

تأثیر برگزاری نمایشگاهها

برگزاری نمایشگاهها تأثیر بسزایی بر اقتصادهای محلی و ملی دارند و بطور مستقیم و غیر مستقیم در مناطقی که نمایشگاهها برگزار می گردند بطور مستقیم شاهد اشتغال آفرینی در بخش های مختلفی از جمله در بخش طراحی و غرفه آرایشی، شرکت های ارائه دهنده فعالیتهای خدماتی، شرکت های تبلیغاتی، آژانس های مسافرتی و تورگردانها، شرکت های باربری، هتلها و رستورانها، ارائه دهندگان خدمات تاسیساتی و خدمات صوتی تصویری، حمل و نقل و تاکسیرانی، بازارها، مراکز خرید، تفریحی و توریستی و ارائه دهندگان خدمات اینترنتی (IT, ICT) هستیم. همچنین در بسیاری از نمایشگاهها شرکت کنندگان بطور غیر مستقیم با ایجاد گسترش روابط با مشتریان، یافتن مشتریان بالقوه و برقراری نمایندگی های جدید باعث توسعه بنگاههای اقتصادی کوچک و بزرگ و ایجاد زمینه های لازم جهت افزایش فرصتهای شغلی در محدوده جغرافیایی و در مجموع اشتغال زایی می گردند. همچنین نمایشگاه به عنوان یکی از ابزارهای مهم بازاریابی در گسترش مبادلات بازرگانی در سطح بین الملل - تبادلات اطلاعات فنی، تخصصی و تجاری، ارتقاء سطح دانش متخصصین داخلی - ورود فناوری های نوین به داخل کشور - آگاهی متخصصین داخلی با جدید ترین فناوری های روز جهان و افزایش رفاه ملی حائز اهمیت می باشد.

از طرفی برگزاری نمایشگاههای تخصصی علاوه بر توسعه صادرات غیر نفتی رشد اقتصادی و رونق بازار داخلی را در پی دارد. هر چند برگزاری نمایشگاهها به نظر بسیار آسان و عادی به نظر می رسد لیکن در برگزاری یک نمایشگاه موفق عوامل و مجموعه های مختلفی همکاری تنگاتنگ دارند و به صورت یک زنجیره به هم پیوسته و هماهنگ فعالیت می نمایند. لذا موفقیت هر یک مرهون تلاش و هماهنگی و همکاری حلقه های پیشین می باشد.

از جمله عوامل تأثیر گذار در ایجاد موفقیت یک نمایشگاه عواملی چون انتخاب موضوع و مخاطب - جغرافیا و مکان مناسب - محل نمایشگاه - برخورداری از امکانات، تجهیزات و خدمات مناسب نمایشگاه - وجود امکانات و خدمات مناسب رفاهی و عمومی - توجه مدیران و مسئولان ارشد منطقه به مقوله نمایشگاهها - اطلاع رسانی و تبلیغات مؤثر و به موقع - حمایت انجمن ها و تشکل های ذیربط - ایجاد تسهیلات و خدمات ویژه برای جذب بازدید کنندگان و مخاطبین خاص حائز اهمیت می باشد.