**فهرست مطالب**

**عنوان صفحه**

چکیده 1

**فصل اول: کلیات تحقیق**

1-1-مقدمه 3

1-2-بیان مسئله پژوهش 4

1-3-اهمیت، ضرورت وانگیزه پژوهش 5

1-4-اهداف پژوهش 6

1-5-سوالات تحقیق 7

1-5-1- فرضيه‏هاي تحقیق 7

1-5-2- روش شناسی تحقیق 8

1-5-3- اهداف مشخص تحقيق 8

1-5-4- اهداف کاربردی 8

1-5-5- مدل مفهومی 8

1-5-6- جنبه جديد بودن و نوآوري در تحقيق 9

1-5-7- روش‌ها و ابزار تجزيه و تحليل داده‏ها 9

1-6-تعریف واژگان 10

**فصل دوم: مبانی نظری وپیشینه تحقیق**

2-1-مقدمه 13

2-1-1- تاریخچه ای ازنمایشگاههای بین المللی کاسپین زنجان 14

2-1-2- نمایشگاه بین المللی تهران 14

2-2-نقش و اهمیت صادرات 15

2-3-صادرات غیرنفتی 19

2-4-نقش صادرات غیرنفتی در اقتصاد ایران 20

2-5-تاریخچه نمایشگاهها در جهان 21

2-6-تاریخچه نمایشگاهها در ایران 23

2-7-اثرات اقتصادی نمایشگاهها 25

2-7-1- افزایش حجم مبادلات بازرگانی خارجی 25

2-7-2- همکاري هاي اقتصادي 25

2-7-3- بالا رفتن سطح تولیدات و ازدیاد درآمد عمومی 25

2-7-4- ایجاد رقابت هاي سالم داخلی و بین المللی 26

2-8-اثرات فرهنگی نمایشگاهها 27

2-9-اثرات اجتماعی نمایشگاهها 28

2-10-اهداف برگزاری نمایشگاههای بین المللی 29

2-11-انواع نمایشگاهها 29

2-11-1- نمایشگاههاي عمومی 30

2-11-2- نمایشگاههاي تخصصی 30

2-11-3- نمایشگاههاي اختصاصی 31

2-11-4- نمایشگاههاي اکسپو 31

2-12-نمایشگاههای تخصصی بین المللی مهمترین بازوی صادرات غیر نفتی 31

2-13-نمایشگاههای تخصصی بین المللی از دیدگاه صاحب نظران 34

2-14-موفقیت نمایشگاهها 39

2-15-عوامل موثر بر نمایشگاههای بین المللی تخصصی 39

2-16-پیشینه پژوهش 46

**فصل سوم: روش تحقیق**

3-1-مقدمه 49

3-2-روش پژوهش 49

3-3-جامعه آماری 50

3-4-نمونه و روش نمونه گیری 50

3-5-روش های جمع آوری اطلاعات و ابزار مورد استفاده در پژوهش 50

3-5-1- مشاهده 51

3-5-2- روش کتابخانه اي 51

3-5-3- پرسشنامه 52

3-5-4- مصاحبه 52

3-6-روایی و اعتبار پرسشنامه 52

3-7-روش آماری 53

3-7-1- آمار توصیفی 53

3-7-2- آمار استنباطی 54

3-8-تحلیل عاملی 54

**فصل چهارم: تجزیه وتحلیل داده ها**

4-1- مقدمه 58

4-2-توصیف آزمودنی ها 58

4-2-1- جنسیت 58

4-2-2- وضعیت تحصیلی 59

4-2-3- سن پاسخ دهندگان 60

4-2-4- : تعداد حضور پاسخ دهندگان در نمایشگاهها 62

4-3-توصیف داده ها 63

4-4-آمار استنباطی 67

4-4-1- آزمون kmo 67

4-4-2- روش بارتلت 68

4-4-3- روشهای چرخش عاملها 71

4-4-4- مفهوم ضريب آلفاي کرونباخ 72

4-5-راه حل اولیه تحلیل عوامل پرسشنامه 72

4-6- تفسیر راه حل اولیه (بدون چرخش ) 75

4-7- راه حل نهایی (بعد از چرخش ) 77

**فصل پنجم: نتیجه گیری پیشنهادات**

5-1- مقدمه 84

5-2-خلاصه یافته ها و نتایج حاصل از تحقیق 85

5-3-محدودیت های پژوهش 87

5-4- پیشنهادها 89

5-5-توصیه به سایر پژوهشگران 91

**منابع و ماخذ**

منابع و ماخذ 93

**پیوست ها**

پرسشنامه خبره 96

پرسشنامه اصلی 110

جداول و نمودارهای نرم افزار SPSS 111

**فهرست جداول، نمودارها و فرم ها**

**عنوان صفحه**

جدول 4-1 : توزیع فراوانی نمونه بر حسب جنسیت 58

جدول 4-2 : توزیع فراوانی نمونه بر حسب وضعیت تحصیلی 59

جدول 4-3 : توزیع فراوانی نمونه بر حسب سن پاسخ دهندگان 60

جدول 4-4 : توزیع فراوانی نمونه بر حسب تعداد حضور 62

جدول 4-5 : توزیع فراوانی شاخصهای پرسشنامه سنجش عوامل موثر 63

جدول 4-6 : آزمون KMO و بارتلت در مورد شاخصهای پرسشنامه 68

جدول 4-7 : توزیع ارزش ویژه و واریانس کل بین عوامل 74

جدول 4-8 : ماتریس عوامل قبل از چرخش 77

جدول 4-9 : ماتریس عوامل بعد از چرخش 79

جداول تجزیه و تحلیل SPSS 111

**فهرست نمودارها**

**عنوان صفحه**

نمودار 4-1 : توزیع فراوانی نمونه بر حسب جنسیت 59

نمودار 4-2 : توزیع فراوانی نمونه بر حسب وضعیت تحصیلی 60

نمودار 4-3 : توزیع فراوانی نمونه بر حسب پاسخ دهندگان 61

نمودار 4-4 : توزیع فراوانی نمونه بر حسب تعداد حضور 62

نمودارهای تجزیه و تحلیل SPSS 111

فرم پرسشنامه خبره 96

فرم پرسشنامه اصلی 110

**چکیـده**

نمایشگاههای بین المللی بعنوان یکی از مجاری و کانالهای معرفی کالاهای تولید شـده و انتقال تکنولوژی در دنیا از اهمیت خاصـی برخـوردار هـستند توجـه بـه موفقیـت نمایشگاهها علی الخصوص نمایشگاههای تخصصی بین المللی که حدود 95 درصد کـل نمایشگاهها را در بر می گیرد، می توانـد نقـش بـسیار مـوثری را در فرآینـد توسـعه صادرات غیرنفتی داشته باشد. از آنجا که هدف اصلی از انجـام ایـن تحقیـق، بررسـی عوامل موثر بر موفقیت نمایشگاههای تخصصی بین المللی صادراتی می باشد، ابتدا بـا توجه به اهداف برگزاری نمایشگاههای بین المللی و بـا جمـع آوری نظـرات خبرگـان، اندیشمندان و صاحب نظران امر نمایشگاهی و از طریق پرسشنامه خبره، به شناسـایی عوامل موثر اقدام گردید و سـپس در ادامـه بـا توزیـع 300 عـدد پرسـشنامه اصـلی در جامعه آماری و جمع آوری آن و استفاده از روش تحلیـل عـاملی و بهـره گیـری از نرم افزار SPSS به تعیین عوامل موثر بر موفقیت نمایشگاههای بین المللی پرداخته شد و بـا توجه به ارزش ویژه بدست آمده از فرآیند استخراج و تجزیه و تحلیل آن به چهار عامل ذیل با اولویت اول تا چهارم دست پیدا کرده ایم.1- توجه به مدیریت و هدایت عملکردی نیروها و تبلیغات حرفه ای و تخصصی2- شفاف سازی برای مشارکت کنندگان و لزوم نظام حمایتی و رعایت اصول بازرگانی و نمایش کالا3- توجه به شرایط حاکم بر جامعه و همکاری و مشارکت همه عوامل درگیر نمایشگاه4- توجه به زمان و فضای برگزاری نمایشگاه.