

## محصولات پتروشیمی در صدر صادرات اصفهان

آخرین آمار و اطلاعات گمرک اصفهان نشان می‌دهد که محصولات پتروشیمی در صدر صادرات این استان از ابتدای سال جاری تاکنون قرار دارد. به گزارش اصفهان امروز، اصفهان ظرفیت و توانایی بالایی در صنایع پتروشیمی دارد و نظر تولیدات صنعتی پلیمر و کامپوزیت از مناطق پیشرو در کشور به‌شمار می‌آید بطوری که محصولات آن در صادرات این استان و ایران نقش بسزایی دارد. طبق آخرین گزارش اداره کل گمرکات اصفهان، ۱۹۵ میلیون دلار محصولات پتروشیمی در هفت ماه اسسال از این استان صادر شد که نسبت به مدت مشابه پارسال رشد ۲۲ درصدی داشته است. مدیر کل گمرکات اصفهان اظهار کرد: یک میلیون و ۹۳ هزار تن کالا به ارزش ۷۸۸ میلیون و ۶۳۱ هزار دلار از ابتدای اسسال تا مهر از گمرکات این استان صادر شده است. او، اقلام صادراتی گمرکات استان اصفهان در این مدت را ۵۳۳ نوع کالا برشمرد و افزود: مهمترین محصولات صادراتی این خطه شامل محصولات پتروشیمی، چدن، آهن و فولاد، محصولات لبنی، فرش ماشینی و دستپاف و مس و مصنوعات آن بوده است. رسول کوهستانی‌پزوه، میزبان صادرات گروه «چدن، آهن و فولاد» از ابتدای اسسال تا مهر را ر ۱۶۶ میلیون دلار اعلام و تصریح کرد: این میزان صادرات نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵۸ درصد کاهش یافته که دلیل اصلی کاهش صادرات کل استان در این مدت است. به گفته مدیر کل گمرکات اصفهان، میزان صادرات این استان از ابتدای سال جاری تا مهر ماه نسبت به مدت مشابه پارسال از لحاظ وزنی ۱۹ درصد و از حیث ارزش ۱۵ درصد کاهش یافته که مهم‌ترین دلیل آن کاهش ۵۸ درصدی صادرات چدن، آهن و فولاد و مصنوعات آن است. از طرفی صادرات محصولات لبنی با ۸۳ میلیون دلار، فرش ماشینی و دستپاف با ۵۲ میلیون دلار و «مس و مصنوعات آن» با ۲۷ میلیون دلار به ترتیب ۲۴، ۱۴ و ۱۱ درصد رشد داشته است. او با اشاره به یک‌شهرهای مهمه مقصد صادراتی این استان خاطر نشان کرد: پاکستان با ۱۹۷ میلیون دلار، عراق با ۱۶۹ میلیون دلار، افغانستان با ۲۲ میلیون دلار، ترکیه با ۵۹ میلیون دلار و امارات متحده عربی با ۵۶ میلیون دلار مهمترین مقاصد صادراتی کالاهای گمرکات اصفهان در هفت ماه اسسال بودند.

## فرسودگی لوله فاضلاب و نشست زمین در خیابان «شهیدان کاظمی» اصفهان

مدیرکل مدیریت بحران استانداری اصفهان گفت: فرسودگی شبکه لوله‌انتقال فاضلاب روز دوشنبه سبب ایجاد حفره و نشست زمین در خیابان «شهیدان کاظمی» کلانشهر اصفهان شد. به گزارش ایرنا، منصور شیشه‌فروش شامگاه دوشنبه در جمع خبرنگاران افزود: عوامل لایس، پلیس راهور و تیم فنی و مدیریت بحران شرکت آب و فاضلاب به محل حادثه اعزام شدند و با اعمال محدودیت ترافیکی اقدامات لازم را برای رفع خطر و پراسازی محل نشست، انجام دادند. شیشه‌فروش گفت: عملیات تعویض و نوسازی ۲ هزار متر از خط لوله‌انتقال فاضلاب بنتی ۱۴۰۰ مایلمتری خیابان شهیدان کاظمی در پنج ماه گذشته توسط عوامل فنی شرکت آب و فاضلاب استان انجام و لوله‌های با جنس پلی اتیلن جایگزین لوله قدیمی شده است. او با بیان اینکه حادثه مربوط به خط قدیمی انتقال فاضلاب است که نیاز به پراسازی و رفع خطر دارد، گفت: با توجه به فرسودگی خطوط لوله‌انتقال فاضلاب کلانشهر اصفهان که قدمت آن به بیش از ۵۰ سال می‌رسد، تاثیر فرونشست زمین بر این خطوط فرسوده، بیشتر از پیش نمایان است. او گفت: عملیات بازسازی و تعویض ۱۹۲ کیلومتر از خطوط اولویت‌دار شبکه انتقال فاضلاب در شهر اصفهان تاکنون انجام شده است. به گفته شیشه‌فروش، اسسال ۲۰ کیلومتر از شبکه‌های فرسوده فاضلاب در خیابان‌هایی چون کاوه، شهید چمران، هفتون، قائمیه و آبشار اصفهان در برنامه بازسازی قرار دارد و پیمانکاران در این زمینه مشغول به‌کارند. مدیرکل مدیریت بحران استانداری اصفهان یادآور شد: بیش از ۳۰۰ کیلومتر از شبکه‌انتقال فاضلاب شهر اصفهان بدلیل قدمت ۵۰ ساله فرسوده شده است و نیاز به اصلاح دارد. او افزود: ۴۴ کیلومتر از این خطوط بدلیل قرار گرفتن در مناطق آسیب‌پذیر در اولویت اجراست و نیاز به اعتبارات ملی دارد که باید توسط وزارت نیرو، شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور و سازمان برنامه و بودجه تأمین شود. شیشه‌فروش به تسریع در اجرای طرح بازسازی شبکه فاضلاب با توجه به شرایط کم آبی و فرونشست زمین در اصفهان تأکید کرد و افزود: فرونشست زمین باعث تشدید حوادث در این شبکه‌ها شده است که راهکار موثر برای کاهش این پدیده و پیشگیری از بروز خسارات در آینده تاریخی، مسکنوی، اراضی و تاسیسات شهری، تلدام جریان رودخانه زاینده‌رود و تغذیه سفره های آب زیرزمینی است.

## رشد ۳۵ درصدی برداشت آلو از باغ‌های خوانسار

مدیر جهاد کشاورزی خوانسار از رشد ۳۵ درصدی برداشت آلو از باغ‌های این شهرستان در سال جاری خبر داد. اکبر مرادی از گفت وگو با ایرنا اظهار کرد: حدود ۲۰۰ هکتار باغ آلو در خوانسار وجود دارد که متوسط عملکرد در هر هکتار آن ۲۵ تن است.

او با بیان اینکه بیش از پنج هزار تن آلو اسسال از باغ‌های خوانسار برداشت شدند، خاطر نشان کرد: بیش از ۹۵ درصد محصول آلو در خوانسار فرآوری شده و به فروش می‌رسد که سهم عمده‌ای در پویایی اقتصاد و درآمدزایی خانواده کشاورزان دارد. مرادی همچنین با اشاره به برداشت کردو از ۷۵۰ هکتار باغ‌های خوانسار، گفت: میثکان عملکرد باغ‌های گردو در این شهرستان، یک و نیم تن در هکتار است اما در سال جاری، بارندگی در زمان تلقیح درختان موجب کاهش برداشت این محصول به پانصد کیلوگرم در هکتار شد.

# رکود همچنان بر بازار مسکن اصفهان سایه افکنده است

عضو انجمن انبوسازان مسکن اصفهان با بیان اینکه رکود همچنان بر بازار مسکن اصفهان سایه افکنده است، گفت: بانک‌های عامل در ارائه تسهیلات مسکن به بهانه نبود اعتبار با متقاضیان همکاری نمی‌کنند و باید دولت در این زمینه چاره‌اندیشی کند. علی صالحی تبار در گفتوگو با ایلتا با بیان اینکه همچنان بازار مسکن در استان اصفهان همچون برخی از نقاط کشور در رکود به سر می‌برد، اظهار کرد: نزدیک به دو دهه هست که در حوزه ساختموساز، فروش و رهن و اجاره مسکن در اصفهان و شهرهای حومه از جمله شاهین‌شهر، بهارستان، فولادشهر و خمینی‌شهر فعالیت می‌نماییم که طی دو سال گذشته تا به امروز شاهد اتفاقاتی همچون کمبود نقدینگی، رکود بی‌سابقه، رشد تهاتر املاک به‌خاطر همین کمبود نقدینگی، افزایش دستمزد و مترپال‌های ساختمانی، کاهش نیروی انسانی متخصص، فرار سرمایه، تقاضا برای خرید آپارتمان با مترهای کوچکتر (۶۰ تا ۸۰ متر)، مشارکت در ساخت، افزایش درخواست متقاضیان برای خرید خانه اقسالی از بخش خصوصی و از همه مهم‌تر عدم همراهی بانک‌ها در ارائه و پرداخت تسهیلات‌هستیم.

او با بیان اینکه بر آمار و تحلیل‌های موجود در حوزه مسکن تورم سالانه مسکن در مهرماه به ۴۱۸ درصد رسید؛ درحالی که این رقم در شهریور ۴۱۷ درصد بود که افزایش تورم سالانه مسکن در مهر را نشان می‌دهد، افزود: تورم مسکن در یک ماه نخست پاییز نباید تعجب‌برانگیز باشد اما نکته‌ای که تمامی فعالان بازار مسکن به آن اذعان می‌کنند این است که رکود همچنان بر بازار مسکن اصفهان سایه افکنده است.

عضو انجمن انبوسازان مسکن اصفهان تصریح کرد: آخرین گزارش بانک مرکزی در مورد وضعیت بازار مسکن نشان می‌دهد که در حال حاضر، این بازار جذابیتی برای متقاضیان و سرمایه‌گذاران ندارد و تعداد کل معاملات اصفهان نسبت به مثلیه سال گذشته به یک‌چهارم حالت نرمال رسیده است. علاوه بر این، به نظر می‌آید که نرخ رشد قیمت مسکن کاهش یافته و حالا نصف تورم عمومی است. عضو هیات رئیسه انجمن خیرین مسکن‌ساز شهرستان شاهین‌شهر و میمه با اشاره به این موضوع که حجم تقاضای انباشته مسکن در کلان‌شهری همچون اصفهان بسیار بالاست، گفت: بازار مسکن مانند هر بازار اقتصادی دیگر از یک قاعده کلی به نامتناسب

دکترای حقوق بین‌الملل عمومی گفت: آیا واقعا جراحی اقتصادی را باید از قلب مردم شروع کرد، یا از وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای که هلدینگ‌های اقماری آن دفتر و محل کار شخصی است؟

حمیدرضا آقیابایان در گفت‌وگو با مهر دربارهٔ آثار جراحی اقتصادی اظهار کرد:سأله‌است که هر جا قافیه به تنگ آمده، انگشت اتهام ناکارآمدی مدیران در امر آلودگی هوا، بی‌آبی و نبود برق در تابستان و قطع گاز در زمستان، چنگل تراشی و کوه‌خواری به صورت نم‌نشانه گرفته می‌شود، تا این‌گونه به راحتی مردم مسئله عدم مدیریت بعضی از مدیران و سرمایه‌گذاری نکردن در بخش‌های مختلف و استفاده نکردن از مسئولان تحصیل کرده، جوان و امثالهم با استفاده از ادبیاتی نظیر جراحی اقتصادی فرافکنی شود.

او ادامه داد: قسمت عمده این مشکلات ناشی از بی‌انضباطی مالی دولت‌ها و گشاده دستی به هنگام تصویب بودجه در مجلس و سیستم‌تیک شدن ناکارآمد به اصلاح مدیران نشأت می‌گیرد. وکیل پایه یک دادگستری و دکتری حقوق بین‌الملل عمومی تأکید کرد: واقعا سوالی که ذهن را درگیر می‌کند این است که آیا واقعا جراحی اقتصادی را باید از قلب مردم شروع کرد، یا از وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای که هولدینگ‌های اقماری آن دفتر و محل کار

به کاهش کیفیت زندگیشان نشود و کیفیت زندگی نیز اغلب به مصرف اقلام خوراکی و غیرخوراکی وابسته است. حال باید گفت در زمان های بحرانی خانوارها به شدت تمایل دارند تا حداقل سهم خوراکی‌ها از کل اقلام مصرفی آن‌ها دچار کاهش نشود. از همین‌رو شوک‌های منفی اقتصادی و تنش‌ها موجب می‌شود تا مردم هزینه بیشتری صرف اقلام خوراکی کنند و این موجب می‌شود تا سهم خوراکی‌ها از کل اقلام بازار رود. در مقابل پیام بهبود اقتصادی موجب می‌شود در عین ثابت ماندن مقدار واقعی مصرف اقلام خوراکی، به علت افزایش درآمد سهم خوراکی‌ها از کل هزینه‌ها کاهش و سهم اقلام غیرخوراکی از کل هزینه‌ها افزایش یابد. به عبارت دیگر هزینه‌های غیر خوراکی واکنش پذیری بیشتری به اتفاقات دارند و در مقابل هزینه‌های خوراکی کمتر به حوادث و اتفاقات واکنش نشان می‌دهند.

**۴ مصرف پایدار خانوار در علم اقتصاد**
به‌طور معمول براساس علم اقتصاد خانوارها متشکل هستند در طول زمان نسبت مصرف به درآمد خود را ثابت نگه دارند. در واقع خانوارهای خواهان‌د وقوع هرگونه رخداند اقتصادی در زمانی منجر



دهه گذشته اثر خود را به شکل کمبود عرضه و پروژ قیمت مسکن نشان داد و تأمین مسکن را به یک معضل اساسی در کشور تبدیل کرد. او تأکید کرد: یکی از عوامل اثرگذار بر سرمایه‌گذاری در بازار مسکن توسط بخش خصوصی، ثبات اقتصادی است. از آنجا که انتظارات نقش مهمی در تصمیم به سرمایه‌گذاری دارند، هرگونه عدم ثبات اقتصادی می‌تواند اثر منفی بر سرمایه‌گذاری در بازار مسکن داشته باشد. عضو انجمن انبوسازان مسکن اصفهان بیان داشت: تورم به‌عنوان یکی از شاخص‌های عدم ثبات، موجب تأطمینانی به سیاست‌های اقتصادی دولت شده، ریسک سرمایه‌گذاری بلندمدت را افزایش داده، اطلاعات قیمتی را مخوش می‌کند و حتی موجب فرار سرمایه می‌شود که اتفاقاً لازم هست اینجا اشاره نماییم امروز شاهد این اتفاق فرار سرمایه در شهر اصفهان هستیم. او با بیان اینکه مالیات سالانه ملکی به افزایش عرضه و کاهش تقاضای سوادگانه در بازار املاک می‌انجامد و باعث آن نوسان شدید قیمت در بازار مسکن کشور کاهش یافته و تورم در این بازار تا حدی تعدیل می‌شود. گفت:

## جراحی اقتصادی را از مغز آغاز کنید



و داریی شرکت‌ها و سهامداران چون ایران خودرو، سایپا، شستا، صندوق ذخیره فرهنگیان، صندوق بازنشستگی کارکنان وزارت نفت و غیره که گاها در راه ترفی، توسعه، کسب و کارشان استفاده می‌کنند آقیابایان با بیان اینکه چسرا جراحی اقتصادی تولیداتی بی‌کیفیت داخلی و عدم شایستگی مدیران را با بازخواست و اخراج مدیران عامل و

## سهم خوراکی از سبد مصرف خانوار ایرانی

اقتصاد ایران پدید آید. از همین‌رو سهم هزینه‌های غیرخوراکی از کل هزینه‌های خانوار شهری افزایش پیدا کرد و از ۷۵٫۲ درصد در سال ۹۲ به ۷۶٫۲ درصد رسید. روند افزایش سهم هزینه‌های اقلام غیرخوراکی از کل هزینه‌ها تا سال ۹۶ ادامه پیدا کرد که دلیل آن نیز به توافق هسته‌ای و بهبود در چشم‌انداز اقتصادی مربوط می‌شد. به بیان دقیق‌تر در سال ۹۶ سهم هزینه غیر خوراکی‌ها به اوج خود رسید. در این سال سهم مخارج این اقلام به ۷۶٫۷ درصد رسید که در حداقل ۱۰ سال اخیر می‌سابقه بوده و نوعی رکورد محسوب می‌شود. با این‌حال این روند در سال ۹۷ متوقف شد. چراکه در این سال آمریکا با تصمیم ترامپ از برجام خارج و شوک منفی به اقتصاد ایران وارد کرد. به همین علت در سال موردنظر سهم هزینه‌خوراکی از کل هزینه خانوار شهری افزایش و سهم غیر خوراکی کاهش پیدا کرد. در این سال سهم هزینه خوراکی‌ها از کل هزینه‌ها به ۲۴ درصد و غیر خوراکی‌ها به ۷۶ درصد رسید. شیوع ویروس کرونا در سال ۹۸ موجب شد تا روند افزایش سهم هزینه‌های اقلام خوراکی که از سال ۹۷ شروع شده همچنان ادامه یابد. به طوری که

## رابطه مستقیم تالار شیشه‌ای با بازار طلا از دست رفت

و به همین دلیل بازار سرمایه از نظر قیمتی بسیار ارزنده‌تر از سایر بازارهاست. عمیدی با اشاره به لزوم اصلاح گپ قیمتی دلار بازار آزاد و نیمایی بیان می‌دارد: فاصله زیاد قیمت دلار در بازار آزاد و نیما باید با از طریق افت نرخ دلار بازار آزاد و یا رشد شتاب دهنده دلار نیما اصلاح شود. در حال حاضر ارزش مارکت دلار بازار سرمایه ملاک قرار گرفت و بورس با دلار نیمایی هماهنگ شد. که این رقم در سال ۹۹ بین ۱۲۰ تا ۱۴۰ میلیارد دلار بود. متأسفانه ارزش دلاری بازار سرمایه در مقایسه با سال‌های گذشته علیرغم پذیرش شرکت‌های جدید در بازار پایین است. تا زمانی که شکاف بین دلار آزاد و نیما زیاد است، باید روند سکه و شاخص دلار با همکوس بمانیم یا در غیر این صورت شرایط صعود تا نزول در کل بازار بدریکر متفاوت خواهد بود. به بیان ساده‌تر

اتفاق می‌خورد.



برای پیگیری جدیدترین اخبار در سایت اصفهان امروز اسکن کنید

## الگوی مؤثر رسانه ای در صنعت‌نمایشگاه



رسانه‌های تخصصی نقش بسیار مهمی در توسعه و ارتقاء صنعت نمایشگاهی ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها به عنوان مفصلی به منظور اتصال برگزارکنندگان، همسایم‌گور • شرکت‌کنندگان و مخاطبان عمل می‌کنند و اطلاعات دقیقی در مورد رویدادها، نوآوری‌ها و روندهای بازار ارائه می‌دهند. انتشار گزارش‌ها، مصاحبه‌ها و مقالات تحلیلی، رسانه‌های تخصصی نه تنها به افزایش آگاهی و اطلاع‌رسانی کمک می‌کنند، بلکه فرصتی برای معرفی شرکت‌ها و محصولات جدید فراهم می‌آورند که موجب جذب مخاطبان و افزایش تعاملات تجاری می‌شود. علاوه بر این، رسانه‌های تخصصی به تحلیل و ارزیابی اثرگذاری نمایشگاه‌ها می‌پردازند و با ارائه بینش‌های عمیق، باعث بهبود کیفیت برگزاری رویدادها و افزایش بازدهی اقتصادی آن‌ها می‌شوند. این رسانه‌ها با پوشش جامع و حرفه‌ای نمایشگاه‌ها به تثبیت جایگاه رویدادهای تخصصی در بازارهای ملی و بین‌المللی کمک کرده و به برقراری ارتباطات استراتژیک بین شرکت‌ها و صنایع مرتبط کمک می‌کنند. نظر به چنین اهمیتی به عنوان یکی از مدیران روابط عمومی نمایشگاه‌های کشور، وظیفه خود می‌دانم از انتشار «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» که از فروردین اسسال تاکنون ۶ شماره موفق را به چاپ رسانده، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم. این ویژه‌نامه که به شکل فیزیکی و دیجیتال در اختیار مجموعه‌های نمایشگاهی، مقامات و دست‌اندرکاران قرار گرفته، به عنوان یکی از نوآوری‌های شایان توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که در صورت تلادوم انتشار، این نشریه به یک مرجع معتبر و راهنمای کاربردی برای اهالی صنعت نمایشگاهی ایران تبدیل شود. انتشار انتشار این نشریه می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی و دست‌اندرکاران این حوزه کمک کند و به عنوان تریبون رسمی برای ارزیابی و سنجش عملکرد سایت‌های نمایشگاهی مورد استفاده قرار گیرد. بی‌تردید اگر این روند انتشار ادامه یابد، این نشریه به منبعی قابل اعتماد تبدیل خواهد شد که همواره مورد رجوع مدیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران نمایشگاهی قرار می‌گیرد. این اقدام، نه تنها به رشد و توسعه صنعت نمایشگاهی ایران کمک خواهد کرد، بلکه الگویی برای سایر صنایع نیز خواهد شد تا برای فعالیت رسانه ای در حوزه تخصصی خود اهمیت بیشتری قائل شوند.

توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که در صورت تلادوم انتشار، این نشریه به یک مرجع معتبر و راهنمای کاربردی برای اهالی صنعت نمایشگاهی ایران تبدیل شود. انتشار انتشار این نشریه می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی و دست‌اندرکاران این حوزه کمک کند و به عنوان تریبون رسمی برای ارزیابی و سنجش عملکرد سایت‌های نمایشگاهی مورد استفاده قرار گیرد. بی‌تردید اگر این روند انتشار ادامه یابد، این نشریه به منبعی قابل اعتماد تبدیل خواهد شد که همواره مورد رجوع مدیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران نمایشگاهی قرار می‌گیرد. این اقدام، نه تنها به رشد و توسعه صنعت نمایشگاهی ایران کمک خواهد کرد، بلکه الگویی برای سایر صنایع نیز خواهد شد تا برای فعالیت رسانه ای در حوزه تخصصی خود اهمیت بیشتری قائل شوند.

توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که در صورت تلادوم انتشار، این نشریه به یک مرجع معتبر و راهنمای کاربردی برای اهالی صنعت نمایشگاهی ایران تبدیل شود. انتشار انتشار این نشریه می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی و دست‌اندرکاران این حوزه کمک کند و به عنوان تریبون رسمی برای ارزیابی و سنجش عملکرد سایت‌های نمایشگاهی مورد استفاده قرار گیرد. بی‌تردید اگر این روند انتشار ادامه یابد، این نشریه به منبعی قابل اعتماد تبدیل خواهد شد که همواره مورد رجوع مدیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران نمایشگاهی قرار می‌گیرد. این اقدام، نه تنها به رشد و توسعه صنعت نمایشگاهی ایران کمک خواهد کرد، بلکه الگویی برای سایر صنایع نیز خواهد شد تا برای فعالیت رسانه ای در حوزه تخصصی خود اهمیت بیشتری قائل شوند.

توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که در صورت تلادوم انتشار، این نشریه به یک مرجع معتبر و راهنمای کاربردی برای اهالی صنعت نمایشگاهی ایران تبدیل شود. انتشار انتشار این نشریه می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی و دست‌اندرکاران این حوزه کمک کند و به عنوان تریبون رسمی برای ارزیابی و سنجش عملکرد سایت‌های نمایشگاهی مورد استفاده قرار گیرد. بی‌تردید اگر این روند انتشار ادامه یابد، این نشریه به منبعی قابل اعتماد تبدیل خواهد شد که همواره مورد رجوع مدیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران نمایشگاهی قرار می‌گیرد. این اقدام، نه تنها به رشد و توسعه صنعت نمایشگاهی ایران کمک خواهد کرد، بلکه الگویی برای سایر صنایع نیز خواهد شد تا برای فعالیت رسانه ای در حوزه تخصصی خود اهمیت بیشتری قائل شوند.

توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که در صورت تلادوم انتشار، این نشریه به یک مرجع معتبر و راهنمای کاربردی برای اهالی صنعت نمایشگاهی ایران تبدیل شود. انتشار انتشار این نشریه می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی و دست‌اندرکاران این حوزه کمک کند و به عنوان تریبون رسمی برای ارزیابی و سنجش عملکرد سایت‌های نمایشگاهی مورد استفاده قرار گیرد. بی‌تردید اگر این روند انتشار ادامه یابد، این نشریه به منبعی قابل اعتماد تبدیل خواهد شد که همواره مورد رجوع مدیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران نمایشگاهی قرار می‌گیرد. این اقدام، نه تنها به رشد و توسعه صنعت نمایشگاهی ایران کمک خواهد کرد، بلکه الگویی برای سایر صنایع نیز خواهد شد تا برای فعالیت رسانه ای در حوزه تخصصی خود اهمیت بیشتری قائل شوند.

توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که در صورت تلادوم انتشار، این نشریه به یک مرجع معتبر و راهنمای کاربردی برای اهالی صنعت نمایشگاهی ایران تبدیل شود. انتشار انتشار این نشریه می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی و دست‌اندرکاران این حوزه کمک کند و به عنوان تریبون رسمی برای ارزیابی و سنجش عملکرد سایت‌های نمایشگاهی مورد استفاده قرار گیرد. بی‌تردید اگر این روند انتشار ادامه یابد، این نشریه به منبعی قابل اعتماد تبدیل خواهد شد که همواره مورد رجوع مدیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران نمایشگاهی قرار می‌گیرد. این اقدام، نه تنها به رشد و توسعه صنعت نمایشگاهی ایران کمک خواهد کرد، بلکه الگویی برای سایر صنایع نیز خواهد شد تا برای فعالیت رسانه ای در حوزه تخصصی خود اهمیت بیشتری قائل شوند.

توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که در صورت تلادوم انتشار، این نشریه به یک مرجع معتبر و راهنمای کاربردی برای اهالی صنعت نمایشگاهی ایران تبدیل شود. انتشار انتشار این نشریه می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی و دست‌اندرکاران این حوزه کمک کند و به عنوان تریبون رسمی برای ارزیابی و سنجش عملکرد سایت‌های نمایشگاهی مورد استفاده قرار گیرد. بی‌تردید اگر این روند انتشار ادامه یابد، این نشریه به منبعی قابل اعتماد تبدیل خواهد شد که همواره مورد رجوع مدیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران نمایشگاهی قرار می‌گیرد. این اقدام، نه تنها به رشد و توسعه صنعت نمایشگاهی ایران کمک خواهد کرد، بلکه الگویی برای سایر صنایع نیز خواهد شد تا برای فعالیت رسانه ای در حوزه تخصصی خود اهمیت بیشتری قائل شوند.

توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که در صورت تلادوم انتشار، این نشریه به یک مرجع معتبر و راهنمای کاربردی برای اهالی صنعت نمایشگاهی ایران تبدیل شود. انتشار انتشار این نشریه می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی و دست‌اندرکاران این حوزه کمک کند و به عنوان تریبون رسمی برای ارزیابی و سنجش عملکرد سایت‌های نمایشگاهی مورد استفاده قرار گیرد. بی‌تردید اگر این روند انتشار ادامه یابد، این نشریه به منبعی قابل اعتماد تبدیل خواهد شد که همواره مورد رجوع مدیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران نمایشگاهی قرار می‌گیرد. این اقدام، نه تنها به رشد و توسعه صنعت نمایشگاهی ایران کمک خواهد کرد، بلکه الگویی برای سایر صنایع نیز خواهد شد تا برای فعالیت رسانه ای در حوزه تخصصی خود اهمیت بیشتری قائل شوند.

توجه در عرصه نمایشگاهی ایران محسوب می‌شود و تأثیرات مهمی در رشد و توسعه این حوزه داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این ویژه‌نامه، ایجاد پویایی و تحرک بیشتر در فعالیت سایت‌های نمایشگاهی استانی بوده است. با پوشش دقیق اطلاعات و گزارش‌های مربوط به نمایشگاه‌های مهم کشور، این نشریه سبب شده است تا سایت‌های نمایشگاهی استانی به مراتب فعالیت تر شوند و با تولید محتوای بیشتر و با کیفیت سطح اقدامات تخصصی خود را در این عرصه بهبود بخشند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به دیده شدن بهتر نمایشگاه‌های کشور در نظر مخاطبان، اعم از بازدیدکنندگان و فعالان صنعت شده است. همچنین به نمایشگاه‌های استانی این فرصت را داده است تا در سطح ملی دیده شوند. علاوه بر این، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» به طور چشم‌گیری گستره و کیفیت مخاطبان را توسعه داده است. با ارائه اطلاعات به‌روز و جامع در خصوص نمایشگاه‌های مختلف، علاقه‌مندان و فعالان صنعت نمایشگاهی به منابع ارزشمندی دسترسی یافته‌اند که به آن‌ها در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی نمایشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند. از دیگر نتایج ارزشمند این نشریه در بهبود فعالیت‌های نمایشگاهی، ارتقای جایگاه روابط عمومی‌ها در شرکت‌های نمایشگاهی استان‌هاست. انتشار اطلاعات دقیق و مفصل از فعالیت‌های نمایشگاهی هر استان، به چشم‌مدیران و برنامه‌ریزان آورده است که روابط عمومی‌ها نقش کلیدی در موفقیت و پیشبرد نمایشگاه‌ها ایفا می‌کنند. این امر منجر به شکل‌گیری نوعی رقابت پویا بین استان‌ها شده است. نتیجه این بهبود کیفیت فعالیت‌ها و تلاش بیشتر برای جلب رضایت مخاطبان عمومی‌ها را ارتقا داده، بلکه به توسعه دانش و خلاقیت در حوزه نمایشگاه‌ها نیز کمک کرده است. از این منظر، «ویژه‌نامه انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های ایران» بستری فراهم آورده است که باعث افزایش انگیزه و تلاش مضاعف برای ارائه کارهای نوآورانه در حوزه روابط عمومی نمایشگاه‌ها شده است. با توجه به تأثیرات مثبت و گسترده این ویژه‌نامه، پلیوریم که