

گزارشی از اهم اقدامات و دستاوردهای سال ۱۳۹۳ و برنامه های سال ۱۳۹۴

در این گزارش سعی شده است شرح مختصری از فعالیتهای انجام گرفته طی سال ۱۳۹۳ نمایش داده شود .

گزارش نمایشگاهی:

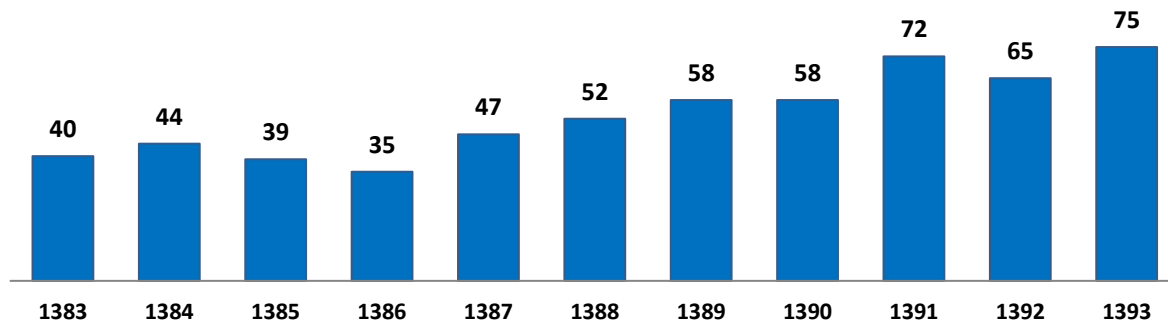
مدیریت کیفیت و کمیت برگزاری نمایشگاهها از آنجهت حائز اهمیت می باشد که در جریان برگزاری نمایشگاه های تجاری، تمهیدات و موجبات انعقاد قراردادهای همکاری های دو یا چند جانبه و نیز سرمایه گذاری های مشترک فراهم می گردد ونقطه آغازی برای تشکیل واحدهای تولیدی کوچک و بزرگ در داخل کشور است که علاوه بر ارتقاء سطح اشتغال ، افزایش درآمد عمومی را به دنبال دارد. در این ارتباط روند حجم رویدادهای نمایشگاهی در دوره ده ساله اخیر را مورد بررسی قرار می دهیم .

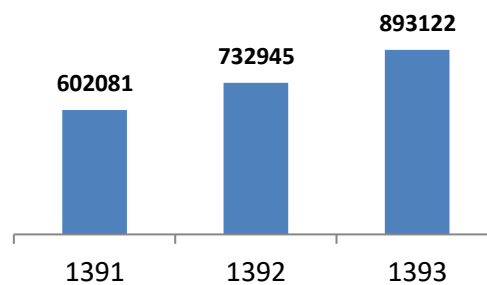
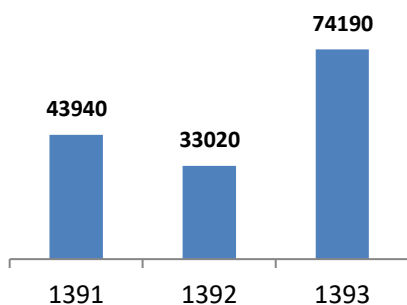
گزارش آماری نمایشگاههای داخلی و خارجی

ردیف	شاخص مورد بررسی	آمار ماخوذه از مدیریتها
۱	تعداد نمایشگاه داخلی برگزار شده	۷۶
۲	متراژ ریالی نمایشگاه داخلی	۸۹۳۱۲۲
۳	متراژ ارزی نمایشگاه داخلی	۷۴۱۹۰
۴	تعداد کشورهای خارجی شرکت کننده	۵۶۹
۵	تعداد مشارکت کنندگان داخلی	۱۶۳۰۳
۶	تعداد مشارکت کنندگان خارجی	۳۶۶۱
۷	تعداد نمایشگاههای خارجی برگزار شده	۸
۸	متراژ نمایشگاه خارجی	۱۲۷۱۸
۹	تعداد مشارکت کنندگان نمایشگاههای خارجی	۴۵۶

همانگونه که در نمودار نشان داده شده است روند ده ساله برگزاری نمایشگاهها از رشد قابل قبولی برخوردار می باشد. لازم به توضیح است که تعداد ی جشنواره (۱۸ مورد) در سال ۹۲ برگزار گردید که بنا بر سیاستهای شرکت و رویکرد تخصصی آن از تقویم نمایشگاههای سال ۹۳ حذف گردید و صرفا نمایشگاههای تخصصی با استانداردهای بین المللی در دستور کار قرار گرفت.

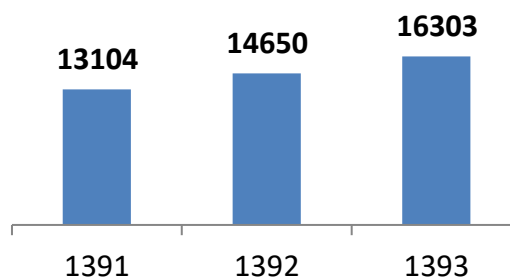
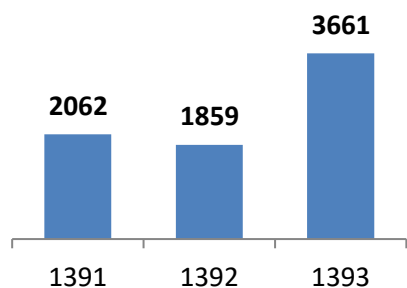
نمودار مقایسه ای تعداد نمایشگاههای برگزار شده داخلی طی سالهای ۱۳۸۳ لغایت ۱۳۹۳





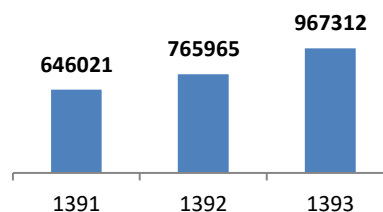
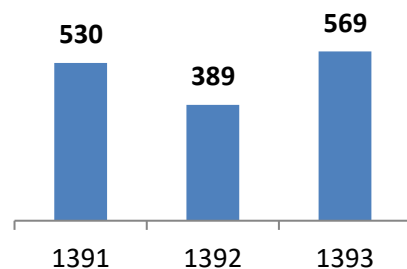
نمودار مقایسه ای متراژ مفید ارزی

نمودار مقایسه ای متراژ مفید ریالی



نمودار مقایسه ای تعداد مشارکت کنندگان خارجی

نمودار مقایسه ای تعداد مشارکت کنندگان داخلی



نمودار مقایسه ای تعداد کل کشورها در سالهای

متراژ کل نمایشگاههای داخلی

در تحلیل گزارش کمی روند ۳ ساله برگزاری نمایشگاههای داخلی می توان به این نکته اشاره نمود که در مجموع در سال ۱۳۹۲ روند کاهشی در مشارکت شرکتهای خارجی وجود داشت در حالی که حضور شرکتهای داخلی از روند افزایشی نسبتا خوبی از لحاظ متراژ ۲۲ درصد و تعداد ۱۱ درصد برخوردار بوده است .

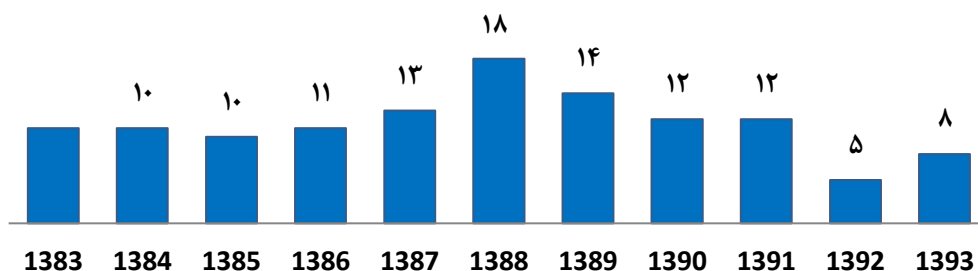
تأثیر روابط سیاسی و روند مثبت مذاکرات ۱+۵ حضور پررنگ شرکتهای خارجی را در سال ۱۳۹۳ رقم زد به گونه ایکه شاهد رشد ۱۲۴ درصدی در متراژ ارزی نسبت به سال ۹۲ بودیم. همچنین برگزاری ۳ نمایشگاه اختصاصی کشورهای ترکیه، کره جنوبی و ایتالیا نیز گواهی بر تمایل واستقبال سایر کشور ها برای حضور در بازار ایران می باشد .

نمایشگاههای خارجی:

در سال ۱۳۹۳ برنامه ریزی وسازماندهی مشارکت ج.ا.ایران در تعداد ۸ عنوان نمایشگاه خارجی با فضای مفید تحت پوشش به مساحت ۱۲۷۱۸ مترمربع و با حضور ۴۵۶ مشارکت کننده صورت پذیرفت.

براساس مقایسه انجام شده، روند برگزاری نمایشگاههای خارجی سال ۹۳ نسبت به سال ۹۲ از نظر عناوین نمایشگاههای خارجی **رشدی معادل ۶۰ درصد** و از نظر فضای تحت پوشش و تعداد مشارکت کنندگان به ترتیب با **۴۵۳/۵ و ۲۹۳ درصد رشد**، روند مثبت و افزایشی قابل ملاحظه ای داشته است .

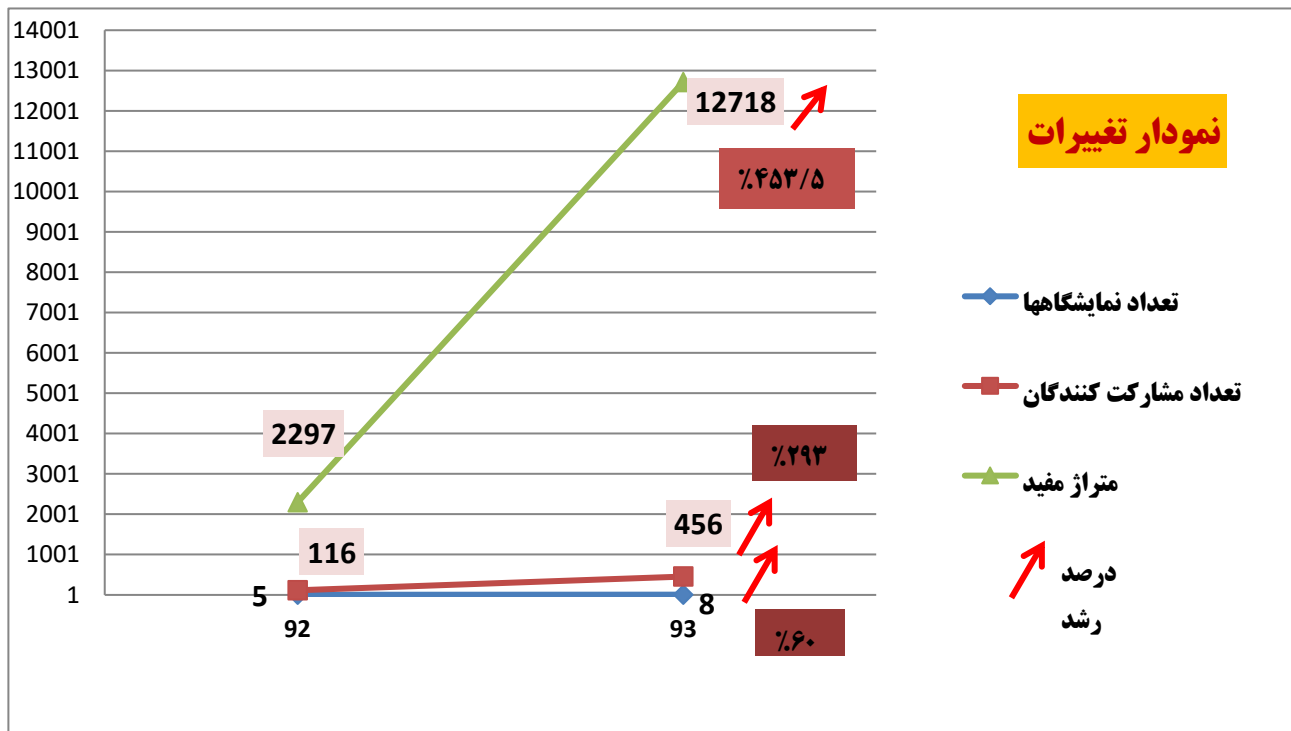
همچنین برگزاری نمایشگاههای اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در عمان، قطر و عراق در سال ۹۳ که با برنامه ریزی واهتمام حوزه مدیریت نمایشگاه های خارجی و اقدامات وفعالیت های مسئولین ودست اندرکاران پروژه های نمایشگاههای مذکور برگزار گردید ، از لحاظ کمی وکیفی در حد مطلوبی ارزیابی شده است .



عملکرد برگزاری نمایشگاههای خارجی سال ۹۳

سال	عنوان نمایشگاه ها	تاریخ برگزاری	تعداد مشارکت کنندگان	متراژ مفید (متر مربع)
۹۳	یازدهمین نمایشگاه بین المللی سنگ استانبول - ترکیه	۱۴-۱۷ خرداد ماه	۶	۱۲۰
	نمایشگاه بین المللی مواد غذایی سیال - فرانسه	۲۷ مهر لغایت ۱ آبان ماه	۱۵	۳۵۳
	چهل و یکمین نمایشگاه بین المللی بازرگانی بغداد - عراق	۲۸ مهر لغایت ۷ آبان ماه	۹	۲۳۰
	نمایشگاه اختصاصی ج.ا.ایران در مسقط - عمان	۱۶-۲۰ دی ماه	۸۶	۲۶۴۹
	سی و یکمین نمایشگاه بین المللی بازرگانی خارطوم - سودان	۱-۸ بهمن ماه	۱۳	۲۰۰
	نمایشگاه اختصاصی ج.ا.ایران در دوحه - قطر	۲۶-۳۰ بهمن ماه	۸۵	۲۴۴۳
	نمایشگاه اختصاصی ج.ا.ایران در بغداد - عراق	۲۷-۳۰ بهمن ماه	۲۳۵	۶۵۷۰
	نمایشگاه بین المللی تخصصی معماری و دکوراسیون داخلی و مبلمان مسقط-عمان	۲۸-۳۰ بهمن ماه	۷	۱۵۳
مجموع			۴۵۶	۱۲۷۱۸

عملکرد مقایسه ای نمایشگاههای خارجی سال ۹۲ و ۹۳



زیر ساختها:

از جمله اقدامات قابل توجه سال ۱۳۹۳ این شرکت که شامل بهسازی و بازسازی سالنهای نمایشگاهی و تأسیسات الکتریکال و سیستمهای سرمایشی و گرمایشی سالنها می باشد و علیرغم محدودیت بودجه و اعتبارات سرمایه ای با تمام امکانات موجود ، پروژه های عمرانی و تعمیراتی زیادی اجرا گردید .

منابع انسانی و آموزش:

اهم فعالیتهای شرکت در حوزه منابع انسانی و دارائیهای نامشهود به شرح زیر می باشد :

- تدوین برنامه استراتژیک شرکت (بلند و کوتاه مدت) و تهیه و تنظیم برنامه های اجرایی آن به تعداد ۳۶ برنامه و شاخصهای کلیدی مربوط به حوزه کاری مختلف آنها با توجه به ماهیت وجودی و چگونگی فعالیت و عملکرد مدیریتهای تابعه
- توجه ویژه به حرکت بر محور اصول علمی و دانش بنیان در فعالیت های شرکت و بهرمندی از فن آوریهای نوین مدیریتی از قبیل سیستم مدیریت کیفیت، نظام پیشنهادات، سیستم ایمنی و بهداشت شغلی کارکنان، سیستم

رسیدگی به شکایات

- تأکید بر توانمند سازی کارکنان با برگزاری دوره های آموزشی بویژه زبان انگلیسی ویژه مدیران، کارشناسان

و عوامل انتظامات شرکت و دوره های مدیریتی

- توجه ویژه به مکانیزه کردن امور کاری و اجرایی به منظور دسترسی سریع، آسان و کم هزینه به منابع اطلاعاتی مختلف و ایجاد امکان تجزیه و تحلیل و استخراج اطلاعات مورد نیاز از طریق طراحی پرتال شرکت با رویکرد

مخاطب محور با سامانه های الکترونیکی کار قابل مجری ، باشگاه مشتریان ، رسیدگی به شکایات

- ایجاد ساختارهای مناسب برای کنترل و نظارت مستمر در همه امور با رویکرد بررسی، تحلیل و ارزیابی اثربخشی برنامه ها و عملکرد واحدها و تحقق ۸۷ درصدی برنامه های پیش بینی شده حاصل بررسی مستمر برنامه ها و پایش ماهانه عملکرد می باشد .

کل ساعات آموزشی کارکنان در سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۶۵۵۰ ساعت بوده است که نسبت به سال ۱۳۹۲ بیش از دو برابر رشد داشته است .

مقطع کارشناسی ارشد رشته امور نمایشگاهی

مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت امور نمایشگاهی با درخواست و پیگیری و تدوین محتوی و سرفصلهای دروس توسط این شرکت آغاز گردید و با حضور نماینده شرکت در شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی دانشگاه جامع علمی کاربردی به تصویب رسید که مراحل اجرائی آن در دستور کار می باشد و از مهر سال ۱۳۹۴ نسبت به پذیرش دانشجو اقدام خواهد شد .

سمینار نقش نمایشگاهها در اقتصاد مقاومتی :

شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی ج.ا.ا در روز ۱۳۹۳/۳/۲۶ نسبت به برپایی سمیناری تحت عنوان "نقش و اهمیت برگزاری نمایشگاههای بین المللی در اقتصاد مقاومتی" در سالن مروارید خلیج فارس با اهداف ذیل اقدام نمود.

- تشریح اقتصاد مقاومتی و نقش و اهمیت برگزاری نمایشگاههای بین المللی در توسعه تجارت کشور
 - منطبق نمودن برنامه نمایشگاهی با استراتژی های توسعه صادرات کشور
 - مشارکت و همفکری به منظور توسعه صنعت نمایشگاهی کشور
 - شناسایی فعالیت های نمایشگاهی که می تواند به محقق ساختن سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی منجر گردد
- شرکت کنندگان در همایش پیشنهاداتی برای توسعه صنعت نمایشگاهی کشور، بهبود کیفیت نمایشگاهها و بهره گیری از این ابزار مهم بازاریابی و تحقق سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی ارایه دادند که بخشی از این موارد به شرح ذیل می باشد :

(۱) رتبه بندی دارندگان "سایت" های نمایشگاهی و برگزارکنندگان نمایشگاهها

(۲) اعمال دقت کافی در مجوزهای صادره و عدم اعطای مجوز برگزاری نمایشگاه به شرکتهایی که عملکرد آنها رضایت بخش نبوده است.

۳) پذیرش نمایشگاه به عنوان "صنعت" و برخورداری موسساتی که در این حرفه فعال هستند از امتیازات صاحبان

صنایع

۴) تدوین یک بسته جامع تشویقی برای حمایت از افرادی که در این رشته فعالیت می کنند (اعم از دارندگان

سایتها، تشکلهای نمایشگاهی و افرادی که کالاها و خدمات خود را در نمایشگاهها عرضه می کنند)

اعتبارات بین المللی:

از آنجا که حضور در مجامع بین المللی بعنوان یکی از راهکارهای توسعه ای می باشد لذا این شرکت تلاش نمود با

حضور موثر در انجمنهای بین المللی تخصصی نمایشگاهی ذیل الذکر به توسعه روابط خود کمک نموده و نقش موثرتری

نسبت به گذشته ایفا نماید :

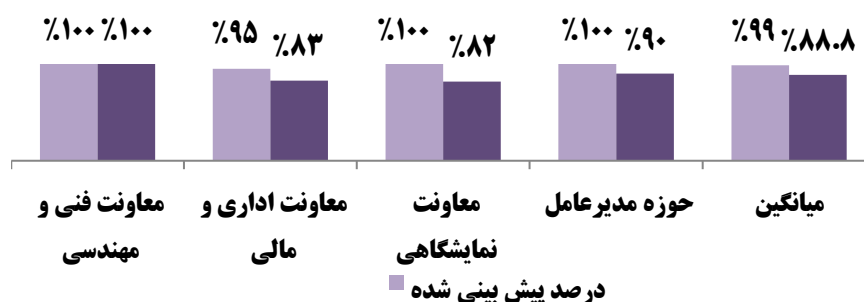
- رئیس هیات مدیره و مدیر عامل شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی جمهوری اسلامی ایران به مدت سه سال به عنوان معاون دفتر منطقه ای خاورمیانه و آفریقای انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی UFI انتخاب شد.
- عضو کمیتهی راهبری مجمع کمیسر ژنرالهای اکسپو میلان که این کمیته باید در صورت نیاز، نقش مشاوره ای و داوری برای کمیسر ژنرالهای نمایشگاه، ایفا کند.

اجرای برنامه های از پیش تعیین شده راهبردی شرکت در سال ۱۳۹۳

بر اساس برنامه مصوب شرکت و با تکیه بر دانش مدیران و کارکنان و اسناد بالادستی و چشم انداز و برنامه های پنج

ساله دولت جمهوری اسلامی ایران این شرکت موفق به اجرای برنامه های راهبردی از پیش تعیین شده خود نموده

است.



گزارش اقدامات انجام شده در خصوص نمایشگاه اکسپو میلان ایتالیا ۲۰۱۵:

این شرکت بمنظور اجرای مطلوب و حضور مؤثر و در خور شأن جمهوری اسلامی ایران در نمایشگاه اکسپو میلان در سال ۲۰۱۵ در گام اول و پس از اخذ مصوبه هیأت محترم دولت جهت تعیین وزارت صنعت، معدن و تجارت و شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی بعنوان نماینده ایران و متولی برنامه ریزی و سازماندهی و مشارکت در نمایشگاه مذکور اقدامات ذیل را در سال جاری انجام داده است:

- اخذ مصوبه شماره ۴۵۹۳۱/۴۴۶۳۶ مورخ ۱۳۹۰/۰۲/۳۱، هیأت محترم وزیران مبنی بر موافقت با حضور جمهوری اسلامی ایران در اکسپو ۲۰۱۵ میلان و محول نمودن مسئولیت اجرای آن را به وزارت صنعت، معدن و تجارت
- تخصیص زمین به مساحت ۱۹۱۰ مترمربع جهت ساخت سالن ایران در یکی از مطلوب ترین موقعیت های موجود (قطعه ۳۵ S)، در مجاورت پاریس و سوئیس و در محدوده پاریس کشور ایتالیا
- انتخاب موضوع "غذا و فرهنگ" بعنوان تم اصلی سالن ایران با تصویب کمیته ملی، ارسال آن به اکسپو در ماه سپتامبر و اخذ تاییدیه مقامات اکسپو
- پیگیری درخواست تخصیص اعتبار برای مرحله اول و دوم (فاز طراحی و ساخت و تجهیز پاریس)
- ارائه طرح نهایی پاریس ایران در جلسه مورخ ۱۳۹۲/۱۱/۰۲ با حضور وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت، اعضاء هیأت مدیره و مدیران ارشد شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی جمهوری اسلامی ایران
- ارائه طرح نهایی پاریس ایران در جلسه مورخ ۷ فوریه ۲۰۱۴ برابر ۱۸ بهمن ماه ۱۳۹۲ فی مابین رئیس محترم هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی ج.ا.ا و کمیسر ژنرال ایران در اکسپو ۲۰۱۵ میلان با مدیرکل محترم بخش مشارکت کنندگان و سایر مسئولین اکسپو ۲۰۱۵ میلان
- دعوت از نمایندگان دستگاههای دولتی و خصوصی جهت حضور در جلسه های کمیته ملی ستاد اکسپو ۲۰۱۵ میلان بمنظور فراهم نمودن زمینه حضور شایسته جمهوری اسلامی ایران در اکسپو ۲۰۱۵ میلان
- در حال حاضر ساخت سازه پاریس ایران در مراحل پایانی قرار دارد و همزمان طراحی داخلی و فضای سبز پاریس ایران در حال انجام می باشد.

برنامه های آتی:

این شرکت از سال ۱۳۸۹ لغایت ۱۳۹۳ برنامه پنج ساله خود را تدوین و اجرایی نموده است. بر همین اساس وبمنظور تدوین برنامه پنج ساله دوم خود جلسات تخصصی در قالب کمیته راهبری برنامه استراتژیک را تشکیل داده و موارد زیر مبنای تدوین برنامه قرار گرفت:

چشم انداز و ماموریت

- کیفیت برگزاری نمایشگاهها و انطباق آنها با استانداردهای بین المللی، می بایست اصلی ترین عنصر در چشم انداز شرکت باشد. طبیعتاً تعداد و حجم رویدادهای نمایشگاهی در اولویت اول نخواهد بود.

۱- مالی

- صرفه جویی در هزینه ها یکی از مهمترین اهداف شرکت است. در این راستا، بهینه سازی مصرف انرژی، مدیریت هزینه ها و پرهیز از هزینه های نابجا در همه واحدها در دستور کار شرکت قرار خواهد داشت. بدین منظور، می بایست طرح و برنامه ای برای شرکت تدوین گردد.
- سرمایه گذاری با دارایی های شرکت به هیچ عنوان قابل انجام نیست.
- هدف اصلی شرکت در این دوره ۵ ساله، افزایش سودآوری نخواهد بود؛ بلکه شرکت به دنبال آن است که با تمام توانش به توسعه صادرات در کشور کمک کند.

۲- نمایشگاه های داخلی

- برای برگزاری نمایشگاه داخلی، مجوز به برگزارکننده ای داده خواهد شد که صرفاً به دنبال سودآوری و افزایش درآمد خود نباشد بلکه به دنبال برگزاری یک نمایشگاه حرفه ای و با استانداردهای بین المللی باشد.
- ترکیب مشارکت کنندگان در نمایشگاه می بایست به گونه ای باشد که واحدهای نمونه، صادرکنندگان برتر و شرکتهایی که دارای اعتبار و کیفیت بالا هستند، در اولویت حضور قرار گیرند.
- در زمینه مشتری مداری و ایجاد رضایت در بازدیدکنندگان نمایشگاهها، اطلاع رسانی دقیق از طریق کیوسک های اطلاع رسانی و نیز بکارگیری اقداماتی در راستای افزایش توان اطلاع رسانی شرکت در دستور کار قرار خواهد داشت.
- اتخاذ تصمیمات و روندهایی که بتواند شادابی و نشاط هر چه بیشتری در هر سه گروه غرفه داران، مجریان و بازدیدکنندگان ایجاد نماید، در اولویت می باشد.

۳- نمایشگاه های خارجی

- مهمترین اقدام در نمایشگاه‌های خارجی، پرداخت یارانه به مشارکت‌کنندگان موفق، باکیفیت و توانمند، متناسب با نوع نمایشگاه خواهد بود.
- یکی از اقدامات مهمی که در نمایشگاه‌های خارجی در دستور کار شرکت قرار خواهد داشت، شناسایی دقیق و علمی بازارهای هدف مناسب برای حضور شرکت‌های ایرانی می‌باشد.

۴- دسترسی نمایشگاه

- اقدام به مذاکرات بیشتر و پرقدردتر برای دایر شدن ایستگاهی در ادامه خط ۷ مترو مختص نمایشگاه بین‌المللی یکی از مهمترین اقدامات شرکت خواهد بود.
- ایجاد دسترسی و مسیرهای ارتباطی بیشتر از اتوبانهایی مانند اتوبان کردستان و دیگر شاهراه‌های مهم به نمایشگاه بین‌المللی در دستور کار قرار خواهد داشت.

۵- تبلیغات، برندینگ و اطلاع‌رسانی

- یکی از مهمترین جهت‌گیری‌های شرکت، اطلاع‌رسانی دقیق و مناسب در مورد فعالیت‌های تاثیرگذار، مهم و جدیدی است که توسط شرکت صورت می‌پذیرد. این اطلاع‌رسانی‌ها می‌تواند منشا مناسبی برای ایجاد یک جایگاه مناسب برای برند شرکت باشد.
- توسعه ارتباطات بین‌المللی و نیز حضور فعال در کمیته‌های UFI و BIE یکی از مهمترین رویکردهای شرکت خواهد بود.

۶- مجریان

- مهمترین اقدام شرکت در زمینه مجریان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌ها، نظارت و کنترل دقیق‌تر و بیشتر بر روی کیفیت عملکرد آنها خواهد بود.

۷- انجمن‌ها، سندیکاها و اصناف

- ارتباط و تعامل هر چه بیشتر با انجمن‌ها، سندیکاها و اصناف با تاکید بیشتر بر روی اصناف یکی از اهداف مهم ما خواهد بود.
- دخیل کردن انجمن‌ها و اصناف علی‌الخصوص اصناف در برگزاری و شرکت در نمایشگاه‌ها بسیار حیاتی می‌باشد. این موضوع به ویژه در صدور مجوز برگزاری نمایشگاه نقش مهم و تاثیرگذاری خواهد داشت.

۸- مراکز نمایشگاهی دیگر

- سر و سامان دادن به مراکز نمایشگاهی دیگر ایران در دستور کار شرکت قرار خواهد داشت.

۹- فساد مالی و اداری

- شرکت می‌بایست تمام تلاش خود را در راستای کشف گلوگاه‌های فساد به کار بندد زیرا ریشه‌کن کردن اینگونه فسادها اصلی‌ترین دغدغه ماست.

۱۰- نیروی انسانی

- در مورد نیروی انسانی شرکت، مهمترین جهت‌گیری ما بهبود ترکیب نیروی انسانی خواهد بود. شرکت به دنبال
- ارتقاء ترکیب نیروی انسانی و جذب نیروهای کارشناس، متخصص، متعهد و باانگیزه خواهد بود. این مهم پس از خارج شدن از چرخه خصوصی‌سازی، قابل انجام خواهد بود.
- ارتقاء نیروی انسانی موجود شرکت به کمک آموزش در اولویت کاری شرکت می‌باشد. البته تاکید بیشتر بر روی آموزش موضوعاتی خواهد بود که جنبه مهارتی بیشتری داشته و منجر به خروجی ملموس‌تری شوند. به عنوان مثال آموزش زبان انگلیسی یکی از مهمترین موضوعات برای ارتقاء و آموزش کارکنان خواهد بود.
- یکی از مهمترین مسائلی که می‌بایست توسط مدیران شرکت مورد توجه قرار گیرد، جانشین‌پروری و رشد افراد شایسته‌ای است که زیر نظر آنها کار می‌کنند. براساس این رویکرد، مدیران می‌بایست با تفویض اختیارات بیشتر و راهبری کارکنان پایین‌دستی خود سعی در ارتقاء و توانمندسازی آنها داشته باشند.

۱۲) زیرساخت‌ها

- تدوین مستند دقیق و جامعی از تمامی نقشه‌های As-Built نمایشگاه بین‌المللی در دستور کار شرکت می‌باشد.