



دستورالعمل کامل برای

برگزاری نمایشگاه در موزه کشاورزی

مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت جهاد کشاورزی - ۱۴۰۴



مقدمه

برگزاری نمایشگاه های تخصصی در حوزه کشاورزی و منابع طبیعی، به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای اطلاع رسانی، ترویج فناوریهای نوین و تعامل مستقیم با ذینفعان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این رویدادها نه تنها فرصتی برای نمایش دستاوردها و ظرفیت های وزارت جهاد کشاورزی فراهم میکنند، بلکه بستری برای تبادل دانش، تجربیات و توسعه همکاریهای ملی و بین المللی محسوب میشوند. با توجه به گستردگی و تنوع فعالیتهای این وزارتخانه، وجود یک **دستورالعمل مدون و جامع** برای ساماندهی، برنامه ریزی و اجرای نمایشگاه ها ضروری است. چنین دستورالعملی میتواند با تعیین چارچوب های مشخص، استانداردهای کیفی و رویه های اجرایی، به ارتقای اثربخشی نمایشگاه ها، استفاده بهینه از منابع و ایجاد هماهنگی بین بخشهای مختلف کمک کند. **مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت جهاد کشاورزی** به عنوان **متولی اصلی ارتباطات و انعکاس فعالیتهای** این وزارتخانه، با تدوین این دستورالعمل درصدد است تا **رویه های یکپارچه، شفاف و کارآمدی را برای برگزاری نمایشگاه ها تعریف نماید**. این سند به عنوان راهنمای اجرایی، زمینه را برای تحقق اهداف آموزشی، ترویجی و تبلیغاتی در حوزه کشاورزی فراهم خواهد کرد. امید است با به کارگیری این دستورالعمل، گامی مؤثر در جهت معرفی هرچه بهتر ظرفیت ها و دستاوردهای بخش کشاورزی برداشته شود و نمایشگاه های آینده با کیفیت و نظم بالاتری برگزار گردند.

دستورالعمل کامل برای برگزاری نمایشگاه در حوزه کشاورزی

برگزاری یک نمایشگاه موفق در حوزه کشاورزی نیاز به برنامه ریزی دقیق، سازماندهی مناسب و اجرای حرفه ای دارد. در ادامه، دستورالعمل کامل برای برگزاری نمایشگاه کشاورزی ارائه شده است:

۱. مرحله برنامه ریزی و آماده سازی

۱.۱ تعیین اهداف نمایشگاه

- مشخص کردن اهداف اصلی (تبلیغات، فروش، شبکه سازی، آموزش و ...)
- تعیین مخاطبان هدف (کشاورزان، تولیدکنندگان، تاجران، محققان، عموم مردم و ...)

۱.۲ تشکیل کمیته اجرایی

- تعیین مسئولین اصلی (مدیر نمایشگاه، روابط عمومی، مالی، فنی، بازاریابی و ...)
- تقسیم وظایف و مسئولیتها

۱.۳ انتخاب موضوع و عنوان نمایشگاه

- تمرکز بر یک حوزه خاص (مثلاً کشاورزی هوشمند، آبیاری نوین، محصولات ارگانیک و ...)
- انتخاب نام جذاب و مرتبط

۱.۴ انتخاب زمان و مکان مناسب

- زمان: هماهنگی با فصل های کشاورزی و عدم تداخل با رویدادهای مشابه
- مکان: سالن های نمایشگاهی، فضاهای باز مخصوص نمایشگاههای کشاورزی، دسترسی آسان

۱.۵ بودجه بندی و تأمین مالی

- برآورد هزینه ها (اجاره مکان، تبلیغات، خدمات فنی، مهمانان ویژه و ...)
- جذب اسپانسرها (شرکت های کشاورزی، سازمانهای دولتی، بانکها و ...)

۲. مرحله اجرایی:

۲.۱ جذب شرکت کنندگان و غرفه داران

- اطلاع رسانی به تولیدکنندگان، شرکتهای کشاورزی، استارت آپ ها و مؤسسات تحقیقاتی
- ارائه طرحهای تشویقی (تخفیف غرفه ها، تبلیغات رایگان و ...)

۲.۲ طراحی فضای نمایشگاه

- چیدمان غرفه ها (بر اساس موضوعات مختلف مانند ماشین آلات، بذر، کود و ...)
- فضای اختصاصی برای سخنرانی ها، کارگاه ها و نمایش محصولات

۲.۳ تبلیغات و بازاریابی

- استفاده از روشهای مختلف:
 - دیجیتال: شبکه های اجتماعی، ایمیل مارکتینگ، سایت نمایشگاه
 - سنتی: بنرهای شهری، تبلیغات رادیویی و تلویزیونی، دعوتنامه
 - همکاری با رسانه ها و خبرگزاریهای تخصصی کشاورزی

۲.۴ برنامه های جانبی

- همایشها و سمینارها (با حضور متخصصان و اساتید کشاورزی)
- کارگاههای آموزشی (نوآوریهای کشاورزی، روشهای بهینه سازی تولید و ...)
- مسابقات و جوایز (بهترین محصول، غرفه خلاقانه و ..)
- بازدیدهای تخصصی (برای کشاورزان، دانشجویان و مسئولان)

۲.۵ تأمین امکانات و خدمات

- امکانات فنی: برق، اینترنت، سیستم صوتی و تصویری
- امنیت: حراست، سیستم نظارتی
- رفاهی: پذیرایی، پارکینگ، سرویس بهداشتی

۳. مرحله برگزاری نمایشگاه

۳.۱ استقبال از شرکت کنندگان و مهمانان

- ثبت نام و ارائه راهنمای نمایشگاه
- برگزاری مراسم افتتاحیه با حضور مسئولان

۳.۲ نظارت بر اجرا

- کنترل زمان بندی برنامه ها
- رسیدگی به مشکلات فنی و اجرایی

۳.۳ تعامل با بازدیدکنندگان

- جمع آوری بازخوردها (نظرسنجی، مصاحبه)
- ارائه مشاوره تخصصی در غرفه های مربوطه

۴. مرحله پس از نمایشگاه

۴.۱ ارزیابی و گزارش دهی

- تحلیل آمار بازدیدکنندگان و فروش
- بررسی نقاط قوت و ضعف نمایشگاه

۴.۲ تشکر و پیگیری

- ارسال تشکرنامه به شرکا، اسپانسرها و شرکت کنندگان
- پیگیری با غرفه داران برای همکاری های آینده

۴.۳ برنامه ریزی برای دوره بعد

- استفاده از تجربیات برای بهبود نمایشگاه های بعدی

۵. نکات کلیدی برای موفقیت نمایشگاه کشاورزی

- مشارکت نهادهای دولتی و خصوصی (وزارت جهاد کشاورزی، اتحادیه های کشاورزی)
- استفاده از فناوریهای روز (کشاورزی هوشمند، رباتیک، اینترنت اشیا)
- تمرکز بر آموزش و تبادل دانش
- برنامه ریزی برای جذب بازدیدکنندگان بین المللی

برای موفقیت نمایشگاه، باید همه این پارامترها به دقت برنامه ریزی و اجرا شوند. هر کدام از این بخشها نقش کلیدی در جذب مخاطب، رضایت غرفه داران و دستیابی به اهداف نمایشگاه دارند.

دریافت مجوز:

برای اخذ مجوز برگزاری نمایشگاه در حوزه کشاورزی در ایران، باید مراحل اداری و قانونی خاصی را طی کنید. این فرآیند بسته به محل برگزاری، نوع نمایشگاه (دولتی/خصوصی/بین المللی) و سازمان های مرتبط متفاوت است.

۱. مراحل اصلی اخذ مجوز نمایشگاه کشاورزی

۱.۱ تعیین نوع نمایشگاه

- نمایشگاه داخلی (استانی/کشوری)
- نمایشگاه بین المللی (نیاز به مجوز وزارت امور خارجه و گمرک)
- نمایشگاه تخصصی (مثلاً ماشین آلات کشاورزی، محصولات ارگانیک)

۱.۲ تعیین نهاد متولی صدور مجوز

بسته به نوع نمایشگاه، یکی از این مراجع مسئول صدور مجوز است:

- وزارت جهاد کشاورزی (برای نمایشگاه های تخصصی کشاورزی)
- استانداری یا فرمانداری (برای نمایشگاه های استانی)
- سازمان صنعت، معدن و تجارت (برای نمایشگاه های تجاری-کشاورزی)
- شهرداری (برای مجوز استفاده از فضاهای عمومی)
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (اگر نمایشگاه جنبه فرهنگی-تبلیغاتی دارد)

۱.۳ مدارک مورد نیاز برای اخذ مجوز

- درخواست کتبی به مرجع مربوطه (با ذکر هدف، زمان، مکان و موضوع نمایشگاه)
- طرح تفصیلی نمایشگاه (لیست غرفه داران، برنامه های جانبی، نقشه سالن)
- تأییدیه محل برگزاری (قرارداد اجاره یا موافقت مالک)
- مدارک هویتی متقاضی (شناسنامه، کارت ملی، روزنامه رسمی شرکت)
- تعهدنامه رعایت قوانین (امنیتی، بهداشتی، زیست محیطی)
- طرح تبلیغات و بازاریابی

۲. مراحل اداری دریافت مجوز

۲.۱ استعلام و پیش نویس طرح

- ارائه طرح به وزارت جهاد کشاورزی یا استانداری جهت بررسی اولیه.
- دریافت استعلام های لازم از سازمان های زیربط (آتش نشانی، بهداشت، نیروی انتظامی).

۲.۲ اخذ موافقت اصولی

- پس از تأیید اولیه، موافقت اصولی صادر میشود.
- در صورت بین المللی بودن نمایشگاه، هماهنگی با وزارت امور خارجه ضروری است.

۲.۳ اخذ مجوزهای جانبی

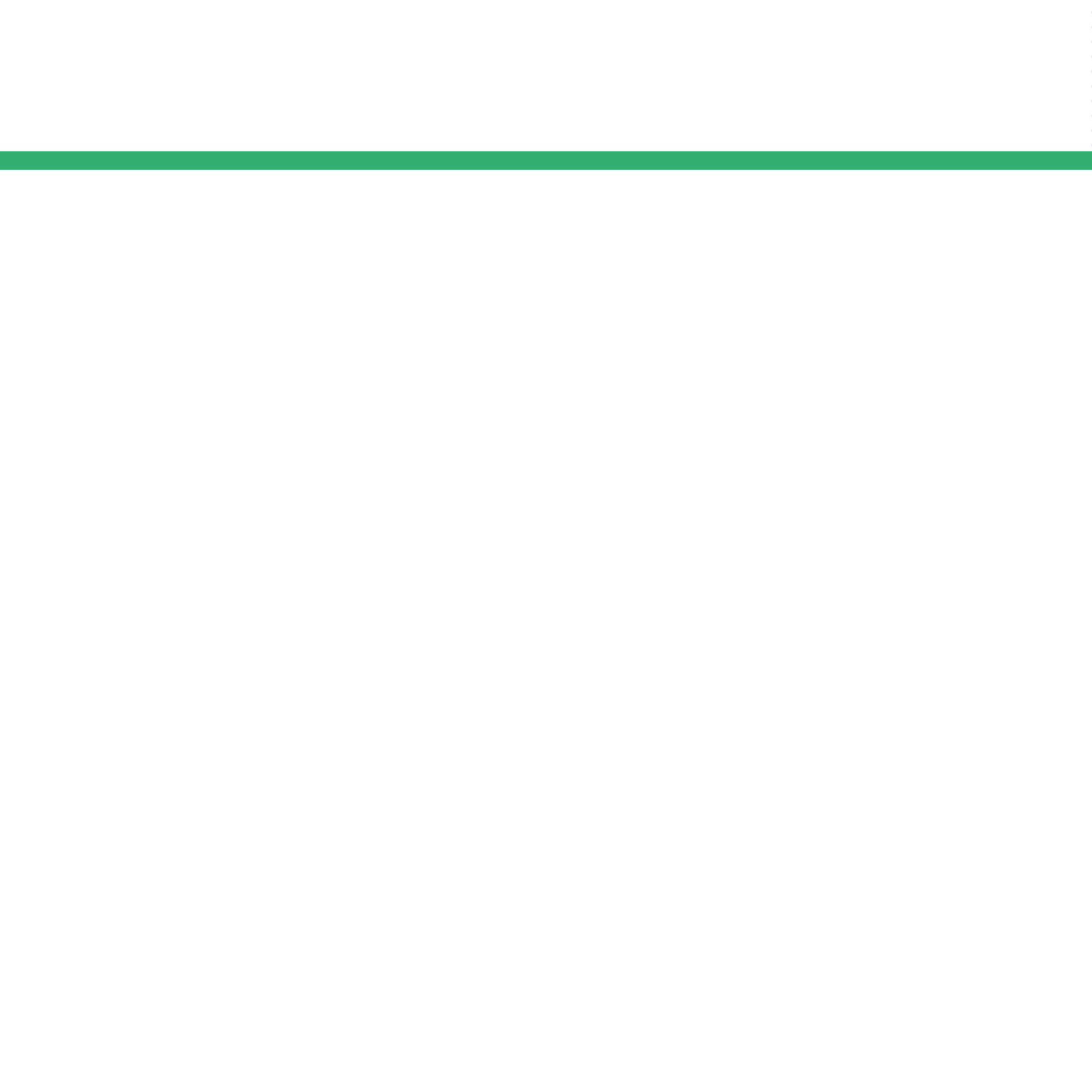
- مجوز شهرداری (برای استفاده از فضای عمومی یا نصب بنر)
- مجوز آتش

۳. نکات کلیدی برای تسهیل فرآیند مجوز

- شروع فرآیند حداقل ۳ ماه قبل از تاریخ نمایشگاه (به دلیل طولانی بودن استعلام ها)
- هماهنگی با اتحادیه های کشاورزی برای حمایت و تسهیل مجوزها
- استفاده از مشاوران حقوقی در صورت بین المللی بودن نمایشگاه
- رعایت ضوابط زیست محیطی (به ویژه در نمایشگاه های مرتبط با سموم و کود)

۴. مراجع مهم برای پیگیری

- وزارت جهاد کشاورزی (دفتر امور گلخانه ها، مکانیزاسیون و نمایشگاه ها)
- سازمان توسعه تجارت ایران (برای نمایشگاههای بین المللی)
- اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان
- شورای اصناف کشاورزی



مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت جهاد کشاورزی
اداره تبلیغات و نمایشگاه ها
مرداد ۱۴۰۴

