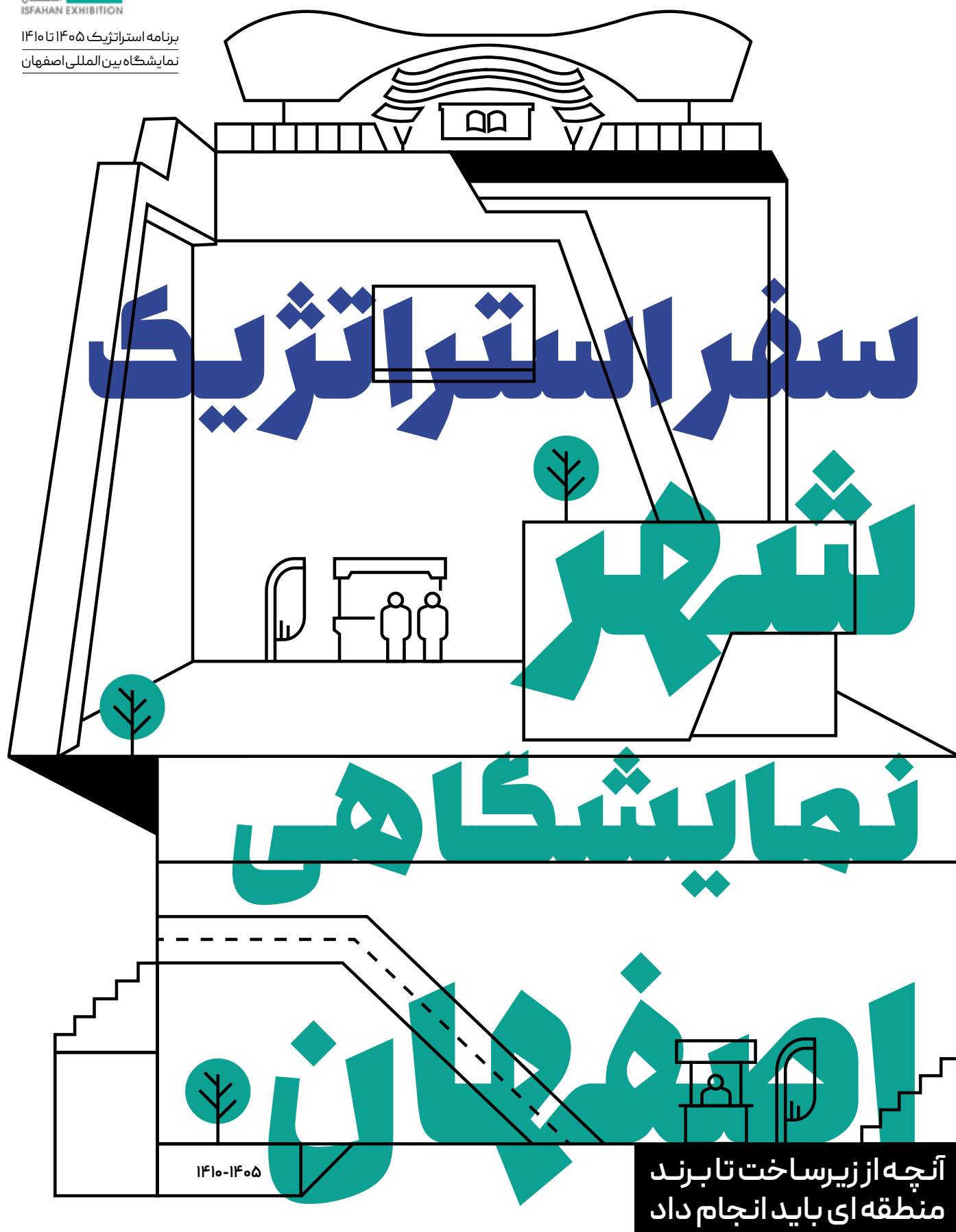






پایداری  
و محیط زیست



۳۰ پروژه



شهرنمایشگاه  
Exhibition city



اصفهان  
به توان دو

بهره برداری بیش از ۳۰ پروژه  
در شهرنمایشگاهی اصفهان



توسعه  
زیرساخت

پروژه های  
هوشمندسازی



نوآوری و  
تحول دیجیتال

آموزش و  
سرمایه انسانی

پروژه مشارکتی  
و سرمایه گذاری +۱۰



بازاریابی  
همایش ها  
و رویدادها



ظرفیت سالن های کروی شهرنمایشگاهی اصفهان





## برنامه استراتژیک ۱۴۰۵-۱۴۰۱

سفر استراتژیک شهر نمایشگاهی اصفهان  
آنچه از زیرساخت تا برند منطقه ای باید انجام داد

**تهیه شده در:** واحد برنامه ریزی و توسعه کسب و کار با همکاری واحد تضمین کیفیت  
**با تشکر از:** مجتبی شاه مرادی، احمد رضا طحانیان، دکتر شهریار آل شیخ،  
دکتر رضا توفیقی، عبدالرسول محققیان، محمد هاشم الحسینی، محمد گیوی،  
سید محمد علوی، سحر شریفی، حسین خدادادی، رضا احمدی اصل  
**مشاور طرح:** شرکت دانش بنیان سان اوج پویان اسپادانا

## آنچه در این برنامه می خوانید :

- ۴ گذر استراتژیک نمایشگاه بین المللی اصفهان
- ۵ عبور از تداوم عملیاتی به سوی توسعه راهبردی
- ۶ نمایشگاه های آینده: فراتر از غرفه
- ۸ روندهای کلیدی آینده صنعت نمایشگاهی جهان
- ۹ در مواجهه با تحولات جهانی، سند راهبردی بر چه اساسی تدوین شده است؟
- ۱۰ چشم انداز آینده چیست؟
- ۱۱ بنگاه اقتصادی توسعه محور با خدمات بین المللی
- ۱۲ ارزش ها
- ۱۳ اهداف کلان
- ۱۴ اهداف راهبردی: از جهت گیری تا سنجش
- ۱۵

# از «برگزاری نمایشگاه» به سمت «ساختن فرصت برای اصفهان»

مجتبی شاه مرادی  
محمودرضا اقارب پرست  
سید کریم داوودی  
مهران زینلیان  
محمد جعفر فوده  
هیأت مدیره شرکت  
نمایشگاه بین المللی اصفهان

در این مسیر، توسعه شهر نمایشگاهی صرفاً به معنای ساخت فضاهای جدید نیست. هدف، تبدیل این مجموعه به مقصدی فعال و چندمنظوره است که در تمام طول سال بتواند میزبان تجارت، رویداد، مذاکره، سرمایه گذاری، آموزش، تجربه و تعاملات حرفه ای باشد. هیئت مدیره شرکت، اجرای این برنامه را نه به عنوان یک پروژه مقطعی، بلکه به عنوان یک تعهد راهبردی دنبال خواهد کرد. تصمیمات سرمایه گذاری، توسعه زیرساخت، مشارکت های اقتصادی و ارزیابی عملکرد شرکت باید در سال های پیش رو با این جهت گیری همسو شود.

معتقدم موفقیت این برنامه زمانی محقق خواهد شد که نمایشگاه بین المللی اصفهان نه صرفاً با تعداد رویدادهای برگزارشده، بلکه با ارزشی که برای اقتصاد استان ایجاد کرده، شبکه هایی که شکل داده، بازارهایی که به یکدیگر متصل کرده و جایگاهی که برای اصفهان در صنعت نمایشگاهی منطقه ساخته است ارزیابی شود. این مسیر، حرکت از «برگزاری نمایشگاه» به سمت «ساختن فرصت برای اصفهان» است.

نگاه ما به نمایشگاه بین المللی اصفهان نمی تواند محدود به مجموعه ای از سالن ها، غرفه ها و تقویم برگزاری نمایشگاه ها باشد. نمایشگاه باید بخشی از زیرساخت توسعه استان و بستری برای شکل گیری ارتباطات پایدار اقتصادی، شبکه سازی تجاری، معرفی ظرفیت های اصفهان و اتصال بنگاه های اقتصادی استان به بازارهای ملی و بین المللی باشد. سند راهبردی پیش رو برای دوره ۱۴۰۵ تا ۱۴۱۰ با همین نگاه تدوین شده است؛ سندی برای عبور از مدیریت روزمره به راهبری آینده و از توسعه صرفاً فیزیکی به توسعه یک اکوسیستم اقتصادی و رویدادی.

چشم اندازی که در این برنامه ترسیم شده، شکل گیری «شهر نمایشگاهی اصفهان؛ پلتفرم هوشمند و تسهیل گر توسعه استان در عرصه جهانی» است؛ چشم اندازی که تحقق آن مستلزم توسعه زیرساخت ها، تقویت برند، تنوع بخشی به مدل های درآمدی، گسترش شبکه های تجاری، بهره گیری از فناوری و داده و ایجاد تعامل مستمر با فعالان اقتصادی است.

## خلق ارزش اقتصادی برای استان

وفاداری مشتریان است. در توسعه شهر نمایشگاهی، باید مجموعه رابه مقصدی فعال اقتصادی، خدماتی و اجتماعی تبدیل کنیم. در ارزش آفرینی و تاب آوری، توسعه مدل های درآمدی جدید، افزایش بهره وری و مولدسازی ظرفیت های موجود اهمیت ویژه ای خواهد داشت. در شبکه سازی تجاری نیز نمایشگاه باید فزاینده روز برگزاری هر رویداد عمل کند. ارتباط میان غرفه دار، بازدیدکننده تخصصی، خریدار، سرمایه گذار، تشکله ها و بازارهای هدف باید پیش از رویداد آغاز شود، در جریان نمایشگاه به اوج برسد و پس از آن نیز ادامه پیدا کند. و سرانجام، هوشمندسازی باید از یک پروژه فناوری اطلاعات به بخشی از مدل مدیریتی شرکت تبدیل شود؛ به گونه ای که داده، فناوری های دیجیتال و هوش مصنوعی در شناخت مخاطبان، طراحی رویدادها، بازاریابی، تصمیم گیری مدیریتی و سنجش اثربخشی به کار گرفته شوند.

هدف نهایی روشن است:

نمایشگاه بین المللی اصفهان باید از یک برگزارکننده رویداد، به یک پلتفرم فعال برای توسعه تجارت، شبکه سازی و خلق ارزش اقتصادی برای استان تبدیل شود.

این، سفر استراتژیک مادر سال های پیش روست.

صنعت نمایشگاهی جهان در حال تجربه تحولی بنیادین است. نمایشگاه های آینده دیگر تنها محل عرضه محصولات و اجاره فضای نمایشگاهی نیستند؛ آنها به پلتفرم هایی برای شبکه سازی، توسعه بازار، تبادل دانش، شکل گیری همکاری های تجاری و خلق تجربه برای ذی نفعان تبدیل شده اند. نمایشگاه بین المللی اصفهان نیز برای حفظ و ارتقای جایگاه خود باید متناسب با این تحولات حرکت کند.

تدوین برنامه راهبردی ۱۴۰۵ تا ۱۴۱۰ نتیجه همین ضرورت است؛ تلاشی برای اینکه بدانیم در سال های آینده کجا می خواهیم قرار بگیریم، چه مزیت هایی را باید تقویت کنیم و منابع سازمان را بر چه اولویتهایی متمرکز سازیم. بررسی مسیر گذشته نشان می دهد شرکت از مرحله ایجاد زیرساخت و تثبیت فعالیت های نمایشگاهی عبور کرده و امروز در آستانه مرحله جدیدی از بلوغ سازمانی قرار گرفته است. از این رو، برنامه جدید قرار نیست صرفاً ادامه مسیر گذشته باشد. شش جهت گیری کلان توسعه برند، توسعه شهر نمایشگاهی، ارزش آفرینی، تاب آوری، شبکه سازی تجاری و هوشمندسازی چارچوب تحول شرکت در دوره پیش رو را تشکیل می دهد. در حوزه توسعه برند، هدف ما حرکت به سمت مرجعیت نمایشگاهی و ارتقای تجربه

احمد رضا طحانیان  
مدیرعامل شرکت نمایشگاه  
بین المللی اصفهان

## مقدمه

تحولات شتابان در صنعت نمایشگاهی، تغییر انتظارات ذی‌نفعان و افزایش رقابت در سطح ملی و منطقه‌ای، ضرورت توجه به برنامه‌ریزی راهبردی را برای شرکت‌های فعال در این حوزه دوچندان کرده است. در چنین فضایی، تداوم اثربخشی و حفظ جایگاه رقابتی سازمان‌ها مستلزم نگاهی فراتر از مدیریت روزمره و تمرکز بر تصمیم‌سازی‌های آینده‌نگر و مبتنی بر تحلیل است.

شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان با اتکا به تجربه چندین دهه فعالیت و با درک شرایط جدید محیطی، تدوین سند راهبردی را به‌عنوان ابزاری کلیدی برای هدایت منسجم تصمیمات، هم‌راستاسازی اقدامات سازمانی و بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌ها و فرصت‌ها در دستور کار خود قرار داده است.

این سند حاصل یک فرایند تحلیلی و مشارکتی است که در آن عملکرد سال‌های گذشته، میزان تحقق اهداف، اسناد و الزامات بالادستی و شرایط محیط داخلی و خارجی مورد بررسی قرار گرفته و از طریق برگزاری جلسات تخصصی با تیم راهبردی شرکت با راهبری مشاور استراتژی، مبنای تصمیم‌گیری و جهت‌گیری‌های کلان استخراج شده است.

سند راهبردی پیش‌رو، چارچوبی منسجم برای تعیین مسیر حرکت شرکت در دوره آتی فراهم می‌آورد و به‌عنوان مبنایی مشترک برای برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی اقدامات راهبردی در سطوح مختلف سازمان مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

## سند راهبردی

پیش‌رو، چارچوبی منسجم

## برای تعیین مسیر

حرکت شرکت در دوره

آتی فراهم می‌آورد و به

عنوان مبنایی مشترک

برای برنامه‌ریزی، اجرا و

## ارزیابی اقدامات

## راهبردی در

## سطوح مختلف

## سازمان

مورد استفاده قرار

خواهد گرفت.





# گذر استراتژیک نمایشگاه بین المللی اصفهان

شرکت نمایشگاه های بین المللی اصفهان طی بیش از سه دهه فعالیت، مسیری تدریجی اما معنادار از شکل گیری و ایجاد زیرساخت های اولیه تا حرکت به سوی توسعه اقتصادی و رویداد محور را طی کرده است. این مسیر، بازتابی از تجربه اندوزی سازمان، انطباق با شرایط محیطی و تحول در رویکردهای مدیریتی در مواجهه با نیازهای بازار و ذی نفعان بوده است.

به سوی الگوهای حرفه ای تر مدیریت نمایشگاهی، نشانه های این تحول راهبردی است. این گذر استراتژیک، هم زمان با تحولات بنیادین صنعت نمایشگاهی در جهان، زمینه ساز ورود نمایشگاه بین المللی اصفهان به مرحله ای نو از بلوغ سازمانی شده است؛ مرحله ای که در آن، نمایشگاه دیگر صرفاً یک فضای فیزیکی برای برگزاری رویداد نیست، بلکه در حال تبدیل شدن به «شهر نمایشگاهی» و یک پلتفرم هوشمند ارزش آفرین است. در این رویکرد نوین، تصمیم گیری ها بر پایه تحلیل داده، بهره گیری از فناوری های نوین و هوش مصنوعی و طراحی مسیرهای روشن برای آینده استوار می شود.

سند راهبردی حاضر، پاسخی به این ضرورت راهبردی و تلاشی هدفمند برای هدایت آگاهانه نمایشگاه از کارکرد فیزیکی و رویداد محور، به نقش تسهیل گر هوشمند تعاملات اقتصادی، تجاری و دانشی در مقیاس ملی و جهانی است؛ مسیری که غایت آن، شناخته شدن نمایشگاه بین المللی اصفهان به عنوان یک تسهیل گر مؤثر در زنجیره ارزش جهانی است.

در دوره های ابتدایی فعالیت، تمرکز اصلی شرکت بر آغاز بهره برداری، ایجاد بسترهای فیزیکی و فراهم سازی حداقل زیرساخت های لازم برای برگزاری نمایشگاه ها قرار داشت. در این مقطع، تثبیت جایگاه نمایشگاه در سطح استان و معرفی آن به عنوان یک ظرفیت جدید اقتصادی و خدماتی، اولویت اصلی سازمان محسوب می شد.

با گذر زمان و افزایش تجربه اجرایی، نمایشگاه وارد مرحله ای شد که توسعه زیرساخت ها، تنوع بخشی به رویدادها و ارتقای کیفیت برگزاری نمایشگاه ها در دستور کار قرار گرفت. در این دوره، نگاه سازمان از صرفاً برگزاری رویدادها به سمت بهبود فرایندها، افزایش رضایت مشارکت کنندگان و تقویت تعامل با فعالان اقتصادی حرکت کرد.

در سال های اخیر، رویکرد شرکت به تدریج به سمت نگاه اقتصادی، توسعه محور و آینده نگر تغییر یافته است. توجه به نقش نمایشگاه به عنوان یک ابزار مؤثر در زنجیره ارزش اقتصاد منطقه، تمرکز بر نتایج اقتصادی رویدادها، تقویت رویکرد رویداد محور در برنامه ریزی و اجرا، گسترش ارتباطات و حرکت

## با گذر زمان

و افزایش تجربه اجرایی، نمایشگاه وارد مرحله ای شد که توسعه زیرساخت ها،

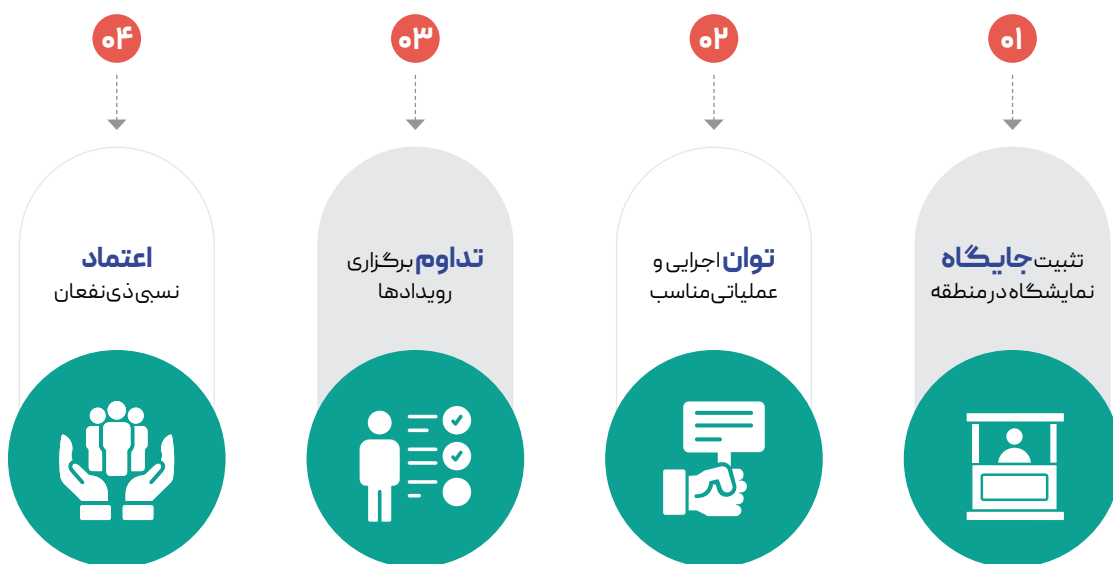
## تنوع بخشی به رویدادها و ارتقای کیفیت

برگزاری نمایشگاه ها در دستور کار قرار گرفت

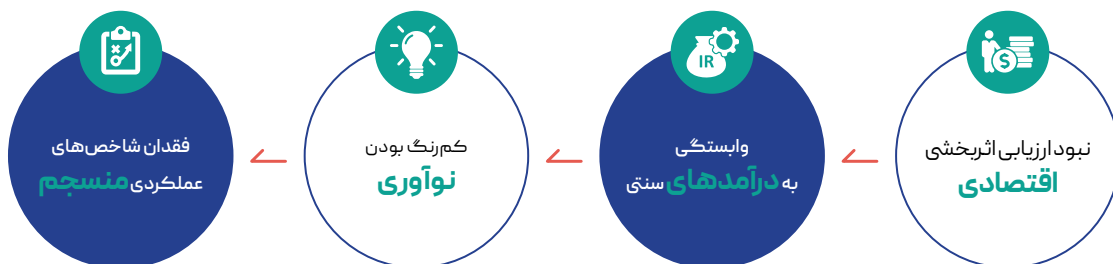


# عبور از تداوم عملیاتی به سوی توسعه راهبردی

دستاوردها



چالش‌ها





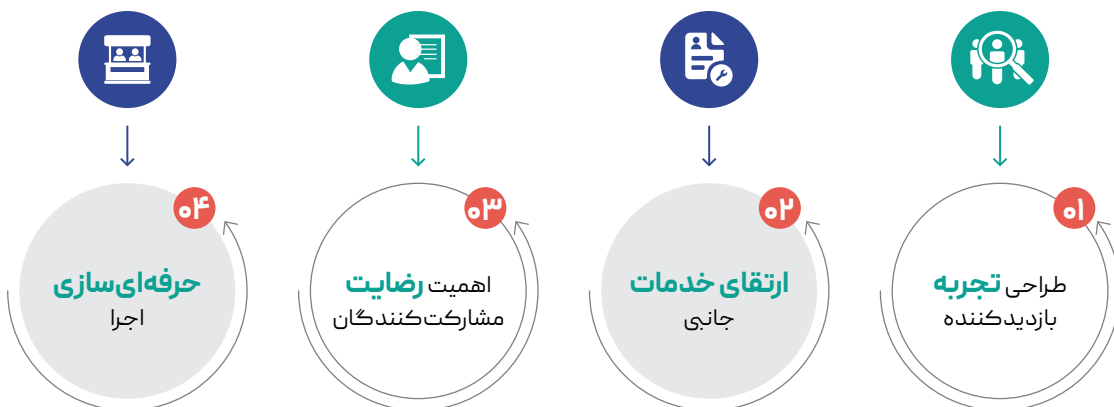
# نمایشگاه‌های آینده: فراتر از غرفه

صنعت نمایشگاهی جهان از یک فضای صرفاً فیزیکی، به یک پلتفرم هوشمند، تجربه محور و ارزش آفرین اقتصادی در حال تحول است.

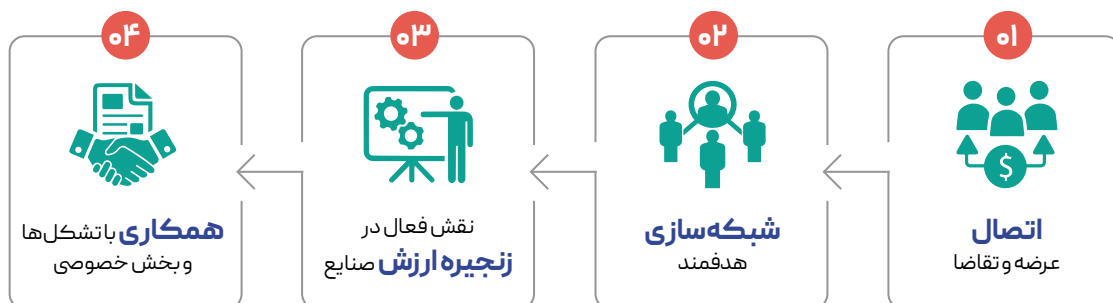
## نمایشگاه‌های فیزیکی کلاسیک



## گذار به تجربه محور و رویدادمحوری



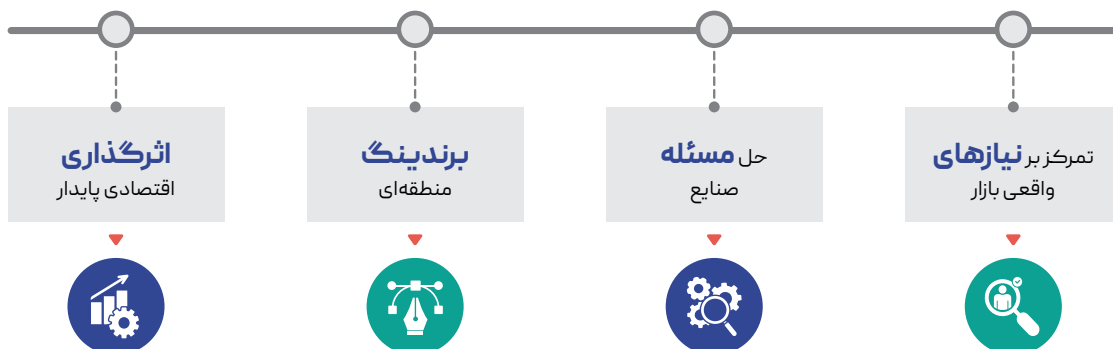
#### نمایشگاه به عنوان پلتفرم کسب و کار



#### هوشمندسازی و دیجیتال سازی



#### نمایشگاه های مسئله محور و منطقه ای



# روندهای کلیدی آینده صنعت نمایشگاهی جهان

نمایشگاه‌های آینده، صرفاً برگزارکننده رویداد نیستند؛ بلکه بازیگران فعال در اکوسیستم اقتصادی، شبکه‌ساز و ارزش‌آفرین هستند.

## گذار از رویداد به «اکوسیستم»



## ارزش‌آفرینی فراتر از جاره فضا



## داده محوری در تصمیم‌سازی



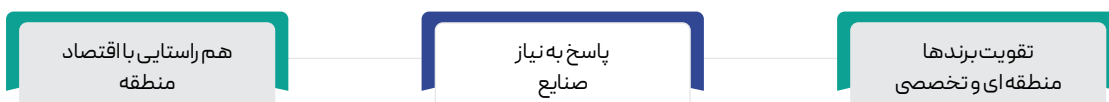
## دیجیتال و هیبرید به عنوان استاندارد



## تجربه‌سازی هدفمند



## نقش‌آفرینی در توسعه منطقه‌ای



# در مواجهه با تحولات جهانی، سند راهبردی چگونه تدوین شده است؟

سند راهبردی حاضر حاصل ترکیب تحلیل، تجربه، بنج مارک و مشارکت مدیریتی با راهبرد مشاور استراتژی است و با هدف ایجاد مسیر روشن و قابل اجرا تدوین شده است.

## آینده پژوهی



## درک تحولات صنعت نمایشگاهی



## مطالعه اسناد و الزامات بالادستی



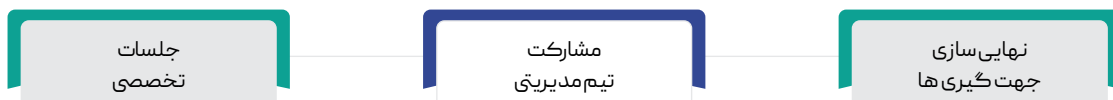
## تحلیل وضعیت



## یادگیری از الگوها



## تصمیم سازی راهبردی



# چشم انداز آینده چیست؟

شهر نمایشگاهی اصفهان؛ پلتفرم هوشمند و تسهیل‌گر توسعه استان

در عرصه جهانی



در افق پیش‌رو،

## شهر نمایشگاهی اصفهان

دیگر صرفاً محل برگزاری  
رویدادها نیست؛ بلکه  
به پلتفرمی هوشمند  
برای پیوند دادن  
ظرفیت‌های اقتصادی،  
دانشی و تجاری استان با

## جریان‌های ملی و جهانی

بدل می‌شود



[www.pavilionnetwork.ir](http://www.pavilionnetwork.ir)

آدرس پلتفرم دیجیتال شهر نمایشگاهی اصفهان

در این چارچوب، نقش شهر نمایشگاهی «تسهیل‌گری» است؛ تسهیل شکل‌گیری شبکه‌های تجاری، کاهش موانع تعامل و تبدیل فرصت‌های بالقوه استان به ارزش‌های قابل عرضه در مقیاس بین‌المللی. حاصل این مسیر، ارتقای جایگاه اصفهان به عنوان یکی از درگاه‌های معتبر تعاملات نمایشگاهی و اقتصادی در منطقه و تقویت نقش آن در زنجیره ارزش جهانی صنعت نمایشگاه خواهد بود.

در افق پیش‌رو، شهر نمایشگاهی اصفهان دیگر صرفاً محل برگزاری رویدادها نیست؛ بلکه به پلتفرمی هوشمند برای پیوند دادن ظرفیت‌های اقتصادی، دانشی و تجاری استان با جریان‌های ملی و جهانی بدل می‌شود. این پلتفرم، با تکیه بر فناوری، داده و تجربه یکپارچه ذی‌نفعان، بستر تعامل مستمر میان کسب‌وکارها، سرمایه‌گذاران و بازارهای هدف را فراهم می‌آورد.

بیانیه ماموریت شرکت نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان چیست ؟

# بنگاه اقتصادی توسعه محور با خدمات بین المللی

## توسعه و تجربه هوشمندسازی و

فناوری های یکپارچه  
سخت افزاری و نرم افزاری،  
جذب، حفظ و توسعه  
نیروهای متخصص  
و عملکرد محوری از  
مهم ترین جهت گیری های  
شرکت برای

## حفظ توان فنی و خدماتی

مجموعه است



سهامداران، زیرساخت ها و امکانات فیزیکی، موقعیت جغرافیایی و توانمندی اقتصادی استان و سرمایه انسانی متخصص به دنبال پیشرو بودن در نمایشگاه ها و رویدادهای مرجع و افزایش رقابت پذیری در سایر بخش های صنعت نمایشگاهی است.

ایجاد، تقویت و توسعه نمایشگاه ها و رویدادهای مرجع، توسعه و تنوع بخشی خارج از پرتفوی فعلی، سرمایه گذاری های مبتنی بر نوآوری و خطرپذیر و توسعه روابط با سایر رقبای ملی و بین المللی، حفظ و ارتقا، منافع شرکت را تضمین می نماید.

توسعه و تجربه هوشمندسازی و فناوری های یکپارچه سخت افزاری و نرم افزاری، جذب، حفظ و توسعه نیروهای متخصص و عملکرد محوری از مهم ترین جهت گیری های شرکت برای حفظ توان فنی و خدماتی مجموعه است.

شرکت نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان به عنوان یک بنگاه اقتصادی توسعه محور با فلسفه ترویج و شبکه سازی، بازاریابی و بازاریابی محصولات و خدمات در سطح ملی و بین المللی ایجاد گردید. این شرکت، خدمات زیر را به صورت حضوری و مجازی به بنگاه ها و فعالان اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی برای توسعه استان در سطح جهانی و در چارچوب سند آمایش سرزمینی ارائه می دهد:

- طراحی، سازماندهی و برگزاری رویدادها، همایش ها و نمایشگاه ها
- ارایه فضاهای نمایشگاهی، همایشی و تبلیغاتی
- خدمات مکمل و جنی سنتی و مدرن نمایشگاهی و رویدادی

- خدمات مبتنی بر داده و اطلاعات

شرکت نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان با استفاده از تجربه، برند، ارتباطات مناسب، ترکیب



## ارزش ها



رعایت انصاف



خلق ارزش برای  
کلیه ذینفعان



پایداری و حفظ  
محیط زیست



حفظ و ارتقاء  
برند سازمانی



مشارکت جویی، کار تیمی  
و شایسته سالاری



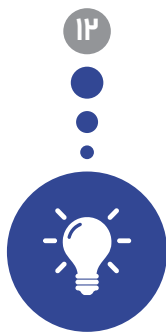
مسئولیت پذیری و پایبندی  
به اخلاق حرفه ای



شفافیت، اعتماد سازی  
و پاسخگویی



نظم، قانون پذیری  
و قانون مداری



نوآوری



چابکی



سازمان  
یادگیرنده



احترام و حفظ  
کرامت انسانی



# اهداف راهبردی: از جهت گیری تا سنجش

## هدف اول توسعه برند

تثبیت و ارتقای جایگاه نمایشگاه به عنوان برند مرجع تعاملات تجاری و نمایشگاهی در سطح منطقه و کشور.

### رویکرد تحقق

این هدف از طریق افزایش تعداد غرفه داران، توسعه متراژ مفید، و ارتقای سطح رضایت ذی نفعان، با تمرکز بر کیفیت تعاملات و تجربه حضور، دنبال می شود.

### جهت گیری راهبردی



## هدف دوم توسعه شهر نمایشگاهی

توسعه شهر نمایشگاهی به عنوان یک مقصد فعال اقتصادی، خدماتی و اجتماعی.

### رویکرد تحقق

افزایش جذب بازدیدکنندگان و مشتریان بخش های غیرنمایشگاهی و تقویت کارکردهای مکمل، نقش نمایشگاه را از یک فضای رویداد محور به یک مجموعه پویا و چندمنظوره ارتقا می دهد.

### جهت گیری راهبردی



## هدف سوم ارزش آفرینی

تقویت ارزش اقتصادی پایدار و ارتقای کیفیت درآمدهای سازمان.

### رویکرد تحقق

این هدف از طریق بهبود سودآوری عملیاتی، افزایش بهره وری فعالیت ها و توسعه مدل های درآمدی متنوع و مبتنی بر خلق ارزش برای ذی نفعان دنبال می شود.

### جهت گیری راهبردی



## هدف چهارم تاب‌آوری

افزایش پایداری و انعطاف‌پذیری مالی در برابر نوسانات محیطی و اقتصادی.

رشد واقعی درآمد، متناسب با نرخ تورم و افزایش سهم درآمدهای عملیاتی جدید، زمینه تقویت تاب‌آوری و کاهش ریسک‌های ساختاری را فراهم می‌کند.

رویکرد تحقق

جهت‌گیری راهبردی

مولدسازی منابع و امکانات برای توسعه منابع درآمدی جدید (بهره برداری ۲۴ ساعته، ۳۶۵ روزه و ۳۶۰ درجه)



افزایش درآمد از منابع فعلی



توسعه فردی و سازمانی



## هدف پنجم شبکه‌سازی تجاری

تبدیل نمایشگاه به بستر اصلی شبکه‌سازی تجاری، تخصصی و بین‌المللی.

این هدف از طریق توسعه نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری، افزایش مشارکت داخلی و خارجی و تقویت تعاملات B2B محقق می‌شود.

رویکرد تحقق

جهت‌گیری راهبردی

تعاملات و مشارکت‌ها (دیپلماسی نمایشگاهی)



رویدادمحوری



## هدف ششم هوشمندسازی

حرکت به سوی سازمانی داده‌محور، چاپک و هوشمند، با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال و هوش مصنوعی

سرمایه‌گذاری هدفمند در زیرساخت‌های هوشمندسازی و فناوری اطلاعات، بستر لازم برای بهبود تصمیم‌گیری مدیریتی، ارتقای بهره‌وری و بهبود تجربه ذی‌نفعان را فراهم می‌سازد.

رویکرد تحقق

جهت‌گیری راهبردی

عملیاتی‌سازی استفاده از هوشمندسازی



توسعه زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری هوشمندسازی



# نمایشگاه اصفهان:

## ویترین تجارت ایران



تحول در صنعت نمایشگاهی، امروز دیگر یک انتخاب نیست؛ بلکه پاسخی اجتناب ناپذیر به تغییر الگوهای تعامل، تجارت و خلق ارزش در مقیاس ملی و جهانی است. نمایشگاه بین المللی اصفهان، با پشتوانه ای از تجربه، جایگاه و ظرفیت های منحصر به فرد، در آستانه گذار از یک نقش سنتی به ایفای نقش نوین به عنوان پلتفرم هوشمند و تسهیلگر توسعه قرار دارد.

