحی و غرفه‌آرایی.
۸. اسناد اصلاحی و انتقالی: ثبت اسناد اصلاحی، انتقالی و بستن حساب‌های هزینه‌ای و بهای تمام‌شده سال ۱۴۰۲.
۹. بررسی کدینگ هزینه‌ای: بررسی کدینگ‌های سطح چهارم و پنجم هزینه‌ای.
۱۰. محاسبه بهای تمام‌شده: ثبت اطلاعات مالی و محاسبه بهای تمام‌شده سال ۱۴۰۲.
۱۱. رسیدگی به اسناد: رسیدگی به اسناد صادرشده توسط بخش‌های مختلف مالی، اسناد ارسالی از تدارکات و اسناد مدیریت نمایشگاه‌های خارجی (مربوط به مأموریت‌های خارجی).
۱۲. پاسخگویی به مراجع نظارتی: پاسخگویی به دیوان محاسبات و بازرس قانونی.
۱۳. تأمین اعتبار: تأمین اعتبار اسناد هزینه‌ای.

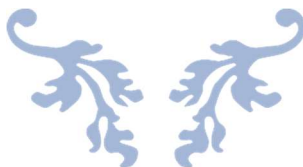


۱۴. کنترل اسناد هزینه‌ای: ثبت، نگهداری و کنترل اسناد هزینه‌ای مطابق با برنامه‌های مصوب و تخصیص‌های ابلاغی.
۱۵. گزارش‌های بودجه‌ای: تهیه گزارش‌های سه‌ماهه، شش‌ماهه، نه‌ماهه و سالانه برای اخذ بودجه.
۱۶. پیگیری بودجه: پیگیری دریافت و جذب بودجه و اعتبارات.
۱۷. بررسی درخواست‌های هزینه: بررسی درخواست‌های هزینه یا اعتبارات و ارائه نظر کارشناسی در خصوص آن‌ها.



(۳-۶)

معاونت فنی و مهندسی





معاونت فنی و مهندسی

مأموریت اصلی

معاونت فنی و مهندسی مسئول توسعه، نوسازی و نگهداری زیرساخت‌های فیزیکی و فنی نمایشگاه‌ها است. این معاونت با هدف تضمین ایمنی، کیفیت و پایداری فضاها، به بهبود زیرساخت‌ها و ارتقای تجربه بازدیدکنندگان کمک می‌کند. تمرکز این معاونت بر استفاده از فناوری‌های نوین و رعایت استانداردهای ایمنی و زیست‌محیطی است.

مدیریت‌ها و قسمت‌های تحت پوشش

۱. مدیریت طراحی و معماری داخلی:

- وظایف: بررسی و تأیید طرح‌های غرفه‌سازی، و نظارت بر اجرای آن‌ها.
- نقش: تأیید ۱۰۵۰۰ طرح غرفه‌سازی و نظارت بر یک میلیون مترمربع غرفه.

۲. مدیریت توسعه، نوسازی و بهسازی زیرساخت‌ها:

- وظایف: اجرای پروژه‌های عمرانی و نوسازی تأسیسات.
- نقش: مقاوم‌سازی سالن میلاد و احداث ورودی‌های جدید.

۳. مدیریت خدمات فنی و مهندسی:

- وظایف: نگهداری و تعمیر تأسیسات الکتریکی و مکانیکی.
- نقش: اجرای پروژه‌های لوله‌کشی و نصب سیستم‌های سرمایشی.

گزارش فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳)

۱. طراحی و غرفه‌سازی:

- بررسی و تأیید ۱۰۵۰۰ طرح غرفه‌سازی برای تضمین ایمنی و زیبایی.
- نظارت بر ساخت بیش از یک میلیون مترمربع غرفه در ۶۶ نمایشگاه.
- تدوین استانداردهای جدید طراحی برای ارتقای تجربه بصری.

۲. نوسازی و بهسازی:

- مقاوم‌سازی سالن میلاد و بهسازی کف‌سازی و سقف سالن‌ها.
- احداث سرویس‌های بهداشتی جدید و ورودی‌های مدرن.

۳. خدمات فنی:

- تعمیر و نگهداری تأسیسات الکتریکی و مکانیکی برای ۶۶ نمایشگاه.
- اجرای پروژه‌های لوله‌کشی و نصب دیزل ژنراتورها.
- همکاری با HSEE برای رعایت استانداردهای ایمنی و زیست‌محیطی.
- نصب پکیج‌های یونیت برای سرمایش ۵۷۰۰ مترمربع فضای نمایشگاهی.

۴. پایداری و نوآوری:

- کاهش مصرف انرژی از طریق بهسازی تأسیسات.
- استفاده از مصالح پایدار در پروژه‌های عمرانی.



اهداف استراتژیک

- ارتقای کیفیت و ایمنی زیرساخت‌های نمایشگاهی.
- کاهش اثرات زیست‌محیطی از طریق فناوری‌های پایدار.
- بهبود تجربه بازدیدکنندگان با زیرساخت‌های مدرن.
- افزایش ظرفیت نمایشگاهی برای جذب رویدادهای بزرگ‌تر.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- بررسی ۱۰۵۰۰ طرح غرفه‌سازی.
- نظارت بر یک میلیون مترمربع غرفه.
- مقاوم‌سازی سالن میلاد و نصب سیستم‌های سرمایشی برای ۵۷۰۰ مترمربع.
- اجرای پروژه‌های لوله‌کشی و بهسازی تأسیسات.

دستاوردها و تأثیرات

معاونت فنی و مهندسی با اجرای پروژه‌های عمرانی و بهسازی، توانسته است ظرفیت و کیفیت فضاهای نمایشگاهی را بهبود بخشد. تمرکز بر ایمنی و پایداری، همراه با استفاده از فناوری‌های نوین، تجربه بازدیدکنندگان را ارتقا داده و شرکت را به استانداردهای بین‌المللی نزدیک‌تر کرده است.



(۱-۳-۶) مدیریت طراحی و معماری داخلی

مأموریت اصلی

مدیریت طراحی و معماری داخلی مسئول طراحی، بررسی و نظارت بر غرفه‌سازی و معماری داخلی فضاها را نمایندگی می‌کند. این مدیریت با هدف تضمین کیفیت، ایمنی و زیبایی‌شناسی، به بهبود تجربه نمایشگاهی کمک می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. بررسی طرح‌های غرفه‌سازی:
 - تأیید بیش از ۱۰۵۰۰ طرح غرفه‌سازی در سال ۱۴۰۳.
 - اطمینان از انطباق طرح‌ها با استانداردهای ایمنی و زیبایی.
۲. نظارت بر اجرای طرح‌ها:
 - نظارت بر ساخت بیش از یک میلیون مترمربع غرفه.
 - هماهنگی با غرفه‌سازان برای اجرای دقیق طرح‌ها.
۳. توسعه استانداردهای طراحی:
 - تدوین دستورالعمل‌های طراحی غرفه‌ها.
 - به‌روزرسانی استانداردها با فناوری‌های نوین.
۴. هماهنگی با سایر واحدها:
 - تعامل با مدیریت فنی برای تأمین تجهیزات.
 - همکاری با HSEE برای رعایت استانداردهای ایمنی.
۵. ارتقای تجربه بصری:
 - طراحی فضاها را نمایندگی جذاب برای بازدیدکنندگان.
 - استفاده از عناصر معماری پایدار.

اهداف استراتژیک

- ارتقای کیفیت بصری و عملکردی غرفه‌ها.
- تضمین ایمنی در طراحی و اجرا.
- توسعه پایدار در معماری نمایشگاهی.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- بررسی ۱۰۵۰۰ طرح غرفه‌سازی.
- نظارت بر یک میلیون مترمربع غرفه.
- تدوین استانداردهای جدید طراحی.



جدول گزارش متراژهای محاسباتی در نمایشگاه ها :

سال ۱۴۰۳								
تعداد نمایشگاه ها	تعداد طرح‌های بارگذاری شده در سامانه غرفه‌سازی	متراژ کل غرفه‌بندی پیش ساخته ریالی (متر مربع)	متراژ کل غرفه‌بندی پیش ساخته ارزی (متر مربع)	متراژ کل غرفه‌بندی خودساز ریالی (متر مربع)	متراژ کل غرفه‌بندی خودساز ارزی (متر مربع)	متراژ کل فضای باز ریالی (متر مربع)	متراژ کل فضای باز ارزی (متر مربع)	جمع کل متراژ فضای سرپوشیده و فضای باز
۶۶	۱۰۵۰۰	۱۰۳۲۵۰	۱۷۷۶۶	۷۸۶۳۴۰	۳۲۶۹۰	۷۲۹۴۵	۱۹۲۵	۱۰۱۴۹۱۶

گزارش اهم اقدامات مدیریت طراحی و غرفه‌آرایی

اقدامات اصلی انجام‌شده توسط مدیریت طراحی و غرفه‌آرایی در سال ۱۴۰۳ به شرح زیر است:

۱. بررسی نقشه‌های سالن‌ها: بررسی نقشه‌های اولیه سالن‌های تحت پوشش، اعلام تغییرات لازم به مجریان در صورت نیاز و تأیید نهایی نقشه‌ها توسط کارشناسان غرفه‌آرایی.
۲. تأیید طرح‌های غرفه‌سازی: بررسی و تأیید ۱۰۵۰۰ طرح غرفه‌سازی بارگذاری‌شده در سامانه جامع غرفه‌سازی.
۳. نظارت بر غرفه‌سازی: بازدید از سالن‌ها و فضای باز نمایشگاه‌های برگزارشده، نظارت بر اجرای عملیات غرفه‌سازی بیش از یک میلیون مترمربع پیش از شروع نمایشگاه‌ها و جمع‌آوری غرفه‌ها پس از اتمام هر نمایشگاه.
۴. برداشت متراژ غرفه‌ها: بررسی و برداشت متراژ غرفه‌های پیش‌ساخته و خودساز ارزی و ریالی و فضای باز به میزان بیش از یک میلیون مترمربع به صورت جداگانه.
۵. گزارش متراژ محاسباتی: تهیه گزارش متراژ محاسباتی بیش از یک میلیون مترمربع نمایشگاه‌ها و ارائه به معاونت توسعه مدیریت، منابع و برنامه‌ریزی.
۶. نظارت بر نصب موکت: نظارت بر نصب و جمع‌آوری حدود ۶۰۰,۰۰۰ مترمربع موکت در سالن‌های نمایشگاهی.
۷. مدیریت نخاله‌های غرفه‌سازی: نظارت بر عملیات جابجایی نخاله‌های غرفه‌سازی پس از اتمام هر نمایشگاه.
۸. کمیته راستی‌آزمایی: برگزاری ۱۳ جلسه کمیته راستی‌آزمایی برای بررسی پرونده ۸۶ شرکت متقاضی مجوز غرفه‌سازی و ارتقای سطح‌بندی.

۹. **کمیته انضباطی:** رسیدگی به ۲۲ مورد شکایت در کمیته انضباطی، منجر به حل و فصل، تعلیق یا جریمه نقدی.
۱۰. **جریمه شرکت‌های متخلف:** اعمال جریمه نقدی و اخذ تعهد با درج در پرونده برای ۲۱ شرکت به دلیل تخلف و عدم رعایت دستورالعمل‌های مدیریت طراحی و معماری داخلی.
۱۱. **پارتیشن‌بندی:** طراحی و جانمایی پارتیشن‌بندی برای دفتر مدیر برنامه‌ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات.
۱۲. **پیشرفت برنامه عملیاتی:** پیشبرد ۷۰ درصد برنامه عملیاتی سال ۱۴۰۳ در خصوص طراحی و جانمایی دفتر مسئولین هماهنگی سالن‌ها.
۱۳. **ارزیابی از تجهیزات شرکت‌ها:** پایش و ارزیابی، انبار و تجهیزات شرکت‌های متقاضی مجوز اسپیس فریم و پیش‌ساخته.
۱۴. **به‌روزرسانی سامانه:** به‌روزرسانی سامانه جامع غرفه‌سازی برای بارگذاری غرفه‌های پیش‌ساخته مجریان (برگزارکنندگان).
۱۵. **جانمایی و ترسیم نقشه:** جانمایی، تهیه طرح و ترسیم نقشه غرفه‌های مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه‌های برگزار شده توسط شرکت سهامی نمایشگاه‌ها.
۱۶. **بازنگری دستورالعمل‌ها:** بررسی، بازنگری و به‌روزرسانی دوره‌ای دستورالعمل‌ها و مقررات غرفه‌سازی.
۱۷. **جلسات با انجمن غرفه‌سازان:** برگزاری جلسات متعدد با انجمن غرفه‌سازان.

بررسی وضعیت جانمایی غرف در سالن پیش از شروع ساخت و ساز





(۲-۳-۶) مدیریت توسعه، نوسازی و بهسازی زیرساخت‌ها

مأموریت اصلی

مدیریت توسعه، نوسازی و بهسازی زیرساخت‌ها وظیفه توسعه و نگهداری زیرساخت‌های فیزیکی نمایشگاه‌ها را بر عهده دارد. این مدیریت با هدف بهبود ظرفیت‌ها و پایداری زیرساخت‌ها، به ارتقای کیفیت فضاهای نمایشگاهی کمک می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. اجرای پروژه‌های عمرانی:

- احداث سرویس‌های بهداشتی و ورودی‌های جدید.
- مقاوم‌سازی سالن‌ها (مانند سالن میلاد).

۲. نوسازی زیرساخت‌ها:

- بهسازی کف‌سازی، سقف‌ها و تأسیسات.
- نصب پکیج‌های یونیت برای سرمایش ۵۷۰۰ مترمربع.

۳. برآورد هزینه‌ها:

- تدوین برآوردهای مالی برای پروژه‌های عمرانی.
- مدیریت بودجه پروژه‌های نوسازی.

۴. هماهنگی با سایر واحدها:

- همکاری با مدیریت فنی برای تأمین تجهیزات.
- تعامل با HSEE برای رعایت استانداردهای زیست‌محیطی.

۵. توسعه پایدار:

- کاهش مصرف انرژی از طریق بهسازی تأسیسات.
- استفاده از مصالح پایدار در پروژه‌ها.

اهداف استراتژیک

- افزایش ظرفیت و کیفیت زیرساخت‌های نمایشگاهی.
- کاهش اثرات زیست‌محیطی پروژه‌ها.
- بهبود تجربه بازدیدکنندگان از طریق زیرساخت‌های مدرن.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- مقاوم‌سازی سالن میلاد.
- نصب دیزل ژنراتورها و پکیج‌های سرمایشی.
- احداث ورودی‌ها و سرویس‌های بهداشتی جدید.



اهم اقدامات انجام شده در سال ۱۴۰۳

- طراحی و به روز رسانی هزینه های مرمت سقف سالن های سازه فضا کار و تهیه شرح خدمات مقاوم سازی و بهسازی
- طراحی و برآورد هزینه های روز بازسازی کف سالن نمایشگاهی بمنظور فرصت سرمایه گذاری جایگزین موکت
- تهیه و تدوین شرح خدمات پروژه مطالعات پدافند غیر عامل
- تهیه شرح خدمات پروژه کف سازی سالن ۲۷ به متراژ ۲۱۰۰ متر مربع
- طراحی ، محاسبه و ارائه خدمات جهت مقاوم سازی و ارزیابی ایمنی بمنظور تامین ایمنی سالن میلاد به متراژ ۱۵۰۰۰ متر مربع شامل

بروز رسانی شرح خدمات موارد ذیل:

- (۱) طراحی، محاسبه و ارائه مقاوم سازی، بهسازی لرزه ای و اصلاح سازه میلاد
- (۲) طراحی، محاسبه و ارائه سیستم مقاوم در برابر حریق (آتش پاد) میلاد
- (۳) طراحی، محاسبه و ارائه اصلاح سرویس بهداشتی سالن میلاد
- (۴) طراحی، محاسبه و ارائه اجرای سازه ورودی جدید اداری میلاد
- (۵) طراحی، محاسبه و ارائه اجرای سازه آسانسور VIP میلاد
- (۶) طراحی، محاسبه و ارائه اصلاح سیستم درب های آسانسور برای ۸ درب
- (۷) طراحی، محاسبه و ارائه اصلاح تاسیسات مکانیکی و برق ساختمان میلاد



مدیریت خدمات فنی و مهندسی (۳-۳-۶)

مأموریت اصلی

مدیریت خدمات فنی و مهندسی مسئول تأمین، نگهداری و تعمیر تأسیسات فنی و مهندسی نمایشگاه‌ها است. این مدیریت با هدف تضمین عملکرد صحیح تأسیسات و تجهیزات، به پایداری عملیات نمایشگاهی کمک می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. نگهداری و تعمیر تأسیسات:
 - تعمیر ابنیه، تأسیسات الکتریکی و مکانیکی.
 - نگهداری دیزل ژنراتورها و سیستم‌های سرمایشی.
۲. نظارت بر عملکرد تجهیزات:
 - بازرسی دوره‌ای تأسیسات نمایشگاهی.
 - اطمینان از عملکرد صحیح تجهیزات در طول رویدادها.
۳. تأمین تجهیزات فنی:
 - هماهنگی برای تأمین تجهیزات مورد نیاز غرفه‌ها.
 - نصب و راه‌اندازی سیستم‌های الکتریکی و مکانیکی.
۴. مدیریت پروژه‌های فنی:
 - اجرای پروژه‌های لوله‌کشی و تأسیسات.
 - نظارت بر اجرای پروژه‌های فنی توسط پیمانکاران.
۵. رعایت استانداردهای ایمنی:
 - همکاری با HSEE برای اطمینان از ایمنی تأسیسات.
 - اجرای پروتکل‌های فنی برای کاهش مخاطرات.

اهداف استراتژیک

- تضمین عملکرد بدون وقفه تأسیسات.
- افزایش ایمنی و پایداری فنی نمایشگاه‌ها.
- کاهش هزینه‌های تعمیر و نگهداری.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- اجرای پروژه‌های لوله‌کشی و تأسیسات.
- تعمیر و نگهداری تأسیسات برای ۶۶ نمایشگاه.
- نصب سیستم‌های سرمایشی برای ۵۷۰۰ مترمربع.



اهم اقدامات انجام شده

۱. بازسازی سرویس بهداشتی و آبدارخانه سالن کنفرانس شماره یک
۲. انجام عملیات تعمیرات، لکه‌گیری و بازسازی سرویس‌های بهداشتی واقع در محوطه نمایشگاه
۳. تعویض دریچه‌های آب‌های سطحی در محوطه نمایشگاه
۴. انجام عملیات بهسازی شامل (تهیه و نصب، تعمیر، رنگ آمیزی و اصلاح نواقص) در رستوران خلیج فارس
۵. تکمیل، ساخت و نصب دریچه‌های کف خواب‌های برق سالن ۸ و ۹
۶. احداث سقف سایبان در قسمت ورودی آسانسور باربری سالن خلیج فارس
۷. نصب پارتیشن جهت اتاق واقع در ساختمان رفاهی
۸. اصلاح ورودی سالن ۶
۹. اصلاح ورودی سالن ۴۰
۱۰. اصلاح و رنگ آمیزی سطح چوبی کف صندلی‌های واقع در محوطه سایت
۱۱. احداث کانال آبرو و انجام عملیات حفر چاه در محوطه شمالی نمایشگاه
۱۲. تهیه، حمل و نصب موانع U شکل در محوطه نمایشگاه
۱۳. تعمیرات حوضچه شستشو واقع در ضلع جنوبی سالن ۸ و ۹
۱۴. تهیه، حمل و اجرای تراشه آسفالت جهت لکه‌گیری در مسیر دسترسی از رینگ غربی به پارکینگ غربی و نیز پارکینگ سالن ۵۹
۱۵. اصلاح و بازسازی محوطه و دیوارهای جنب پارکینگ طبقاتی
۱۶. احداث حصار و نرده فلزی جهت برج‌های خنک‌کننده سالن خلیج فارس
۱۷. اصلاح سقف موتورخانه سالن میلاد
۱۸. تهیه، حمل و نصب دیوار شیشه سکوریت جهت ورودی جنوب غربی سالن میلاد
۱۹. اصلاح سقف اتاقک دیزل جنب سالن ۳۸
۲۰. نصب استوانه ترافیکی در محوطه نمایشگاه
۲۱. اصلاح تابلو راهنما در ورودی شمالی نمایشگاه
۲۲. بازسازی سرویس بهداشتی واقع در جنب اداره تدارکات
۲۳. نظافت بام و کانالهای ورودی ساختمانها و سالنهای نمایشگاهی
۲۴. انجام عملیات تعمیرات و اصلاح سقف کریدور مابین سالن‌های ۲۱ و ۲۲۰



۲۵. تهیه، حمل، نصب و راه اندازی سپتیک جهت سرویس بهداشتی نیم طبقه سالن ۱۰ و ۱۱
۲۶. تهیه، حمل و نصب راهبند فلزی در ورودی شمالی نمایشگاه (لاین کند رو چمران شمال)
۲۷. تهیه، حمل و نصب نرده فلزی جهت هدایت عابرین در پارکینگ کارمندان (جنوبی) و نیز ورودی شمالی نمایشگاه
۲۸. عملیات تعمیرات (شامل اصلاح بتن کف، دریچه های کف خواب، پوشش منافذ و تعمیرات جزئی ورودی سالنها) در سالنهای نمایشگاهی

۲۹. انجام عملیات حفاری جهت دوربین های مدار بسته مدیریت حراست واقع در محوطه غربی نمایشگاه
۳۰. انجام عملیات لکه گیری آسفالت محوطه
۳۱. انجام عملیات تعمیرات شامل گریل کف، فلاشینگ بام، اجرای ایزوگام بام و لکه گیری رنگ سالن ۶۱
۳۲. انجام عملیات تعمیرات در واحد کارگزینی واقع در ساختمان رفاهی
۳۳. انجام عملیات بهسازی شامل (تهیه و نصب، تعمیر، رنگ آمیزی و اصلاح نواقص) در رستوران بزرگ
۳۴. انجام عملیات تعمیرات در آبدارخانه واقع در طبقه چهارم سالن میلاد
۳۵. انجام عملیات تعمیرات در اتاق واقع در طبقه اول ساختمان رفاهی (کارگزینی سابق)
۳۶. انجام عملیات تعمیرات در اتاق واقع در محوطه جنب باشگاه ورزشی
۳۷. انجام عملیات تعمیرات و دال گذاری در محوطه جنب سالن ۲ و سرویس بهداشتی واقع در پارکینگ غربی نمایشگاه
۳۸. انجام عملیات بازسازی کانکس سیار سرویس بهداشتی در پارکینگ کارمندان (جنوبی)
۳۹. انجام عملیات لکه گیری سنگ در محوطه نمایشگاه
۴۰. انجام عملیات حفر چاه و جابجایی کانکس سرویس بهداشتی واقع در جنب ساختمان نقلیه
۴۱. انجام عملیات تعمیرات شامل تهیه و نصب تابلو و نیز اجرای لوله کشی جهت کانکس های سیار سرویس بهداشتی واقع در محوطه

سالن ۱۷ قدیم

۴۲. انجام عملیات تعمیر درب سالنهای نمایشگاهی
۴۳. انجام عملیات لکه گیری و آب بندی بام ساختمانها و سالنهای نمایشگاهی
۴۴. نوسازی و بهسازی ابنیه و تاسیسات الکتریکال و مکانیکال تالار اصفهان (در حال اجرا)
۴۵. اصلاح شیب بندی سالن ۳
۴۶. محصور نمودن محوطه سالن ۴ قدیم جهت بهره برداری دپوی ضایعات
۴۷. احداث سرویس بهداشتی واقع در ضلع شمال غربی سالن ۳۸



۴۸. تعمیر اساسی ۴ عدد کمپرسور ۴۰ تن در موتورخانه خلیج فارس، ساختمان اداری و ساختمان رفاهی
۴۹. سرویس، تعمیر اساسی و راه اندازی کامل پکیج ۴۰ تن (مهراصل) سالن ۳۸
۵۰. تهیه و نصب پکینگ PVC گام ۱۹ لانه زنبوری آنتی باکتریال، تهیه و نصب کاهنده سرعت و تعمیر سرویس الکتروموتور فن برج خنک کننده ۷۰۰ تن سالن ۸۹
۵۱. انجام تعمیر، اصلاح و راه اندازی هیترهای تشعشی تعمیرگاه و نقلیه
۵۲. نصب ۹ دستگاه propoint اعلام حریق در سالن ها و انبارهای نمایشگاه
۵۳. تعمیر راه اندازی چیلر جذبی موتورخانه سالن میلاد به منظور افزایش برودت برای سالن کنسرت و سالن های نمایشگاهی
۵۴. تهیه و اجرای لوله کشی آب و گاز در رستوران تپه سبز به همراه کلیه اتصالات
۵۵. تهیه و نصب کمپرسور ۲۵ تن پیستونی پکیج شماره ۱ سالن ۴۱
۵۶. تعویض سیم بکسل های آسانسور باری خلیج فارس به منظور افزایش سطح ایمنی و استاندارد سازی
۵۷. اخذ مشاور جهت بررسی، طراحی، برآورد و تهیه اسناد مناقصه لوله کشی ساختمان رفاهی
۵۸. تهیه و ساخت مخزن آب گالوانیزه جهت آبرسانی، تقویت فشار آب رستوران بزرگ
۵۹. تهیه، نصب و راه اندازی کامل دیگ چدنی و تعمیرات مربوط به موتورخانه رستوران بزرگ
۶۰. تهیه، نصب و راه اندازی کامل دیگ چدنی و تعمیرات مربوط به موتورخانه سالن ۲۷
۶۱. تهیه، نصب و راه اندازی کامل دیگ چدنی و تعمیرات مربوط به موتورخانه بازرگانی
۶۲. تجهیزات ساخت کلکتور و تابلو برق و راه اندازی الکتروموتورهای پمپ های تصفیه خانه فضای سبز
۶۳. نظارت و واگذاری انشعاب برق به حدود ۱۰۰۰۰ غرفه نمایشگاهی
۶۴. تهیه، ساخت و نصب دستگاه های پرده هوا جهت درب های رستوران بزرگ
۶۵. ساخت مخزن ذخیره آب ۲۵۰۰ متر مکعبی برای سایت نمایشگاه بین المللی تهران (در حال طراحی)
۶۶. تهیه، ساخت و نصب کلکتور خط بخار به همراه متعلقات جهت موتورخانه میلاد
۶۷. تهیه، نصب و راه اندازی ۱۱ دستگاه پکیج یونیت یکپارچه ۳۰ تن و تهیه و اصلاح و عایق کانال های رفت و برگشت در سالن ۱۰/۱۱ جهت تامین سرمایش و گرمایش مطلوب سالن فوق
۶۸. نصب و راه اندازی یک دستگاه دیزل ژنراتور ۱۳۸۵ kva جهت پست میلاد جهت تامین برق اضطراری در زمان قطع برق نمایشگاه در فصل تابستان برای سالن میلاد
۶۹. تهیه، نصب و راه اندازی یک دستگاه دیزل ژنراتور ۷۰۰ kva جهت پست برق ۱۲



۷۰. تهیه، نصب و راه اندازی کامل برج خنک کننده ۴۰۰ تن جهت چیلر تراکمی موتورخانه خلیج فارس
۷۱. لوله کشی رفت و برگشت ۱۲ اینچ موتورخانه NH از موتورخانه تا ابتدای سالن ۲۷ با عایقکاری به منظور بهینه سازی انتقال خط گرمایش سالن های شرق نمایشگاه
۷۲. احداث ورودی جدید در ضلع جنوب شرقی سالن میلاد
۷۳. تهیه، نصب و تعمیر اساسی و سیم پیچی الکتروموتورهای معیوب مجموعه
۷۴. پروژه حفاری، تهیه کابل و کابل کشی جهت برقراری ارتباط بین پست های ۲۰ کیلو وات ۴ تا ۱۱ و ۱۲ (در حال اجرا)
۷۵. تهیه اسناد مناقصه لوله کشی موتورخانه ساختمان رفاهی
۷۶. اصلاح نقاط معیوب شبکه گاز نمایشگاه بین المللی
۷۷. ساخت و نصب حفاظ و رنگ کاری پله بام سالن ۱۰۱۱
۷۸. انجام عملیات لوله کشی فاضلاب گل فروشی نمایشگاه
۷۹. تهیه، نصب و راه اندازی کامل دستگاه پرده هوا جهت طبقه اول سالن نمایشگاهی خلیج فارس
۸۰. انجام عملیات تعمیرات و بازسازی ایزوگام و سنگ کاری ورودی ساختمان اداری شماره ۲ (ساختمان رفاهی)
۸۱. انجام عملیات تعمیرات و نوسازی ساختمان نیروی انتظامی واقع در درب جنوبی نمایشگاه
۸۲. انجام عملیات بهسازی (کاشی، سنگ دیوار و کف انبار) رستوران بزرگ
۸۳. نصب و راه اندازی اگزاست (هواکش) سقفی به همراه کابل کشی جهت سرویس بهداشتی ساختمان رفاهی
۸۴. انجام عملیات تعمیرات و بازسازی در سالن آرایشگاه نمایشگاه
۸۵. انجام عملیات بازسازی سقف پارکینگ سالن ۶۱
۸۶. انجام عملیات تعویض لوله و شیرآلات سیستم آبرسانی سرویس بهداشتی سالن نمایشگاهی میلاد
۸۷. انجام عملیات تعمیر کویل های گرمایشی پکیج های سالن ۳۸ و ۴۰
۸۸. انجام عملیات تعمیر بلور فن هواساز سیستم گرمایشی واقع در ساختمان بازرگانی
۸۹. انجام عملیات نشت یابی، کنده کاری و تعویض لوله های معیوب طبقه همکف واقع در ساختمان اداری
۹۰. تهیه، نصب لوله و اتصالات و کنده کاری مسیر جهت آبرسانی به محل استقرار جرثقیل ها
۹۱. انجام عملیات سنگ کاری در محوطه سالن ۶۱
۹۲. انجام عملیات تعمیرات و بازسازی واقع در سالن ۶۱
۹۳. اجرای عملیات تعمیرات و بازسازی آسایشگاه سرباز واقع در ضلع جنوبی سالن ۶۲



۹۴. اجرای عملیات کنده کاری، اجرای برشکاری و عبور لوله های گرمایشی و فاضلاب بعثت احداث چاله آسانسور واقع در طبقه

همکف اداری

۹۵. تهیه، حمل، نصب و راه اندازی سپتیک جهت ساختمان اداری شماره ۲

۹۶. تهیه، حمل، نصب و راه اندازی سپتیک جهت سرویس بهداشتی نیرو انتظامی واقع در درب جنوبی نمایشگاه

۹۷. انجام عملیات رنگ آمیزی راهرو ساختمان انتظامات واقع در درب جنوبی نمایشگاه

۹۸. اصلاح و رنگ آمیزی ستونهای داخل سالن های نمایشگاهی

۹۹. تامین سرویس های مخابراتی اعم از فیبر دسترسی، تانوما، اینترنت، سرویس های سازمانی و غیره با توجه به تفاهم نامه همکاری

مشترک بین نمایشگاه بین المللی و شرکت مخابرات ایران منطقه تهران

۱۰۰. نظارت و کنترل دستگاههای مخابراتی شرکت و وضعیت شبکه کابلی مخابرات و سیستم شبکه تلفن سیار و نیز معاینه و آزمایش

خطوط ارتباطی و دستگاههای مخابراتی جهت حصول اطمینان از برقراری ارتباط دائم

۱۰۱. جابجایی خطوط تلفن همکاران و ایجاد سیگنال های ارتباطی و انجام تعمیرات جزئی تلفن های رومیزی

۱۰۲. تحویل و تحول خطوط مخابراتی به مجریان و غرفه داران نمایشگاه ها و همکاران

۱۰۳. پیگیری و نظارت بر امور نصب، تعمیر، تعویض و نگهداری قطعات و دستگاههای مخابراتی مورد استفاده

۱۰۴. همکاری با شرکت مخابرات ناحیه مربوطه در خصوص انتقال بستر فیبر نوری و نگهداری آن (سرویس دهی به سازمان توسعه

تجارت و مجموعه انقلاب)

۱۰۵. انجام امور مربوط به بروز رسانی سیستم تلفن گویا و پاسخگویی به تلفن ۲۱۹۱۹ شهری و نیز ۸ داخلی

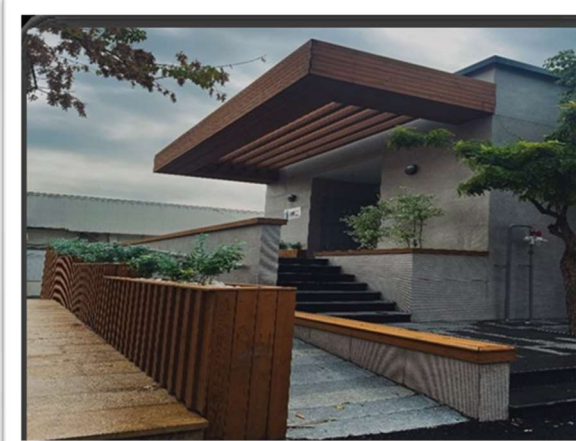
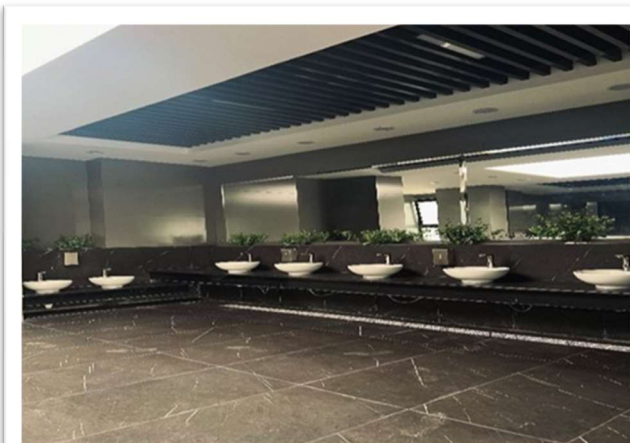


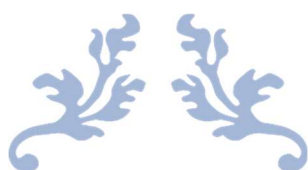
پروژه های بزرگ انجام شده در سال ۱۴۰۳

ردیف	موضوع	شرح پروژه	اثرات و دستاوردهای اجرای پروژه	اطلاعات آماری
۱.	احداث سرویس بهداشتی واقع در ضلع شمال غربی سالن ۳۸	تخریب سرویس فرسوده قدیمی و احداث سرویس بهداشتی دو طبقه جدید	خدمت رسانی به ذینفعان نمایشگاهی در شان برند نمایشگاه بین‌المللی تهران	۲۵ چشمه مردانه، ۲۵ چشمه زنانه، ۱ اتاق مادر و کودک، موتورخانه و اتاق برق
۲.	۱۱ دستگاه پکیج یونیت یکپارچه ۳۰ تن	تامین برودت و گرمایش مناسب سالن ۱۰ و ۱۱ تهویه هوای مناسب	تامین رضایت مشارکت کنندگان و بازدید کنندگان از دمای بهینه سالن	تحت پوشش قرار گرفتن ۵۷۰۰ مترمربع
۳.	احداث ورودی جدید در ضلع جنوب شرقی سالن میلاد	احداث ورودی جدید شامل رمپ معلولین، پله و محوطه سازی	اصلاح مبلمان محیطی و جداسازی تردد مراجعین و از ماشین آلات حمل و نقل در زمان غرفه سازی	متراژ حدودی ۲۰۰ متر مربع
۴.	پرده های هوای سالن های مجموعه	جلوگیری از هدر رفت انرژی در بخش سرمایش و گرمایش	تامین رضایت مشارکت کنندگان و بازدید کنندگان و جلوگیری از پرت انرژی	سالن های نمایشگاهی
۵.	تهیه، نصب و راه اندازی یک دستگاه دیزل ژنراتور kva ۱۳۸۵ جهت پست برق میلاد	تامین برق اضطراری در زمان قطع برق نمایشگاه در فصل تابستان برای سالن میلاد	تحت پوشش رفتن حدود ۱۳۵۰۰ مترمربع فضای نمایشگاهی و اداری	تحت پوشش رفتن حدود ۱۳۵۰۰ مترمربع فضای نمایشگاهی و اداری
۶.	تهیه، نصب و راه اندازی یک دستگاه دیزل ژنراتور kva ۷۰۰ جهت پست برق ۱۲	تامین برق اضطراری در زمان قطع برق نمایشگاه در فصل تابستان برای سالن های ۱۸، ۴۱، ۴۰	عدم وقفه در پروسه برگزاری نمایشگاه	تحت پوشش رفتن حدود ۱۱۰۰۰ متر مربع فضای نمایشگاهی و خدماتی
۷.	برج خنک کننده ۴۰۰ تن جهت چیلر تراکمی موتورخانه خلیج فارس	بهینه سازی سیستم تولید برودت سالن خلیج فارس و افزایش راندمان سیستم مذکور	بالا بردن راندمان سیستم برودتی سالن خلیج فارس	بهینه سازی برودت حدود ۹۰۰۰ مترمربع فضای نمایشگاهی، همایش ها و رستوران



تصاویر تعدادی از پروژه های عمرانی انجام گرفته:





(۴-۶)

حوزه مدیر عامل





حوزه مدیر عامل

ماموریت :

حوزه مدیریت عامل به عنوان بازوی هماهنگ‌کننده و نظارتی شرکت، مسئولیت ایجاد هم‌افزایی میان معاونت‌ها و مدیریت‌ها، تأمین رضایت ذی‌نفعان، و حفظ جایگاه شرکت در اذهان مخاطبان را بر عهده دارد. مأموریت این حوزه، مدیریت ریسک‌های سازمانی، تقویت برند شرکت و پیشبرد فعالیت‌های فرهنگی، رسانه‌ای و بین‌المللی است. این حوزه با نظارت بر ایمنی، بهداشت، محیط زیست و ارزیابی عملکرد، به تضمین پایداری و پاسخگویی سازمان کمک می‌کند.

مدیریت‌ها و قسمت‌های تحت پوشش:

حوزه مدیریت عامل شامل سه بخش کلیدی است که هر یک وظایف تخصصی خود را در راستای اهداف کلان شرکت دنبال می‌کنند:

۱. مدیریت روابط عمومی و امور بین‌الملل:

- **وظایف:** مدیریت پوشش خبری، تشریفات، برگزاری همایش‌ها و برنامه‌های فرهنگی، و توسعه روابط بین‌المللی.
- **نقش:** تقویت تصویر برند شرکت از طریق رسانه‌ها، ترویج ارزش‌های فرهنگی (مانند حجاب و صرفه‌جویی انرژی)، و ایجاد بستری برای تعاملات بین‌المللی.

۲. اداره بهداشت، ایمنی، محیط زیست و انرژی (HSEE):

- **وظایف:** نظارت بر ایمنی غرفه‌سازی، اطفای حریق، رعایت استانداردهای بهداشتی و زیست‌محیطی، و مدیریت مصرف انرژی.
- **نقش:** تضمین ایمنی و سلامت ذی‌نفعان، کاهش اثرات زیست‌محیطی، و اجرای استانداردهای پایداری در نمایشگاه‌ها.

۳. گروه مدیریت عملکرد:

- **وظایف:** ارزیابی عملکرد واحدها، رسیدگی به شکایات، و پایش اجرای برنامه‌های عملیاتی.
- **نقش:** بهبود مستمر فرآیندها، افزایش شفافیت، و تقویت اعتماد ذی‌نفعان از طریق پاسخگویی و ارزیابی.

گزارش فعالیت‌های کلیدی (سال ۱۴۰۳)

حوزه مدیریت عامل در سال ۱۴۰۳ با اجرای فعالیت‌های گسترده و متنوع، نقش مهمی در پیشبرد اهداف شرکت ایفا کرده است. اهم فعالیت‌ها به شرح زیر است:

۱. فعالیت‌های رسانه‌ای و روابط عمومی:

- پوشش خبری ۷۵ مراسم افتتاحیه نمایشگاه‌ها با همکاری رسانه‌های ملی و بین‌المللی.
- برگزاری ۱۶۳ کنسرت و رویداد فرهنگی در سالن میلاد، که به جذب مخاطبان و تقویت جایگاه فرهنگی شرکت کمک کرد.
- اجرای ۶۲۶ برنامه همایشی و فرهنگی، از جمله جشنواره‌های موضوعی و برنامه‌های ترویجی (مانند ترویج فرهنگ حجاب و صرفه‌جویی انرژی).
- تولید محتوای دیجیتال برای پلتفرم‌های آنلاین، که منجر به افزایش دیده شدن شرکت در فضای مجازی شد.

**۲. فعالیت‌های بین‌المللی:**

- انجام تشریفات انعقاد ۱۲ تفاهم‌نامه همکاری با سازمان‌های بین‌المللی و برگزار کنندگان نمایشگاه‌های خارجی.
- همکاری آماده‌سازی مقدماتی برای مشارکت در اکسپو ۲۰۲۵ اوزاکا، از جمله هماهنگی‌های دیپلماتیک و طراحی پلانیون ایران.

۳. ایمنی و بهداشت (HSEE):

- نظارت بر ایمنی بیش از یک میلیون مترمربع فضای نمایشگاهی و تأیید ۵۱ گواهینامه غرفه‌سازان.
- مدیریت ۱۸ عملیات اطفای حریق با موفقیت و بدون خسارت جانی.
- اجرای برنامه‌های آموزشی HSEE برای ۵۰۰ نفر از پرسنل و غرفه‌داران، با هدف ارتقای فرهنگ ایمنی.
- پیاده‌سازی پروژه‌های صرفه‌جویی انرژی.

۴. ارزیابی عملکرد و پاسخگویی:

- رسیدگی به ۶۴ شکایت از ذی‌نفعان (شامل بازدید کنندگان و غرفه‌داران) و ارائه راهکارهای اصلاحی.
- ارزیابی عملکرد ۱۲ واحد سازمانی و ارائه گزارش‌های تحلیلی به هیئت‌مدیره.
- پایش اجرای برنامه‌های عملیاتی، که منجر به شناسایی و رفع ۱۵ گلوگاه فرآیندی شد.
- تدوین ۲۰ شاخص جدید ارزیابی عملکرد برای بهبود نظارت بر واحدها.

اهداف استراتژیک

- **تقویت برند و دیده شدن:** تبدیل شرکت به یکی از برندهای پیشرو در صنعت نمایشگاهی منطقه از طریق فعالیت‌های رسانه‌ای و فرهنگی.
- **افزایش رضایت ذی‌نفعان:** بهبود تجربه بازدید کنندگان، غرفه‌داران و کارکنان از طریق پاسخگویی سریع و خدمات باکیفیت.
- **توسعه پایدار:** کاهش اثرات زیست‌محیطی و افزایش ایمنی نمایشگاه‌ها با اجرای استانداردهای HSEE.
- **تقویت تعاملات بین‌المللی:** گسترش شبکه‌های همکاری جهانی و حضور مؤثر در رویدادهای بین‌المللی مانند اکسپو ۲۰۲۵.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- برگزاری ۶۲۶ برنامه همایشی و فرهنگی.
- پوشش خبری ۷۵ مراسم افتتاحیه و ۱۶۳ کنسرت.
- اطفای ۱۸ حریق و تأیید ۵۱ گواهینامه ایمنی غرفه‌سازان.
- رسیدگی به ۶۴ شکایت و تدوین ۲۰ شاخص جدید ارزیابی عملکرد.

دستاوردها و تأثیرات

حوزه مدیریت عامل با ایجاد هماهنگی میان مدیریت‌های زیرمجموعه، توانسته است تعادل مناسبی بین فعالیت‌های عملیاتی، فرهنگی و نظارتی برقرار کند. برگزاری ۶۲۶ برنامه فرهنگی و همایشی، افزایش تعاملات بین‌المللی، و اجرای پروژه‌های ایمنی و پایداری، از جمله دستاوردهای برجسته این حوزه در سال ۱۴۰۳ است. این فعالیت‌ها نه تنها جایگاه شرکت را در اذهان مخاطبان تقویت کرده، بلکه به افزایش رضایت ذی‌نفعان و کاهش ریسک‌های سازمانی کمک کرده است. تمرکز بر اقتصاد توجه و استفاده از ابزارهای دیجیتال نیز به دیده شدن بیشتر شرکت در فضای رقابتی منجر شده است.



(۱-۴-۶) مدیریت روابط عمومی و امور بین‌الملل

مأموریت اصلی

مدیریت روابط عمومی و امور بین‌الملل وظیفه ترویج برند شرکت، مدیریت تعاملات رسانه‌ای و توسعه همکاری‌های بین‌المللی را بر عهده دارد. این مدیریت با هدف تقویت جایگاه شرکت در اقتصاد توجه، گسترش روابط جهانی و ارتقای تجربه ذی‌نفعان از طریق ارتباطات مؤثر عمل می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. مدیریت رسانه‌ای و تبلیغاتی:

- پوشش خبری نمایشگاه‌ها و تولید محتوای رسانه‌ای.
- هماهنگی با رسانه‌های جمعی برای انعکاس اخبار رویدادها.

۲. برگزاری رویدادهای فرهنگی:

- اجرای برنامه‌های همایشی، کنسرتی و فرهنگی.
- ترویج ارزش‌های فرهنگی مانند حجاب و صرفه‌جویی.

۳. توسعه روابط بین‌الملل:

- انعقاد تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی.
- هماهنگی تشریفات برای مهمانان خارجی.

۴. مدیریت ارتباطات ذی‌نفعان:

- پاسخگویی به نیازها و جمع‌آوری بازخوردها.
- بهبود تجربه ذی‌نفعان از طریق تعاملات مؤثر.

۵. ترویج دیجیتال:

- استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای تبلیغات.
- توسعه حضور آنلاین شرکت.

اهداف استراتژیک

- تقویت برند شرکت در سطح ملی و جهانی.
- افزایش تعاملات فرهنگی و بین‌المللی.
- بهبود تجربه ذی‌نفعان از طریق ارتباطات مؤثر.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- برگزاری ۶۲۶ برنامه فرهنگی و همایشی.
- پوشش خبری ۶۶ مراسم افتتاحیه نمایشگاه.
- رشد ۱۷٪ بهره‌برداری از سالن‌های همایش نسبت به سال ۱۴۰۲.

اهم اقدامات و پروژه‌ها

۱. واحد امور رسانه‌ها

• پوشش خبری و اطلاع‌رسانی:

- هماهنگی با رسانه‌های جمعی برای انعکاس اخبار ۶۶ نمایشگاه داخلی.
- تولید و پخش کلیپ‌های مرتبط با هر نمایشگاه از روز اول تا پایان در رسانه‌های خبری و کانال‌های مجازی.
- پوشش خبری مراسم افتتاحیه، اختتامیه و روند برگزاری نمایشگاه‌ها با تیم‌های خبری تخصصی.
- برگزاری نشست‌های خبری برای نمایشگاه‌های برگزار شده توسط شرکت.

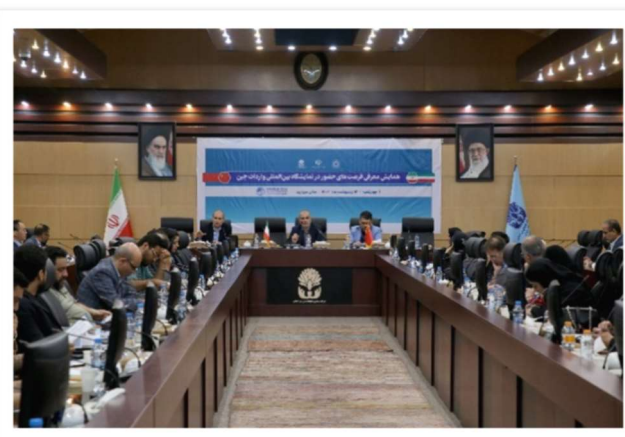
• ترویج صرفه‌جویی انرژی:

- تولید محتوای «دو درجه کمتر» برای فرهنگ‌سازی مصرف بهینه انرژی.
- نصب بنرهای اطلاع‌رسانی در محوطه نمایشگاه و ورودی سالن‌ها.

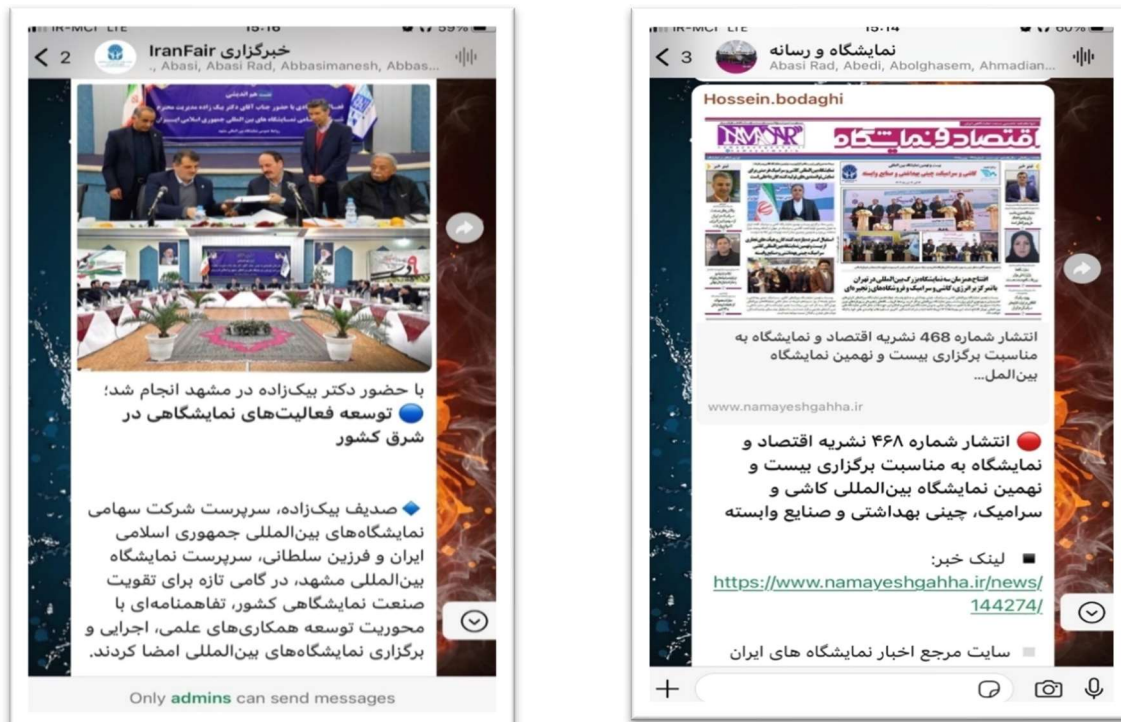
• دستاوردها:

- افزایش آگاهی عمومی از توانمندی‌های صنعتی و نمایشگاهی.
- تقویت جایگاه شرکت در رسانه‌های ملی و بین‌المللی.

برخی تصاویر مرتبط



هماهنگی و نظارت بر رسانه های جمعی جهت ارسال اخبار در رسانه های مجازی



۲. واحد تشریفات و امور مسافرت‌ها

- **اجرای مراسم‌های رسمی:**
 - برگزاری ۶۶ مراسم افتتاحیه با کیفیت و نظم بالاتر نسبت به سال‌های گذشته.
 - هماهنگی استقبال، پذیرایی و همراهی مقامات، هیئت‌های خارجی و داخلی.
 - تأمین مترجم همزمان و مدیریت سالن‌های VIP.
- **پشتیبانی از بازدیدهای رسمی:**
 - همراهی تورهای بازدید مقامات و ارائه توضیحات حرفه‌ای.
 - تهیه پک‌های خوش آمدگویی و هدایای تبلیغاتی با هویت بصری یکپارچه.
- **رعایت پروتکل‌ها:**
 - آموزش آداب معاشرت و پروتکل‌های رسمی به نیروهای اجرایی.
 - تنظیم صحنه و جایگاه مقامات بر اساس استانداردهای تشریفاتی.
- **دستاوردها:**
 - ارتقای تصویر حرفه‌ای شرکت در برابر مقامات و مهمانان.
 - افزایش رضایت ذی‌نفعان از تشریفات نمایشگاهی.







برنامه ریزی و برپایی نشست ها و دیدار مدیر عامل با مقامات خارجی و بازدید از نمایشگاه



برنامه ریزی و برپایی نشست ها و دیدار مدیرعامل با متولیان صنعت نمایشگاهی



۳. واحد امور همایش‌ها

• برگزاری همایش‌ها و کنسرت‌ها:

- اجرای ۶۲۶ برنامه در سالن‌های همایش، دفاتر و اتاق‌های VIP (رشد ۱۷٪ نسبت به ۶۶۶ برنامه در سال ۱۴۰۲، با وجود بازسازی تالار اصفهان و سالن یک اداری).
- برگزاری ۱۶۳ کنسرت و همایش در سالن میلاد (کاهش نسبت به ۱۸۵ برنامه در ۱۴۰۲ به دلیل محدودیت‌های امنیتی و ایام سوگواری).

• نظارت بر کیفیت:

- نظارت بر حسن اجرای همایش‌ها و سمینارهای جانبی با اخذ مجوزهای لازم از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اداره اماکن.

• دستاوردها:

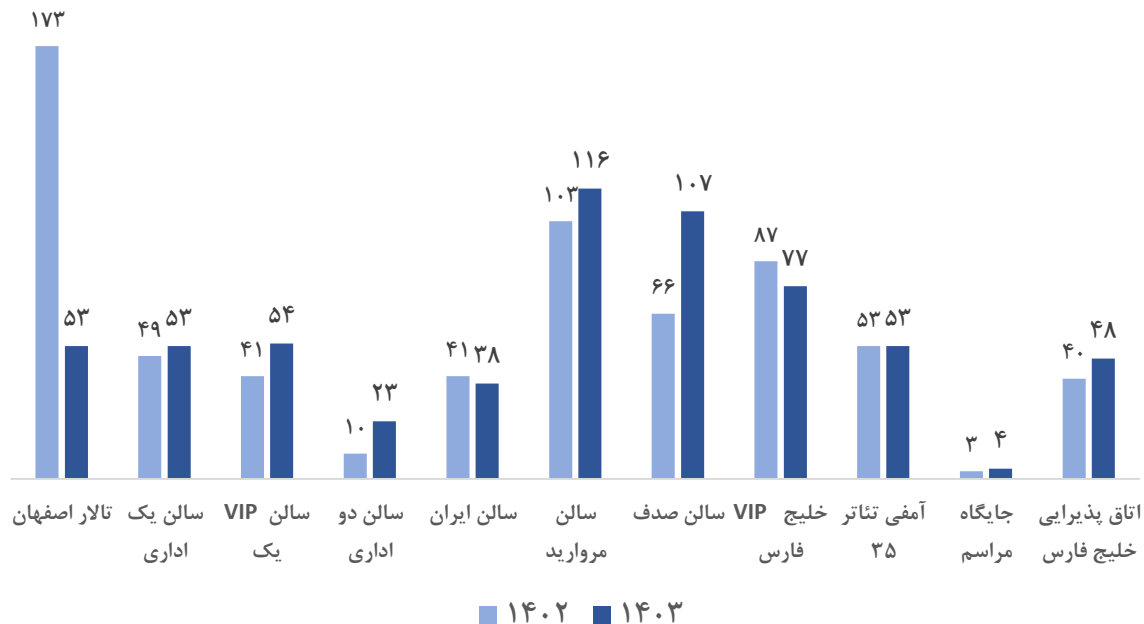
- افزایش درآمد حاصل از بهره‌برداری سالن‌ها.
- ارتقای تجربه بازدیدکنندگان و برگزارکنندگان.

تعداد مراسم در سالن‌های همایش





نمودار مقایسه ای میزان بهره برداری از سالن های همایش به تفکیک در سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳



۴. واحد سمعی و بصری و تبلیغات

• تولید محتوای تبلیغاتی:

- تولید کلیپ‌های تخصصی صنعت نمایشگاهی برای ترویج اهمیت توسعه صادرات.
- نصب بیش از ۵۰۰ متر بنر تبلیغاتی برای ترویج حجاب و عفاف.

• چاپ و انتشار:

- نظارت بر چاپ کتاب و نقشه راهنمای نمایشگاه‌ها برای اطلاع‌رسانی به بازدید کنندگان.
- هماهنگی چاپ آگهی مزایده‌ها و مناقصات در جراید معتبر.

• دستاوردها:

- تقویت هویت بصری و اطلاع‌رسانی مؤثر.
- افزایش دسترسی بازدید کنندگان به اطلاعات نمایشگاهی.

۵. واحد امور فرهنگی

• ترویج ارزش‌های فرهنگی:

- انتخاب غرفه‌های برتر در حوزه حجاب و عفاف.
- نصب بنر و آذین‌بندی مسجد حضرت ابراهیم، محوطه و سالن‌های اداری در مناسبت‌ها.
- برگزاری مراسم زیارت عاشورا و سایر برنامه‌های مذهبی در مسجد و سالن‌های همایش.

• فعالیت‌های خیریه:

- ارسال کانتینر ملزومات ضروری برای سیل‌زدگان سیستان و بلوچستان (۱۴۰۳/۳/۲۸).



○ هماهنگی مراسم گرامیداشت هفته دفاع مقدس با وزارت صمت.

• **ترویج اقامه نماز:**

○ آموزش و گسترش فرهنگ قرآنی و اقامه نماز جماعت.

○ پاسخگویی به سؤالات دینی کارکنان.

• **دستاوردها:**

○ تقویت فرهنگ سازمانی و اجتماعی.

○ افزایش تعاملات فرهنگی با ذی‌نفعان.

۶. **سایر اقدامات**

• **غرفه‌های اطلاع‌رسانی و فرهنگی:**

○ برپایی غرفه‌های اطلاع‌رسانی در ایام نمایشگاه‌ها برای پاسخگویی به بازدیدکنندگان.

• **تکریم کارکنان:**

○ دیدار مدیرعامل با کارکنان، گرامیداشت روز زن و تبریک زادروز همکاران.

• **ارتباطات دیجیتال:**

○ غنی‌سازی محتوای سامانه پیام کوتاه برای اطلاع‌رسانی و امور فرهنگی.

○ توسعه حضور آنلاین از طریق پلتفرم‌های دیجیتال.

مدیریت روابط عمومی و امور بین‌الملل در سال ۱۴۰۳ با برگزاری ۶۲۶ برنامه فرهنگی و همایشی، پوشش خبری ۶۶ مراسم افتتاحیه، نقش کلیدی در تقویت برند شرکت و توسعه صادرات غیرنفتی ایفا کرده است. این اقدامات با تمرکز بر رسانه، تشریفات، فرهنگ و هوشمندسازی ارتباطات، جایگاه شرکت را در سطح ملی و منطقه‌ای ارتقا داده و رضایت ذینفعان را بهبود بخشیده است.

گسترش همکاری‌های بین‌المللی و دیپلماسی اقتصادی در رویدادهای نمایشگاهی سال ۱۴۰۳

حضور ایران در سی و دومین نمایشگاه بین‌المللی مواد غذایی مسکو - روسیه "PROD EXPO"

نمایشگاه مواد غذایی مسکو روسیه ۲۰۲۵ پتانسیلها و فناوری هایکلیدی صنایع غذایی را به نمایش می گذارد. این رویداد به شرکتهای فعال در زمینه مواد غذایی و نوشیدنی فرصتی برای تقویت برند خود بین رقبا، تقویت موقعیت خود در بازار و راهکارهایی برای افزایشکارایی و معرفی فناوری های روز دنیا در حوزه مواد غذایی و نوشیدنی را نیز ارائه مینماید. از دیگر اقدامات و نتایج مهم این سفر میتوان به جلسه با مدیران شرکت نمایشگاهی EXPO CENTER مسکو، بازدید از مرکز تجاری ایران و مجموعه فودسیتی در مسکو - جلسه با سفیر محترم ایران در روسیه (جناب آقای دکتر جلالی) و جلسه با مدیریت میربیزنس بانک ملی اشاره کرد.



حضور در ششمین اکسپو بین‌المللی واردات چین

این اکسپو به میزبانی مشترک وزارت بازرگانی چین و دولت محلی شانگهای برگزار می‌شود. شرکای این اکسپو شامل سازمان تجارت جهانی، کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل و سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد هستند. این نمایشگاه با حضور محمد مخبر معاون اول وقت ریاست جمهوری برگزار شد.



توافق بر توسعه همکاری‌های نمایشگاهی میان ایران و ترکیه

در جریان برگزاری هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی انرژی‌های خورشیدی ۲۰۲۵ SolarEX در استانبول، صدیف بیگزاده، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران، با هالوک کانجا، مدیرعامل مرکز نمایشگاهی استانبول دیدار کرد و در این دیدار توافقات مقدماتی برای توسعه همکاری‌های نمایشگاهی دو کشور ایران و ترکیه انجام شد.

در حاشیه این رویداد، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران با مسئولان برگزاری نمایشگاه SolarEX نیز دیدار داشت. در این دیدار، بر توسعه تعاملات در حوزه برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی به‌ویژه نمایشگاه بین‌المللی انرژی‌های تجدیدپذیر تهران تأکید شد.



بازدید دکتر بیک زاده مدیرعامل محترم شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی

ایران از پاریس ملی ایران در نمایشگاه سنگ ازمیر

مدیرعامل شرکت در حاشیه این بازدید، با مسئولان مرکز نمایشگاهی **Fuar İzmir** دیدار و گفت‌وگو کرد. در این نشست‌ها، موضوعاتی نظیر توسعه همکاری‌های نمایشگاهی، تسهیل شرایط حضور شرکت‌های ایرانی و تقویت دیپلماسی اقتصادی از طریق نمایشگاه‌ها مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. پاریس ملی ایران در این رویداد، با ارائه محصولات متنوعی از جمله مرمر، تراورتن، گرانیت و سایر سنگ‌های فرآوری‌شده، بازتابی از توانمندی بالای کشور در صنعت سنگ و فرآوری مواد معدنی است.





برپایی دومین نشست شورای سیاست‌گذاری نمایشگاه توانمندی‌های صادراتی ایران (ایران اکسپو)

به ریاست جناب آقای دکتر محمد رضا عارف، معاون اول محترم رئیس‌جمهور

در این نشست، وزرای صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران و سایر مسئولان حضور داشتند و گزارش اقدامات انجام شده در حوزه وظایفی خود را ارائه نمودند.



**حضور ریاست محترم جمهوری
جناب آقای دکتر پزشکیان در
رویدادهای نمایشگاهی**



در سال ۱۴۰۳ آقای دکتر مسعود پزشکیان، رئیس محترم جمهور، با حضور در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، از رویدادهای مهم نمایشگاهی بازدید کردند. وی ضمن افتتاح سومین نمایشگاه تجارت با اوراسیا، از نمایشگاه ملی صنایع دستی و دو نمایشگاه تخصصی ایران‌ساخت و دستاوردهای پژوهش و فناوری نیز بازدید کرد. رئیس‌جمهور در جریان این بازدیدها از نزدیک با هنرمندان، صنعتگران و فناوران گفت‌وگو و از جدیدترین دستاوردهای علمی، پژوهشی و تجاری کشور رونمایی کرد. این حضور، گواهی بر حمایت دولت از توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و تعاملات منطقه‌ای است.

افتتاح ایران تلکام با حضور معاون اول رئیس‌جمهور

بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی مخابرات، فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال با حضور دکتر محمدرضا عارف، معاون اول محترم رئیس‌جمهور، ستار هاشمی وزیر محترم ارتباطات و فناوری اطلاعات، صدیف یک‌زاده، مدیر عامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران و دیگر مسئولان و مدیران این حوزه افتتاح شد.



بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی مخابرات، فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال به عنوان مهمترین رویداد ICT کشور با نمایش و ارائه توانمندی‌ها و خدمات ارتباطی و فناورانه در حوزه‌های مختلفی از جمله تجهیزات مخابراتی، سامانه‌ها و نرم‌افزارهای ارتباطی، خدمات طراحی و مهندسی، تجهیزات ICT، شبکه‌های اجتماعی، اینترنت و اقتصاد و با برگزاری پنل‌های تخصصی در حوزه های هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، اقتصاد دیجیتال هر ساله در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برپا می‌شود.



همایش ملی برند و تجلیل از برندهای برتر کشور

همایش ملی برند و نخستین جایزه ویژند ایران، با حضور محمداصادق مفتاح، جانشین وزیر در امور بازرگانی، محمدعلی دهقان دهنوی، معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت، غلامحسین مظفری، استاندار خراسان رضوی، ابراهیم شیخ، معاون صنایع عمومی، صدیف بیگ‌زاده، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران، سایر مسئولین، نمایندگان تشکلهای صنعتی و صنعتی و نمایندگان برندهای ملی منتخب، در سالن همایش‌های بین‌المللی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران برگزار شد. این رویداد با تمرکز بر برندسازی، توسعه و بین‌المللی شدن برندها برگزار شد و بر اهمیت هویت تجاری در رقابت‌های داخلی و خارجی تأکید داشت. در این همایش، ضرورت برندسازی در سطح جهانی از طریق بررسی بازارهای بین‌المللی، به‌ویژه بهره‌برداری از ظرفیت‌های تأثیرگذار حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و جهانی، مورد بررسی قرار گرفت.



انعقاد تفاهمنامه همکاری با شرکت مخابرات تهران

تفاهمنامه همکاری مشترک بین شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران و شرکت مخابرات ایران - منطقه تهران، سرویس‌های ارتباطی مخابراتی اعم از فیبر دسترسی، تانوما، اینترنت، سرویس‌های سازمانی و ... در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران توسعه خواهد یافت و شاهد تحولات دیجیتالی در قلب نمایشگاه‌های ایران خواهیم بود. بر اساس این تفاهمنامه، طرفین در حوزه ارائه خدمات اینترنت، ایجاد زیرساخت‌های پیشرفته FTTH و تأمین بسترهای ارتباطی مناسب برای مجموعه نمایشگاه‌ها همکاری خواهند کرد. همچنین ارائه سرویس‌های اختصاصی و ایجاد فضاهای قانونی بهره‌برداری از اینترنت از جمله مفاد اصلی این تفاهمنامه است. هدف از این همکاری، بهبود کیفیت خدمات مخابراتی و افزایش رضایتمندی شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان از نمایشگاه‌ها عنوان شده است. این تفاهمنامه گامی مؤثر در راستای توسعه زیرساخت‌های ارتباطی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران و ارائه خدمات بهتر به مخاطبان به حساب می‌آید.



نشست تخصصی با اعضای انجمن‌های مرتبط نمایشگاهی

در دیدار با اعضای انجمن برگزارکنندگان و غرفه‌سازان نمایشگاهی دکتر صدیف بیک‌زاده، مدیر عامل شرکت سهامی نمایشگاه بر تقویت همکاری‌های متقابل و رفع دغدغه‌های ذینفعان صنعت نمایشگاهی تأکید داشتند. همچنین با اشاره به نقش نمایشگاه‌ها به‌عنوان پلی میان کسب‌وکارها و محرکی برای رشد اقتصادی، ضرورت نوسازی زیرساخت‌ها و ارتقای کیفیت خدمات مورد تأکید قرار گرفت.



(۲-۴-۶) اداره بهداشت، ایمنی، محیط زیست و انرژی (HSEE)

مأموریت اصلی

اداره HSEE مسئول نظارت بر رعایت استانداردهای بهداشت، ایمنی، محیط زیست و مدیریت انرژی در نمایشگاه‌ها است. این اداره با هدف کاهش مخاطرات و ارتقای پایداری، به ایمنی و سلامت ذی‌نفعان کمک می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. نظارت بر ایمنی:
 - بازرسی ایمنی غرفه‌ها و تأسیسات (تأیید ۵۱ گواهینامه غرفه‌ساز).
 - مدیریت اطفای حریق (۱۸ مورد در سال ۱۴۰۳).
۲. رعایت استانداردهای بهداشتی:
 - نظارت بر خدمات غذایی و بهداشتی نمایشگاه‌ها.
 - اجرای پروتکل‌های بهداشتی در رویدادها.
۳. مدیریت محیط زیست:
 - کاهش اثرات زیست‌محیطی نمایشگاه‌ها.
 - ترویج استفاده از مصالح پایدار.
۴. مدیریت انرژی:
 - نظارت بر مصرف انرژی تأسیسات.
 - اجرای پروژه‌های صرفه‌جویی انرژی (مانند پکیج‌های سرمایشی).
۵. آموزش و فرهنگ‌سازی:
 - آموزش پرسنل و غرفه‌داران در حوزه HSEE.
 - ترویج فرهنگ ایمنی و پایداری.

اهداف استراتژیک

- کاهش حوادث و مخاطرات نمایشگاهی.
- ارتقای پایداری زیست‌محیطی.
- تضمین سلامت و ایمنی بازدیدکنندگان و کارکنان.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- اطفای ۱۸ حریق.
- تأیید ۵۱ گواهینامه غرفه‌ساز.
- اجرای برنامه‌های آموزشی HSEE.



اهم اقدامات در سال ۱۴۰۳:

۱. نظارت بر مراحل ساخت و ساز، اجرا و جمع‌آوری غرف ساخته شده در ۶۶ نمایشگاه
 ۲. نظارت بر نحوه اجرای تکالیف قانونی و برنامه‌های مصوب بهداشت، ایمنی، محیط زیست و انرژی در واحدهای تابعه
 ۳. نظارت و هماهنگی‌های لازم در زمینه طرح‌های ایمنی و آتش‌نشانی در عملیات نجات و امدادرسانی در سالن‌ها
 ۴. اخذ گواهینامه ایمنی کار از پیمانکاران مجموعه
 ۵. جلسه توجیهی با پیمانکاران در خصوص رعایت اقدامات بهداشت، ایمنی، محیط زیست و انرژی
 ۶. بازدید از شرکت‌های غرفه ساز در داخل و خارج از مجموعه شرکت نمایشگاهها
 ۷. بازرسی ماهانه از شرکت‌های پیمانکار در داخل مجموعه شرکت نمایشگاهها
 ۸. نظارت و بازرسی‌های مداوم از واحد‌های مختلف شرکت نمایشگاهها، اعم از: (پیمانکاران، رستوران‌ها و ...)
 ۹. تایید تعداد ۵۱ گواهینامه HSEE غرفه سازان و ارجاع آن به واحد طراحی و غرفه‌آرایی
 ۱۰. از تعداد ۶۶ نمایشگاه برگزارشده تعداد ۳۴ نمایشگاه تخلف داشته و تعداد ۳۲ نمایشگاه بدون تخلف بوده
- اقدامات انجام شده:
۱۱. انجام امور محوله در نمایشگاه‌های برگزار شده به تعداد ۱۵ مورد
 ۱۲. اطفاء حریق به تعداد ۱۲ مورد در حداقل فاصله زمانی و حضور به موقع پرسنل در محل حادثه و جلوگیری از خسارتهای احتمالی
 ۱۳. اقدام به بازدید دوره‌ای کلیه کپسولهای اطفاء حریق ساختمانهای اداری، سالنها، پستهای برق، موتورخانه‌ها، کیوسکهای نگهبانی، پارکینگ طبقاتی جهت شارژ سالیانه به تعداد تقریبی ۶۵۰ عدد
- واحد آتش‌نشانی:
۱۴. انجام امور محوله در نمایشگاه‌های برگزار شده به تعداد ۶۶ مورد
 ۱۵. بازدید از سالنهای نمایشگاهی تا زمان اتمام کار ساخت و ساز غرفه‌های نمایشگاهی در سالنهای تحت پوشش در دوره زمانی ۳۶۵ روز
 ۱۶. انجام امور مربوطه و بازدید نهایی جهت پلمپ و آماده‌سازی سالنهای تحت پوشش به منظور افتتاح نمایشگاه‌ها به تعداد ۶۶ مورد
 ۱۷. حضور در مراسم افتتاحیه به تعداد ۵۶ مورد و حضور دو نفر از پرسنل با خودرو آتش‌نشانی در محل برگزاری
 ۱۸. حضور در مراسم همایش خلیج فارس به تعداد ۲۲ مورد و حضور دو نفر از پرسنل با خودرو آتش‌نشانی
 ۱۹. اطفاء حریق به تعداد ۱۸ مورد در حداقل فاصله زمانی و حضور به موقع پرسنل در محل حادثه و جلوگیری از خسارتهای احتمالی
 ۲۰. اقدام به تعویض کپسولهای اطفاء حریق و بازرسی آنها به منظور جلوگیری از افت فشار و یا تخلیه احتمالی
 ۲۱. بازدید روزانه و مستمر از کلیه لوازم و تجهیزات خودروهای آتش‌نشانی جهت آمادگی لازم در عملیات‌های اطفاء حریق



۲۲. اقدام به بازدید دوره ای کلیه کپسولهای اطفاء حریق ساختمانهای اداری، سالنها، پستهای برق، موتورخانه ها، کیوسکهای نگهبانی،

پارکینگ طبقاتی جهت شارژ سالیانه به تعداد تقریبی ۶۵۰ عدد

۲۳. اقدام به برگزاری کلاسهای آموزش تخصصی توسط اساتید سازمان آتش نشانی جهت آمادگی پرسنل این واحد به منظور عملیات

های اطفاء حریق



(۳-۴-۶) گروه مدیریت عملکرد

مأموریت اصلی

گروه مدیریت عملکرد مسئول ارزیابی عملکرد واحدها، رسیدگی به شکایات و پایش برنامه‌های عملیاتی شرکت است. این گروه با هدف بهبود فرآیندها و افزایش پاسخگویی، به توسعه سازمانی کمک می‌کند.

وظایف کلیدی

۱. ارزیابی عملکرد واحدها:

- پایش شاخص‌های عملکرد معاونت‌ها و مدیریت‌ها.
- ارائه گزارش‌های تحلیلی به حوزه مدیریت عامل.

۲. رسیدگی به شکایات:

- بررسی و پاسخگویی به شکایات ذی‌نفعان (۶۴ مورد در سال ۱۴۰۳).
- ارائه راهکارهای اصلاحی برای بهبود خدمات.

۳. نظارت بر اجرای برنامه‌ها:

- پایش پیشرفت برنامه‌های عملیاتی شرکت.
- شناسایی گلوگاه‌ها و پیشنهاد بهبود.

۴. تدوین شاخص‌های ارزیابی:

- توسعه معیارهای ارزیابی عملکرد.
- به‌روزرسانی شاخص‌ها بر اساس اهداف استراتژیک.

۵. حمایت از شفافیت:

- ارائه گزارش‌های عملکرد به ذی‌نفعان داخلی و خارجی.
- همکاری با نهادهای نظارتی.

اهداف استراتژیک

- افزایش شفافیت و پاسخگویی سازمانی.
- بهبود مستمر فرآیندها و خدمات.
- تقویت اعتماد ذی‌نفعان به شرکت.

شاخص‌های عملکرد (سال ۱۴۰۳)

- رسیدگی به ۶۴ شکایت.
- ارزیابی عملکرد ۱۲ واحد سازمانی.
- ارائه گزارش‌های دوره‌ای به هیئت‌مدیره.



اهم اقدامات در سال ۱۴۰۳:

الف: واحد ارزیابی عملکرد

۱. پایش برنامه های ۱۲ ماهه برنامه های عملیاتی سالجاری (۲۹۲۳۲) مورخ (۱۵/۱۱/۱۴۰۳) در مجموع ۳۳ برنامه برای مدیریت های شرکت در نظر گرفته و بالغ بر ۹۰ درصد پیشرفت فیزیکی داشتند.
۲. ابلاغ احکام اعضای کمیته مدیریت عملکرد (۲۸۳۰۷) مورخ (۳۰/۱۰/۱۴۰۳) و تشکیل جلسه کمیته مدیریت عملکرد در تاریخ ۱۴۰۳/۱۱/۶
۳. مشارکت در تدوین برنامه های عملیاتی ۱۴۰۴ شرکت سهامی
۴. ارزیابی کمی و کیفی در مقاطع ۳ ماهه از پیمانکاران شرکت
۵. حضور در جلسات کمیته اعطاء گرید به غرفه سازان و ارزیابی عملکرد غرفه سازان
۶. ارزیابی عملکرد ناظرین و کارشناسان ناظر قراردادها
۷. راهبری سامانه سنجش رضایت مردم از کارکنان دولت (سامانه یکپارچه نظام اداری سینا
۸. شاخص های اختصاصی پیشنهادی سال ۱۴۰۳ شرکت طی نامه شماره ۱۷۲۱۶۳۸ مورخ ۱۴۰۲/۹/۲۸ در سه شاخص
- ۱- افزایش جذب واحدهای اقتصادی، تشکل ها و اصناف در نمایشگاه های تخصصی
- ۲- برگزاری و مشارکت در نمایشگاه های برون مرزی
- ۳- افزایش مشارکت کنندگان در نمایشگاه های خارجی نسبت به سال گذشته، به مرکز سرمایه انسانی و سازمانی وزارت صمت اعلام گردیده که با توجه به تصمیم وزارت متبوع در سال ۱۴۰۲ مبنی بر حذف دستگاه هایی که شاخص های اختصاصی در سطح ملی نداشتند فلذا پیگیری در خصوص شاخص های اختصاصی پیشنهادی فوق الذکر از طریق امور مدیریت عملکرد سازمان اداری و استخدامی کشور در دست اقدام می باشد.

ب: واحد رسیدگی و پاسخگویی به شکایات

۱. در راستای تکریم ارباب رجوع و ایجاد نظام اداری و پاسخگو با هدف بهبود و ارتقای سطح حقوق شهروندی ارایه خدمات به شهروندان، مخاطبین، ذینفعان و مراجعین به سایت شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی ج.ا.ایران امور رسیدگی به درخواست ها و شکایات از طریق سامانه های مشروح ذیل انجام می پذیرد.

۱-۱ سامانه رسیدگی به شکایات سازمان بازرسی کل کشور

۱-۲ سامانه رسیدگی به شکایات شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی ج.ا.ایران



۱-۳ سامانه اطلاعات آزاد شرکت

۱-۴ سامانه صامد (ریاست جمهوری)

۱-۵ نصب تابلوهای انتقادات و پیشنهادات در مبادی ورودی ساختمان‌های اداری

۱-۶ نصب صندوق‌های رسیدگی به شکایات در محوطه سالنهای نمایشگاهی

۲. تشکیل جلسات کارشناسی این حوزه در خصوص آسیب‌شناسی از شکایات وارده در راستای پیشگیری و کاهش شکایات

۲-۱. از ابتدای سال ۱۴۰۳ تاکنون تعداد ۶۴ مورد شکایات در سامانه رسیدگی به شکایات شرکت ثبت شده است تعداد ۳۳ مورد ارتباط موضوعی با شرکت نداشته و مربوط به برگزاری نمایشگاهها در مکانی غیر از شرکت سهامی بوده است.

۲-۲. تعداد ۱۶ مورد مربوط به مدیریت نمایشگاه داخلی تعداد ۴ مورد مربوط به گروه نظارت بر خدمات نمایشگاهی و تعداد ۶ مورد مربوط به مدیریت طراحی و معماری داخلی تعداد ۲ مورد مربوط به حراست و تعداد ۳ مورد از شکایات به صورت تکراری در سامانه شکایات شرکت سهامی ثبت گردید.

۲-۳. تعداد ۴۹ مورد اطلاعات درخواستی در سامانه انتشار و دسترسی به اطلاعات آزاد شرکت ثبت گردیده.

ج: واحد بازرسی

۱. تشکیل کمیته سلامت اداری و صیانت از حقوق مردم با حضور مدیرعامل محترم

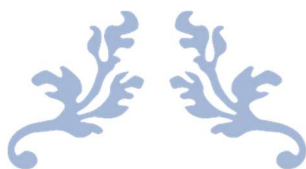
۲. انجام اقدامات و پیگیری لازم در جهت اجرای بند ۳ صورت جلسه کمیته سلامت اداری و صیانت از حقوق مردم در خصوص انتخاب بازرسان مواد ۹۱ و ۹۲

۳. تشکیل جلسه تبیین امور محوله هیأت بازرسان بر مبنای مفاد دستور العمل اجرایی مواد ۹۱ و ۹۲ قانون خدمات کشوری.

۴. تشکیل جلسه به منظور تهیه برنامه زمانبندی موارد قابل بازرسی توسط گروه بازرسان برای سال ۱۴۰۴ پس از تصویب در کمیته سلامت اداری و صیانت از حقوق مردم.

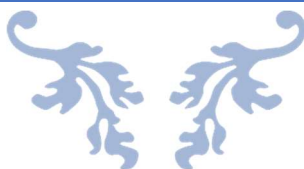
۵. ابلاغ دستور العمل نحوه تشویق و تنبه کارکنان موضوع مواد ۸ و ۱۲ طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری

۶. بازرنگری و پیگیری نتیجه اقدامات صورت گرفته در خصوص گلوگاه‌های فساد خیز و نقاط آسیب پذیر شرکت.



(۷)

شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPIS)





شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPIs)

۱. شاخص‌های بهره‌وری

شاخص‌های بهره‌وری				
شاخص	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	رشد مرکب
تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده	۷۰	۷۱	۶۶	-۳٪
متراژ مفید نمایشگاهی	۸۷۲۶۲۵	۱۰۳۹۶۳۳	۱۰۳۹۵۳۴	۹٪
نسبت درآمد به متر (مربع/میلیارد ریال)	۹,۸	۱۱,۴	۱۲,۱	۱۱٪
تعداد شرکت‌کنندگان به ازای هر نمایشگاه	۱۹۲	۲۳۴	۲۳۸	۱۱٪

تحلیل:

کاهش تعداد نمایشگاه‌ها با افزایش کیفیت و درآمدزایی همراه بوده است

رشد ۱۱ درصدی درآمد به ازای هر متر مربع نشان‌دهنده بهره‌وری بالاتر است

۲. شاخص‌های مالی (ارقام به میلیارد ریال)

شاخص‌های مالی (ارقام به میلیارد ریال)				
شاخص	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	رشد مرکب
درآمد کل	۸۲۱۹	۱۱۸۲۹	۱۲۲۲۶	۲۲٪
درآمد نمایشگاهی	۷۵۱۹	۱۰۹۷۲	۱۱۷۷۰	۲۵٪
هزینه‌های عملیاتی	۴۲۱۹	۵۸۱۶	۵۹۸۲	۱۹٪
سود عملیاتی	۱۲۳۵	۱۹۵۴	۲۱۱۲	۳۱٪

تحلیل:

رشد درآمدها با نرخ بالاتر از رشد هزینه‌ها

بهبود ۳۱ درصدی سود عملیاتی نشان‌دهنده مدیریت کارآمد مالی است



۳. شاخص‌های منابع انسانی

شاخص‌های منابع انسانی				
شاخص	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	روند رشد مرکب
تعداد پرسنل	۲۱۰	۲۱۸	۲۲۲	۳٪
میانگین ساعت آموزشی	۳۶	۴۲	۴۷	۱۴٪
بهره‌وری نیروی انسانی (درآمد/نفر)	۳۹,۱	۵۴,۳	۵۵,۱	۱۹٪

تحلیل:

افزایش مستمر سرمایه‌گذاری در آموزش نیروی انسانی

رشد ۱۹ درصدی بهره‌وری نیروی انسانی در سه سال

۴. شاخص‌های خدمات

شاخص‌های خدمات				
شاخص	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	روند رشد مرکب
رضایت مشارکت‌کنندگان	۸۱	۸۴	۸۷	۴٪
تعداد خدمات دیجیتال	۳	۷	۱۲	۱۰۰٪
درصد رضایت بازدیدکنندگان	۷۷	۷۹	۸۰	۲٪

تحلیل:

بهبود مستمر کیفیت خدمات با رشد ۶ درصدی رضایت مشتریان

تحول دیجیتال با افزایش ۱۰۰ درصدی خدمات الکترونیک

نقاط قوت عملکرد:

۱. رشد پایدار درآمدها با وجود تحریم‌ها

۲. بهبود مستمر کیفیت خدمات و رضایت ذینفعان



۳. تحول دیجیتال موفقیت‌آمیز

۴. افزایش بهره‌وری نیروی انسانی

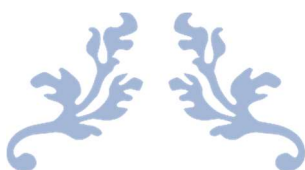
نقاط قابل بهبود:

۱. نیاز به تنوع‌بخشی بیشتر به منابع درآمدی

۲. توسعه بیشتر زیرساخت‌های فناوری اطلاعات

۳. افزایش مشارکت بین‌المللی

این شاخص‌ها نشان‌دهنده عملکرد رو به رشد شرکت در شرایط چالش‌برانگیز اقتصادی است و مسیر تحول استراتژیک شرکت را در سال‌های آینده ترسیم می‌کند.



(۸)

**برنامه های آتی شرکت سهامی
نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران**





برنامه های آتی شرکت:

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران با تکیه بر اهداف کلان خود، از جمله سیاست‌گذاری نمایشگاهی، استانداردسازی فرآیندها، توسعه زیرساخت‌ها، و افزایش اعتبار ملی و بین‌المللی، در تلاش است تا جایگاه خود را به‌عنوان یکی از پیشگامان صنعت نمایشگاهی در منطقه و جهان تثبیت کند. برنامه‌های آتی شرکت با هدف عملیاتی کردن این اهداف، همسویی با تحولات فناورانه و محیطی، و ایجاد ارزش پایدار برای ذی‌نفعان طراحی شده‌اند. این برنامه‌ها بر پنج محور کلیدی متمرکز هستند:

اهداف عملیاتی و پروژه‌های کلیدی، اصلاح ساختار سازمانی، ارتقای دیجیتال، توسعه منابع انسانی، و نقشه راه توسعه.

۱. اهداف عملیاتی و پروژه‌های کلیدی آینده

برای تحقق اهداف کلان، شرکت مجموعه‌ای از اهداف عملیاتی و پروژه‌های کلیدی را برای سال‌های آتی تعریف کرده است که به شرح زیر هستند:

۱. افزایش کمی و کیفی نمایشگاه‌ها:

- **هدف عملیاتی:** برگزاری حداقل ۷۵ نمایشگاه داخلی و ۱۰ نمایشگاه خارجی در سال ۱۴۰۴، با تمرکز بر نمایشگاه‌های تخصصی در حوزه‌های فناوری، کشاورزی، و سلامت.
- **پروژه کلیدی:** راه‌اندازی نمایشگاه‌های تخصصی جدید در حوزه‌های هوش مصنوعی و اقتصاد سبز.
- **اقدامات:** تدوین تقویم نمایشگاهی جامع، جذب مشارکت کنندگان بین‌المللی، و تقویت همکاری با تشکلهای صنعتی.

۲. استانداردسازی فرآیندهای نمایشگاهی:

- **هدف عملیاتی:** تدوین و اجرای استانداردهای یکپارچه برای غرفه‌سازی، خدمات نمایشگاهی، و ایمنی تا پایان سال ۱۴۰۴.
- **پروژه کلیدی:** توسعه دستورالعمل‌های استاندارد نمایشگاهی.
- **اقدامات:** بازنگری فرآیندهای ثبت‌نام، نظارت بر خدمات، و ارزیابی رضایت ذی‌نفعان.

۳. توسعه زیرساخت‌های فنی و خدماتی:

- **هدف عملیاتی:** افزایش ظرفیت فضاهای نمایشگاهی به ۱.۵ میلیون مترمربع تا سال ۱۴۰۵.
- **پروژه کلیدی:** احداث سالن‌های جدید نمایشگاهی و نوسازی تأسیسات موجود (مانند سیستم‌های سرمایشی و برقی).
- **اقدامات:** اجرای پروژه‌های عمرانی مانند بهسازی ورودی‌ها، احداث پارکینگ‌های جدید، و نصب سیستم‌های هوشمند مدیریت انرژی.

۴. ارتقای ایمنی و پدافند غیرعامل:



○ **هدف عملیاتی:** کاهش ۵۰ درصدی حوادث نمایشگاهی از طریق اجرای الزامات پدافند غیرعامل تا پایان سال ۱۴۰۴.

○ **پروژه کلیدی:** پیاده‌سازی سیستم‌های پیشرفته اطفای حریق و نظارت هوشمند ایمنی.

○ **اقدامات:** آموزش پرسنل و غرفه‌داران در حوزه HSEE و بازرسی دوره‌ای تأسیسات.

۵. توسعه همکاری‌های بین‌المللی:

○ **هدف عملیاتی:** انعقاد ۲۰ تفاهم‌نامه همکاری بین‌المللی تا سال ۱۴۰۵.

○ **پروژه کلیدی:** آماده‌سازی و اجرای پایون ایران در اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد.

○ **اقدامات:** تقویت تعامل با سازمان‌های جهانی مانند UFI و توسعه شبکه‌های تجاری منطقه‌ای.

۲. اصلاح ساختار سازمانی

برای تحقق اهداف کلان شرکت، از جمله استانداردسازی فرآیندها، توسعه زیرساخت‌ها، و حرکت به سمت اقتصاد دیجیتال، **اصلاح ساختار سازمانی** امری ضروری است. این اصلاحات شامل ساده‌سازی سلسله‌مراتب، ایجاد واحدهای تخصصی برای مدیریت داده‌ها و سکوها دیجیتال (مانند B۲B و G۲B)، و تقویت هماهنگی بین‌واحدی است. هماهنگی با سازمان اداری و استخدامی کشور برای بازطراحی ساختار، امکان پیاده‌سازی سیستمی چابک‌تر و همسو با پارادایم‌های نوین را فراهم می‌کند. این بازطراحی، شرکت را برای پاسخگویی سریع‌تر به تغییرات محیطی و فناوریانه آماده خواهد کرد.

۳. ارتقای دیجیتال

حرکت به سمت اقتصاد دیجیتال یکی از اولویت‌های کلیدی شرکت است. برنامه‌های ارتقای دیجیتال شامل موارد زیر هستند:

• پیاده‌سازی سکوها دیجیتال:

○ راه‌اندازی پلتفرم‌های B۲B، C۲B۲B، و G۲B برای تسهیل تعاملات تجاری و نمایشگاهی.

○ توسعه اپلیکیشن جامع نمایشگاهی برای ثبت‌نام، اطلاع‌رسانی، و ارزیابی رویدادها.

• مدیریت داده‌محور:

○ ایجاد پایگاه داده یکپارچه برای تحلیل رفتار مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان.

○ بهره‌گیری از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی نیازهای بازار و بهینه‌سازی تقویم نمایشگاهی.

• قراردادهای هوشمند:

○ استفاده از فناوری بلاک‌چین برای قراردادهای نمایشگاهی جهت افزایش شفافیت و کاهش هزینه‌ها.

• اتوماسیون فرآیندها:

○ توسعه سامانه‌های اتوماسیون برای مدیریت ثبت‌نام، تسویه حساب‌ها، و نظارت بر خدمات.

○ پیاده‌سازی سیستم‌های ERP (برنامه‌ریزی منابع سازمانی) برای یکپارچه‌سازی فرآیندهای مالی و عملیاتی.

• حضور دیجیتال قوی‌تر:

○ تقویت حضور آنلاین شرکت از طریق پلتفرم‌های رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی.



- تولید محتوای دیجیتال چندزبانه برای جذب مخاطبان بین‌المللی.

۴. توسعه منابع انسانی

منابع انسانی به‌عنوان سرمایه اصلی شرکت، نقش محوری در تحقق اهداف آتی دارند. برنامه‌های توسعه منابع انسانی شامل موارد زیر هستند:

- **آموزش و توانمندسازی:**

- اجرای ۱۵۰۰۰ نفرساعت آموزش در سال ۱۴۰۴ در حوزه‌های فناوری اطلاعات، مدیریت نمایشگاهی، و مهارت‌های نرم.

- برگزاری دوره‌های تخصصی برای مدیران در زمینه اقتصاد دیجیتال و صنعت.

- **تدوین سند جامع نیروی انسانی:**

- بازنگری ساختار شغلی و طراحی مسیرهای شغلی شفاف برای کارکنان.
- تدوین سیاست‌های تشویقی برای افزایش انگیزه و رضایت کارکنان.

- **جذب استعدادهای جدید:**

- استخدام متخصصان در حوزه‌های فناوری اطلاعات، بازاریابی دیجیتال، و مدیریت رویداد.
- همکاری با دانشگاه‌ها برای جذب کارآموزان و استعدادهای جوان.

- **ارتقای فرهنگ سازمانی:**

- تقویت فرهنگ همکاری و نوآوری از طریق برنامه‌های تیم‌سازی.
- اجرای برنامه‌های رفاهی و حمایت‌های مالی برای افزایش رضایت کارکنان.

- **ارزیابی عملکرد:**

- پیاده‌سازی سیستم‌های ارزیابی برای سنجش عملکرد کارکنان و مدیران.
- ارائه بازخوردهای منظم برای بهبود مستمر مهارت‌ها.

۵. نقشه راه توسعه

نقشه راه توسعه شرکت برای سال‌های ۱۴۰۴ تا ۱۴۰۸ بر اساس اهداف کلان و نیازهای محیطی طراحی شده و شامل مراحل زیر است:

- **مرحله اول (۱۴۰۴): تثبیت و استانداردسازی**

- تکمیل استانداردسازی فرآیندهای نمایشگاهی و اجرای دستورالعمل‌های جدید.
- افزایش تعداد نمایشگاه‌ها به ۷۵ رویداد داخلی و ۱۵ رویداد خارجی.
- راه‌اندازی پلتفرم‌های دیجیتال B۲B و G۲B.

- **مرحله دوم (۱۴۰۵): توسعه زیرساختی و دیجیتال**

- تکمیل پروژه‌های عمرانی مانند احداث سالن‌های جدید و نوسازی تأسیسات.
- پیاده‌سازی سامانه جامع نمایشگاهی.



○ تقویت حضور در اکسپو ۲۰۲۵ بلگراد با پايون پيشرفته.

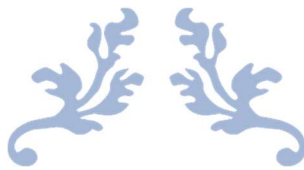
• **مرحله سوم (۱۴۰۶-۱۴۰۸): جهانی سازی و پایداری**

○ تبدیل شرکت به یکی از ۵ برند برتر نمایشگاهی منطقه.

○ توسعه سکوهاي C۲B۲B و تقویت اقتصاد سکویی.

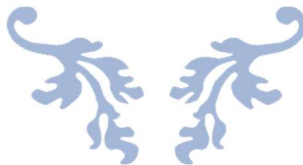
○ کاهش ۳۰ درصدی اثرات زیست‌محیطی نمایشگاه‌ها از طریق فناوری‌های سبز.

○ انعقاد ۲۰ تفاهم‌نامه بین‌المللی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی.



(۹)

**مسئولیت‌های اجتماعی شرکت سهامی
نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران**





مسئولیت‌های اجتماعی شرکت

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران، به‌عنوان یکی از نهادهای پیشرو در صنعت نمایشگاهی کشور، فراتر از وظایف اقتصادی و تجاری خود، تعهد عمیقی به مسئولیت‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی دارد. این شرکت با درک نقش خود به‌عنوان سیاستگذار برای پیوند ظرفیت‌ها با نیازها، در سال ۱۴۰۳ اقدامات گسترده‌ای را در راستای ارتقای کیفیت زندگی جامعه، ترویج ارزش‌های فرهنگی، حفاظت از محیط زیست، و حمایت از ابتکارات داوطلبانه و پویش‌های اجتماعی انجام داده است. در زیر بخشی از فعالیت‌های شرکت در حوزه‌های اقدامات اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی، کمک به جامعه داخلی، کار داوطلبانه و پویش‌ها را به‌صورت مختصر تشریح می‌گردد.

۱. اقدامات اجتماعی

شرکت با هدف تقویت پیوندهای اجتماعی و حمایت از اقشار مختلف جامعه، برنامه‌های متعددی را در سال ۱۴۰۳ اجرا کرده است:

- **حمایت از خیریه‌ها:** هماهنگی تخصیص فضای رایگان به برخی خیریه‌های متقاضی حضور در رویدادهای نمایشگاهی خاص.
- **حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و استارت‌آپ:** اعطای تخفیفات نمایشگاهی به شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ در نمایشگاه‌های داخلی برای حمایت از این شرکت‌ها.

۲. اقدامات فرهنگی

شرکت با بهره‌گیری از ظرفیت سالن میلاد و فضاهای نمایشگاهی، نقش مهمی در ترویج ارزش‌های فرهنگی و تقویت هویت ملی ایفا کرده است:

- **برگزاری برنامه‌های فرهنگی:** اجرای ۶۲۶ برنامه همایشی و فرهنگی، شامل ۱۶۳ کنسرت در سالن میلاد با اخذ مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اداره اماکن، که به تقویت نشاط اجتماعی و ترویج فرهنگ ایرانی-اسلامی کمک کرد.
- **ترویج ارزش‌های فرهنگی:** اجرای پویش‌های فرهنگی مانند ترویج حجاب و عفاف در نمایشگاه‌ها.
- **حمایت از هنرمندان و صنایع دستی:** اعطای تخفیفات نمایشگاهی به رویدادهای مرتبط با معرفی آثار فرهنگی و صنایع دستی.

۳. اقدامات زیست‌محیطی

شرکت با تعهد به توسعه پایدار، اقدامات متعددی را برای کاهش اثرات زیست‌محیطی نمایشگاه‌ها انجام داده است:

- **کاهش مصرف انرژی:** شرکت سهامی نمایشگاه‌ها با اصلاح ساختار ورودی سالن‌ها و همچنین پیاده‌سازی تعمیر و نگهداری منظم سیستم‌های سرمایشی و گرمایشی موفق به کاهش ۲۰ درصدی مصرف انرژی در سال ۱۴۰۳ گردیده است.
- **مدیریت پسماند:** پیاده‌سازی سیستم‌های تفکیک و بازیافت پسماند در تمامی نمایشگاه‌ها، که بیش از ۵۰۰ تن زباله را به چرخه بازیافت بازگرداند.



- **استفاده از مصالح پایدار:** بهره‌گیری از مصالح زیست‌محیطی در غرفه‌سازی و پروژه‌های عمرانی، مانند استفاده از سازه‌های پیش‌ساخته (سازه‌های سبز) در ۳۰ درصد غرفه‌ها.
- **توسعه و نگهداری فضای سبز:** گسترش و بهسازی فضای سبز نمایشگاه به مساحت ۲۰,۰۰۰ مترمربع، شامل کاشت ۵,۰۰۰ اصله درخت و گیاهان بومی مقاوم به کم‌آبی، و ایجاد باغچه‌های پایدار در محوطه نمایشگاه. این اقدام نه تنها به بهبود کیفیت هوا و زیبایی محیط کمک کرد، بلکه به عنوان فضایی برای استراحت بازدیدکنندگان و ترویج فرهنگ حفاظت از طبیعت مورد استفاده قرار گرفت.

۴. کمک به جامعه محلی

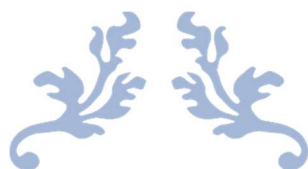
شرکت با تمرکز بر حمایت از جامعه محلی، اقدامات زیر را انجام داده است:

- **ایجاد فرصت‌های شغلی:** ایجاد اشتغال موقت و دائم برای بیش از ۲,۲۰۰ نفر در طول برگزاری نمایشگاه‌ها از طریق برون‌سپاری خدمات (مانند حمل‌ونقل، نظافت، و خدمات غذایی و غرفه‌سازی).
- **حمایت از تولید داخلی:** اختصاص ۷۰ درصد فضای نمایشگاهی به تولیدکنندگان داخلی برای معرفی محصولات داخلی، که به تقویت اقتصاد ملی کمک خواهد نمود.
- **حمایت از آسیب‌دیدگان حوادث طبیعی:** بهره‌گیری از ظرفیت‌های نمایشگاهی برای حمایت از مناطق زلزله‌زده و سیل‌زده کشور.

۶. پویش‌ها

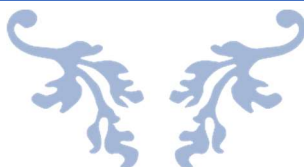
شرکت با راه‌اندازی پویش هدفمند، نقش فعالی در ارتقای آگاهی اجتماعی و فرهنگی ایفا کرده است:

- **پویش «حجاب و عفاف»:** اجرای پویش در تمامی نمایشگاه‌ها با هدف ترویج ارزش‌های فرهنگی، شامل توزیع بسته‌های تشویقی و فرهنگی بین غرفه‌داران منتخب در این حوزه.
- **پویش «دو درجه کمتر»:** اجرای پویش در تمامی نمایشگاه‌ها با هدف کاهش مصرف انرژی.



(۱۰)

جمع بندی و نتیجه گیری





عملکرد شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در سال ۱۴۰۳، گواهی بر حرکت پویا، هدفمند و رو به رشد این مجموعه در مسیر توسعه و تحول همه‌جانبه است. این دستاوردها نه تنها نشان‌دهنده بازگشت قدرتمند شرکت به جایگاه پیشین خود پس از چالش‌های ناشی از همه‌گیری کرونا است، بلکه بستری مستحکم برای ایفای نقشی کلیدی‌تر در اقتصاد ملی و بین‌المللی فراهم کرده است. شرکت با تکیه بر عزم راسخ پرسنل، حمایت گسترده ذی‌نفعان و بهره‌گیری از استراتژی‌های نوین، توانسته است ضمن غلبه بر موانع اقتصادی و محیطی، گام‌های بلندی در جهت ارتقای جایگاه خود در صنعت نمایشگاهی بردارد.

در سال ۱۴۰۳، شرکت با برگزاری ۶۶ نمایشگاه داخلی و مشارکت در ۷ نمایشگاه خارجی، به همراه مدیریت بیش از یک میلیون مترمربع فضای نمایشگاهی و جذب ۲۸۳۸ شرکت خارجی، نشان داد که توانایی پاسخگویی به نیازهای متنوع بازار و تقویت پیوند میان عرضه و تقاضا را دارد. این موفقیت‌ها، همراه با افزایش ۷۹ درصدی درآمد سامانه‌های تخصصی و اجرای پروژه‌های عمرانی نظیر مقاوم‌سازی سالن میلاد و بهسازی تأسیسات، نشان‌دهنده تعهد شرکت به بهبود زیرساخت‌ها و خدمات است. با این حال، برای حفظ این روند رو به رشد و همگام‌سازی با تحولات سریع محیطی، فناوریانه و پارادایمی، شرکت نیازمند تسریع در گذار از ساختارهای سنتی و مکانیکی به ساختارهای ارگانیک، منعطف و پویا است.

در این راستا، شرکت راهبردهای آینده‌نگرانه‌ای را در پیش گرفته است. برون‌سپاری خدمات غیرحاکمیتی، تمرکز بر مدیریت داده‌محور، بهره‌گیری از قراردادهای هوشمند و حرکت به سوی اقتصاد دیجیتال، از جمله اولویت‌های کلیدی هستند که شرکت را برای رقابت در عصر صنعت آماده می‌کنند. رسالت شرکت به‌عنوان یک پلتفرم پیشرو برای پیوند ظرفیت‌های داخلی با نیازهای بازار، از طریق راه‌اندازی سکوی‌های نوین **B۲B** (کسب‌وکار به کسب‌وکار)، **C۲B۲B** (کسب‌وکار به کسب‌وکار و مصرف‌کننده) و **G۲B** (کسب‌وکار به دولت) تقویت شده است. این سکوها، با هدف تجمیع توانمندی‌ها و پاسخگویی به نیازهای کلان اقتصادی، شرکت را به سمت اقتصاد سکویی هدایت می‌کنند که در آن انعطاف‌پذیری، نوآوری و تعاملات دیجیتال در اولویت قرار دارند.

تلاش‌های همه‌جانبه پرسنل شرکت، که با حمایت بی‌وقفه ذی‌نفعان شامل نهادهای دولتی، تشکلهای صنعتی و مشارکت‌کنندگان همراه بوده، نقشی تعیین‌کننده در این موفقیت‌ها داشته است. پس از اختلالات ناشی از همه‌گیری کرونا، که فعالیت‌های نمایشگاهی را به چالش کشید، شرکت با بازسازی فرآیندها، هوشمندسازی خدمات و تقویت تعاملات بین‌المللی،



توانسته است مسیر صحیحی را در پیش گیرد. این حرکت، نه تنها به غلبه بر موانع اقتصادی و تحریم‌ها منجر شده، بلکه جایگاه شرکت را به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی صنعت نمایشگاهی در منطقه تثبیت کرده است.

در چشم‌انداز پیش‌رو، شرکت با تکیه بر نوآوری‌های فناورانه، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال و تقویت همکاری‌های بین‌المللی، آماده است تا نقشی محوری در توسعه صادرات غیرنفتی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و معرفی توانمندی‌های ایران ایفا کند. این تحولات، نویدبخش آینده‌ای روشن برای شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران است که با تداوم این روند، می‌تواند به‌عنوان الگویی برای سایر بنگاه‌های اقتصادی در مسیر توسعه پایدار و رقابتی عمل کند.



نمودار زیر روند برگزاری نمایشگاه‌ها در این مجموعه طی دوازده سال اخیر را نشان می‌دهد و بیانگر این است که شرکت در حال بازگشت به دوران اوج فعالیت‌های خود است.

